



جامعة الأزهر
كلية الشريعة والقانون
بالقاهرة

مجلة قطاع الشريعة والقانون

مجلة علمية نصف سنوية محكمة
تعنى بالدراسات الشرعية والقانونية والقضائية

تصدرها
كلية الشريعة والقانون بالقاهرة
جامعة الأزهر

العدد الثامن عشر
أغسطس ٢٠٢٥م

توجه جميع المراسلات باسم الأستاذ الدكتور: رئيس تحرير مجلة قطاع الشريعة والقانون

جمهورية مصر العربية - كلية الشريعة والقانون - القاهرة - الدراسة - شارع جوهر القائد

للتواصل مع المجلة : +201028127441 ، +201221067852

البريد الإلكتروني
Journal.sha.law@azhar.edu.eg



جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها،
ولا تعبر بالضرورة عن وجهة نظر المجلة وليست مسئولة عنها



رقم الإيداع

٢٠٢٥ / ١٨٠٥٣

الترقيم الدولي للنشر

ISSN: 2636-2570

الترقيم الدولي الإلكتروني

ISSN: 2805-329X

الموقع الإلكتروني



<https://jssl.journals.ekb.eg>

**التسويق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي
الأفلييت ماركيٲنج أنموذجاً
"دراسة فقهية مقارنة"**

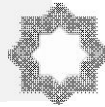
**E-Marketing Via Social Media Affiliate Marketing as a Model:
A Comparative Jurisprudential Study**

إعداد

د. عمر مصطفى أحمد إبراهيم

مدرس الفقه المقارن

كلية الشريعة والقانون بأسيوط



التسويق الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي الأفلييت ماركيٲنج أنموذجاً دراسة فقهية مقارنة

عمر مصطفى أحمد إبراهيم

قسم الفقه المقارن، كلية الشريعة والقانون بأسسيوط، جامعة الأزهر، مصر.

البريد الإلكتروني: Omar.Ibrahim@azhar.edu.eg

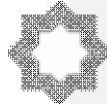
ملخص البحث:

مع التقدم التكنولوجي الذي يشهده العالم في شتى المجالات، ومع قيام الثورة التكنولوجية في مجال الاتصالات ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي وكان الغرض منها كما يشير اسمها هو التواصل الاجتماعي بين الناس، لكن سرعان ما تمّ استخدام هذه الوسائل في تحقيق الأرباح والمكاسب لروادها، بل أصبحت مصدر رزق لفئة كبيرة جداً خاصة الشباب، ولتحقيق الربح عبر وسائل التواصل الاجتماعي صور عدة منها "التسويق الإلكتروني"، وذلك باستخدام هذه الوسائل للترويج للمنتجات والخدمات، وعرضها على الجمهور.

وهذا التسويق له صورٌ عدّة، اخترت صورةً منها وجعلتها محلاً لهذا البحث وهي **Affiliate Marketing**، أو التسويق بالعمولة، وبمعنى ميسر هي العمل وسيطاً، أو سمساراً يقوم بالتسويق لأحد المنتجات، أو الخدمات، في مقابل عمولة يحصل عليها بعد إتمام كل عملية شراء.

فقد عرّفتُ بمصطلحات البحث، ثم بينت الحكم الشرعي للتسويق الإلكتروني عموماً، ثم التكييف الفقهي لـ **Affiliate Marketing** خصوصاً، وبيان أقوال الفقهاء في ذلك هل يعد هذا من قبيل الإجارة، أم الجعالة، ثم بيان حكم العمولة إن كانت محددة بنسبة مئوية.

الكلمات المفتاحية: تسويق، الإلكتروني، تواصل، اجتماعي، أفلييت، أنموذجاً.



E-Marketing via Social Media Affiliate Marketing as a Model: A Comparative Jurisprudential Study

Omar Mostafa Ahmed Ibrahim

Department of of Comparative Jurisprudence, Faculty of Sharia and Law, Assiut, Al-Azhar University, Egypt.

E-mail: Omar.Ibrahim@azhar.edu.eg

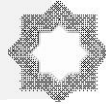
Abstract:

With the technological advancements witnessed across various fields and the eruption of the communication revolution, social media platforms have emerged. As their name suggests, their initial purpose was to facilitate social interaction among people. However, these platforms were soon employed to generate profits and gains for their users and even became a source of income for a large segment of society, especially the youth. One of the many ways to profit from social media is through "electronic marketing"—using these platforms to promote and showcase products and services to the public.

This form of marketing includes several types, and in this research, I have selected one specific model to focus on: Affiliate Marketing, also known as commission-based marketing. Simply put, it is the act of working as an intermediary or broker who markets a product or service in return for a commission received after each successful purchase.

The research begins by defining relevant terms, then discusses the general Islamic ruling on electronic marketing, followed by a detailed jurisprudential analysis of Affiliate Marketing in particular. It examines scholarly opinions on whether this practice is considered a form of Ijarah (leasing) or Ju'alah (conditional reward), and finally addresses the ruling on receiving a commission, especially when it is determined as a percentage.

Keywords: Marketing, Electronic, Social Media, Affiliate, Model.



المقدمة

الحمد لله رب العالمين، حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، أحمده سبحانه على نعمه الوافرة، وأشكره على ما اختصنا به من الشريعة الفاضلة، المتضمنة سعادة الدنيا والآخرة. وأصلي وأسلم على المبعوث رحمة للعالمين، وعلى آله وصحبه الغر الميامين.

بلغ العلا بكماله كشف الدجى بجماله
عظمت جميع خصاله صلوا عليه وآله

أما بعد:

فنتيجة للتطور التكنولوجي الذي يشهد كل يوم ميلاد معاملات جديدة، فلقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مجال عمل لكثير من الناس، ومصدر دخل لهم، وهناك صور عديدة جداً للتكسب من هذا المجال، منها: العمل في مجال التسويق الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي، وعلى الأخص العمل في مجال الـ **Affiliate Marketing**، أو التسويق بالعمولة، إذ إن صاحب منتجات أو خدمات يبحث عن يروج لهذه المنتجات والخدمات، ويساعده في تسويقها وبيعها، في مقابل عمولة يعطيها لمن يساعده في إتمام هذا العمل، فما هو حكم التسويق الإلكتروني عموماً، وما هو التكيف الفقهي للأفلييت، وما أقوال الفقهاء في ذلك، هذا ما سنتعرف عليه في هذا البحث بإذن الله تعالى:

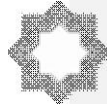
أهمية الموضوع:

تبرز أهمية هذا الموضوع فيما يلي:

- ١ - العمل في مجال الـ **Affiliate Marketing** أصبح منتشرًا بشكل كبير جدًا، فهو وسيلة سهلة لكسب المال، إذ لا تتطلب رأس مال، ولا جهداً، بل من خلال الهاتف المحمول يمكن كسب آلاف الجنيهات يوميًا، فما حكم هذا المال المكتسب؟
- ٢ - بيان عظمة الشريعة الإسلامية، وأنها صالحة لكل زمان ومكان، فما من معاملة مستجدة إلا ولها غالباً أصل في الشريعة نرجع إليه، ونعرف الحكم منه، كما في الـ **Affiliate Marketing**.

- ٣ - كثرة سؤال المتعاملين في هذال المجال عن حكم الأموال التي يتكسبونها.

مشكلة البحث:



تتمثل مشكلة البحث في الإجابة عن سؤال يتكرر ذكره كثيرًا حول حكم العمولات التي يتم الحصول عليها من خلال تسويق المنتجات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ١ - ما التسويق بالعمولة؟
- ٢ - ما ال Affiliate Marketing؟
- ٣ - ما حكم التسويق بالعمولة؟
- ٤ - ما التكييف الشرعي للـ Affiliate Marketing هل هو إجارة، أم جعالة؟

منهج البحث:

نهجت في هذا البحث:

أولاً: المنهج الاستقرائي: حيث استقراء أقوال الفقهاء من كتبهم المعتمدة في المسائل محل البحث.

ثانياً: المنهج الوصفي: حيث تصوير الموضوع محل الدراسة تصويراً دقيقاً يبرز الحكم الشرعي بصورة صحيحة.

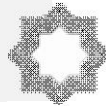
ثالثاً: المنهج الاستنباطي: من خلال استنباط وجه الدلالة من الأدلة، واستنباط الحكم الصحيح.

رابعاً: المنهج المقارن: وذلك من خلال مقارنة المذاهب الفقهية المختلفة، والترجيح بينها.

الدراسات السابقة

وقفت على بحث بعنوان: التسويق بالعمولة عبر المنصات الرقمية، دراسة فقهية مقارنة، د/ إيتسام بنت محمد أحمد الغامدي، بحث منشور في مجلة الدراسات العربية، كلية دار العلوم - جامعة المنيا.

جزى الله الباحثة خير الجزاء على هذا العمل الطيب، فقد جعلت بحثها في فصلين، في الفصل الأول: عرفت بالتسويق بالعمولة، وكيفيته، وفي الفصل الثاني تحدثت عن تكييف



التسويق بالعمولة، وخرجته على أنه عقد سمسرة، وعرفت بالسمسرة، وحكم تحديد الأجرة في السمسرة بالنسبة المئوية.

وأما بحثي هذا فقد تحدثت فيه عن التسويق الإلكتروني بصفة عامة، ثم بينت حكمه، وذكرت مثلاً عليه بال **Affiliate Marketing** فتناولت تعريف الأفلييت ماركيٲنج، وإيجابياته، وسلبياته، وعند التكييف الفقهي له، ذكرت أنه عقد سمسرة، وذكرت أقوال الفقهاء في حكم عقد السمسرة، وأن السمسرة عن الجمهور تخرج على أنها إجارة، وعند المالكية تخرج على أنها جعالة، ثم انتصرت إلى أنها جعالة، وبينت أسباب القول بكونها جعالة، ثم ذكرت حكم الجعالة تفصيلاً، مع ذكر آراء الفقهاء وأدلتهم ومناقشة ما يحتاج منها إلى مناقشة، ثم بينت مدى جواز تقدير العمولة بالنسبة المئوية، مع ذكر أقوال الفقهاء وأدلتهم في ذلك.

خطة البحث:

جاء هذا البحث في، مقدمة، ومبحثين، وخاتمة.

المبحث الأول: في التعريف بمفاهيم البحث

ويشتمل على ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: ماهية التسويق الإلكتروني.

ويشتمل على فروع:

الفرع الأول: في تعريف التسويق في اللغة والاصطلاح:

الفرع الثاني: خصائص التسويق الإلكتروني.

الفرع الثالث: أهداف التسويق الإلكتروني.

الفرع الرابع: آليات التسويق الإلكتروني.

المطلب الثاني: في ماهية وسائل التواصل الاجتماعي:

ويشتمل على فروع:

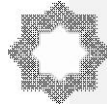
الفرع الأول: تعريف وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرع الثاني: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرع الثالث: حكم التسويق الإلكتروني.

المطلب الثالث: التسويق بالعمولة (Affiliate Marketing).

ويشتمل على فروع:



الفرع الأول: تعريف التسويق بالعمولة (Affiliate Marketing).

الفرع الثاني: كيفية عمل الأفلييت ماركيٲنج.

الفرع الثالث: أنواع الأفلييت ماركيٲنج.

الفرع الرابع: أهمية الأفلييت ماركيٲنج.

الفرع الخامس: عيوب الأفلييت ماركيٲنج Affiliate Marketing

الفرع السادس: الأطراف الرئيسة في الأفلييت ماركيٲنج ..

المبحث الثاني: في التكيف الفقهي للأفلييت ماركيٲنج

ويشتمل على مطالب:

المطلب الأول: في ماهية السمسرة.

ويشتمل على فروع:

الفرع الأول: تعريف السُّمَّسار .

الفرع الثاني: أركان السمسرة.

الفرع الثالث: أهمية السُّمَّسرة.

المطلب الثاني: التكيف الفقهي للسُّمَّسرة.

المطلب الثالث: حكم الجعالة.

المطلب الرابع: ما حكم العمولة إذا كانت جزءاً مشاعاً من ثمن المبيع (التقدير بالنسبة

أو الحصصة)؟

المطلب الخامس: وقت استحقاق العوض في الجعالة.

المطلب السادس: أحوال استحقاق العمولة في حال فسخ الجعالة.

المطلب السابع: أحوال استحقاق العمولة في حال فسخ الجعالة

ويشتمل على فروع:

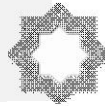
تمهيد: حالات فسخ الجعالة.

الفرع الأول: فسخ أحد المتعاقدين الجعالة قبل الشروع في العمل.

الفرع الثاني: فسخ الجعالة بعد الشروع في العمل

الفرع الثالث: فسخ الجعالة بعد إتمام العمل

والخاتمة، وقد ضمنتها أهم نتائج البحث



المبحث الأول: في التعريف بمفاهيم البحث

وفيه مطالب:

المطلب الأول: ماهية التسويق الإلكتروني.

ويشتمل على فروع:

الفرع الأول: في تعريف التسويق الإلكتروني:

التسويق الإلكتروني مصطلح مركب من كلمتين: (التسويق، وإلكتروني)، ولا بُدَّ من أن أُعرف كل كلمة على حدة، ثم أعرفهما معا - أي بالمصطلح كاملاً.

أما التسويق لغة: جاء في معجم مقاييس اللغة: السَّيْنُ وَالْوَاوُ وَالْقَافُ أَصْلٌ وَاحِدٌ، وَهُوَ حَدُّ الشَّيْءِ. يُقَالُ سَاقَهُ يَسُوقُهُ سَوْقًا.... وَالسَّوْقُ مُشْتَقَّةٌ مِنْ هَذَا، لِمَا يُسَاقُ إِلَيْهَا مِنْ كُلِّ شَيْءٍ، وَالْجُمُعُ أَسْوَاقٌ^(١).

وفي صحاح الجوهري: تَسَوَّقَ القوم، إِذَا بَاعُوا وَاشْتَرَوْا^(٢).

وفي تاج العروس: السَّوْقُ: مَعْرُوفٌ، سَاقَ الإِبِلَ وَغَيْرَهَا يَسُوقُهَا سَوْقًا وَسِيقًا، وَهُوَ سَائِقٌ وَسَوَاقٌ، شَدَّدَ لِلْمُبَالَغَةِ^(٣).

قال امرؤ القيس

لَنَا غَنَمٌ نُسَوِّقُهَا غَزَارًا كَأَنَّ قُرُونَ جَلَّتْهَا الْعِصِيُّ^(٤)

وسَوَّقَ البضاعة : طلب لها سوقاً (محدثة)^(٥)

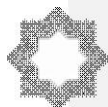
(١) مقاييس اللغة: لابن فارس (٣/ ١١٧) الناشر: دار الفكر، عام النشر: ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م.

(٢) الصحاح: للجوهري (٤/ ١٤٩٩) الناشر: دار العلم للملايين-بيروت، الطبعة: الرابعة ١٤٠٧هـ - ١٩٨٧م.

(٣) لسان العرب: لابن منظور (١٠/ ١٦٦) الناشر: دار صادر - بيروت، الطبعة: الثالثة - ١٤١٤هـ

(٤) المحكم والمحيط الأعظم: لابن سيده (٦/ ٥٢٤) الناشر: دار الكتب العلمية - بيروت، الطبعة: الأولى، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م.

(٥) المعجم الوسيط: مجمع اللغة العربية (١/ ٤٦٤) الناشر: دار الدعوة



التسويق اصطلاحاً: هو كل ما يقوم به البائع أو المنتج من أعمال تُعرّف بالسلع، أو الخدمات التي تحث عليها وتدفع على اقتنائها وتملكها من صاحبها بالثمن سواء كانت تلك الخدمات قبل عقد البيع أو بعده^(١).

أما كلمة إلكتروني فهي ليست عربية في الأصل، وإنما مأخوذة من الكلمة الإنجليزية **Electronic** وتعني الشيء الذي تستخدم فيه التقنية المعاصرة، التي من صورها جهاز الحاسب الآلي والشبكة الدولية "الإنترنت"، و"الهاتف" وغيرها. وقيل: إن كلمة إلكترونية نسبة إلى الإلكترون وهو دقيقة ذات شحنة كهربائية سالبة شحنتها هي الجزء الذي لا يتجزأ من الكهربائية^(٢).

وعلم الإلكترونيات: هو فرع من علم الفيزياء يعالج انبعاثات الإلكترونات وسلوكها وآثارها والأجهزة الإلكترونية التي توظف فيها، وكل ذلك يشتمل على مجموعة من الآلات التي تنوب عن الدماغ البشري في حل أعقد العمليات الحديثة والمتطورة وغيرهما^(٣).

أما التسويق الإلكتروني بوصفه مصطلحاً مركباً:

فقد اختلف الباحثون في إيجاد تعريف واحدٍ موحدٍ لمفهوم التسويق الإلكتروني، فنجد العديد من التعريفات، التي نذكر منها:

- أنه هو: الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات وتقديم السلع والخدمات إلى العملاء^(٤).

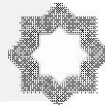
(١) الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، خالد المصلح (ص ١١) الناشر: دار ابن الجوزي، الطبعة الثانية، ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م.

(٢) المعجم الوسيط (١ / ٢٤)

(٣) معجم اللغة العربية المعاصرة، د أحمد مختار عبد الحميد عمر (١ / ١١١) الناشر: عالم الكتب

الطبعة: الأولى، ١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨ م

(٤) التسويق الإلكتروني في ظل التغيرات التكنولوجية المعاصرة، مصطفى يوسف كافي (ص ٥٦) الناشر: دار ومؤسسة رسلان، سوريا، ٢٠١٩ م. دور التسويق الإلكتروني في تغيير سلوك المستهلك في ظل جائحة



- وقد عرّفه "coviello etal" بأنه: استخدام الانترنت وغيره من الوسائل التكنولوجية التفاعلية لخلق وإحداث حوار بين المنظمة ومستهلكين معينين^(١).

من خلال هذه التعريفات نجد أنها تتفق في أن التسويق الإلكتروني هو عبارة عن تطويع تقنيات المعلومات والاتصالات وتحويلها إلى سوق لعرض المنتجات والخدمات على الجمهور، وهذا بدوره يقدم خدمة مزدوجة للمنتجين بتسويق منتجاتهم، وللجمهور إذ يتعرف على الخدمات والسلع في بيته دون أي تعب أو مشقة.

الفرع الثاني:

خصائص التسويق الإلكتروني.

من أهم الخصائص المميزة للتسويق الإلكتروني:

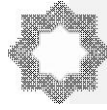
١- **الخدمة الواسعة التسويق الإلكتروني** يتميز بأنه يقدم خدمة واسعة ويمكن للعملاء المتعاملين مع الموقع التسويقي التعامل معه في أي وقت ودون أن تعرف الشركة صاحبة الموقع من قرأ رسالته الإلكترونية إلا إذا اتصل العميل بها كما لا يمكنها مراقبة الزائرين لموقعها.

٢- **عالمية التسويق الإلكتروني**: إن الوسائط المستخدمة في التسويق الإلكتروني لا تعرف الحدود الجغرافية بحيث يمكن التسوق من أي مكان يتواجد فيه العميل من خلال حاسبه الشخصي على الموقع المتخصص للشركة، مع وجود محذور من عدم تبلور القوانين التي تحكم التجارة الإلكترونية وخصوصاً ما يتعلق بأمان الصفقات التجارية.

٣- **سرعة تغيير المفاهيم** يتميز التسويق الإلكتروني بسرعة تغير المفاهيم ما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد ذلك أن التجارة الإلكترونية مرتبطة بوسائل الاتصال الإلكتروني وتقنيات المعلومات التي تتغير وتتطور بشكل متسارع لذلك فإن الترتيبات

كورونا دراسة ميدانية على عينة من مجموعة بيع وشراء الأشياء الجديدة والمستعملة، إعداد الطالبة كوحل رانيا (ص ١٧) مذكرة ماستر جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

(١) تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، علي موسى، عبد الله فرغلي (ص ١٢٨)، القاهرة ٢٠٠٧م.



القانونية التي تخضع لها قابلة للتغير السريع بشكل متوافق مع تطورات التقنيات والاتصالات والمعلومات.

٤ - **تضييق المسافة بين الشركات** التسويق الإلكتروني يضيق المسافات بين الشركات العملاقة والصغيرة من حيث الإنتاج والتوزيع والكفاءات البشرية، بحيث يمكن للشركات الصغيرة الوصول عبر الانترنت إلى السوق الدولية بدون أن تكون لها البنية التحتية للشركات الضخمة المتعددة الجنسية وتجعلها تقف على قدم المساواة مع هذه الشركات في المنافسة.

٥ - **غياب المستندات الورقية** في التسويق الإلكتروني تنفذ الصفقات إلكترونياً دون حاجة لاستخدام الورق خصوصاً المنتجات التي تقبل الترقيم وذلك من عملية التفاوض حتى تسليم البضاعة حتى قبض الثمن وهذا ما أثار مسألة إثبات العقود ووضح التوقيع الرقمية، الأمر الذي دعا المنظمات الدولية لوضع إطار قانوني خاص بالتجارة الإلكترونية والتوقيع وتسديد القيمة إلكترونياً^(١).

الفرع الثالث:

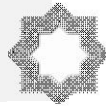
أهداف التسويق الإلكتروني:

فيما يلي أبرز أهداف التسويق الإلكتروني والاستراتيجيات الضرورية لتحقيقها:

١ - **زيادة الوعي بالعلامة التجارية:** إذا لم يكن المستهلكون على دراية بالعلامة التجارية فلن يكونوا على استعداد للتعامل، الوعي بالعلامة التجارية هو الأساس لكسب العملاء، كل علامة تجارية تمتلك صوتاً أو شخصية، تتجلى من خلال النبرة التي تتواصل بها مع الجمهور، والمحتوى الذي تقدمه، والمنصات التي تستخدمها، إذا كان الهدف هو زيادة الوعي بالعلامة التجارية فإن الخطوة الأولى هي تحديد شخصية العلامة التجارية وصوتها، وبناء علامة تجارية قوية.

٢ - **زيادة عدد العملاء المحتملين:** يعتمد قسم المبيعات على مجموعة من العملاء

(١) التسويق الإلكتروني ، مبروك العديلي (ص ١٣) الناشر: دار أمجد للنشر والتوزيع ٢٠١٥م، الدور التسويق الإلكتروني في تغيير سلوك المستهلك في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من مجموعة بيع وشراء الأشياء الجديدة والمستعملة، إعداد الطالبة كوحل رانيا (ص ١٧)



المحتملين الحاليين بالإضافة إلى مجموعة أخرى قد تتحول إلى عملاء محتملين في المستقبل، كلما زاد عدد العملاء المحتملين زادت الإيرادات التي تحققها؛ لأن كل عميل محتمل يمثل فرصة لزيادة المبيعات، ولكن ليس كل عميل محتمل سيصبح عميلاً فعلياً، لذلك، نحتاج إلى عدد كبير من العملاء المحتملين لتحقيق العدد المطلوب من العملاء الفعليين.

٣- **زيادة حركة المرور على الموقع:** أصبح من الضروري بناء موقع إلكتروني قوي وزيادة حركة المرور عليه لتحقيق النجاح في أهداف التسويق الإلكتروني.

٤- **زيادة الإيرادات:** الهدف الأساس من الحملات التسويقية كان زيادة الإيرادات وهو ما يجعله ثاني أهم هدف بعد زيادة الوعي يساهم التسويق بشكل كبير في زيادة الإيرادات من خلال استهداف الجمهور في مختلف مراحل المبيعات^(١).

الفرع الرابع: آليات التسويق الإلكتروني:

يساعد التسويق الإلكتروني الشركات والمشاريع على مواكبة التغيرات السريعة التي تطرأ في مجال الأعمال، بدءاً من أصغر محل للبيع وصولاً للشركات العظمى في السوق؛ إذ يقوم التسويق الإلكتروني بدور الدعامة لجميع أركان العمل، وهو طريقة لنشر المنتجات والخدمات المقدمة عبر قنوات التوزيع الإلكترونية المتاحة، ويشمل:

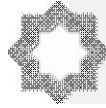
أولاً: التسويق عبر المواقع الإلكترونية: يُمثل التسويق عبر المواقع الإلكترونية استراتيجية تهتم بجذب المستخدمين المهتمين بمنتجات أو خدمات الشركة عن طريق الموقع الإلكتروني؛ إذ إنَّ زيادة زيارة المستخدمين للموقع تعني زيادة احتمالية عرض المنتجات والخدمات والحصول على عملاء جدد.

ثانياً: التسويق عبر صفحات التصدير Landing Pages: تُعرّف صفحات التصدير على أنها المواقع التي يصل إليها المستخدم بعد النقر على رابط معين، وهي صفحة

(١) مقال بعنوان: إليك أهم ٩ أهداف للتسويق الإلكتروني ٢٠٢٥ - فيرست ماركيتس،

<https://firstmarkets.com>

التسويق الإلكتروني، د/ يوسف أحمد أبو فارة (ص ١٤٢) دار وائل للنشر، الأردن، ٢٠٠٤م.



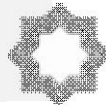
مستقلة عن صفحة الموقع الرئيسة بحيث تكون مصممة خصيصاً لغايات تسويقية، ويمكن لهذه الصفحات أن تقود العميل المحتمل لصفحات أخرى مثل الموقع الإلكتروني الرسمي حتى يسجل معلومات الاتصال الخاصة به، أو قد توفر في نفس الصفحة خدمات مجانية مقابل معلومات الاتصال للعميل المحتمل، وذلك مثل: توفير كتاب إلكتروني، أو التسجيل في تجربة مجانية.

ثالثاً: التسويق بالتعاون مع المدونين والمشاهير: تعني هذه الطريقة التسويق بالاعتماد على مدونين الإنترنت ومشاهير مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لعلامة تجارية ونشرها بين متابعيهم، والمساعدة على تحويلهم لعملاء جدد فقط عن طريق نشر المحتوى ومشاركة تجربتهم بما يخص المنتج أو الخدمة.

رابعاً: التسويق عبر البريد الإلكتروني: يستخدم التسويق عبر البريد الإلكتروني لترويج المنتجات والخدمات جنباً إلى جنب مع كسب ثقة وولاء العملاء، ويعمل عن طريق إبقاء العملاء على دراية بمستجدات العمل وما يُطرح بالسوق من جديد، وإعلامهم بالخصومات وأي خدمات أخرى، ويعمل أيضاً على بناء العلامة التجارية وزيادة الوعي بها بين العملاء.

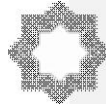
خامساً: التسويق عبر المدونات: ظهرت المدونات في بداية التسعينات، وفيها نشر الناس يومياتهم وأخبارهم على شبكة الإنترنت، ومع نجاح ونمو هذه الأداة لاحظ رائدو الأعمال إمكانية استخدامها لتسويق الأعمال التجارية والمشاريع الصغيرة، بالإضافة لاستغلال هذه الأداة في إرسال آخر الأخبار والتطورات التي تخص المنتجات والخدمات للعملاء، وكوسيلة لبدء مشاريع جديدة، وفي الوقت الحالي تستفيد جميع الشركات من التدوين عبر الإنترنت **Blogging**.

سادساً: التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي: يعني مصطلح التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي SMM استخدام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعية لتسويق منتجات وخدمات شركة أو مشروع ما، ويكون ذلك عبر نشر المحتوى المكتوب أو المرئي أو كليهما معاً عبر هذه المنصات عن طريق توفير طرق للتواصل والتفاعل المباشر مع العملاء السابقين بالإضافة لإتاحة إمكانية الوصول لعملاء جدد، بحيث تتيح مواقع التواصل



الاجتماعي التسويق عبرها من خلال أدوات خاصة تستخدم لتحليل سلوك المستخدمين وتقدير مدى نجاح حملات التسويق في إقناعهم بالمنتج أو الخدمة^(١).

(١) مقال بعنوان: أنواع التسويق ما هي آلية التسويق الإلكتروني؟، <https://altaswieq.com>



المطلب الثاني: في ماهية وسائل التواصل الاجتماعي:

ويشتمل على فروع:

الفرع الأول: تعريف وسائل التواصل الاجتماعي.

هي: منصات تكنولوجية تتيح للأفراد والشركات التواصل والتفاعل عبر الإنترنت، تعتمد هذه المنصات على وجود اتصال بالإنترنت وأجهزة مثل الهواتف الذكية أو الحواسيب، من خلالها يمكن مشاركة المعلومات والأفكار بسهولة ونشر محتوى مثل النصوص والصور والفيديوهات.

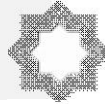
تتيح السوشيا ميديا للمستخدمين التفاعل من خلال الإعجابات والتعليقات والمشاركات، كما تعد أداة فعالة للتسويق والترويج، إذ يمكن للشركات التواصل مع جمهورها، وتعزيز هوية العلامة التجارية، وزيادة الوعي بمنتجاتها وخدماتها بشكل إبداعي، وبعد أن تعرفنا على ماهي السوشيا ميديا سوف نتعرف على أشهر مواقع التواصل الاجتماعي^(١).

الفرع الثاني: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي تتيح لنا البقاء على اتصال مع العالم ومشاركة أفكارنا وتجاربنا بسهولة، في العصر الرقمي الحالي هناك مجموعة متنوعة من هذه المنصات كل منها يلبي احتياجات واهتمامات معينة، إليك نظرة على بعض أبرز مواقع التواصل الاجتماعي أو أبرز أنواع السوشيا ميديا:

١. **التسويق عبر فيسبوك Facebook**: تحتاج كل الشركات والأعمال للتواجد على فيسبوك واستخدامه في استراتيجيات التسويق بشكل ضروري؛ فقد تغير مجال التسويق كثيراً بعد ظهور فيسبوك على الساحة، ويمثل فيسبوك أكبر شبكة اجتماعية على الإنترنت،

(١) مقال بعنوان: ماهي السوشيا ميديا؟ أهميتها وأنواعها وكيفية استخدامها، <https://orgwani.com> التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تأليف/ ليندا كولز ، ترجمة د/ أحمد المغربي (ص ١٣)، الناشر/ دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م.



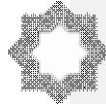
ويسهم في التسويق للشركات عبر الأدوات التي يوفرها، مثل: تصوير فيديوهات بخاصية ٣٦٠ درجة، ويستخدم فيسبوك العديد من الناس حول العالم فقد وصلت نسبتهم إلى ٢٠٪ من سكان العالم، وهذا يعني إمكانية الوصول لأكبر عدد من المستخدمين ونشر الوعي بالمنتجات والخدمات المختلفة عن طريق وسائل الترويج المختلفة مثل: الإعلانات المدفوعة ونشر المحتوى المكتوب والمرئي.

٢. **التسويق عبر إنستجرام Instagram:** يتيح موقع إنستجرام بناء العلامة التجارية للعمل وإطلاق منتجات جديدة عبره، ويربط المستخدمين بالعمل على مستوى شخصي وأقل رسمية، كما تمثل هذه المنصة قناة تسويق فعالة لرائدي الأعمال والمبتكرين الذين يبحثون عن طرق زيادة متابعين دون دفع تكلفة كبيرة.

٣. **التسويق عبر تيك توك TikTok:** يستخدم تطبيق تيك توك ملايين المستخدمين في العالم، ويتفوق بذلك على لينكد إن وتويتر وسناب شات وبينترست، ويميل المسوقون لهذه الشبكة الاجتماعية لأنها تتيح إبراز مهارات التسويق الإبداعية وتتيح الوصول إلى شريحة كبيرة من العملاء المستهدفين.

٤. **التسويق عبر تويتر Twitter:** يستخدم موقع تويتر أكثر من ١٤٥ مليون مستخدم نشط؛ لذا يجب أن تتضمن حملات التسويق الإلكتروني استخدامه في الترويج للمنتجات والخدمات وكسب العملاء وجني الأرباح، مع الحرص على فهم كيفية عمل هذه المنصة بشكل صحيح ووضع خطة فعالة قبل الشروع بالتسويق عبر تويتر، ومراعاة: تحديد الفئة المستهدفة. الالتزام بخطة العمل. الالتزام بمواعيد النشر. إكمال إعداد الملف الشخصي. تحليل سلوك المنافسين على المنصة.

٥. **التسويق عبر سنابشات Snapchat:** أطلقت منصة سنابشات عام ٢٠١١، وهي منصة تسمح بمشاركة صور وفيديوهات تختفي بعد ٢٤ ساعة من نشرها، وتتيح إرسال رسائل تختفي بمجرد قراءتها من المرسل إليه، ومع أنه يتيح إنشاء حسابات خاصة للأعمال Snapchat for Business إلا أنه الأقل فعالية بين باقي الوسائل؛ نظراً لأنه يُتاح للاستخدام فقط عبر الهواتف، بالإضافة إلى أن أغلب مستخدميه دون الـ ٣٤ من العمر.



٦. **التسويق عبر بينترست Pinterest**: يُتيح موقع بينترست إنشاء حساب خاص للأعمال **Pinterest for Business**، ويمكن من خلاله نشر الصور والفيديوهات الترويجية، واستخدام أدوات التحليل المتاحة مثل: أداة التحليل المرئي، ونشر الإعلانات المرئية المدفوعة.

٧. **التسويق عبر YouTube**: يتيح يوتيوب التسويق والترويج للأعمال عبر تحميل الفيديوهات المتعلقة بمنتجات أو خدمات الشركة على قناة الشركة نفسها أو عبر نشر الإعلانات المدفوعة **YouTube Ads**، ويسهل يوتيوب الوصول لشريحة واسعة من المستخدمين^(١).

الفرع الثالث: حكم التسويق الإلكتروني.

التسويق تعتبره عدّة أحكام بحسب السلعة المُسوَّق لها أو المنفعة المُسوَّق لها، فلذلك ينقسم حكم التسويق إلى عدّة أنواع:

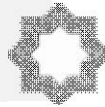
النوع الأول: التسويق المباح وهو الذي يكون فيما لا ضرر فيه ولم ينه الشارع عنه، وقد ورد معنى التسويق في نصوص بعض الأحاديث بلفظ السمسرة، ومن ذلك ما ورد عن قيس بن أبي غرزة، قال: كُنَّا فِي عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نُسَمِّي السَّمَايَةَ فَمَرَّ بِنَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَسَمَّانَا بِاسْمٍ هُوَ أَحْسَنُ مِنْهُ، فَقَالَ: «يَا مَعْشَرَ التُّجَّارِ، إِنَّ الْبَيْعَ يَحْضُرُهُ اللَّغْوُ وَالْحَلْفُ، فَشُوبُوهُ بِالصَّدَقَةِ»^(٢).

جاء في فتح الباري: "قَوْلُهُ: "لَا يَكُونُ لَهُ سِمَسَارًا" بِمُهِمَلَيْنِ هُوَ فِي الْأَصْلِ الْقِيمُ بِالْأَمْرِ وَالْحَافِظُ لَهُ ثُمَّ اسْتَعْمِلَ فِي مُتَوَلَّى الْبَيْعِ وَالشَّرَاءِ لِغَيْرِهِ"^(٣).

(١) مقال بعنوان: ما هي السوشيال ميديا؟ أهميتها وأنواعها وكيفية استخدامها، <https://orgwani.com> ومقال بعنوان: أنواع التسويق ما هي آلية التسويق الإلكتروني؟، <https://altaswieq.com>

(٢) أخرجه أبو داود - كتاب البيوع - باب في التجارة يخالطها الحلف واللغو، برقم (٣٣٢٦) ٣/ ٢٤٢

(٣) فتح الباري: لابن حجر (٤/ ٣٧١) الناشر: دار المعرفة-بيروت، ١٣٧٩هـ، عمدة القاري: للعيني (١١/ ٢٨٢) الناشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت.



فالنَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ شهد على عمل السَّامِسة ولم ينههم عنه بل أقرهم على عملهم وأمرهم بأن يخلطوا عملهم بالصدقة لتكون كفارة لما يجرى بينهم من الحلف والكذب وغيره. فالسمسة جائزة، والأجر الذي يأخذه السمسار حلال؛ لأنه أجر على عمل وجهد معقول، لكن بشرط أن يصدق وينصح للبائع والمشتري، وقد روي عَنْ تَمِيمِ الدَّارِيِّ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: «الدِّينُ النَّصِيحَةُ» قُلْنَا: لِمَنْ؟ قَالَ: «لِللَّهِ وَلِكِتَابِهِ وَلِرَسُولِهِ وَلِأَيِّمَةِ الْمُسْلِمِينَ وَعَامَّتِهِمْ»^(١)، فالتسويق فيه نصح للمشتري لشراء ما يحتاج.

النوع الثاني: التسويق المحرم وهو التسويق لما يكون فيه ضرر على المشتري، أو لما فيه أمر منهي عنه من الشرع أو لما يفضي إلى المحرم.

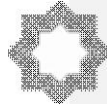
مثاله: التسويق للشركات التي تبيع الدخان، أو الشركات التي تبيع الخمر، أو الشركات التي تبيع منتجات كثيرة من بينها الخمر.

القسم الثالث: التسويق المندوب وهو فيما تكون الحاجة إليه ماسة، ويتنفع الناس بهذا التسويق، أو يكون التسويق إلى أمور الخير والبر^(٢).

(١) أخرجه مسلم - كتاب الإيمان - باب بيان أن الدين النصيحة، برقم (٥٥) ١/ ٧٤

(٢) أخلاقيات التسويق الإسلامي، د. رفيف بنت نبيل هاشم أمير (ص ٩٤٤) مجلة كلية الشريعة والقانون

بتفهننا الأشراف - دقهلية، العدد السادس والعشرون لسنة ٢٠٢٣م " الجزء الأول "



المطلب الثالث:

التسويق بالعمولة (Affiliate Marketing).

ويشتمل على فروع:

الفرع الأول:

تعريف التسويق بالعمولة (Affiliate Marketing).

كلمة "أفيليت ماركيٲينج" هي كلمة إنجليزية مكونة من كلمتين:

- "Affiliate" وتعني "شريك" أو "متعاون".

- "Marketing" وتعني "تسويق".

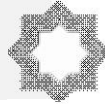
تعني "تسويق بالعمولة" أو "تسويق بالشراكة"، وتعرف بأنها: نموذج تسويقي يعتمد على التعاون بين الشركات والمسوقين أو الوكلاء لتعزيز المنتجات أو الخدمات، حيث يحصل المسوقون أو الوكلاء على عمولة عند إتمام عملية بيع أو شراء ناجحة. لذا، يمكن ترجمة كلمة "أفيليت ماركيٲينج" إلى العربية بأنها "تسويق بالشراكة" أو "تسويق بالعمولة".

Affiliate Marketing هو: أحد طرق التجارة الإلكترونية المعتمدة على تحقيق أرباح من المبيعات المحققة من قبل المسوقين أو المروجين بالاعتماد على مواقعهم أو المتاجر الإلكترونية أو المدونات لجذب الزيارات واستعراض المنتجات ومن ثم تحقيق مبيعات^(١).

أو هو: عملية الربط بين التاجر والزبون عن طريق المسوق. إذ يعرض المسوق سلعة التاجر على الزبون بطريقته الخاصة سواء عن طريق مقال، أو فيديو يشرح ويفصل فيه عن السلع وفوائدها، وعندما يقتنع الزبون بالسلعة ويشتريها، يربح المسوق عمولة من التاجر على مساعدته في بيع السلعة.

مثال على Affiliate Marketing:

(١) مقال بعنوان: التسويق بالعمولة للمبتدئين دليل التسويق (شرح متكامل)

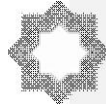


- تصنع إحدى الشركات مجموعة واسعة من سماعات الهاتف وتبيعها عن طريق موقعها الإلكتروني أو في متاجرها.
- يقوم الشخص الراغب في العمل بوصفه مسوقاً بالاتفاق مع الشركة على أن كل زبون يشتري السماعة عن طريق المحتوى الذي سيقدمه المسوق (فيديو أو مقال)، بتقاضي نسبة عمولة من الشركة بعد إتمام عملية الشراء.
- يقوم الشخص المسوق بعمل فيديو أو مقال يشرح فيه ويوضح لماذا أعجب بهذه السماعة (١).



(١) مقال بعنوان: التسويق بالعمولة للمبتدئين دليل التسويق (شرح متكامل)

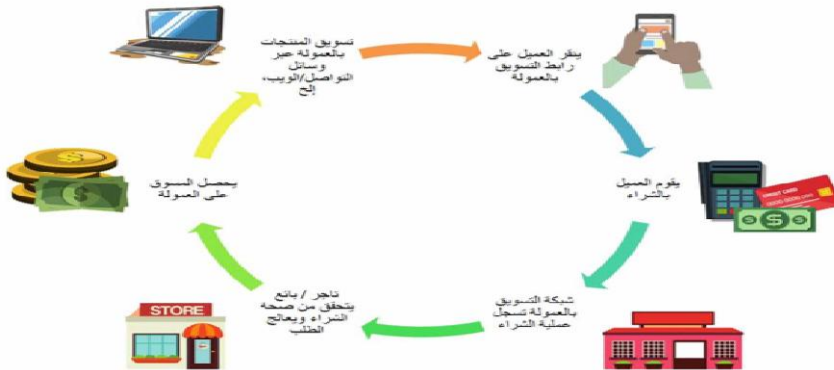
[/https://webwiner.com/affiliate-marketing-for-beginners](https://webwiner.com/affiliate-marketing-for-beginners)



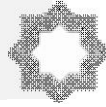
الفرع الثاني:

كيفية عمل الأفلييت ماركيٲنج

١. الانضمام إلى برنامج تسويق بالعمولة: يمكنك العثور على العديد من برامج التسويق بالعمولة على الإنترنت التي تقدم منتجات وخدمات ترغب في الترويج لها.
٢. التسجيل في برامج التسويق بالعمولة والحصول على رابط تابع يمكنك استخدامه لجذب العملاء.
٣. نشر رابط التابع الخاص بك: عندما تكون قد انضمت إلى برنامج تسويق بالعمولة، ستحصل على رابط تابع خاص بك، يمكنك نشر هذا الرابط في موقع الويب الخاص بك أو على وسائل التواصل الاجتماعي لجذب العملاء.
٤. جذب العملاء: يجب عليك إنشاء محتوى يجذب العملاء إلى الرابط التابع الخاص بك، يمكنك القيام بذلك عن طريق إنشاء مقالات أو مدونات أو إنشاء فيديوهات توضيحية عن المنتجات أو الخدمات التي تروج لها.
٥. الحصول على العمولة: ستلقى عمولة عندما يتم شراء منتج أو خدمة عن طريق الرابط التابع الخاص بك، يتم تحديد نسبة العمولة وفقاً للاتفاق بين المٌسوق وبين برنامج التسويق بالعمولة^(١).



(١) مقال بعنوان: دليلك الشامل للتعرف علي التسويق بالعمولة Affiliate Marketing ، cart.net



الفرع الثالث: أنواع الأفلييت ماركيٲنج

تنقسم أنواع الأفلييت ماركيٲنج قسمين:

١ - التسويق بالعمولة المنفصل .

٢ - التسويق بالعمولة المتصل .

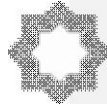
أولاً: التسويق بالعمولة المنفصل (Unattached Affiliate Marketing)

هو: نوع من التسويق عبر الإنترنت فيقوم المسوق بالإعلان عن منتجات أو خدمات غير مرتبطة بعمله، أو موقعه، أو مدونته، ليس من الضروري أن يكون قد جرب المنتجات أو الخدمات أو يعرف عنها شيئاً، أو حتى يستخدمها، في هذا النوع يكون المسوق وسيطاً بين البائع والمشتري، ويأخذ عمولة على كل عملية بيع تتم من خلال رابط الإحالة الخاص به.

ثانياً: التسويق بالعمولة المتصل Related Affiliate Marketing

في هذا النوع من التسويق، يقوم المسوق بالترويج لمنتجات أو خدمات متعلقة بمجاله أو عمله بوصفه مُسوّقاً، ويكون لديه حضور على الإنترنت (مثل مدونة أو موقع ويب أو حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي) في مجال قريب من المنتجات التي يروج لها، يكون لديه علاقة شخصية بالمنتجات؛ ربما يكون قد جرب هذه المنتجات أو الخدمات بنفسه، أو لديه علاقة مع الشركات التي تقدمها، هذا النوع من التسويق يجعل العمل أسهل؛ لأن الجمهور بالفعل لديه معرفة بشغل المسوق ويثق في رأيه، مما يزيد من احتمالية شراء المنتجات من خلال الروابط الموجودة في المحتوى الذي يقدمه^(١).

(١) مقال بعنوان: اكتشف أساسيات التسويق بالعمولة وزيادة دخلك، بقلم محمد حجازي



الفرع الرابع: أهمية الأفلييت ماركيتنج

يعد التسويق بالعمولة من الأدوات الفعالة في تحقيق الأهداف التسويقية للشركات، وذلك للعديد من الأسباب، منها:

١. **توفير التكاليف:** إذ يمكن للشركات توفير التكاليف اللازمة لإنشاء قنوات التسويق الخاصة بهم، وذلك عن طريق الاستفادة من مجتمع المسوقين بالعمولة الذي يعمل على ترويج المنتجات والخدمات المختلفة بدلاً من إنشاء قنوات تسويقية خاصة بهم.

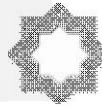
٢. **زيادة المبيعات:** فيمكن للشركات زيادة المبيعات الخاصة بهم من خلال توفير حافز للمسوقين بالعمولة عند تحقيق المبيعات، مما يشجعهم على الترويج للمنتجات والخدمات بشكل أكبر.

٣. **زيادة الوعي بالعلامة التجارية:** إذ يمكن للشركات زيادة الوعي بالعلامة التجارية الخاصة بهم من خلال ترويجها على نطاق واسع من خلال مجتمع المسوقين بالعمولة، وذلك عن طريق إدارة حملات التسويق الرقمي وترويج العروض الخاصة والحملات الإعلانية الأخرى.

٤. **تعزيز العلاقات مع المسوقين:** فيمكن للشركات تعزيز العلاقات مع مجتمع المسوقين بالعمولة من خلال توفير الدعم اللازم والتدريب والتوجيه الإرشادي اللازم لهم، مما يساعدهم على تحسين كفاءتهم وزيادة مدخولهم.

٥. **التحكم في الميزانية:** إذ يمكن للشركات التحكم في الميزانية التي يخصصونها لحملات التسويق عن طريق تحديد نسبة العمولة المتاحة للمسوقين بالعمولة، وذلك بحسب الأهداف التسويقية وميزانية التسويق^(١).

(١) مقال بعنوان: دليلك الشامل للتعرف علي التسويق بالعمولة Affiliate Marketing cart.net



الفرع الخامس:

Affiliate Marketing عيوب الأفلييت ماركتنج

يوجد بعض العيوب في الأفلييت ماركتنج ولكن من الممكن أن يتم إصلاحها، ومن هذه العيوب :

- ١- المكسب يكون في الأفلييت ماركتنج على شكل عمولة ثابتة، وذلك يدل أنك مهما اكتسبت خبرة سوف تظل عمولتك ثابتة.
- ٢- قد تتأخر عليك المدفوعات في بعض الأحيان، على الرغم من أنك سوف تتسلم المدفوعات في أول كل شهر.
- ٣- في بعض الأحيان يتم التلاعب في روابط التتبع، وذلك من أجل تقليل العمولات التي تحصل عليها.
- ٤- على الرغم من قيامك بعملية التسويق وجلب مشتريين، فإنك في الواقع لا تمتلك مخزوناً من هذا المنتج على أرض الواقع، ولا تعلم متى سوف يصلك المنتج.
- ٥- يسهل على المشتريين الدخول على رابط الدخول لشراء المنتجات، وبالتالي يخلق ذلك منافسة شرسة، وبالتالي يقلل من حصولك على العمولة.
- ٦- لا يوجد في الأفلييت ماركتنج Affiliate Marketing ضمان لحفظ حَقك في العمولات التي يجب أن تحصل عليها من جلبك للعملاء، على الرغم من أنك أنت الذي سوف تقوم بجذب هؤلاء العملاء^(١).

الفرع السادس:

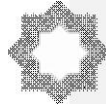
الأطراف الرئيسية في الأفلييت ماركتنج .

يتضمن الأفلييت ماركتنج أربعة أطراف رئيسة:

١- البائعون (Sellers)

البائعون: هم صُنَاع المُنتَج، أو مقدمو الخدمة الذين يروج لهم المسوقون، وهم الذين يدفعون عمولة للمُسوق على كل عملية بيع تتم من خلال رابطها أو كودها، البائعون يمكن

(١) كتاب التسويق بالعمولة، عبد الله الفوزان، منشور على الانترنت، مقال بعنوان: الفرق بين الدروب



أن يكونوا أفرادًا، أو شركات، ويمكن أن يستخدموا وكالة تسويق متخصصة لإدارة وتشغيل البرامج التابعة لهم.

٢ - المسوقون (Affiliates)

المسوقون: أفراد، أو شركات يقومون بالدعاية لمنتجات، أو خدمات شركات أخرى للحصول على جزء من الأرباح.

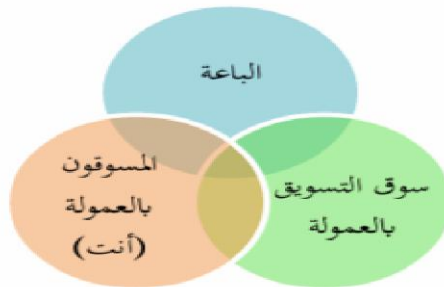
على سبيل المثال: إذا كان لديك مدونة عن الطبخ، يمكنك وضع رابط لشراء كتاب طبخ من أمازون، إذا قام أحد قراء مدونتك بالنقر على الرابط وشراء الكتاب، ستحصل على نسبة من سعر البيع بوصفه عمولة، هذا هو مفهوم التسويق بالعمولة.

ويستخدم المسوق طرقًا متنوعة لزيادة عدد الزيارات إلى المحتوى الذي يقدمه بهدف تحفيز العميل على الشراء أو تسجيل بياناته، يمكن أن يتضمن ذلك إنشاء محتوى مفيد مثل: منشورات المدونات أو الفيديوهات أو الصور التي تشرح للعملاء كيفية استفادتهم من المنتج أو الخدمة.

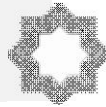
٣ - المستهلكون (Consumers)

المستهلكون: هم الذين يشترون المنتج أو الخدمة عبر الروابط الخاصة بالمسوقين. بعد ذلك، يقوم البائع بتسليم المنتج أو تقديم الخدمة للعميل ويرسل العمولة للمسوق. يتابع البائع مع العميل للتأكد من مدى الرضا عن المنتج. في النهاية، يكون لدى البائع والمسوق القدرة على تقييم أداء البرنامج التابع وتحسينه^(١).

الأطراف المشاركة في التسويق بالعمولة:



(١) مقال بعنوان: التسويق بالعمولة للمبتدئين دليل التسويق (شرح متكامل)



المبحث الثاني:

في التكييف الفقهي للأفلييت ماركيتينج

من خلال الوصف السابق لعملية التسويق الإلكتروني، نجد أن السوق بالعمولة هو ما جاء ذكره في كتب الفقهاء باسم "السمسار"، وأن ما يقوم به من تسويق للمنتجات مقابل عمولة يتقاضاها إنما هو عبارة عن عملية "سمسرة إلكترونية"، وهذا ما نتناوله بشيء من التفصيل:

المطلب الأول:

في ماهية السمسرة

ويشتمل على فروع:

الفرع الأول:

تعريف السمسار.

السمسار لغة: هو الذي يبيع البُرَّ للنَّاسِ. اللَّيْثُ: السَّمْسَارُ فَارِسِيَّةٌ مَعْرَبَةٌ، وَالْجُمُعُ السَّمَايِرَةُ^(١).

السمسار في الاصطلاح: اسْمٌ لِمَنْ يَعْمَلُ لِلْغَيْرِ بِالْأَجْرِ بَيْعًا وَشِرَاءً^(٢).

وقيل: هُوَ الْمُتَوَسِّطُ بَيْنَ الْبَائِعِ وَالْمُشْتَرِي بِأَجْرِ مَنْ غَيْرِ أَنْ يُسْتَأْجَرَ^(٣).

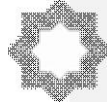
وأما السمسرة الإلكترونية: فهي عقد نظير عمولة معينة، بمقتضاه يلتزم وسيط تجاري ببيع سلعة أو منفعة لأحد العملاء أو إقناع طرف بالتعاقد مع هذا العميل عن طريق الأجهزة الإلكترونية^(٤).

(١) العين: للخليل الفراهيدي (٧/ ٣٤٤) الناشر: دار ومكتبة الهلال، لسان العرب: لابن منظور (٤/ ٣٨٠) الناشر: دار صادر - بيروت، الطبعة: الثالثة - ١٤١٤ هـ.

(٢) المبسوط: للسرخسي (١٥/ ١١٥) الناشر: دار المعرفة - بيروت، بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٤١٤ هـ - ١٩٩٣ م.

(٣) حاشية ابن عابدين (٥/ ٦٥٦) الناشر: دار الفكر - بيروت، الطبعة: الثانية، ١٤١٢ هـ - ١٩٩٢ م.

(٤) الأحكام الفقهية المتعلقة بالجهالة في السمسرة الإلكترونية - دراسة تطبيقية، د/ إبراهيم بن صالح بن إبراهيم التَّئَم (ص ١٩٣٠) بحث منشور بمجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية العدد التاسع والثلاثون الإصدار الرابع (ديسمبر) ٢٠٢٣ م.



الفرع الثاني: أركان السمسرة

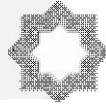
- لا تتضح حقيقة السمسرة إلا ببيان أركانها، إذ هي أجزاءها الذاتية التي تتكون منها، وأركانها التي لا يتحقق وجود السمسرة بدونها ثلاثة:
- ١ - المتعاقدان: هما طالب السمسرة، والسمسار.
 - ٢ - ومحل التعاقد: هو العمل الذي طلب من السمسار إنجازه، والأجرة.
 - ٣ - والعمل: وهو كل ما يجوز الاستئجار عليه ولكن لا يشترط كونه معلوماً.
 - ٤ - والصيغة: هي الألفاظ وما يقوم مقامها مما يدل على الرضا على التعاقد بالسمسرة^(١).

الفرع الثالث: أهمية السمسرة.

السمسرة من أهم عقود الوساطة، وهي الأكثر تأثيراً في حياة الناس العملية، وذلك لاحتياج الناس المتزايد إلى ما يقدمه السماسرة من خدمات وخبرات في كافة المجالات، وقدرة على التفاوض والإقناع، مثل: بيع العقارات، وبيع البضائع، وتأجير الشقق، وغير ذلك من الأعمال، فكثير من الناس ليس لهم دراية بفنون البيع والشراء وليس لهم معرفة بأي طريق من طرق المساومة أو الوصول إلى بيع وشراء ما يبتغونه مما يحتاجون إليه، وكم من أشخاص لا تسمح مراكزهم الأدبية والاجتماعية بالنزول إلى الأسواق والاتصال بالبائعين ولا يجدون من يقوم لهم بهذه العملية لوجه الله تعالى، ومن هنا كانت السمسرة عملاً شرعياً نافعاً للبائع وللمشتري وللسمسار، ويحتاج إليه ككل عمل آخر يحتاج إليه الناس وينفعهم وليس فيه ما يوجب التحريم.

وإذا كان الالتجاء إلى خدمات السماسرة قد ازداد في العصر الحاضر وانتشر في معظم مجالات الحياة، فإن مهنة السمسرة لم تكن وليدة اليوم أو الأمس القريب، فقد جاء في كتب

(١) بلغة السالك: للصاوي (٢/ ٢٩٢) الناشر: مكتبة مصطفى البابي الحلبي، عام النشر: ١٣٧٢ هـ - ١٩٥٢ م، المجموع: للنووي (١٥/ ١١٦) الناشر: دار الفكر، الوسيط في المذهب: للغزالي (٤/ ٢١٠) الناشر: دار السلام - القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٤١٧ هـ،

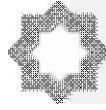


الأحاديث النبوية الشريفة ما يدل على أن مهنة السمسرة كانت معروفة في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم بهذا العنوان نفسه سمسرة وسماسرة " ومن ذلك الحديث الذي رواه قَيْسُ بْنُ أَبِي غَرْزَةَ، قَالَ: كُنَّا فِي عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نُسَمِّي السَّمَايِرَةَ فَمَرَّ بِنَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَسَمَّانَا بِاسْمٍ هُوَ أَحْسَنُ مِنْهُ، فَقَالَ: «يَا مَعْشَرَ التُّجَّارِ، إِنَّ الْبَيْعَ يَحْضُرُهُ اللَّغْوُ وَالْحَلْفُ، فَشُوبُوهُ بِالصَّدَقَةِ»^(١).

ووجه الدلالة من الحديث: أن النبي صلى الله عليه وسلم شهد عمل السماسرة ولم ينههم عنه بل أقرهم على عملهم، لكن بأن يشوبوا أي عملهم بالصدقة ؛ ليكون كفارة لما يجرى بينهم من الحلف والكذب يخلطوا وغيره^(٢).

(١) سبق تخريجه.

(٢) أحكام السمسرة في الفقه الإسلامي، د/ خالد عبد الله الشعيب (ص ٢٧٣)، السمسرة وأحكامها في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي د/ يسري إبراهيم أبو سعدة (ص ٢٥٣-٢٥٤) بحث منشور في مجلة البحوث الفقهية والقانونية، كلية الشريعة والقانون بدمنهور، المجلد ٣، العدد ٣، ١٩٨٧م.



المطلب الثاني: التكييف الفقهي للسَّمسرة

السَّمسرة هي عملٌ أو نشاطٌ تجاري يقوم به السَّمسار بقصد الحصول على أجرٍ، هذا الأجر يدفعه المستفيد، ومن هنا لا بُدَّ من علاقة تعاقدية بين السَّمسار، وبين المستفيد.

وبإمعان النظر في كلام الفقهاء يتبين أنهم اختلفوا في تكييف عقد السَّمسرة إلى قولين:

القول الأول: ذهب الحنفية، والشافعية، والحنابلة إلى أنَّ السَّمسرة من قبيل الإجارة^(١).

القول الثاني: ذهب المالكية إلى أنَّ السَّمسرة من قبيل الجعالة^(٢).

أمَّا تكييف الأفلييت ماركتينج على أنَّه من قبيل الإجارة فغير صحيحٍ، لعدة أسباب، منها:

١- أن الإجارة عقدٌ لازمٌ، والجعالة عقد جائزٌ^(٣).

٢- يشترط في الإجارة تعيين العامل، فلا تصح الإجارة مع جهالة شخص الأجير، وأمَّا العامل في الجعالة فيجوز أن يكون شخصاً معيناً وجماعة، ويجوز أن لا يكون معيناً، كان يقول: من رد مالي فله كذا.

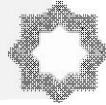
٣- في الإجارة يشترط أن يكون العمل معلوماً، بخلاف الجعالة فلا يشترط لصحتها العلم بالعمل المجاعل عليه، فما لا تجوز الإجارة عليه من الأعمال لكونه مجهولاً، تجوز الجعالة عليه للحاجة، وما جازت الإجارة عليه، جازت الجعالة أيضاً على الصحيح^(٤).

(١) المبسوط للسرخسي (١٥ / ١١٥) نهاية المحتاج: للملي (٥ / ٢٧٠) الناشر: دار الفكر، بيروت، الطبعة: الأخيرة - ١٤٠٤هـ / ١٩٨٤م، المغني لابن قدامة (٥ / ٣٤٥) الناشر: مكتبة القاهرة، بدون طبعة، كشاف القناع: للبهوتي (٤ / ١١) الناشر: دار الكتب العلمية.

(٢) جاء في المدونة "في جعل السَّمسار قُلْتُ: أَرَأَيْتَ هَلْ يَجُوزُ أَجْرُ السَّمسارِ فِي قَوْلِ مَالِكٍ؟ قَالَ: نَعَمْ سَأَلْتُ مَالِكًا عَنِ الْبُرْزَانِ يَدْفَعُ إِلَيْهِ الرَّجُلُ الْمَالَ يَشْتَرِي لَهُ بِهِ بَرًّا وَيَجْعَلُ لَهُ فِي كُلِّ مِائَةِ يَشْتَرِي لَهُ بِهَا بَرًّا ثَلَاثَةَ دَنَانِيرٍ؟ فَقَالَ: لَا بَأْسَ بِذَلِكَ. فَقُلْتُ: أَمِنْ الْجُعْلِ هَذَا أَمْ مِنْ الْإِجَارَةِ؟ قَالَ: هَذَا مِنَ الْجُعْلِ. وَقَالَ مَالِكٌ: وَمَتَى مَا شَاءَ أَنْ يَرُدَّ الْمَالَ وَلَا يَشْتَرِي بِهِ فَذَلِكَ لَهُ يَرُدُّهُ مَتَى مَا شَاءَ. قَالَ: فَإِنْ ضَاعَ الْمَالُ فَلَا شَيْءَ عَلَيْهِ. المدونة: للإمام مالك (٣ / ٤٦٦) الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٥هـ - ١٩٩٤م، التنبهات المستنبطة: للقاضي عياض (٣ / ١٢٠٣) الناشر: دار ابن حزم، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٣٢هـ - ٢٠١١م.

(٣) البيان: للعمرائي (٧ / ٤٠٧) الناشر: دار المنهاج - جدة، الطبعة: الأولى، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م

(٤) روضة الطالبين: للنووي (٥ / ٢٦٩) الناشر: المكتب الإسلامي، بيروت - دمشق - عمان، الطبعة: الثالثة، ١٤١٢هـ / ١٩٩١م



٤ - يشترط في الإجارة أن تكون مدة العمل معلومة، بخلاف الجعالة، فلا يشترط فيها معرفة مدة العمل.

٥ - لا يستحق العامل في الجعالة إلا بتمام العمل، خلافاً للإجارة فيستحق الأجر على قدر العمل إلا إذا شارطه على الإتمام.

٦ - عند السادة الشافعية لا يشترط قبول العامل في الجعالة، بخلاف الإجارة^(١).

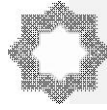
وعلى هذا فإن الذي يتفق مع تكييف الأفلييت ماركيٲنج إنما هو الجعالة، وذلك للأسباب التالية:

١ - توافق الأفلييت ماركيٲنج والجعالة من حيث الجواز واللزوم، فكلاهما عقد جائز، فكما يجوز للعامل في الجعالة أن يفسخ العقد في أي وقت شاء، فكذلك للمسوق بالعمولة أن يتوقف عن العمل متى شاء.

٢ - توافق الأفلييت ماركيٲنج والجعالة في وقت استحقاق الأجر، فالعامل في الجعالة لا يستحق الأجر إلا بعد إتمام العمل المتفق عليه، كذلك المسوق بالعمولة لا يستحق الأجر إلا بعد تنفيذ الشرط المتفق عليه بينه وبين المنتج وهو أن يقوم العميل الذي يجلبه المسوق بالشراء عن طريق اللينك الخاص بالمسوق، فإذا ما قام العميل بالشراء، يتم تسجيل عملية الشراء على اللينك، وبالتالي يستحق المسوق العمولة؛ لأنه وفي بالشرط المتفق عليه.

٣ - توافق التسويق بالعمولة، والجعالة في الصورة والأركان، فالجاعل هو المنتج (صاحب السلعة) والعامل هو المسوق بالعمولة، والعمل هو التسويق عن طريق عمل محتوى فيديو أو إعلان أو أية وسيلة أخرى، والصيغة وهي تكون من الجاعل وهي كون الجاعل أنزل السلعة على "الأفلييت" فهذا يعد منه إيجاباً، واشتراك المسوق في "الأفلييت" يعد قبولاً.

(١) الفروق للقرافي (٤ / ١٢) الناشر: عالم الكتب، بدون طبعة وبدون تاريخ، روضة الطالبين : للنووي (٥ / ٢٦٩) وما بعدها، النجم الوهاج: للدِّميري (٦ / ٩٣) الناشر: دار المنهاج (جدة)، الطبعة: الأولى، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م، تحفة المحتاج في شرح المنهاج: لابن حجر (٦ / ٣٦٨) الناشر: المكتبة التجارية الكبرى بمصر لصاحبها مصطفى محمد، بدون طبعة، عام النشر: ١٣٥٧ هـ - ١٩٨٣ م.



المطلب الثالث: حكم الجعالة

اختلف الفقهاء في حكم الجعالة على قولين:

القول الأول: ذهب المالكية^(١)، والشافعية^(٢)، والحنابلة^(٣) إلى أنَّ عقد الجعالة مباح

ومشروع.

القول الثاني: ذهب الحنفية إلى عدم جواز الجعالة إلا في صورة واحدة، وهي جعل

العبد الأبق^(٤).

الأدلة:

أدلة أصحاب القول الأول: استدلل الجمهور على أن الجعالة من العقود الجائزة،

والمشروعة بالكتاب، والسنة، والمعقول:

أما من الكتاب:

فبقوله تعالى: {قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ}^(٥).

(١) التفریع: لابن الجلاب (٢/ ١٥٢)، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م، المعونة: للقاضي (ص: ١١١٤)، الناشر: المكتبة التجارية، مصطفى أحمد الباز - مكة

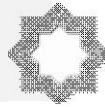
المكرمة، الشامل: لبهرام الدميري (٢/ ٨٠١) الناشر: مركز نجيبويه للمخطوطات وخدمة التراث، الطبعة: الأولى، ١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨ م.

(٢) المذهب: للشيرازي (٢/ ٢٧١) الناشر: دار الكتب العلمية، البيان: للعمراي (٧/ ٤٠٧) كفاية النبيه: لابن الرفعة (١١/ ٣٢٠) الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ٢٠٠٩ م.

(٣) الهداية للكلوذاني (ص: ٣٠١) الناشر: مؤسسة غراس للنشر والتوزيع، الطبعة: الأولى، ١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٤ م، الروض المربع: للبهوتي (ص: ٤٤٥) الناشر: دار المؤيد - مؤسسة الرسالة بدون طبعة، بدون تاريخ.

(٤) الهداية: للمرغيناني (٢/ ٤٢١) الناشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت - لبنان، البناية للعيني (٧/ ٣٤٦) الناشر: دار الكتب العلمية - بيروت، لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٠ م.

(٥) [يوسف: ٧٢]



وجه الدلالة: فقد جعلوا هنا جُعلاً لمن جاء بصواع الملك الذي فقدوه ادعاءً، هذا الجعل عبارة عن حمل بعير من الطعام، وهذا إن كان في زمن يوسف عليه السلام إلا أن شرع من قبلنا شرع لنا ما لم يرد ناسخ^(١).

نوقش هذا من وجهين:

الوجه الأول: أن شريعة من قبلنا من الأنبياء - عليهم السلام - لا تلزمنا، قال تعالى: {لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا}^(٢)، فالرسل السابقون لم يبعثوا إلينا، وإذ لم يبعثوا إلينا فلا يلزمنا شرع لم نؤمر به، وإنما يلزمنا الإيمان بأنهم رسل الله تعالى، وأن ما أتوا به لازم لمن بعثوا إليهم فقط^(٣).

الوجه الثاني: أن المحتجين بهذه الآية أول مخالفٍ لها؛ لأنهم لا يلزمون من قال: لمن جاءني بكذا حمل بعير الوفاء بما قال لأن هذا الحمل لا يدرى مم هو؟ أمّن اللؤلؤ، أو من ذهب، أو من رماد، أو من تراب؟ ولا أي البعران هو؟^(٤).

وأجيب عن هذا من وجوه:

الوجه الأول: قوله - سبحانه وتعالى - مخاطباً لنبينا - عليه السلام - {أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمْ أَفْتَدِهِ}^(٥) يعني أنبياء بني إسرائيل، وأمره له بالافتداء بهم يقتضي أن شرعهم شرع له قطعاً^(٦).

(١) أحكام القرآن لابن العربي (٣/ ٦٥) الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الثالثة، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م، ضوء الشموع: للأمر (٤/ ٣) الناشر: دار يوسف بن تاشفين - مكتبة الإمام مالك موريتانيا - نواكشوط، الطبعة: الأولى، ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م

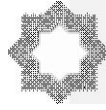
(٢) [المائدة: ٤٨]

(٣) المحلى بالآثار (٧/ ٣٥) الناشر: دار الفكر - بيروت: بدون طبعة وبدون تاريخ

(٤) المحلى بالآثار (٧/ ٣٥)

(٥) [الأنعام: ٩٠]

(٦) شرح مختصر الروضة: للطوفي (٣/ ١٧٠) الناشر: مؤسسة الرسالة، الطبعة: الأولى، ١٤٠٧ هـ /



الوجه الثاني: ليس تخلو شريعة ثانية من مخالفة لما قبلها بنوع نسخ لبعض فروعها؛ من تحريم مباح، أو إباحة محظور، أو إسقاط واجب، فلأجل ذلك الخلاف خصّها باسم: شرعة، وأضافها إلى من شرعت له، كما يقول القائل: لكل فقيه مذهب، وإن اتفقوا في بعض المسائل، واختلفوا في بعض^(١).

الوجه الثالث: أن مشاركتهم في بعض الأحكام لا يمنع من أن يكون لكل واحد منهم شرع يخالف شرع الآخر كما أن مشاركتهم في التوحيد لا تمنع أنفراد كل واحد منهم بشريعة تخالف شريعة غيره^(٢).

الوجه الرابع: أن قولهم: حمل البعير كان مجهولاً غير مسلم فقد كان حمل البعير عندهم معلوماً كالوسق^(٣).

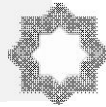
وأما من السنة:

١ - فما روي عن أبي سعيد رضي الله عنه، قال: انطلق نفر من أصحاب النبي صلى الله عليه وسلم في سفرة سافروها، حتى نزلوا على حي من أحياء العرب، فاستضافوهم فأبوا أن يضيئوهم، فلدغ سيد ذلك الحي، فسعوا له بكل شيء لا ينفعه شيء، فقال بعضهم: لو آتيتهم هؤلاء الرهط الذين نزلوا، لعلّه أن يكون عند بعضهم شيء، فأتوهم، فقالوا: يا أيها الرهط إن سيدنا لدغ، وسعينا له بكل شيء لا ينفعه، فهل عند أحد منكم من شيء؟ فقال بعضهم: نعم، والله إنني لأرقي، ولكن والله لقد استصفناكم فلم تضيئونا، فما أنا برقيق لكم حتى تجعلوا لنا جعلاً، فصالحوهم على قطيع من الغنم، فانطلق يتفل عليه، ويقرأ: الحمد لله رب العالمين فكانما نشط من عقال، فانطلق يمشي وما به قلبة، قال: فأوفوهم جعلهم الذي صالحوهم عليه، فقال بعضهم: افسموا، فقال الذي رقى: لا تفعلوا حتى نأتي النبي صلى الله عليه وسلم

(١) الواضح في أصول الفقه: لابن عقيل البغدادي (٤ / ١٨٣) الناشر: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٠ هـ - ١٩٩٩ م

(٢) التبصرة في أصول الفقه: للشيرازي (ص: ٢٨٦) الناشر: دار الفكر - دمشق، الطبعة: الأولى، ١٤٠٣ هـ.

(٣) كفاية النبيه: لابن الرفعة (١١ / ٣٢٠)



فَنَذْكُرْ لَهُ الَّذِي كَانَ، فَتَنْظُرُ مَا يَأْمُرُنَا، فَقَدِمُوا عَلَى رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَذَكَرُوا لَهُ، فَقَالَ: «وَمَا يُدْرِيكَ أَنَّهَا رُقِيَّةٌ»، ثُمَّ قَالَ: «قَدْ أَصَبْتُمْ، أَفْسِمُوا، وَاضْرِبُوا لِي مَعَكُمْ سَهْمًا»^(١).

وجه الدلالة من الحديث: فيه دليل على جواز الجعالة على ما ينتفع به المريض من دواء أو رقية، وسكوت النبي صلى الله عليه وسلم إقراراً منه بذلك، فتكون سائر الأعمال كذلك^(٢).

نوقش هذا: بأن فيه نظراً؛ لجواز كون إقراره صلى الله عليه وسلم إياهم على ذلك لاستحقاقهم إياه بالضيافة فأجاز لهم استخلاص ذلك بالرقية، وهو رخصة اتفاقاً^(٣).
أجيب عليه: بأنه لا نظر فيه؛ لأن قوله عليه الصلاة والسلام: «وَمَا يُدْرِيكَ أَنَّهَا رُقِيَّةٌ» مع قوله عليه الصلاة والسلام: «إِنَّ أَحَقَّ مَا أَخَذْتُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا كِتَابُ اللَّهِ»^(٤) يقتضي صرف ما أخذوه للرقية^(٥).

٢- قوله - عَلَيْهِ الصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ - يَوْمَ حُنَيْنٍ: «مَنْ قَتَلَ قَتِيلًا فَلَهُ سَلْبُهُ»^(٦).

(١) متفق عليه، أخرجه البخاري - كتاب الإجارة-، باب ما يعطى في الرقية على أحياء العرب بفاتحة الكتاب، برقم (٢٢٧٦) ٣/ ٩٢، ومسلم - كتاب السلام- باب جواز أخذ الأجرة على الرقية بالقرآن والأذكار، برقم: (٢٢٠١) ٤/ ١٧٢٧.

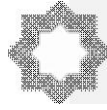
(٢) المعونة: للقاضي (ص: ١١١٤).

(٣) المختصر الفقهي لابن عرفة (٨/ ٣٤٨) الناشر: مؤسسة خلف أحمد الخبتور للأعمال الخيرية، الطبعة: الأولى، ١٤٣٥ هـ - ٢٠١٤ م.

(٤) أخرجه البخاري - كتاب الطب- باب الشرط في الرقية بقطع من الغنم، برقم (٥٧٣٧) ٧/ ١٣١.

(٥) شرح ابن ناجي التنوخي على الرسالة (٢/ ١٧٤) الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م.

(٦) أخرجه البخاري - كتاب فرض الخمس - باب من لم يخمس الأسلاب، ومن قتل قتيلاً فله سلبه من غير أن يخمس، وحكم الإمام فيه، برقم (٣١٤٢) ٤/ (١٧٥١)، ومسلم - كتاب الجهاد والسير - باب استحقاق القاتل سلب القتل برقم (١٧٥١) ٣/ ١٣٧٠.



وجه الدلالة من الحديث: جعل الأسلاب التي على المقتول لقاتله إنما هو جعالة، وقد أقر رسول الله ذلك فدل على جواز الجعل من قائد الجيش للمقاتلة لكي يحفزهم ويحثهم على القتال، وهذا كله دليل على جواز الجعالة^(١).

وأما من المعقول:

أن الناس في حاجة لعقد الجعالة؛ لأنه قد يضيع شيء من الإنسان ولا يعلم مكانه، ولا يقدر على البحث عنه بنفسه، ولا يجد من يتطوع بالعمل على رده، ولا تصح الإجارة على رده؛ لكون مكانه مجهولاً، فجوز عقد الجعالة لذلك^(٢).

أدلة أصحاب القول الثاني: استدل الحنفية على جواز الجعل لرد العبد الآبق، بالسنة، والمعقول.

أما من السنة:

ما روي عن عمرو بن دينار، «أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قضى في الآبق يؤجد في الحرم بعشرة دراهم»^(٣).

وجه الدلالة: الحديث صريح في أنه صلى الله عليه وسلم في أن النبي عليه الصلاة والسلام قضى في رد الآبق بالجعل، فدل على جوازه ومشروعيته في رد العبد الآبق^(٤).

نوقش هذا: بأن الإمام أحمد بن حنبل قال: وَلَمْ يَنْبُتْ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي جُعْلِ الْآبِقِ شَيْءٌ^(٥).

أجيب عليه: الذي حكي عن الإمام أحمد بن حنبل يجوز أن يكون قال ذلك لإرسال الخبر^(٦).

(١) حاشية الصاوي على الشرح الصغير (٧٩ / ٤) الناشر: دار المعارف

(٢) البيان: للعمرائي (٤٠٧ / ٧)، المبدع: لابن مفلح (١١ / ٥)

(٣) أخرجه عبد الرزاق في مصنفه برقم (١٤٩٠٧) ٢٠٧ / ٨

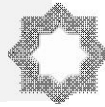
(٤) روضة القضاة: لابن السمناني (١٤٠٥ / ٤) الناشر: مؤسسة الرسالة، بيروت - دار الفرقان، عمان،

الطبعة: الثانية، ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤ م، تبين الحقائق: للزليعي (٣٠٨ / ٣) الناشر: المطبعة الكبرى الأميرية

- بولاق، القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٣١٣ هـ

(٥) معرفة السنن والآثار: للبيهقي (٨٨ / ٩)

(٦) التجريد للقدوري (٣٨٨٤ / ٨) الناشر: دار السلام - القاهرة، الطبعة: الثانية، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م



وَأَمَّا مِنَ الْمَعْقُولِ:

أَنْ جُعِلَ الْآبَقُ طَرِيقَ صِيَانَةٍ عَنِ الضِّيَاعِ؛ لِأَنَّهُ لَا يَتَوَصَّلُ إِلَيْهِ بِالطَّلَبِ عَادَةً إِذْ لَيْسَ لَهُ مَكَانٌ مَعْلُومٌ يَسْأَلُ عَنْهُ فِيهِ فَلَوْ لَمْ يَأْخُذْ لِهَلْكَ، وَلَا يَأْخُذْ لِمَالِكِهِ وَيَتَحَمَّلُ نَفَقَةَ نَقْلِهِ وَحَمْلَهُ مَجَانًّا بِلَا مُقَابَلٍ عَادَةً، وَأَمَّا إِذَا عَلِمَ مِنْ يَحْمِلُهُ وَيُرِدُّهُ إِلَى صَاحِبِهِ أَنَّهُ سَيَأْخُذُ عَلَيْهِ مُقَابَلًا فَسَيَتَحَمَّلُ مَشَقَّةَ الْآخْذِ وَالرَّدِّ طَمَعًا فِي الْجُعْلِ^(١).

وَاسْتَدِلَّ الْحَنْفِيَّةُ عَلَى عَدَمِ جَوَازِ الْجَعَالَةِ ، بِالْمَعْقُولِ مِنْ وَجْهَيْنِ:

الوجه الأول: أَنَّ فِي الْجَعَالَةِ جَهَالَةً وَغُرًّا، فَالْجَاعِلُ لَا يَدْرِي يَدْفَعُ أَمْ لَا يَدْفَعُ، وَالْعَامِلُ الْقَائِمُ بِالْعَمَلِ لَا يَدْرِي مَا يَحْتَاجُهُ مِنْ جَهْدٍ لِإِنْجَازِ الْعَمَلِ .

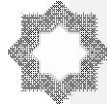
الوجه الثاني: أَنَّ فِي الْجَعَالَةِ تَعْلِيقَ اسْتِحْقَاقِ الْمَالِ بِالْخَطَرِ وَهُوَ قِمَارٌ، وَالْقِمَارُ حَرَامٌ فِي شَرِيعَتِنَا^(٢).

الراجع: بَعْدَ ذِكْرِ أَقْوَالِ الْفُقَهَاءِ وَأَدْلَتِهِمْ، وَمُنَاقَشَةِ مَا يَحْتَاجُ مِنْهَا إِلَى مُنَاقَشَةٍ نَرَى أَنَّ الرَّاجِحَ وَاللَّهُ تَعَالَى أَعْلَمُ مَا ذَهَبَ إِلَيْهِ الْجُمْهُورُ مِنَ الْقَوْلِ بِجَوَازِ الْجَعَالَةِ، فَهَذَا قَدْ ثَبَتَ فِي الْكِتَابِ وَالسُّنَنِ، وَلِحَاجَةِ النَّاسِ الْمَاسَةِ إِلَيْهِ.

(١) بدائع الصنائع: للكاساني (٦/ ٢٠٤) الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الثانية، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م،

الهداية: للمرغيناني (٢/ ٤٢١). العناية للبايرتي (٦/ ١٣٤) الناشر: دار الفكر: بدون طبعة وبدون تاريخ

(٢) المبسوط للسرخسي (١١/ ١٨) .



المطلب الرابع:

ما حكم العمولة إذا كانت جزءاً مشاعاً من ثمن المبيع (التقدير بالنسبة أو الحصة)؟

يتبقى هنا إشكالية وهي أنَّ العمولة المتفق عليها مقدرةٌ بجزءٍ مشاعٍ من ثمن المبيع؟ وقد اختلف الفقهاء - رحمهم الله تعالى - فيما لو كان العوض في السمسرة مقدراً بجزء مشاع من ثمن المبيع (التقدير بالنسبة أو الحصة) على قولين:

القول الأول: ذهب الحنفية^(١) والمالكية^(٢) والشافعية^(٣) إلى: عدم جواز جعل الأجر في

السمسرة جزءاً مما يعمله العامل، ولو تعاقدوا عليه استحق العامل أجر المثل.

القول الثاني: ذهب الحنابلة^(٤) إلى: جواز جعل الأجر في السمسرة جزءاً مما يعمله

العامل.

الأدلة:

أدلة أصحاب القول الأول: استدل أصحاب القول الأول على: عدم جواز جعل الأجر

في السمسرة جزءاً مما يعمله العامل، ولو تعاقدوا عليه استحق العامل أجر المثل. بالسنة، والمعقول:

أما من السنة:

فما روي عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه نهى عَنْ قَفِيزِ الطَّحَّانِ^(٥).

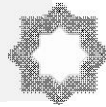
(١) المحيط البرهاني: لابن مازة (٧/ ٤٨٥) الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٤ م، حاشية ابن عابدين (٦/ ٦٣)، الفتاوى الهندية (٤/ ٤٥٠) الناشر: دار الفكر، الطبعة: الثانية، ١٣١٠ هـ.

(٢) موطأ مالك (٤/ ٩٩٠) الناشر: مؤسسة زايد بن سلطان آل نهيان للأعمال الخيرية والإنسانية - أبوظبي - الإمارات، الطبعة: الأولى، ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م، المنتقى شرح الموطأ: لأبي الوليد الباجي (٥/ ١١٢) الناشر: مطبعة السعادة - بجوار محافظة مصر، الطبعة: الأولى، ١٣٣٢ هـ.

(٣) الحاوي الكبير: للماوردي (٦/ ٥٢٩) الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٩ م، روضة الطالبين: للنووي (٤/ ٣٠٢).

(٤) المغني لابن قدامة (٥/ ٣٤٥) الإقناع: للحجاوي (٢/ ٢٧٠) الناشر: دار المعرفة بيروت - لبنان.

(٥) أخرجه الدارقطني في سننه برقم (٢٩٨٥) ٣/ ٤٦٨، والبيهقي في سننه الكبير برقم (١٠٨٥٤) ٥/ ٥٥٤.



وجه الدلالة من الحديث: فسروه باكتراء الطحان على طحن الحنطة ببعض دقيقتها وقيس به ما في معناه، فيقاس عليه العمولة في الأفلييت ماركيينج حيث إن هذه العمولة هي جزء من الربح الذي كسبه المتسوق، وهي نسبة غير محددة، فقد جعل المعقود عليه معقوداً به^(١).

ونوقش هذا من ثلاثة أوجه:

الوجه الأول: حديث ضعيف بل باطل فإن المدينة لم يكن فيها طحان ولا خباز؛ لعدم حاجتهم إلى ذلك^(٢).

الوجه الثاني: أن الحديث ليس فيه نهيه عن اشتراط جزء مشاع من الدقيق بل عن شيء مسمى، وهو القفيز، وهو من المزارعة لو شرط لأحدهما زرة بقعة بعينها أو شيئاً مقدراً كانت المزارعة فاسدة^(٣).

الوجه الثالث: أن المنهي عنه طحن الصبرة لا يعلم كيلها بقفيز منها وإن شرط حباً؛ لأن ما عداه مجهول فهو كبيعها إلا قفيزاً منها^(٤).

وأما من الموقوف: فمن وجهين:

الوجه الأول: أن الجعل يزيد بزيادة القيمة المعقود عليه وينقص بنقصانه، ولا ضرورة تدعو إلى ذلك^(٥).

الوجه الثاني: أن جهالة العوض تفوت مقصود العقد إذ لا يرغب أحد في العمل مع جهالة العوض^(٦).

(١) الحاوي الكبير: للماوردي (٤٤٢/٧) روضة الطالبين: للنووي (٢٧٠/٥)

(٢) مجموع الفتاوى: لابن تيمية (٢٨/ ٨٨) الناشر: مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المدينة النبوية، المملكة العربية السعودية، عام النشر: ١٤١٦هـ/ ١٩٩٥م.

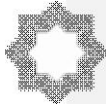
(٣) الفتاوى الكبرى: لابن تيمية (٥/ ١٠٢) الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤٠٨هـ -

١٩٨٧م

(٤) السيل الجرار: للشوكاني (ص: ٥٨١) الناشر: دار ابن حزم، الطبعة: الطبعة الأولى،

(٥) المعونة: للقاضي (ص: ١١١٥)، البيان والتحصيل (٨/ ٤٦٤) روضة الطالبين: للنووي (٤/ ٣٠١)

(٦) كفاية النبيه: لابن الرفعة (١١/ ٣٢٤) نهاية المحتاج: للرملي (٥/ ٤٧٢)



أدلة أصحاب القول الثاني: استدل أصحاب القول الثاني على: جواز تقدير العمولة في السمسرة بالنسبة، بالسنة، والقياس، والمعقول:

أما من السنة:

فما روي عن ابن عمر رضي الله عنهما، قال: «عَامَلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ خَيْرَ بِشْطَرٍ مَا يَخْرُجُ مِنْهَا مِنْ ثَمَرٍ أَوْ زَرْعٍ»^(١).

وجه الدلالة من الحديث: دل هذا الحديث على أن النبي صلى الله عليه وسلم ترك الأرض لأهل خبير يزرعونها مقابل أن يدفعوا له النصف مما تنتجه الأرض.

نوقش هذا: بأن أحاديث المزارعة منسوخة فعن أبي النجاشي مولى رافع بن خديج، سمعت رافع بن خديج بن رافع، عن عمه ظهير بن رافع، قال طهیر: لَقَدْ نَهَانَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ أَمْرٍ كَانَ بِنَا رَافِقًا، قُلْتُ: مَا قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَهُوَ حَقٌّ، قَالَ: دَعَانِي رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: «مَا تَصْنَعُونَ بِمَحَاقِلِكُمْ؟»، قُلْتُ: نُوَاجِرُهَا عَلَى الرَّبْعِ، وَعَلَى الْأَوْسُقِ مِنَ التَّمْرِ وَالشَّعِيرِ، قَالَ: «لَا تَفْعَلُوا، ازْرَعُوهَا، أَوْ ازْرَعُوهَا، أَوْ أَمْسِكُوهَا»^(٢).

أجيب عنه من وجوهين:

الوجه الأول: أن دعوى النسخ لا دليل عليها ولا يصار إلى النسخ إلا عند تعذر الجمع وقد جاء عن رافع بن خديج، قال: حَدَّثَنِي عَمَّاي، أَنَّهُمْ كَانُوا يُكْرُونَ الْأَرْضَ عَلَى عَهْدِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِمَا يَنْبُتُ عَلَى الْأَرْبَعَاءِ أَوْ شَيْءٍ يَسْتَنْبِيهِ صَاحِبُ الْأَرْضِ «فَنَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ ذَلِكَ»، فَقُلْتُ لِرَافِعٍ: فَكَيْفَ هِيَ بِالْدِّينَارِ وَالْدَّرْهَمِ؟ فَقَالَ رَافِعٌ: «لَيْسَ بِهَا بَأْسٌ بِالْدِّينَارِ وَالْدَّرْهَمِ»^(٣) فتبين أن أحاديث النهي محمولة على ما إذا شرطا لكل واحد

(١) أخرجه البخاري-كتاب المزارعة-باب إذا لم يشترط السنين في المزارعة، برقم ١٠٥/٣(٢٣٢٩)،

ومسلم-كتاب المساقاة-باب المساقاة، والمعاملة بجزء من الثمر والزرع، برقم ١١٨٦/٣(١٥٥١)

(٢) أخرجه البخاري-كتاب المزارعة-باب ما كان من أصحاب النبي صلى الله عليه وسلم يواسي بعضهم بعضا في الزراعة والثمرة، برقم ١٠٧/٣(٢٣٣٩)، مسلم-كتاب البيوع--باب كراء الأرض بالطعام، برقم

١١٨١/٣(١٥٤٨)

(٣) أخرجه البخاري-كتاب المزارعة-باب كراء الأرض بالذهب والفضة، برقم ١٠٨/٣(٢٣٤٦)



قطعة معينة من الأرض، والنهي هنا جاء لما فيه من الضرر، فربما هلك هذا دون ذلك وعكسه، فيكون المنهي عنه هو أن يكون نصيب أحدهما غير مشاع^(١).

الوجه الثاني: مثل هذا لا يجوز أن ينسخ؛ لأن النسخ إنما يكون في حياة رسول الله - صلى الله عليه وسلم - فأما شيء عمل به إلى أن مات، ثم عمل به خلفاؤه بعده، وأجمعت الصحابة رضوان الله عليهم عليه، وعملوا به، ولم يخالف فيه منهم أحد، فكيف يجوز نسخه، ومتى كان نسخه؟ فإن كان نسخ في حياة رسول الله - صلى الله عليه وسلم - فكيف عمل به بعد نسخه، وكيف خفي نسخه، فلم يبلغ خلفاءه، مع اشتهاار قصة خير، وعملهم فيها؟ فأين كان راوي النسخ، حتى لم يذكره، ولم يخبرهم به؟^(٢)

أما من القياس:

فبالقياس على المزارعة، والمساقاة، حيث إن فيهما يتم الاتفاق على زراعة الأرض على نسبة من الخارج منها^(٣).

وقد أجبنا على ذلك فلا داعي لتكراره.

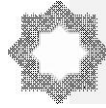
وأما من العقول:

أنه عمل مباح، تجوز النيابة فيه، والأصل في الأشياء الإباحة حتى يرد الدليل على التحريم والمنع قال ابن القيم: "هذه المشاركات أحل من الإجارة، قال: لأن المستأجر يدفع ماله، وقد يحصل له مقصوده، وقد لا يحصل، فيفوز المؤجر بالمال والمستأجر على الخطر، إذ قد يكمل الزرع، وقد لا يكمل، بخلاف المشاركة؛ فإن الشريكين في الفوز وعدمه

(١) شرح النووي على مسلم (١٠ / ٢١٠) الناشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت، الطبعة: الثانية، ١٣٩٢ شرح المشكاة: للطبيي (٧ / ٢٢٠٥) الناشر: مكتبة نزار مصطفى الباز (مكة المكرمة - الرياض) الطبعة: الأولى، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م، التسويق التجاري وأحكامه في الفقه الإسلامي، د. حسين الشهراني (ص ١٢٨) الناشر: دار التدمرية، الطبعة: الأولى، ١٤٣١ هـ - ٢٠١٠ م.

(٢) المغني لابن قدامة (٥ / ٣١٠) الشرح الكبير على متن المقنع (٥ / ٥٨٣)

(٣) المعونة: للقاضي (ص: ١١١٥)



على السواء، إن رزق الله الفائدة كانت بينهما، وإن منعها استويا في الحرمان، وهذا غاية العدل؛ فلا تأتي الشريعة بحل الإجارة وتحريم هذه المشاركات" (١).

الراجع:

بعد ذكر أقوال الفقهاء، وأدلتهم، ومناقشة ما يحتاج منها إلى مناقشة نرى أن الرأي الراجح - والله تعالى أعلى وأعلم - جواز أن يكون الأجر نسبة من الثمن، لقوة أدلتهم، وكون الأجرة جزءاً مشاعاً من ثمن المبيع لا يخرجها عن أصلها وهو الحل وإخراجها يحتاج إلى دليل، قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ﴾ (٢).

قال صاحب تفسير المنار: "الأمر المطلق العام في أول السورة بالوفاء بالعقود التي يتعاقد الناس عليها في جميع معاملاتهم الدنيوية من شخصية ومدنية، وهذه قاعدة عظيمة من قواعد الشريعة الإسلامية، وهي أن الله تعالى وكل أمر العقود التي يتعاملون بها إلى عرفهم ومواضعاتهم؛ لأنها من مصالحهم التي تختلف باختلاف الأحوال، فلم يقيدهم في أحكامها وشروطها بقيود دائمة إلا ما أوجبه الشرع مما لا يختلف الأحوال والعرف، كتحريم أكل أموال الناس بالباطل كالربا والقمار، فكل عقد يتعاقد عليه الناس لم يحل حرماً ولم يحرم حرماً حلالاً مما ثبت بالنص ولو اقتضاء فهو جائز" (٣).

وكذلك قوله: {إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ} (٤)، لم يشترط في التجارة إلا التراضي، وذلك يقتضي أن التراضي هو المبيع للتجارة، وإذا كان كذلك فإذا تراضى المتعاقدان أو طابت نفس المتبرع تبرع ثبت حله بدلالة القرآن إلا أن يتضمن ما حرمه الله ورسوله كالتجارة في الخمر ونحو ذلك (٥).

(١) إعلام الموقعين: لابن القيم (٤ / ١٦) الناشر: دار الكتب العلمية - بيروت-لبنان، الطبعة: الأولى،

١٤١١هـ - ١٩٩١م

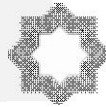
(٢) [المائدة: ١]

(٣) تفسير المنار: محمد رشيد رضا (٧ / ٢٣٢) الناشر: الهيئة المصرية العامة للكتاب، سنة النشر:

١٩٩٠م.

(٤) [النساء: ٢٩]

(٥) الفتاوى الكبرى: لابن تيمية (٤ / ٩٣) مجموع الفتاوى: لابن تيمية (٢٩ / ١٥٥)



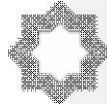
المطلب الخامس:

وقت استحقاق العوض في الجعالة.

اتفق القائلون بالجعالة على أنه يشترط لاستحقاق العامل الجعل المسمى في العقد أن يتم العمل المجاعل عليه، ويفرغ منه ويسلمه للجاعل فلا يستحق العامل شيئاً إن لم يتحقق منه ذلك^(١).

وعلى هذا فإن المُسَوَّق بِالْعُمُولَةِ متى ما أتم ما شرط عليه فقد استحق العُمُولَةُ المتفق عليها.

(١) المعونة: للقاضي (ص: ١١١٤) شرح مختصر خليل للخرشي (٦١ / ٧) الناشر: دار الفكر للطباعة - بيروت، الشرح الكبير للشيخ الدردير وحاشية الدسوقي (٤ / ٦٣)، البيان: للعمrani (٧ / ٤١٠)، المجموع: للنووي (١٥ / ١١٤)، جواهر العقود (١ / ٣٢٩) الناشر: دار الكتب العلمية بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦ م، الهداية: للكلوذاني (ص: ٣٠١) العدة: عبد الرحمن المقدسي (ص: ٢٨٧) الناشر: دار الحديث، القاهرة، بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م.



المطلب السادس:

أحوال استحقاق العمولة في حال فسخ الجعالة

ويشتمل على، تمهيد وثلاثة فروع:

تمهيد: حالات فسخ الجعالة.

إن اتفق الجاعل، والعامل على فسخ عقد الجعالة: فالجعالة تنفسخ قولاً واحداً قبل الشروع في العمل أو بعده^(١).

وإن كان الفسخ بإرادة أحدهما المنفردة دون رضى الآخر، فهذا فيه تفصيل:

- ١- إن كان الفسخ قد انفرد به أحدهما، وكان قبل الشروع في العمل.
- ٢- إن كان الفسخ قد انفرد به أحدهما، وكان بعد الشروع في العمل.
- ٣- إن كان الفسخ قد انفرد به أحدهما، وكان بعد إتمام العمل.

الفرع الأول:

فسخ أحد المتعاقدين الجعالة قبل الشروع في العمل.

فقد اختلف فيه الفقهاء إلى ثلاثة أقوال:

القول الأول: ذهب المالكية في قولٍ مرجوحٍ إلى أنَّ الجعالة عقدٌ لازمٌ، ولو قبل الشروع في العمل، فلا تنفسخ بإرادة أحد المتعاقدين المنفردة^(٢).

القول الثاني: ذهب المالكية إلى إنَّ الجعالة تلزم بالقبول من الجاعل دون المجمعول

له^(٣).

(١) مختصر خليل (ص: ٢١٠) الناشر: دار الحديث/ القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٦هـ/ ٢٠٠٥م، التاج

والإكليل: للمواق (٧/ ٦٠١) البيان: للعمrani (٧/ ٤١٢)، الهداية: للكلوذاني (ص: ٣٠١)

(٢) المقدمات الممهدة: لابن رشد (٢/ ١٧٩) وما بعدها، الناشر: دار الغرب الإسلامي، بيروت- لبنان،

الطبعة: الأولى، ١٤٠٨ هـ - ١٩٨٨ م، منح الجليل: للشيخ عليش (٨/ ٦٩) الناشر: دار الفكر- بيروت،

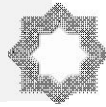
بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٤٠٩هـ/ ١٩٨٩م،

(٣) عقد الجواهر الثمينة: لابن شاس (٣/ ٩٤٥) الناشر: دار الغرب الإسلامي، بيروت - لبنان، الطبعة:

الأولى، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م، روضة المستبين في شرح التلقين: لابن بزيعة (٢/ ١٠٤٤) الناشر: دار ابن

حزم، الطبعة: الأولى، ١٤٣١ هـ - ٢٠١٠ م، الذخيرة للقرافي (٦/ ١٧) الناشر: دار الغرب الإسلامي-

بيروت، الطبعة: الأولى، ١٩٩٤ م



القول الثالث: ذهب الشافعية^(١) والحنابلة^(٢)، والراجح عند المالكية^(٣) إلى أن: الجعالة عقد جائز من الطرفين قبل الشروع في العمل، ولكل واحد منهما فسخها.

الأدلة:

أدلة أصحاب القول الأول: القائلين بأن الجعالة عقد لازم، ولو قبل الشروع بالقياس، على الإجارة.

يناقش هذا: بأن هناك فرقاً بين الإجارة والجعالة: فالإجارة تقدر فيها المدة، ويعين فيها المستأجر، بخلاف الجعالة.

أدلة أصحاب القول الثاني: القائل بأنّها: لازمة من الجاعل دون المجمعول له بالمعقول:

أنّ الجاعل لما صدر منه الإيجاب بالجعل قد التزم به، فصار لازماً في حقه، وأمّا المجمعول له فلا يمكن أن يكون لازماً في حقه؛ لأنه قد لا يجد الضال والمفقود، فناسب أن يكون العقد جائزاً في حقه^(٤).

استدل أصحاب القول الثالث القائل بالجواز: بأن ما صح من عقود المعاوضات إذا قابل غير موثوق بالقدرة عليه عند استحقاقه، كان من العقود الجائزة دون اللازمة، وذلك كالجعالة طرداً؛ لأنه لا يثق بالغلبة في السبق والرّمي، كما لا يثق بوجود الضّالة في الجعالة^(٥).

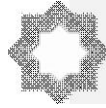
(١) الإقناع : للخطيب الشربيني (٢/ ٣٥٤) الناشر: دار الفكر - بيروت، مغني المحتاج : للخطيب الشربيني (٣/ ٦٢٤) الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٥هـ - ١٩٩٤م.

(٢) الهداية : للكلوذاني (ص: ٣٠١) المغني لابن قدامة (٦/ ٩٤) المبدع: لابن مفلح (٥/ ١١٥)

(٣) المعونة: للقاضي (ص: ١١١٥)، التاج والإكليل: للمواق (٧/ ٦٠١) الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٦هـ-١٩٩٤م، شرح مختصر خليل للخرشي (٧/ ٦٥) الناشر: دار الفكر للطباعة - بيروت، بدون طبعة وبدون تاريخ

(٤) المعاملات المالية أصالة ومعاصرة: دُبَيَّان بن محمد الدُبَيَّان (١٠/ ٩٥) الناشر: مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض - المملكة العربية السعودية، الطبعة: الثانية، ١٤٣٢ هـ

(٥) الحاوي الكبير: للماوردي (١٥/ ١٨٤) بحر المذهب: للرويان (٤/ ٢٧٣) الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ٢٠٠٩م،



فإذا فسخ العامل قبل الشروع في العمل لم يستحق شيئاً؛ لأنَّ الجُعْل يستحق بالفراغ من العمل، وقد تركه فسقط حقه.

وإن فسخ رب المال قبل الشروع في العمل لم يلزمه شيء أيضاً؛ لأنه فسخ قبل أن يستهلك منفعة العامل، فلم يلزمه شيء، كما لو فسخ العامل المضاربة قبل العمل^(١).

الراجح: أرى أنَّ الراجح والله أعلم هو القول الثالث؛ لأن العقود قسمان: منها ما يستلزم مصالحها التي شرعت لأجلها، فشرعت على اللزوم، كالبيع والهبة والصدقة وعقود الولايات.

ومنهما: ما لا يستلزم مصلحته كالجعالة، فإن رد الأبق قد يتعذر، فشرعت على الجواز، ولكل واحد من المتعاقدين فسخ العقد على نفسه؛ لئلا يلزم ما لا يتعين مصلحته^(٢).

الفرع الثاني:

فسخ الجعالة بعد الشروع في العمل

إذا فسخ أحد العاقلين الجعالة بعد الشروع في العمل، وقبل إتمامه، فهل يصح الفسخ؟ اختلف الفقهاء في ذلك على قولين:

القول الأول: ذهب الشافعية، والحنابلة^(٣) إلى أنه يصح الفسخ، فإن فسخ الجاعل كان للعامل أجر مثله لما عمل.

قال الكلوذاني: "فَأَمَّا بَعْدَ الشُّرُوعِ فِيهِ فَيَجُوزُ لِلْعَامِلِ الْفَسْخُ، وَلَا يَجُوزُ لِصَاحِبِ الْعَمَلِ الرَّجُوعُ إِلَّا أَنْ يَضْمَنَ لِلْعَامِلِ أَجْرَةَ مَا عَمِلَ"^(٤).

القول الثاني: ذهب المالكية في المشهور عندهم^(٥) إلى أنه: إن فسخ العامل صح الفسخ؛ لعدم لزوم العقد من جانبه إذ إن العقد جائز في حقه، وإن فسخ المالك فلا يصح الفسخ؛ لأنه بعد شروع العامل في العمل أصبح العقد لازماً في حقه.

(١) المعاملات المالية أصالة ومعاصرة: دُبَيَّانِ بن محمد الدُّبَيَّانِ (١٠ / ٩٥)

(٢) الذخيرة للقرافي (٦ / ١٨)

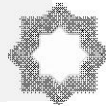
(٣) البيان: للعمرائي (٧ / ٤١٢)، روضة الطالبين: للنووي (٥ / ٢٧٣)، الإقناع: للحجاوي (٢ / ٣٩٦)،

كشاف القناع: للبهوتي (٤ / ٢٠٦)،

(٤) الهداية للكلوذاني (ص: ٣٠١)

(٥) التاج والإكليل: للمواق (٧ / ٦٠١) شرح مختصر خليل للخرشي (٧ / ٦٥) منح الجليل: للشيخ

عليش (٨ / ٦٩)



الأدلة:

استدل أصحاب القول الأول على صحة الفسخ: أنَّ المالك حصل له مقصوده من عقد الجعالة، فلزمته أجرته.

قال العمراني في البيان: الجعالة عقد غير لازم؛ لأنها عقد على عمل مجهول بعوض، فكانت غير لازمة، كالقرض.

إذا ثبت هذا: فيجوز لكل واحد منهما فسخها، فإن فسخها العامل قبل العمل أو قبل تمامه.. لم يستحق شيئاً، وإن فسخها رب المال، فإن كان قبل أن يبتدئ العامل شيئاً من العمل.. لم يستحق العامل شيئاً من الأجرة؛ لأنه إنما عمل بقول رب المال، وقد رفع ذلك، وإن فسخ بعد تمام العمل.. لم يسقط عنه ما بذله من الجعل؛ لأنه قد استقر بالعمل، وإن كان بعد أن عمل العامل شيئاً من العمل.. استحق العامل أجرة ما قد عمله؛ لأنه ليس له إسقاط عمله بغير عوض^(١).

استدل أصحاب القول الثاني على لزوم العقد بعد شروع العامل في العمل؛ لأننا لو لم نقل باللزوم لأدى ذلك إلى أن الجاعل يضرر بالعامل بعد أن شرع في عمله، وذلك أمرٌ بديهي فكيف إذا ما شرع العامل في العمل رجاء تحصيل الجعل، فتفاجأ برجوع الجاعل فهذا فيه ضرر محقق به، والعقد الجائر إذا تضمن فسخه ضرراً على أحد العاقلين أصبح لازماً.

قال الصاوي: "وظَاهِرُهُ اللَّزُومُ لِلْجَاعِلِ بِالشُّرُوعِ وَلَوْ فِيمَا لَا بَالَ لَهُ"^(٢)

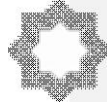
الراجع:

أن العقد جائزٌ مطلقاً، فإن فسخ الجاعل كان للعامل حصته من المسمى إن كان الجاعل يستفيد مما أنجزه العامل من العمل، كما لو كان الجعل على عمل فأنجز بعضه.

وإن كان الجاعل لا يستفيد كما لو كانت الجعالة بحثاً عن ضال أو مفقود كان له أجرة المثل، وبهذا يحفظ حق العامل إذا كان الفسخ من قبل الجاعل، ولا يتعين الضرر في الفسخ أن يكون على العامل، بل يكون في فسخ العامل ضرر على الجاعل أيضاً؛ فإن الإعلان للجُمهور عن عقد الجعالة يتطلب اليوم نفقات باهظة، فإذا أخذ عامل معين العقد ربما

(١) البيان: للعمراني (٧/ ٤١٢).

(٢) حاشية الدسوقي (٤/ ٦٥) حاشية الصاوي (٤/ ٨٢)



انصرف بقية الناس عن الجاعل لاكتفائه، فإذا فسخ العامل تطلب ذلك نفقات أخرى لإعلان جديد^(١).

الفرع الثالث:

فسخ الجعالة بعد إتمام العمل

لا يملك أحد العاقدين الانفراد في فسخ الجعالة بعد إتمام العمل، والفراغ منه؛ لأن العقد يصبح لازماً؛ لأن الجعل قد استقر في ذمة الجاعل^(٢).

(١) المعاملات المالية أصالة ومعاصرة (٩٨ / ١٠)

(٢) المعونة: للقاضي (ص: ١١١٤) شرح مختصر خليل للخرشي (٧ / ٦١)، الشرح الكبير للشيخ الدردير وحاشية الدسوقي (٤ / ٦٣)، البيان: للعمrani (٧ / ٤١٠)، المجموع: للتووي (١٥ / ١١٤)، جواهر العقود (١ / ٣٢٩)، الهداية: للكلوذاني (ص: ٣٠١) العدة: عبد الرحمن المقدسي (ص: ٢٨٧).



الخاتمة، والتوصيات

إن الحمد لله نحمده ونستغفره ونتوب إليه، ونصلي ونسلم على سيدنا محمد وآله وصحبه وسلم..... أما بعد.

ففي خاتمة هذا البحث نخلص إلى أن:

١- التسويق الإلكتروني هو عبارة عن تطويع التقنيات المعلومات والاتصالات وتحويلها إلى سوق لعرض المنتجات والخدمات على الجمهور، وهذا بدوره يقدم خدمة مزدوجة للمنتجين بتسويق منتجاتهم، وللجمهور، فيتعرف على الخدمات والسلع في بيته دون أي تعب أو مشقة.

٢- منصات التواصل الاجتماعي هي منصات تكنولوجية تتيح للأفراد والشركات التواصل والتفاعل عبر الإنترنت، تعتمد هذه المنصات على وجود اتصال بالإنترنت وأجهزة مثل الهواتف الذكية أو الحواسيب، من خلالها يمكن مشاركة المعلومات والأفكار بسهولة ونشر محتوى مثل النصوص والصور والفيديوهات.

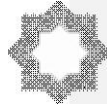
٣- الأفلييت ماركيٲنج هو: أحد طرق التجارة الإلكترونية المعتمدة على تحقيق أرباح من المبيعات المحققة من قبل المسوّقين أو المروجين بالاعتماد على مواقعهم أو المتاجر الإلكترونية أو المدونات لجذب الزيارات واستعراض المنتجات ومن ثم تحقيق مبيعات

٤- التسويق تعتبره عدة أحكام بحسب السلعة المسوّق لها أو المنفعة المسوّق لها.

٥- المسوق بالعمولة هو ما جاء ذكره في كتب الفقهاء باسم "السمسار"، وأن ما يقوم به من تسويق للمنتجات مقابل عمولة يتقاضاها إنما هو عبارة عن عملية "سمسرة إلكترونية".

٦- اختلف الفقهاء في تكييف عقد السمسرة إلى قولين: قول يرى أنها من قبيل الإجارة، وقول يرى أنها من قبيل الجعالة.

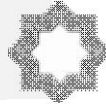
٧- الذي يتفق مع تكييف الأفلييت ماركيٲنج إنما هو الجعالة.



التوصيات:-

في خاتمة هذا البحث نوصي:

- ١ - الكليات الشرعية بتحفيز باحثيها نحو دراسة مثل هذه الموضوعات، وتسجيل رسائل الماجستير والدكتوراه بكثرة حتى يتم تغطية مثل هذه النوازل والمستجدات.
- ٢ - أوصي كذلك طلاب العلم الشرعي بالتوجه إلى مثل هذه النوازل المعاصرة بالبحث والتخريج، ودراستها دراسة مستفيضة.

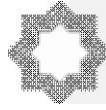


المراجع كتب التفسير

- أحكام القرآن لابن العربي، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الثالثة، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م
- تفسير المنار: محمد رشيد رضا، الناشر: الهيئة المصرية العامة للكتاب، سنة النشر: ١٩٩٠ م.

كتب الحديث وشروحه

- سنن أبي داود، الناشر: المكتبة العصرية، صيدا - بيروت.
- سنن الدارقطني، الناشر: مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٤ م.
- شرح المشكاة: للطبيي، الناشر: مكتبة نزار مصطفى الباز (مكة المكرمة - الرياض) الطبعة: الأولى، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م
- شرح النووي على مسلم، الناشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت، الطبعة: الثانية، ١٣٩٢ .
- صحيح البخاري، الناشر: دار طوق النجاة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٢ هـ.
- صحيح مسلم، الناشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت.
- عمدة القاري: للعيني، الناشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت.
- فتح الباري: لابن حجر، الناشر: دار المعرفة - بيروت، ١٣٧٩ هـ.
- المصنف: لعبد الرزاق الصنعاني، الناشر: المجلس العلمي - الهند، الطبعة: الثانية، ١٤٠٣ هـ.
- المنتقى شرح الموطأ: لأبي الوليد الباجي، الناشر: مطبعة السعادة - بجوار محافظة مصر، الطبعة: الأولى، ١٣٣٢ هـ
- موطأ مالك، الناشر: مؤسسة زايد بن سلطان آل نهيان للأعمال الخيرية والإنسانية - أبو ظبي - الإمارات، الطبعة: الأولى، ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م.



كتب اللغة

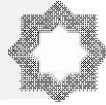
- الصحاح: للجوهري، الناشر: دار العلم للملايين-بيروت، الطبعة: الرابعة ١٤٠٧هـ - ١٩٨٧م.
- العين: للخليل الفراهيدي، الناشر: دار ومكتبة الهلال.
- لسان العرب: لابن منظور، الناشر: دار صادر - بيروت، الطبعة: الثالثة - ١٤١٤هـ
- لسان العرب: لابن منظور، الناشر: دار صادر - بيروت، الطبعة: الثالثة - ١٤١٤هـ.
- المحكم والمحيط الأعظم: لابن سيده، الناشر: دار الكتب العلمية - بيروت، الطبعة: الأولى، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م.
- معجم اللغة العربية المعاصرة، د أحمد مختار عبد الحميد عمر الناشر: عالم الكتب، الطبعة: الأولى، ١٤٢٩هـ - ٢٠٠٨م
- المعجم الوسيط: مجمع اللغة العربية، الناشر: دار الدعوة
- مقاييس اللغة: لابن فارس، الناشر: دار الفكر، عام النشر: ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م.

كتب أصول الفقه

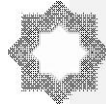
- شرح مختصر الروضة: للطوفي، الناشر: مؤسسة الرسالة، الطبعة: الأولى ، ١٤٠٧هـ / ١٩٨٧م
- الواضح في أصول الفقه: لابن عقيل البغدادي (٤ / ١٨٣) الناشر: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٠هـ - ١٩٩٩م
- التبصرة في أصول الفقه: للشيرازي، الناشر: دار الفكر - دمشق، الطبعة: الأولى، ١٤٠٣هـ.

كتب الفقه الحنفي

- بدائع الصنائع: للكاساني، الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الثانية، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م،
- البناءة للعيني، الناشر: دار الكتب العلمية - بيروت، لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م.
- تبين الحقائق: للزيلعي، الناشر: المطبعة الكبرى الأميرية - بولاق، القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٣١٣هـ



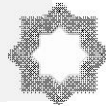
- التجريد للقدوري، الناشر: دار السلام - القاهرة، الطبعة: الثانية، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م
- حاشية ابن عابدين، الناشر: دار الفكر-بيروت، الطبعة: الثانية، ١٤١٢ هـ - ١٩٩٢ م.
- روضة القضاة : لابن السمناني، الناشر: مؤسسة الرسالة، بيروت - دار الفرقان، عمان، الطبعة: الثانية، ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤ م
- العناية للبابرتي، الناشر: دار الفكر: بدون طبعة وبدون تاريخ
- الفتاوى الهندية (٤ / ٤٥٠) الناشر: دار الفكر، الطبعة: الثانية، ١٣١٠ هـ.
- المبسوط: للسرخسي، الناشر: دار المعرفة - بيروت، بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٤١٤ هـ - ١٩٩٣ م.
- المحيط البرهاني : لابن مازة، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٤ م
- الهداية: للمرغيناني، الناشر: دار احياء التراث العربي - بيروت - لبنان.
- كتب الفقه المالكي**
- بلغة السالك: للصاوي، الناشر: مكتبة مصطفى الباوي الحلبي، عام النشر: ١٣٧٢ هـ - ١٩٥٢ م.
- التاج والإكليل: للمواق، الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٦ هـ - ١٩٩٤ م.
- التفریع: لابن الجلاب، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م
- التنبيهات المستنبطة: للقاضي عياض، الناشر: دار ابن حزم، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٣٢ هـ - ٢٠١١ م.
- حاشية الصاوي على الشرح الصغير ، الناشر: دار المعارف
- الذخيرة للقرافي، الناشر: دار الغرب الإسلامي - بيروت، الطبعة: الأولى، ١٩٩٤ م
- روضة المستبين في شرح التلقين: لابن بزيمة ، الناشر: دار ابن حزم، الطبعة: الأولى، ١٤٣١ هـ - ٢٠١٠ م.



- الشامل: لبهرام الدميري، الناشر: مركز نجيبويه للمخطوطات وخدمة التراث، الطبعة: الأولى، ١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨ م.
- شرح ابن ناجي التنوخي على الرسالة، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م
- شرح مختصر خليل للخرشي، الناشر: دار الفكر للطباعة - بيروت، بدون طبعة وبدون تاريخ
- شرح مختصر خليل للخرشي، الناشر: دار الفكر للطباعة - بيروت
- ضوء الشموع: للأمير، الناشر: دار يوسف بن تاشفين - مكتبة الإمام مالك موريتانيا - نواكشوط، الطبعة: الأولى، ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م
- عقد الجواهر الثمينة: لابن شاس، الناشر: دار الغرب الإسلامي، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م.
- الفروق للقرافي، الناشر: عالم الكتب، بدون طبعة وبدون تاريخ.
- المختصر الفقهي لابن عرفة، الناشر: مؤسسة خلف أحمد الخبتور للأعمال الخيرية، الطبعة: الأولى، ١٤٣٥ هـ - ٢٠١٤ م.
- مختصر خليل، الناشر: دار الحديث/ القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٦ هـ/ ٢٠٠٥ م
- المدونة: للإمام مالك، الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٥ هـ - ١٩٩٤ م.
- المعونة: للقاضي، الناشر: المكتبة التجارية، مصطفى أحمد الباز - مكة المكرمة
- المقدمات الممهدة: لابن رشد، الناشر: دار الغرب الإسلامي، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٠٨ هـ - ١٩٨٨ م.
- منح الجليل: للشيخ عlish، الناشر: دار الفكر - بيروت، بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٤٠٩ هـ/ ١٩٨٩ م.

كتب الفقه الشافعي

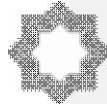
- الإقناع: للخطيب الشربيني، الناشر: دار الفكر - بيروت.
- بحر المذهب: للرويانى، الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ٢٠٠٩ م.



- البيان : للعمرائي (٧ / ٤٠٧) الناشر: دار المنهاج - جدة، الطبعة: الأولى، ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م
- تحفة المحتاج في شرح المنهاج: لابن حجر، الناشر: المكتبة التجارية الكبرى بمصر لصاحبها مصطفى محمد، بدون طبعة، عام النشر: ١٣٥٧ هـ - ١٩٨٣م.
- جواهر العقود، الناشر: دار الكتب العلمية بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦م
- الحاوي الكبير: للماوردي، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٩م.
- روضة الطالبين : للنووي، الناشر: المكتب الإسلامي، بيروت - دمشق - عمان ، الطبعة: الثالثة، ١٤١٢هـ / ١٩٩١م
- كفاية النبيه: لابن الرفعة، الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ٢٠٠٩م.
- المجموع : للنووي، الناشر: دار الفكر.
- مغني المحتاج : للخطيب الشربيني، الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٥هـ - ١٩٩٤م.
- المذهب: للشيرازي، الناشر: دار الكتب العلمية.
- النجم الوهاج: للدّميري، الناشر: دار المنهاج (جدة)، الطبعة: الأولى، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
- نهاية المحتاج: للرملي، الناشر: دار الفكر، بيروت، الطبعة: الأخيرة - ١٤٠٤هـ / ١٩٨٤م
- الوسيط في المذهب: للغزالي، الناشر: دار السلام - القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٤١٧هـ.

كتب الفقه الحنبلي

- إعلام الموقعين : لابن القيم، الناشر: دار الكتب العلمية - بيروت-لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١١هـ - ١٩٩١م
- الإقناع: للحجاوي، الناشر: دار المعرفة بيروت - لبنان



- الروض المربع: للبهوتي، الناشر: دار المؤيد - مؤسسة الرسالة بدون طبعة، بدون تاريخ.
- العدة: عبد الرحمن المقدسي، الناشر: دار الحديث، القاهرة، بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٤٢٤هـ ٢٠٠٣م.
- الفتاوى الكبرى: لابن تيمية، الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٧م
- كشاف القناع: للبهوتي، الناشر: دار الكتب العلمية.
- مجموع الفتاوى: لابن تيمية، الناشر: مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف، المدينة النبوية، المملكة العربية السعودية، عام النشر: ١٤١٦هـ / ١٩٩٥م.
- المغني لابن قدامة، الناشر: مكتبة القاهرة، بدون طبعة.
- الهداية للكلوذاني، الناشر: مؤسسة غراس للنشر والتوزيع، الطبعة: الأولى، ١٤٢٥هـ / ٢٠٠٤م.

كتب المذهب الظاهري

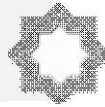
- المحلى بالآثار: لابن حزم، الناشر: دار الفكر - بيروت: بدون طبعة وبدون تاريخ.

كتب الفقه الزيدي

- السيل الجرار: للشوكانى، الناشر: دار ابن حزم، الطبعة: الأولى،

كتب حديثة

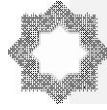
- الأحكام الفقهية المتعلقة بالجهالة في السمسرة الإلكترونية - دراسة تطبيقية، د/ إبراهيم بن صالح بن إبراهيم التَّئم، بحث منشور بمجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية العدد التاسع والثلاثون الإصدار الرابع (ديسمبر) ٢٠٢٣م
- التسويق الإلكتروني، مبروك العديلي، الناشر: دار أمجد للنشر والتوزيع ٢٠١٥م
- التسويق الإلكتروني في ظل التغيرات التكنولوجية المعاصرة، مصطفى يوسف كافي، الناشر: دار ومؤسسة رسلان، سوريا، ٢٠١٩م.
- التسويق التجاري وأحكامه في الفقه الإسلامي، د. حسين الشهراني، الناشر: دار التدمرية، الطبعة: الأولى، ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م.



- تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، علي موسى، عبد الله فرغلي، القاهرة ٢٠٠٧م.
- الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي، خالد المصلح، الناشر: دار ابن الجوزي، الطبعة الثانية، ١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م.
- دور التسويق الإلكتروني في تغيير سلوك المستهلك في ظل جائحة كورونا دراسة ميدانية على عينة من مجموعة بيع وشراء الأشياء الجديدة والمستعملة، إعداد الطالبة كوحل رانيا مذكرة ماستر جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- السمسرة وأحكامها في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي د/ يسري إبراهيم أبو سعدة، بحث منشور في مجلة البحوث الفقهية والقانونية، كلية الشريعة والقانون بدمهور، المجلد ٣، العدد ٣، ١٩٨٧م.
- المعاملات المالية أصالة ومعاصرة: دُبَيَّان بن محمد الدُبَيَّان، الناشر: مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض - المملكة العربية السعودية، الطبعة: الثانية، ١٤٣٢ هـ

المواقع الإلكترونية

- مقال بعنوان: إليك أهم ٩ أهداف التسويق الإلكتروني ٢٠٢٥ - فيرست ماركيتس، <https://firstmarkets.com>
- التسويق الإلكتروني، د/ يوسف أحمد أبو فارة (ص ١٤٢) دار وائل للنشر، الأردن، ٢٠٠٤م.
- مقال بعنوان: أنواع التسويق ما هي آلية التسويق الإلكتروني؟، <https://altaswieq.com>
- مقال بعنوان: ماهي السوشيال ميديا؟ أهميتها وأنواعها وكيفية استخدامها، <https://orgwani.com>
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تأليف/ ليندا كولز، ترجمة د/ أحمد المغربي، الناشر/ دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م.
- مقال بعنوان: ما هي السوشيال ميديا؟ أهميتها وأنواعها وكيفية استخدامها، <https://orgwani.com> ومقال بعنوان: أنواع التسويق ما هي آلية التسويق الإلكتروني؟، <https://altaswieq.com>



- أخلاقيات التسويق الإسلامي، د. رفيف بنت نبيل هاشم أمير، مجلة كلية الشريعة والقانون بتفهما الأشراف - دقهلية، العدد السادس والعشرون لسنة ٢٠٢٣ م " الجزء الأول"

- مقال بعنوان: التسويق بالعمولة للمبتدئين دليل التسويق (شرح متكامل)
./https://webwiner.com/affiliate-marketing-for-beginners

- مقال بعنوان: التسويق بالعمولة للمبتدئين دليل التسويق (شرح متكامل)
/https://webwiner.com/affiliate-marketing-for-beginners

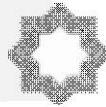
- مقال بعنوان: دليلك الشامل للتعرف علي التسويق بالعمولة Affiliate Marketing
-cart.net https://www.multi

- مقال بعنوان: اكتشف أساسيات التسويق بالعمولة وزيادة دخلك، بقلم محمد حجازي
https://www.clickyourfuture.com/blog

- مقال بعنوان: دليلك الشامل للتعرف علي التسويق بالعمولة Affiliate Marketing
-Marketing cart.net /https://www.multi

- كتاب التسويق بالعمولة، عبد الله الفوزان، منشور على الانترنت، مقال بعنوان:
https://shaimaaalmahdy.com الفرق بين الدروب شينج، والأفليت ماركتنج

- مقال بعنوان: التسويق بالعمولة للمبتدئين دليل التسويق (شرح متكامل)
https://webwiner.com/affiliate-marketing-for-beginners



References:

kutub altafsir

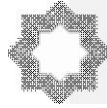
- 'ahkam alquran liabn alearabii, alnaashir: dar al kutub aleilmiaiti, bayrut - lubnan, altabeati: althaalithata, 1424 hi - 2003 m
- tafsir almanari: muhamad rashid rida, alnaashir: alhayyat almisriat aleamat lilkitabi, sanat alnashri: 1990m.

kutub alhadith washuruhihi

- sunan 'abi dawud, alnaashiru: almaktabat aleasriatu, sayda - bayrut.
- snan aldaariqatani, alnaashir: muasasat alrisalati, bayrut - lubnan, altabeatu: al'uwlaa, 1424 hi - 2004 mi.
- sharh almashkati: liltiybi, alnaashir: maktabat nizar mustafaa albaz (makat almukaramat - alrayad) altabeatu: al'uwlaa, 1417 hi - 1997 m
- sharh alnawawiu ealaa muslimi, alnaashir: dar 'iihya' alturath alearabii - bayrut, altabeata: althaaniati, 1392 .
- shih albukharii, alnaashir: dar tawq alnajat , altabeatu: al'uwlaa, 1422hi.
- shih muslimin, alnaashir: dar 'iihya' alturath alearabii - bayrut.
- eumdat alqariy: lileaynii, alnaashir: dar 'iihya' alturath alearabii - bayrut.
- fath albari: liabn hajar, alnaashir: dar almaerifati-birut, 1379hi.
- almusanafi: lieabd alrazaaq alsaneani, alnaashir: almajlis alealmii- alhinda, altabeatu: althaaniatu, 1403hi.
- almuntaqaa sharh almuata: li'abi alwalid albaji, alnaashir: matbaeat alsaeadat - bijiwar muhafazat masr, altabeati: al'uwlaa, 1332 hu
- muata maliki, alnaashir: muasasat zayid bin sultan al nahyan lil'aemal alkhayriat wal'iinsaniat - 'abu zabi - al'iimarati, altabeatu: al'uwlaa, 1425 hi - 2004 mi.

kutub allugha

- alsahahi: liljawhari, alnaashir: dar aleilm lilmalayini-biruta, altabeati: alraabieat 1407hi- 1987m.
- aleayn: lil khalil alfarahidi, alnaashir: dar wamaktabat alhilal.
- lisan alearbi: liabn manzuri, alnaashir: dar sadir - bayruta, altabeatu: althaalithat - 1414h



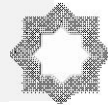
- lisan alearibi: liabn manzuri, alnaashir: dar sadr- bayruta, altabeatu: althaalithati- 1414hi.
- almuhkam walmuhit al'aezamu: liabn sayidh, alnaashir: dar alkutub aleilmiat - bayrut, altabeatu: al'uwlaa, 1421 hi - 2000m.
- muejam allughat alearabiat almueasirati, d 'ahmad mukhtar eabd alhamid eumar alnaashir: ealam alkutub, altabeatu: al'uwlaa, 1429 hi - 2008 m
- almuejam alwasiti: majmae allughat alearabiati, alnaashir: dar aldaewa
- maqayis allughati: liabn faris, alnaashir: dar alfikri, eam alnashri: 1399h - 1979mi.

kutub 'usul alfiqh

- sharh mukhtasar alrawdati: liltuwfi, alnaashir : muasasat alrisalati, altabeat : al'uwlaa , 1407 hi / 1987 m
- alwadih fi 'usul alfiqhah: liabn eaql albaghdadi (4/ 183) alnaashir: muasasat alrisalat liltibaeat walnashr waltawzie, bayrut - lubnan, altabeati: al'uwlaa, 1420 hi - 1999 m
- altabasurat fi 'usul alfiqhah: lilshiyrazi, alnaashir: dar alfikr - dimashqa, altabeatu: al'uwlaa, 1403hi.

kutub alfiqh alhanafii

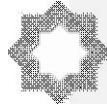
- badayie alsanayiei: lilkasani, alnaashir: dar alkutub aleilmiati, altabeatu: althaaniatu, 1406hi - 1986m,
- albinayat lileaynii, alnaashir: dar alkutub aleilmiat - bayrut, lubnan, altabeatu: al'uwlaa, 1420h - 2000 mi.
- tabiin alhaqayiq : lilziylei, alnaashir: almatbaeat alkubraa al'amiriat - bulaq, alqahirata, altabeatu: al'uwlaa, 1313 hu
- altajrid lilquduwri, alnaashir: dar alsalam - alqahiratu, altabeatu: althaaniatu, 1427 hi - 2006 m
- hashiat abn eabdin, alnaashir: dar alfikiri-birut, altabeatu: althaaniatu, 1412h - 1992m.
- rudat alqudat : liabn alsamnanii, alnaashir: muasasat alrisalati, bayrut - dar alfirqan, eaman, altabeatu: althaaniatu, 1404 hi - 1984 m
- aleinayat lilbabirti, alnaashir: dar alfikri: bidun tabeat wabidun tarikh
- alfatawaa alhindia (4/ 450) alnaashir: dar alfikri, altabeatu: althaaniatu, 1310 hi.



- almabsuta: lilsarukhisi, alnaashir: dar almaerifat - bayrut, bidun tabeati, tarikh alnashri: 1414h - 1993m.
- almuhit alburhanii : liabn mazat, alnaashir: dar alkutub aleilmiati, bayrut - lubnan, altabeatu: al'uwlaa, 1424 hi - 2004 m
- alhidayatu: lilmirghinani, alnaashir: dar ahya' alturath alearabii - bayrut - lubnan.

kutub alfiqh almalky

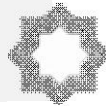
- blughat alsaaliki: lilsaawi, alnaashir: maktabat mustafaa albabi alhalbi, eam alnashri: 1372 hi - 1952 mi.
- altaj wal'iiklil: lilmawaqi, alnaashir: dar alkutub aleilmiati, altabeatu: al'uwlaa, 1416hi-1994m.
- altafrieu: liaibn aljalabi, alnaashir: dar alkutub aleilmiati, bayrut - lubnan, altabeati: al'uwlaa, 1428 hi - 2007 m
- altanbihaat almustanbitatu: lilqadi eiad, alnaashir: dar aibn hazma, bayrut - lubnan, altabeati: al'uwlaa, 1432 hi - 2011 mi.
- hashiat alsaaui ealaa alsharh alsaghir , alnaashir: dar almaearif
- aldhakhirat lilqarafi, alnaashir: dar algharb al'iislami- bayrut, altabeatu: al'uwlaa, 1994 m
- rawdat almustabin fi sharh altalqini: liabn bizizat , alnaashir: dar abn hazma, altabeata: al'uwlaa, 1431 hi - 2010 mi.
- alshaamil: libahram aldimiri, alnaashir: markaz najibuyh lilmakhtutat wakhidmat altarathi, altabeati: al'uwlaa, 1429h - 2008m.
- sharah abn naji altanukhii ealaa alrisalati, alnaashir: dar alkutub aleilmiati, bayrut - lubnan, altabeata: al'uwlaa, 1428 hi - 2007 m
- sharh mukhtasar khalil lilkharsii , alnaashir: dar alfikr liltibaeat - bayrut, bidun tabeat wabidun tarikh
- sharh mukhtasar khalil lilkharsii, alnaashir: dar alfikr liltibaeati-bayrut
- daw' alshumuei: lil'amiri, alnaashir: dar yusif bin tashfin - maktabat al'iimam malik muritanya - nawakshuta, altabeatu: al'uwlaa, 1426 hi - 2005 m
- eqaad aljawahir althaminati: liaibn shas , alnaashir: dar algharb al'iislami, bayrut - lubnan, altabeati: al'uwlaa, 1423 hi - 2003 mi.
- alfuruq lilqarafi, alnaashir: ealam alkutab, bidun tabeat wabidun tarikhi.



- almukhtasar alfiqhii liabn earfata, alnaashir: muasasat khalf 'ahmad alkhabtur lil'aemal alkhayriati, altabeati: al'uwlaa, 1435 hi - 2014 mi.
- mukhtasar khalil, alnaashir: dar alhadith/alqahirati, altabeatu: al'uwlaa, 1426h/2005m
- almudawanatu: lil'iimam maliki, alnaashir: dar alkutub aleilmiati, altabeatu: al'uwlaa, 1415hi - 1994mi.
- almaeunatu: lilqadi, alnaashiru: almaktabat altijariatu, mustafaa 'ahmad albaz - makat almukarama
- almuqadimat almumahadati: liabn rushd, alnaashir: dar algharb al'iislami, bayrut- lubnan, altabeati: al'uwlaa, 1408 hi - 1988 mi.
- manah aljalil: lilshaykh ealish, alnaashir: dar alfikri- bayrut, bidun tabeati, tarikh alnashri: 1409h/1989m.

kutub alfiqh alshaafie

- al'iiqnae : lilkhatab alshirbini, alnaashir: dar alfikr – birut
- bahr almadhhabi: lilruwyani, alnaashir: dar alkutub aleilmiati, altabeatu: al'uwlaa, 2009mi.
- alibayan : lileumranii (7/ 407) alnaashir: dar alminhaj - jadat, altabeatu: al'uwlaa, 1421hi- 2000 m
- tuhfat almuhtaj fi sharh alminhaji: liabn hajar, alnaashir: almaktabat altijariat alkuabraa bimisr lisahibiha mustafaa muhamad, bidun tabeatin, eam alnashri: 1357 hi - 1983m.
- jawahir aleuqudi, alnaashir: dar alkutub aleilmiat bayrut - lubnan, altabeatu: al'uwlaa, 1417 hi - 1996 m
- alhawi alkabiri: lilmawirdi, alnaashir: dar alkutub aleilmiati, bayrut - lubnan, altabeatu: al'uwlaa, 1419 ha -1999 mi.
- rudat altaalibin : lilnawawii, alnaashiru: almaktab al'iislamia, bayrut- dimashqa- eamaan , altabeatu: althaalithatu, 1412h / 1991m
- kifayat alnabih: liabn alrafeati, alnaashir: dar alkutub aleilmiati, altabeati: al'uwlaa, 2009mi.
- almajmue : lilnawawii, alnaashir: dar alfikri.
- mighaniy almuhtaj : lilkhatab alshirbini, alnaashir: dar alkutub aleilmiati, altabeatu: al'uwlaa, 1415hi - 1994mi.
- almuhadhabi: lilshiyrazi, alnaashir: dar alkutub aleilmiati.
- alnajm alwahaji: llddamiry, alnaashir: dar alminhaj (jdatu), altabeatu: al'uwlaa, 1425h - 2004m.



• nihayat almuhtaji: lilramli,alnaashir: dar alfikri, bayrut, altabeatu: al'akhirat - 1404hi/1984m

• alwasit fi almadhhaba: lilghazalii,alnaashir: dar alsalam - alqahiratu,altabeatu: al'uwlaa, 1417hi.

kutub alfiqh alhunbalii

• 'iielam almuqiein : liabn alqiimi,alnaashir: dar alkutub aleilmiat - bayrut-lubnan,altabeati: al'uwlaa, 1411hi - 1991m

• al'iiqnaei: lilhajawi,alnaashir: dar almaerifat bayrut - lubnan

• alrawd almurabaeu: lilbuhuti,alnaashir: dar almuayid - muasasat alrisalat bidun tabeatin, bidun tarikhi.

• aleadatu: eabd alrahman almaqdisi,alnaashir: dar alhadithi, alqahirati, bidun tabeati, tarikh alnashri: 1424h 2003m.

• alfatawaa alkubraa: liabn taymiati,alnaashir: dar alkutub aleilmiati,altabeatu: al'uwlaa, 1408hi - 1987m

• kshaf alqanaei: lilbuhuti,alnaashir: dar alkutub aleilmiati.

• majmue alfatawaa: liabn taymiati,alnaashir: majmae almalik fahd litibaeat almushaf alsharifi, almadinat alnabawiati, almamlakat alarabiat alsueudiati, eam alnashri: 1416h/1995m.

• almughaniy liabn qudamata,alnaashir: maktabat alqahirati, bidun tabeatin.

• alhidayat lilkuludhani,alnaashir: muasasat ghras lilnashr waltawzie,altabeati: al'uwlaa, 1425 hi / 2004 mi.

kutub almazhab alzaahirii

• almuhalaa bialathar: liabn hazma,alnaashir: dar alfikr - bayrut: bidun tabeat wabidun tarikhi.

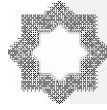
kutub alfiqh alzaydi

• alsil aljaraar : lilshuwkani,alnaashir: dar abn hazma,altabeata: altabeat al'uwlaa,

kutub haditha

• al'ahkam alfiqhiat almutaealiqat bialjahalat fi alsamsarat al'iilikturniat - dirasat tatbiqiatun, du/ 'iibrahim bin salih bin 'iibrahim alttanm, bahath manshur bimajalat kuliyyat aldirasat al'iislatmiat walearabiat lilbanat bial'iiskandariat aleadad altaasie walthalathun al'iislar alraabie (disambir) 2023m

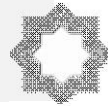
• altaswiq alalkitrunii, mabruk aleudili,alnaashir: dar 'amjad lilnashr waltawzie 2015m



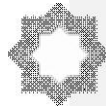
- atlaswiq al'iiliktruniu fi zili altaghayurat altiknulujiat almueasirati, mustafaa yusif kafi , alnaashir: dar wamuasasat raslan, suria, 2119 mi.
- atlaswiq altijariu wa'ahkamuh fi alfiqh al'iislamii, da. husayn alshahrani, alnaashir: dar altadamuriati, altabeati: al'uwlaa, 1431hi-2010m.
- tikinulujia almaelumat wadawriha fi atlaswiq altaqlidii wal'iilikturuni, eali musaa, eabd allah firighili, alqahirat 2007m.
- alhawafiz altijariat atlaswiciat wa'ahkamuha fi alfiqh al'iislamii, khalid almaslaha, alnaashir: dar abn aljawzi, altabeat althaaniatu, 1426h 2005m.
- dur atlaswiq al'iiliktrunii fi taghyir suluk almustahlik fi zili jayihat kuruna dirasatan maydaniatan ealaa eayinat min majmueat baye washira' al'ashya' aljadidat walmustaemalati, 'iiedad altaalibat kwahal ranya mudhakirat mastir jamieat muhamad khaydar bisikrati, kuliyaat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati.
- alsamsrat wa'ahkamuha fi alfiqh al'iislamii walqanun alwadeii du/ yusri 'iibrahim 'abu saadat , bahath manshur fi majalat albuhtuth alfiqhiat walqanuniati, kuliyaat alsharieat walqanun bidiminhur, almujaalad 3, aleadaad 3, 1987m.
- almueamalal almalial 'asalatan wamueasaratu: dubyan bin muhamad alddubyani, alnaashir: maktabat almalik fahd alwataniati, alrayadi- almamlakat alearabiati alsaeudiati, altabeatu: althaaniatu, 1432 hu

almawaqie al'iiliktirunia

- maqal bieunwani: 'iilayk 'ahamu 9 ahdaf atlaswiq alalktrunii 2025- firisit markitis, <https://firstmarkets.com>
- atlaswiq al'iilikturuni, du/ yusuf 'ahmad 'abu fara (sa142) dar wayil llnashri, al'urduni, 2004m.
- maqal bieunwani: 'anwae atlaswiq ma hi aliat atlaswiq al'iilikturuni?, <https://altaswieq.com>
- maqal bieunwani: mahi alsuwshyal midya? 'ahamiyatiha wa'anwaeiha wakayfiat astikhdamiha, <https://orgwani.com>
- atlaswiq eabr wasayil altawasul aliajtimaeii, talifu/ linda kulz , tarjamat du/ 'ahmad almaghribii , alnaashir/ dar alfajr llnashr waltawzie, 2016m.

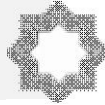


- maqal bieunwani: ma hi alsuwshyal midya? 'ahamiyatiha wa'anwaeiha wakayfiat astikhdamiha, <https://orgwani.com>, wamaqal bieunwani: 'anwae altaswiq ma hi aliat altaswiq al'iiliketuruni?, <https://altaswieq.com>
- 'akhlaqiaat altaswiq al'iislamii, du. rafif bint nabil hashim 'amir, majalat kuliyyat alsharieat walqanun bitafahina al'ashraf - duqahliatu, aleadad alsaadis waleishrun lisanat 2023m " aljuz' al'uwwla"
- maqal bieunwana: altaswiq bialeumulat lilmubtadiiyn dalil altaswiq (shrh mutakamil) <https://webwiner.com/affiliate-marketing-for-beginners/>.
- maqal bieunwana: altaswiq bialeumulat lilmubtadiiyn dalil altaswiq (shrh mutakamil) <https://webwiner.com/affiliate-marketing-for-beginners/>
- maqal bieunwani: daliluk alshaamil liltaearuf ealayi altaswiq bialeumulat Affiliate Marketing, cart.net <https://www.multi->
- maqal bieunwani: aktashaf 'asasiaat altaswiq bialeumulat waziadat dakhlika, biqalam muhamad hijazi <https://www.clickyourfuture.com/blog>
- maqal bieunwani: daliluk alshaamil liltaearuf ealayi altaswiq bialeumulat Affiliate Marketing cart.net /<https://www.multi->
- ktab altaswiq bialeumulati, eabd allah alfuazan, manshur ealaa alantirnti, maqal bieunwani: alfarq bayn aldurub shibinji, wal'aflit marktinj <https://shaimaaalmahdy.com>
- maqal bieunwana: altaswiq bialeumulat lilmubtadiiyn dalil altaswiq (shrh mutakamil) <https://webwiner.com/affiliate-marketing-for-beginners>



فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
المقدمة	١٢٩١
أهمية الموضوع:	١٢٩١
مشكلة البحث:	١٢٩١
أهداف البحث:	١٢٩٢
منهج البحث:	١٢٩٢
الدراسات السابقة	١٢٩٢
خطة البحث:	١٢٩٣
المبحث الأول: في التعريف بمفاهيم البحث	١٢٩٥
المطلب الأول: ماهية التسويق الإلكتروني	١٢٩٥
الفرع الأول: في تعريف التسويق الإلكتروني	١٢٩٥
الفرع الثاني: خصائص التسويق الإلكتروني	١٢٩٧
الفرع الثالث: أهداف التسويق الإلكتروني	١٢٩٨
الفرع الرابع: آليات التسويق الإلكتروني	١٢٩٩
المطلب الثاني: في ماهية وسائل التواصل الاجتماعي	١٣٠٢
الفرع الأول: تعريف وسائل التواصل الاجتماعي	١٣٠٢
الفرع الثاني: أشهر مواقع التواصل الاجتماعي	١٣٠٢
الفرع الثالث: حكم التسويق الإلكتروني	١٣٠٤
المطلب الثالث: التسويق بالعمولة (AFFILIATE MARKETING)	١٣٠٦
الفرع الأول: تعريف التسويق بالعمولة (AFFILIATE MARKETING)	١٣٠٦
الفرع الثاني: كيفية عمل الأفلييت ماركيتنج	١٣٠٨
الفرع الثالث: أنواع الأفلييت ماركيتنج	١٣٠٩
الفرع الرابع: أهمية الأفلييت ماركيتنج	١٣١٠
الفرع الخامس: عيوب الأفلييت ماركيتنج AFFILIATE MARKETING	١٣١١
الفرع السادس: الأطراف الرئيسية في الأفلييت ماركيتنج	١٣١١
المبحث الثاني: في التكييف الفقهي للأفلييت ماركيتنج	١٣١٣
المطلب الأول: في ماهية السمسرة	١٣١٣



الفرع الأول: تعريف السمسار	١٣١٣
الفرع الثاني: أركان السمسرة	١٣١٤
الفرع الثالث: أهمية السمسرة	١٣١٤
المطلب الثاني: التكييف الفقهي للسمسرة	١٣١٦
المطلب الثالث: حكم الجعالة	١٣١٨
المطلب الرابع: ما حكم العمولة إذا كانت جزءاً مشاعاً من ثمن المبيع (التقدير بالنسبة أو الحصة)؟	١٣٢٤
المطلب الخامس: وقت استحقاق العوض في الجعالة	١٣٢٩
المطلب السادس: أحوال استحقاق العمولة في حال فسخ الجعالة	١٣٣٠
الفرع الأول: فسخ أحد المتعاقدين الجعالة قبل الشروع في العمل	١٣٣٠
الفرع الثاني: فسخ الجعالة بعد الشروع في العمل	١٣٣٢
الفرع الثالث: فسخ الجعالة بعد إتمام العمل	١٣٣٤
الخاتمة، والتوصيات	١٣٣٥
التوصيات:	١٣٣٦
المراجع	١٣٣٧
REFERENCES:	١٣٤٥
فهرس الموضوعات	١٣٥٢