



# International Journal of Advanced Academic Studies

E-ISSN: 2706-8927

P-ISSN: 2706-8919

www.allstudyjournal.com

IJAAS 2021; 3(1): 180-191

Received: 05-11-2020

Accepted: 11-12-2020

## بازاریابی شبکه‌ی و حکم شرعی آن

پوهن یار عبدالقهار « یم صم »

پوهن یار عبدالقهار « صم یم »  
 علمی کادر عضو  
 قاف ت دیو پارت مانت  
 اسلامی  
 کده شرعیات دانش  
 دانشگاه ال بیرونی

### چکیده

در اوایل قرن بیستم، سیستم تجارتی موهمی در امریکای جنوبی توسط یک مهاجر ایتالیایی بنام (چارلرپونزی) بزرگترین کالاها بر دارجهان تحت عنوان «بازاریابی شبکه‌ی هرمی» آغاز به فعالیت نمود، این سیستم در سیر تکامل خود به فراز و فرود های گوناگونی رو برد و از سوی برخی از کشور ها فعالیت شان ممنوع اعلان گردید و در عین حال برخی از کشورهای دیگر ناخواسته به دام این اژدها افتادند و نتوانستند خود را از شر این مافیای اقتصادی و بین المللی و... نجات دهند، و سرانجام این شرکت ها با ترفندهای مختلف وارد سرزمین های اسلامی گردید و تا هنوز بیش از بیست کشور اسلامی فعالیت های این شرکت مافیای را بنام های گل کوئست، کیونت، بزناس، سمارت وای، سفن دایموند و چینل و... تجربه نموده اند، و با کمال تأسف در سالهای پسین افغانستان هم شامل لست کشور های اسلامی گردید که به جال این مکاران تاریخ افتاده اند، همین اکنون شرکت کیونت با داشتن ده دفاتر در نقاط مختلف شهر کابل فعالیت می نماید و صدها جوان و نوجوان را از مرکز و ولایات به دام خود انداخته اند و ملیون ها افغانی را به بیرون از کشور فرستادند که این خود ضربه بزرگی به پیکر اقتصاد نو پای افغانستان است، جهت تبیین و توضیح موضوع لازم بود مقاله علمی و تحقیقی پیرامون - بازاریابی شبکه‌ی و حقیقت آن - تحریر گردد تا از ماهیت این شرکت ها را پرده بردارد، بنابراین قلم برداشتم و بخاطر نجات ملت و میهن ام مقاله هذا را به رشته تحریر در آوردم، بعد از تحقیق و بررسی همه جانبه در مورد فعالیت، عضویت، استخدام و فروش محصولات و... در این شرکت ها به این نتیجه رسیدیم که عضویت، استخدام، فروش محصولات خیالی و هر نوع فعالیت برای این شرکت در روشنی آموزه های اسلامی و فتاوی معتبر مجامع علمی جهان اسلام حرام است.

واژه های کلیدی: بازاریابی، شبکه‌ی، هرمی، کیونت، محصول.

### مقدمه

الحمد لله والصلوة والسلام علی رسول الله وعلی اله واصحابه ومن والاه اما بعد:  
 ما در عصر استبداد سرمایه مادی قرار داریم، بشریت امروز برای بدست آوردن آن از هیچ نوع حیل و نیرنگ دریغ نمی ورزد، همانگونه ای که رسول الله صلی الله علیه وسلم فرمودند: «بِأَيِّ عَالِي النَّاسِ زَمَانٌ لَا يُبَالِي الْمَرْءُ مَا أَخَذَ مِنْهُ أَمِنْ الْحَلَالِ أَمْ مِنَ الْحَرَامِ». [1] روزگاری فرا خواهد رسید که مردم اهمیت نمی دهند که آنچه بدست شان می رسد از راه حلال است یا حرام.  
 بدون تردید بازاریابی شبکه‌ی بی که جدیداً در افغانستان آغاز به فعالیت نموده یکی از شرکت های کلا هیرداری است که با صد ها حیل و نیرنگ میخوانند سرمایه های مردم بیچاره را تحت نام سرمایه گذاری بتاراج ببرد این شرکت ها از دیر زمانی در کشور های غربی و اروپایی فعالیت داشتند بعد از این که در آن کشور ها راز شان افشاء می گردند و از طرف دولت ها در اثر زیان های اقتصادی فعالیت های شان ممنوع قرار می گیرد تلاش می کنند چاره ی بیندیشند و در جای دیگری بستر مناسبی برای فعالیت های شان پیدا کنند و برای انجام این معمول به کشورهای عربی و اسلامی روی می آوردند، اما رهبران این شرکت ها نظر به تجارب که از دولت ها و ملت ها مختلف جهان داشتند و بخصوص بخاطر همسان سازی این فعالیت با فکر و اندیشه اتباع کشور های اسلامی و فرار از خطر های قانونی در کشور های غربی دست به یک سلسله تعدیلات و ایزادات در نحوه فعالیت های خویش می زنند، این شرکت ها بعد از تعدیلات اندک با چهره جدید

### Corresponding Author:

پوهن یار عبدالقهار « صم یم »  
 علمی کادر عضو  
 دیو پارت مانت  
 اسلامی  
 کده شرعیات دانش  
 دانشگاه ال بیرونی

وارد کشور های عربی و اسلامی گردیدند، برای مدتی به دور از انظار دانشمندان امت اسلامی و بیان حکم شرعی آن تحت نام « مفاد بیشتر در وقت کمتر » دست به فعالیت زدند و در این مدت به بسیاری از کشور های اسلامی راه یافتند تا این که دانشمندان امت اسلامی و مجامع فقهی در برابر این پدیده قد علم نمودند و با موقف گیری های جدی در برابر این پدیده شوم و بیان حکم شرعی آن مردم را از آب شدن در کوره های ذوب سرمایه ها باز داشتند و بسیاری از دولت ها مانند : بحرین و عربستان سعودی و... بخاطر کلاهبرداری ، حيله و نیرنگ و ترفندها و ده ها محظور شرعی که در این شرکت ها وجود داشت فعالیت های این شرکت ها را ممنوع اعلان نمودند.

از آنجایی که این شرکت فعالیت های خویش را در افغانستان تازه آغاز نموده اند بسیاری از مردم افغانستان از حقیقت آن بی خبر اند و از سوی هم بی کاری و فقر باعث شده است که جوانان به شکل سیل آسا در این شرکت جذب شوند اینک خواستم مسولیت دینی و میهنی خود را در قبال دین، وطن و میهنم انجام داده حکم شرعی بازاریابی شبکه بی را خدمت هم میهنان عزیزم تقدیم کنم تا باشد بدین وسیله ملت و میهنم را از چنگال این اژده ها چند سر و شرکت های کلاهبردار ، فریبکار و... رهانیده و سعادت دنیا و آخرت را نثار شان نمایم.

**سبب اختیار موضوع :** سوالات پی هم مردم متدین جوانان بدخشان ، جلب و جذب روز افزون جوانان مسلمانان افغانستان در شرکت کلاهبردار بازاریابی شبکه بی ، گسترش دفاثیر این شرکت در نقاط مختلف کشور که باعث رکود اقتصادی و فلج شدن سیستم اقتصادی خانواده ها و کشوری گردد، و نیز بی توجهی مسولان - وزارت های مربوط و ریاست های ذی دخل و سکتور ها امنیتی - در برابر فعالیت های بی رویه شرکت های کلاهبردار در افغانستان، و ادعای دروغین اعضای شرکت مبنی بر مشروعیت فعالیت های شرکت های کیونیت و... این عوامل همه دست به هم دادند تا قلم برداشته و چند سطر پیرامون حقیقت بازاریابی شبکه بی و حکم شرعی آن تحریر نمایم تا بدین وسیله ملت و میهن خویش را از دست مافیای اقتصادی و مافیای بین المللی و.. نجات دهیم.

**اهداف تحقیق :** بدون شک هر تحقیق از خود اهداف و مقاصد می داشته باشد که برای رسیدن به همان اهداف تحریر می گردد مقاله هذا در محور اهداف بسیار مهم می چرخد این که بطور مختصر خدمت تان عرض می دارم.

- 1- تحقیق و بررسی همه جانبه پیرامون حقیقت ارزیابی شبکه بی و فعالیت های آن در افغانستان و بیان حکم شرعی آن .
- 2- پرده کشایی از ترفند های مؤسسان شرکت های بازاریابی شبکه بی برای جلب و جذب شهروندان گرامی.
- 3- جلوگیری از فعالیت های اقتصادی غیر مشروع در سر زمین اسلامی افغانستان.
- 4- نجات دولت و ملت افغانستان از چنگال مافیای اقتصادی و مافیای بین المللی.

**مواد و روش کار :** از آنجایی که فعالیت های اقتصادی به سیستم بازار یابی شبکه بی قبل از کشور اسلامی افغانستان وارد سر زمین های اسلامی دیگر گردیده بود دانشمندان امت اسلامی قبل از ما اقدامات مفید و مؤثر را در این راستا انجام داده اند چنانچه عسری عصام ، کتا بی تحت نام « العقود الفاسد و اثرها علی الاقتصاد الاسلامی ، التسویق الشبکی نموذجاً » و داکتر سقا ، کتا بی تحت نام « مزیل الایاس عن حکم التعامل مع شرکه بزناس و مثیلاتها من شرکات التسویق الشبکی » و احمد سمیر کتا بی تحت نام «حکم التسویق بعموله هر میة ، دراسة فقهیة ، قانونیة ، مقارنه » نوشته اند ، تفاوت این تحقیق با کتاب ها نامبرده در این است که کتاب ها مذکور به زبان عربی تحریر گردیده اند و اکثریت مطلق مردم افغانستان به زبان عربی بلدیت ندارند نمی توانند از این کتاب ها استفاده نمایند اما این مقاله به زبان دری تحریر گردیده تا شهر و اند موضوع را بخوبی درک نمایند ، مؤلفان این کتاب ها بیشتر روی حکم شرعی آن تاکید دارند اما درباره نحوه فعالیت و تاریخچه و عکس العمل کشورها در برابر آن صحبت ننموده اند در حالیکه در این مقاله در قدم نخست روی تاریخچه بازاریابی شبکه بی، عکس العمل کشور ها ، روش فعالیت ها ، نام های مختلف شرکت بازار یابی شبکه بی ، تفاوت بازاریابی شبکه بی با دیگر عقود و حکم شرعی آن بحث نموده ایم ، علاوه بر آن در این مقاله ده ها فتاوی معتبر مجامع فقهی و دانشمندان جهان اسلام تذکر رفته است.

**روش تحقیق :** در این بحث از روش مختلط میدانی و کتابخانه ی استفاده گردیده ، در بخش شناخت بازاریابی شبکه بی، تاریخچه و فعالیت های مکارانه ی آن از روش میدانی ، و در بخش توصیف فقهی و حکم شرعی آن از روش کتابخانه ی (حقیقی و مجازی) بیشتر استفاده گردیده است.

**طرح موضوع :** این بحث حاوی مقدمه سه مبحث ، مناقشه ، یافته ها و پیشنهادات است که قرار ذیل اند:

- مبحث اول- شناخت بازار یابی شبکه بی
- الف- درآمدی به بازاریابی شبکه بی
- ب- تاریخچه بازاریابی شبکه بی
- ج- روش فعالیت های بازاریابی شبکه بی
- د- مفهوم بازاریابی شبکه بی
- مبحث دوم - تفاوت های بازاریابی شبکه بی با عقود مشابه آن
- الف- تفاوت بازاریابی شبکه بی با بازاریابی مباشر
- ب- تفاوت بازاریابی شبکه بی با سمساری (دلالی)
- ج- تفاوت بازاریابی شبکه بی با وکالت بامزد
- د- تفاوت بازاریابی شبکه بی با جعله
- ه- تفاوت بازاریابی شبکه بی با هبه
- مبحث سوم - حکم شرعی بازار یابی شبکه بی
- الف- توصیف فقهی بازاریابی شبکه بی
- ب - حکم شرعی بازار یابی شبکه بی
- ج- نمونه فتاوی مجامع فقهی و دانشمندان جهان اسلام
- د- مناقشه
- ه- نتایج و یافته ها
- و- پیشنهادات
- ز- پی نوشت ها

### مبحث اول- شناخت بازار یابی شبکه یی

در این مبحث روی سه موضوع درآمد ، تاریخچه و مفهوم بازاریابی شبکه یی بحث و تحقیق صورت می گیرد :

**درآمدی به بازاریابی شبکه یی :** بدون تردید از نظر علمی حکم کردن به حلت و حرمت یک موضوع بستگی به شناخت واقعی آن دارد ، تازمانی که محقق یک تصور کلی از موضوع در ذهن خود مجسم نکند نمی تواند بطور قاطع بر حلت و یا حرمت آن حکم نماید « زیرا حکم بر یک موضوع فرع همان تصور» است.

بنابراین باید محقق موضوع را به صورت واضح و روشن با بیان مفهوم ، اوصاف فقهی و احاطه کلی بر تمام جوانب آن مورد بررسی قرار داده سپس به حکم شرعی آن مبادرت ورزد ، با در نظر داشت این اصل پژوهشگر زمانی می تواند بطور قطع در مورد حکم شرعی بازاریابی شبکه یی تصمیم خود را اعلان نماید که به پرسش های ذیل پاسخ درست ارایه نماید: بازاریابی شبکه یی چیست ؟ نحوه فعالیت های آن چگونه است ؟ چه وقت درجهان پدید آمد؟ در کجا پدید آمد ؟ توسط کی پدید آمد؟ چگونه رشد و ارتقا نمود؟ در کجا به مرحله شگوفای رسید؟ در کجا با مشکل مواجه شد؟ کی ها برای آن مشکل آفرینند ؟ و چرا برایش مشکل آفرینند ؟ مجامع فقهی جهان اسلام و دانشمندان معاصر چه وصف فقهی برایش تعیین نمودند؟ تفاوت بازاریابی شبکه یی بادیگر عقود شرعی در چیست ؟ .....

**تاریخچه بازار یابی شبکه یی :** یک نقطه را بیاد داشته باشید در شرایط کنونی شبکه های عنکبوتی (انتر نت) در انتشار و گسترش بازاریابی شبکه یی در کشور های جهان و بویژه در کشورهای اسلامی نقش بسیار مهم دارند ، و در سایه انتشار سریع همین وسیله ای که قبل از بزرگان جهان را در تسخیر اطفال قرار داد رشد بسیار سریع و قابل ملاحظه ی داشته است ، اما از لحاظ تاریخی برای نخستین بار در سال (1920 م) در امریکای جنوبی توسط یک مهاجر ایتالیایی بنام (چارلرپونزی) بزرگترین کلاهبردار در تاریخ امریکا سیستم تجارت خیالی تحت نام « بازاریابی شبکه یی هر می » تأسیس گردید.

سیستم عملیاتی شبکه بین گونه بود آنها در آغاز تبلیغات گسترده ای را پیرامون سیستم تجارتی سود آور زیر نام « بازاریابی شبکه یی هر می » براه انداختند هرکه در این شبکه سرمایه گذاری کند در ظرف 45 روز 50% و در ظرف 90 روز 100% مفاد بدست می آورد ، سرانجام این تبلیغات به ایالت های دیگر حتی به کشور های همجوار هم تأثیر گذاشت مردم پول های خود را از طریق پست خانه ها بخاطر بر آورده ساختن خواب های سود جویانه 50% و 100% به آدرس شبکه می فرستادند و از طریق پست خانه هم پونزی مفاد عالی را بدست می آورد. همانگونه ای که امروز شبکه یی بازاریابی از طریق فرستان پول های اشتراک کنندگان به بانک های خارجی از طریق برنامه ویستر یونین و... پول های هنگفت را بر علاوه از پول های اصلی هزینه می کند.

اما پونزی می دانست که در تطبیق کامل این نظام موفق نمی شود ، چون در آغاز وعده مفاد های 50% را در ظرف 40

روز و مفاد 100% را در ظرف 95 روز برای اعضای شبکه سپرده بود، بنابراین ترفند دیگری را روی دست گرفت و برای اعتمادسازی بین اعضای شبکه برای دسته ی اول اشتراک کنندگان 50% مفاد پرداخت نمود.

در چنین وضعیت که اشتراک کنندگان بازار یابی شبکه یی هر می در حالت افزایش بود، پونزی دست به دغل بازی زد از یک طرف 50% مفاد اشخاص درجه پائین را بخاطر فریب دادن مردم به اشخاص اوائل پرداختند و از سوی دیگر درآمد های مردم را در مصالح شخصی خود به مصرف رسانیدند و در عین حال از امضای چک های مفاد و رسیدات مالی که با برخی از بانک های قرار داد بسته بودند سر باز زدند که چهره واقعی پونزی افشاء شد و در نتیجه در حدود شش ملیون دالر امریکای از مردم مقروض شد ، و سرانجام به جرم کلاهبرداری دست گیر و به ده سال زندان محکوم شد [2].

از آنجایی که این خطر اقتصادی کشور ها را تهدید می کرد ، دولت های علیه این نوع کلاهبرداری شبکه یی به مبارزه پرداختند ، کشور امریکا موفق شد در سال (1947م) برای جلوگیری از این تجارتی غیر اخلاقی ، قانونی را تحت نام « قانون منع شرکت های هر می » به تصویب برساند و در تمام ایالت های ایالت متحده امریکا مرعی الاجراء قرار دهد [3].

و در سال (1959م) بازاریابی شبکه یی هر می فعالیت های خود را بار دیگر تحت پوشش شرکت اموایی (AMWAY) آغاز نمود ، اما در آغاز سال 2011م وزارت تجارت امریکا موفق گردید در محکمه علیه این شرکت به جرم ، تزویر ، فریب و کلاهبرداری اقامه دعوی نماید که در نتیجه فعالیت های آن متوقف و تمام سرمایه هایش مصادره و به صاحبان شان مسترد نمودند [4]. - و این کار در افغانستان ممکن نیست بخاطرکه الی تاریخ 24 حوت 1398 هـ.ش. که من با مسؤلان این شرکت در یکی از دفاتر شان در شهر کابل نشست داشتم هیچ نوع تفاهمی با دولت جمهوری اسلامی افغانستان (بانک مرکزی افغانستان ، وزارت تجارت ، اقتصاد ، مالیه و ادارات ذیربط) نداشتند ، و از سوی هم سرمایه های مردم را به بانک های خارجی می فرستند در بانک های افغانستان چیزی را نمی گذارند ، به همین منوال کار گردانان اصلی این شبکه خارجی هستند و لیدر های داخلی هیچ نوع صلاحیت تضمینی را در قبال پول های اشتراک کنندگان داخلی ندارند و مسؤلیت به دوش خود اشتراک کننده است .

بعد از این که هویت شرکت های بازاریابی شبکه یی در کشور های جهان افشاء شد و رهبران شان به جرم کلاهبرداری به زندان ها فرستاده شدند ، قوانین منع بازاریابی شبکه یی از سوی کشور ها وضع و اموال شان مصادره گردید از همان زمان تا به امروز هر روز یک شرکت بازاریابی شبکه یی ظاهر می شود و روز دیگر پنهان می شود سرانجام این تجارت خیالی به برخی از کشورهای که از فعالیت های بازاریابی شبکه یی و کلاهبرداری های آنها آگاهی نداشتن و بخصوص کشور های اسلامی قدم گذاشت، و برای نخستین بار در کشور اسلامی امارات متحده عربی در سال (2001م) توسط سه نفر پاکستانی بنام های عمران خان ، زمانی احمد و نورمحمد زیر نام شرکت بزئس (Biznas) در شهر دبی تأسیس و از طریق انترنت به

فعالیت هایش آغاز نمود ، مطابق احصائیه های سال 2003م اعضای این شبکه به 315000 هزار نفر در بیش از صد کشور جهان بالغ می گردید واز این طریق مفاد هنگفت را بدست آوردند.

این کلاهبرداری فریبنده باعث شد که بسیاری از کشور ها اتباع خود را از سرمایه گذاری در این شرکت باز دارند و اجازه ندهند که سرمایه هایشان به بیرون از کشور شان فرستاده شود در نتیجه این شرکت ها نا پدید شدند حتی آدرس ها اینترنتی شان را هم از بین بردند [5].

از جمله شرکت های کلاهبردار بازار یابی شبکه بی که تا هنوز در کشور های اسلام بنام های مختلف و مؤسسان مختلف بخاطر ترفند های عوام فریبانه ظهور کردند بر سبیل مثال عبارتند از: (گل کوئست، کیونیت ، بزناس ، سمارت وای ، سفن دایموند وچینل ....) است.

بازاریابی شبکه بی همیشه نظر به حساسیت های محیطی و زمانی چهره تبدیل نموده با یک نام میدان را ترک و به نام جدید وارد میدان می شدند و هر یک ادعاء دارد که این شبکه علاوه از شبکه ی بازاریابی هرمی است ، و شبکه های بازاریابی دیگر را متهم به کلاهبرداری ، تزویر و نیرنگ می نمایند تا مشتریان بیشتری را به دام بیندازند ، دقیقاً اگر امروز شما با اعضای بازاریابی شبکه ی کیونیت بحث نماید میگویند: بازاریابی هرمی کلاه بردار است اما بازاریابی شبکه ی کیونیت یک شبکه ی جهانی و با اعتماد است و هیچ گونه ارتباط با بازاریابی هرمی ندارد، در حالیکه تمام شرکت های بازار یابی شبکه ی از لحاظ اصالت ، فعالیت، سیاست و پالیسی و ... یکی هستند و هیچ تفاوت از همدیگر ندارند فقط تحت یک اسم بنام شده یا از طرف دولت ها ممنوع اعلان شده و یا دانشمندان به حرمت فعالیت های آن فتوی داده اند فقط باتغییر نام جدید وارد میدان شده اند.

برخی از این شرکت ها را بطور نمونه برای تان به معرفی می گیریم :

**1. بازار یابی شبکه بی گلد کوئست :** این شرکت بیشتر در ایران فعالیت های خود را انجام داده است در حدود 350 هزار نفر عضو فعال داشت و در حدود 240 میلیون دالر از سوی این شرکت به خارج فرستاده شده است و در اثر شکایت بیش از 30 هزار نفر به داد گستری ایران ، قاضی حمید رضا طایفی قاضی ویژه رسیدگی به پرونده گلد کوئست این شبکه را غیر قانونی و شرعی اعلان نموده تمام فعالیت های شان را ممنوع قرار داده اند [6].

**2. بازاریابی شبکه بی کیونیت « QNET »:** یکی از شرکت های بازاریابی شبکه بی و زیر مجموعه های شرکت مادر به نام کیو آی (Qi) است، این شرکت در سال میلادی ۱۹۹۸ در هنگ کنگ منطقه ی خود مختار جنوب چین تأسیس شد. بنیانگذار آن تاجر مالزیایی، ویجی اسواران، و مدیران آن عمدتاً از اهالی کشورهای جنوب شرقی آسیا بودند مدیر عامل May er: JR و مدیر ارشد اجرایی : Haldun Arin بود.

شرکت کیونیت از شرکت های بازاریابی شبکه بی است و در زمینه فروش انواع محصولات از جمله تورهای مسافرتی،

جوهرات ، ساعت ، و لوازم آرایشی ، لوازم بهداشتی، تکنولوژی و انرژی را فعالیت دارد.

این شرکت در بیش از ۱۰۰ کشور فعالیت دارد و در ۲۵ کشور مانند اندونیزیا، تاجیکستان، امارات متحده عربی، مالیزیا، فیلیپین، روند، سنگاپور، ویتنام، هند، ترکیه، الجزایر، بورکینافاسو، ساحل عاج، گرجستان، اردن، قزاقستان، مراکش، میانمار، روسیه و تونس نمایندگی دارد.

کمپنی کیونیت از سال ۲۰۱۲ اسپانسر تیم فرمول یک Marussia F1 شده و همکاری و حمایت مالی از این تیم برای ساخت و نگهداری ماشین های مسابقه فرمول یک را آغاز کرده و نام Qnet در سرتاسر ماشین و لباس رانندگان و کلاه های تیم ماراوشیا حک شده است. [ در جام جهانی فوتبال ۲۰۰۲، در المپیک ۲۰۰۰ سیدنی و ۲۰۰۴ آتن و ۲۰۰۸ پکن شرکت Qnet توزیع کننده رسمی سکه های یاد بود بوده است. همچنین کمپنی کیونیت سال ۲۰۰۹ تا سال ۲۰۱۲، حامی رسمی کنفدراسیون فوتبال آسیا در طول لیگ قهرمانان آسیا بود. در سال ۲۰۱۴م، اسپانسر تیم منچستر سیتی شده و همکاری سه ساله با باشگاه فوتبال منچستر سیتی برای تبدیل شدن به یک شریک رسمی فروش مستقیم، این باشگاه را آغاز کرد.

فعالیت های شرکت کیونیت در بسیار از کشور ها به علت اخلاص نظام اقتصادی ممنوع قرار گرفت از آنجمله کشور همسایه ما ایران به علت خروج ارز از کشور و اخلاص نظام اقتصادی غیرقانونی اعلام شد.

با استناد به ماده یک قانون مجازات اخلاص نظام اقتصادی کشور مصوب ۱۹/۹/۱۳۶۹ ، بند (ز) الحاقی در سال ۴/۳/۱۳۸۴: هرگونه " تأسیس، قبول نمایندگی و عضوگیری در بنگاه، مؤسسه، شرکت یا گروه به منظور کسب درآمد ناشی از افزایش اعضا به نحوی که اعضا جدید جهت کسب منفعت، افراد دیگری را جذب نموده و توسعه زنجیری یا شبکه انسانی مداوم یابد" غیرقانونی و جرم اعلام شده است [7].

**3. بازاریابی شبکه بی بزنس (Binass):** یک شبکه ی جهانی است در سال 2001م در پایتخت کشور عمان باسر دادن شعار « تجارت مردم توسط مردم برای مردم » تأسیس و تحت پوشش « شرکت بزناس » آغاز به فعالیت نمود ، متعاقباً نمایندگی این شرکت در سال 2002 م در کشور امارات متحده عربی توسط \_ علی شرجی و عمران خان پاکستانی- که تجربه پانزده ساله در عرصه فعالیت های بازاریابی شبکه بی داشتند افتتاح گردید ، این شرکت در حدود 25 نمایندگی در بیش از 20 کشور جهان مانند : کشور سعودی ، امارات متحده عربی ، لبنان ، ترکیه و... دارد.

و این شبکه تا حال نه بر نامه تعلیمی ، تربیتی و کمپوتری (وبیندوز xp، اکسل 2001 و ورد 2002) را برای شاگردان ابتدایی تقدیم نموده است .

همه این فعالیت ها بخاطر پنهان نگهداشتن هویت او بوده است ، اما خوشبختانه راز نهفته شان افشاشد و شکایات مردم بالا گرفت و سواالات زیادی به دارای الافتاء ها ، و مجامع بزرگ فقهی و مفتیان بزرگ جهان اسلام موصلت ورزید که در نتیجه به



حرمت فعالیت های شرکتهای بازاریابی بزنس فتوی صادر نمودند [8].

متأسفانه! مردم افغانستان طی چند سال شرکت هر می گلد کونسرت را تجربه کردند و در نتیجه ی آن پول های هنگفتی توسط این مدیران مکار تحت نام سرمایه گذاری و تجارتي های بین المللی و خرید محصولات قیمتی شرکت و... به کشور های بیرونی سرازیر شد و سرانجام شرکت با مدیران رده اول متواری شدند که مردم غریب این مرز بوم خسارات بزرگی را متقبل شدند.

اینک همان شرکت کلاهبردار با تغییر نام « کیونت » وارد افغانستان شده ، همین اکنون با داشتن ده دفتر به نام های مختلف در شهر کابل و... فعالیت های خویش را آغاز نموده است و هزاران جوان را از ولایت های مختلف افغانستان به دام خود انداخته اند و ملیون ها افغانی را به بیرون از کشور فرستادند که ضربه بزرگی به پیکر اقتصاد نو پای افغانستان است.

**روش فعالیت های بازاریابی شبکه یی :**

روش فعالیت های شرکت به گونه یی است یک شخص جدید به دام یک عضوی قبلی که معمولاً از جمله دوستان نزدیک وی می باشد یا حد اقل به او اعتماد دارد افتاده با خریدن یک محصول صوری ، بعضاً خریدن یک محصول حقیقی که قیمت همان محصول معادل پول پرداخت شده نمی باشد و گاهی محصول هم نمی باشد بلکه بنام تحت پاکت (سفر خارجی) و... در مقابل مبلغ هنگفت عضویت شرکت را بدست می آورد، این عضو جدید بعد اخذ عضویت برای مدت حد اقل یک ماه بطور شبانه روزی تحت آموزش قرار می گیرد در این مدت مدیران کارشته و کلاهبردارن باتجربه در خدمت شان قرار می گیرند و با تبلیغات وسیع و گسترده و نشان دادن باغ بالا و پائین اعتماد عضو را بدست آورده بعد از شستشوی مغزی نحوه فعالیت های شرکت و راه های مؤثر جلب و جذب مشتریان و... باقرائت کتابهای که دارند برایش آموزش می دهند و سپس او در بازار کار می فرستند تا به صفت یک عضو شرکت ، اشخاص دیگری را با خرید یک محصول صوری به عضویت شرکت دعوت دهد و او دیگران را به عضویت در شرکت تشویق و ترغیب می کند این سلسله تداوم پیدا می کند .... به هر اندازه که مشتریان بیشتر جلب نماید به همان اندازه شخص اولی سود مند تر می شود، بطور مثال اگر بتواند دونفر را بر عضویت شرکت اضافه کند دو صد دالر امریکای بدست می آورد و اگر هرنفر آن بتوانند دو دونفر اضافه نماید چهار صد دالر بدست می آورد ، اگر این چهار نفر توانستند دو دو نفر دیگر را جلب کنند برای نفر اولی هشت صد دالر و برای هر کدام از آنها دو صد دالر ...پرداخت می گردد تا این که عدد مطلوب که نزد شرکت است تکمیل شود البته در سیستم دوگانگی عدد مطلوب 64 نفر است که حداقل در ظرف هشت هفته وحد اکثر چندین سال می تواند این عدد را تکمیل نماید هر دست لیدر باید 32 نفر جلب کند تا عدد مذکور تکمیل گردد بعد از تکمیل عدد مذکور نفر اولی تقاعد می کند و معاش ماهوار خود را مطابق نورم های از قبل تعیین شده برای مدت 99 سال بطور مستدام دریافت می

نماید و در صورت مرگ او یکی از ورثه می تواند این پول دریافت نماید به همین امید مردم فریب خورده، دار و ندار شان را به فروش می رسانند و عضویت شرکت بدست می آورند.

**مفهوم بازاریابی شبکه یی :** بازاریابی شبکه یی در زبان عربی بنام « التسویق الشبکی » و در زبان انگلیسی به نام « Network Marketing » معروف است ، اساساً این واژه ریشه در زبان انگلیسی دارد، سپس وارد مرحله زبانی عربی و متعاقباً وارد ادبیات دری گردیده است از همین رو میخوایم این واژه را از لحاظ لغوی و اصطلاحی تعریف نمایم.

**تعریف لغوی التسویق الشبکی :** از نظر لغوی از واژه های « التسویق » و « الشبکة » ترکیب یافته پس باید در نخست هر واژه بطور جداگانه و سپس بطور ترکیبی تعریف گردد.

**اول – التسویق :**

**الف – تعریف لغوی التسویق :** از لحاظ واژه شناسی کلمه « التسویق » در معاجم قدیمی به این مفهوم به کار نرفته بلکه از فعل «تَسَوَّقَ» گرفته شده به معنای خرید و فروش بکار رفته است ، چنانچه عرب ها میگویند: «تَسَوَّقَ النَّاسُ» مردم مکانی را برای خرید و فروش اختصاص دادند، مصدر آن «تَسَوَّقُ» به معنایی بازاریابی است [9]. بنابر این استعمال و کاربرد واژه « التسویق » برای بازار یابی درست است زیرا نفس «تَسَوَّقُ» دلیل بر وجود « سوق » است و « تسویق » زمینه خرید و فروش را در بازار ها مساعد می سازد [10].

**ب – تعریف اصطلاحی التسویق :** عبارت از عملیه اجتماعی است که زمینه دست یابی به اشیایی مورد نیاز و علاقه از طریق تولیدات و تبادل محصولات زراعتی ، صنعتی و... با ارزش را برای یکدیگر مساعد می سازد ، این عملیه در بر گیرنده پلان عملیاتی ، تعیین نرخ کالا و توزیع آن در میان مستهلكین می باشد [11].

**دوم – الشبکة :**

**الف – تعریف لغوی الشبکة :** از لحاظ واژه شناسی از واژه « شَبَكٌ » گرفته شده به معنای داخل شدن چیزی در چیزی دیگر است ، میگویند: « شَبَكْتُ أَصَابِعِي بَعْضَهَا فِي بَعْضٍ » انگشتانم را در یکدیگر داخل کردم [12].

**ب- تعریف اصطلاحی الشبکة :** عبارت از چند مؤسسه یا دستگاه متداخل و وابسته به همدیگر را گویند که در يك رشته کار کنند [13]

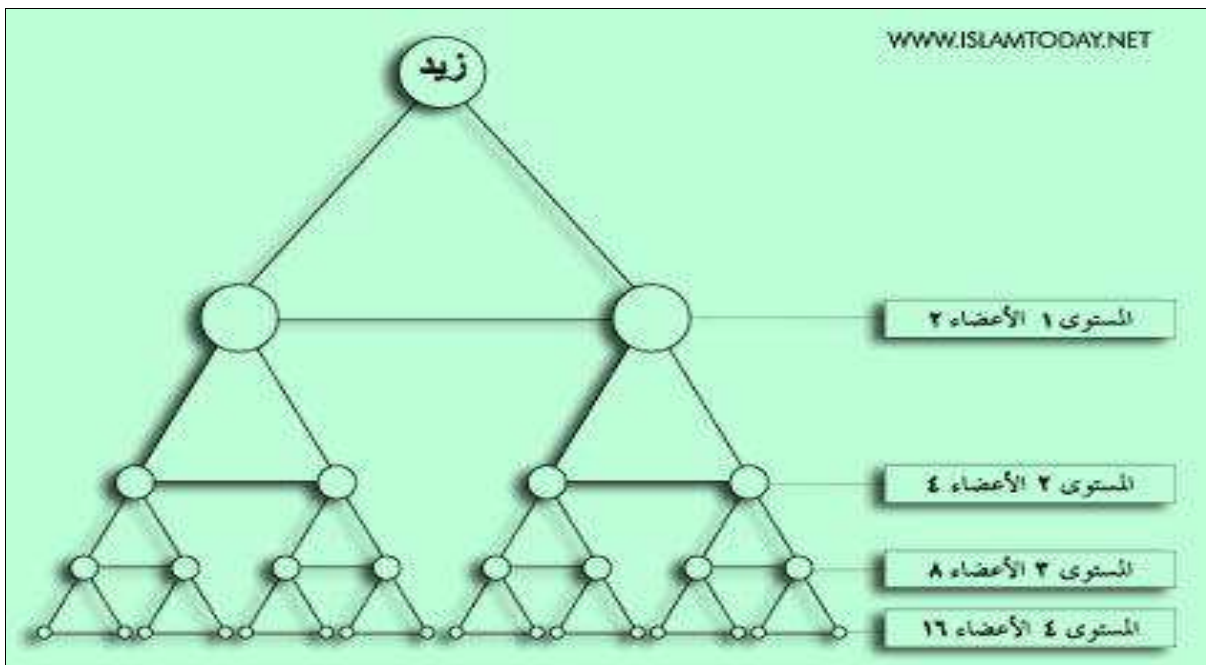
**وجه تسمیه :** سبب نام گذاری این نظام به « التسویق الشبکی » بخاطر متداخل کاری اعضای این شبکه و وابسته بودن آنها بادیگر است زیرا هر عضو شبکه نیاز مند عضو دیگر است به این مفهوم که عضو بالای بدون عضو پائینی منتفی است ، به همین منوال عضو پائین رتبه بدون عضو بالای منتفی است و... رابطه اعضاء در این سیستم باهم آمیخته است.

**سوم - تعریف التسویق الشبکی :** تعریف های متعددی از بازاریابی شبکه یی صورت گرفته برخی از آنها قرار ذیل است :

« عبارت از اشتراک اشخاص در سیستم بازاریابی شبکه یی بنحوی که هر اشتراک کننده دو نفر را برای عضویت در این سیستم جلب نماید و هر کدام از آنها مکلف به جلب دونفر دیگر هستند این روند ادامه پیدا می تا تکمیل عدد معین از سوی شرکت، این عضویت در بدل مبلغ معین که از سوی اشتراک کننده در مقابل دریافت محصول صوری به شرکت پرداخت می گردد تا قناعت اشتراک کننده را در وارد شدن به سیستم فراهم سازد» [14].

درحقیقت بازاریاب ویا اشتراک کننده در این سیستم با پرداخت مبلغ معین حق توظیف وعضویت را خریداری می نماید موضوع خرید محصول شرکت فقط وسیله ی رسیدن به همین هدف است نه مقصد شرکت فروش محصول است و نه مقصود مشتری خرید آن بلکه وسیله ی بیش نیست زیرا بسیار از محصولات شرکت را که برای اشتراک کننده گان به فروش می رسانند وجود خارجی ندارند و اگر در برخی موارد وجود خارجی هم داشته باشند یک محصول عادی است قیمت آن در

بازارهای عادی به مراتب از قیمت تعیین شده از سوی شرکت پائین است اما اشتراک کننده به امید خواب های کلان اقتصادی و گرفتن عضویت شرکت این محصول را خریداری می نماید، مقصد اصلی اشتراک کنندگان دست یافتن به پول های هنگفت است ، هرگاه بازاریاب وارد سیستم شد حالا شرکت در برابر فعالیت های وی برای او حق بازاریابی محصول اعطا می کند اگر دونفر راست وچپ را تکمیل نمود دو صد دالر امریکای به عنوان حق بازاریابی برایش پرداخته می شود وهرنفر باید دونفر دیگر باخود بیاورند اگر توانستند دو نفر جلب نمایند در آن صورت چهار صد دالر، نفر اول بدست می آورد ، در بدل فی نفر صد دالر بدست می آورد و دو صد دالر به نفر دوم پرداخت می گردد و.... این سیستم ادامه پیدا می کند هر دست آن باید 32 نفر بیاورد در نتیجه 64 نفر تکمیل شود بعد از تکمیل این پروسه این عضو تقاعد می کند وبرایش معاش ماهوار برای مدت 99 سال تعیین می گردد و اگر دست راست کار کند اما دست چپ نتواند اعضا را تکمیل نماید برای نفر اول هیچ چیزی داده نمی شود. جلب و جذب اعضاء در سیستم دوگانه ای به شکل ذیل صورت می گیرد.



خلاصه سخن بازاریابی شبکه یی درحقیقت اشتراک در نظام هرمی درمقابل پول است که هر شرکت در برابر محصول صوری تعیین می کند تا اشتراک کننده از وارد شدن به سیستم و بدست آوردن پول از طریق اشخاص که از طریق آنها وارد سیستم شدند اند خرسندباشند.

**مبحث دوم - تفاوت بازاریابی شبکه یی با عقود مشابه آن**  
اکثر شرکت های بازاریابی شبکه یی مدعی هستند که فعالیت های آنان شرعی و قانونی است ، آنان برای فریب دادن مردم و اعضایی خود فعالیت های خویش را با برخی از معاملات قیاس نموده ، کار و فعالیت های خویش را مشروع جلوه می دهند،

بنابراین نیاز است تفاوت های بازاریابی شبکه یی با دیگر عقود واضح گردد تا دیگر مردم فریب این گونه ترغیب ها را نخورده ، سره را از ناسره ، درست را از نادرست ، جایز را از ناجایز ، مشروع را از غیر مشروع و در نهایت حق را از باطل تفکیک نمایند

**1. تفاوت بازاریابی شبکه یی با بازاریابی مباشر:** بین بازاریابی شبکه یی و بازاریابی مباشر تفاوت های زیادی وجود دارد که برخی از آنها قرار ذیل اند:

بازاریابی مباشر از طریق اشتراک مستقیم و غیر مستقیم (تلفون ، انترنت ، پیام ، واتساپ ، تلگرام ، فاکس وایمیل) دو شخص

در خرید و فروش به طور مباشر و بدون واسطه بین تولید کننده و مصرف کننده صورت می گیرد، زیرا هدف بازاریابی مباشر خرید و فروش محصول و کالا و جلب مشتریان بیشتر برای رونق گرفتن تجارت است، درحالیکه اشتراک در بازاریابی شبکه بی بدون واسطه صورت گرفته نمی تواند، و هدف بازاریابی شبکه بی خرید و فروش محصول نیست بلکه هدف بدست مفاد از طریق خوردن مال مردم به طریق باطل است، زیرا هر عضو پول خود را در مقابل پولی که از طریق اعضای دیگر بدست می آید به فروش می رساند، بالاتر دید شبکه متشکل از اعضا است و هر کدام پول یکدیگر را می خورند.

در بازاریابی مباشر وجود دونه بائع و مشتری لازمی است، هر یک ذی نفع هستند بائع از ثمن سود می برد و مشتری از میبیه درحالیکه در بازاریابی شبکه بی وجود سه نفر لازمی است، مشتری محصول خیالی همان عضو جدید، معرفی کننده عضو قدیم و بائع شرکت؛ علی فرض حال در صورتیکه محصول یک جنس باشد مشتری از میبیه سود می برد، شرکت به صفت بائع از ثمن سود می برد، نفر سوم به صفت عضو معرفی کننده مبلغ صد دالر امریکایی را که بدست می آورد از کدام مدرک است.

در بازاریابی مباشر بازاریاب مکلف به خریداری محصول و پرداخت حق تسجیل و معرفی اشخاصی که از طریق آن به شرکت دعوت شوند نیست بلکه بازاریاب در صورت که مزدور باشد معاش ماهوار خود را دریافت می کند و در صورت که مالک باشد مفاد خود را بدست می آورد. درحالیکه در بازاریابی شبکه بی اشتراک کنند مکلف به خریداری حد اقل یک محصول و پرداخت حق تسجیل و معرفی اشخاصی است که از طریق او وارد سیستم شده اند زیرا عضویت در شبکه بدون عضو سابق ممکن نیست، پول را هم از طریق فروش محصول و کالا بدست آورده نمی تواند بلکه در مقابل جلب و جذب اعضای بیشتر به دست می آورد [15].

**2. تفاوت بازاریابی شبکه ای با دلالی:** قیاس بازاریابی شبکه بی به میانجی و واسطه بین خریدار و فروشنده نادرست است زیرا بین این دو عمل تفاوت های زیادی وجود دارد: دلال در عرف تجاری به شخص اطلاق می گردد که برای تسهیل خرید و فروش اجناس در میان بائع و مشتری وساطت و میانجیگری می نماید و در مقابل این عمل از یکی از آنها و یا هر دو شان اجرت دریافت می نماید و بنام سمسار نیز یاد می شود.

این کار یک عمل مشروع است مشروط بر این که اجرت آن معلوم باشد همانگونه ای که امام بخاری در صحیح خود باب را تحت عنوان «باب در بیان اجرت سمسار» قائم نموده اقوال دسته از اصحاب رسول الله صلی الله علیه وسلم و تابعین را برای جواز آن نقل نموده است، از آنجمله دیدگاه صحابی معظم پیامبر اسلام ابن عباس رضی الله عنه، و دسته ای از تابعین عظام چون ابن سیرین، عطابن ابی رباح، ابراهیم نخعی و حسن بصری و.... ذکر نموده است، علامه ابن بطال در شرح

صحیح البخاری قول امام مالک و امام احمد بن حنبل را نیز بر شمار جواز دهنده گان افزوده است.

موضوع سمساری واضح است، شخص سمسار یک مرحله طولانی را بخاطر چانه زنی در بین بائع و مشتری سپری می نماید و به مجرد این که عقد بین طرفین صورت گرفت مرحله سمساری پایان می یابد، و هر یکی از طرفین عقد سود می برد، بائع از پول و مشتری از میبیه نفع می برد. درحالیکه در بازاریابی شبکه ای چنین نیست نه مرحله بازاریابی پایان می یابد و نه طرفین منتفع می شوند بلکه بازاریاب همواره به دنبال فریب افراد بیشتر است.

از سوی هم هدف نهایی دلالی و سمساری فروش محصول و کالا است در حالیکه هدف نهایی بازاریاب در سیستم بازاریابی شبکه بی داخل کردن افراد دیگر در سیستم است تا در مقابل هر نفر ربح به دست بیاورد.

در بازاریابی شبکه بی بازاریاب مکلف به خریداری یک محصول بعنوان حق تسجیل است تا بصفت یک عضو بتواند صلاحیت بازاریابی را در شبکه بدست بیاورد اما در سمساری هیچ گونه پیش شرط برای وساطت بین بائع و مشتری و پرداخت حق تسجیل شرط نیست بنابراین قیاس بازاریابی شبکه ای بر دلالی نادرست و غیر منطقی است [16].

**2. تفاوت بازاریابی شبکه بی با وکالت:** وکالت در لغت به معنای، جانشینی، نمایندگی، نیابت و تفویض کردن تصرف در مال به غیر است، و کسی که نماینده گی به وی سپرده می شود وکیل نامیده میشود وکالت از نظر اصطلاحی عبارت از عقد است که به موجب آن یکی از طرفین دیگری را برای انجام امری نایب و قائم مقام خود می گردانند وکالت در شرع یک امر مشروع است [17].

وکالت در مقابل اجرت و بدون اجرت جایز است اگرچه بهتر عدم پرداخت اجرت برای وکیل است، درحالیکه بازاریابی شبکه بی شخص بازاریاب باید پول بپردازد.

در عقد وکالت شخص عاقل، بالغ اهل تصرف شخص دیگری را جانشین خود در مسائل تجاری، تبرعات و تزویج و... قرار می دهد، درحالیکه در بازاریابی شبکه بی اصلاً وکالتی وجود ندارد بلکه شخص بازاریاب خودش مسئولیت بازاریابی را به پیش می برد.

در عقد وکالت پول پیش پرداخت و خریداری محصول شرط نیست اما در بازاریابی شبکه بی پول پیش پرداخت برای کسب عضویت در شبکه و همچنان فروش محصول شرکت برای دیگران شرط است.

عقد وکالت بر اساس منافع شرعی مانند بیع، ازدواج و... استوار است درحالیکه بازاریابی شبکه بی بر اساس خدعه و فریب مردم استوار است فروش محصول هدف نهایی نیست تا وکالت صورت گیرد بلکه هدف شان قاچاق انسانها و افزایش اعضای شرکت است.

عقد وکالت به مجرد پایان یافتن عمل به پایان می رسد در حالیکه در بازاریابی شبکه بی تا زمانی که اعضای مورد نظر

تکمیل نشود پایان نمی یابد و بعد از تقاعد قرار داد میان عضو و شرکت الی 90 سال ادامه دارد.

**3. تفاوت بازاریابی شبکه ی با جعاله :** جعاله در لغت به معنای مزد ، و حق العمل است و در اصطلاح عبارت از مزدی است که در برابر کار ی قرار می گزارند [18].

اما جعاله با بازاریابی شبکه یی تفاوت های زیادی دارد برخی از آنها قرار ذیل است:

در عقد جعاله هیچ گونه پیش پرداخت از سوی عامل برای بدست آوردن عمل وجود ندارد اما وقتی که کار به پایان رسید عامل وجاعل هردو منتفع می گردند اما در بازاریابی شبکه یی پول پیش پرداخت برای فعالیت در گروپ لازمی است .

در عقد جعاله در صورت انجام نیافتن کار مجعول ، این عمل قمار به شمار نمی رود زیرا پول را از دست نداده است در حالیکه در بازاریابی شبکه یی در حکم قمار است زیرا پول بدون مفاد از بین رفته است طبق آمار شرکت های بازاریابی 99 % اشتراک کنندگان در شرکت های بازاریابی شبکه یی متحمل چنین ضرر می شوند [19].

**4. تفاوت بازاریابی شبکه یی با هبه :** هبه در لغت به معنای ، بخشش ، بذل ، عطیه ، انعام و بخشیدن چیزی بلاعوض آمده است و در اصطلاح عبارت از عقدی است که به موجب آن یک نفر مالی را مجاناً به کس دیگری تملیک نماید. تملیک کننده را واهب، تملیک شونده را موهوب له و شی مورد هبه را موهوبه میگویند [20]. هبه اساساً یک امر مشروع است .

اما با بازاریابی شبکه یی که یک امر غیر مشروع است بین هبه و بازاریابی شبکه یی تفاوت وجود دارد برخی از آنها قرار ذیل است:

هبه در حقیقت تملیک بلاعوض از سوی واهب برای موهوب له است در حالیکه بازاریابی شبکه یی تملیک بلاعوض نیست بلکه در مقابل پول پیش پرداخت صورت می گیرد اگر شخص پول نپردازد عضویت کسب کرده نمی تواند و تا وقتی که عضویت کسب نکند و مشتریان دیگر را جلب کرده نمی تواند و تا زمانی که مشتری دیگر حق عضویت نپردازد پول به دست آورده نمی تواند.

در هبه موهوب له برای واهب پول پرداخت نمی کند تا چیزی را برای وی هبه نماید زیرا اگر چنین کار ی انجام دهد در حقیقت مرتکب جریمه سود شده است اگر نقد نپردازد ربا الفضل اگر نسیه بپردازد ربا النسیه است در حالیکه در بازاریابی شبکه یی بازاریاب برای شرکت پول می پردازد تا عضویت شرکت را کسب نماید و سپس برای جلب مشتریان کار می کند و در مقابل هرنفر پول بدست می آورد در حقیقت مبادله پول به پول است فروش محصول و... بهانه بیش نیست.

واقعیت امر این است که پول های هنگفت که از سوی اشتراک کنندگان برای شرکت پرداخت می شود تحت هر نامی که باشد هبه باشد یا هدیه .... فقط در بدل اشتراک و عضویت در شبکه است تغییر اسماء حقیقت اشیاء را تبدیل کرده نمی تواند [21].

## مبحث سوم - حکم شرعی بازاریابی شبکه یی

در این مبحث روی توصیف و سازگاری فقهی بازاریابی شبکه یی ، حکم شرعی بازاریابی شبکه یی ، نمونه ی فتاوی مجامع فقهی و دانشمندان جهان اسلام ، خاتمه ، مناقشه ، یافته ها و پیشنهادات صورت می گیرد .

**الف - توصیف فقهی بازار یابی شبکه یی :** در مسائل معاصر تازمانی که وصف فقهی یک مسأله معلوم نگردد حکم کردن و نظر دادن در مورد آن خیلی ها سخت و بعید به نظر می رسد بعضاً ناممکن است، موضوع بازاریابی شبکه یی در جهان و بویژه در افغانستان یکی از مسائل جدید است مردم ما در مورد فعالیت های آن چیزی نمی دانند و حتی جوانان که عضویت این شرکت ها و شاخه های مرتبط به آن را دارند نسبت به این شرکت ها معلومات چندانی ندارند چرا اگر معلومات می داشتند هرگز فریب چنین شرکتی را نمی خوردند، من شخصاً برای دریافت حقیقت از نزدیک با اعضای این شرکت دیدن کردم نسبت به کار و فعالیت های شرکت یا بی خبر هستند یا بخاطر پول های از دست رفته شان خود را به نادانی می زنند، آنچه که از شرکت می دانند فقط روش های فریبکارانه جلب و جذب افراد و نحوه تسلیم دهی پول و بدست آوردن آن است اما این که رئیس واقعی شرکت کیست ؟ مسلمان است یا غیر مسلمان ؟ در کجا موقعیت دارد ؟ زنده است یا مرده ؟ پول ها به کجا می رود ؟ با این سرمایه ها چه می شود ؟ اگر شرکت مسدود شود سرنوشت تان چه می شود ؟ و... دهها پرسش دیگر هرگز چیزی نمی دانند.

حقیقت این است که بازاریابی شبکه یی / کیونیت / گلد کویت... همه زیر مجموعه های بازاریابی هرمی هستند تفاوت شان در این است که در شرکت بازاریابی هرمی فروش محصول مطرح نبود، اما در شرکت بازاریابی شبکه یی / کیونیت و... فروش محصول شرکت برای اعضاء یک اصل است ، این تفاوت زمانی مطرح شد که شرکت های هرمی بخاطر پرداخت پول به شرکت های بدون بدست آوردن محصول و کالا مورد اعتراض مردم قرار گرفتند و دانشمندان فقه اسلامی و قوانین وضعی، غیر شرعی و قانونی بودن این شرکت ها اعلان نمودند از آن زمان به بعد بخاطر فریب دادن مردم فروش محصول برای اشتراک کنندگان را وارد سیستم ساختند تا مردم فکر کند که شرکت بازاریابی شبکه یی علاوه از شرکت هرمی است هدف شان فریب مردم است و هرگز فروش محصول مقصود اصلی شرکت ها نیست [22].

دانشمندان معاصر برای بازاریابی شبکه یی توصف های فقهی ذیل را تشخیص داده اند :

توصیف اول - بازاریابی شبکه یی نوعی از بیع نقد به نقد (ربا) است

توصیف دوم - بازاریابی شبکه یی یکی از صورت های قمار است

توصیف سوم - بازاریابی شبکه یی نوعی از بیعتین فی بیعه است

توصیف چهارم- بازاریابی شبکه یی نوعی از بیع غرر است

توصیف پنجم- بازاریابی شبکه یی نوعی از بیع عینه است



توصیف ششم - بازاریابی شبکه‌ی نوعی از غش و تدلیس است  
توصیف هفتم - بازاریابی شبکه‌ی نوعی از خوردن مال مردم  
به طریق باطل است، اینک برای وضاحت بیشتر به شرح  
ویسط مختصری از توصیف‌های فقهی می‌پردازیم:

**اول - بیع نقد به نقد:** نخستین وصف فقهی که علماء برای بازاریابی شبکه‌ی بی اعطاء نموده اند عبارت از بیع نقد به نقد است، می‌گویند: این بیع هر دو نوعی ربا، ربا نسیه و ربا الفضل را در بر می‌گیرد، از جهت این که اشتراک کننده یک مبلغ معینی را برای دریافت مبلغ بیشتری می‌پردازد ربا فضل است چون پول در مقابل پول با زیادت صورت می‌گیرد، موضوع خرید و فروش حداقل یک محصول شرکت بهانه‌ی بیش نیست، و از جهت دیگر چون پول به طور فوری قابل دریافت نیست بلکه بعد از جلب اعضای دیگر بدست می‌آید و جلب اعضاء زمان گیر می‌باشد ربا نسیه است پس به این نتیجه می‌رسیم که بازاریابی شبکه‌ی دربر گیرنده هر دو نوع سود است. و هر دو نوع آن به اساس نصوص قطعی کتاب و سنت و اجماع امت حرام است [23].

**دوم - عقد قمار:** دومین وصف فقهی که دانشمندان برای بازاریابی شبکه‌ی بی تشخیص داده اند آن را نوع از قمار خوانده اند، بخاطر که اشتراک کننده بعضاً فائده بدست می‌آورد و بعضاً فائده بدست آورده نمی‌تواند چون در این معامله تازمانی که یک عضو شرکت اعضای دیگری را به شرکت جلب نکند پول بدست آورده نمی‌تواند و غالباً اکثریت اعضاء در راستای جلب و جذب مشتریان ناکام می‌مانند و هیچ کسی را جذب کرده نمی‌تواند و یا در نیمه راه باقی می‌مانند و پول‌های شان هدر می‌رود و اما تعداد اندکی از اعضاء می‌توانند اعضای بیشتری را جلب نمایند و پول بیشتری نسبت به پول پرداخت شده بدست بیاورند، پس می‌بینیم که در این سیستم برد و باخت وجود دارد و در هر معامله که برد و باخت وجود داشته باشد قمار است، چنانچه داکتر سامی السویل می‌گوید: داخل شدن در این برنامه در حقیقت داخل شدن در برنامه قمار است [24].

**سوم - بیعتین فی بیعة:** نظر به توصیف سوم که دانشمندان از بازاریابی شبکه‌ی بی ارابه نموده اند این معامله را از نوعی بیعتین فی بیعه قرار داده اند، زیرا وقتی که نحوه فعالیت‌های بازاریابی شبکه‌ی بی مورد ارزیابی قرار گیرد معلوم می‌شود که خرید و فروش یک محصول شرکت فقط بخاطر مشروعیت بخشیدن معامله و فرار از خطر تحریم شرع و قانون بوده ولی حقیقت این است که این معامله مشتمل بر دو عقد در یک عقد است، عقد اول عملیه خرید یک محصول شرکت برای کسب عضویت شرکت است و عقد دوم عقد بازاریابی و دلالتی است شما به شرط می‌توانید عضویت شرکت را بدست بیاورید که برای جلب و جذب افراد بیشتر وقت دهید و متعهد شوید و این دو عقد لازم و ملزوم یکدیگر هستند [25].

**چهارم - بیع غرر:** نظر به توصیف چهارم که دانشمندان از بازاریابی شبکه‌ی داشته اند این معامله را از جمله بیع غرر

معرفی نموده اند، زیرا اشتراک کننده مبلغی اقل را به امید بدست آوردن مبلغ اکثر برای شرکت می‌پردازد اما نتیجه معلوم نیست آیا می‌تواند اعضای بیشتری را جلب کند تا پول بیشتری را بدست بیاورد و یا خیر و هر معامله‌ی که نتیجه اش معلوم نباشد غرر است مانند فروش ماهی در دریا و پرنده در هوا و... [26].

**پنجم - بیع عینه:** توصیف دیگری که دانشمندان برای بازاریابی شبکه‌ی تشخیص داده اند نوعی از بیع عینه قرار داده اند، زیرا از نظر این دانشمندان بازاریابی شبکه‌ی فقط وسیله‌ی برای بدست آوردن ربا است، و از نظر شرع - وسیله‌ی بدست آوردن حرام، حرام است [27].

**ششم - غش:** ششمین وصف فقهی که دانشمندان برای بازاریابی شبکه‌ی تعیین نموده اند این است که آن را از نوع غش و تدلیس معرفی کرده اند، زیرا در این معامله هیچ نوع صداقت وجود ندارد بلکه شرکت‌های کلاهبردار در پی به دام انداختن مردم غریب و بی چاره هستند، از فقر و غربت مردم سوء استفاده نموده در چشم مردم خاک می‌اندازند، از مردم بیچاره به بهانه سرمایه‌گذاری، عضویت در شرکت بین المللی و... سرمایه‌هایشان را در پیش چشمانش از آنان می‌ستانند پول‌های اضافی کجا حتی دیگر نمی‌توانند اصل پول‌های شان را هم بدست بیاورند [28].

**هفتم - خوردن مال مردم به شیوه باطل:** توصیف فقهی دیگری که از سوی دانشمندان امت اسلامی نسبت به بازاریابی شبکه‌ی صورت گرفته این است که این معامله از نوع خوردن مال مردم به شیوه باطل است، زیرا در این عقد تنها شرکت و برخی از اعضای رهبری و بلند رتبه شرکت بخاطر فریب مردم نینفع هستند اعضای پائین رتبه شرکت تازمانی که اعضای ما تحت خود را جلب نمایند پول بدست آورده نمی‌تواند [29].

## ب- حکم شرعی بازاریابی شبکه‌ی

زمانی که توصیف فقهی بازاریابی شبکه‌ی از سوی مجامع فقهی، دارالافتاء و دانشمندان امت اسلامی مشخص شد، بدون شک حکم شرعی آن برای همگان واضح و روشن می‌گردد، اما بخاطر توضیح بیشتر حکم شرعی بازاریابی شبکه‌ی را در روشن دلائل از قرآن و سنت به بررسی گرفته می‌شود:

**1. بیع نقد به نقد:** ما در نخستین وصف فقهی بازاریابی شبکه‌ی گفتیم از نوع بیع نقد به نقد و در برگیرنده هر دو نوعی ربا، ربا نسیه و ربا فضل است و ربا باتمام انواعش بر اساس نصوص قطعی قرآن و سنت و اجماع امت اسلامی حرام است.

الله سبحانه و تعالی می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ» (سوره بقره/ 278 و 279). «ای کسانی که ایمان آورده‌اید تقوای خدا را داشته باشید و آنچه را که از معاملات ربوی باقیمانده است رها کنید و ترک نمائید اگر به راستی ایمان دارید، اگر باقیمانده معاملات ربوی را رها نکنید و از آنها

برنگردید، جنگ با خدا و رسول او را اعلام کنید اگر و از ربا دست برداشتنید پس اصل سرمایه شما و بهای پرداختی شما از آن شما است که در آن صورت نه شما ظلم و ستم به دیگران می کنید که زیادی بگیری و نه بر شما ظلم می شود."

پیامبر صلی الله علیه وسلم فرمودند: «لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكْلَ الرِّبَا، وَمُوكَلَّهُ، وَكَاتِبَهُ، وَشَاهِدِيَهُ» [30]. رسول الله صلی الله علیه وسلم سود گیرنده، دهنده، نویسنده و شاهد را نفرین کرده است.

**2. عقد قمار:** دومین وصف فقهی بازاریابی شبکه ی قمار بودن آن است و قمار به اساس نص صریح قرآن کریم حرام است، الله سبحانه و تعالی می فرماید: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ « (مانده: 90). ای مؤمنان! میخوارگی و قماربازی و بتان و تیرها پلیدند و عمل شیطان می باشند پس از پلید دوری کنید تا این که رستگار شوید.

رسول الله صلی الله علیه وسلم فرمودند «إِنَّ اللَّهَ حَرَّمَ عَلَيَّ - أَوْ حَرَّمَ - الْخَمْرَ وَالْمَيْسِرَ وَالْكَؤُوبَةَ، وَكُلَّ مُسْكِرٍ حَرَامٌ» [31]. خداوند شراب و قمار و جام شراب را و هر مست کننده ای را بر من حرام کرده است - یا حرام کرده است

**3. بیعتین فی بیعة:** سوم وصف فقهی که برای بازار یابی شبکه ی داده شده است در حکم بیعتین فی بیعة است، و این گونه معامله از لحاظ شرع متین حرام است. پیامبر صلی الله علیه وسلم می فرماید: «نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ» [32] رسول الله صلی الله علیه وسلم از دو معامله، در یک معامله منع فرمودند.

زیرا در این نوع معامله ها در ظاهر بیع و در باطن ربا نهفته است

**4. بیع غرر:** چهارمین وصف فقهی که برای بازاریابی شبکه ی بی تثبیت شده از نوع بیع غرر است، هر نوع معامله توأم با فریب و ضرر باشد شامل غرر است و هر غرر حرام است، رسول الله صلی الله علیه وسلم در زمینه میفرماید: «نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغُرَّرِ» [33]. رسول الله صلی الله علیه وسلم از معامله ای که در آن فریب و ضرر باشد، نهی نموده است.

**5. بیع عینه:** وصف فقهی دیگری که دانشمندان و مجامع فقهی برای بازاریابی شبکه ی تشخیص داده اند بیع عینه است، بیع عینه از جمله معامله های زمینه ساز برای حرام و سود خوری است، و هر معامله ای که منجر به حرام شود حرام است، رسول الله صلی الله علیه وسلم می فرماید: «أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى أَنْ يَبِيعَ الرَّجُلُ طَعَامًا حَتَّى يَسْتَوْفِيَهُ، قَبْلَ لَابِنِ عَبَّاسٍ: كَيْفَ ذَلِكَ؟ قَالَ: ذَلِكَ دَرَاهِمٌ بِدَرَاهِمٍ وَالطَّعَامُ مُرْجَأٌ» [34]. رسول الله صلی الله علیه وسلم مردم را از فروختن مواد خوراکی، قبل از این که آن را تحویل بگیرند، منع فرمود. از ابن عباس رضي الله عنهما پرسیدند: چگونه؟ فرمود: شما ببیند وقتی که یک جنس قبل از تسلمی خریده شود و قبل از تسلمی فروخته شود درحقیقت پول در مقابل پول معامله شده است و طعام زمینه ساز خرید و فروش است، درحقیقت مواد خوارکه موجود نیست و خرید و فروش آنها ممکن نیست.

در این شرکت ها هم دقیقاً پول در مقابل پول معامله می شود خرید محصول شرکت بهانه یی برای خرید و فروش پول است و فروش جنس نه مقصد اصلی شرکت و اعضاء است و نه قابل تسلیم می باشد حتی بعضاً قابل رویت هم نیست.

**6. غش و تدلیس:** وصف فقهی دیگری که دانشمندان امت اسلامی برای بازاریابی شبکه ی تشخیص داده اند غش است، و هر معامله ی که در آن غش، فریب، نیرنگ، تدلیس و تلبیس باشد از نظر شرع حرام است، پیامبر صلی الله علیه وسلم از کنار مردی گذشت که گندم می فروخت، دست مبارک شان را در توده ای گندم فرو بردند دیدن که داخل توده تر است، پرسیدند: ای صاحب طعام، این دیگر چیست؟ مرد گفت: یا رسول الله صلی الله علیه وسلم باران به آن باریده است، پیامبر صلی الله علیه وسلم فرمود: «أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ حَتَّى يَرَاهُ النَّاسُ؟ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنَّا» [35] «چرا آن را بالای گندم نگذاشتید تا مردم ببینند؟ در همین حال گفتند: کسیکه به ما خیانت کند از ما نیست».

حکیم بن حزام - رضي الله عنه - روایت می کند رسول الله صلی الله علیه وسلم فرمودند: «الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنَّ صِدْقًا وَبَيِّنًا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا» [36]. فروشنده و خریدار تا زمانی که از هم جدا نشده اند، اختیار فسخ معامله را دارند، و اگر آنها راست بگویند و عیب کالا را بیان کنند، در معامله آنان، خیر و برکت بوجود خواهد آمد، و اگر عیب کالا را پنهان کنند و دروغ بگویند، برکت از معامله آنها از بین می رود.

**1. خوردن مال مردم به طریقه باطل:** هفتمین وصف فقهی که دانشمندان برای بازاریابی شبکه ای تشخیص داده اند خوردن مال مردم به شیوه باطل است، الله و پیامبرش از خوردن مال مردم به شیوه باطل باز می دارد.

الله سبحانه و تعالی می فرماید: «لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْإِطْلَاقِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ» (نساء: 29). اموال خود را بین خودتان به باطل مخورید مگر آنکه بصورت تجارت و داد و ستد از روی رضایت طرفین شما باشد. رسول الله صلی الله علیه وسلم می فرماید: «لَا يَجِلُّ مَالٌ امْرِئٍ مُسْلِمٍ إِلَّا بِطَيْبِ نَفْسِهِ» [37]. خوردن مال هیچ مسلمانی، بدون رضایت او حلال نیست [38].

**ج- نمونه از فتاوی ها برخی از دکتوران و مجامع فقهی جهان اسلام:**

برای اطمینان هم میهنان گرامی ام برخی از نمونه های فتاوی دارالافتاء ها، اکادمی ها فقهی جهان اسلام و دانشمندان نام دار جهان اسلام با آدرس های دقیق آنها در ذیل ذکر می نمایم، تا برادران ما بدانند که موضوع حرمت فعالیت شرکت کیونیت و امثالهم و.... عضویت در آنها و پول دادن و پول گرفتن از این شرکت ها تنها نظر شخصی ما نیست بلکه معتبر ترین اکادمی ها، دارالافتاء ها و دانشوران جهان اسلام نیز به حرمت آن فتاوی داده اند و اگر کسی می خواهد حقیقت را دریابد و یا در این رستا تحقیق نماید به این آدرس ها مراجعه نماید:

1. فتوى اللجنة الدائمة شماره (22935) مورخ 14/3/1425

هـ

2. مجلس الافتاء الأعلى فلسطين قرار 79/2 (التعامل مع شركة كويست) نشست 79 مورخ 18 / 3 / 2010 م
  3. مجمع الفقه الاسلامی السودان / جلسه 3/24 مورخه 17 ربیع الآخر 1424 هـ ،
  4. مجله جامعه کرکوک جلد 14 / شماره 1 سال 2019 م ،
  5. مرکز الألبانی للدراسات المنهجية والأبحاث العلمية
  6. لجنة الفتوى بجماعة أنصار السنة المحمدية بمصر
  7. دار الإفتاء حلب
  8. فتوى لجنة الافتاء الأذنيه [www.google.com/webhp](http://www.google.com/webhp)
  9. فتوى الشبكة الاسلاميه [www.islamweb.net /fatwa](http://www.islamweb.net/fatwa)
  10. فتوي دكتور عبدالله طيار [www.m-islam.net](http://www.m-islam.net)
  11. فتوي دكتور احمد الكردي [www.islamic-fatwa.net](http://www.islamic-fatwa.net)
  12. فتوي دكتور حسين شحاته [www.darelmashora.com](http://www.darelmashora.com)
  13. فتوى دكتور سعود الفينسان ، رئيس دانشكده شرعيات دانشگاه امام [www.islameqh.com](http://www.islameqh.com)
  14. فتوى شيخ محمود آكام [www.eftaaaleppo.com](http://www.eftaaaleppo.com)
  15. فتوي دكتور نوح سلمان مفتي اسبق اردن [www.aliftaa.jo](http://www.aliftaa.jo)
  16. فتوي دكتور علي السالوس [www.alisalous.com/fatwa/category/54](http://www.alisalous.com/fatwa/category/54)
  17. فتوى دكتور سامى السويلم [www.islamtoday.net](http://www.islamtoday.net)
  18. دكتور حسام الدين عفانه « اسباب تحريم التسويق الشبكي » [ar.islamwav.net](http://ar.islamwav.net)
  19. فتوي دكتور يوسف الشيبلي [www.shubily.com](http://www.shubily.com)
  20. شيخ ابراهيم الضيرير [www.meshkat.net](http://www.meshkat.net)
  21. شيخ يحيى الزهراني و شيخ صالح المنجد [WWW.saaid.net/fatwa/f41](http://WWW.saaid.net/fatwa/f41)
- علاوه بر فتاوى، ده ها مقاله علمی و کتاب های مستقل در رابطه به حرمت بازاریابی شبکه یی نوشته شده است مانند:
- 1- العقود الفاسد وأثرها على الاقتصاد الإسلامی ، التسويق الشبكي نموذجاً. عسری عصام ، تحت اشراف دكتور محمد الوردی .
  - 2- مزيل الاباس عن حكم التعامل مع شركة بزناس ومثيلاتها من شركات التسويق الشبكي ، دكتور مرفه سقا.
  - 3- حكم التسويق بعموله هرمية ، دراسة فقهية ، قانونية ، مقارنة ، احمد سمير .
  - 4- التسويق الشبكي من وجهة نظر الاسلامية ، خالد الجهني
  - 5- التسويق الشبكي والهرمي واحكامه فى الفقه الاسلامی ، دكتور محمد بن عبدالعزيز اليمنى.
  - 6- التسويق الشبكي من المنظور الفقهي ، اسام عمر الاشقر
  - 7- التسويق الشبكي (الهرمي) من وجهة النظر اسلامی ، خالد محمود الجهني.

### مناقشه :

بازاریابی شبکه یی که یکی از سیستم های تجارتي معاصر است ، برای نخستین بار توسط غیر مسلمانان در امریکای شمال آغاز گردید و بعداز فراز ونشیب های فراوان توسط برخی از

مسلمانان ساده لوح وزود باور وارد سر زمین های اسلامی گردید ، این زود باوران برای مشروعیت بخشیدن کار وفعالیت های شان به هر خس وخاشاک پناه بردند و در نتیجه بازار یابی شبکه یی را با برخی از عقود دیگر قیاس نموده به جواز آن حکم نموده اند ، اما دانشمندان امت اسلامی در قبال این عقبه بزرگ خاموش نه نشستند بلکه با تمام قوت از مرز های فکری امت اسلامی دفاع نموده وبخاطر عقب زدن دیدگاه های وارداتی وفعالیت های اقتصادی غیر اسلامی با قامت استوار ومتین مبارزه نمودند بعداز تحقیق وبررسی همه جانبه در روشنی آموزه های اصیل اسلامی حکم شرعی عضویت ، فعالیت برای شرکت ها ی بازاریابی شبکه یی را بیان داشته ومسئولیت ایمانی و وجدانی خویش را در قبال امت اسلامی ادا نمودند که تفصیل آن در بالا ذکر گردید.

### نتایج ویافته ها

در جریان تحقیق به نتایج ویافته های مهمی ذیل دست یافته ایم که اینک خدمت تان تقدیم است:

1. بازاریابی شبکه یی یکی از زیرمجموعه های شرکت بازاریابی هرمی بوده و فقط بخاطر فریب مردم نام های آن تغییر می کند.
2. بازاریابی شبکه یی تمام معایب شرعی از قبیل : غرر، سود ، غش، خوردن مال مردم به طریق باطل ، قمار ، بیعتین فی بیعه و بیع عینه را در بر می گیرد.
3. بازاریابی شبکه یی ، جزء ترویج فرهنگ رباخوری در میان جوامع اسلامی هدف دیگری ندارند.
4. بازاریابی شبکه یی در تمام مراحل از سوی غیر مسلمانان تأسیس گردیده و بعضاً در میسر راه از برخی مسلمانان ساده بعنوان ابزار استفاده نموده اند.
5. خرید وفروش محصول شرکت های بازاریابی شبکه یی مقصود نیست بلکه مقصد اصلی جلب وجذب اعضاء بیشتر است.
6. شرکت کیونت ((QNET یا (نتورک مارکتینگ) و... ویا به هر اسم و رسم دیگری که همین اکنون درافغانستان فعالیت دارد از جمله شرکت های کلاهبردار هرمی هستند.
7. این شرکت ها با گذشت هر روز چهره ، جامه، مکان واسم بدل می کنند تا نا شناخته باقی مانده و از چنگ نیروهای امنیتی در آمان بمانند.
8. این شرکت های هیچ نوع تفاهمنامه یی بادیولت جمهور اسلامی افغانستان وادارات مرتبط نداشته و ندارند .
9. این شرکت ها هیچ نوع ضمانتی اجرایی برای تضمین سرمایه های اعضایی شرکت نمی دهند.
10. بادر نظر داشت توصیف ها فقهی وحکم شرعی ونکات فوق تمام فعالیت های شرکت های بازاریابی شبکه یی از نگاه شرع حرام بوده عضویت دراین شرکت ها ، فعالیت برای این گونه شرکت ها ، تسلیم دادن وگرفتن پول از این شرکت ها نیز حرام است .

### پیشنهادات

نظر به مسولیت ایمانی که درقبال ملت ومیهن خویش داریم ونسبت به درد وآلام که همواره فکر وانديشه ام را به خود مشغول ساخته است دو پیشنهاد دارم :

الف- از رهبران دولت جمهوری اسلامی افغانستان می طلبیم که جلو این مافیایی اقتصادی را گرفته مانع به یغما رفتن سرمایه های مردم کشور شوند.

ب- از تمام جوانان و نوجوانان و ملت غیور افغانستان می طلبیم بیاید خود و فامیل عزیز شان را از حرام وقایه نموده ، به داعیه داران سود خوار نه گفته دروازه های این شرکت های را برای همیشه ببندند، وبه الله یقین داشته باشند، الله بهترین ره گشای شان می باشد، الله سبحانه و تعالی می فرماید: «وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا» و هر کس از خدا بترسد خدا برای او راه بیرون رفتنی قرار میدهد.

وآخر دعوانا إن الحمد لله رب العالمين

#### پی نوشت ها :

- 1- صحیح البخاری 3/ 55، شماره حدیث 2059 محمد بن اسماعیل البخاری، ناشر: دار طوق النجاة، طبع: 1، سال چاپ 1422 هـ
- 2- حکم التسویق بعموله هریمیة ، دراسة فقهیة ، قانونیة ، مقارنه 6-7 احمد سمیر .
- 3- [www.amanaymag.com](http://www.amanaymag.com)
- 4- مزیل الالباس عن حکم التعامل مع شركة بزناس ومثیلاتها من شركات التسویق الشبکی ، 20/ د. مرهف سقا.
- 5- حکم التسویق بعموله هریمیة ، دراسة فقهیة ، قانونیة 9/ ، احمد سیر قرنی
- 6- [www.bbc.com](http://www.bbc.com).
- 7- [www.fa.m.wikipedia.org](http://www.fa.m.wikipedia.org)
- 8- مجمع الفقه الاسلامی السودان / جلسه 3/24 مورخه 17 ربیع الآخر 1424 هـ ، مجله جامعه کرکوک جلد 14/ شماره 1 سال 2019 م ، فتوی سامی السویل حول شركة بزناس مورخه 28 / ذی القعدة 1424 مطابق 2004/1/20 م شماره فتوی (4339)، [www.islamweb.net](http://www.islamweb.net)
- 9- المعجم الوسیط 1/464، فرهنگ معین
- 10- معجم الصواب اللغوی دلیل المثقف العربی 1/232 ، أحمد مختار عمر بمساعدة فريق عمل، ناشر: عالم الكتب، القاهرة، الطبعة: الأولى، 1429 هـ
- 11- اداره التسویق 27/ طارق طه
- 12- لسان العرب 10/446
- 13- فرهنگ معین 3/218
- 14- حکم التسویق بعموله هریمیة 5/ احمد سمیر قرنی
- 15- العقود الفاسد وأثرها على الاقتصاد الاسلامی ، التسویق الشبکی نمودجا 1/45
- 16- العقود الفاسد وأثرها على الاقتصاد الاسلامی ، التسویق الشبکی نمودجا 1/47
- 17- فرهنگ معین 5/244، کتاب التعریفات 1/254 ، علي بن محمد الجرجانی، ناشر: دار الكتب العلمية بيروت - لبنان ، طبع: اول 1403 هـ
- 18- فرهنگ معین 2/224 ، مفردات قرآن 1/480
- 19- حکم التسویق بعموله هریمیة 17/ احمد سمیر ،
- 20- کتاب التعریفات 1/146، معین 5/170
- 21- التسویق الشبکی من وجهة نظر الاسلامیة 22/ خالد الجهنی
- 22- العقود الفاسد وأثرها على الاقتصاد الاسلامی ، التسویق الشبکی نمودجا 1/52

- 23- حسام الدین عفانه [/http://ar.islamway.net/42985](http://ar.islamway.net/42985)
- 24- <http://islamtoday.net>
- 25- العقود الفاسد وأثرها على الاقتصاد الاسلامی ، التسویق الشبکی نمودجا 55/
- 26- العقود الفاسد وأثرها على الاقتصاد الاسلامی ، التسویق الشبکی نمودجا 56/
- 27- العقود الفاسد وأثرها على الاقتصاد الاسلامی ، التسویق الشبکی نمودجا 59/
- 28- العقود الفاسد وأثرها على الاقتصاد الاسلامی ، التسویق الشبکی نمودجا 60/
- 29- مزیل الالباس عن حکم التعامل مع شركة بزناس ومثیلاتها من شركات التسویق الشبکی 41/ دكتور مرهف سقا
- 30- صحیح مسلم 3/1219
- 31- صحیح : سنن ابوداود 3/331
- 32- صحیح : ترمذی 3/525
- 33- صحیح مسلم 3/1153
- 34- صحیح بخاری 3/68
- 35- صحیح مسلم 1/99
- 36- صحیح مسلم 3/1164
- 37- صحیح : سنن الدار قطنی 3/424
- 38- التسویق الشبکی والهرمی واحكامه فی الفقه الاسلامی 7/ ، دكتور محمد بن عبدالعزيز الیمنی. و التسویق الشبکی من المنظور الفقهی 8/ ، اسام عمر الاشقر