

Тармоқли савдо



16:03 / 17.10.2017 8798

Савдо борасида бўлиб ўтган жараёнлардан бири тармоқли маркетинг деб номланган савдо тури бўлди. Одамлар бу каби ишдан аввал хабардор бўлмаганлари учун алданиб қолишлар кўп бўлди. Бу борадаги гапларнинг энг машҳури «QuestNet» тармоқли маркетинги атрофида бўлди. Шунинг учун тармоқли савдо борасидаги гапларни мазкур савдо ташкилотига оид гап-сўзлар асосида баён қилишга ижозат бергайсиз.

Қабулимга кирадиган одамлар ичида «QuestNet» тармоқли маркетинги ҳақида савол сўрайдиганлар пайдо бўлишди ва уларнинг сони аста-секин кўпая борди. Кейин «QuestNet» тармоқли маркетинги шариатга тўғри келади», дебсиз», дейдиганлар ҳам чиқди. Баъзилар: «QuestNet» тармоқли маркетингидагилар сизнинг уларга бу иш тўғрилиги ҳақида ёзма ҳужжат берганингиз ҳақида гапиришмоқда», дейишди. Мен бу гапни кескин рад

қилганимдан кейин «QuestNet» тармоқли маркетингининг тожикистонлик раҳбари бир-икки киши билан қабулимга келди. У одам: «Одамлар сизга тўғри тушунтира олишмабди, ўзим баён қилиб берай», дея узундан-узоқ гапирди. Мен уларнинг гапни олиб қочишда устаси фаранг эканини билиб, ёзма баёнот олиб келишини талаб қилдим. Анча муддатдан кейин ёзма баёнот олиб келишди. Мен уни ўрганиб чиқиб, бу иш нотўғри эканини, шариатга тўғри келмаслигини тушунтириб бердим. Уларнинг одатларини билганим учун мажлисни ўзим овоз ёзиш воситаси ила ёзиб ҳам олдим. Кейин одамлар бу борадаги ҳақиқатни англай бошладилар. Тушуниб етганлар бу ишдан ўзларини четга олдилар. Охир-оқибат «QuestNet» тармоқли маркетингининг одамлари маҳкамага тортилдилар ва жазоларини олдилар.

Ўша пайтда бу масала islom.uz. интернет порталимизда ҳам кенг тарзда ёритиб борилди. Одамларимиз бу борада ўзларида мавжуд маълумотлар билан ўзаро ўртоқлашдилар, «QuestNet» тармоқли маркетингини фош қилдилар. Ул азизларимизга бу ишлари учун самимий ташаккурларимизни айтамиз. Шу билан бирга, кўпчилик ҳам хабардор бўлишлари учун мазкур ёзишмалардан кўчирмалар келтирамиз.

«Дунёда тармоқли маркетингининг ҳар хил тури бор. Ҳар бирининг ўз йўналиши ва шартлари мавжуд. Кейинги йилларда жуда кенг ривожланаётган «QuestNet» тармоқли маркетингига келадиган бўлсак, унинг иш олиб бориш тартиби қуйидагича:

Бир киши ишга кириши учун шу компаниянинг чекланган миқдорда ишлаб чиқарилган маҳсулотидан бирини сотиб олиши шарт. Маҳсулотнинг энг арзони 670 доллар. Сўнгра у яна бошқа одамларни шу компания маҳсулотидан сотиб олишга жалб қилиши керак. У одамлар ҳам ҳар бири иккитадан одам жалб қилади ва ҳоказо....

Шундай қилиб, пирамида ҳосил бўлади. Компанияга тушган пулнинг маълум фоизи пирамидадаги одамларга бериб турилади. Ўнг ва чап томонига тенг учтадан олтита одамни жалб қилган одамга компания 250 доллардан беради».

Кўпчилик Ислом уламолари «QuestNet» тармоқли маркетингининг иш фаолиятини ҳаром деб фатво беришган. Масалан, Мисрдаги Ал-Азҳар университетининг Ислом иқдисодиёти профессори Ҳусайн Шаҳхата, Қатар давлат университетининг Ислом шариати факультети профессори Али Муҳиддин Қорадоғий, Саудия Арабистони фатво қўмитаси тармоқли

маркетингнинг барча иш йўналишларини ҳаром деб фатво чиқарганлар.

Илмий тадқиқотлар ва Фатво бериш Доимий Қўмитасининг 22935-рақамли фатвоси:

Бу каби олди-берди қилиш ҳаром. Сабаби, бу олди-бердидан мақсад, маҳсулотни сотиш эмас, балки кўпроқ фойда кўришдир. Бунда ўн мингга сотилаётган маҳсулотнинг асл нархи юз сўмдан ҳам ошмаслиги мумкин. Бундай компаниялар сизни кичикроқ миқдордаги пул билан (бирор маҳсулотни сотиб олиш билан) компанияга қўшилиш, кейин эса бу пулни бир неча баробар қилиб қайтариб олиш имконияти билан ўзларига жалб қиладилар. Аслида компаниянинг маҳсулот таклиф қилиши кўзбўямачилик, холос. Компаниянинг асосий мақсади маҳсулотни сотиш эмас, балки пирамидага кўпроқ одамларни жалб қилишдир. Бу эса қуйидаги сабабларга кўра ҳаромдир:

1. Бу кўринишдаги олди-берди икки хил рибони ўз ичига олади: рибоул фазл (бир жинсдаги нарсани алмаштиришда зиёда олиш) ва насия рибоси (қарзни адо этишни кечга суриш эвазига олинадиган фойда). Ҳар бир компания аъзосининг мақсади камроқ пул билан қўшилиб, кейинчалик кўпроқ пул ундириб олиш, яъни камроқ пулни вақт ўтганидан сўнг кўпроқ пулга сотиш бўлади. Бу эса аксар уламолар томонидан ҳаром дейилган. Компания таклиф қилаётган маҳсулот эса бир восита, холос. Асосий мақсад, юқорида айтилганидек, мижозлар сонини ошириб, пирамидани юқориноқ кўтариш.

2. Олди-бердининг бу кўриниши ғарар (гумонли, ноаниқ савдо) ҳам дейилади. Гумонлиги шундаки, янги қўшилган мижоз бу ишга яна янги мижозларни жалб қила оладими-йўқми, ҳали билмайди (олдиндан айта олмайди). Демак, бу иш унга келажакда фойда келтирадими ёки йўқми, у пирамиданинг юқорисига чиқа оладими ёки унинг энг пастига қолиб, «омадсиз»лардан бири бўлиб қоладими – буни ҳам аниқ билмайди. Аслида бундай олди-бердидан ютқазганларнинг сони ютганларга қараганда кўпроқ. Демак, бу ишга киришаётган одамнинг олдида аввалдан фақатгина икки хил йўл бор, бу эса гумонли ёки ноаниқ савдо дейилади. Имом Муслим ривоят қилган саҳиҳ ҳадисда Расулуллоҳ соллаллоҳу алайҳи васаллам бундай савдодан қайтарганлар.

3. Бу турдаги олди-берди инсонларнинг молини ботил йўл билан ейиш ҳамдир. Сабаби, бунда фақатгина пирамида тепасида турган ва омади келадиганлар ютаверади, қолганлар эса ютқазиб, пулларига куйиб

қолаверадилар. Аллоҳ таоло марҳамат қилиб айтади:

«Эй иймон келтирганлар! Бир-бирларингизнинг молларингизни ботил йўл билан еманг. Магар ўзаро розилик ила тижорат бўлса, майли» (Нисо сураси, 29-оят).

4. Бу каби олди-бердида алдов, ҳийла, кўзбўямачилик ва инсонларни лақиллатиш бор. Юқорида айтилганидек, компания ўз маҳсулотини сотишни ўзининг асосий мақсади қилиб кўрсатади, бу эса ёлғон. Шунингдек, инсонларга агар компанияга аъзо бўлишса, катта фойдаларга эга бўлишлари ваъда қилинади, бу эса ҳали ноаниқ.

Имом Муслим ривоят қилган ҳадисда Расулуллоҳ соллаллоҳу алайҳи васаллам: **«Кимки бизни алдаса, у биздан эмас»**, деганлар.

Ҳаким ибн Ҳизом розияллоҳу анҳудан Имом Бухорий ва Муслим ривоят қилган бошқа ҳадисда эса Расулуллоҳ соллаллоҳу алайҳи васаллам: **«Сотувчи ва харидор то тарқалгунларига қадар уларнинг ихтиёри ўзларидадир. Агар рост сўзласалар ва молнинг айбини айтсалар, уларнинг бу савдоларига барака берилади. Агар молнинг айбини яширсалар ва ёлғон сўзласалар, бу савдоларининг баракаси бўлмайди»**, деганлар.

Баъзилар бундай савдони даллоллик билан тенглаштирадилар. Бу нотўғри, чунки даллол бировнинг молини сотиб бергани учун маълум миқдорда пул олади. Тармоқли маркетингда эса бировнинг молини сотиш учун кириш пули тўланади. Даллолликдан мақсад ўз молини тезроқ сотиш, тармоқли маркетингдан мақсад эса пирамида аъзоларини кўпайтириш. Орадаги фарқ очиқ-ойдин кўриниб турибди.

Компания томонидан рағбатлантириш, совға, ҳадя, бонус ёки шунга ўхшаш кўринишда фойда оладиганларга эса жавоб шундай:

Бу ҳам нотўғри, чунки Исломда ҳар қандай совғани ҳам қабул қилинавермайди.

Имом Бухорий қилган ривоятда Абдуллоҳ ибн Салом Абу Бурдага айтган экан: «Сен рибо тарқалган жойдасан, агар бировда ҳаққинг бўлса, у сенга сомон ёки арпа, ёки поя миқдорида бўлса ҳам ҳадя берса, қабул қилмагин, чунки у рибодир».

Исломдаги ҳадяга унинг қайси мақсадда, нима ниятда берилганига қараб ҳукм қилинади. Абу Ҳумайд Соъидий розияллоҳу анҳудан ривоят қилинади: «Набий соллаллоҳу алайҳи васаллам Азд қабиласига мансуб Ибн Лутбия исмли бир кишини закот йиғувчи қилиб тайинладилар. У закот йиғиб келгач, **«Мана бу нарса сизга, мана бу эса менга ҳадя қилинди», деди. Шунда у зот: «Отасининг уйида ёхуд онасининг уйида пойлаб ўтирса, унга ҳадя қиладиларми ёки йўқми?!»** дедилар (Бухорий ва Муслим ривоят қилишган).

Бу каби рағбатлантиришлар қандай номланишидан қатъи назар, битта мақсадга қаратилган бўлиб, у ҳам бўлса – Сизни компанияга қўшилишга ундаш ва бошқаларни ҳам унга қизиқтиришдир.

Афсуски, ҳозирги кунда бундай компаниялар кўпайиб кетди. Нимани таклиф қилишидан, қандай номланишидан ва қандай маҳсулот сотишидан қатъи назар, улар юқорида айтилгани каби иш юритадилар».

Шайх Муҳаммад Содиқ Муҳаммад Юсуф

(Бозор ва унга боғлиқ масалалар китобидан)