



مسائل فقهی و حقوقی
شرکت های هرمی

اسماعیل آقابابائی بنی





مسائل فقهی و حقوقی

شرکت های هرمی

اسماعیل آقابابائی بنی

- ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی
- معاونت پژوهشی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
- تهیه: پژوهشکده فقه و حقوق
- ویراستار: ابوالقاسم آرزومندی
- چاپ: پانزری
- چاپ اول: تابستان ۱۳۸۹
- شمارگان: ۱۲۰۰ نسخه
- قیمت: ۳۶۰۰ تومان
- عنوان: ۱۳۹؛ مسلسل: ۲۳۷

همه حقوق برای ناشر محفوظ است.

نشانی: قم، خیابان شهید(صفائیه)، کوچه آمار، پلاک ۴۲

تلفن و دورنگار: ۷۸۲۲۸۲۳، پخش: قم ۷۸۲۲۸۲۴؛ تهران ۵-۰۳-۰۲-۸۸۹۴۰۳

ص.پ: ۳۷۱۸۵/۳۸۵۸، کدپستی: ۱۶۴۲۳۹-۳۷۱۵۶

وب سایت: www.isca.ac.ir

پست الکترونیک: nashr@isca.ac.ir

آقابابائی بنی، اسماعیل ۱۳۴۷-

مسائل فقهی و حقوقی شرکت های هرمی / اسماعیل آقابابائی بنی- قم: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، معاونت پژوهشی، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، پژوهشکده فقه و حقوق، ۱۳۸۹.

ص ۲۶۴

۳۶۰۰۰ ریال

ISBN:978-600-5570-66-3

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

کتابنامه: ص [۲۵۵] - [۲۶۳]، همچنین بصورت زیر نویس.

۱. بازاریابی چند سطحی - ایران. ۲. بازاریابی اینترنتی - ایران. ۳. بازرگانی الکترونیک.
۴. بازاریابی چند سطحی - قوانین و مقررات - ایران. ۵. بازرگانی اینترنتی - قوانین و مقررات - ایران. ۶. فقه معاملات (قنواها). ۷. بازاریابی الکترونیک (فقه). الف. دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، معاونت پژوهشی، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

ب. عنوان

۶۵۸/۸۷۲-۹۵۵

HF ۵۴۱۵/۱۲۶/۱۷م۵



فهرست

سخنی با خواننده	۱۱
مقدمه	۱۹

بخش نخست: بازاریابی اینترنتی، شرکت‌های هرمی و آثار و پیامدها

طرح بحث	۲۵
فصل اول: بازاریابی اینترنتی و تجارت الکترونیک	۲۶
الف) تاریخچه، تعاریف و ماهیت	۲۶
ب) شرایط بازاریابی شبکه‌ای	۳۰
۱. ویژگی‌های افراد	۳۱
۲. شرایط فروش کالا	۳۲
ج) مزایا و معایب بازاریابی شبکه‌ای	۳۴
۱. مزایا	۳۴
۲. معایب	۳۶
د) گونه‌های جذب مشتری	۳۸
۱. ارائه کالا و خدمات بدون عضویت	۳۹
۲. ارائه کالا و خدمات با عضویت	۴۱

۴۱. ۲-۱. بدون توسعه و دریافت پورسانت ۴۱
۴۲. ۲-۲. با توسعه و دریافت پورسانت ۴۲
۴۴. فصل دوم: ماهیت شرکت‌های هرمی ۴۴
۴۴. الف) تاریخچه، تعریف و گونه‌های شرکت‌های هرمی ۴۴
۴۷. ۱. شرکت هرمی با عرضه کالا و خدمات ۴۷
۵۴. ۲. شرکت هرمی بدون عرضه کالا ۵۴
۵۶. ۳. شرکت‌های زنجیره‌ای ۵۶
۵۷. ب) نحوه عملکرد و ارائه خدمات ۵۷
۵۷. ۱. ارائه کالا و خدمات ۵۷
۶۱. ۲. فعالیت در قالب عناوین فقهی ۶۱
۶۲. ج) مقایسه عملکردها ۶۲
۷۰. د) ترندهای شرکت‌های هرمی برای توسعه فعالیت ۷۰
۷۱. ۱. تلاش برای شرعی جلوه دادن خود ۷۱
۷۲. ۲. قانونی وانمود کردن ۷۲
۷۳. ۳. بهره‌گیری از احساسات ۷۳
۷۶. ۴. هجوم به کشورهای جهان سوم ۷۶
۷۷. ۵. القای نگاه روشنگرانه ۷۷
۷۹. فصل سوم: پیامدهای اقتصادی و فرهنگی شرکت‌های هرمی ۷۹
۷۹. الف) آثار اقتصادی ۷۹
۸۰. ۱. حذف واسطه‌ها ۸۰
۸۰. ایرادها ۸۰

فهرست مطالب ۷

۸۳	۲. ایجاد اشتغال و کسب درآمد
۸۴	ایرادها
۸۶	۳. فعالیت بدون خروج ارز
۸۷	ایرادها
۹۱	۴. امکان فعالیت گسترده
۹۴	(ب) آثار فرهنگی
۹۵	۱. ایجاد جو بدبینی
۹۶	۲. از دست دادن شغل
۹۶	۳. اختلاط ناروا
۹۷	(ج) زمینه‌ها
۹۸	جمع‌بندی

بخش دوم: تحلیل و بررسی حقوقی شرکت‌های هرمی

۱۰۳	طرح بحث
۱۰۵	فصل اول: گونه‌ها و نحوه ثبت شرکت‌ها
۱۰۵	الف) گونه‌های شرکت‌های حقوقی
۱۱۰	ب) نحوه ثبت شرکت‌ها و نظارت دولت
۱۱۳	ج) شرکت‌های هرمی و قانون تجارت
۱۱۸	فصل دوم: جرم‌انگاری فعالیت شرکت‌های هرمی
۱۲۲	فصل سوم: حقوق کیفری و فعالیت شرکت‌های هرمی
	الف) جرایم ارتكابی در قالب ماده واحده الحاقی به قانون مجازات اخلال‌گران نظام
۱۲۳	اقتصادی کشور

- ۱۲۵..... نقد و بررسی
- ۱۳۷..... فرض‌های مجازات مرتکب
- ۱۳۹..... (ب) جرایم دیگر
- ۱۴۰..... یک: جرایم عمومی
- ۱۴۰..... ۱. عدم ثبت
- ۱۴۰..... ۲. کلاهبرداری
- ۱۴۷..... ۳. وارد ساختن سنگ و طلای قیمتی به کشور
- ۱۴۸..... ۴. اخلال در نظام اقتصادی
- ۱۴۹..... ۵. فرار از مالیات
- ۱۴۹..... ۶. فعالیت بدون مجوز
- ۱۴۹..... ۷. خروج غیر قانونی ارز
- ۱۵۱..... ۸. تیبانی برای بردن مال دیگران
- ۱۵۲..... دو: جرایم سازمان‌یافته
- ۱۵۵..... (ج) دادگاه صالح برای رسیدگی
- ۱۶۰..... (د) نمونه‌هایی از آرای قضایی
- ۱۶۳..... فصل چهارم: سازمان‌های بین‌المللی و فعالیت شرکت‌های هرمی
- ۱۶۳..... الف) صندوق بین‌المللی پول (IMF) و بانک جهانی
- ۱۶۴..... (ب) سازمان تجارت جهانی (WTO)
- بخش سوم: نگاهی فقهی به عملکرد شرکت‌های هرمی
- ۱۷۱..... طرح بحث

۱۷۲	فصل اول: اقسام شرکت‌ها در فقه
۱۷۳	الف) شرکت اموال
۱۷۶	ب) شرکت اعمال
۱۷۹	ج) شرکت مفاوضه
۱۸۳	د) شرکت اعتبار (وجوه)
۱۸۸	فصل دوم: دیدگاه‌های فقهی راجع به شرکت‌های هرمی
۱۸۸	الف) دلایل قائلان به منع
۱۸۹	۱. نبود شرایط صحت داد و ستد
۱۸۹	یک: غرری بودن
۱۹۳	دو: تدلیس
۱۹۴	سه: جهل به مبیع
۱۹۴	چهار: اجبار نسبی برای خرید کالا
۱۹۵	پنج: نبود غرض عقلایی
۱۹۷	شش: صوری بودن معامله
۱۹۹	هفت: اشکال در عقد
۲۰۰	۲. دیگر موانع
۲۰۰	یک: فعالیت ربوی
۲۰۲	بررسی
۲۰۳	دو: صدق اکل مال به باطل
۲۰۸	سه: صدق ظلم
۲۰۹	چهار: شبهه قمار
۲۱۵	پنج: بیع دین به دین

- ۲۱۵..... ۳. نگاه کلان به مجموعه فعالیت شرکت‌های هرمی و عناوین ثانوی
- ۲۲۰..... جمع‌بندی
- ۲۲۱..... (ب) دلایل قائلان به جواز
- ۲۲۱..... ۱. اصل حلّیت
- ۲۲۱..... ۲. نمایندگی در فروش
- ۲۲۳..... ۳. پرداخت سود به عنوان هبه
- ۲۲۵..... ۴. انطباق بر عقد جعاله
- ۲۲۷..... ۵. مصالحه
- ۲۲۸..... ۶. شرط ضمن عقد
- ۲۳۰..... جمع‌بندی
- ۲۳۲..... خلاصه و نتیجه‌گیری
- ۲۳۷..... اصطلاحات
- ۲۴۱..... استفتاها
- ۲۵۵..... کتاب‌نامه

سخنی با خواننده

۱- گسترش چشمگیر مناسبات اجتماعی اقتصادی جوامع در عرصه تولید، توزیع و مصرف، به ویژه پس از انقلاب صنعتی، پرسش‌ها و گاه چالش‌های حقوقی تازه و فراوانی را، هم در عرصه مدیریت و هم در محافل و مباحث حقوقی پدید آورده است. این پرسش‌ها که هر یک به مثابه موضوع خرد یا کلان مورد توجه حقوق دانان و قانون‌گذاران می‌باشد، طبعاً در جوامع اسلامی از منظر احکام شرعی و مبانی فقهی نیز مورد توجه و بحث بوده و می‌باشد. وقتی با ملاک منابع فقهی به این پرسش‌ها می‌نگریم اینها از منظر «کهنه» و «نو» بودن یکسان نیستند. دسته‌ای همان مسائل و موضوعات گذشته‌اند که نقش و جایگاه آنها در مناسبات تازه اقتصادی مورد پرسش است. برخی نیز به ظاهر همان عناوین گذشته‌اند اما به واقع و در تحولات کنونی و مناسبات برخاسته از آن ماهیت متفاوتی یافته‌اند. پاره‌ای نیز که گمان می‌رود مسائل و عناوین جدیدی به شمار می‌روند، در واقع تازه نیستند و گروهی از پرسش‌ها نیز درباره‌ی عناوین و موضوعاتی است که از منظر موضوع‌شناسی، پیشینه‌ای در منابع فقهی گذشته ما ندارند و مجموع اجزا و مقومات آنها نشان می‌دهد که به واقع جزء مسائل و موضوعات «مستحدثه» اند که به صورت خاص نمی‌توان در منابع موجود

مصدیقی برای آن یافت. برخی برای شرکت‌های تعاونی و یا شرکت‌های بیمه چنین ماهیتی قائل‌اند.

۲- صرف نظر از اینکه از نگاه مبانی، عناوین فقهی و حقوقی را در حوزه اقتصاد و تجارت محدود به همان عناوین و موضوعات امضایی موجود در زمان شارع بدانیم یا نه، طبیعی است نخستین تلاش‌های یک پژوهشگر یا فقیه و حقوق‌دان در رو به رویی با موضوعات و پرسش‌هایی که تازه می‌نماید، صرف بررسی موضوعات و عناوین موجود و تحلیل و تطبیق احتمالی عنوان مورد بحث بر یک یا چندی از آنها می‌شود. گام مهم دیگر که حتی می‌تواند همزمان با همین تلاش‌ها صورت گیرد، شناخت و ارزیابی موضوع در چارچوب‌ها و مبانی کلی فقهی یا حقوقی است و این پس از آن است که از نظر حقوقی یا فقهی ترسیم مناسبات اقتصادی در حوزه‌های مختلف را، اعم از تولید و توزیع و مصرف، محدود به عناوین گذشته فقهی یا حقوقی نکنیم.

اهمیت شناخت درست موضوعات و پرسش‌های تازه، اعم از اینکه در واقع تازه باشند یا نه، در همین دو مرحله به خوبی آشکار می‌گردد و همین خاستگاه بسیاری از پاسخ‌های فقهی یا حقوقی نایکسانی است که درباره یک پرسش و موضوع تازه، داده می‌شود؛ در حالی که مبانی فقهی حقوقی پذیرفته شده در نگاه پاسخ‌گویان یکسان است. «پول» در ماهیت جدید خود چنین وضعی را دارد.

۳- یکی از عناوین و بلکه مفاهیم تازه در سال‌های اخیر در حوزه فعالیت‌های مالی در کشورهای مختلف از جمله ایران، پدیداری و گسترش نوعی شرکت‌های پلکانی است که در ایران به «شرکت‌های هرمی» شهرت یافته است. پیشینه این شرکت‌ها در ایران، اینک به بیست سال هم نمی‌رسد اما

فرهنگ ناسالم و مناسبات نادرست اقتصادی در جامعه و جاذبه‌های کاذبی که این شرکت‌ها به ویژه در میان جوانان پدید آورد، و طرح پرسش‌های فقهی و حقوقی درباره ماهیت و عملکرد این شرکت‌ها و پی آمدهای اقتصادی و حتی فرهنگی آن، متولیان مربوطه در دستگاه قانون‌گذاری کشور را نیز به مواجهه عملی و قانونی با این پدیده کشاند تا از جمله به کمک دیدگاه‌های فقهی موجود به ساماندهی وضع و مقابله با گسترش پی آمدهای منفی محشوس یا احتمالی آن بپردازند. کاری که در سال ۱۳۸۴ توسط مجلس شورای اسلامی صورت گرفت و برای جلوگیری از فعالیت شرکت‌های هرمی یک بند و یک تبصره به ماده ۱ قانون مجازات اخلال‌گران در نظام اقتصادی کشور افزوده شد.

اما نقطه محوری در مواجهه درست با این پدیده صرف نظر از درستی و نادرستی آن از منظر فقهی یا حقوقی و یا نگاه‌های ثانوی معطوف به عوارض و پی آمدها، شناخت کافی و اطمینان بخش از ماهیت چنین شرکت‌هایی بوده و هست. این شناخت نه می‌تواند تنها معطوف به تعاریف و تبلیغات مراکز و افرادی باشد که فعالیت شرکت‌ها به سود آنهاست و نه می‌تواند محدود به افراد یا نهادهای اقتصادی و غیر اقتصادی دولتی و غیر دولتی باشد که منافع آنان در نبود این دست شرکت‌هاست. همچنان که وجود عناوین و مفاهیم دیگر با کارکردهایی نزدیک به این شرکت‌ها می‌تواند رهن ارزیابی حقوقی یا فقهی درست آنها باشد و پیداست چنین عناوین و مفاهیمی اگر درست و ارسنی نشود می‌تواند در خدمت توجیه فقهی و حقوقی عناوین ناسالم دیگر قرار گیرد.

۴- دز سال‌های اخیر درباره شرکت‌های هرمی برخی پژوهش‌ها و نگارش‌ها در قالب کتاب و مقاله و با رویکردهای موضوع‌شناسانه و یا حقوقی و گاه نیز با مایه‌های فقهی در کشور منتشر شده است، اما آنچه اینک پیش روی

دارید، پژوهشی مستقل و مبسوط در این باره با نگاه همزمان فقهی و حقوقی می‌باشد. نگاهی که نمی‌توانسته است بدون شناساندن ماهیت و کارکرد این شرکت‌ها صورت درست و جامعی به خود گیرد. این است که بخش عمده‌ای از این پژوهش در آغاز به شناساندن موضوع اختصاص یافته است. شناساندن بازاریابی اینترنتی و تجارت الکترونیک، که ماهیتی متفاوت دارد و نگاه به پی‌آمدهای اقتصادی و فرهنگی این شرکت‌ها که در نوع داوری فقهی و حقوقی صاحب‌نظران نقش مستقیم دارد نیز با همین انگیزه است. اینها بخش نخست تلاش نویسنده محترم است که عمدتاً بر اساس منابع موجود و به استناد آنها با رویکردی توصیفی، به گزارش وضع و ماهیت این شرکت‌ها اختصاص یافته است. اما بخش دوم و سوم کتاب که ویژه مباحث حقوقی و فقهی است و چند فصل را در بر می‌گیرد، نشان‌دهنده تلاش علمی پژوهشی محقق گرامی در ارزیابی ماهیت و کارکرد شرکت‌های هرمی بر اساس مبانی فقهی و حقوقی، به ویژه عناوین موجود فقهی می‌باشد. نگاه جرم‌انگارانه محقق محترم به شرکت‌های هرمی و مخالفت فقهی با آن، هر چند جهت‌گیری اصلی پژوهش را همانند بسیاری از صاحب‌نظران دیگر، به سوی مخالفت کلی با این شرکت‌ها هدایت کرده است اما مستندات و دلایل موافقان نیز مورد توجه و ارزیابی قرار گرفته است.

پیدااست پرونده آثار پژوهشی را، به ویژه وقتی بر محور موضوع تازه‌ای پدید می‌آید، نباید و نمی‌توان با یک یا چند کار علمی هر چند بزرگ بست؛ اما با توجه به محدودیت آثار پژوهشی در موضوع شرکت‌های هرمی، نگارش و نشر این پژوهش امری مغتنم و برای علاقه‌مندان منبع ارزنده‌ای به شمار می‌رود و پژوهشکده فقه و حقوق خوشحال است که تلاش این محقق گرامی به بار

نشسته و اینک این اثر تقدیم علاقه‌مندان می‌شود.

۵- در تهیه این پژوهش گروه دیگری از صاحب‌نظران و فرهیختگان همکاری داشته‌اند که از همه آنان سپاسگزاری می‌شود.

در مدیریت گروه، حجت الاسلام و المسلمین آقای سیف الله صرامی که هدایت کلی پژوهش و نیز ارزیابی مرحله‌ای آن را بر عهده داشته است. در ارزیابی علمی پژوهش، حجت الاسلام و المسلمین آقای سید مرتضی تقوی و جناب آقای دکتر علی صنایعی همکاری کرده‌اند. حجت الاسلام و المسلمین آقای محمد حسن نجفی‌راد علاوه بر شرکت در جلسه شورای پژوهشی، نظارت علمی را بر عهده داشته است. جناب حجت الاسلام آقای دکتر شمس نائری و مدیران محترم گروه‌ها ارزیابی علمی خود را در جلسه شورای پژوهشی طرح کرده‌اند و دیگر همکاران محترم به ویژه مدیریت محترم دفتر پژوهش که پژوهش را از آغاز تا انجام همراهی کرده‌اند. همراهی دفاتر مراجع بزرگوار تقلید را نیز در پاسخ دادن به پرسش‌های شرعی مورد نظر ارج می‌نهم. امید است خدای تعالی همه عزیزان را در خدمت به شریعت محمدی صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و فقه جعفری عَلَيْهِ السَّلَام توفیق روز افزون دهد.

سید ضیاء مرتضوی

مدیر پژوهشکده فقه و حقوق

اردیبهشت ۱۳۸۹