



بازار تحلیل می‌کند؛

نگاه فقهی و مذهبی به یک مقوله روز؛ باید و نبایدهای بازاریابی شبکه ای در ایران

اردبیل - در فقه ادعایی داریم مبنی بر اینکه هیچ عملی از مکلفین، خارج از حکم فقهی نیست؛ مثل همین بازاریابی شبکه‌ای که می‌تواند به عنوان موضوع حکم شرعی قرار بگیرد.

بهمن شاه محمدی؛ خبرگزاری بازار در فقه ادعایی داریم مبنی بر اینکه هیچ عملی از مکلفین، خارج از حکم فقهی نیست؛ مثل همین بازاریابی شبکه‌ای که می‌تواند به عنوان موضوع حکم شرعی قرار بگیرد. نظر فقها در مورد بازاریابی شبکه‌ای به صورت بیان یکسری شروط، ارائه شده است و به صورت دقیق نظر خودشان را ابراز کرده‌اند؛ مثلاً می‌گویند اگر عقلاً به آن رغبت دارند، اگر مفسده‌ای ندارد و اگر ...

بعضی از مراجع هم مثل آیت‌الله سیستانی، فعالیت در بازاریابی شبکه‌ای را بنا بر احتیاط واجب حرام می‌دانند.

نزدیک شدن شرکت‌های بازاریابی به شرکت‌های هرمی

۱- در شرکت‌های هرمی بیشتر در جهت اعتمادسازی به اعضای شبکه برای اینکه در آن شرکت عضو شوید عنوان آقای دکتر فلانی، خانم مهندس فلانی، پسر فلان وزیر و ... تأکید می‌شود. در حالی که در بازاریابی شبکه‌ای قرار است روی محصولات تأکید شود و اینکه خریداران چه کسانی بوده‌اند نباید اهمیتی داشته باشد.

۲- در شرکت‌های هرمی سعی می‌کنند که از روابط اجتماعی صمیمانه، نهایت سوء استفاده را ببرند.

۳- در جلسات شرکت‌های هرمی، پرزنت بیشتر در مورد پل‌های درآمدی و شیوه کسب درآمد (که بیشتر راه‌های ناسالم و خلاف عرف و شرع مقدس اسلام می‌باشد) بحث می‌کند، در حالی که در بازاریابی شبکه‌ای بحث بر سر خرید و فروش کالا است.

۴- در شرکت‌های هرمی باید حق عضویت پرداخت شود اما در بازاریابی شبکه این حق عضویت دریافت نمی‌شود.

۵- در شرکت‌های هرمی اکثراً کالاهایی عرضه می‌شود که منحصر به فرد هستند؛ مثلاً یک جوراب خاص، یک لامپ خاص و ... ؛ این امر باعث می‌شود که قیمت‌گذاری توسط همان شرکت صورت بگیرد. متأسفانه شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای در حال حاضر به همین سمت در حال حرکت هستند.

۶- در شرکت‌های هرمی کالاها قیمت‌های گران‌تری نسبت به بازارهای شبکه‌ای دارند.

شاخص‌های شرکت‌های بازاریابی واقعی

در بحث موضوع شناسی، ما با دو نوع شرکت مواجهیم؛ شرکت‌های هرمی و شرکت‌های بازاریابی چندسطحی.

چند سنجه وجود دارد برای تشخیص شرکت‌های هرمی از شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای که به موارد مهم آن اشاره می‌شود:

اول، خرید اجباری: یکی از تخلفاتی که در بازاریابی شبکه‌ای اتفاق می‌افتد، همین «خرید اجباری» است که به آن «خرید شرعی» می‌گویند. استدلال‌های جالبی برای این خرید اجباری دارند؛ مثلاً می‌گویند اگر خرید نکنید، از کجا بفهمیم که شما فعال هستید؟ اگر خرید نکنید، به چه دلیلی شما باید سود دریافت کنید؟ یعنی طوری با شما سخن می‌گویند که شما از اینکه قانون‌گذار خرید اجباری را غیرقانونی اعلام کرده شرم‌منده می‌شوید! بنابراین خرید اجباری در شرکت‌های بازاریابی چندسطحی نباید وجود داشته باشد اما در شرکت‌های هرمی وجود دارد.

دوم، دریافت هزینه اضافه: برگزاری دوره‌های مختلف، تهیه اماکن در خارج شهر، هزینه سی دی و جزوات؛ این موارد در شرکت‌های هرمی رخ می‌دهد.

سوم، ادعاهای بزرگ در جلسات: ادعای درآمد سنگین بعد از بازنشستگی، بیان تأثیرات معجزه‌آسا برای محصولات و ... در شرکت‌های هرمی اتفاق می‌افتد.

چهارم، تبدیل تولیدکننده واقعی به ویتترین قرار بود محصول تولیدکنندگان واقعی داخلی را به دست مشتری‌ها برسانند، اما به جایش کالای وارداتی را به صورت کلی می‌خرند و به صورت خرد توزیع می‌کنند.

پنجم، عرضه کالای انحصاری: باعث می‌شود که امکان مقایسه قیمت از بین برود و حق انتخاب از مشتری سلب شود؛ این ویژگی شرکت‌های هرمی است.

ششم، قیمت بالاتر از بازار: در بازاریابی چندسطحی قرار بود که کالاهای مختلف، با حذف واسطه‌های سنتی، خیلی ارزان‌تر و سریع‌تر در اختیار مصرف‌کننده‌ها قرار بگیرند. بازاریابی شبکه‌ای قرار است با تحویل دادن کالا به بازاریاب، نیازهای روزمره مردم را تأمین کند. اما در شرکت‌های هرمی، ما با بازارسازی مواجهیم؛ مثلاً وقتی برای تهیه یک کالا به بازار می‌رویم، بعد از اینکه به منزل برمی‌گردیم، متوجه می‌شویم که کالای مورد نیازمان را خریداری نکردیم، بلکه کالاهایی را خریده‌ایم که اصلاً به آن‌ها احتیاجی نداریم. حال اگر یک شرکت دارای ویژگی‌های فوق باشد، متوجه می‌شوید که آن شرکت هرمی است یا شبکه‌ای.

در مجموع وزارت صمت و شورای نگهبان بازاریابی شبکه‌ای را در ایران به گونه‌ای طراحی کرده اند که مخالفتی با شرع مقدس نداشته باشد، اما جو عمومی حاکم بر شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای در ایران به گونه‌ای است که آیین‌نامه های مصوب ابلاغی، رعایت نمی‌شود.

با توجه به تفاوت‌های یاد شده در فوق چیزی که در ایران در حال وقوع است، شاید به شرکت‌های هرمی نزدیک‌تر باشد، تا شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای.

شرکت‌های هرمی به لحاظ حقوقی و اقتصادی در همه دنیا محکوم هستند، نه فقط در کشور ما. هر شرکتی هم که شبیه به شرکت‌های هرمی باشد نیز در مظان اتهام است.

بازاریابی شبکه‌ای چگونه قراردادی است؟

در بررسی‌های فقهی، ما عناوین اولی را داریم و عناوین ثانوی؛ به عنوان مثال بیع تریاک به حکم اولی اشکالی ندارد، اما وقتی در کنار شرایط دیگری قرار می‌گیرد، مثلاً قاعده لاضرر، قاعده لاغرر و ... ، باعث می‌شود که آن بیع حرام اعلام شود. فقها علاقه دارند که احکام را بر اساس حکم اولی بیان کنند و اگر حکومت تشخیص داد که مثلاً ضرر یا غرر وجود دارد، آن وقت جلوی آن را بگیرد. در اینجا نیز بحث این است که آیا بر اساس حکم اولی، بازاریابی شبکه‌ای جایز است یا خیر؟

برای بررسی یک معامله تحت عنوان اولی، باید ببینیم که آیا این معامله در حقیقت یک معامله است یا اینکه ترکیبی از معاملات است. اگر ترکیبی از معاملات بود، باید آن معاملات را جدا از هم و یک‌به‌یک بررسی کنیم و ببینیم که آیا این معاملات صحیح هستند یا خیر.

بازاریابی شبکه‌ای، از منظر عنوان اولی، از چند معامله تشکیل شده است؛ اول فروش کالا از طرف شرکت به اعضا، دوم، فروش کالا توسط اعضا به مصرف‌کننده نهایی و سوم، دریافت پورسانت توسط سرشاخه‌ها از شرکت بابت خریدهای زیرمجموعه‌ها. اگر از منظری دیگر به بازاریابی شبکه‌ای بنگریم، هر یک از اعضای این شرکت‌ها، دو کار انجام می‌دهند؛ ۱. خرید مقدار ثابتی از کالاهای شرکت؛ چرا که اگر این خرید را انجام ندهند، نمی‌توانند بابت خرید زیرمجموعه‌هایشان از شرکت پورسانت دریافت کنند ۲. آماده کردن زیرمجموعه‌ها برای خرید کالاهای شرکت.

سؤال اینجاست که آیا این الزام وجود دارد که شخص بازاریاب، کالایی را که خریداری کرده است حتماً بفروشد یا خیر؟ پاسخ اینکه واقعا برای شرکت فرقی نمی‌کند که بازاریاب کالا را بفروشد یا نفروشد.

به لحاظ شرعی، بیع صورت گرفته بین بازاریاب و شرکت هیچ مشکلی ندارد. در این میان ممکن است بازاریاب دچار ضرر شده باشد که در این صورت بازاریاب خیار فسخ دارد. در مرحله بعد، بازاریاب می‌تواند کالای خریداری شده را خودش مصرف کند یا اینکه آن را بفروشد. اگر خودش مصرف کند، هیچ مشکل شرعی ندارد. اما اگر آن را به شخص دیگری بفروشد و در این معامله، شخص خریدار دچار ضرر شود، برایش خیار فسخ وجود دارد. اگر خریدار از حق فسخ استفاده کند اما شخص بازاریاب این فسخ را نپذیرد، درآمدی که از طریق این معامله کسب کرده، حرام است.

نظر مراجع

حجت‌الاسلام عبادی مدیر موسسه طیبات: در بحث فقهی بازاریابی شبکه‌ای یک بخش آن به خرید برمی‌گردد و یک بخش هم به پورسانتی که می‌گیرند، آیا در تعریف کالایی که فروخته می‌شود مباحث واقعی گفته می‌شود؟

حجت‌الاسلام عبادی با اشاره به اینکه ریز موضوعات فقهی در بازاریابی شبکه‌ای حدود ۱۰ مورد است، گفت: چند درصد تعریف‌هایی که از کالاها می‌شود واقعی است؟ در پاسخ باید گفت بسیار دروغ گفته می‌شود. ویژگی‌هایی که در مورد کالا گفته می‌شود واقعی نیست؛ لذا اجرتی که در مورد پورسانت می‌گیرد از منظر شرعی ایراد دارد.

بازاریابی شبکه‌ای تجارت الکترونیک نیست

وی با اشاره به اینکه گفته می‌شود بازاریابی شبکه‌ای تجارت الکترونیک است، در حالی که نیست، افزود: در بازاریابی شبکه‌ای قراردادی که بین عضو و شرکت بسته می‌شود را مطالعه کنید. ماده ۳ این را عنوان می‌کند که شما حق حراج اینترنتی کالاهای شرکت و همچنین فروش عمده آن‌ها را ندارید؛ چرا که کار اصلی بازاریابی شبکه‌ای فیس تو فیس است و شخص به شخص است. شما باید مشتری را پیدا کنید و با او صحبت کنید و مستقیم به او بفروشید.

حجت‌الاسلام عبادی می‌گوید: بنابراین به هیچ وجه بازاریابی شبکه‌ای تجارت الکترونیک نیست و باید به آن بازاریابی سنتی گفته شود که فقط واسطه‌ها حذف می‌شود.

آیا درآمدی که از شبکه سازی به دست می‌آید حلال است یا خیر؟

مدیر موسسات فقه اقتصادی طیبات: پورسانتی که بازاریاب نسبت به سطح بیستم دریافت می‌کند بابت چیست؟ دو فرض برای آن وجود دارد؛ یا بابت کاری که انجام می‌دهد و یا هبه از طرف شرکت به بازاریاب. برخی می‌گویند واقعا کار می‌کنیم و آموزش می‌دهیم و گرم نگه می‌داریم. بنده هم می‌گویم به اندازه‌ای که کار انجام می‌دهند گرفتن اجرت ایراد ندارد.

وی می‌افزاید: اما این سؤال مطرح است که نفر اول نسبت به بیستم کار می‌کند تا پورسانتی که می‌گیرد ایراد نداشته باشد. نفر دوم چی؟ او هم می‌گوید من بابت نفر بیستم کار می‌کنم. نفر سوم و چهارم چطور؟ چند نفر به یک نفر. همه می‌خواهند روی نفر بیستم کار کنند تا اجرتی که می‌گیرند ایراد نداشته باشد.

نفر اول بابت خرید نفر بیستم که پورسانت می‌گیرد چه زحمتی می‌کشد؟ مگر چه اندازه محتوای آموزشی است که نوزده نفر می‌خواهند به یک نفر تعلیم دهند تا اجرتی که می‌خواهند بگیرند ایراد نداشته باشد؟

مدیر موسسه فقه اقتصادی طیبات: در بازاریابی شبکه‌ای مساله اکل مال به باطل مطرح است و مراجع تقلید به خاطر همین مساله اکل مال به باطل، در آمد بازاریابی شبکه‌ای را صحیح ندانستند. در مرحله بعد که بازاریاب در حال پوزنت شخص دیگری است، اگر در معرفی کالاهای شرکت دروغ بگوید و باعث شود که آن شخص از شرکت خرید کند، درست است که آن شخص خیار فسخ دارد، اما اعمال یا عدم اعمال خیار فسخ فرقی به حال بازاریاب نمی‌کند و درآمد حاصل از پورسانت دریافتی از

شرکت، حرام است.

1- منظور ما از بازاریابی در اینجا ویزیتوری نیست، بلکه منظور بازاریابی شبکه ای هست که در آن از زیر مجموعه پورسانت دریافت می نمایند.

معنی پورسانت چیست ؟

پورسانت برگرفته از لغت فرانسوی pourcentage (پورسانتاژ) و به معنای درصد، میزان سود و حق دلالتی است. [۱] از لحاظ قانونی و نیز حرمت شرعی دارای ملاحظاتی بوده و تحت شرایطی غیرقانونی بوده یا حرام می گردد. فرهنگ فرانسه به فارسی (نقیسی)، ج ۲ ص ۴۸۹ در کشور ما برای آن این کلمه معادل فارسی «درصدانه» در نظر گرفته شده است. پورسانت به دو شکل زیر در بازار مطرح است :

الف) درصدانه در واقع درصدی از مال محسوب می شود. پورسانت از یک طرف می تواند یک حق کمیسیون باشد که در قالب پرداخت میزان مشخص از مبلغ معامله نمایان می شود. از طرف دیگر این لغت در معنای مبالغی نیز به کار می رود که مستخدمان دولتی به صورت پنهانی و غیرقانونی در هنگام انجام معاملات دولتی به نفع خود دریافت می کنند. پورسانت به صورت های مختلفی نظیر حق کمیسیون، هدیه یا پاداش پرداخت می شود. این موضوع در عرف جامعه ما با همان واژه پورسانت شناخته می شود. قابل ذکر است که قانون مجازات عمومی مصوب سال ۱۳۰۴ اولین قانونی بود که صراحتاً عمل اخذ پورسانت توسط ماموران دولتی در معاملات، مزایده ها و مناقصات را یک جرم قابل مجازات دانسته بود.

ب)- پورسانت در بازاریابی شبکه ای یعنی اینکه شخص با معرفی این تجارت به اطرافیان و معرفی آنها به شرکت، گروه فروش خود را شکل می دهد. سودی از خرید و فروش و معامله افراد گروه فروش از سوی شرکت به این شخص معرفی کننده داده می شود. و این سود طبق پلنهای درآمد زائی شرکتها، درصدهای مشخصی از قیمت کالاهای فروخته شده در گروه فروش است که به عنوان پورسانت و پاداش داده می شود.

۲- درباره جایگاه تجارت حلال و شرعی روایات فراوانی از معصومین علیهم السلام بیان شده است که نمایانگر آن است که اقتصاد پویا از نظر دین جایگاه والا و پر اهمیتی را دارد. بر همین اساس بسیار ضروری است که احکام اقتصادی را یاد بگیریم و به کار بندیم. اصبح بن نباته گوید: حضرت علی علیه السلام برفراز منبر فرمودند: نخست احکام دینی مربوط به تجارت را یاد بگیرید سپس تجارت نمائید و سه مرتبه این جمله را فرمودند «الفقه ثم المتجر» به خدا سوگند حرکت ربا در این امت پنهانتر از جنبش مورچه روی سنگ خارا است. (جامع الاحادیث الشیعة / ۱۸ / ۱).

پورسانت در بازاریابی شبکه ای یعنی اینکه شخص با معرفی این تجارت به اطرافیان و معرفی آنها به شرکت، گروه فروش خود را شکل می دهد. سودی از خرید و فروش و معامله افراد گروه فروش از سوی شرکت به این شخص معرفی کننده داده می شود. و این سود طبق پلنهای درآمد زائی شرکتها، درصدهای مشخصی از قیمت کالاهای فروخته شده در گروه فروش است که به عنوان پورسانت و پاداش داده می شود. و این نوع معامله به صورت شبکه ای اشکال شرعی دارد و غیر قانونی است.

تنها در صورتی که سود بدست آمده از طریق شبکه نباشد، «بازاریاب اول» در ازای فروش سود بگیرد (نه پورسانت از زیر مجموعه)؛ اشکال ندارد. اما غیر از این بازاریابی توضیح داده شده، معامله و کسب سود (پورسانت) از زیرمجموعه حرام است. در استفتائات جدید حضرت آیت الله خامنه ای دامت برکاته نیز که در ادامه اشاره می شود، به حرمت این نوع معامله اشاره شده است.

مجوز قانونی بازاریابی شبکه ای

مجوز رسمی بازاریابی شبکه ای مرکز امور اصناف و بازرگانان وزارت صنعت و معدن نیز اگر موارد بالا را رعایت نکرده باشد اعتبار شرعی ندارد و اصلاً مورد قبول نمی باشد. در تماس تلفنی که با دفتر استفتائات-قم حضرت آیت الله خامنه ای دامت برکاته داشتیم، به غیر قانونی بودن این مجوز تصریح کردند [شماره تماس ۰۲۵-۳۷۷۴۶۶۶۶]. لذا این فعالیتها هیچ وجه شرعی ندارد و سزاوار است مومنین از این نوع فعالیت ها برحذر باشند و با نهی از منکر در مقابل این کارها بایستند و دیگران را آگاه نمایند.

لازم به ذکر است تا الان هیچ مصوبه رسمی درباره بازاریابی شبکه ای از سوی مجلس شورای اسلامی و شورای محترم نگهبان به تصویب نرسیده است، برای تحقیق می توانید در سایت مرکز پژوهشهای مجلس شورای اسلامی ایران به آدرس : <http://rc.majlis.ir/fa/law> جستجو کنید و اگر مصوبه ای را درباره بازاریابی شبکه ای و یا دریافت پورسانت دیدید اطلاع دهید، ما بررسی کردیم نبود و اگر هم می بود خود همین شرکتها با آب و تاب بدان استناد می کردند! ضمناً قانون تجارت الکترونیک عام هست و مورد قبول می باشد نباید به اشتباه آن را با بازاریابی شبکه ای و دریافت پورسانت از زیر مجموعه یکی دانست. علاوه بر این متصور نیست که مجلس و شورای نگهبان با وجود اینهمه فتوای حرمت مراجع بزرگی همچون آیت الله سیستانی، آیت الله مکارم شیرازی، آیت الله صافی گلپایگانی، آیت الله نوری همدانی و آیت الله وحید خراسانی دامت برکاتهم و ... چنین معاملاتی را اجازه دهند. فتوای رهبر انقلاب حضرت آیت الله خامنه ای دامت برکاته که در زیر آمده است نشان دهنده حرمت این معاملات است فتوای ایشان این چنین است:

درآمد به دست آمده از طریق شرکت های بازاریابی شبکه ای و چند سطحی حلال نیست واکل مال به باطل است. / یا می فرمایند: کسب درآمد از این طریق اشکال [شرعی] دارد.

در ادامه نیز متن استفتائاتی از دفتر رهبری را برای شما آورده ایم که بخوبی نمایانگر خلاف شرع بودن این نوع بازاریابی و تجارت می باشد.

جدیدترین استفتائات مقام معظم رهبری درباره بازاریابی شبکه ای بازاریابی شبکه ای هرمی:

<http://nahad.qiau.ac.ir/files/docs/FI13950220-090444.jpg>

خرید کتاب و داخل شدن در چرخه بازاریابی هرمی

س: یک شرکت داخلی فروش کتاب، برای عضویت مبلغی دریافت می کند و در ازای آن کتابهای درخواستی را با پست مجانی ارسال می کند. همچنین اگر هر عضو، افراد دیگری را به عضویت شرکت ترغیب کند، به ازای هر دو نفر و با شرایط خاص، مبلغ دو هزار تومان به شخص معرفی کننده به عنوان حق بازار یابی پرداخت می کند. عضویت افراد به صورت شبکه ای ثبت می شود و هر شخص، دارای دو نفر زیر مجموعه می گردد. در صورت تشکیل یک زوج به عنوان زیر مجموعه یک شخص، دو هزار تومان به او و همه افرادی که بالاتر از او می باشند پرداخت می گردد فرایند فوق چه حکمی دارد؟

ج) اینگونه معامله وجه شرعی ندارد.

فروش کالا همراه با دریافت پورسانت

<http://nahad.qiau.ac.ir/files/docs/FI13950220-090458.jpg>

س: مدتی است در شرکتی که فعالیتش در زمینه بازاریابی شبکه‌ای است مشغول به کار شده‌ام. هر کسی برای ورود به شرکت باید محصولاتی را خریداری کند که در این خرید ۲۱ درصد پورسانت به او تعلق می‌گیرد. سپس چند نفر را به شرکت معرفی کرده و آنها هم چند نفر دیگر را و همینطور تا آخر پیش می‌رود. ما به افرادی که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم معرفی می‌کنیم باید آموزش بدهیم و شرکت هم مقداری از سود خود را به عنوان پورسانت به ما می‌دهد. حکم این پول چیست؟ البته لازم است بگویم اگر کسی که وارد شرکت می‌شود هر ماه خرید نکند پورسانتی هم به او تعلق نمی‌گیرد هرچند افراد شبکه او میلیون‌ها تومان خرید کرده باشند. در ضمن به ما مجوزی نشان دادند که تأیید می‌کند کار شرکت به صورت قانونی است.

ج) صورت شرعی ندارد و این قبیل موارد باید بر اساس قوانین مصوب مجلس شورای اسلامی و مورد تأیید شورای محترم نگهبان باشد و در صورت نبود چنین قانونی، لازم است از طریق مجاری آن اقدام شود.

<http://nahad.qiau.ac.ir/files/docs/FI13950220-090510.jpg>

س: با سلام

۱۱ شرکت به طور رسمی با مجوز وزارت صنعت معدن تجارت مشغول بازاریابی شبکه ای هستند. سیستم درآمد زایی این شرکت ها به صورت خرید و فروش خود فرد و تیم فروشی که ایجاد کرده می باشد(نوع و پلن درآمد زایی هر شرکت متفاوت است اما به طور کلی از سود شرکت به صورت درصدی درآمد کسب می شود)

اما بازاریابی شبکه ای نه در مجلس قانونی دارد نه طبیعتاً شورای نگهبان نظری در مورد آن بیان کرده است مسئله ی اصلی این است که بر خلاف کوئست هم محصول وجود دارد(محصول هم مصرفی است هم به قیمت)و جدا از بحث اشتغال زایی به تولید ملی و برند کردن آن کمک میکند افراد زیادی مشغول به این کار هستند که چون مجوز وزارت را دیده اند پیش خودشان این فکر را می کنند که پس از لحاظ شرعی حلال نیز می باشد. آیا درآمد حاصل از این شغل حلال است یا خیر؟؟

پاسخ: به طور کلی بازاریابی شبکه‌ای صورت شرعی ندارد و این قبیل موارد باید بر اساس قوانین مصوب مجلس شورای اسلامی و مورد تأیید شورای محترم نگهبان باشد و در صورت نبود قانون هم لازم است از طریق مجاری قانونی اقدام شود. و کسب درآمد از این طریق اشکال دارد.

احکام پنجگانه در اصطلاح فقه اسلامی عبارتند از:

۱. وجوب، ۲. حرمت، ۳. استحباب، ۴. کراهت، ۵. اباحه؛ که از آنها به احکام تکلیفی تعبیر می‌شود. احکم تکلیفی همان بایدها و نبایدها است که به طور مستقیم به فعل مکلف مرتبط است و موضوع آن انجام یا ترک فعلی به وسیله مکلف است. اگر خوب توجه کنید تمام رفتارهای انسان از جهت شرعی از این پنج قسم خارج نیست. یعنی هر کاری شما انجام می دهید یکی از حالت های بالا را دارد البته بیشترین حالت همان حالت اباحه است.

نکته: آنچه صورت شرعی دارد، وجوب، استحباب؛ کراهت و اباحه است، یعنی شرع این امور را اجازه داده و برای انسان مشروع است انجام دهد. حال اگر می فرمایند صورت شرعی ندارد، یعنی شرع اجازه نداده؛ منظور حرمت است! اگر به فتوای رهبری که درباره حکم درآمد حاصل از این معاملات مثل شرکت پنبه ریز هست توجه کنید می بینید ایشان فرموده اند حلال نیست واکل مال به باطل است.

سوال: نظر مقام معظم رهبری در باره ی بازاریابی شبکه ای چیست با توجه به اینکه این نوع بازاریابی هرمی با گولدکوئست متفاوت است. ضمناً وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز به این موسسات در حال حاضر مجوز می دهد، آیا این نوع تجارت اشکال دارد؟

جواب: درآمد در بازاریابی شبکه‌ای هم در ازای فروش مستقیم کالا و هم در ازای فروش از طریق زیرمجموعه کسب می‌شود، نکته اصلی اینست که از درآمد حاصله از فروش در زیر مجموعه نباید پورسانتی دریافت شود چون اکل مال بالباطل است.