

ISLAMONLINE.UZ

halol.uz

Ҳалоллик



Тармоқли савдо



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 машхури «QuestNet» тармоқли маркетинги атрофида бўлди. Шунинг учун тармоқли савдо борасидаги гапларни мазкур савдо ташкилотига оид гап-сўзлар асосида баён қилишга ижозат бергайсиз. Кабулимга қирадиган одамлар ичида «QuestNet» тармоқли маркетинги хақида савол сўрайдиганлар пайдо бўлишди ва уларнинг сони аста-секин кўпая борди. Кейин «QuestNet» тармоқли маркетинги шариатга тўғри келади», дебсиз», дейдиганлар ҳам

чикди. Баъзилар: «QuestNet» тармокли маркетингидагилар сизнинг уларга бу иш тўғрилиги хакида ёзма хужжат берганингиз хакида гапиришмоқда», дейишди. Мен бу гапни кескин рад қилганимдан кейин «QuestNet» тармокли маркетингининг тожикистонлик рахбари бир-икки киши билан қабулимга келди. У одам: «Одамлар сизга тўғри тушунтира олишмабди, ўзим баён қилиб берай», дея узундан-узук гапирди. Мен уларнинг гапни олиб қочишда устаси фаранг эканини билиб, ёзма баёнот олиб қелишини талаб қилдим. Анча муддатдан кейин ёзма баёнот олиб қелишди. 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» тармокли 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» тармокли маркетингини фош қилдилар. Ул азизларимизга бу ишлари учун самимий ташаққурларимизни айтамыз. Шу билан бирга, кўпчилик ҳам хабардор бўлишлари учун мазкур ёзишмалардан кўчирмалар келтирамиз.

«Дунёда тармокли маркетингининг ҳар хил тури бор. Ҳар бирининг ўз йўналиши ва шартлари мавжуд. Кейинги йилларда жуда кенг ривожланаётган «QuestNet» тармокли 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 хоказо....

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

Кўпчилик Исломуламулари «QuestNet» тармокли маркетингининг иш фаолиятини ҳаром деб фатво беришган. Масалан, Мисрдаги Ал-Азхар университетининг Исломуламулари профессорлари Хусайн Шаххата, Катар давлат университетининг Исломуламулари факультети профессорлари Али Мухиддин Қорадогий, Саудия Арабистони фатво қўмитаси тармокли маркетингининг барча иш йўналишларини ҳаром деб фатво чиқарганлар.

Илмий тадқиқотлар ва Фатво бериш Доимий Қўмитасининг 22935-рақамли фатвоси: Бу қаби олди-берди қилиш ҳаром. Сабаби, бу олди-бердидан мақсад, маҳсулотни сотиш эмас, балки кўпроқ фойда қўришдир. 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, ҳолос. Компаниянинг асосий мақсади маҳсулотни сотиш эмас, балки пирамидага кўпроқ одамларни жалб қилишдир. Бу эса қуйидаги сабабларга қўра ҳаромдир:

1. Бу қўринишдаги олди-берди икки хил қилгани бўлиши: қилган қилган (бир

жинсдаги нарсани алмаштиришда зиёда олиш) ва насиё рибоси (карзни адо этишни кечга суриш эвазига олинадиган фойда). Хар бир компания аъзосининг максоди камрок пул билан кўшилиб, кейинчалик кўпрок пул ундириб олиш, яъни камрок пулни вақт ўтганидан сўнг кўпрок пулга сотиш бўлади. Бу эса аксар уламолар томонидан харом дейилган. Компания таклиф қилаётган махсулот эса бир восита, холос. Асосий мақсад, юқорида айтилганидек, мижозлар сонини ошириб, пирамидани юқорирок кўтариш.

2. Олди-бердининг бу кўриниши гарар (гумонли, ноаник савдо) ҳам дейилади. Гумонлиги шундаки, янги кўшилган мижоз бу ишга яна янги мижозларни жалб қила оладими-йўқми, хали билмайди (олдиндан айта олмайди). Демак, бу иш унга келажакда фойда келтирадими ёки йўқми, у пирамиданинг юқорисига чиқа оладими ёки унинг энг пастида қолиб, «омадсиз»лардан бири бўлиб қоладими – буни ҳам аниқ билмайди. Аслида бундай олди-бердидан ютказганларнинг сони ютганларга караганда кўпрок. Демак, бу ишга киришаётган одамнинг олдида аввалдан фақатгина икки хил йўл бор, бу эса гумонли ёки ноаник савдо дейилади. Имом Муслим ривоят қилган саҳих ҳадисда Расулulloх соллаллоху алайхи 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 қуйиб қолаверадилар. Аллох 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, хийла, кўзбўямачилик ва инсонларни лақиллатиш бор. Юқорида айтилганидек, компания ўз махсулотини сотишни ўзининг асосий мақсади қилиб кўрсатади, бу эса ёлгон. Шунингдек, инсонларга агар компанияга аъзо бўлишса, қатта фойдаларга эга бўлишлари ваъда қилинади, бу эса хали ноаник. Имом Муслим ривоят қилган ҳадисда Расулulloх соллаллоху алайхи васаллам: «Қимқи бизни алдаса, у биздан эмас», деганлар.

Ҳаким ибн Хизом розияллоху анхудан Имом Бухорий ва Муслим ривоят қилган бошқа ҳадисда эса Расулulloх соллаллоху алайхи васаллам: «Сотувчи ва харидор то тарқалгунларига қадар уларнинг ихтиёри ўзларидадир. Агар рост сўзласалар ва молнинг айбини айтсалар, уларнинг бу савдоларига барақа берилади. Агар молнинг айбини яширсалар ва ёлгон сўзласалар, бу савдоларининг барақаси бўлмайди», деганлар. Баъзилар бундай савдони даллоллик билан тенглаштирадилар. Бу нотўғри, чунки даллол бировнинг молини сотиб бергани учун маълум миқдорда пул олади. Тармокли маркетингда эса бировнинг молини сотиш учун кириш пули тўланади. Даллолликдан мақсад ўз молини тезроқ сотиш, тармокли маркетингдан мақсад эса пирамида аъзоларини кўпайтириш. Орадаги фарқ очик-ойдин кўриниб турибди. Компания томонидан рағбатлантириш, совга, ҳадя, бонус ёки шунга ўхшаш кўринишда фойда оладиганларга эса жавоб шундай:

Бу ҳам нотўғри, чунки Исломда хар қандай совгани ҳам қабул қилинавермайди.

Имом Бухорий қилган ривоятда Абдуллох ибн Салом Абу Бурдага айтган экан: «Сен рибо

таркалган жойдасан, агар бировда хаккинг бўлса, у сенга сомон ёки арпа, ёки поя микдорида бўлса ҳам хадя берса, кабул килмагин, чунки у рибодир».

Исломдаги хадяга унинг кайси мақсадда, нима ниятда берилганига караб ҳукм килинади.

Абу Хумайд Соъидий розияллоху анхудан ривоят килинади: «Набий соллаллоху алайхи васаллам Азд кабиласига мансуб Ибн Лутбия исмли бир кишини закот йигувчи килиб тайинладилар. У закот йигиб келгач, «Мана бу нарса сизга, мана бу эса менга хадя килинди», деди. Шунда у зот: «Отасининг уйида ёхуд онасининг уйида пойлаб ўтирса, унга хадя киладиларми ёки йўкми?!» дедилар (Бухорий ва Муслим ривоят килишган). Бу каби рағбатлантиришлар кандай номланишидан катъи назар, битта мақсадга қаратилган бўлиб, у ҳам бўлса – Сизни компанияга қўшилишга ундаш ва бошқаларни ҳам унга кизиктиришдир.

Афсуски, ҳозирги кунда бундай компаниялар қўпайиб кетди. Нимани таклиф килишидан, кандай номланишидан ва кандай махсулот сотишидан катъи назар, улар юкорида айтилгани каби иш юритадилар».

Шайх Муҳаммад Содик Муҳаммад Юсуф, роҳимахуллох