



دانشگاه سیستان و بلوچستان

تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته فقه و مبانی حقوق اسلامی

عنوان:

بررسی فقهی – اقتصادی شرکت‌های هرمی

استاد راهنما:

دکتر پرویز نصیر خانی

استاد مشاور:

دکتر محمد رضا کیخا

تحقیق و نگارش:

آمنه کاهانی

(این پایان نامه از حمایت مالی معاونت پژوهشی دانشگاه سیستان و بلوچستان بهره مند شده است)

آذر ۱۳۹۲

بسمه تعالی

این پایان نامه با عنوان «بررسی فقهی - اقتصادی شرکت‌های هرمی» قسمتی از برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد الهیات گرایش فقه و مبانی حقوق اسلامی توسط دانشجو آمنه کاهانی با راهنمایی استاد پایان نامه دکتر پرویز نصیر خانی تهیه شده است. استفاده از مطالب آن به منظور اهداف آموزشی با ذکر مرجع و اطلاع کتبی به حوزه تحصیلات تکمیلی دانشگاه سیستان و بلوچستان مجاز می باشد.

(نام و امضاء دانشجو)

این پایان نامه واحد درسی شناخته می شود و در تاریخ توسط هیئت داوران بررسی و درجه به آن تعلق گرفت.

تاریخ

امضاء

نام و نام خانوادگی

استاد راهنما:

استاد راهنما:

استاد مشاور:

داور ۱:

داور ۲:

نماینده تحصیلات تکمیلی:



تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب آمنه کاهانی تعهد می‌کنم که مطالب مندرج در این پایان‌نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پایان‌نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می‌باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو:

امضاء

تقدیم به همه کسانی که بسیار میل به دانستن دارند؛

تقدیم به همسر مهربانم که مراد تحصیل علم با صبوری یاری نمود.

و تقدیم به بزرگ آموزگاران زندگی‌ام، پدر و مادر عزیزم: عاشقانی که فروغ مهرشان از آینه‌ی چشمانشان جاری ست و هر چه دارم از برکت وجود آنهاست.

سپاس آندو فرشته را که می‌شکند تا نهال زندگی جوانه زند.

تقدیم به روح پاک برادرم که تا لحظه بودن برای نبودنش سوگووارم.

سپاسگزاری

حمد و سپاس خدائی را که «عَلَّمَ يَلْقَمَ و عَلَّمَ الْاِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمَ». خدا را سپاس می‌گوئیم که به ما علم آموخت تا بتوانیم معارف پر گهر دنیا را بشناسیم و روح خود را عطراگین به علوم معارف الهی گردانیم و قطره وجودمان را به دریای پر گهر قرآن متصل نموده، بتوانیم از این سرچشمه زلال وحی کمال استفاده را بنماییم تا بتوانیم به درجه خلیفه الهی نائل آییم.

به شکرانه‌ی الطاف بیکرانه حضرت دوست، بر خود لازم می‌دانم در نهایت خلوص و فروتنی از استادان فرهیخته‌ام جناب آقای دکتر پرویز نصیر خانی که راهنمای اینجانب در انجام این پایان نامه بودند سپاسگزاری و قدر دانی نمایم رهنمودهای ایشان با وسعت نظر و درایت و محبت، همواره چراغ راهم بودند و نیز با کمال ادب و احترام از حجة الاسلام و المسلمین دکتر محمدرضا کیخا که مشاور این پایان نامه بودند که با دقت نظر و راهنمایی مؤثرشان یاریگر این حقیر بودند تشکر و قدر دانی می‌نمایم. از جناب آقای دکتر امیر حمزه سالارزایی، مدیر محترم گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی دانشگاه سیستان و بلوچستان، که همکاری لازم را جهت ارائه خدمات به اینجانب داشته‌اند سپاسگزاری می‌نمایم؛ و در پایان از خانواده مهربانم که با دستان گرم خود فداکارانه در تمامی عرصه‌های زندگی و نیل به پیشرفت، پشتیبان و مشوق اینجانب بوده‌اند صمیمانه سپاسگزارم.

چکیده

در چند دهه‌ی گذشته با بروز تجارت الکترونیکی، فعالیت‌های اقتصادی مشکوکی نیز در قالب شرکت‌های هرمی بوجود آمد که موجب وارد آمدن آسیب‌های جبران ناپذیر اقتصادی؛ نظیر: ایجاد توازن تجاری «منفی» به دلیل خروج ارز از کشور، از بین رفتن سرمایه‌گذاری و ایجاد مشکلات اجتماعی، بازماندن از فعالیت‌های سالم و به انحراف کشیده شدن انرژی افراد جامعه و تضعیف روابط اخلاقی و از بین رفتن اعتماد مردم به تجارت الکترونیک و... می‌باشد. تحقیق حاضر با موضوع «بررسی فقهی - اقتصادی شرکت‌های هرمی» سعی دارد به این سؤال که موضع اسلام در خصوص فعالیت شرکت‌های هرمی چیست؟ و چرا؟ پاسخ گوید.

این تحقیق با روش توصیفی - تحلیلی دیدگاه‌های علماء علم اقتصاد و فقهاء امامیه را مورد بررسی قرار داده و با توجه به اینکه قراردادهای هرمی از مصادیق اکل مال به باطل و نوعی معامله غرری محسوب می‌شوند، مورد نهی صریح فقها قرار گرفته؛ همچنین قواعد فقهی مانند قاعده نفی غرر، اکل مال به باطل، تدلیس و... دلالت بر عدم مشروعیت طرح‌های هرمی دارد. علاوه بر اینکه بر اساس جامعه آماری مورد بررسی از ۱۲۰ نفر به شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی نشان می‌دهد متغیر شرکت‌های هرمی بر روی اقتصاد کشور تأثیر معناداری دارد و جهت منفی به آن می‌دهد. نتیجه آنکه از نظر فقهی اقتصادی، شرکت‌های هرمی، مشروع نیستند.

کلمات کلیدی: شرکت‌های هرمی، احکام شرکت‌های هرمی، بازاریابی شبکه‌ای، کلاهبرداری، گلدکوئیست.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق
۲	۱-۱- مقدمه
۳	۲-۱- بیان مسأله
۴	۳-۱- پیشینه تحقیق
۵	۱-۳-۱- معرفی کارهای انجام شده
۷	۲-۳-۱- جمع بندی کارهای انجام شده
۷	۳-۳-۱- مقایسه پژوهش حاضر
۷	۴-۱- اهمیت پژوهش
۸	۵-۱- پرسش های پژوهش
۸	۶-۱- فرضیات پژوهش
۸	۷-۱- چه کاربردهایی از انجام این تحقیق متصور است؟
۸	۸-۱- هدف پژوهش
۹	۹-۱- روش انجام تحقیق
۱۰	فصل دوم: بررسی مبانی فقهی شرکت و ماهیت شرکتهای هرمی
۱۱	۱-۲- مقدمه
۱۱	۲-۲- ماهیت شرکت
۱۱	۱-۲-۲- شرکت در لغت و اصطلاح فقهاء
۱۲	۲-۲-۲- اقسام شرکت
۱۲	۱-۲-۲-۲- اقسام شرکت از دیدگاه اهل سنت
۱۳	۲-۲-۲-۲- اقسام شرکت از دیدگاه امامیه

۱۳	۳-۲-۲- مبانی مشروعیت شرکت
۱۶	۴-۲-۲- اسباب شرکت
۱۷	۵-۲-۲- شرکت بر حسب نوع و ترکیب آورده‌ها
۲۰	۳-۲- شرکت‌های هرمی
۲۰	۱-۳-۲- کلیات و تعاریف
۲۰	۱-۱-۳-۲- تجارت الکترونیک
۲۱	۱-۱-۳-۲- تاریخچه مختصر تجارت الکترونیکی
۲۲	۲-۱-۳-۲- بازاریابی شبکه‌ای
۲۳	۱-۲-۱-۳-۲- تاریخچه بازاریابی
۲۴	۳-۱-۳-۲- پیشینه تاریخی شرکت‌های هرمی
۲۶	۱-۳-۱-۳-۲- دوچرخه فروشی در زمان روسیه تزاری
۲۸	۲-۳-۲- ماهیت شرکت‌های هرمی
۳۱	۳-۳-۲- بازاریابی با طرح‌های هرمی یا دسیسه هرمی
۳۲	۴-۳-۲- گونه‌های فعالیت‌های هرمی
۳۳	۵-۳-۲- تشریح طرح‌های هرمی
۳۳	۶-۳-۲- انواع طرح‌های هرمی
۳۸	۷-۳-۲- تکنیک‌های عضوگیری
۳۹	۸-۳-۲- معیارهایی برای بازشناسی طرح‌های هرمی از بازاریابی شبکه‌ای
۴۰	۹-۳-۲- مقایسه بازاریابی شبکه‌ای و ساختارهای هرمی
۴۲	۱۰-۳-۲- معرفی برخی شرکت‌های هرمی و محصولات آن‌ها
۴۷	۱۱-۳-۲- بیع و شرکت‌های هرمی
۴۹	۱۲-۳-۲- ویژگی قرارداد بازاریابی شبکه‌ای سالم
۵۱	۱۳-۳-۲- تفاوت قرارداد در بازاریابی شبکه‌ای با بازاریابی هرمی
۵۲	۱۴-۳-۲- شرکت‌های هرمی و عقود اسلامی
۵۵	۴-۲- نتیجه‌گیری

۵۷	فصل سوم: بررسی پیامدهای اقتصادی شرکت‌های هرمی
۵۸	۱-۳- مقدمه
۵۹	۲-۳- مکتب اقتصادی و علم اقتصاد
۵۹	۳-۳- محدودیت‌های فعالیت‌های اقتصادی در مکتب اقتصادی اسلام
۶۱	۴-۳- مبنای اقتصاد اسلامی
۶۲	۵-۳- کار و تولید اساس اقتصاد اسلامی است
۶۳	۶-۳- ماهیت اقتصادی بازاریابی شبکه‌ای صحیح
۶۳	۷-۳- پیش زمینه‌های بروز و شیوع ساختارهای هرمی
۶۹	۸-۳- ضریب همبستگی دو متغیر
۶۹	۱-۸-۳- شرکت‌های هرمی و خروج ارز
۷۰	۲-۸-۳- شرکت‌های هرمی و اشباع بازار
۷۱	۳-۸-۳- شرکت‌های هرمی و سود اقلیت در قبال ضرر اکثریت
۷۲	۴-۸-۳- شرکت‌های هرمی و غیر مولد بودن و عدم انتقال تکنولوژی
۷۲	۵-۸-۳- شرکت‌های هرمی و تضعیف فرهنگ کار
۷۳	۶-۸-۳- شرکت‌های هرمی و توزیع ناعادلانه درآمد
۷۳	۷-۸-۳- شرکت‌های هرمی و ضربه به نظام اقتصادی کشور
۷۴	۸-۸-۳- شرکت‌های هرمی و اقتصاد ناسالم
۷۴	۹-۸-۳- شرکت‌های هرمی و پولشویی
۷۶	۱۰-۸-۳- شرکت‌های هرمی و بانکداری
۷۸	۱۱-۸-۳- شرکت‌های هرمی و پیامد سیاسی
۷۸	۱۲-۸-۳- شرکت‌های هرمی و ناامنی اقتصادی و اجتماعی
۹۸	۹-۳- جمع بندی تئوری درآمدزای شرکت‌های هرمی از نگاه علم اقتصاد
۹۹	۱۰-۳- برخی پیامدهای فرهنگی اجتماعی ناشی از فعالیت‌های شرکت‌های هرمی
۱۰۴	۱۱-۳- فعالیت در شبکه‌های بازاریابی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت اجتماعی شخص

- ۱۰۵ - ۱۲-۳- جرایم ناشی از فعالیت شرکت‌های هرمی
- ۱۰۵ - ۱-۱۲-۳- کلاهبرداری در طرح‌های هرمی
- ۱۰۵ - ۱-۱-۱۲-۳- تطبیق عناصر جرم کلاهبرداری در طرح‌های هرمی
- ۱۰۷ - ۲-۱-۱۲-۳- شرکت‌های هرمی و کلاهبرداری
- ۱۰۸ - ۲-۱۲-۳- بروز اختلافات خانوادگی
- ۱۰۸ - ۳-۱۲-۳- افزایش ارتکاب جرایم امنیتی
- ۱۰۹ - ۴-۱۲-۳- بروز تنش‌های اجتماعی و سایر جرایم دیگر
- ۱۰۹ - ۱۳-۳- فعالیت شرکت‌های هرمی در ایران و تجارب سایر کشورها
- ۱۰۹ - ۱-۱۳-۳- شرکت‌های هرمی در ایران
- ۱۱۰ - ۲-۱۳-۳- سیر تکامل ساختارهای هرمی در ایران
- ۱۱۲ - ۳-۱۳-۳- چرا در ایران بسیاری از زیان دیدگان اقدام به شکایت نمی‌کنند؟
- ۱۱۳ - ۴-۱۳-۳- تصویب قانون ممنوعیت فعالیت‌های اقتصادی شرکت‌های هرمی
- ۱۱۴ - ۲-۱۵-۳- شرکت‌های هرمی و تجارب سایر کشورها
- ۱۱۴ - ۱-۲-۱۵-۳- آلبانی
- ۱۱۵ - ۲-۲-۱۵-۳- نپال
- ۱۱۵ - ۳-۲-۱۵-۳- روسیه
- ۱۱۷ - ۴-۲-۱۵-۳- سریلانکا
- ۱۱۷ - ۵-۲-۱۶-۳- کانادا
- ۱۱۸ - ۶-۲-۱۵-۳- هند
- ۱۱۸ - ۷-۲-۱۵-۳- ایالات متحده آمریکا
- ۱۲۱ - ۱۶-۳- نهادهای رسمی فعال در زمینه مبارزه با فعالیت‌های ناسالم اقتصادی شرکت‌های هرمی
- ۱۲۲ - ۱۷-۳- نتیجه‌گیری
- ۱۲۴ - فصل چهارم: بررسی فقهی فعالیت شرکت‌های هرمی
- ۱۲۵ - ۱-۴- مقدمه
- ۱۲۶ - ۲-۴- وجه تشابه شرکت‌های مطرح در فقه با شرکت‌های هرمی

- ۱۲۸ ۳-۴- حکم اولی و حکم ثانوی
- ۱۳۰ ۴-۴- بررسی دلایل فقهی حرمت سیستم‌های هرمی
- ۱۳۰ ۴-۴-۱- قاعده غرور
- ۱۳۱ ۴-۴-۲- حکم قمار
- ۱۳۲ ۴-۴-۲-۱- تعریف قمار
- ۱۳۲ ۴-۴-۲-۲- تعریف قرارداد بخت آزمایی
- ۱۳۳ ۴-۴-۲-۳- شرکت‌های هرمی و قمار
- ۱۳۶ ۴-۴-۳- اکل مال به باطل
- ۱۳۷ ۴-۴-۳-۱- ارتباط خودکشی با تصرف باطل و ناحق در اموال دیگران
- ۱۳۸ ۴-۴-۳-۲- اکل مال به باطل و شرکت‌های هرمی
- ۱۴۲ ۴-۴-۴- تدلیس و طرح‌های هرمی
- ۱۴۲ ۴-۴-۴-۱- تعریف لغوی
- ۱۴۲ ۴-۴-۴-۲- تعریف اصطلاحی
- ۱۴۳ ۴-۴-۴-۳- تدلیس و شرکت‌های هرمی
- ۱۴۴ ۴-۴-۵- غرری بودن (قاعده نفی غرر)
- ۱۴۴ ۴-۴-۵-۱- تعریف لغوی غرر
- ۱۴۴ ۴-۴-۵-۲- تعریف اصطلاحی غرر
- ۱۴۵ ۴-۴-۵-۳- موارد غرر
- ۱۴۶ ۴-۴-۵-۴- مبانی قاعده نفی غرر
- ۱۴۷ ۴-۴-۵-۵- تمایز غرر از مفاهیم مشابه
- ۱۴۹ ۴-۴-۵-۶- شرایط غرر مؤثر
- ۱۵۰ ۴-۴-۵-۷- شرکت‌های هرمی و غرر
- ۱۵۲ ۴-۴-۶- حفظ نظام
- ۱۵۵ ۴-۴-۶-۱- شرکت‌های هرمی و اختلال نظام
- ۱۵۶ ۴-۵- ادله فقهی جواز فعالیت در شرکت‌های هرمی

۱۶۱	۶-۴- فتاوای برخی مراجع عظام درباره فعالیت‌های هرمی
۱۶۶	۷-۴- رد دلایل موجود مبنی بر عدم آگاهی مراجع
۱۶۸	۸-۴- نتیجه‌گیری
۱۷۰	فصل پنجم: آزمون فرضیات
۱۷۱	۱-۵- آزمون فرضیات
۱۷۱	۱-۱-۵- فرضیه اول
۱۷۱	۲-۱-۵- فرضیه دوم
۱۷۴	فصل ششم: نتایج و پیشنهادات
۱۷۵	۱-۶- نتایج
۱۷۶	۲-۶- پیشنهادات
۱۷۸	فهرست منابع و مؤاخذ

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۴۲	جدول ۲-۱. مقایسه بازاریابی شبکه‌ای و شرکت‌های هرمی
۶۶	جدول ۳-۱. نتایج آزمون فریدمن
۸۴	جدول ۳-۲. نتایج آماری
۹۷	جدول ۳-۳. نتایج آزمون آلفای کرونباخ
۱۷۲	جدول ۶-۱. آزمون تی برای رابطه بین شرکت‌های هرمی بر روی اقتصاد

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۷۹	نمودار ۳-۱. نتایج توزیع فراوانی بر حسب جنسیت
۸۰	نمودار ۳-۲. نتایج توزیع فراوانی بر حسب سمت آزمودنی ها
۸۱	نمودار ۳-۳. نتایج توزیع فراوانی بر حسب سابقه خدمت پاسخ دهندگان
۸۲	نمودار ۳-۴. نتایج توزیع فراوانی بر حسب میزان تحصیلات پاسخ دهندگان
۸۳	نمودار ۳-۵. تاثیر شرکتهای هرمی بر اقتصاد یک کشور بر حسب میزان تحصیلات پاسخ دهندگان

فصل اول

کلیات تحقیق

با تولد یک تکنولوژی جدید به نام اینترنت، زندگی انسان در تمام ابعادش دگرگون شد و او قدم در دنیایی از اطلاعات و امکانات بی حد و مرزی گذاشت که فراهم آوردن بستر مناسب برای کسب توانایی‌های گوناگون و رویایی بلافاصله با فناوری روز را می‌توان از شگفتی‌های انکارناپذیر این صنعت جدید برشمرد، بشر قادر شد از پشت میز کارش بر جهانی مسلط شود و تمام امور حیاتی خویش از جمله کسب علم را از صفحه‌ی نمایشگر رایانه‌ی خود دنبال کند و درست از همین جا بود که عرصه جدیدی در مبادلات تجاری انسان را فریفته‌ی خود کرد. پیشرفت علوم و ورود رایانه به بازار کار، تجارت الکترونیکی را پدید آورد و به دنبال آن بازاریابی شبکه‌ای شکل گرفت. به دلیل تازگی این دستاورد و ناآشنایی مردم با آن، شرکت‌های هرمی پدید آمد که به رغم امکان فعالیت سالم اقتصادی، با سوء استفاده از عنوان تجارت الکترونیکی توانستند گسترش زیاد یافته و زمینه اخلاص در اقتصاد کشورها را فراهم آورند.

اسلام تنها به احکام عبادی نپرداخته بلکه در زمینه مسائل اقتصادی، مالیاتی، جزایی، مدنی، دفاعی، معاهدات بین‌المللی و... نیز مقرراتی دارد. از نظر اسلام حفظ نظام جامعه به طور کلی اعم از نظام اقتصادی و معیشتی، نظام سیاسی و نظام حقوقی و دیگر نظاماتی که زندگی اجتماعی انسان وابسته به آن است ضروری و از اهم واجبات است و فقیهان و صاحب نظران حقوق اسلامی نیز بدان اهتمام ویژه دارند از این رو قراردادهایی که مغایر با نظام و نظم عمومی جامعه اسلامی باشد نافذ نیست.

معاملات هرمی به سبب نو بودن در فقه سنتی مطرح نبوده و از مسائل مستحدثه‌ای است که مورد توجه برخی فقهای معاصر قرار گرفته است. این طرح‌ها دارای اشکالات جدی اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و فقهی - حقوقی هستند بروز مشکلات عجیب اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... که دامنگیر تمامی افراد جامعه می‌شد پیش می‌رفت تا اقتصاد جامعه را فلج و بیمار کند که با تدبیر به موقع مسئولین نظام از پیشروی سریع و ناگهانی این سرطان بدخیم ممانعت به عمل آمد و در زمینه فقهی به اشکالاتی مانند اکل مال به باطل، تدلیس و غرری بودن می‌توان اشاره کرد. شرکت‌های هرمی که در چند سال اخیر در ایران فعال بوده‌اند عبارتند از: مگاهولدینگز، پنتاگونا، مای سون دیاموند (هفت الماس من)، گلدکوئیست، گلد بیز، گلد ماین، ای بی ال، وست ویژن، آسونت، بیگ فریو، آسیب نت، طرح ملی آشتیان، کارگشایان، انصار الوحیدین، ایران بین، سوئیس کش،

کوئیسست و کیشن.

در این رساله سعی شده تصویری حقیقی از فعالیت شرکت‌های هرمی ارائه گردد و سپس نحوه عملکرد شرکت‌های هرمی با بازاریابی شبکه‌ای مقایسه شود و برخی چالش‌ها و ضعف‌های موجود اشاره گردد و به دلیل گستردگی موضوع شرکت‌های هرمی سعی شده نظرات برخی از علمای شیعه مطرح شود و در پایان نیز پیشنهاداتی ارائه گردد.

امید است تحقیق پیش رو بتواند برای حل مشکلات پیچیده اقتصادی و فقهی که در اثر ایجاد این شرکت‌های هرمی بوجود آمده راهگشا باشد و اینکه بیان کنیم بازاریابی صحیح به اقتصاد کشور کمک می‌کند. با بازاریابی صحیح می‌توانیم، خروج ارز از کشور را معکوس کنیم. زیرا یکی از ضعف‌های عمده‌ی ایران، با وجود داشتن کالاهای با کیفیت، تجارت بین‌المللی بازاریابی است. در حال حاضر، با وجود نیروهای مستعد جوان کشور می‌توانیم، جریان خروج ارز برای واردات را به ورود ارز از محل صادرات تبدیل کنیم.

۱-۲- بیان مسأله

شرکت عبارت است از قرارداد بین دو طرف یا بیشتر برای به کار انداختن سرمایه مشترک در فعالیت اقتصادی، به این صورت که دو طرف یا بیشتر بنا می‌گذارند که بین آن‌ها یک کار بازرگانی یا تولیدی به طور مشترک انجام گیرد و سود حاصل بین آن‌ها تقسیم گردد.

شرکت‌های هرمی به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند که عبارت‌اند از: شرکت‌های هرمی سالم و شرکت‌های هرمی ناسالم که می‌توان نام آن را دسیسه هرمی گذارد. هدف شرکت‌های هرمی سالم، که فعالیتشان مختص به بازاریابی در فروش کالاهاست، سوددهی می‌باشد که در نهایت به رشد اقتصادی کشور کمک می‌کند؛ در حالی که هدف شرکت‌های دسیسه هرمی، تنها جابجایی پول و خلق فرصت سوددهی از این جابجایی است. شرکت‌های هرمی تهدیدی برای اقتصاد ملی و زمینه‌ساز جرایم مختلف می‌شود. سبک شرکت‌های هرمی در بازاریابی شبکه‌ای به خاطر عدم شناخت کافی افراد و بنگاه‌ها به شکل منفی است. در این سیستم‌ها یک نفر به ضرر فرد دیگر برنده می‌شود. تفاوت بین بازاریابی شبکه‌ای سالم و شرکت‌های هرمی کلاهبردار، ریشه در بحث‌های بازاریابی ارتباطی دارد؛ در این سیستم هیچ‌گونه ارزش افزوده‌ای ایجاد نمی‌شود و نوعی بازی برد - باخت است. چیزی که به عنوان سود در بین اعضاء تقسیم می‌شود، در حقیقت پول افراد در سطح پایین هرم است و کسی که در رده بالای هرم است بهره بیشتری می‌برد. این نوع فعالیت اقتصادی، مشکلات اقتصادی زیادی برای

کشورها ایجاد می‌نمایند از جمله: خروج غیر منطقی ارز، از بین رفتن سرمایه جهت سرمایه‌گذاری و کاهش شدید سرمایه اجتماعی و فرهنگی (از جمله تغییر فرهنگ کار، راحت طلبی، اتلاف نیروی انسانی توانمند، کاهش ارزش‌های اجتماعی، کاهش اعتماد در جامعه، تقویت رؤیا پردازی و انفعال در جوانان و غیره). به همین دلایل، غالباً دولت‌ها به مقابله با این پدیده روی آورده‌اند. در کشور ما نیز علاوه بر آثار منفی اقتصادی مذکور، می‌توان اشکالات شرعی مشخصی به این نوع فعالیت اقتصادی از منظر فقهی وارد نمود که عبارت‌اند از وجود غرر، بروز ضرر. همچنین «اکل مال به باطل»، شامل این نوع شرکت‌ها می‌شود و لذا به لحاظ شرعی نمی‌توان این نوع درآمدزایی را مشروع دانست و به دنبال راه‌های صحیح جایگزین بود. قانون مجازات، اخلاگران در نظام اقتصادی کشور مصوب ۱۹/۰۶/۱۳۶۹ و اصلاحات بعدی مصوب ۱۴/۱۰/۱۳۸۴ معاملات هرمی را ممنوع اعلام کرده و برای آن مجازات تعیین کرده است. با آموزش‌های درست می‌توان بازاریابی سالم را در جامعه فراهم کرد و تفاوت بین این دو مکانیزم صحیح و نادرست را در بازاریابی شبکه‌ای شناسایی کرد و بازاریابی صحیح به اقتصاد کشور کمک خواهد کرد. بطور کلی از نظر اسلام حفظ نظام جامعه اعم از نظام اقتصادی و معیشتی و دیگر نظاماتی که زندگی اجتماعی انسان وابسته به آن است ضروری و از اهم واجبات است فقیهان و صاحب نظران حقوق اسلام نیز اهتمام ویژه‌ای به آن دارند. از این رو، قراردادهایی که مغایر با نظام و نظم عمومی جامعه اسلامی باشند، از جمله قراردادهای هرمی نمی‌تواند معتبر و نافذ باشد. قابلیت فسخ این گونه معاملات ممکن است براساس خیار غبن یا خیار تدلیس باشد.

۳-۱- پیشینه تحقیق

چندین کتاب در حوزه‌های مختلف در رابطه با طرح‌های هرمی نوشته شده‌اند که اشکالات آن‌ها را در حوزه‌های مربوطه بررسی کرده‌اند. مقالات متعددی در روزنامه‌ها، مجلات و سایت‌های اینترنتی نیز در این زمینه وجود دارند خصوصاً می‌توان به سایت www.nms.ir اشاره کرد که تخصصاً در همین موضوع فعالیت می‌کند. همچنین در مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی چند طرح تحقیقی در این زمینه انجام گرفته و علاوه بر آنها در پی مبهم شمردن طرح مصوب اولیه مجلس شورای اسلامی علیه طرح‌های هرمی و درخواست مجلس شورای اسلامی علیه طرح‌های هرمی و درخواست شورای نگهبان از کمیسیون قضایی مجلس برای بررسی بیشتر، طرح تحقیقی جامع دیگری نیز تألیف شد که بیشتر به جنبه‌های اقتصادی این طرح‌ها می‌پردازد.

۱-۳-۱- معرفی کارهای انجام شده

۱- بررسی فقهی حقوقی شرکت‌های هرمی، اسماعیل آقا بابایی نبی چاپ، تابستان ۱۳۸۹.

از معدود آثاری است که به طور مشخص به مسئله تبیین مسائل حقوقی (و بعضاً فقهی) شرکت‌های هرمی می‌پردازد. در این تحقیق نویسنده ابتدا به مسئله تجارت الکترونیک و بازاریابی چند لایه پرداخته و سپس جایگاه این نوع فعالیت در حقوق ایران را نیز مورد بحث قرار می‌دهد.

۲- نیمه پنهان ۲۹ (داستان گلدکوئیست: خاطرات یک لیدر)، هادی سلمانی، انتشارات کیهان، ۱۳۸۶ ش.

غالب محتوای این اثر در بر دارنده تبیین ماهیت شرکت گلدکوئیست می‌باشد و در آن بیشتر مباحث مربوط به طرز وارد کردن اعضاء به این شرکت‌ها مطرح گردیده است و مباحث فقهی-اقتصادی در آن مطرح نگردیده است.

۳- اعترافات یک نتور کر، (نقد و بررسی فعالیت شرکت‌های هرمی)، فرشید رابطیان، ناشر نسل نو اندیش،

۱۳۸۸ ش.

این کتاب تلفیقی از داستان زندگی نویسنده و همچنین اطلاع رسانی از نحوه کار و شگرد این شرکت‌ها می‌پردازد. اما بُعد فقهی و اقتصادی مطرح نگردیده است.

۴- بررسی علمی و حقوقی بازاریابی شبکه‌ای، دکتر جمشید اصغری/صدیقه فقیه، ۱۳۸۷.

این اثر مشتمل بر سه بخش بوده که بخش اول به ذکر مطالبی درباره بازاریابی پرداخته است و در بخش دوم آن نویسنده به ماهیت اقتصادی و حقوقی بازاریابی شبکه‌ای ناسالم پرداخته است و در فصل سوم ماهیت اقتصادی و حقوقی بازاریابی شبکه‌ای صحیح را بیان می‌کند.

۵- بازاریابی شبکه‌ای حقه اقتصادی یا فعالیت اقتصادی، محمود یزدانی، ۱۳۸۵.

غالب محتوای این اثر در بردارنده تبیین فعالیت شرکت‌های هرمی بوده که برخی از مطالب به صورت گذرا پرداخته است. در این مجموعه مسائل فقهی و اقتصادی به طور مبسوط تشریح نشده است.

۶- معاملات هرمی از دیدگاه فقه امامیه و حقوق ایران، سید حسین صفایی، ۱۳۸۴.

نویسنده به بررسی معاملات هرمی از دیدگاه فقه امامیه و حقوق ایران پرداخته و تلاش نموده است جایگاه این نوع از فعالیت‌ها در نظام حقوقی کشور و فقه امامیه تبیین کند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که براساس حقوق موجود کشور و قوانین، فعالیت‌های هرمی ناصحیح و مردود است.

۷- بررسی فقهی فعالیت‌های مرتبط با شرکت‌های هرمی، محمد مؤمن، ۱۳۸۵.

در این تحقیق نویسنده ضمن تبیین قاعده «اکل مال به باطل» تلاش می‌کند تا تأسیس و فعالیت در مؤسسات هرمی و چند لایه را در زمره و مصداقی از این قاعده مطرح نموده و از این طریق حرمت شرعی چنین فعالیت‌هایی را نتیجه بگیرند.

۸- حقوق بازاریابی شبکه‌ای (کالبد شکافی قانون ممنوعیت فعالیت دسیسه‌های هرمی)، عبدالمهدی

حسینقلی نوری، تهران، مؤسسه فکر بکر، ۱۳۸۶ ش.

این کتاب مشتمل بر مباحث حقوقی بازاریابی شبکه‌ای می‌باشد. نگارنده مسائل حقوقی پیرامون بازاریابی شبکه‌ای را کنکاش کرده و با ارائه نظریه مثلث سلامت شبکه، گامی اجرایی در راه تفکیک فعالیت‌های شبکه‌ای سالم از انواع ناسالم آن بردارد.

از تحقیقات خارجی می‌توان به تحقیقی تحت عنوان «روان شناسی طرح‌های هرمی» توسط الکساندر مکنزی در کانادا نام برد، در بخش اول سنجش آگاهی افراد از گزینه‌های سرمایه‌گذاری و تصمیم به سرمایه‌گذاری مورد توجه قرار گرفته است، در قسمت دوم نشان داده شده است که پول شرکت‌کنندگان در سرمایه‌گذاری با خطر مواجه است و هر مقدار درک خطر از گزینه‌های سرمایه‌گذاری افزایش یابد، سرمایه‌گذاری مردم کمتر می‌شود. در هر دو مورد اول و دوم نیمی از افراد حاضرند، در طرح هرمی سرمایه‌گذاری نمایند و همچنین شرکت‌کنندگان در تصورشان پول را در طرح هرمی با هدف جذب سرمایه‌گذاران جدید سرمایه‌گذاری می‌کنند.

در ادامه این مطالعات نشان داده شد که بین سرمایه‌گذاران در طرح‌های هرمی و غیر سرمایه‌گذاران از نظر احساسی و عقلانی تفاوت وجود داشته است.

هم چنین گزارشی از براوالنتین قاضی دادگاه عمومی کمیسیون تجارت فدرال آمریکا درباره طرح‌های هرمی تهیه و در سمینار مسائل حقوقی مؤثر بر بانک‌های مرکزی در سال ۱۹۹۸ ارائه گردید. تشخیص دشوار طرح‌های هرمی مجاز و غیرمجاز توضیح داده شده و به نتایج ناگوار اقتصادی و اجتماعی طرح‌های هرمی غیرمجاز اشاره شده است، طرح‌های هرمی غیرمجاز صدمه به مصرف‌کنندگان و عملیات بانکی وارد می‌کند و زمینه بی-اعتبار کردن صنعت بانکداری می‌شود و در نهایت نظارت نیروهای قضائی و انتظامی بر شرکت‌های هرمی و دادن آموزش‌های لازم به مردم و ایجاد کسب و کار مناسب برای جوانان راه‌های جلوگیری از گسترش این شرکت‌ها را پیشنهاد کرد.

۱-۳-۲- جمع بندی کارهای انجام شده

با نگاه اجمالی به پژوهش‌های ذکر شده، روشن می‌گردد که تألیفات موجود غالباً یا از نظر گاه فقهی یا حقوقی محض به نتایجی رسیده‌اند اما ویژگی تحقیق پیش رو این است که به عنوان تلفیقی کار می‌کند و بسیاری از سؤالات را پاسخگو است. در مجموع می‌توان ادعا کرد که به دلیل نو بودن کار و آشنا نبودن با آن، فعالیت علمی خیلی جدی در این زمینه صورت نگرفته است.

۱-۳-۳- مقایسه پژوهش حاضر

با توجه به اینکه شرکت‌های هرمی، نظام اقتصادی کشور را دچار نابسامانیهای عمده می‌کند و طبیعی است اگر وضعیت اقتصادی جامعه نابسامان گردد پیامدهای اجتماعی به دنبال خواهد داشت لذا در این تحقیق که با نگاه تلفیقی به این مسئله انجام می‌شود، می‌توان گفت نگاه اینگونه به مسئله و بررسی اثرات و ثمرات آن در حیطه‌های مختلف مثل اقتصاد و فقه بدیع و نو می‌باشد.

بنابراین وجه تمایز تحقیق حاضر با آثار گذشته در آن است که اولاً رویکرد تحقیق حاضر، برخلاف سایر آثار (که عمدتاً براساس رویکرد حقوقی نوشته شده‌اند)، رویکردی فقهی-اقتصادی است و ثانیاً تلاش می‌کند تا با استفاده از دانش قواعد فقه و کمک گرفتن از اصول موجود در فقه شیعه، تعارض و عدم مشروعیت‌های موجود در فعالیت‌های هرمی را استخراج نماید و در نهایت نشان دهد براساس قواعد فقهی مختلفی، فعالیت‌های رایج هرمی نامشروع می‌باشند.

۱-۴- اهمیت پژوهش

در رابطه با اهمیت بررسی موضوع این رساله می‌توان به شیوع گسترده و خیلی جدی شرکت‌های هرمی در جامعه و به تبع آن بروز اشکالات و تأثیرات منفی زیاد در حیطه‌های خانواده و جامعه و همچنین اشکالات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و فقهی-حقوقی آنها اشاره کرد. تا جایی که کارشناسان در حوزه‌های مختلف مجبور به اظهار نظر در رابطه با آن شدند. منجمله مراجع عظام تقلید حسب استفتانات عدیده‌ای که از آنها در این زمینه شده بود در این زمینه به اظهار نظر پرداختند. علاوه بر اظهار نظر کارشناسان مختلف، مجلس شورای اسلامی نیز به خاطر بروز اشکالات فوق الذکر مجبور به تصویب قانونی علیه آنها شد. آنچه در این زمینه جای کار جدی داشت بررسی فقهی-اقتصادی این شرکت‌هاست تا زوایای مختلف آنها مشخص شود و علاوه بر موضوع‌شناسی در این زمینه، اشکالات فقهی و اقتصادی آنها نیز نمایان شود.