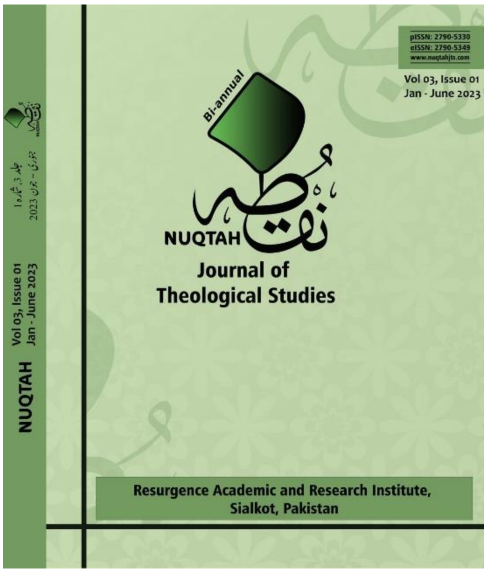


NUQTAH Journal of Theological Studies
Editor: Dr. Shumaila Majeed
(Bi-Annual)
Languages: Urdu, Arabic and English
pISSN: 2790-5330 eISSN: 2790-5349
https://nuqtahjts.com/index.php/njts

Published By:
Resurgence Academic and Research Institute, Sialkot (51310), Pakistan.
Email: editor@nuqtahjts.com

نیٹ ورک مارکیٹنگ: مروجہ جدید صورتیں، فقہِ اسلامی کی روشنی میں تحقیقی مطالعہ

Current Trends in Network Marketing/MLM: A Research Study in the Light of Islamic Law

Mudassar Rasheed
M.Phil Islamic Studies, Institute of Islamic Studies
Univeristy of the Punjab Lahore.

Abdul Rehman Sajid
,Doctoral Candiate ,Institute of Islamic Studies
Univeristy of the Punjab, Lahore.

Published online: 30th June 2023

View this issue

OPEN ACCESS

Complete Guidelines and Publication details can be found at:
https://nuqtahjts.com/index.php/njts/publication-ethics

نیٹ ورک مارکیٹنگ: مروجہ جدید صورتیں، فقہِ اسلامی کی روشنی میں تحقیقی مطالعہ

Current Trends in Network Marketing/MLM: A Research Study in the Light of Islamic Law

ABSTRACT

This research is aimed at network marketing or multi-level marketing on the different aspects examined in the light of Sharī'ah guidelines.

This Academic Research Paper will cover the beginning and evolution of multi-level marketing or network marketing and its development, its work structure and methodology, its disadvantages and all its activities. And by reviewing all the important evidence, the study intends to analyze Shariah's opinions about the legitimacy of network marketing and its ruling in Islamic law.

The study comes to several conclusions and recommendations, the most important of which are: Western laws have failed to control fraud and scam companies in the field of network marketing, and thus their negative economic consequences outweigh their benefits. Therefore, it is necessary to activate Islamic Sharī'ah laws and strengthen prosecutions combating fraud. Islamic principles are based on equity and justice, any kind of problem in the world market can be solved through Islamic teachings.

Therefore, the research is very significant because it discusses network marketing, which is one of the most important pillars. In this paper, different aspects of network marketing are examined in light of Sharī'ah guidelines, using qualitative research methods.

Keywords: Network Marketing, Islamic Law, MLM, Economics, Issues

تمہید:

اسلام ایک جامع مکمل ضابطہ حیات ہے جس میں انسانی زندگی سے متعلق مختلف معاملات و متنوع پہلوؤں مثلا عقائد، معاملات، عبادات، نکاح وطلاق، فوجداری قوانین، عدالتی احکام، خارجی اور داخلی تعلقات جیسے جملہ تمام مسائل کا جواب اُصولاً یا تفصیلاً اس میں موجود ہے۔ دینِ اسلام انسانیت کو اندھیروں سے نکال کر روشنی کی طرف لانے کے لیے بہترین پلیٹ فارم اور رہنمائی فراہم کرتا ہے۔ قرآن کریم میں اسکو اللہ سبحانہ وتعالیٰ نے نہایت بلیغ اور جامع پیرائے میں بیان فرمایا ہے:

"كِتَابٌ اَنْزَلْنَاهُ اِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ اِلَى النُّوْرِ بِاِذْنِ رَبِّهِمْ اِلٰى صِرَاطِ الْعَزِيْزِ الْحَمِيْدِ"[1]

یہ ایک کتاب ہے ہم نے اسے تیری طرف نازل کیا ہے تاکہ تو لوگوں کو اندھیروں سے روشنی کی طرف نکالے، ان کے رب کے حکم سے غالب تعریف کیے ہوئے راستہ کی طرف۔

اسلام تمام انسانیت کے تمام معاشی و معاشرتی مسائل کے حل کیلیے جامع تعلیمات پیش کرتا ہے اور آج کے ترقی یافتہ دور میں تجارت و معیشت کے فروغ کی بے شمار صورتیں وجود میں آگئی ہیں، جب کوئی نئی شکل سامنے آتی ہے تو اسے اختیار کرنے، یا نہ کرنے کے لیے ہر مسلمان جواز اور عدمِ جواز سے متعلق معلومات چاہتا ہے؛ کیوں کہ ان کی تعیین کے بغیر عملی زندگی میں ایک قدم چلنا بھی مشکل ہے، فقہاءکے لیے ان احکام کی تشریح مشکل تو نہیں ہوتی، جو قرآن، حدیث اور فقہ میں صراحت کیساتھ موجود ہیں، لیکن تغیرِ زمانہ کی وجہ سے جو نئی صورتیں پیدا ہوتی ہیں، ان کا شرعی حکم معلوم کرنا، ذرا مشکل ہوتا ہے؛ اس لیے کہ حلت و حرمت کی تعیین کیلئے پہلے علت معلوم کی جاتی ہے، یا نظائرِ فقہیہ کو دیکھ کر علتِ مشترکہ کی بنیاد پر حکم لگایا جاتا ہے، یہ بہت ہی نازک کام ہے؛ اس لیے کہ جس طرح کسی حرام کو حلال کہنا جائز نہیں، اسی طرح کسی حلال کو حرام کہنا بھی درست نہیں ہے، اس سطح پر مسئلہ بتانے والا واقعتاً خود کو جنت اور جہنم کے درمیان محسوس کرنے لگتا ہے۔

جدید معاشی طریقہ ہائے تجارت میں نیٹ ورک مارکیٹنگ (Network marketing) آج کل بہت عام ہو رہی ہے، پہلے تو ایسی کمپنیاں کم تھیں، لیکن آج کل بہت سی مختلف Companies اپنے کاروبار کو اس انداز پر پھیلا رہی ہیں، کہ لوگ اہل فتویٰ علماء کرام اور تحقیقی اداروں کی جانب رجوع کر رہے ہیں کہ ان Companies کی شرعی حیثیت کیا ہے؟ آیا ان میں شرکت جائز ہے یا ناجائز؟ زیرِ قلم آرٹیکل میں اسی سے متعلق تفصیلی بحث پیش کی جارہی ہے، اس کی شرعی عقلی اور معاشی حیثیت پر بحث کرنے سے پہلے اس طریقۂ تجارت کا تعارف پیش کرنا مناسب معلوم ہوتا ہے۔

نیٹ ورک مارکیٹنگ کی تعریف:

"Daryl Koehn" ایک معروف امریکی یونیورسٹی کی خاتون پروفیسر ہیں، اس نے ایک آرٹیکل میں "نیٹ ورک مارکیٹنگ" کی جامع تعریف لکھی ہے:

The practice of distributing, selling or supplying products or services through various levels of independent agents (contractors, distributors etc.). The agents are paid commissions, bonuses, discounts, dividend or other forms of consideration in return for selling products or services and/or for recruiting other agents. The party who recruits another participant is the upline of the recruit. The recruited party is the downline of the recruiter. In MLMs, uplines are paid

bonuses or commissions on the sales made by their direct downlines and by those who are downline of these direct downlines.[2]

درحقیقت یہ تعریف بہت مفصل ہے اور واضح طور پر بتاتی ہے کہ MLM کیا ہے؟ بہر حال یہ بہت ہی عجیب مارکیٹنگ سسٹم ہے۔

نیٹ ورکنگ مارکیٹنگ کا آسان مفہوم:

"نیٹ ورک مارکیٹنگ" یہ انگریزی اصطلاح ہے، اس کا اردو ترجمہ "بچھے ہوئے جال نما تجارت" سے کر سکتے ہیں، اس تجارت میں ایک آدمی Company کا ممبر بنتا ہے، پھر چند دوسرے لوگوں کو ممبر بناتا ہے، پھر یہ سب بہت سارے لوگوں کو اپنے تحت ممبر بناتے ہیں تو ایک دوسرے سے سلسلہ وار ملی ہوئی تجارت کی یہ صورت "جال" کے مشابہ ہو جاتی ہے، اسے ملٹی لیول مارکیٹنگ (Multi-Level Marketing) بھی کہتے ہیں، چونکہ اس میں کام کرنے والے مختلف سطح کے لوگ ہوتے ہیں، اوپر سے لے کر نیچے تک سیکڑوں سطحیں بنتی ہیں، اس لحاظ سے اُردو میں اس کو "مختلف السطح" تجارت بھی کہا جاسکتا ہے۔

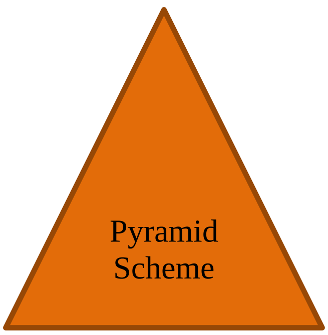
اور عربی زبان میں اسکے لیے " التسويق الشبكي "کی اصطلاح اور الفاظ استعمال ہوتے ہیں۔

نیٹ ورک مارکیٹنگ (ملٹی لیول مارکیٹنگ یا MLM) تجارت کا طریقہ کار:

نیٹ ورک مارکیٹنگ (ملٹی لیول مارکیٹنگ یا MLM) تجارت کا منفرد طریقہ ہے۔ جو کمپنیاں نیٹ ورک مارکیٹنگ کے طریقہ سے اپنی مصنوعات کی تجارت کرتی ہیں، ان کے خریداروں کو یہ موقع حاصل رہتا ہے کہ وہ خود دوسرے خریدار بنائیں اور ان کی خرید پر منافع حاصل کریں۔ ایک شخص Company کی Products خریدتا ہے، اسے یہ مصنوعات کافی مہنگی قیمت پر خریدنا پڑتی ہیں۔ ان Products کے بارے میں وہ دوسرے لوگوں کو بتلاتا ہے، اگر وہ ان مصنوعات کو خریدنے کے لیے تیار ہو جائیں تو وہ انہیں کسی کمپنی کے شوروم یا دکان کا پتہ نہیں بتلاتا بلکہ وہ خود ان کا (Sponsored Distributor) بن جاتا ہے۔

"Pyramid Scheme" کا نظریہ:

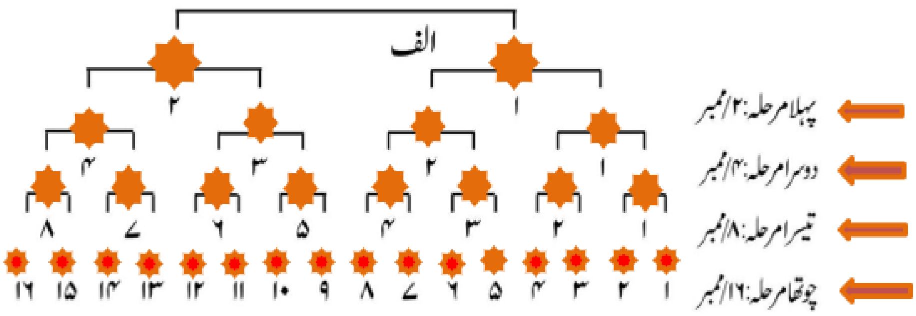
ملٹی لیول مارکیٹنگ میں ہر ممبر کا Level برابر نہیں ہوتا؛ بلکہ جو پہلے شامل ہوتے ہیں، ان کا Level اونچا، زیادہ نفع بخش اور بعد والے کا اس سے نیچا اور کم نفع والا Level ہوتا ہے۔ اس میں پرامیڈ اسکیم (Pyramid scheme) کے نظریہ کے مطابق کام ہوتا ہے، پرامیڈ "مخروطی" اور "اہرامی" شکل کو کہتے ہیں۔



مثال:۔

اس کا طریقہ کار یہ ہے کہ Company کی مصنوعات Open مارکیٹ میں فروخت نہیں ہوتیں؛ بلکہ جو شخص کمپنی کا ممبر بنتا ہے، اسی کو Company کی مصنوعات فراہم کی جاتی ہیں. Costumer کو خریدی ہوئی اشیاء تو ملتی ہیں، ساتھ ہی کمپنی اس کو ترغیب دیتی ہے کہ آپ اپنے ماتحت مزید ممبر بنائیے، کمپنی کا سامان Sale کرنے میں تعاون کیجئے، لہٰذا Costumer جن لوگوں کو ممبر بناتا ہے، اور کمپنی سے سامان Purchasing کے لیے آمادہ کرتا ہے، اس پر کمپنی کمیشن (Commission) دیتی ہے، پھر یہ کمیشن صرف ان Costumers تک محدود نہیں رہتا، جن کو اس نے Costumer بنایا ہے؛ بلکہ اس کے ذریعہ بنے ہوئے ممبرز سے آگے جتنے Costumer تیار ہوئے ہیں، ان کی Sale &Purchasing پر بھی پہلے شخص کو کمیشن ملتا رہتا ہے، اور مرحلہ وار یہ سلسلہ بہت آگے تک چلا جاتا ہے۔

مثال کی وضاحت کے لیے ذیل میں نقشہ ملاحظہ فرمائیں



درج بالا نقشہ سے معلوم ہوتا ہے کہ ہر مرحلہ میں ممبران کی تعداد اس سے اوپر کے مرحلہ کے مقابلہ میں دوگنی ہوتی ہے، اور آخری مرحلہ کے ممبران کی تعداد اوپر کے تمام مرحلوں کے ممبران کی مجموعی تعداد سے بھی کچھ بڑھی ہوئی ہوتی ہے، جیسا کہ مذکورہ نقشہ میں ہم دیکھتے ہیں کہ چوتھے مرحلہ میں ممبران کی تعداد سولہ ہے جب کہ اوپر کے سارے ممبران کی تعداد چودہ ہی ہے، اس طرح مجموعی تعداد تیس ہوگئی، اگر یہ سلسلہ جاری رہے تو دسویں مرحلہ میں ممبروں کی تعداد ایک ہزار چوبیس (1024) اور کل ممبران کی تعداد دو ہزار چھیالیس (2046) ہو جائے گی۔

کمیشن کی حد:

کمیشن میں اضافہ کی حد بعض Companies میں متعین ہوتی ہے۔ اور بعض میں نہیں۔ Company کی ماہانہ خریداری جس طرح بڑھتی ہے، اسی طرح ممبروں کو دیے جانے والے کمیشن میں بھی ضابطہ کے مطابق اُسکی Percentage میں اضافہ ہوتا رہتا ہے۔

مخصوص تعداد ممبران کی شرط:

اپنے ماتحت ممبر زبنانے کی مخصوص تعداد شرط ہوتی ہے، مثلاً افراد کی مجموعی تعداد کم از کم 9، اس طور پر ہو کہ ہر مرحلہ میں کم از کم تین ممبر ہوں تب ہی Company کمیشن جاری کرے گی، ایک بار کمیشن پالینے کے بعد پھر 9 ممبران کی زیادتی شرط ہوتی ہے۔[3] البتہ ہر Company کے ضابطہ میں تعداد کا تفاوت ہونا بعید از قیاس نہیں ہے۔

Referral link کی پابندی اور اہمیت:

کوئی شخص براہِ راست بلاواسطہ ممبر بننا چاہے تو بعض Companies میں اس کی اجازت نہیں ہوتی، یعنی کسی کے تحت ہی ممبر بننا پڑتا ہے، اس طرح کی Companies میں اکثر ایسی ہیں، جن کی Products, ممبر ہی کے توسط سے خریدی جاسکتی ہیں، البتہ بعض Companies بغیر ممبر بنے بھی اپنی Products کے خریدے جانے کی سہولت دیتی ہیں، مگر ڈسکاؤنٹ ممبر ہی کے ساتھ خاص ہوتا ہے، ان کے یہاں بھی اوپر والے ممبران کو نیچے اور کافی نیچے والے ممبران کا کمیشن دینا اصول میں داخل ہوتا ہے۔

ممبر بننے کے وقت Company کچھ سامان (ان کے بقول) Discounted Price پر دیتی ہے، اور کچھ متعین روپے Membership فیس، اور لٹریچر، بکس یا ٹریننگ وغیرہ کا معاوضہ بتا کر لے لیتی ہے، رعایت کے نام پر جن پیسوں کو واپس کرنا چاہیے، در حقیقت انہیں کو فیس وغیرہ کے نام سے وصول کر لیتی ہے، گویا ضابطہ میں کمپنی کے پاس ممبر کا ایک روپیہ بھی نہیں رہتا جس کا وہ مطالبہ کر سکے۔

کمپنی میں ممبر شپ (Membership) کی بر قراری کے لیے سالانہ کچھ متعین رقم تجدیدی فیس کے طور پر ادا کرنی پڑتی ہے، اور بعض میں ہر مہینہ کم از کم سو روپے کا مال خریدنا شرط ہے؛ مثلاً Tiens Group کی مارکیٹنگ کمپنی۔

پاکستان میں نیٹ ورک مارکیٹنگ کمپنیاں:

دنیا میں سب سے پہلے ایموے (Amway) کمپنی 1959ء میں آئی، اور یہی دنیا کا سب سے بڑا نیٹ ورک ہے۔ پاکستان میں ٹائنز نامی چائنیز کمپنی جو کہ 1995ء میں آئی، پاکستان کے سادہ لوح طبقے میں فراڈ و دھوکہ دہی کے ریکارڈز قائم کیے۔

راقم الحروف کا خود شہر لاہور کے ایک کاروباری علاقے میں ایک مارکیٹنگ کمپنی میں جانا ہوا۔ جہاں انکی چرب سازی کا اپنی آنکھوں سے مشاہدہ کیا۔ کہ کیسے ہربل میڈیسن کے کاروبار کے نام پر لوگوں سے رجسٹریشن فیس، ٹریننگ فیس کے نام پر 1500 سے 4،000 ہزار تک اینٹھے جاتے ہیں، جہاں اُس کمپنی میں مزید لوگوں کو فریب اور جال میں پھانسنے کے طریقے بتا کر وہی نیٹ ورکنگ کا شکنجہ میں کسا جارہا تھا۔ یہ تو مشاہدہ ہے۔ سنی سنائی بات نہیں۔ آنکھوں دیکھی آزمائی ہوئی حقیقت ہے۔ یہ تذکرہ اس لیے کیا کہ اچھے اچھے لوگ اس طرح کی کمپنیوں کے چنگل میں پھنس جاتے ہیں اور خاص کر بے روزگار نوجوانوں کے لیے ایسی Companies

بہت ہی کشش کا باعث ہوتی ہیں، نوجوانوں کو جلد سے جلد کروڑپتی بننے کا خواب نظر آنے لگتا ہے، اور نسخہ بھی اتنا آسان کہ جس میں نہ سرمایہ کاری کرنی پڑے اور نہ ہی زیادہ محنت کرنی پڑے۔

پاکستان میں یہ چند ملٹی لیول مارکیٹنگ کمپنیاں: ورلڈ ٹریڈنگ نیٹ سکیم، گولڈن کیی انٹرنیشنل، بزناس اور ان جیسی دوسری بہت سی فراڈ کمپنیاں لوگوں کا مال لوٹ کر بھاگ چکی ہیں۔

دنیا کے دیگر ممالک میں فراڈ کرنے والی کمپنیاں:

"ملٹی لیول مارکیٹنگ کمپنیاں" پاکستان میں تو گزشتہ صدی کے آخری عشرے میں متعارف ہوئی تھیں، لیکن اس سے پہلے دیگر ممالک خاص کر یورپی ممالک میں یہ تجربہ کے مراحل سے گذر چکی ہیں، ان کمپنیوں کے ایمبسڈرز اس چرب زبانی سے اُن کے کارناموں کو بیان کرتے ہیں کہ جیسے یہ کمپنیاں ان ترقی یافتہ ممالک کو فیض یاب کر کے اب ہمارے وطن کو بھی فیض یاب کرنے آئی ہیں، حالانکہ ایسی کوئی بات نہیں ہے۔

امریکہ میں اسی طرز کی ایک کمپنی اسکائی بزکوم (Skybiz.com) ہے، اس کمپنی کی شاخیں متعدد ممالک میں پھیلی ہوئی ہیں، مگر خود امریکی حکومت نے مذکورہ کمپنی پر عوام کے ساتھ دھوکہ دہی اور چال بازی (Fraud) کا الزام عائد کیا ہے، اسی کے پیش نظر "US State, **Oklahoma**" کی عدالت نے کمپنی کی سرگرمیاں روک دینے، اور کمپنی کے کارکنوں اور ایجنٹ حضرات کا سرمایہ اور اجرت انھیں واپس کیے جانے کے پیش نظر اس کمپنی کے اثاثے منجمد کر دینے کا فیصلہ کیا ہے۔[4]

جاپان میں 1978ء میں ایموے (Amway) اور اس طرز کی کمپنیوں پر پابندی لگ چکی ہے۔ اور باقاعدہ اس پر قانون سازی ہو چکی ہے:

"Article 5: A person who has created or operates a Pyramid Scheme is punished by imprisonment for not more than three years or a fine of not more than three million yen, or both."[5].-

حکومتِ پاکستان نے بھی 2017ء میں اس حوالے سے قانون سازی کر دی ہے۔ اس حوالے سے گورنمنٹ کے ادارے (SECP) نے بھی ملٹی لیول مارکیٹنگ کمپنیوں کی دھوکہ بازی، غیر اخلاقی اور ناجائز لین دین پر مشتمل ہونے کی وجہ سے عوام الناس کو ان سے بچنے کی ہدایات دی ہیں، ذیل میں اسکا انتباہی نوٹس پیش کیا جارہا ہے:

PUBLIC ALERT

(Econex Sales and Marketing (Private) Limited)

The SECP has notices that a company namely "Econex Sales and Marketing (Private) Limited" is offering various packages to attract the public to its unlawful business activities of multi-level marketing (MLM) & referral marketing.

Raising un-authorized deposits from the general public, indulging in referral marketing, MLM, Pyramid & Ponzi Schemes are unlawful activities in terms of explanation of section 301 of the Companies Act, 2017. The general public is hereby cautioned & advised not to invest in any such illegal investment schemes offered by aforementioned company. The SECP, in accordance with the provisions of Companies Act, has initiated necessary legal action against M/s Econex Sales &Marketing (Private) Limited.

REMEMBER, always make investments in Banks, National Saving Schemes, Stock Market, Insurance or NBFC Companies having valid license from SECP.

سکیورٹیز اینڈ ایکسچینج کمیشن آف پاکستان کے نوٹس میں یہ بات آئی ہے کہ "ایکونیکس سیلز اینڈ مارکیٹنگ (پرائیویٹ) لمیٹڈ" نامی کمپنی عوام کو ملٹی لیول مارکیٹنگ (ایم ایل ایم) اور ریفرل مارکیٹنگ سرمایہ کاری کی غیر قانونی اسکیموں کی طرف راغب کر رہی ہے۔

واضح رہے کہ کمپنیز ایکٹ 2017 کی دفعہ 301 کے مطابق عوام سے کسی بھی طریقے سے رقوم وصول کرنابشمول ریفرل مارکیٹنگ ،ایم ایل ایم ، پیرامڈ اور پونزئی سکیمیں چلانا غیر قانونی سرگرمیاں ہیں ۔ عوام الناس کو آگاہ کیا جاتا ہے کہ مندرجہ بالا کمپنی کی غیر قانونی سرمایہ کاری اسکیموں میں سرمایہ کاری سے وہ اپنے قیمتی سرمائے سے محروم ہو سکتے ہیں ۔ ایس ای سی پی نے مذکورہ بالا کمپنیوں کے خلاف کمپنیز ایکٹ کے تحت قانونی کارروائی کا آغاز کر دیا ہے۔

یاد رکھیں ! ہمیشہ بینکوں ، قومی بچت کی اسکیموں اور ایس ای سی پی سے لائسنس یافتہ میوچل فنڈز ، اسٹاک مارکیٹ ، انشورنس کمپنیوں یا دیگر نان بینکنگ فنانشل انسٹی ٹیوشنز میں ہی سرمایہ کاری کریں۔

اوپر بیان کردہ ساری تفصیل کا حاصلِ کلام یہ ہے کہ اس طرح کی کمپنیوں کا مقصد Products کو Sale کرنادر حقیقت لوگوں کو پروگرام میں شریک ہونے کا حیلہ اور بہانہ ہے، اصل مقصد ان کا ممبر سازی کے ذریعہ کمیشن حاصل کرنا ہے۔

"اسلامی فقہ اکیڈمی انڈیا" کے جنرل سیکرٹری مولانا خالد سیف اللہ رحمانی کی اس نظامِ باطل کی بنیادی خرابی پر رائے:

مولانا خالد سیف اللہ رحمانی مدظلہ جو کہ "اسلامی فقہ اکیڈمی انڈیا" کے جنرل سیکرٹری بھی ہیں، وہ اپنے ایک مضمون میں لکھتے ہیں:

"بنیادی خرابی جس کی وجہ سے عالمی پیمانے پر اس کمپنی کو مسترد کیا جارہا ہے، وہ یہ ہے کہ اس نظام میں دوام واستمرار کی صلاحیت نہیں ہے، اس کے ابتدائی مراحل میں تو ممکن ہے کہ آسانی سے کچھ ممبر بن جائیں، لیکن چند مرحلوں کے بعد ممبر بنانا دشوار ہو جائے گا، اور ایک ایسا مرحلہ آئے گا کہ اس کے بعد مزید ممبر بنانے کی گنجائش باقی نہ رہے گی، مثال کے طور پر کسی شہر میں کمپنی ایسے کاروبار کا آغاز کرے اور مختلف گاہکوں کے ذریعہ پہلے مرحلہ کے خریدار ساڑھے چھ ہزار ہو جائیں، اور ہر ممبر کے ذمہ نو ممبر بنانے کی ذمہ داری ہو، جیسا کہ بعض کمپنیوں میں ہے تو چوتھے ہی مرحلہ میں ان کی تعداد چوہتر لاکھ اڑتیس ہزار پانچ سو (۷۴۳۸۵۰۰) ہو جاتی ہے، یہ اتنی بڑی تعداد ہے کہ ہندوستان کے چھ سات بڑے شہروں کو چھوڑ کر پورے شہر کا احاطہ کرتی ہے، ظاہر ہے کہ یہ بات عملاً ممکن نہیں کہ کوئی شہر پورا کا پورا اس اسکیم سے جڑ جائے۔"[6]

پھر نتیجہ یہ ہو گا کہ ایسی صورت میں اوپر کے لوگوں کو تو کثیر نفع حاصل ہو گا، لیکن آخری مرحلہ کے ممبران بلا کمیشن حاصل کیے گھاٹے و نقصان میں رہ جائیں گے، حالانکہ اخیر کے مرحلہ میں اوپر کی بہ نسبت زیادہ ممبران ہوتے ہیں، یہ خرابی ایسی ہے کہ جسے ہر آدمی آسانی سے سمجھ سکتا ہے۔

اس نظام کی تائید کرنے کا مطلب یہی ہو گا کہ ملٹی لیول مارکیٹنگ کمپنی کے ذمہ داران اور چند دیگر لوگوں کے مفاد کی خاطر عوام کو دھوکہ میں مبتلا ہونے کی تائید کی جائے۔ نیٹ ورک مارکیٹنگ کا مدار ہی "پھنسنے پھنسانے" پر ہے۔

فقہ اسلامی کی روشنی میں اس نظامِ تجارت کی شرعی حیثیت:

دینِ اسلام نے ہر اس معاملہ کو مسترد کر دیا ہے، جس میں دغا فریب اور دھوکہ بازی پائی جاتی ہو؛ یا جس میں ملکی بد انتظامی اور لوگوں کی ضَرر رَسانی کا عنصر پایا جائے، یا جس میں مفادِ عامہ کی چیزوں پر چند افراد کے قبضہ کی صورت پائی جائے، یا جس میں خرید و فروخت کے ساتھ کوئی شرط لگادی جائے، یا وہ معاملہ ایسا ہو کہ جس میں بیع کے ساتھ کسی دوسرے معاملہ کا قصد کیا جاتا ہو اور بیع کا صرف بہانہ ہو، اسی طرح وہ معاملہ بھی شریعت کے مزاج سے ہم آہنگ نہیں، جس میں نزاع اور لڑائی کا احتمال ہو، جس میں دو معاملہ کو ایک کر دیا گیا ہو وغیرہ وغیرہ۔ "حضرت شاہ ولی اللہ صاحبؒ نے "حجۃ اللہ البالغہ" میں ایسے "9" وجوہ بیان فرمائی ہیں، جن کی وجہ سے شریعت نے معاملات کو مکروہ وناجائز قرار دیا ہے۔ [7]

فقہ اسلامی میں "نیٹ ورک مارکیٹنگ" کی عدم جواز کی وجوہات:

نیٹ ورک مارکیٹنگ کی ذیل میں تفصیل سے عدم جواز کی وجوہات بیان کی جارہی ہیں:

نیٹ ورک مارکیٹنگ کے عدمِ جواز کی پہلی وجہ:

کسی بھی کاروبار سے نفع حاصل کرنے کے لیے شریعت نے جو اصول بتائے ہیں، ان میں سرمایہ اور محنت دونوں ہوتی ہیں، جیسے بیع وشراء کا معاملہ؛ یا صرف محنت ہوتی ہے اور سرمایہ دوسرے کا ہوتا ہے، جیسے مضاربت وغیرہ، لیکن ایسی کوئی صورت شرعاً جائز نہیں ہے، جس میں نہ تو محنت ہو اور نہ ہی سرمایہ لگے۔

نیٹ ورک مارکیٹنگ میں غور کرنے سے معلوم ہوتا ہے کہ اس میں آدمی ممبر بنتا ہے تو کمپنی ممبر شپ فیس لے لیتی ہے، اور اپنی مصنوعات دے کر ان کی قیمت الگ سے لیتی ہے، قانونی لحاظ سے، گویا کمپنی میں رقم اور سرمایہ لگا ہوا نہیں ہے۔

پھر جب ممبر سازی ہوتی ہے، تو پہلے مرحلہ میں مان لیا جائے کہ اپنے تحت ممبر بنانے میں محنت ہوئی، صرف انھیں ممبران کی تشکیل کا معاوضہ اگر ملے تو اسے کسی درجہ میں جائز کہا جاسکتا ہے؛ اس لیے کہ سرمایہ تو نہیں ہے لیکن محنت پائی گئی، لیکن دوسرے تیسرے اور بعد کے مراحل میں اُن پہلے ممبران کی دوسرے افراد کی ممبر سازی میں کوئی محنت نہیں ہوئی تو بعد کے ممبران کا معاوضہ کس طرح جائز ہو گا، جب کہ وہاں نہ تو محنت ہے اور نہ ہی سرمایہ!

پہلے مرحلہ کی ممبر سازی کا معاوضہ بھی درست نہیں:

بعض کمپنیوں میں یہ شرط ہے کہ جب ممبران کی تعداد "9" ہو جائے اور وہ بھی تین مراحل میں ہوں تب ان سب کی خریداری کا متعین کمیشن اوپر کے ممبر کو دیا جائے گا، ظاہر ہے کہ ایسی صورت میں اپنے ہی نہیں دوسروں کے بنائے ہوئے ممبران کا معاوضہ بھی ساتھ ہو کر ملے گا، اس لیے حلال و حرام میں اجتماع کی وجہ سے یہ معاوضہ لینا بھی حرام ہو گا۔

فقہی قاعدہ ہے:

اذَا اجْتَمَعَ الْحَلاَلُ وَالْحَرَامُ غُلِّبَ الْحَرَامُ[8]

(جب حلال و حرام جمع ہو جائیں تو حرام کو غالب مانا جاتا ہے۔)

نیٹ ورک مارکیٹنگ کے عدمِ جواز کی دوسری اہم وجہ "سود":

شریعت میں "سود" اس لیے حرام ہے کہ اس میں زَر سے زَر حاصل کرنے کا ذریعہ اور بہانہ بنایا جاتا ہے، اس میں نہ تو کوئی پیداوار سامنے آتی ہے اور نہ ہی محنت پائی جاتی ہے، اس طرح جب زَر سے زَر پیدا کرنے کی ریت چل پڑتی ہے، تو لوگ بنیادی ذرائع معاش مثلاً کھیتیاں اور کاریگریاں چھوڑ دیتے ہیں اور یہ مثل زبانِ حال سے دہرائی جانے لگتی ہے، "جب روٹی ملے یوں، تو کھیتی کرے کیوں؟"[9]

نیٹ ورک مارکیٹنگ میں ہر ممبر کی خواہش یہی ہوتی ہے کہ اپنے نیچے زیادہ سے زیادہ ممبران آجائیں تاکہ اچھی خاصی رقم کسی محنت ومشقت کے بغیر کمیشن کے طور پر ان کے پاس جمع ہو جائے؛ حالانکہ زر سے زر کشید کرنا سود ہے، اس طرز کی تجارت کو "ربٰوا" سے کافی مشابہت ہے، جسے قرآنِ پاک میں حرام فرمایا گیا ہے:

"أَحَلَّ اللهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰوا" [10]

(اللہ تعالیٰ نے خرید وفروخت کو حلال اور سود کو حرام قرار دیا ہے)

نیٹ ورک مارکیٹنگ کے عدمِ جواز کی تیسری اہم وجہ "قمار":

شرعی لحاظ سے ایک اور پہلو بھی قابلِ توجہ ہے، وہ یہ کہ اس کمپنی میں شریک ہونے والوں کا مقصد کمپنی کا سامان خریدنا نہیں ہوتا، بلکہ کمیشن اور نفع کمانا ہی مدِ نظر رہتا ہے، گویا مقصود کمیشن ہے سامان نہیں، سامان کو ثانوی حیثیت حاصل ہوتی ہے؛ اس لیے شرعی حکم معلوم کرتے وقت مقصود اور غلبہ کا ہی اعتبار ہو گا۔

فقہی قاعدہ وکلیہ:

اوپر بیان کی گئی بحث کے متعلق کہا گیا کہ فقہی قواعد اس کی طرف مشیر ہیں:

العِبْرَةُ فِيْ الْعُقُوْدِ لِلْمَقَاصِدِ وَالْمَعَانِيْ لاَ لِلْأَلْفَاظِ وَالْمَبَانِيْ [11]

(معاملات میں مقاصد و معانی ہی کا اعتبار ہوتا ہے، الفاظ و عبارت کا نہیں)

نیٹ ورک سسٹم میں شمولیت کا اصلی مقصد چونکہ کمیشن اور نفع حاصل کرنا ہی ہے، یہی پہلو لوگوں کیلیے باعثِ کشش ہے؛ اس لیے اس طرح بھی کہا جاسکتا ہے کہ آدمی ممبر بننے کی فیس دے کر امید و ابہام کی کیفیت میں مبتلا ہوجاتا ہے، ہوسکتا ہے کہ اس بہانے کافی منافع ہاتھ آجائے، اور یہ بھی ہوسکتا ہے کہ جو لگایا تھا وہ بھی ڈوب جائے یہی حقیقت ہے جوئے اور قمار کی۔

ابن سیرینؒ سے منقول "قمار" کی تعریف:

مصنف ابن شیبہ میں جوا (قمار) کی تعریف یوں لکھی ہے:

"عن ابن سيرين قال: كل شيء فيه قمار فهو من الميسر" [12]

حاصل یہ کہ قمار (جوا) میں معاملہ نفع و ضرر کے درمیان دائر ہوتا ہے؛ احتمال یہ بھی ہوتا ہے کہ بہت سامال مل جائے گا، اور یہ بھی کہ کچھ نہ ملے، اسی کو "مخاطرہ" اور قرآن کی اصطلاح میں "میسر" کہتے ہیں۔

جوئے کا مدار لالچ، جھوٹی آرزو اور فریب خوردگی کی پیروی پر ہے، جو اکمزوروں کے خون کا آخری قطرہ بھی چوس لیتا ہے، ہارنے والا اگر خاموش رہتا ہے تو محرومی اور غصہ میں خون کا گھونٹ پی کر خاموش رہتا ہے، اور اگر دوسرے فریق سے لڑتا ہے، تو اس کی کوئی نہیں سنتا کیوں کہ "خود کردہ را علاجے نیست" جوئے کا تمدن اور باہمی تعاون میں کچھ حصہ نہیں۔ [13]مفتی بغداد، علامہ محمود آلوسیؒ نے میسر کی تشریح کرتے ہوئے لکھا ہے:

"میسر" یا تو یُسر سے مشتق ہے، اسکے معنی ہیں، کسی کا مال آسانی اور سہولت سے مار لینا، میسر (جوا) کے ذریعہ لوگوں کے اموال آسانی سے جھپٹ لیے جاتے ہیں۔

نیٹ ورک مارکیٹنگ کی موجودہ شکل اگرچہ نئی ہے، لیکن بہر حال اس میں جوئے کی حقیقت پائی جارہی ہے، جیسا کہ غور کرنے والوں پر مخفی نہیں، جوئے کی حرمت سود کی طرح نصِ قطعی سے ثابت ہے۔

قرآنِ مجید میں اللہ تعالیٰ کا ارشاد ہے:

يا أَيُّهَا الَّذِيْنَ آمنُوا انَّمَا الخمرُ وَالْمَيْسِرُ والأنصابُ والأزْلامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطانِ فَاجْتَنِبُوْهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ [14]

(اے ایمان والو! بات یہی ہے کہ شراب اور جوا اور بت وغیرہ اور قرعہ کے تیر یہ سب گندی باتیں اور شیطانی کام ہیں، سو ان سے بالکل الگ ہو جاؤ، تاکہ تم کو فلاح ہو۔)

نیٹ ورک مارکیٹنگ کے عدمِ جواز کی چوتھی اہم وجہ "غرر":

نیٹ ورک مارکیٹنگ میں وہی آدمی کامیاب و بامراد ہوتا ہے، جو تیز طرار، باتونی اور لسّان ہو، سامنے والوں کو متاثر کر کے ممبر بنالیتا ہو، جو لوگ اس طرح صلاحیت نہیں رکھتے، وہ اس میں کامیاب نہیں ہوتے ہیں۔

ایسے دھوکہ کی بیع و شراء کو سرکارِ دوعالم ﷺ نے منع فرمایا ہے:

نَہَی رسول الله ﷺ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ [15]

المبسوط میں علامہ سرخسیؒ نے غرر کی تعریف اس طرح کی ہے:

الغَرَرُ مَا يَكُوْنُ مَسْتُوْرَ الْعَاقِبَةِ .[16]

جس کا حاصل یہ ہے کہ غرر میں انجام معلوم نہیں ہوتا، مذکورہ طرزِ تجارت میں نفع ملنے اور نہ ملنے کا پتا نہیں ہوتا، گویا قمار (جوا) ہی کی دوسری تعبیر "بیع غرر" ہے۔

نیٹ ورک مارکیٹنگ کے عدمِ جواز کی پانچویں اہم وجہ:

اسلام نے اپنے تجارتی اصول میں ملکی مصلحت کا خیال رکھا ہے، مصنوعی رکاوٹ ملکی مصلحت کے لیے نہایت ہی مضر ثابت ہوتی ہے، اس سے اشیاء کی قیمتوں میں غیر معمولی اضافہ ہو جاتا ہے، تجارت کا مال تمام شہریوں تک پہنچنے کے بجائے چند لوگوں کے پاس ہی سمٹ کر رہ جاتا ہے۔ اس کو اصطلاح میں "بیع الحاضر للبادی" کہتے ہیں۔

سرکارِ دوعالم ﷺ نے اس طرزِ تجارت سے منع فرمادیا تاکہ اشیاء کی قیمتوں میں اضافہ نہ ہو، اور "مصنوعی رکاوٹ" کا رواج ختم ہو جائے۔[17]

نیٹ ورک مارکیٹنگ کے عدمِ جواز کی چھٹی اہم وجہ:

رسول اکرم ﷺ نے "بیع بالشرط" کو منع فرمایا ہے:

أَنَّ النَّبِيَّ ﷺ نَہَی عَنْ بَيْعٍ وَشَرْطٍ .[18]

(رسول اللہ ﷺ نے بیع اور شرط کو ایک ساتھ جمع کرنے سے منع فرمایا)

اس لیے کہ شرطوں کی وجہ سے آدمی معاملہ تو ضرورت کی وجہ سے کرتا ہے اور شرط نہ چاہتے ہوئے بھی مان لیتا ہے، نیٹ ورک مارکیٹنگ میں کمپنی کا مال خریدنے کے ساتھ "درج بالا مذکورہ" شرائط ہوتیں ہے۔

گویا اس طرزِ تجارت میں بیع کے ساتھ ایسی شرط؛ بلکہ چند شرطیں موجود ہوتی ہیں، جو مقتضائے عقد کے خلاف ہیں؛ اس لیے یہ معاملہ فاسد ہو گا، ہدایہ میں ہے:

كُلُّ شَرْطٍ لاَيَقْتَضِيْهِ الْعَقْدُ وَفِيْهِ مَنْفَعَةٌ لِأَحَدِ الْمُتَعَاقِدَيْنِ اَوْ لِلْمَعْقُوْدِ عَلَيْهِ وَهُوَ مِنْ اَهْلِ الْاِسْتِحْقَاقِ فَيْفْسُدُ.[19]

نیٹ ورک مارکیٹنگ کے عدمِ جواز کی ساتویں اہم وجہ:

نیٹ ورک مارکیٹنگ میں خرید و فروخت کے معاملہ کے ساتھ اجارہ (یعنی ایجنٹ بننے کی ملازمت) مشروط ہے؛ اس لیے ایسے عقدِ بیع اور عقدِ اجارہ کو دو معاملوں کا مجموعہ کہہ سکتے ہیں، اور یہ حدیث شریف کی رو سے ممنوع ہے، ترمذی شریف میں حضرت ابو ہریرہؓ کی ایک روایت ہے:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ نَهٰى رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ۔[20]

"آپ ﷺ نے ایک معاملہ میں دو معاملہ کرنے سے منع فرمایا ہے"۔

نیٹ ورک مارکیٹنگ پر گہری نگاہ ڈالنے سے یہ اندازہ ہوتا ہے کہ اس میں در حقیقت لوگوں کو موہوم کمیشن کا لالچ دلا کر باطل اور ناجائز طریقے سے مال کھانے کا طرز اپنایا گیا ہے، اس طرزِ معاملہ کو ماہرینِ اقتصادیات "تعاملِ صغری (Zero sum game)" کہتے ہیں، جس میں بعض افراد نفع پاتے ہیں اور اکثر خسارہ میں رہتے ہیں۔ اللہ تعالیٰ نے باطل طریقۂ کسب کو سختی سے منع فرمایا ہے۔

عالمِ اسلام کے اکابر فقہاء کی آراء:

مفتی منیب الرحمٰن صاحب کی رائے:

نیٹ ورک مارکیٹنگ جائز نہیں ہے۔ لوگ اس لیے اس میں زیادہ مبتلا ہوتے ہیں کہ محنت کے بغیر اور کم از کم وقت میں لوگ امیر سے امیر تر بننا چاہتے ہیں۔ اللہ تعالیٰ کی سنت یہ ہے کہ ہر انسان محنت کرے اور اپنی محنت کے استحقاق کے مطابق ترقی کرے تو اللہ تعالیٰ کسی کی محنت کو ضائع نہیں کرتا۔

شیخ الاسلام مفتی محمد تقی عثمانی مدظلہ کے نزدیک:

نیٹ ورک مارکیٹنگ چونکہ معاشی، اخلاقی اور شرعی ہر لحاظ سے ناقابلِ قبول ہے، اس لیے اکابرِ امت نے بھی اس سے بچے رہنے کی تلقین فرمائی ہے۔

جامعۃ الازھر مصر کے مفتی اعظم " أ.د شوقي علام مفتي الجمهورية "کے نزدیک:

مفتی اعظم مصر دکتور علامہ شوقی رقم طراز ہیں:

"قال إلى أنه بعد دراسة فقهية مستفيضة بمشاركة الفقهاء وخبراء قانونيين ومتخصصين في هذا النوع من المعاملات التجارية وأصدرت دار الإفتاء فتوى خاصة في حكم (التسويق الشبكي) من خلال شبكة الانترنت بعد انتشار حالات النصب المتعددة من خلالها أنه ممنوع شرعا۔

وأكمل: إنه تبين لأمانة الفتوي بعد الدراسة الدقيقة لواقع هذه المعاملات أنها مشتملة علي محاذير تمنع حلها ما دعاها إلي الجزم بتحريمها صراحة فلا يحل التعامل حينئذ لعدم سلامتها ولا توجد الحماية القانونية والاقتصادية للمشتري المسوق۔"[21]

یعنی اس قسم کے تجارتی معاملہ میں فقہاء، قانونی و اقتصادی ماہرین کی مشارکت سے وسیع فقہی مباحث کے بعد دارالافتاء مصریہ نے (نیٹ ورک مارکیٹنگ) کے بارے میں خصوصی فتویٰ جاری کیا جس کے مطابق ایسی تمام تجارتی صورتیں شریعت کی رُو سے حرام ہے۔

مزید کہا کہ اس نظام کی حقیقت کا بغور مطالعہ کرنے کے بعد فتوی کونسل پر یہ بات واضح ہو گئی کہ اس میں ایسے انتباہات و اشکالات ہیں جس سے انہیں یقین ہو گیا کہ یہ صریح طور پر حرام ہیں، لہٰذا نیٹ ورک مارکیٹنگ قطعاً جائز نہیں ہے۔

نامور دینی جامعات کے دارالافتاء کے فتاویٰ جات:

دار الافتاء جامعۃ العلوم الاسلامیۃ بنوری ٹاؤن:

نیٹ ورک مارکیٹنگ کے ساتھ منسلک ہونا اور دوسروں کو اس میں شامل کرا کے کمیشن وصول کرنا، ناجائز ہے۔[22]

دارالافتاء اہل سنت (دعوتِ اسلامی):

نیٹ ورک مارکیٹنگ کرنے والی کمپنیوں کا ممبر بنا حرام حرام اور سخت حرام ہے، کیونکہ شروع سے آخر تک سارا طریقہ کار اسلامی اصولوں کے خلاف اور کئی قسم کے مفاسد و گناہ، مثلاً: جوا، رشوت، ضرر میں پڑنا اور دوسروں کو ڈالنا اور شروط فاسدہ وغیرہ پر مشتمل ہوتا ہے۔[23]

خلاصہ تحقیق:

نیٹ ورک مارکیٹنگ سود سے بھی زیادہ خطرناک ارتکازِ دولت کی مخروطی اسکیم ہے۔ متعدد ممالک میں اس پر پابندی عائد کی گئی، عوام الناس کو انتباہ جاری کیے گئے ہیں۔ ملٹی لیول مارکیٹنگ اخلاقی و اقتصادی لحاظ سے بھی قابلِ قبول نہیں ہے، دینِ اسلام میں فقہی نقطۂ نظر سے اس میں دھوکہ، غرر اور سود و قمار سے مشابہت؛ بیع مع شرط کا وجود؛ دو معاملوں کو ایک میں جمع کرنا، باطل طریقے سے مال کا کسب؛ ملکی مصلحت کا فقدان کئی قسم کی خرابیاں پائی جاتی ہیں؛ اس لیے اس میں شرکت، معاونت، ملازمت بلکل بھی جائز نہیں ہے، عالمِ اسلام کے علماء وفقہاء، فتاویٰ کونسلز، دینی جامعات کے اہلِ علم اسکالرز تمام اسکی حرمت پر متفق ہیں۔

اس لیے ایسی تمام ملٹی لیول مارکیٹنگ کمپنیاں نہ تو معاشی لحاظ سے فائدہ مند ہیں؛ نہ ہی اخلاقی اعتبار سے قابلِ شرکت اور نہ ہی اسلامی اصولِ تجارت کے تحت جائز ہیں، اس لیے ان کا ممبر بننا اور انکی جعل سازی میں معاون بننا، ناجائز اور حرام ہے۔

نتائج تحقیق:

اس تحقیقی مقالہ میں عالم اسلام کے مختلف جید علماء وفقہاء کی آراء اور فتاویٰ پیش کرنے بعد ضروری ہے کہ اپنی تجاویز و سفارشات کو ذیل میں بیان کیا جائے۔ تاکہ اہلِ علم اس عمل سے مکمل طور پر مستفید ہو سکیں۔

مقالہ ہذا میں اسلامی تعلیمات کی روشنی میں نیٹ ورک مارکیٹنگ کی جدید صورتوں، اس کے طریقِ تجارت، دھوکہ دہی پر فقہی قواعد و شرعی تعزیرات کے متعلق اور دنیا کے مختلف ممالک میں ملٹی لیول مارکیٹنگ کے لئے جو قوانین بنائے گئے ہیں، اُن کو مفصل ذکر کیا گیا ہے۔

اس تحقیقی مقالہ کی روشنی میں یہ معلوم ہوتا ہے کہ نیٹ ورک مارکیٹنگ کی تمام شکلیں، چاہے وہ کسی بھی قسم سے مطابقت رکھتی ہوں، وہ حرام کے حکم میں آئیں گی۔

نیٹ ورک مارکیٹنگ کے طریق تجارت میں مقاصد شریعت (تحفظِ مال) کی پامالی ہے، جو کہ سخت ناپسندیدہ و قبیح عمل ہے۔

نیٹ ورک مارکیٹنگ کی بنیاد "غرر" ہے۔ اس کی عمارت پُر کشش جھوٹ پر کھڑی ہے۔

اسلامی اصول تجارت کا خیال رکھنا بہت ضروری امر ہے، لیکن ملٹی لیول مارکیٹنگ میں اس کا کوئی خیال نہیں رکھا جاتا، اس لئے نیٹ ورک مارکیٹنگ شرعاناجائز کے حکم میں آتی ہے۔

سفارشات:

نیٹ ورک مارکیٹنگ ایک وسیع موضوع ہے۔اس پر علومِ اسلامیہ کے تحقیقی میادین میں تقابلی طور پر مختلف طریقہ ہائے تجارت کے ساتھ اہم علمی کام،ایم۔فل سطح پر کروایا جاسکتا ہے۔

نیٹ ورک مارکیٹنگ کی جعل سازی سے عوام الناس کو باخبر اور ہوشیار کرنے کے لئے علماء کرام کی خدمات حاصل کر کے جمعۃ المبارک کے خطبات میں آگاہی مہم چلا کر ثمر آور نتائج حاصل کیے جاسکتے ہیں۔

نیٹ ورک مارکیٹنگ کی جعل سازی اور طریق تجارت سے متعلق سوشل میڈیا، پرنٹ میڈیا اور الیکٹرانک میڈیا پر آگاہی مہم شروع کر کے بھی حوصلہ افزاء نتائج حاصل ہوسکتے ہیں۔

مصادر اور مراجع:

[1] سورۃ ابراہیم:۱۔

Surah Ibrahīm:1.

[2] Daryl Koehn, Ethical Issues Connected with Multi-Level Marketing Schemes, Journal of Business Ethics; Jan 2001; 29, 1/2: ABI/INFORM Global, p. 153

[3] سہ ماہی مجلہ بحث و نظر (حیدرآباد انڈیا: المعہد العالی الاسلامی)،۱۶۵-۱۶۶۔

Quarterly Magazine Bahth wa Nazar (Hyderabad, India: Al-Mahad al-Āalī al-Islamī)165-166.

[4] https://www.mlmlegal.com/legal-cases/FTC_v_SkybizcomInc.php

[5] Act on Prevention of Pyramid Schemes Act No. 101 of 1978, https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/2953/en

[6] مولانا خالد سیف اللہ رحمانی مدظلہ،(حیدرآباد:روزنامہ منصف ۲۴ ربیع الاول ۱۴۲۸ھ)،"مینارہ نور"۱۔

Maulānā Khālid Saifullah Raḥmānī, (Hyderabad: Daily Munsif,24 Rabī' Al-Awwal 1428 AH) "Minara Noor", 1.

[7] شاہ ولی اللہ،رحمۃ اللہ الواسعہ شرح حجۃ اللہ البالغہ،شارح:مولانا سعید احمد پالنپوری،(کراچی:زمزم پبلشرز اردو بازار، طبع:نومبر 2004ء)4/ ۵۶۲-۵۸۴۔

Shāh Walīullah, Raḥmatullāh Al-Wāsiah Sharḥ Ḥujjatullah Al-Bāligha, Commentary by Maulānā Sa'īd Aḥmad Pālanpurī, (Karachi: Zamzam Publishers Urdu Bazār, Published: November 2004), 4/ 562- 584.

[8] زین الدین بن إبراہیم ابن نجیم، ،کتاب الأشباہ والنظائر لابن نجیم،(بیروت:دار الکتب العلمیہ، 1999ء)93۔

Zayn al-Dīn Ibn Ibrāhim Ibn Nujaym, Kitāb al-Ashbāh wa Nazā’ir Li Ibn Nujaym, (Beirūt: Dar Kutub Al-‘Ilmiyyah, 1999) 93.

[9] پالنپوری، رحمۃ اللہ الواسعہ شرح حجۃ اللہ البالغہ، ۴/ ۵۴۲۔

Pālanpurī, Raḥmatullāh Al-Wāsiah Sharḥ Ḥujjatullah Al-Bāligha, 4/542.

[10] بقرہ: ۲۷۵۔

Al-Baqarah: 275.

[11] محمد عمیم الاحسان المجددي البرکتی، قواعد الفقہ، (کراچی: الصدف پبلشرز، 1986ء) ۹۱۔

Muhammad Amīm Al-Aḥsan Al-Majdadī Al-Barkatī, Qawā’id al-Fiqh, (Karachi: Al-Ṣadaf Publishers, 1986) 91.

[12] امام ابو بکر عبد اللہ بن محمد ابی شیبہ، مصنف ابن ابی شیبہ، کتاب البیوع والاقضیہ، (ریاض: مکتبہ رشد)، 4/483۔

Imām Abu Bakr Abdullah b. Muḥammad, Musannaf Ibn Abī Shaybah Abī Shaybah, Kitāb al-Buyū’ wa al-Aqdhiyyah) Riyadh: Maktaba Rushd), 4/483.

[13] پالنپوری، رحمۃ اللہ الواسعہ شرح حجۃ اللہ البالغہ، ۴/ ۵۴۱۔

Pālanpurī, Raḥmatullāh Al-Wāsiah Sharḥ Ḥujjatullah Al-Bāligha, 4/541

[14] سورۃ المائدہ: ۹۰۔

Al-Mā’idah: 90

[15] محمد بن عیسی الترمذی، سنن الترمذي، تحقیق: بشار عواد معروف، (بیروت: دار الغرب الإسلامي، 1998)، 2/523۔

Muhammad b. Īsā Al-Tirmidhī, Sunan al-Tirmidhī, research: Bashar Awād Ma’rūf,) Beirut: Dar al-Gharb al-Islami, 1998) 2/523.

[16] شمس الائمہ محمد بن احمد السرخسی، المبسوط، کتاب البیوع، باب الخیار بغیر الشرط، (بیروت: دار المعرفۃ، 1993ء) 13/ 68۔

Shams-ul-A’immah, Muḥammad bin Aḥmad Al-Sarakhsī, Al-Mabsūṭ, Kitāb al-Buyū’, Baab Al-Khiyar bi ghair shart (Beirut: Dār Al-Marafah, 1993)13/68.

[17] محمد بن عیسی الترمذی، سنن الترمذي، تحقیق شاکر، أبواب البيوع، باب ما جاء لا يبيع حاضر لباد، 3/517۔

Muhammad b. Īsā Al-Tirmidhī, Sunan al-Tirmidhī, Research by Shākir, Abwab Al-Buyū’, Bāb Ma Jā’a La Yabī’ Ḥādir Libad, 3/517.

[18] نور الدین الھیثمی، مجمع الزوائد ومنبع الفوائد، (القاہرۃ: مکتبہ القدسی، 1994)، 4/ ۸۵۔

Nūr al-Din Al-Haythamī, Majma’ Al-Zawā’id wa Manba’ al-Fawā’id, (Al-Qahirah: Maktabah al-Qudsī, 1994), 4/85.

[19] علي بن اَبی بکر المرغيناني، الهداية في شرح بداية المبتدي، (بیروت: دار احیاء التراث العربی) 3/ 48۔

Alī bin Abī Bakr Al-Marghinānī, Al-Hidāyah fi Sharḥ Bidāyah al-Mubatdī, (Beirut: Dar Iḥya’ al-Turāth al-Arabī) 3/48.

[20] الترمذی، سنن الترمذي، 2/ 524۔

Al-Tirmidhī, Sunan al-Tirmidhī, 2/524.

[21] https://bit.ly/3CnO30J

[22] فتوی نمبر: 144109200921، تاریخ اجراء: 2 مئی 2020، دار الافتاء: (کراچی: جامعہ علوم اسلامیہ علامہ محمد یوسف بنوری ٹاؤن)۔

Fatwā No.: 144109200921, Issue Date: May 2, 2020, (Karachi: Dār al-Iftā: Jāmia ‘Ulūm Islāmia Allāma Muḥammad Yūsuf Banuri Town)

[23] فتوی نمبر UK-78 :، تاریخ اجراء: 13 رمضان المبارک 1443ھ / 15 اپریل 2022ء، دار الافتاء اہل سنت (دعوتِ اسلامی)۔

Fatwā No.: UK-78, Date Issued: 13 Ramadhān 1443 AH / 15 April 2022, Dār al-Iftā Ahle Sunnat (Da’wat-e-Islāmī)