

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رهیافتی فقهی بر حکم

بازاریابی شبکه‌ای

زینب کلبادی نژاد

رهیافتی فقهی بر حکم بازاریابی شبکه‌ای زینب کلبادی نژاد

ناشر: عاصم

صفحه آرایی: واحد هنری انتشارات عاصم

نوبت چاپ: اول / ۱۴۰۳

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۳۳۱-۷۵۹-۰

قیمت روی جلد: ۱/۹۰۰/۰۰۰ ریال

مرکز پخش: نشر عاصم: ۰۹۱۴۵۸۷۴۳۵۲

پست الکترونیک ناشر: nashre.aseem@gmail.com : www.aseembook.ir: کتاب: اینترنتی فروش

سرشناسه: کلبادی نژاد، زینب، ۱۳۶۱-
عنوان و نام پدیدآور: رویافتی فقهی بر حکم بازاریابی
شبکه‌ای / زینب کلبادی نژاد.
مشخصات نشر: تبریز: انتشارات عاصم، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری: ۱۴۶ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۳۳۱-۷۵۹-۰
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۴۳-۱۴۶.
موضوع: بازاریابی چندسطحی (فقه) -- ایران
Multilevel marketing (Islamic law) -- Iran
بازاریابی چندسطحی (فقه)
(Multilevel marketing (Islamic law
بازاریابی چندسطحی -- ایران
Multilevel marketing -- Iran
بازاریابی چندسطحی
Multilevel marketing
رده بندی کنگره: BP۱۹۸/۶
رده بندی دیویی: ۲۹۷/۳۷۹
شماره کتابشناسی ملی: ۹۸۳۲۳۳۷

همه حقوق چاپ و نشر از کتاب ب. اعم از چاپ، کپی، تکثیر، ذخیره در سیستم‌های بازاریابی محفوظ است.

پیشگفتار

اگر معیارها و استانداردهای روشنی برای موسسان و افراد شرکت وجود داشته باشد، تمایز بین یک شرکت فروش مستقیم سالم و قانونی چند سطحی و طرح‌های هرمی کار دشواری نیست. هر صنعت و حرفه‌ای که سیستم درآمدی هیجان‌انگیز و چشمگیری را ارائه دهد و همچنین هزینه راه اندازی بسیار پایینی داشته باشد، مطمئناً هم توسط افراد خوب و هم افراد سودجو مورد توجه قرار خواهد گرفت. این تجارت فراز و نشیب‌های زیادی داشته است. در طول سالیان متمادی مواردی در کشورهای مختلف وجود داشته است که به دلیل تعقیب و گریز مأموران نیروی انتظامی که مدعی بودند حرفه بازاریابی هرمی تحت عنوان بازاریابی قانونی در حال گسترش است، این تجارت منقرض شده است و موارد زیادی نیز وجود داشته است که مقامات آنها اقدامات درستی را برای شناسایی و از بین بردن طرح‌های هرمی انجام داده‌اند. در هر صورت پروژه‌هایی که قانونی و مشروع بوده‌اند همواره به فعالیت خود ادامه داده‌اند و در این تحقیق بازاریابی چند سطحی و بازاریابی هرمی از دیدگاه فقهی مورد مطالعه قرار گرفته است.

یکی از ابزارهای مفیدی که بشر برای رسیدن به تجارتی مفید و مطلوب از آن استفاده نموده، بازاریابی شبکه‌ای می‌باشد که هنوز هم به عنوان روشی مطلوب می‌تواند به کار گرفته شود. در این روش برای رسیدن به سود مطلوب با وجود قیمت متناسب کالا، هزینه‌های زیادی حذف می‌شود. یکی از هزینه‌هایی که برای

طرح‌های هرمی غیرقانونی و غیرقانونی عمل می‌کنند و آنچه به دست می‌آید نمونه‌هایی از مالکیت ناعادلانه است. تقلب در معاملات و کلاهبرداری در روند کسب سود یکی از مهمترین موارد سوء استفاده در این شرکت‌ها است. در عوض، ما باید بر گسترش بازاریابی شبکه‌ای تأکید کنیم که امروزه یکی از مهمترین نیازها است. امروزه با پیشرفت بشر در ارتباطات و توانایی برقراری ارتباط سریع و آسان با یکدیگر از هر نقطه، همه نیازها را می‌توان از راه دور و از طریق ابزارهای دقیق و پیچیده امروزی برآورده کرد. در این راستا، فروش مستقیم و فوری در بین فروشندگان و خریداران واقعی رایج است. به این ترتیب می‌توان کالاها و خدمات را به افرادی که تقاضای واقعی برای آنها دارند با کمترین قیمت ممکن ارائه کرد. آنچه اهمیت دارد خرید و فروش سالم است و نباید به اهداف انتفاعی و فرصت طلبانه اجازه داده شود از خرید و فروش مستقیم بهانه‌ای برای به دست آوردن سود کلان استفاده کنند. افزایش روزافزون انواع مختلف طرح‌های هرمی و فعالیت‌های گسترده آنها که هیچ ارزش اقتصادی ندارند نگرانی‌هایی را در مورد آثار مخرب و نامطلوب آنها بر تعاملات اقتصادی و اجتماعی ایجاد کرده است.

به طور کلی، از منظر اسلام، حفظ نظام جامعه ضروری و از مهمترین وظایف است و حقوق‌دانان و کارشناسان حقوق اسلامی نیز به آن توجه ویژه‌ای دارند. بی دلیل نیست که در کشور ما، فعالیت شرکت‌های هرمی تحت قانون "اختلال در سیستم اقتصادی کشور"، که ارتباط آن را با نظم کلی اقتصادی آشکار می‌کند، ممنوع است.

فهرست منابع

- حیدر آبادی، کاوه، تجارت آنلاین، انتشارات رسام، ۱۳۸۹.
- صنایعی، علی، بازاریابی و تجارت الکترونیکی، انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان، ۱۳۸۰.
- دکتر محمود زرگر، مدل‌های راهبردی و راهکارهای تجارت در اینترنت، انتشارات بهینه، ۱۳۸۰.
- مهندس محمد حسن نیکبخش تهرانی و مهندس مهدی آذر صابری، آشنایی با تجارت الکترونیک و زیر ساختهای آن، انستیتو ایز ایران، ۱۳۸۰.
- دکتر علی صنایعی، تجارت الکترونیک در هزاره سوم، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، ۱۳۸۱.
- حسین احمدی وم. ویرجینیاری، تجارت الکترونیک، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، ۱۳۸۱.
- مهدی علیپور حافظی، تجارت الکترونیک در مراکز اطلاع رسانی، سخنرانی، همایش جهانی شهرهای الکترونیک و اینترنتی جزیره کیش، ۱۱-۱۳ اریبشت، ۱۳۸۰
- مژده قزل ایاغ، تجارت الکترونیک مبتنی بر اینترنت، همایش جهانی شهرهای الکترونیک و اینترنتی، ۱۳۸۰.
- دکتر وحید رضا میرابی و دکتر سهیل سر و سعیدی، مدیریت بازاریابی بین

المللی در هزاره سوم، انتشارات اندیشه‌های گوهر بار، ۱۳۸۲.

قرآن کریم، سوره مبارکه نساء، آیات شریفه ۲۹، ۳۰ و ۱۹۱، سوره مبارکه بقره، آیه ۱۸۸ و سوره مبارکه توبه، آیه شریفه ۳۴.

تفسیر نمونه، ج ۲، ص ۷۲ و ۷۹. علیان نژاد دامغانی، ابوالقاسم، بازاریابی شبکه‌ای یا کلاهبرداری مرموز، انتشارات امام علی بن ابیطالب (ع)، چاپ اول، ۱۳۸۶ قم نصرالهی، محمدرضا، کلاهبرداری نوین در غالب طرح‌های هرمی، انتشارات کارآگاه، چاپ اول، ۱۳۸۹ تهران.

یزدانی، محمود، بازاریابی شبکه‌ای حقه اقتصادی یا فعالیت اقتصادی، انتشارات امامت، چاپ اول، ۱۳۸۵ مشهد.

امیدی؛ مهرداد، پوششی نو بر قامت جرمی کهنه، دو ماهنامه کارآگاه، شماره ۱۸ و ۱۹، ۱۳۸۶.

توحیدی؛ ضحی، سرابی در کویر اقتصاد ایران، ۱۳۸۵.

توحیدی؛ ضحی، درخت پول (مروری بر سیستم‌های هرمی و بازاریابی شبکه‌ای)، ۱۳۸۵.

صبوری؛ حسین، نشریه فردا، معاونت دانشجویی دانشگاه تهران، ویژه نامه گذری بر نحوه فعالیت سیستم‌های بازاریابی شبکه‌ای، ۱۳۸۶.

عزیزنژاد؛ صمد، اظهار نظر کارشناسی دفتر مطالعات اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۷۶۳۵، ۱۳۸۶.

عزیزنژاد؛ صمد و مهری پرگو؛ وجیهه، مقاله پیش بینی آثار فعالیت شرکت‌های شبکه‌ای (زنجیره‌ای) بر اقتصاد ایران در افق زمان (۱۶۱۰-۱۳۸۰) مجلس و پژوهش سال ۱۲، شماره ۵۰ - ۴۹.

نصرالهی، محمدرضا، بازاریابی شبکه‌ای از دیدگاه کارآگاهان پلیس آگاهی، دانشکده پلیس جنایی تهران، ۱۳۸۶ سروش جوان، شماره ۲۳، تیر ۱۳۸۱.

- روزنامه اقبال، مورخ ۱۰/۳/۱۳۸۶، شکرریز، آرش، کارشناس ارشد حقوق
- روزنامه جمهوری اسلامی، مورخ ۲۹/۷/۱۳۸۳، سعیدی، احمد، کارشناس اقتصاد.
- روزنامه کیهان، مورخ ۲۳/۶/۸۳ و ۷/۸۳/۲۹
- روزنامه قدس، شماره ۳۷۲۴، مورخ ۱/۹/۷۹
- روزنامه شرق، مورخ ۳۱/۴/۱۳۸۶.
- نصرالهی؛ محمدرضا، کلاهبرداری نوین در غال طرح‌های هرمی، نشر کارآگاه، چاپ اول، ۱۳۸۶، ص ۲۱.
- علیان نژادی دامغانی؛ ابوالقاسم، بازاریابی شبکه‌ای یا کلاهبرداری مرموز، چاپ اول، انتشارات مدرسه امام علی بن ابی طالب (ع)، ۱۳۸۴ قم، ص ۱۳.
- آقابابایی، اسماعیل (۱۳۸۹)، مسائل فقهی و حقوقی شرکت‌های هرمی، تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- عاملی، شهید اول، محمد بن مکی، ۱۴۱۷ ق، الدروس الشرعية فی فقه الإمامية، قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم..
- عمید زنجانی، عباسعلی، ۱۳۸۹، قواعد فقه بخش خصوصی، تهران: انتشارات سمت، ج ۱
- کاظمی، فاضل، ۱۴۱۷ ق، مسالك الأفهام إلى آیات الأحكام، تهران: دار الکتب الإسلامية. کلینی، محمد بن یعقوب، ۱۴۰۷ ق، الکافی، تهران: دار الکتب الإسلامية.
- گیلانی میرزای قمی، ابوالقاسم بن محمد حسن ۱۴۱۳۰ ق، جامع الشتات و أجوبة السؤالات، تهران: مؤسسه کیهان.
- مجلسی، محمد تقی. ۱۴۰۶ ق، روضة المتقين فی شرح من لا يحضره الفقيه، قم: مؤسسه فرهنگی اسلامی کوشانبور.
- محقق داماد، سید مصطفی، ۱۳۷۰، قواعد فقه، تهران: اندیشه‌های نو در علوم

اسلامی. مؤمنی، مهدی، ۱۳۷۹، آئین معاملات در اسلام و قوانین ایران، تهران: موسسه فرهنگی انتشاراتی مکیال.

نجفی، شیخ محمد حسن، ۱۹۸۱، جواهر الکلام فی شرح شرایع الاسلام، بیروت: دار الحیاء التراث العربی.

هاشمی شاهرودی، سید محمود، ۱۴۲۹ ق، فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت، قم: مؤسسه دائرة المعارف فقه اسلامی