



Именем Аллаха, милость Которого вечна и безгранична.

БОГОСЛОВСКОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ № 1/17

Совет улемов Духовного управления мусульман Российской Федерации и Совета муфтиев России (Совет улемов ДУМ РФ и СМР) в ходе расширенного ежеквартального заседания, состоявшегося 15-го числа месяца Ша‘бан 1438 года по лунному календарю, что соответствует 11-му мая 2017 г. по григорианскому календарю, и проходившего в культурно-просветительском центре по адресу ул. Ленинская слобода, д. 9,

постановил: при соблюдении ряда условий, подробно описанных в данной фетве, сетевой маркетинг является дозволенным с точки зрения канонов Ислама.

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

“Сетевой маркетинг (или многоуровневый маркетинг; англ. multilevelmarketing, MLM) — концепция реализации товаров и услуг, основанная на создании сети независимых дистрибьюторов (сбытовых агентов), каждый из которых, помимо сбыта продукции, также обладает правом на привлечение новых дистрибьюторов. При этом доход каждого участника сети состоит из комиссионного дохода за реализацию продукции и дополнительных вознаграждений (бонусов), зависящих от объема продаж, совершенных привлеченными дистрибьюторами.

Сетевой маркетинг может рассматриваться как форма внемагазинной розничной торговли, особый вид прямых (персональных) продаж, при которых дистрибьюторы фирмы-производителя самостоятельно устанавливают, в первую очередь, на основе личных связей, прямые контакты с потенциальными покупателями. Продав покупателю определенный товар, дистрибьютор предлагает ему за установленный процент от объема продаж найти новых покупателей; тем, в свою очередь, предлагают на тех же условиях найти очередных покупателей и т. д. Таким образом создается многоуровневая сеть покупателей-продавцов (в различных сетевых компаниях их называют по-разному — партнерами, независимыми владельцами бизнеса, дилерами, консультантами, консультантами по продажам, независимыми агентами и т. д.)”¹.

В Исламе в основе коммерческих отношений лежит принцип дозволенности при условии, что в таких отношениях отсутствует что-либо запрещенное шариатом.

Условия, при которых сетевой маркетинг является дозволенным с точки зрения канонов Ислама

Требования в отношении продукта (товара, услуги):

• Обязательное наличие товара либо услуги (пользы)², а также право на реализацию товара (услуги) у продавца.

¹ <https://ru.wikipedia.org>.

² Как-то раз один из сподвижников спросил у пророка Мухаммада: “Ко мне приходит человек, желающий заключить со мною сделку, но у меня нет нужного ему товара, поэтому я покупаю для него этот товар на рынке [то есть получаю от него деньги, покупаю товар и после продаю ему с наценкой. Можно ли так поступать?]”.

Продукт не должен относиться к числу запрещенных шариатом, а также содержать запретных или сомнительных элементов (в составе, упаковке и пр.)

- Продукт должен быть направлен на удовлетворение реальной (а не мнимой) потребности людей.

- Продукт должен быть полноценным, соответствовать общепринятым стандартам и заявленным характеристикам.

- Не должно быть введения покупателя в заблуждение относительно реальной цены товара (то есть товар не должен стоить существенно дороже его рыночных аналогов).

Требования к договору между компанией и дистрибьютором:

- Характер отношений между участником системы (дистрибьютором) и материнской компанией должен быть четко определен и исключать неизвестность и неопределенность (гарар)³. Например, если заключен договор трудового найма (агентский договор или нечто подобное), тогда участник должен быть осведомлен о своих правах и обязанностях, даже если в рекламных целях он именуется “партнером”, “дистрибьютором”, “брокером” и пр.

- Отсутствие платы за вход в систему (сеть).

- Отсутствие обмана: если даже участник системы не сумеет построить бизнес, продукт, который он приобретает, должен иметь определенную ценность, соответствующую вносимой за него плате.

- Обоюдное согласие сторон при купле-продаже.

- Дистрибьютор должен иметь право возврата товара в случае его нереализации, согласно законодательству.

- Отсутствие *риба* (процентов, штрафов), если возникает задолженность в оплате между сторонами.

Допустимые виды дохода дистрибьютора в рамках сетевого маркетинга:

— пользование продуктом со скидкой;

— разница между закупочной ценой и ценой продажи (дистрибьютор сначала на собственные деньги закупает продукцию у компании по дистрибьюторской цене, чтобы в дальнейшем предлагать потенциальным клиентам по клиентской цене, как и в традиционном бизнесе — опт и розница);

— накопительные бонусы от личных покупок;

— премия от товарооборота группы клиентов либо агентов, которая создается в результате рекламно-информационной деятельности дистрибьютора и зависит от его личной активности. Здесь учитывается карьерный рост дистрибьютора, то есть чем более активно человек работает, тем выше поощрение.

— другие поощрения от компании за активную работу, такие как путешествия, подарки и т. д.

Пророк (да благословит его Всевышний и приветствует) ответил: “Не продавай того, чего у тебя нет [чем ты еще не владеешь, на что у тебя еще нет прав]!” Хадис от Хакима ибн Хизама. См.: Абу Дауд С. Суан аби дауд [Свод хадисов Абу Дауда]. Рияд: аль-Афкяр ад-давлиа, 1999. С. 389, хадис № 3503, “сахих”; ат-Тирмизи М. Суан ат-Тирмизи [Свод хадисов имама ат-Тирмизи]. Рияд: Бейт афкяр давлиа, 1999. С. 218, хадис № 1232, “сахих”; аш-Шавкяни М. Нейль аль-автар [Достижение целей]. В 8 т. Бейрут: аль-Кутуб аль-ильмия, 1995. Т. 5. С. 164, хадис № 2174 и пояснение к нему.

³ Гарар — это такая форма сделки, при которой одна из ее составляющих не имеет определенности (цена, продаваемый товар, сроки оплаты или поставки, возможность произвести поставку либо принять ее). Смысл запрещения сделок гарар — предотвратить мошенничество, а также избежать несправедливости и последующего разногласия сторон.

Рекомендуемое в сетевом маркетинге:

- неизменный личностный рост, всестороннее развитие,
- четкое планирование своих действий для получения определенного результата, самодисциплина,
- прямая заинтересованность вышестоящего дистрибьютора в результативности и успехе нижестоящих партнеров — это командный бизнес,
- ответственность за свой результат и за результат своих партнеров,
- четкий алгоритм действий.

Проценты, которые получает продавец в сетевом маркетинге, не имеют отношения к запрещенному в Исламе ростовщичество⁴. В сетевом маркетинге не используется дорогостоящая реклама, а задействован потенциал продавцов, лично финансово заинтересованных в объемах продаж. Главное — наличие качественного продукта, отсутствие очевидного обмана и обоюдное согласие при купле-продаже. В разрешенном сетевом маркетинге нет ни принуждения что-то покупать, ни требований что-то продавать, ни требований привлекать новых клиентов. Есть качественный эксклюзивный продукт и грамотно построенная стратегия по его распространению. Никакого принуждения и наличия “двух сделок в одной”⁵. Можно быть просто потребителем хорошего продукта со скидкой и бонусами, а можно заработать на реальных продажах и грамотном продвижении продукта.

Активные продавцы многому учатся в сетевых компаниях, набираются опыта работы и приобретают коммуникативные навыки высокого уровня, личностный рост, умение держаться на публике, считать доходы, грамотно вести переговоры.

Условия, при которых сетевой маркетинг считается недозванным с точки зрения канонов Ислама

- Внесение платы за вход в сеть без приобретения товаров или услуг.
- Отсутствие товара либо наличие товара, стоимость которого превышает его фактическую ценность (это или очевидная финансовая пирамида, или ее завуалированная форма).
- Вознаграждение агенту выплачивается не с товарооборота, а за вовлечение новых агентов.
- Тот, кто пришел раньше в такую сеть, независимо от своей активности или бездействия, даже не прикладывая усилий, будет всегда получать больше, чем тот, кто присоединился позже.
- Присутствие явного обмана с целью завлечения новых клиентов и агентов.
- Риск потери денег, которые агент отдал либо за ненужный товар, либо просто за возможность привлечения новых агентов и получения прибыли.
- Введение в заблуждение относительно качества товара или его свойств, приукрашивание товара.

В мусульманском сообществе есть фетвы (исламские богословские заключения), запрещающие сетевой маркетинг. Но, к сожалению, большинство читателей не вникают в

⁴ “Бог разрешил людям торговлю, но запретил ростовщичество” (см. Св. Коран, 2:275).

⁵ На это в исламском богословии имеется запрет. См.: ат-Тирмизи М. Суан ат-Тирмизи [Свод хадисов имама ат-Тирмизи]. Рияд: аль-Афкяр ад-дауля, 1999. С. 218, хадис № 1231, “сахих”; ан-Насаи А. Суан ан-насаи [Свод хадисов имама ан-Насаи]. Рияд: аль-Афкяр ад-дауля, 1999. С. 479, хадис № 4632, “хасан сахих”.

Сетевой маркетинг можно рассматривать как две независимые торговые сделки. Ученые разошлись лишь во мнении относительно классификации этих двух сделок. Одни ученые назвали эти две операции “покупкой” и “вознаграждением за некие услуги”, другие “покупкой” и “оказанием посреднических услуг”.

суть запрета и причины, а обобщают, говоря, что сетевой маркетинг запрещен. Запреты, упоминаемые в них, были выведены на основе конкретных местных компаний, которые строили финансовые пирамиды и называли это сетевым маркетингом. Финансовые пирамиды запретны, а соответствующий канонам Ислама сетевой маркетинг — нет.

Несколько примеров запрещающих фетв.

Совет муфтиев Саудовской Аравии вынес постановление (фетву) под номером 22935 о запрете схемы сетевого маркетинга. Первой и самой главной причиной вынесенного решения о запрете явилось то, что схема сетевого маркетинга содержит в себе оба вида запрещенного шариатом *ростовщичество*. Человек платит компании небольшую сумму денег в надежде получить сумму больше той, что он заплатил, а это является операцией “деньги за деньги”, при этом с отсрочкой и надбавкой. Второе, это *неопределенность* (гарар)⁶, которая, прежде всего, заключается в том, что работник сетевого маркетинга не может предугадать, удастся ли ему собрать необходимое число клиентов для получения вознаграждения, притом что его деньги уже вложены, и каким это вознаграждение будет вообще⁷.

Высказывающие мнение о запрете обосновывают его наличием элементов ростовщичество, двусмысленности и неопределенности в таких схемах. Но все это имеется лишь в финансовых пирамидах и недозволенном сетевом маркетинге.

Истина введома Аллаху

⁶<http://umma.ru/economica-i-islam/shariatskie-zapreti/8841-garar-zapretnaya-forma-sdelki>.

⁷<http://www.alifta.net/default.aspx?languagename=ar#1>.