

Marketingu në shumë nivele (MLM) dhe gjykimi islam për të

Marketingu në shumë nivele (MLM) dhe gjykimi islam për të

Paraja është një nga elementët themelor të ekonomisë së individëve dhe shoqërive njerëzore dhe në veçanti në epokën që jetojmë, ku shkëmbimi material për produkte dhe shërbime bëhet kryesisht nëpërmjet parasë, e cila është edhe mjeti kryesor që vlerëson koston e shërbimeve dhe produkteve për të cilat një njeri apo shoqëri ka nevojë. Nisur nga ky fakt, fitimi i parasë është kthyer në një qëllim parësor për shumë njerëz, shpesh herë pa marrë parasysh as mënyrën sesi ajo fitohet.

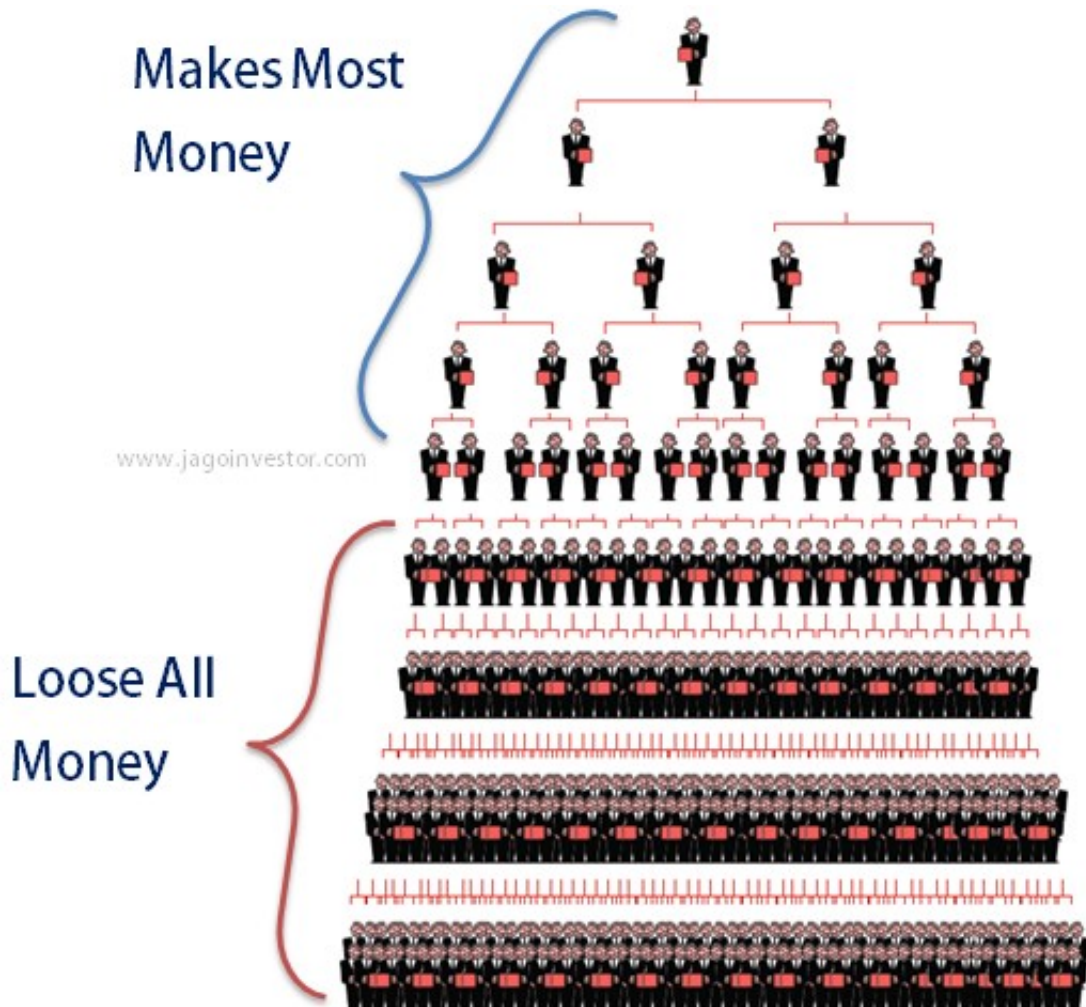
Islami në mësimet e tij e sheh si legjitim fitimin e parasë nëpërmjet mjeteve dhe rrugëve të ligjshme, në të cilat nuk ka shfrytëzim të të tjerëve, mashtrim, imponim, hile dhe padrejtësi. Çdo formë e cila përmban ndonjë nga këto shkelje konsiderohet e ndaluar, amorale dhe e dënueshme nga Zoti.

Marketingu piramidial është një nga format e fitimit të parasë që thyen këto norma islame dhe morale. Ideja e tij bazohet mbi shfrytëzimin e të tjerëve, duke i joshur njerëzit drejt fitimit, që realizohet nëpërmjet rekrutimit të sa më shumë njerëzve, njëri pas tjetrit në trajtë peme ose piramidale. Për ta kuptuar se si funksionon kjo skemë po japim një shembull të thjeshtuar, nga buron edhe ideja e kësaj skeme. Personi A, nismëtari, vihet në kërkim të një personi B (ose edhe më shumë personave) që të bëhet ortak me të duke paguar një shumë të hollash, po kështu personi B vihet në kërkim të një personi C dhe D (ose edhe më shumë) për t'i bërë ata ortak në skemë, dhe për këtë ata duhet të paguajnë një shumë të hollash, nga ana e tyre C dhe D, vihen gjithsecili në kërkim të dy personave të tjerë (ose më shumë) në mënyrë që edhe ata të paguajnë për tu bërë pjesë e skemës, e kështu me radhë... duke formuar kështu një pemë nga e cila degëzohen degë dhe nëndegë e nën nëndegë të tjera... në formë peme ose piramide. Skema e fitimit është e atillë që kush qëndron më lartë në pemë përfiton nga ata që vijnë poshtë tij direkt dhe indirekt dhe ata që janë më poshtë në skemë mund të fitojnë duke rekrutuar të tjerë, e duke nxitur të rekrutuarit të rekrutojnë të tjerë e kështu pambarim!

Në fillim kjo praktikë kryhej duke u bërë pjesë e skemës vetëm me para, pa asnjë produkt apo shërbim në mes, ku ata që shin poshtë paguanin për ata që ishin lart, pa asnjë investim konkret. Por, më pas për shkak se kjo ishte një skemë e pastër mashtrimi dhe u përball me ndalesa ligjore dhe padi gjyqësore në shtete të ndryshe të botës, duke nisur që nga SHBA, skema ndryshoi duke futur në mes produkte apo shërbime të caktuara, me vlerë reale, të mbivlerësuara ose edhe pa vlerë, në mënyrë që në pamje të jashtme të duket si tregti e ligjshme, e cila ofron mallra dhe shërbime të caktuara.

Ideja është po e njëjtë, çdo kush që bëhet pjesë e skemës, pra një bashkëpunëtor ose partner, **duhet të paguaj** duke blerë një produkt, listë të caktuar produktesh ose shërbimesh, të cilat ai mund t'i konsumojë vetë ose t'ua shesë të tjerëve, por ndërkohë nëse ai kërkon të fitojë nga skema **duhet të rekrutojë të tjerë**, sepse për çdo rekrutim të ri prej tij ose nga ata që vijnë poshtë tij në skemë ai përfiton bonuse/komisione në para ose dhurata nga kompania, qoftë të drejtpërdrejtë ose për shkak të blerjeve që ata bëjnë. Fitimi që nxirret nga rekrutët që ke nën

vete në skemë, pra nga shitjet dhe rekrutimet e tyre, është shumë më i madh sesa fitimi që mund të nxirret vetëm nga shitja e produktit nga vetë personi. Ndaj dhe personat që përfshihen në këtë skemë janë më të interesuar te rekrutimet sesa te produktet ose shërbimet që ata blejnë për t'i rishitur. Pra ata janë **të detyruar të blejnë** nga kompania (ose më saktë të paguajnë), kryesisht, jo për të fituar nga rishitjet e produkti me një çmim më të lartë, por më së shumti nga fitimet e mëdha që ofrohen nga kompania për shkak të pagesave që rriten nga zmadhimi dhe shtimi i skemës së rekrutimeve dhe bashkëpunëtorëve/partnerëve të rinj që futen në skemë, të cilët janë **të detyruar të blejnë vazhdimisht** për të përfituar prej saj. “Bashkëpunëtorët” e përfshirë në këtë skemë përballen me kërkesën e vazhdueshëm nga ata që kanë sipër tyre në skemë, në mënyrë që të bëjnë sa më shumë blerje dhe rekrutime të reja, me pretendimin se kjo do të rrisë fitimet e tyre! E vërteta është se shumë pak janë ata që falë stërmundimit dhe rastësisë u qëllon të ngrihen në skemë duke fituar, ndërkohë që të humburit dhe të zhgënjyerit janë shumica.



MLM-ja në thelb i ngjan një piramide edhe pse kompanitë që bazojnë në këtë model biznesin e tyre e mohojnë këtë gjë. Pavarësisht dallimeve jo thelbësore apo kritereve të ndryshme dhe mënyrës së thjeshtë apo të komplikuar të planit të shpërblimit që përdorin këto kompani, për të paguar “bashkëpunëtorët” e tyre, që pretendohet se bëjnë shitje të drejtpërdrejta, ndërkohë që më së shumti ata rezultojnë të jenë klientë, të cilët mund të kenë ose jo sukses në shitjen e produktit që blejnë, skema piramidale e shpërblimit në thelb nuk ndryshon.

Në këtë kontekst të gjitha emërtimet e tjera si “rrjet marketingu”, “marketing me shumë nivele”, “marketing i drejtpërdrejtë” etj. nuk janë vetëm se emërtime të të njëjtës skemë piramidale, edhe pse me kalimin e kohës këto skema janë sofistikuar shumë, duke hequr dhe shtuar elementë të ndryshëm, për të shmangur ndëshkimin ligjor dhe mashtruar klientët dhe ligjzbatuesit. Këto kompani në thelb fitimin e tyre e bazojnë te shtimi i agjentëve ose rekrutëve klientë në formë piramidale, edhe pse ata pohojnë të kundërtën, në fund të fundit shitjet më të mëdha e për rrjedhojë edhe të ardhurat më të mëdha i sigurojnë pikërisht nga shitjet që u bëjnë këtyre klientëve “bashkëpunëtor”, të cilët janë me qindra dhe mijëra. Vetë kompania nuk u shet në mënyrë të drejtpërdrejtë klientëve të pa interesuar për tu bërë pjesë e skemës, por vetëm nëpërmjet “bashkëpunëtorëve” të saj në skemë. Kështu që nëse dikush është i interesuar për një produkt të kësaj kompanie ai nuk ka për ta gjetur atë në ndonjë dyqan pakice të kompanisë apo agjent të autorizuar të saj, sepse të tillë nuk ka, por duhet që këto produkte t’i blejë nga “bashkëpunëtorët” e çdo niveli të kompanisë.

Gjykimi islam

Gjykimi islam për një çështje të caktuar nëse lejohet ose jo, pra është hallall apo haram, bazohet mbi parimet dhe normat islame, që burojnë nga feja e Allahut, pavarësisht faktit nëse kjo gjë lejohet apo ndalohet nga ligjet e një shteti të caktuar. Në këtë kontekst mund të themi se fakti që MLM (marketingu në shumë nivele) lejohet në mjaft shtete të botës, duke e ndarë atë nga skemat e qarta piramidale të ndaluara ligjërisht, nuk përbën argument për lejimin e tyre nga këndvështrimi islam, nëse ato nuk plotësojnë kriteret shariatike për të mos qenë haram. Megjithatë këtu ja vlen të theksojmë se kompanitë MLM në SHBA janë në konflikt të vazhdueshëm me gjykatat dhe prokurorinë për të provuar se nuk janë skema piramidale,^[1] aq sa mjaft ekspertë të financës kanë hapur qendra si dhe faqe në internet ku demaskojnë me detaje dhe me emra: skemat, dështimet dhe mashtrimet e qindra kompanive të tilla në mbarë botën.^[2]

Para se të sqarojmë gjykimin e shariatit për këtë çështje na duhet të bëjmë të qartë disa nocione dhe përkufizime që në gjykimin islam kanë të bëjnë me të ndaluarën (haramin) dhe të lejuarën (hallallin):

Të ndaluara:

Kamata klasike (*riba nesie*): është dhënia me interes e parave, ku dhënësi përfiton vlerë shtesë mbi sasinë e dhënë të parave, kundrejt kohës që i duhet marrësit për ta shlyer atë. P.sh. kreditë apo interesat bankare ose dhënia e parave me fajde.

Kumari (*mejsir*): është një marrëdhënie financiare e cila lejon përfitimin e njëres palë në kurriz

të humbjes së tjetrit. P.sh. lojërat e bixhozit, ose lotaritë e fatit.

El-Garar (Kontratë e Shkëmbimit të Pabarabartë Vleror): është një marrëveshje e lidhur me një ngjarje të pasigurt, që siguron transferimin e pabarabartë të vlerës ndërmjet palëve. Ose ndryshe: është një marrëdhënie financiare që lejon përfitimin e të dyja palëve, por ekziston mundësia që njëri të fitojë në kurriz të tjetrit dhe kjo është ajo që ndodh më së shumti. P.sh. shitja e peshkut në det. Edhe vetë kumari konsiderohet i tillë, pasi ai është lloji më i lartë *garari*-t, të ndaluar fetarisht.

Të lejuara:

Sekseri (*simsar*): është ai subjekt i pavarur që shpërblehet për ndërmjetësimin e një marrëdhënie financiare me interes për dy palë të caktuara. P.sh. për shitjen e një produkti ose dhënien me qira të një objekti.

El-Xhiale (lloj shpërblimi): është ai shpërblim i caktuar që i jepet një subjekti kundrejt një pune të njohur ose të panjohur, me kusht që të përmbushet qëllimi i shpërblyesit. P.sh. kush gjen x objekt të humbur ka këtë shpërblim.

MLM ose marketingu në rrjet është gjykuar si i ndaluar (haram) nga shumica dërmuese e dijetarëve muslimanë dhe qendrave të fetvave në botën islame. Këtu mund të përmendim:

1. Myftinia e Egjiptit[3]
2. Komisioni i Përhershëm i Fetvasë në Arabinë Saudite[4]
3. Akademia e Fikhut Islam në Sudan[5]
4. Myftinia e Jordanisë[6]
5. Myftinia e Palestinës[7]
6. Këshilli i Fetvasë në Ministrinë e Çështjeve Fetare të Algjerisë[8]
7. Autoriteti i Përgjithshëm i Çështjeve Islame i Emirateve të Bashkuara Arabe[9]
8. Liga e Dijetarëve Sirianë[10]
9. Myftinia e Irakut[11]

Si dhe mjaft dijetar individ dhe ekspertë të financës islame si Dr. Sami es-Suejlim,[12] i cili qe i pari që sqaroi këtë çështje, Dr. Jusuf esh-Shibli,[13] Dr. Ahmed el-Kurdi,[14] Dr. Husejn Shehate,[15] Dr. Ali es-Salus,[16] Dr. Ali Muhjedin el-Kureh Dagi,[17] etj...madje çështja ka qenë edhe temë studimi e mjaft artikujve akademik dhe tezë disertacioni.

Argumentet e dhëna për këtë gjykim:

1. **MLM përmban kumar dhe garar:**

Duke qenë se fitimi më i madh i bashkëpunëtorëve të MLM nuk vjen nga shitjet e tyre, por më së shumti te rastësia e fatit, nëse shesin ose jo ata që vijnë poshtë në linjë si dhe nga rekrutimet ose jo të tjerëve, atëherë kjo praktikë ngjan me *kumarin* dhe *garari*-n, sepse fitimi nuk varet më

nga puna dhe përpjekja në shitjen e vetë produktit nga bashkëpunëtori, por nga shansi sesi do të veprojnë të tjerët. Kështu që në këtë praktikë nuk synohet të fitohet nga vetë produkti, për tu rishitur me një çmim më të lartë, por duke paguar, qoftë edhe duke blerë një produkt, për të fituar ose humbur një shumë më të madhe nga shpërblimi që ofron kompania, kundrejt kritereve plotësimi i të cilave është çështje shansi dhe probabiliteti. Madje ka ekspert të marketingut MLM të cilët argumentojnë se shanset për të fituar nga bixhozi në tavolinat e Las Vegasit janë më të mëdha, sesa nga skemat e MLM-së.[\[18\]](#)

Zoti thotë në Kuran: **“O ju të cilët keni besuar, me të vërtetë vera, kumari, idhujt dhe shigjetat e fatit janë vepra të ndyra të djallit, ndaj largohuni prej tyre për të shpëtuar.”**[\[19\]](#)

Gjithashtu përcillet nga Ebu Hurejra se Profeti e ndaloi shitjen *garar*.[\[20\]](#)

Në fetvanë e Muftinisë së Jordanisë thuhet:

“Shitja në formë rrjeti ose piramide dhe komisionet (bonuset) që fitohen për këtë gjë nuk konsiderohen si praktikë sekseriale e lejuar fetarisht, në shumicën e praktikave që aplikohen sot, por praktika të tilla i përkasin kumarit dhe bixhozit të ndaluar, sepse zakonisht bashkëpunëtorët nuk bëhen pjesë vetëm se me synimin për tu shpërblyer nga rekrutimi i klientëve të tjerë. Nëse bashkëpunëtori sjell një numër të caktuar klientësh dhe përmbush kushtet e kompanisë ai do të shpërblehet me një shumë e cila mund të jetë më shumë ose më pak sesa shuma që ai ka paguar në fillim, e nëse dështon (në përmbushjen e kushteve) ai e humbet të gjithë shumën. Ky probabilitet e vendos gjithë praktikën në dyshimin e gararit dhe kumarit. Pra aspekti haram i praktikës qëndron në detyrimin që ka bashkëpunëtori për të parapaguar në mënyrë që ai të regjistrohet si bashkëpunëtor ose të blejë një produkt që ai nuk e ka për qëllim.”[\[21\]](#)

Ndërsa në fetvanë e Komisionit të Përhershëm të Fetvasë në Arabinë Saudite thuhet:

“Bashkëpunëtori nuk e di nëse do të ketë sukses në gjetjen e numrit të kërkuar të bashkëpunëtorëve të tjerë apo jo. Ndërkohë marketingu në formë rrejtje ose piramide sado që të vazhdoj do të ndalet diku dhe bashkëpunëtori kur bëhet pjesë e skemës piramidale nuk e di nëse ndodhet në nivelet e larta dhe do të jetë fitues apo në nivelet e ulëta dhe do të jetë humbës. Realiteti është se shumica e anëtarëve të piramidës janë të humbur, përveç një pakice që qëndrojnë lart. Pra më të shumtët humbasin dhe kjo është *garari*, pra kur shpërblimi vërtitet mes fitimit dhe humbjes, por humbja është më e shumta, ndërkohë Profeti (alejhi salatu ue

selam) ka ndaluar nga garari, në një hadith që e përcjell Muslimi.”[22]

Dr. Sami es-Suejlim thotë:

“Nëse për të qenë bashkëpunëtor dhe përfituar nga shpërblimet je i detyruar të blesh një produkt apo listë produktesh nga kompania, pra të paguash, ky kusht është haram, sepse të shpie në garar dhe përfitim të pasurisë pa meritë.”[23]

“Është normale që çdo njeri i cili do të vihej para zgjedhjes në mes shpërblimit që i kalon mijërat, dhe vlerës së një produkti që kushton shumë herë më pak, ai do të zgjedhë shpërblimin në vend të produktit. Kështu që pretendimi se bashkëpunëtori interesohet për mallin dhe jo për shpërblimin nuk reflekton realitetin. E nëse synimi është pikërisht shpërblimi monetar, atëherë kemi të bëjmë me një transaksion shkëmbimi para me para, i cili mund të ndodh ose jo, por më e shumta është që ai nuk ndodh, kështu që në këtë rast bëhen bashkë garari dhe kamata.”[24]

Studiuesit Hamza Adnan Meshuke dhe Ahmed Naim Husein, pranë Myftinës së Jordanisë thonë:

“Garari i shumë duket nëpërmjet kombinimit të çuditshëm mes blerjes së mallit dhe pjesëmarrjes në planin e shpërblimit të rrjetit. Ky kombinim është një element i rëndësishëm në mashtrimin e rekrutëve të rinj. Nëse nuk do të kishte një plan fitimi, njerëzit nuk do të bëheshin pjesë e marketingut me nivele. Madje, nëse nuk do të ishte ky plan as produktin me shumë gjasa nuk do ta blinin. Ndaj, ky kusht konsiderohet garar i madh, që i jep mundësi përfitimi njëres palë, që në këtë rast është kompania. Kompania përfiton në mënyrë të sigurt nga vlera e produktit që shet, të cilin ajo e vjel nga rekrutët, që detyrohen ta blejnë për ta shitur atë dhe ndërkohë ata mund të kenë sukses ose jo në shitjen e tij, duke humbur kështu paratë e tyre -mundësia për të humbur nga rekruti është e madhe-. Pra, produkti nuk ka qenë për asnjë moment synimi i rekrutit të ri, por ai u detyrua të shpenzonte për ta blerë atë, sepse ju reklamua një plan fitimi për të (në këmbim të kësaj blerje).”[25]

2. MLM Përmban kamatë:

Komisioni i Përhershëm i Fetvasë për këtë shprehet:

“Bashkëpunëtori paguan një shumë të vogël parash, për të përfituar në fund një shumë më të madhe prej saj, pra kemi të bëjmë me shkëmbim parash, të cilat kanë diferencë shumash mes tyre dhe marrja e të cilave vonohet në kohë, dhe kjo nuk është gjë tjetër veçse kamata e ndaluar në Kuran, Sunet dhe Ixhma. Ndërsa produkti që kompania i shet klientit nuk është veçse maskë për të fshehur këmbimin, dhe nuk është ai synimi i bashkëpunëtorit, ndaj nuk ndikon aspak në gjykimin fetar (që jepet për këtë rast).”[\[26\]](#)

Dr. Sami es-Suejlim thotë:

“Dijetarët e të katër shkollave juridike, dhe të tjerë veç tyre, janë të një mendje që, nëse këmbimi përmban në njërin anë para dhe në anën tjetër produkt dhe para, dhe shuma e parave të së parës është e njëjtë ose më pak sesa paratë e anës tjetër, ku ato shoqërohen me produktin, atëherë ajo është e ndaluar në mënyrë unanime. Kjo për arsyen sepse në këtë rast këmbimi është më së shumti para me para, dhe gjykimi jepet duke u nisur nga ajo që dominon. Nëse një këmbim para me para (nga i njëjti lloj), me diferencë, është i ndaluar, edhe nëse kjo bëhet dorë më dorë në moment, atëherë padyshim që është e ndaluar kur kemi të bëjmë me vonesë të njëres anë. Në fakt kjo është ajo që ndodh tamam me këto kompani, ku bashkëpunëtorit i premtohen shpërblime (bonuse/komisione) monetare shumë herë më tepër sesa shuma e produktit që ai ka paguar, ndërkohë këto shpërblime ai mund t'i marrë ose jo, kështu që në këtë këmbim kemi të bëjmë njëkohësisht me garar dhe kamatë.”[\[27\]](#)

Për ilustrim po japim një rast konkret të një prej kompanive MLM që operon edhe në Shqipëri (LR Health & Beauty).[\[28\]](#) Sipas vetë materialeve prezantuese të tyre një bashkëpunëtor përfiton p.sh. nga shitjet e veta **nëse** ai blen 200 € produkt, të cilin sipas kompanisë **mund** ta shesë me 280 €, pra fiton 80 €. Ndërkohë kjo kompani i jep klientit/bashkëpunëtor 22 € bonus për këtë blerje. Ndërkohë **nëse** edhe katër të rekrutuar të tjerë prej tij blejnë produkt në vlerën 200 €, **atëherë** ai përfiton 16 € nga secili, pra gjithsej 64€. Po t'i mbledhim kemi $64€ + 22€ = 86 €$ fitim plus. **Nëse** të rekrutuarit janë më shumë dhe blerjet prej tyre janë më të mëdha, fitimi do të jetë edhe më i madh, sa më shumë linja rekrutësh të kesh nën vete, dhe rekrut të rekrutëve të kesh aq më shumë fiton, gjithmonë **në varësi** të blerjeve të tyre. Pra në këtë rast vetëm nga skema e përfitimit nga ata që ka nën vete, personi në fjalë fiton më shumë sesa nga shitjet vetjake! Pikërisht dhe për këtë kompania në fjalë u tërheq vëmendjen bashkëpunëtorëve të saj të kenë kujdes që të mos përqendrohen vetëm në shitjen e produkteve, por të prezantojnë modelin e biznesit të saj te klientë të tjerë, sepse kështu do të fitojnë edhe nga xhirot e tyre![\[29\]](#)

3. MLM Përmban përfitim të padrejtë në kurriz të të tjerëve:

Kjo sepse ata që gjenden në krye të piramidës apo kompanisë, janë të vetmit që marrin përfitime pamasë në kurriz të atyre që janë poshtë tyre në skemën piramidale, të cilët nuk arrijnë të fitojnë atë që dëshirojnë, për arsyen e thjeshtë sepse skema nuk mund të vazhdojë pafundësisht pasi teorikisht p.sh, sipas një logjike të thjeshtë matematike nëse një program fillon me një person që rekruton dy njerëz, secili prej të cilëve rekruton dy persona të tjerë e kështu me radhë..., atëherë me vetëm 28 nivele, për shembull, praktikisht gjithë popullsia e SHBA - çdo burrë, grua dhe fëmijë – përfshihen në këtë skemë! [30] Pra kjo mundësi nuk mund të materializohet për shkak të ngopjes së tregut.[31] Kështu që kemi të bëjmë qartësisht me shfrytëzim të tjerëve për të pasuruar vetveten dhe Zoti thotë në Kuran: **“O ju që besuat, mos e hani mallin e njëri-tjetrit në mënyrë të palejuar”** (Nisa: 29)

4. MLM përmban mashtrim:

Praktika tregon se kompanitë MLM përmbajnë doza të larta pretendimesh, të cilat në realitet nuk përmbushen për shumicën dërmuese të atyre që bëhen pjesë e tyre, çka në fakt i bën ato edhe nga kompanitë më zhgënjyese në treg. Numri i madh i atyre që përfshihen në to dhe i braktisin ato pas mashtrimit që pësojnë, si për fitimet e mëdha që u premtohen ashtu edhe për vlerat dhe dobitë e fryra të produkteve që shesin, janë prova të rëndësishme që tregojnë se me çfarë kemi të bëjmë. Për më shumë mund të lexoni *Dhjetë gënjeshtat e mëdha të MLM*. [32]

5. Përfshirja e më shumë se një transaksioni në një të vetëm

Nga Profeti (alejhi salatu ue selam) përcillet se ai dërgoi në Mekë Itab ibn Usejdin dhe i tha: *“Njoftoi ata se nuk lejohen dy shitje në një shitje, as shitja e asaj që nuk posedon, as borxh dhe shitje dhe as dy kushte në një shitje.”* [33]

Komentet e dijetarëve në lidhje me format e ndaluara që përfshin ky hadith janë të ndryshme, por thelbi qëndron në faktin që nëse përfshirja e dy transaksioneve në një të vetëm çon si përfundim në një transaksion financiar të ndaluar, atëherë kjo pleksje është e ndaluar. Sepse në këtë rast kjo gjë nuk është veçse se një transaksion që shpie në haram, qoftë kjo me qëllim ose jo. Si p.sh. shpie në kamatë, ose garar apo shfrytëzim të padrejtë të të tjerëve etj. [34]

Në rastin e MLM-ve kemi pleksje të shitblerjes me xhialen ose sekserinë, sepse bashkëpunëtori është i detyruar të blej nga kompania që të përfitojë shpërblim, nëse ai rekruton klientë të rinj për të dhe marketon skemën e MLM, dhe të gjitha këto janë të kushtëzuara në një akt të vetëm. [35] Kështu që pavarësisht formës së jashtme të këtij transaksioni, ai përmban brenda tij

disa forma të ndaluara të fitimit dhe sheriati kur gjykon për diçka nuk niset thjesht nga forma e jashtme, por nga përmbajtja, qëllimi dhe rezultati, të cilat janë më të rëndësishme në dhënien përfundimtare të gjykimit, për lejim ose ndalim. Qëllimi në përfshirjen e skemës së MLM është i qartë, është pikërisht fitimi i madh që arrihet nga shpërblimet që jep kompania, e cila kushtëzon për këtë gjë një sërë veprimesh të cilat të mbledhura së bashku dhe të para në këndvështrim gjithëpërfshirës, sepse e tillë është, e bëjnë përfshirjen në një praktikë të tillë një vepër të ndaluar nga feja.[\[36\]](#)

Justifikimet që mundohen të përligjin MLM-të:

1. *Origjina e gjërave është lejimi dhe MLM është një mënyrë e re tregtie për të cilën nuk ka argument se ndalohet, kështu që ajo është e lejuar.*

Përgjigja:

Është e vërtetë se praktikrat dhe sendet që nuk kanë të bëjnë me adhurimin në origjinë janë të lejuara, dhe se nga ky rregull shariatik buron edhe lejimi i shumë prej praktikave të reja që nuk njiheshin apo nuk ekzistonin në kohën e Profetit (alejhi salatu ue salam). Por, rregulli i më sipër i shariatit vlen për aq kohë sa këto praktika të reja nuk përziën me pellgje të dyshimta të haramit, e si bëhet nëse provohet si nga ekspertët muslimanë dhe jo të tillë, në mënyrë të qartë, se praktikrat e MLM përmbajnë elementë të qartë të gararit, kumarit, mashtrimit dhe kamatës?! A mund të jetë hallall një praktikë e tillë që mbledh bashkë gjitha këto haramë, vetëm pse në dukje ajo është praktikë e re shitje që nuk njihej më parë?! Rregullat shariatike nuk operojnë të zhveshura nga realiteti praktik dhe rregullat e tjera të shariatit, ato plotësojnë dhe qartësojnë njëra-tjetrën.

Shumica e muslimanëve të thjeshtë nuk kanë njohuri të mjaftueshme, madje as minimale, për mjaft nga ndalesat në fushën e shkëmbimeve financiare, ndaj është detyrim fetar dhe moral për ta të pyesin njerëzit e ditur për këtë gjë. Profeti i Allahut thotë: *“Hallalli është i qartë dhe harami është i qartë, por në mes tyre ka çështje të paqarta, të cilat shumica e njerëzve nuk i njohin dhe kush bie te të paqartat ka rënë në haram.”*

2. *MLM është një praktikë që shpërblen sekserin për klientët e rinj që sjell dhe për produktin që shitet, dhe praktika e sekserit është e lejuar, ndaj edhe kjo është hallall.*

Përgjigja:

MLM nuk është një praktikë sekseriale, sepse:

1. Sekseri nuk është i kushtëzuar (i detyruar nga pronari i produktit) të blejë diçka për të ndërmjetësuar për shitjen e tij, ndërkohë që MLM e detyrojnë bashkëpunëtorin e tyre të blejë produktin, për të përfituar nga shpërblimi.
2. Nëse sekseri blen produktin e dikujt për ta rishitur atë, ai atëherë nuk është më sekser, por pronar i ri i produktit dhe nuk quhet sekser.
3. Sekseri meriton shpërblimin e tij për çdo mund që ai jep, ndërsa MLM nuk e shpërblen këtë "sekser" nëse ai nuk përmbush të gjitha kriteret që ajo vë për shpërblimin, por e lë atë me gisht në gojë dhe ia çon mundin dëm.
4. Sekseri ndërmjetëson për shitjen e një malli që kërkohet dhe synohet nga blerësi, ndërkohë që në rastin e MLM blerësit (rekrutët e rinj) më të shumtë të "sekserit" kanë si qëllim jo produktin, por përfitimin nga paratë, që jepen si shpërblim nga përfshirja në skemë. Pra ky "sekser" nuk marketon thjesht mallin, por marketon marketingun MLM, dhe shpërblimin më të madh e merr pikërisht për rekrutimin e të tjerëve në skemë dhe jo për shitjen e vetë produktit te palë të treta, të interesuara për vetë produktin.

3. MLM është një praktikë xhiale, ku kompania ofron shpërblime nëse bashkëpunëtori sjell klientë dhe bashkëpunëtor të rinj, në të kundërt nëse nuk i përmbushin kriteret e kompanisë, ata nuk fitojnë.

Përgjigja:

Sipas disa studiuesve islam xhial-ja është përcaktimi më i përafërt që mund të jepet për praktikën e shpërblimit MLM, nëse i krahasojmë ato me nocionet e vjetra të njohura dhe pranuar nga sheriati islam. Por edhe në këtë rast, ashtu si me sekserin, nuk ka kushtëzim për blerje për personin që kërkon shpërblimin e caktuar, ndërkohë që për të marrë shpërblimin që japin MLM-të nga rekrutimet e reja duhet, në mënyrë të kushtëzuar, që të blesh qoftë edhe një sasi minimale, të përcaktuar, të produkteve të saj, përndryshe sado i madh të jetë numri i rekrutimeve asnjë shpërblim nuk merr. Ndërkohë shumica e dijetarëve e shohin si të detyrueshme që, nëse personi i cili përmbush një pjesë të kushteve të atij që shpërblen nëpërmjet xhiales, dhe i interesuari përfiton prej saj, qoftë edhe pjesërisht, personi që ka bërë mundin duhet të paguhet për të.^[37] Por kompanitë MLM nuk e bëjnë këtë edhe pse përfitojnë nga rekrutimet e reja, madje ato kanë vendosur një skemë të ndërlikuar shpërblimesh të cilat p.sh. i kufizojnë ato në kohë, si një muaj dhe më pas çdo pikë fshihet dhe fillon nga e para, apo kushtëzojnë shitje të njëjta për tre muaj rresht, apo kushtëzojnë arritjen e ekuilibrit të shitjeve

apo rekrutimeve, në të majtë e në të djathtë, nëse ata që ndodhen poshtë teje në pemë ndahen në dy anë..., si dhe mjaft kushte të tjera të cilat i llogarisin sipas përqindjeve dhe bonusve të cilat ata kanë vendosur.

4. *MLM-të shesin produkte të cilat kërkohen nga njerëzit, ndaj këtu kemi shkëmbim të produktit me para, dhe jo parasë me para. Ndërkohë shpërblimi që jepet është dhuratë për lodhjen dhe mundin që jep, ndaj nuk kemi të bëjmë as me kamatë dhe as me bixhoz.*

Përgjigja:

Siç u përmend edhe më sipër, nuk është vetë produkti ai që synohet në këtë rast, por shpërblimi që merret kundrejt blerjeve dhe rekrutimeve të reja. Produkti është thjesht mbulim ose hile për të bërë praktikën të duket legjitime.[\[38\]](#)

Me këtë rast ia vlen të përmendet arsyetimi që sjell Dr. Sami es-Suelim që thotë se asnjë investues serioz nuk kërkon të shtojë pafund ortakët, pasi kjo do të pakësonte fitimin e tij, të cilin do të duhet ta ndante me të tjerët, ndaj praktika ka në mes hile dhe mashtrim.[\[39\]](#)

Nëse produktet që shet MLM janë produkte të kërkuara nga tregu, atëherë shitja e tyre është e garantuar dhe kosto e reklamimit në këtë rast është shumë herë më e pakët sesa fitimi që investitori duhet të ndaj me bashkëpunëtorët apo ortakët e tij. Mirëpo realitetit tregon se “ortakët” nuk janë vetëm se vegla, të cilët nuk shfrytëzohen vetëm për reklamimin e mallit, por më së shumti për blerjen e tij, sepse në fakt klientët e vërtetë dhe më të shumtë janë vetë “bashkëpunëtorët”, ata janë në realitet produkti i vërtetë i kompanive MLM. Sipas ekspertit amerikan të MLM Robert Fitzpatrick, MLM-ja më e madhe në botë, pranon vetë se vetëm 18 % e shitjeve të saj kryhen me palët e treta, pra me ata që janë vetëm klientë dhe jo bashkëpunëtor.[\[40\]](#) Kështu që pretendimi se MLM-të përdorin shitje të drejtpërdrejta të produkteve, për të ulur kostot e reklamimit dhe të agjentëve ndërmjetës, janë thjesht mashtrime dhe hile për të hedhur hi syve.

Me këtë rast ia vlen të përmendim hilen e shitblerjes *el-ine*, e cila është ndaluar nga Profeti (alejhi salatu ue selam),[\[41\]](#) sepse ajo është një manovër për të fshehur kamatën. Kjo praktikë konsiston në blerjen e një produkti me një çmim të caktuar, por pagesa në këtë rast për këtë produkt nuk bëhet e menjëhershme, por në një distancë kohore të caktuar, ndërkohë po i njëjti produkt rishitet nga blerësi te pronari i parë, por me një çmim më të ulët, dhe për këtë shitje ai merr direkt paratë në dorë. Pra blerësi i ngelet shitësit të parë për t'i paguar një shumë më të madhe kundrejt një shumë më të vogël që ai ka marrë prej tij. Pikërisht kjo është kamata e ndaluar, sepse produkti në këtë rast nuk është veçse një hile, maskim, për të marrë një borxh të caktuar dhe për ta kthyer atë më shumë. Blerësit në këtë rast nuk i intereson vetë malli, por paratë. Edhe produktet e MLM nuk janë veçse një formë maskimi dhe hile për të fituar para në mënyrë të tillë të palejuar.

Veç këtyre anëve shariatike të ndaluara, autorë të ndryshëm muslimanë dhe jo të tillë, përmendin edhe dëme të tjera ndaj ekonomisë, zhvillimit dhe shoqërisë si p.sh.:

- MLM nuk kontribuon në zhvillimin ekonomik dhe rritjen e vlerës së shtuar, por ngelet një proces ndërmjetësimi aspak i domosdoshëm.
- Kjo praktikë i shtyn të rinjtë të rendin pas shpërblimit imagjinar qoftë edhe me mënyra të paligjshme dhe jo pas punës serioze prodhuese.
- Produktet që tregtohen nga këto kompani apo shërbimet që ofrohen nuk hyn te nevojat apo domosdoshmëritë, pa të cilat nuk mund të jetohet ose është e vështirë të bëhet pa to. Në mjaft raste ato nuk kanë as vlerën dhe as dobinë që pretendohet.
- Këto kompani fshehin mjaft të dhëna rreth mënyrës si ato funksionojnë dhe përgjithësisht ka mungesë informacioni të plotë e të qartë për to.
- Duke qenë se bashkëpunëtorët e MLM-ve produktet ua shesin të afërmeve dhe njohurve të tyre më së shumti, edhe pse ata mund të mos kenë nevojë për to, atëherë kjo sjellje komercializon marrëdhëniet shoqërore mes njerëzve, ku të afërmit dhe miqtë shihen tashmë si klientë potencial të mundshëm që duhen fituar dhe jo me syrin e afërsisë, dashurisë, mëshirës, dhembshurisë dhe miqësisë.

Pavarësisht këtyre fakteve disa dijetarë kanë vendosur kriteret, zbatimin e të cilave do ta përligjte shitjen në mënyrë rrjeti. P.sh. Myftinia e Jordanisë përmend këto kriteret [\[42\]](#):

1. Të mos kushtëzohet ndërmjetësi (bashkëpunëtori), të paguaj paradhënie dhe as të detyrohet të blejë produktin e kompanisë, në mënyrë që të shmanget skemat e kamatës dhe kumarit.
2. Produkti të jetë real dhe të shitet me çmim tregu ose më pak, në mënyrë që të shmanget garari dhe mashtrimi, ku të mos jetë qëllim shpërblimi (bonuset), si nga bashkëpunëtori ashtu edhe nga kompania (por produkti).
3. Ndërmjetësi duhet të shpërblehet për një kontribut që jep ose punën që ai bën, në mënyrë që pagesa e tij të mos jetë pa detersë. Kështu që kusht është që munda të jetë real si p.sh. të qenit sekser i drejtpërdrejtë, ose mbikëqyrës dhe kujdestar i një pune në grup. Nuk i lejohet nivelit të lartë të shfrytëzoj lodhjen dhe mundin p.sh. e nivelit të tretë e të katërt, pa bërë asnjë përpjekje me ata që ka poshtë vetes në marketingun e produktit. Ndaj dhe për këtë duhet që nivelet të kufizohen në numër, p.sh. pesë apo gjashtë, në mënyrë që ai që gjendet në nivelin e parë të jetë i detyruar të punoj dhe konsumoj energjitë e tij bashkë me të tjerët.
4. Kompania nuk duhet ta privojë bashkëpunëtorin nga pagesa që ai meriton, edhe nëse ai

nuk e bën të gjithë punën, por vetëm një pjesë të saj. Në mënyrë që të mos u hahet haku njerëzve pa të drejtë. Bashkëpunëtori meriton hakun e tij për atë që ai ka punuar, ndaj nuk lejohet që kompania ta privojë atë p.sh. nëse ai nuk ka ruajtur ekuilibrin e marketingut në të majtë apo të djathtë, apo nuk ka arritur pikët e duhura, sepse gjithësi kompania ka përfituar në këtë rast nga puna e tij, pa paguar për të asgjë.

5. Në rastin kur tregtia bëhet online, duhet të respektohen kriteret e shitblerjeve që bëhen në mënyrë elektronike. Këtu mund të përmendim detyrimin për të qenë dorë më dorë, nëse kemi të bëjmë me shkëmbim ari dhe argjendi. Po ashtu të mos tregtohen produkte që vetë janë të ndaluara (haram).
6. Të respektohen rregullat e moralit islam në punë, duke mos mashtruar, fshehur, bërë hile, falsifikuar dhe dëmtuar të tjerët etj.
7. Të respektohen ligjet dhe rregullat e shtetit në të cilën praktikohet kjo metodë shitjeje, në mënyrë që të mos dëmtohet ekonomia e atij vendi.

Nëse këto kriteret nuk respektohen apo nuk gjenden te kompanitë MLM që operojnë në vendin tonë, kushdo qofshin ato, atëherë nuk lejohet përfshirja në to si bashkëpunëtor, ortak ose partner, apo çfarëdo emri tjerët që i vihet atyre që marketojnë produktet e tyre. Ndërkohë ata që kanë qenë përfshirë në to pa e ditur gjykimin për to, nuk u lejohet të përfitojnë më këtë e tutje nga dhuratat ose shpërblimet monetare që japin këto kompani, për shkak që u përmendën më sipër, dhe i këshillojmë ata të ndërpresin marrëdhëniet e mëtejshme me ta. Ndërsa për sa kanë përfituar deri tani duke mos e ditur gjykimin apo menduar se këto shpërblime janë të lejuara, këto pasuri konsiderohen të tyre dhe mund të përfitojnë prej tyre duke iu lutur Allahut tua falë për çka shkoi dhe nuk e dinin. Allahu thotë në Kuran: ***“Porse Allahu e ka lejuar tregtinë, kurse kamatarinë e ka ndaluar. Ai të cilit i vjen këshilla nga Zoti i tij dhe i shmanget kamatës, le ta mbajë atë që tashmë ka fituar dhe fati i tij është në duart e Allahut.”*** (el-Bekare: 275)

Ndërkohë, vetë produktet që shiten nga këto kompani, lejohet të blihen dhe konsumohen, nëse ato nuk kanë përmbajtje haram dhe ka dobi prej tyre.

Allahu e di më së miri

Komision i Pyetje & Përgjigjeve pranë LSHH

[1] <http://www.mlmwatch.org/> shih artikujt nën titullin *Government Enforcement Actions*

[2] Si p.sh. www.mlm-thetruth.com, <http://www.vandruff.com>, www.mlmwatch.org, <http://pyramidschemealert.org>, www.mlmsurvivor.com, www.realscam.com, etj...

[3] www.dar-alifta.org/ar/ViewVideo.aspx?sec=vedio&CatID=12&ID=1316

[4] www.alifta.net/fatawa/fatawaDetails.aspx?BookID=3&View=Page&+PageNo=7&PageID=15219&languagename= Veç fetvasë së dijetarë edhe Ministria e Tregtisë dhe Investimeve ka nxjerrë paralajmërim për qytetarët e këtij vendi për të u bërë preh e mashtrimit të këtyre kompanive <http://mci.gov.sa/MediaCenter/News/Pages/n01Sep.aspx>

[5] <http://aoif.gov.sd/au/1590>

[6] <http://aliftaa.jo/Research.aspx?ResearchId=102#.WR-N0MYIH7M>

[7] www.darifta.org/fatawa2014/showfatwa.php?subfatwa=??? ?????? ?????????? ??????????

[8] www.marw.dz/index.php/2015-03-24-13-16-07/2015-03-24-13-17-13/64-2010-04-08-15-35-52/1148-2014-03-27-09-48-36.html

[9] www.awqaf.gov.ae/Fatwa.aspx?SectionID=9&RefID=4171

[10] www.islamsyria.com/portal/consult/show/932

[11] www.h-iftaa.com/?p=3116

[12] www.suwailem.net/NewsDetails/SIGN-IN-123

[13] www.shubily.com/index.php?news=275

[14] www.islamic-fatwa.com/fatwa/20990

[15] www.darelmashora.com/download.ashx?docid=2262

[16] www.alisalous.com/fatwa/category/54

[17] www.qaradaghi.com/chapterDetails.aspx?ID=1241 Dr. Ali për momentin është sekretari i përgjithshëm i Unionit të Dijetarëve Muslimanë.

[18] www.mlm-thetruth.com/shocking-statistics-mlm-vs-classic-pyramid-schemes-gambling/shih po ashtu www.falseprofits.com/MLM%20Lies.html

[19] Maide: 90.

[20] Muslimi nr. 1513, Tirmidhi nr. 1230 etj.

[21] <https://goo.gl/cMgUgh>

[22] <https://goo.gl/iTMjg6>

[23] www.suwailem.net/NewsDetails/MARKETING-SYSTEM-106

[24] Ibid.

[25] http://aliftaa.jo/Research.aspx?ResearchId=102#_ednref50

[26] <https://goo.gl/iTMjg6>

[27] www.suwailem.net/NewsDetails/SIGN-IN-123

[28] E vlerësuar si skemë piramidale, nisur nga të dhënat e skemës së pagesave, nga eksperti i MLM-ve Dr. Jon M. Taylor, mes qindra kompanive të tjera MLM. Shih <http://www.mlm-thetruth.com/mlms-evaluated-4-red-flags-product-based-pyramid-scheme/mlms-4-red-flags-product-based-pyramid-scheme-h-m/>

[29] Material prezantues i kompanisë LR Health & Beauty në shqip, Marketing Plan, fq. 4

[30] www.michigan.gov/ag/0,4534,7-164-17337_20942-208400--,00.html

[31] www.michigan.gov/ag/0,4534,7-164-17337_20942-208400--,00.html

[32] www.falseprofits.com/MLM%20Lies.html

[33] Hadithin e transmeton Ahmedî nr. 6628, Hakimi 2/17.

[34] <http://aliftaa.jo/Research.aspx?ResearchId=59#.WSZ0CcYIH7N>

[35] www.nabulsi.com/blue/ar/art.php?art=12219

[36] <http://alwaei.gov.kw/volumes/553/studies/Pages/hokom.aspx>

[37] <http://faculty.mu.edu.sa/public/uploads/1358432657.0735????????%20????????2.pdf>

[38] <http://aoif.gov.sd/au/1590>

[39] <http://www.suwailem.net/Video-1>

[40] <https://www.falseprofits.com/MLM%20Lies.html>

[41] Hadithin e transmeton Ebu Daudi nr. 3462, etj.

[42] http://aliftaa.jo/Research.aspx?ResearchId=102#_ednref50