

**பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு முறை: ஓர் இஸ்லாமிய கண்ணோட்டம்  
(Pyramid Business Structure: An Islamic Perspective)**

Mohamed Anees Fathima Ilma<sup>1</sup>, Sainul Abdeen Ahamed Sajith<sup>2</sup> & Sayed Mohamed Mohamed Mazahir<sup>3</sup>

<sup>1&2</sup>Department of Islamic Studies, Faculty of Islamic Studies and Arabic Language,  
South Eastern University of Sri Lanka

<sup>3</sup>Professor, Faculty of Islamic Studies and Arabic Language,  
South Eastern University of Sri Lanka

[ilmaanees97@gmail.com](mailto:ilmaanees97@gmail.com)<sup>1</sup>, [sajithbinzain@gmail.com](mailto:sajithbinzain@gmail.com)<sup>2</sup>, [mazahirmsmm@seu.ac.lk](mailto:mazahirmsmm@seu.ac.lk)<sup>3</sup>

**Abstract**

*The pyramid business scheme that has been in practice for many years is a business system that aims to gain money by attracting a large number of investors. Although it's originated in the last century, it is still widely used. The pyramid scheme business has been declared illegal in many countries, including Australia, France, Italy, the United Kingdom and the United States. Despite this the proportion of pyramid schemes in the community is increasing and people can see the trend of being deceived by ignorance. This is due to the lack of adequate awareness and clarity about this business. In that sense this study aims to provide clarity to the people about the pyramid business and to identify the types of pyramid business structure, their process, and the Islamic perspective on the pyramid business system. The data for this qualitative study are obtained from secondary sources such as research papers, books, journals, Al-Qur'an, Al-Hadith, website, and Central Bank's handbook. And the results are presented using collected data. Based on the results obtained through analysis the pyramid business has been identified as being prohibited by various Fatwa institutions and Islamic scholars. The pyramid scheme has been prohibited because of its similarity to gambling and fraud, uncertainty, the nature of riba (interest), and the unfair exploitation of public property. In particular, the study presents fatwas issued by some global organizations and Islamic scholars under the Islamic perspective on the pyramid scheme. Furthermore, the study presents some of the characteristics of pyramid as an indication that the transaction is valid when one wishes to participate in the transaction. At the same time, at the end of the study, some suggestions have been made to refrain from haram business practices that include things that are forbidden in Islam, such as fraud and deception in the future.*

**Keywords:** Pyramid business, Multi level marketing, Islamic perspective

**ஆய்வுச் சுருக்கம்**

சந்தையில் பல வருட காலமாக நடைமுறையில் இருந்து கொண்டிருக்கும் பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு முறையானது முதலீட்டாளர்களை அதிக எண்ணிக்கையில் இணைத்துக் கொள்வதன் மூலம் பணம் ஈட்டுவதை இலக்காகக் கொண்ட ஒரு வணிக முறையாகும். இது கடந்த நூற்றாண்டில் தோற்றம் பெற்றிருந்தாலும் சமகாலத்திலும் பரவலாகக் காணக் கூடியதாக உள்ளது. பிரமிட் திட்ட வியாபாரமானது அவுஸ்திரேலியா, பிரான்ஸ், இத்தாலி, இங்கிலாந்து, அமெரிக்கா உட்பட பல நாடுகளில் சட்டவிரோதமானது என அறிவிக்கப்பட்டிருக்கின்ற போதிலும் சமூகத்தில் அதன் விகிதாசாரம் அதிகரித்துச் செல்வதோடு மக்களும் அறியாமையால் இத்தகைய வியாபாரங்களில் ஈடுபட்டு ஏமாறிக் கொண்டிருக்கின்றனர். இவ்வியாபாரம் பற்றிய போதிய அளவு

அறிவும் தெளிவும் இன்மையே இதற்கான காரணமாகும். அந்த வகையில் இவ்விய்வானது பிரமிட் வியாபாரம் பற்றிய தெளிவினை மக்களுக்கு வழங்குதல், பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு வகைகள், அவற்றின் செயன்முறை மற்றும் பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு பற்றிய இஸ்லாமிய நிலைப்பாடு ஆகியவற்றை அடையாளம் காண்பதை நோக்காகக் கொண்டுள்ளது. பண்பு ரீதியான இவ்விய்வக்கான தரவுகள் பிரதானமாக இரண்டாம் நிலைத் தரவுகளான ஆய்வுக் கட்டுரைகள், நூல்கள், சஞ்சிகைகள், *அல்குர்ஆன்* வசனங்கள், *ஹதீஸ்* கிரந்தங்கள், இணையத்தளம் மற்றும் மத்திய வங்கியின் கையேடு போன்றவற்றிலிருந்து பெறப்பட்டு பகுப்பாய்வுக்கு உட்படுத்தப்பட்டு, கலந்துரையாடப்பட்டு, முடிவுகள் முன்வைக்கப்பட்டுள்ளன. பகுப்பாய்வின் மூலம் பெறப்பட்ட பெறுபேறுகளின் அடிப்படையில், பிரமிட் வியாபாரத் திட்டமானது பல்வேறுபட்ட *பத்வா* (மார்க்கத் தீர்ப்பு) நிறுவனங்கள் மற்றும் இஸ்லாமிய அறிஞர்களினால் *ஹராம்* (தடுக்கப்பட்டவை) என அடையாளப்படுத்தப்பட்ட வணிக முறையாகும். அவ்வாறு அவர்கள் தடுப்பதற்கு ஏதுவான காரணங்களாக, பிரமிட் வியாபாரமானது சூது, மோசடி போன்றவற்றை ஒத்ததாகக் காணப்படல், நிச்சயமற்ற தன்மையை உள்ளடக்கியிருத்தல், *ரிபாவின்* (வட்டி) இயல்புகளைக் கொண்டிருத்தல், பொதுமக்களின் சொத்தினை அநியாயமாக சுரண்டி ஏமாற்றும் வகையில் அமைந்திருத்தல் என்பவற்றை முன்வைக்கின்றனர். குறிப்பாக, பிரமிட் வியாபாரம் பற்றிய இஸ்லாமிய கண்ணோட்டத்தின் கீழ் உலகளாவிய சில நிறுவனங்கள் மற்றும் இஸ்லாமிய அறிஞர்களால் வழங்கப்பட்ட *பத்வாக்களும்* இவ்விய்வில் கூறப்பட்டுள்ளன. மேலும், ஒரு முஸ்லிம் பிரமிட் வியாபாரப் பரிவர்த்தனையில் பங்குபற்ற விரும்புகின்ற சமயத்தில் அந்தப் பரிவர்த்தனை ஏற்படையதாக இருப்பதற்கான அறிகுறிகளாக சில இயல்புகளும் இவ்விய்வில் முன்வைக்கப்பட்டுள்ள அதேவேளை எதிர்வரும் காலங்களில் இத்தகைய ஏமாற்று, மோசடி போன்ற இஸ்லாத்தில் தடுக்கப்பட்ட விடயங்களை உள்ளடக்கிய ஹராமான வியாபார முறைகளிலிருந்து தவிர்ந்து கொள்வதற்கான சில பரிந்துரைகளும் ஆய்வின் இறுதியில் வழங்கப்பட்டுள்ளன.

**திறவுச்சொற்கள்:** பிரமிட் வியாபாரம், பலநிலைசந்தைப்படுத்தல், இஸ்லாமிய கண்ணோட்டம்

## 1. அறிமுகம்

நவீன யுகத்தில் தொழில்நுட்பம் அசுர வேகத்தில் வளர்ச்சியடைந்து செல்கின்றது. உயிரியல் தொழில்நுட்பம், மரபணு இயந்திரவியல் தொழில்நுட்பம், இயந்திர மனித தொழில்நுட்பவியல் என அதன் வளர்ச்சி உச்ச கட்டத்தை அடைந்துள்ளது. எனினும், இறை மார்க்கமான இஸ்லாம் பல ஆண்டுகளுக்கு முன்னரே *அகாஇத்* (நம்பிக்கைக் கோட்பாடுகள்), *இபாதாத்* (வணக்க வழிபாடு), *முனாகஹாத்* (விவாக, விவாகரத்துச் சட்டங்கள்), *ஜினாயாத்* (குற்றவியல் சட்டங்கள்), *அக்லாகிய்யாத்* (ஒழுக்கப் பண்பாடுகள்) போன்ற மனித வாழ்வின் சகல துறை சார்ந்த விடயங்களையும் விளக்கியுள்ளது போல *முஆமலாத்* எனும் வார்த்தையால் குறிக்கப்படும் வியாபாரக் கொடுக்கல் வாங்கல்களையும் நெறிப்படுத்தியுள்ளது.

வியாபாரம் என்பது பண்டமாற்று அடிப்படையிலோ அன்றி பணத்தைப் பரிவர்த்தனை ஊடகமாகக் கொண்டோ வாங்குவோரும் விற்போரும் பண்டங்களைக் கைமாற்றிக் கொள்வதைக் குறிக்கும் (ஆதம்பாவா, 2011). இஸ்லாமிய சட்ட வழக்கில் வியாபாரம் என்பது, வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் ஆகிய இரு தரப்பினரதும் பரஸ்பர மனத்திருப்தியின் அடிப்படையில் நடைபெறும் பண்டப் பரிவர்த்தனையைக் குறிக்கின்றது அல்லது அனுமதிக்கப்பட்ட விதத்தில் ஒருவர் பிரதியீட்டைப் பெற்று ஓர் உடைமையை பிரிதொருவருக்குக் கையளிப்பதைக் குறிக்கும் (இஸ்லாமியபுரம், n.d). வியாபாரம் இஸ்லாத்தில் பூரண அங்கீகாரத்தைப் பெற்றதாகும். *அல்குர்ஆனிலே* “அல்லாஹ் வியாபாரத்தை அனுமதித்து வட்டியைத் தடை செய்துள்ளான்”

(2:275) எனக் கூறப்பட்டுள்ளது. அத்தோடு, ‘உழைப்பில் சிறந்தது கைத்தொழிலும், நேர்மையான வியாபாரமுமாகும்’ என்று முஹம்மத் நபி ஸல்லல்லாஹு அலைஹி வஸல்லம் அவர்கள் கூறியுள்ளார்கள் (அஹ்மத்).

இன்று இலகுவான வழிகளில் அதிகமதிகம் சம்பாதித்துக் கொள்வதற்கான புதிய வர்த்தக, பொருளீட்டல் முறைகள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுக் கொண்டிருக்கின்றன. வீட்டிலிருந்து கொண்டே உழைத்துத் தனக்கும் தன் பரம்பரைக்கும் சொத்து சேர்க்க முடியும் என்று போலிப் பிரசாரம் மேற்கொண்டு மக்களை ஏமாற்றிப் பிழைப்பவர்களின் எண்ணிக்கை நாளுக்கு நாள் அதிகரித்து வருகின்றது. (அஸீஸ், 2012). அந்த வரிசையில் தோற்றம் பெற்ற ஒன்று தான் பிரமிட் கட்டமைப்பு வியாபாரமாகும்.

பிரமிட் திட்டம் என்பது முதலீட்டாளர்களை அதிக எண்ணிக்கையில் சேர்ப்பதன் அடிப்படையில் பணம் சம்பாதிக்கும் ஒரு மோசடி முறையாகும். ஆரம்ப விளம்பரதாரர்கள் முதலீட்டாளர்களை நியமிப்பர். அவர்கள் மேலும் அதிக முதலீட்டாளர்களை நியமிப்பர். இவ்வாறு ஒவ்வொரு மட்டத்திலும் முதலீட்டாளர்களின் எண்ணிக்கை அதிகரித்துச் செல்கின்றமையால் இந்தத் திட்டம் “பிரமிட்” என்று அழைக்கப்படுகிறது (NYS Attorney General, n.d). அதாவது பிரமிட் திட்டம் ஒரு நிலையான வணிக மாதிரியாகும். இதில் அசல் முதலீட்டாளர்கள் (Original Investors) உண்மையான தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை விற்பதன் மூலம் மற்றும் மற்றவர்களைச் சேர்ப்பதன் மூலம் பணம் சம்பாதிக்கிறார்கள். இந்தத் திட்டமானது புதிய முதலீட்டாளர்களை முன்பணம் செலுத்தச் சொல்வதன் மூலம் திட்டத்தில் சேர அனுமதிக்கிறது. புதிதாகப் பணியமர்த்தப்பட்டவர்களிடமிருந்து பெறப்படும் பணம் ஆரம்பகால முதலீட்டாளர்களுக்குச் செலுத்தப் பயன்படுகிறது. புதிய உறுப்பினர்கள் திட்டத்தில் அதிக நபர்களை இணைத்தால் அவர்களுக்கும் வருமானம் வழங்கப்படும் (CFI, 2021).

பிரமிட் கட்டமைப்பு வியாபார முறைமை குறித்து இலங்கை மத்திய வங்கியினால் வெளியிடப்பட்ட Danger Posed by Pyramid Schemes & Network Marketing Programs (பிரமிட் திட்டங்களினால் ஏற்படுத்தப்பட்ட அபாயமும், வலையமைப்பு சந்தைப்படுத்தல் நிகழ்ச்சித் திட்டங்களும்) – 2006, இல. 4 எனும் சிறுநோட்டுத் தொடரில் “பிரமிட் வியாபாரத் திட்டத்தில் புதிதாக பங்குபற்றுபவர்கள் இணைந்து கொள்வதற்கு முற்பணமாக ஒரு கட்டணத்தை செலுத்துமாறு வேண்டப்படுவர். மேலதிகமாக பங்குபற்றுபவர்களின் மூலமாகவும் அதேநேரம் தற்போதுள்ள பங்குபற்றுபவர்களினால் கொண்டுவரப்படும் புதிய பங்குபற்றுபவர்கள் மூலமாகவும் தான் இலாபங்கள் கிடைக்குமென பங்குபற்றுபவர்களுக்கு உறுதியளிக்கப்படுகின்றது. எனினும், இத்திட்டங்களானது பெருமளவில் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை விற்பனை செய்யும் திட்டங்களாக போலியான முறையில் காணப்படுகின்றன” என்று குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது.

இப்பிரமிட் திட்டத்தின் சரியான தோற்றம் கூறப்படவில்லை. என்றாலும், நவீன வரலாற்றில் ஆரம்ப மற்றும் மிகவும் மோசமான பிரமிட் திட்டங்களில் ஒன்று முதலாம் உலகப் போருக்குப் பிந்தைய ஆண்டுகளில் உருவாகியுள்ளதாக அறியப்படுகிறது. இந்த திட்டத்தை இத்தாலிய - அமெரிக்க சார்லஸ் பொன்சி (Charles Ponzi) (1882 - 1949) உருவாக்கியுள்ளார். இவர் 1919 ஆம் ஆண்டு டிசம்பரில் Ponzi Securities Exchange Company ஐ நிறுவினார். இது ஆரம்ப முதலீட்டின் 90 நாட்களுக்குள் முதலீட்டாளர்களின் பணத்தை இரட்டிப்பாக்குவதாக உறுதியளித்தது. பொன்சி தனது திட்டத்திற்கு அதிகமான மக்களை ஈர்த்ததால் அவர் திட்டத்தின் ஆரம்ப முதலீட்டாளர்களுக்கு அவர்களின் ஆரம்ப வருமானத்தை விட இரண்டு மடங்கு பணம் செலுத்தத் தொடங்கினார். அவரது நிறுவனத்தின் வெற்றி பற்றி விரைவாகப் பரவியதன் மூலம் அவர் ஒரு வாரத்துக்குள் 1 மில்லியன் டொலருக்கும் அதிகமாகப் பணம் ஈட்டினார். 1920 ஆம் ஆண்டு

ஐலைக்குள் பொன்சியின் வணிக மாதிரியில் சில குறைபாடுகள் வெளிப்பட்டதையடுத்து அவர் திவாலாகும் நிலை உருவாகி கைது செய்யப்பட்டார். ஒரு தசாப்தத்திற்குப் பிறகு அவர் மீண்டும் புளோரிடாவில் மோசடி நில ஒப்பந்தங்களை உள்ளடக்கிய மற்றொரு இலாபகரமான திட்டத்தை நடத்தினார் (Pyramid scheme, 2021).

இவ்வாறு சென்ற நூற்றாண்டில் தோற்றம்பெற்ற இப்பிரமிட் வணிக முறை இன்று வரை தொடர்கின்ற நிலையில் அது பற்றிய தகவல்களை முன்வைக்கும் இவ்வாய்வானது பிரமிட் வியாபாரம் இஸ்லாத்தின் பார்வையில் எத்தகைய நிலைப்பாட்டைக் கொண்டுள்ளது என்பதனை அடிப்படையாகக் கொண்டு மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது.

## 2. ஆய்வுப் பிரச்சினை

பல வருடங்களாக சமூகத்தில் உலாவி வரும் மோசடி வணிகமான பிரமிட் வியாபாரம் தொடர்பில் உலகளாவிய ரீதியில் பல்வேறு கருத்துக்கள் முன்வைக்கப்பட்டுள்ளன. அதனடிப்படையில், ஆராய்ச்சி மற்றும் *பத்வாவுக்கான சவுதி அரேபியாவின் நிரந்தரக் குழு* (The permanent committee in Saudi Arabia for research and Fatwa) 2004 மே 3ஆம் திகதி, *பத்வா* எண் 22935 அடிப்படையில் பிரமிட் திட்டம் *ஹராமானது* (தடுக்கப்பட்டது) என்று குறிப்பிட்டுள்ளது. இந்த ஒப்பந்தத்தின் நோக்கம் தரகினை (கமிஷன்) சம்பாதிப்பதே தவிர பொருளை வாங்குவதல்ல என்பதனாலேயே அது *ஹராமானது* என இக்குழு அறிவித்துள்ளது (Fazrihan, 2014).

சூடான் நாட்டு *பிக்ஹ்* கவுன்சிலின் *பத்வாவின்* அடிப்படையில், நிறுவனங்கள் மேற்கொள்ளும் பிரமிட் முறையானது தடைசெய்யப்பட்ட *ஹராமான* ஒரு விடயமாகும். ஏனெனில் அதில் இஸ்லாம் தடுத்த சூது என்று கூறப்படும் விடயம் காணப்படுகிறது. எனவே, அதனடிப்படையில் பிரமிட் வியாபாரமானது *ஹராமான* ஒன்றாகக் கொள்ளப்படுகிறது. டாக்டர் யூஸுப் அவர்களின் *பத்வாவின்* அடிப்படையில் நெட்வொர்க் வியாபாரத்தில் ஈடுபடக் கூடிய நிறுவனங்களிடமிருந்து இலாபம் ஈடுவது இஸ்லாம் தடுத்த *ஹராமான* ஒரு விடயமாகும். ஏனெனில், இந்த நிறுவனங்களில் விற்கப்படும் பொருட்கள் தேவைகளுக்கு வாங்கப்படுவதில்லை. மாற்றமாக அவைகள் கமிஷன் பெற வேண்டும் என்ற நோக்கத்தில் மாத்திரமே விற்பனை செய்யப்படுகின்றன. எனவே, இவ்வாறு இடம்பெறுவது *ரிபா* (வட்டி) மற்றும் *கரர்* (நிச்சயமற்ற தன்மை) போன்றவற்றுடன் தொடர்புபடுவதால் இது இஸ்லாத்தில் தடை செய்யப்பட்ட ஒன்றாக மாற்றம் பெறுகிறது (ஹுஸாம் தீன், 2013).

இலங்கையை எடுத்துநோக்கினால், மத்திய வங்கியின் அறிக்கைப்படி, இவ்வியாபார முறைமை எமது நாட்டில் தடை செய்யப்பட்ட ஒன்றாகக் காணப்படுவதோடு (இர்ஷாத், 2012), அகில இலங்கை *ஜம்இய்யத்துல் உலமா* இல 021/ACJU/FTW/012/0170 அடிப்படையிலும் இது *ஹராமான* வியாபாரமாகக் காணப்படுகின்றது (ருஷ்தி, 2016).

இவ்வாறு பல்வேறுபட்ட கருத்துக்கள் முன்வைக்கப்பட்டுள்ள போதிலும் இலங்கையில் பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு பற்றிய தெளிவின்மையைக் காண முடிகிறது. இது பற்றிய ஆய்வுகளும் இலங்கையில் போதியளவு காணப்படவில்லை. இதன் காரணமாக வாலிபர்கள் முதல் வயோதிபர்கள் வரை இந்த வியாபாரத்தில் பங்கு கொண்டு ஏமாறுகின்ற நிலை உருவாகியுள்ளது. குறிப்பாக இளைஞர்கள் தமது எதிர்காலக் கனவுகளை நிறைவேற்றும் அதிர்ஷ்டமாக இந்த பிரமிட் திட்டத்தைக் கருதி மோசடி நிறுவனங்களில் தமது பணத்தை முதலீடு செய்து வருகின்றனர். எனவே, இது பற்றிய *ஷரீஆவின்* சரியான நிலைப்பாட்டினை விளக்கி, இத்தகைய ஆபத்துகளிலிருந்து மக்களைக் காக்கும் நோக்கிலேயே இவ் ஆய்வு மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது.

### 3. ஆய்வின் நோக்கங்கள்

- 3.1. பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு வகைகள் மற்றும் அவற்றின் செயன்முறை என்பவற்றைக் கண்டறிதல்.
- 3.2. பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பை இஸ்லாமிய கண்ணோட்டத்தில் மதிப்பீடு செய்தல்.

### 4. ஆய்வு வினாக்கள்

- 4.1. பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பின் வகைகள் மற்றும் அவற்றின் செயன்முறை என்ன?
- 4.2. பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு பற்றிய இஸ்லாமிய கண்ணோட்டம் யாது?

### 5. ஆய்வு முறையியல்

பண்பு ரீதியான இவ் ஆய்வானது இரண்டாம் நிலைத் தரவுகளை அடிப்படையாகக் கொண்டது. இதற்கான தரவுகள், ஆய்வுக் கட்டுரைகள், புத்தகங்கள், சஞ்சிகைகள், *அல்குர்ஆன்*, *ஹதீஸ்* கிரந்தங்கள், இணையத்தளம், மத்திய வங்கியின் சிற்றேடு போன்றவற்றிலிருந்து பெறப்பட்டு தொகுத்தறிதல் முறையில் பகுப்பாய்வுக்கு உட்படுத்தப்பட்டு முடிவுகள் முன்வைக்கப்பட்டுள்ளன.

### 6. இலக்கிய மீளாய்வு

பிரமிட் திட்டம் என்பது ஒரு வணிக மாதிரியாகும். இது எந்தவொரு பொருளும் அல்லது சேவையும் இல்லாமல், அல்லது அதிக விலை கொண்ட உற்பத்தி வழங்கப்படாமல், மற்றவர்களைத் திட்டத்தில் சேர்ப்பதற்காக முதன்மையாக பணம் பரிமாற்றம் செய்வதை உள்ளடக்கியது. பிரமிட் திட்ட மோசடி அவுஸ்திரேலியா, பிரான்ஸ், இத்தாலி, இங்கிலாந்து மற்றும் அமெரிக்கா உட்பட பல நாடுகளில் சட்டவிரோதமானதாக அறிவிக்கப்பட்டுள்ளது (Burhan, n.d). அதேபோல், இந்த பிரமிட் வியாபாரம் தொடர்பாக வெவ்வேறு ஆய்வுகள் பல்வேறு நாடுகளிலும் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளன.

Jarvis என்பவரால் 2000ஆம் ஆண்டு மேற்கொள்ளப்பட்ட “அல்பேனியாவில் பிரமிட் திட்டங்களின் உயர்வு மற்றும் வீழ்ச்சி (The raise and fall of the pyramid scheme in Albania)” என்ற ஆய்வானது பிரமிட் திட்டங்களின் தோற்றம் மற்றும் அதிகாரிகள் அவற்றைக் கையாண்ட விதம் பற்றி விவாதிப்பதோடு பிரமிட் திட்டங்களின் பொருளாதார விளைவுகளையும் பகுப்பாய்வு செய்கிறது. அத்தோடு மோசடிகளைக் கட்டுப்படுத்துவதில் அரசுகளும் சர்வதேச நிதி நிறுவனங்களும் விழிப்புடன் இருக்க வேண்டும் என்றும் இவ் ஆய்வு வாதிடுகிறது.

சவுதி அரேபியாவில் முஹம்மத் (2012) என்பவரால் மேற்கொள்ளப்பட்ட “நெட்வொர்க் மற்றும் படிநிலை சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் இஸ்லாமிய சட்டத்தில் அதன் விதிகள்” என்ற ஆய்வானது நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங், அதன் வகைகள், அதன் தோற்றம், அதன் அம்சங்கள் மற்றும் ஏனைய சந்தைப்படுத்தல் வகைகள், அதன் பண்புகள் போன்றன பற்றிய தெளிவினை ஏற்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

ஷுவைஷ் (2012) என்பவர் “இஸ்லாமிய சட்டத்தில் படிநிலை சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய தீர்ப்பு” என்ற தனது ஆய்வில் நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங் மற்றும் அவற்றின் வகைகள் பற்றி வெளிப்படுத்தியுள்ளார்.

“இஸ்லாத்தில் பல் நிலை சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் சிங்கப்பூரில் இளம் வாழ்க்கை பற்றிய ஆய்வு (Multi-Level Marketing & Case Study of Young Living in Singapore)” என்ற ஆய்வானது Fazrihan என்பவரால் 2014 ஆம் ஆண்டு மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. இவ் ஆய்வில் இரண்டு பகுதிகளில் இரு விடயங்கள் பேசப்பட்டுள்ளன. முதல் பகுதியில் பல்நிலை சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் பிரமிட் திட்டம் போன்றன பற்றிப் பேசப்பட்டேள்ளதோடு இரண்டாம் பகுதியில் Young living essential oils in Singapore தொடர்பாக பேசப்பட்டுள்ளதைக் காண முடிகிறது.

ஷரீஆ (இஸ்லாமிய சட்டம்) கணக்கியல் பார்வையில் பல நிலை சந்தைப்படுத்தல் (Multi level marketing in Sharia accounting perspective)” (Budiadru மற்றும் பலர், 2018) என்ற ஆய்வானது PayTren தயாரிப்புகளுக்கான கணக்கியல் (பரிவர்த்தனை) ஷரீஆவை எவ்வாறு செயல்படுத்துவது மற்றும் PayTren தயாரிப்புக்கு எதிராக உஸ்லுல் பிக்ஹினை எவ்வாறு அளவிடுவது என்பதைத் தீர்மானிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

இந்தோனேஷியாவில் “எகிப்திய தார் அல் இ.:ப்தாவின் பத்வா மற்றும் இந்தோனேசிய அறிஞர்கள் கவுன்சிலின் பத்வாவின் படி நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங் பற்றிய ஒப்பீட்டாய்வு” என்ற தலைப்பிலான ஆய்வு Lahny என்பவரால் 2018 இல் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. தார் அல் இ.:ப்தா மற்றும் இந்தோனேசிய அறிஞர்கள் கவுன்சிலின் பத்வாவின் படி நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங்கை ஒப்பிடுவதே இவ்வாய்வின் பிரதான நோக்கமாகும். இவ்வாய்விற்கான தரவுகள் முதலாம் மற்றும் இரண்டாம் நிலைகளிலிருந்து பெற்றுக்கொள்ளப்பட்டுள்ளன. இந்த ஆய்வின் முடிவின்படி தார் அல் இ.:ப்தா மற்றும் இந்தோனேசிய உலமா மஜ்லிஸ் இரண்டும் நேரடியான விற்பனை பற்றிய புரிதல் மற்றும் சட்ட முறை இரண்டிலும் ஒன்றுபட்டுக் காணப்படுகின்றன.

மேலும், Feng மற்றும் பலர் 2019 ஆம் ஆண்டு சீனாவில் மேற்கொண்ட “சமூக வலைப்பின்னல் பகுப்பாய்வின் அடிப்படையில் பிரமிட் திட்ட நிதியோட்டம் (A case study of pyramid scheme finance flow network based on social network analysis)” என்ற ஆய்வில், நிதியோட்ட நெட்வொர்க் குறைவாகக் காணப்படுதல், நுண் கட்டமைப்பு ஒரு வழக்கமான பிரமிட் கட்டமைப்பைக் காட்டுதல், நிதியானது சமூகத்தில் மற்றும் மிக முக்கியமான நபர்களுக்கிடையே பாய்தல், வெவ்வேறு சமூகங்களுக்கிடையில் உறவுகள் காணப்படாதிருத்தல் மற்றும் பிரமிட் விற்பனையாளர்களுக்கிடையில் ஒரே அளவிலான சில நிதி உறவுகள் காணப்படுதல் போன்றன முடிவுகளாகப் பெறப்பட்டுள்ளன.

Yaakob மற்றும் பலரால் (2020) மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ள “மலேசியாவின் பல் நிலை சந்தைப்படுத்தல் (MLM) துறையில் ஹலால் சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய விமர்சன பகுப்பாய்வு (A Critical Analysis of Halal Marketing in Malaysia’s Multi-Level Marketing (MLM) Industry)” என்ற ஆய்வானது தற்போதைய பல் நிலை சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் அவற்றுக்கான காரணிகளை ஆராய்கிறது. ஆய்வுக்கான தரவுகள் நூலக ஆராய்ச்சி மற்றும் நேர்காணல்களிலிருந்து தரமான அணுகுமுறை மூலம் பெறப்பட்டுள்ளன. இந்த ஆய்வின் கலந்துரையாடல் பகுதியின்படி, பல்வேறு கட்டமைப்புகள் மற்றும் நன்மைகளைக் கொண்ட பல வகையான பல் நிலை சந்தைப்படுத்தல் நிறுவனங்கள் உள்ளன. ஒவ்வொரு வகையான நிறுவனங்களினதும் நன்மைகள் குறித்தும் வெவ்வேறு கருத்துக்கள் காணப்படுகின்றன. இவ் ஆய்வின் முடிவுகளின்படி, ஷரீஆவிற்கு (இஸ்லாமிய சட்டம்) இணக்கமான ஒரு விடயத்தை அங்கீகரிக்கும் போது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய பல பிரிவுகள் காணப்படுவதனால் ஒரு பல் நிலை சந்தைப்படுத்தல் நிறுவனம் ஷரீஆவிற்கு இணக்கமானதா இல்லையா என ஆராய்வது கடினமானது என்று கண்டறியப்பட்டுள்ளது. எனவே, சில வணிகங்கள் ஷரீஆவிற்கு இணங்குவதாகக் கருதுவதற்கு,

நிறுவனங்களின் நிறுவனர்கள் முஸ்லிம்களாக இருக்க வேண்டும். அப்போதுதான் அவர்கள் ஷரீஆ நடைமுறைகளை விளங்கி பின்பற்ற முடியுமாக இருக்கும். எனவே, முஸ்லிம்கள் இந்நிலைமையைப் புரிந்து ஏற்கனவே உள்ள பல் நிலை சந்தைப்படுத்தல் நிறுவனங்களுக்கு இணையான நிறுவனங்களை சர்வதேச மட்டத்தில் உருவாக்க வேண்டுமென இந்த ஆய்வு பரிந்துரைத்துள்ளது.

“ஷரீஆவிற்கு இணக்கமான பல் நிலை சந்தைப்படுத்தல்: பிரச்சினைகள் மற்றும் பரிந்துரைகள் (Shariah Compliant Multi-Level Marketing: Issues And Recommendations)” ((Najahudin, 2020) என்ற ஆய்வானது, அதிக விலை நிர்ணயம், ஊக்க ஊதியம் (Bonus) மற்றும் பிற பல நிலை சந்தைப்படுத்தல் தொடர்பான சர்ச்சைக்குரிய ஷரீஆ பிரச்சினைகள் குறித்து ஆராய்ந்துள்ளது. அத்தோடு, இது சமகால இஸ்லாமிய முஆமலாத் (வியாபார கொடுக்கல் வாங்கல்) அமைப்பு பற்றிய வழிகாட்டுதல்களையும் வழங்குகிறது.

ஜோர்தானில் ஹுஸைன் (2020) என்பவரால் “பல நிலை சந்தைப்படுத்தல்: இஸ்லாமிய சட்டத்தில் கருத்து, உண்மை மற்றும் ஏற்பாடு (Multi-level marketing: The concept, the truth & the provision in the Islamic jurisprudential)” என்ற தலைப்பில் ஆய்வொன்று மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. இந்த ஆய்வானது பல நிலை சந்தைப்படுத்தல், அது தொடர்பான சமகால சந்தைப்படுத்தல் வகைகள், அதன் பிரிவுகள் மற்றும் அவற்றுக்கிடையேயான நுணுக்கங்களை ஊகித்து, சட்ட ரீதியான தீர்ப்பை வழங்குவதை நோக்காகக் கொண்டுள்ளது. இவ்ஆய்வு பல முடிவுகளை முன்வைத்துள்ளது. அதில், *பத்வாவை* துல்லியமாக வழங்குவதற்காக வேண்டி ஒரு மு.ப்தி (மார்க்கத் தீர்ப்பு வழங்கும் அறிஞர்) இந்த அமைப்பை இயக்கும் ஒவ்வொரு நிறுவனத்தையும் தனித்தனியாக படிக்க வேண்டும் என்பது பிரதானமானதாகும். அத்துடன் ஹம்ஸா மற்றும் ஹுசைன் ஆகியோர் 2017ஆம் ஆண்டு “இஸ்லாமிய பொருளாதாரக் கண்ணோட்டத்தில் நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங்” என்ற தலைப்பில் ஓர் ஆய்வினை மேற்கொண்டுள்ளனர்.

அல்ஜீரியாவில் ஜைனுலாப்தீன் மற்றும் அப்துஸ்ஸலம் அலி (2020) ஆகியோரால் எழுதப்பட்ட “நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங் தொடர்பான கருத்தியல் கட்டமைப்பு” என்ற ஆய்வானது நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங் பற்றிய பொதுவான அறிமுகம், நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங் திட்டங்கள் மற்றும் நிலைகள், நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங் நிறுவனங்கள் மற்றும் அவற்றின் செயன்முறைகள் போன்ற மூன்று பிரதான விடயங்களை உள்ளடக்கியுள்ளது.

மேலும், இலங்கை மத்திய வங்கி (CBSL) அறிக்கையின் “பிரமிட் திட்டங்களினால் ஏற்படுத்தப்பட்ட அபாயமும், வலையமைப்பு சந்தைப்படுத்தல் நிகழ்ச்சித்திட்டங்களும்” – 2006, இல.4 இல் பிரமிட் திட்டம் தொடர்பாக பேசப்பட்டுள்ளது. பிரமிட் திட்டம் என்றால் என்ன?, அதன் வகைகள் மற்றும் செயற்பாடு, அதன் இயல்புகள் போன்ற பல்வேறுபட்ட தலைப்புக்களிலான கருத்துக்களை இவ்வறிக்கை முன்வைக்கிறது.

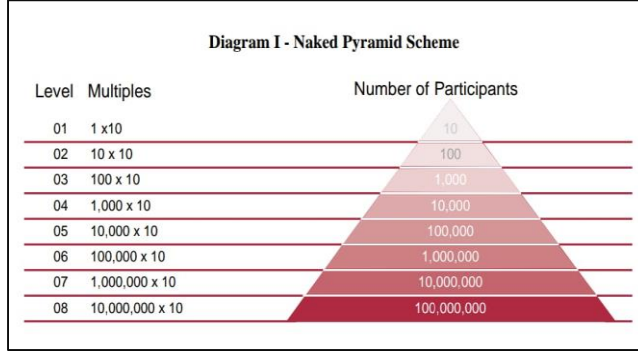
## 7. பெறுபேறுகளும் கலந்துரையாடலும்

### 7.1. பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு முறையின் வகைகள்

பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு முறையானது பிரதானமாக இரண்டு வகைகளை உள்ளடக்கியதாகக் காணப்படுகின்றது.

#### 7.1.1 வெற்று பிரமிட் கட்டமைப்பு (Naked Pyramid Scheme) :-

Fig. 1: Naked Pyramid Scheme (CBSL, 2006)



இது முதலாவது முறையாகும். இது பணத்தை மாத்திரம் அடிப்படையாகக் கொண்டது. இம்முறையில் பணம் செலுத்தி அங்கத்தவரானதன் பின் பலரை அங்கத்தவர்களாக இணைப்பதன் மூலம் பணம் ஈட்டப்படுகிறது.

விளம்பரதாரர் ஒருவர் 10 நபர்களை நிலை 1 இல் பணியமர்த்துவதன் மூலம் ஒரு திட்டம் தொடங்கப்படுகிறது. அவர்கள்

ஒவ்வொருவரும் குறித்த விளம்பரதாரருக்கு தலா 100 ரூபாய் வழங்குவதோடு ஒவ்வொருவரும் தலா 10 நபர்கள் வீதம் 100 நபர்களை நியமிக்க வேண்டும். இவ்வாறு ஒவ்வொரு புதிய பங்கேற்பாளரும் மேலும் 10 பங்கேற்பாளர்களைச் சேர்த்து, ஊக்குவிப்பாளருக்கு ரூபாய் 100 இணை அனுப்புவதன் மூலம் இந்த செயல்முறை தொடர்கிறது. ஒரு கட்டத்தில், ஊக்குவிப்பாளர் திட்டத்திலிருந்து வெளியேறி, மேலும் பணம் வசூலிப்பதை நிறுத்துகின்ற சமயத்தில் நிலை 1 இல் உள்ள 10 பங்கேற்பாளர்களும் பிரமிட்டின் உச்சிக்கு நகர்வார்கள். இந்த நிலைக்குப் பிறகு ஆட்சேர்ப்பு செய்யப்பட்ட அனைத்து பங்கேற்பாளர்களும், தற்போது 1 ஆம் நிலையிலுள்ள 10 பங்கேற்பாளர்களும் திட்டத்தில் இருந்து வெளியேறுவதற்கான கட்டத்தை அடையும் வரை, அவர்களுக்கு ரூபாய் 100 செலுத்த வேண்டும்.

அதன் பிறகு, அவர்களும் திட்டத்திலிருந்து நீங்கியதன் பின்னர் நிலை 2 இல் உள்ள 100 பங்கேற்பாளர்களும் பிரமிட்டின் உச்சிக்கு செல்வதோடு இந்த செயல்முறை தொடரும். அசல் ஊக்குவிப்பாளர் 6 வது நிலையை அடையும் போது பிரமிட் திட்டத்திலிருந்து வெளியேறுகிறார் என்று வைத்துக்கொள்கின்ற போது அசல் விளம்பரதாரருக்கு,

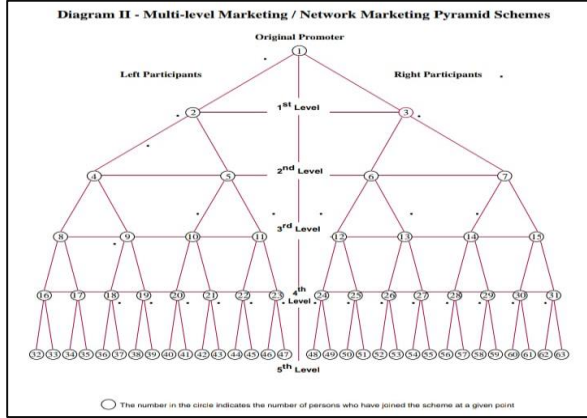
- முதல் நிலை பங்கேற்பாளர்களிடமிருந்து ரூபாய் 1000
- இரண்டாம் நிலை பங்கேற்பாளர்களிடமிருந்து ரூபாய் 10,000
- மூன்றாம் நிலை பங்கேற்பாளர்களிடமிருந்து ரூபாய் 100,000
- நான்காம் நிலை பங்கேற்பாளர்களிடமிருந்து ரூபாய் 1,000,000
- ஐந்தாம் நிலை பங்கேற்பாளர்களிடமிருந்து ரூபாய் 10,000,000 மற்றும்
- ஆறாம் நிலை பங்கேற்பாளர்களிடமிருந்து ரூபாய் 100,000,000

என்ற அடிப்படையில் மொத்த ஊதியமாக ரூபாய் 111,111,000 கிடைக்கப்பெறும் (CBSL, 2006).

### 7.1.2 பொருட்களை அடிப்படையாகக் கொண்ட பிரமிட் கட்டமைப்பு (Multi-level or Network Marketing Scheme) :-

Fig. 2: Multi-Level or Network Marketing Scheme (CBSL, 2006)





இது மற்ற வகையான பிரமிட் திட்டங்களைப் போலல்லாது ஒரு சட்ட வணிக நடைமுறையாகும். இம்முறையில் பங்கேற்பாளர் ஒரு பொருளை உயர்ந்த விலையில் வாங்க வேண்டும். அதற்குப் பதிலாக, ஒரு பொருளை விற்கும் உரிமை மற்றும் திட்டத்தில் ஏனைய பங்கேற்பாளர்களை இணைப்பதற்கான வருமானத்தைப் பெறும் உரிமை போன்றவற்றைப் பெறுவார்கள்.

ஒரு நிறுவனம் பிரமிட் திட்டத்தை விளம்பரப்படுத்தி, அதில் ஒரு தயாரிப்பு அதிக விலை உயர்த்தப்பட்ட ரூபாய் 50,000 இற்கு விற்கப்படும். மேலும் அந்த தயாரிப்பை வாங்குபவர்கள் வாடிக்கையாளர்களைச் சேர்ப்பதன் மூலம் கமிஷன்களைப் பெற தகுதியுடையவர்களாக மாறுவார்கள். இந்த வாடிக்கையாளர்கள் மேலும் வாடிக்கையாளர்களைச் சேர்ப்பதன் மூலம் கமிஷன்களைப் பெற தகுதியுடையவர்களாவார்கள். இருப்பினும், அவர்களுக்குக் கீழே உள்ள பங்கேற்பாளர்களின் எண்ணிக்கை குறைந்தது 10 இனை எட்டினால் மட்டுமே, பங்கேற்பாளர்களின் வலது மற்றும் இடது பங்கேற்பாளர்கள் குழுக்களை உருவாக்கினால் மட்டுமே ஒரு குறிப்பிட்ட படிநிலைக்கு (Promoter) முதல் பங்கேற்பாளருக்கு ரூபாய் 10,000 கமிஷன் வழங்கப்படும். வரைபடம் 2 இல் காட்டப்பட்டுள்ளபடி, அவரது வலது பங்கேற்பாளர் குழுவில் பங்கேற்பாளர்களின் எண்ணிக்கை குறைந்தது 5 மற்றும் இடது பங்கேற்பாளர் குழுவில் பங்கேற்பாளர்களின் எண்ணிக்கை குறைந்தது 5 ஆகும்.

ஒவ்வொரு அடுத்தடுத்த பங்கேற்பாளரும் அறிமுகப்படுத்தும் புதிய பங்கேற்பாளர்களின் எண்ணிக்கை 10 இனை எட்டும் போதெல்லாம், (அவரது இடது பங்கேற்பாளர் குழுவில் 5 பேர் மற்றும் அவரது வலது பங்கேற்பாளர் குழுவில் 5 பேர்) ரூபாய் 10,000 கமிஷன்களைப் பெறுவார்கள். மேலும் படிநிலையில் உள்ள அனைவரும் ஒவ்வொரு முறையும் மேலும் கமிஷன்களைப் பெறுவார்கள். இப்போது படம் 2 இல் காட்டப்பட்டுள்ளபடி படிநிலையானது “சமநிலை பைனரி (Balanced Binary)” முறையில் விரிவடைகிறது என்று வைத்துக்கொண்டால் திட்டமானது 5 ஆம் நிலைக்கு முன்னேறும் போது பிரமிட்டில் 63 நபர்கள் ஈடுபடுவார்கள்.

நிலை 5 இல் ஒரு தயாரிப்புக்கு ரூபாய் 50,000 என்ற அடிப்படையில், நிறுவனத்தின் மொத்த விற்பனை வருமானம் ரூபாய் 3,150,000 (ரூபாய் 50,000 \* 63) ஆகும். செயல்பாட்டில், நிறுவனம் 7 நபர்களுக்கு 17 சந்தர்ப்பங்களில் கமிஷன் வழங்கியிருக்கும் (அசல் விளம்பரதாரருக்கு 7 கமிஷன்கள், நிலை 1 இல் பங்கேற்பாளர்களுக்கு தலா 3 கமிஷன்கள் மற்றும் நிலை 2 இல் பங்கேற்பாளர்களுக்கு தலா 1 கமிஷன்). செலுத்தப்பட்ட மொத்த கமிஷன்கள் ரூபாய். 170,000 (மொத்த விற்பனை வருமானத்தில் 5.4 சதவீதம் மட்டுமே). மேலும், மொத்த பங்கேற்பாளர்களில் 11 சதவீதம் பேர் மட்டுமே இந்த கட்டத்தில் கமிஷன்களைப் பெறுகின்றனர். கமிஷன்களைப் பெறும் பங்கேற்பாளர்களின் எண்ணிக்கை பங்கேற்பாளர்களின் மொத்த எண்ணிக்கையில் ஒரு சிறிய பகுதியே என்பது தெளிவாகிறது. அதே நேரத்தில் செலுத்தப்பட்ட கமிஷன்களின் மதிப்பு நிறுவனத்தின் விற்பனை வருவாயில் ஒரு சிறிய பகுதியாகும். எனவே, திட்டத்தை இயக்கும் நிறுவனமே உண்மையான லாபத்தை ஈட்டுகிறது.

திட்டத்தின் தவிர்க்க முடியாத சரிவின் போது, “பிரமிட்டின்” அடிப்பகுதியில் உள்ள பங்கேற்பாளர்களில் பெரும் பகுதியினரை இழக்க நேரிடுவதோடு உயர்ந்த மதிப்பில் வாங்கிய பொருட்களை மட்டுமே விட்டுவிடுவார்கள் (CBSL, 2006).

## 7.2. பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு முறையின் இயல்புகள்

பெரும்பாலான பிரமிட் திட்டங்கள் தற்போது பல நிலை அல்லது நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங் திட்டங்களாக செயல்படுகின்றன. இத்தகைய திட்டங்களில் பங்கேற்பு மற்றும் ஊக்குவிப்பது சட்டத்தின் மீறலாகும். எனவே, இது தொடர்பில் எச்சரிக்கையாக இருக்க வேண்டியது கட்டாயமாகும் (CBSL, 2006). இத்தகைய வியாபாரக் கட்டமைப்பு முறையை இனங்காண அவற்றின் இயல்புகள் துணை நிற்கின்றன. அந்த வகையில் பிரமிட் வியாபார முறையின் இயல்புகளைப் பின்வருமாறு நோக்கலாம்.

- ❖ பிரமிட் வியாபாரத் திட்டத்தில் இணைவதற்கு அதன் ஊக்குவிப்பாளர்கள் புதிதாக பங்குபற்றுபவர்களை பொருட்கள் அல்லது சேவைகளைக் கொள்வனவு செய்வதன் மூலம் பணத்தை முதலீடு செய்யுமாறு வேண்டுவதோடு, பின்னர் அப்பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை விற்பதன் மூலம் இத்திட்டத்திற்கான மேலதிக பங்காளர்களைக் கொண்டு வருமாறு வேண்டப்படுதல்.
- ❖ இத்தகைய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு சந்தையில் அதிக கேள்வி இல்லாதிருப்பதோடு இவை ஊக்குவிப்பாளர்கள் மூலமாக மாத்திரமே கிடைக்கக் கூடியதாக இருத்தல்.
- ❖ இப்பொருட்களுக்கு இரண்டாம் தரச் சந்தை இல்லாமல் இருப்பதோடு விற்கப்படும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளுக்கான விற்பனைக்குப் பிந்தைய சேவைகளுக்கான உத்தரவாதம் ஊக்குவிப்பாளர்களால் வழங்கப்படாதிருத்தல்.
- ❖ இப்பிரமிட் வியாபாரத் திட்டத்தில் இணைவதற்கான நுழைவுக் கட்டணம் உயர் அளவில் காணப்படுவதோடு, வழங்கப்படும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளுக்கான விலையினூடாக கட்டணம் விதிக்கப்படல்.
- ❖ பங்குபற்றும் நபர்களினால் விற்கப்பட்ட பொருட்கள் அல்லது சேவைகளுக்கான தரகு அவர்களுக்கு வழங்கப்படுவதில்லை. மாறாக அதிக வருவாயைப் பெற வேண்டுமெனில் புதிதாக பங்குபற்றுபவர்களை இணைத்துக் கொள்ள வேண்டுமென்று அறிவுரை வழங்கப்படுகின்றது. இதனடிப்படையில் ஒருவரின் நிதி வருவாய் அவரால் இணைத்துக் கொள்ளப்படும் புதிய ஆட்சேர்ப்புகளின் அளவிலேயே தங்கியிருக்கின்றன.
- ❖ இறுதி நுகர்வோருக்குப் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை சில்லறையாக விற்பனை செய்யும் நோக்கம் இவ்வியாபாரத் திட்டத்தில் சிறிதளவாகக் காணப்படல்.
- ❖ ஊக்குவிப்பாளர்கள் தமது திட்டத்தின் நிறுவன வதிவிடம், முகவரி, தொலைபேசி இலக்கம் என்பவற்றை வெளிப்படுத்தாதிருத்தல் மற்றும் அவர்கள் செயற்படக் கூடிய பிரதேசங்கள் தொடர்பான எந்தவொரு திட்டமிடலும் இல்லாதிருப்பதோடு, எந்தவித வரையறையுமின்றி அதிகரித்த ஆட்சேர்ப்புகளுக்கு ஊக்கமளித்தல்.
- ❖ இவ்வியாபாரத் திட்டத்தில் ஊக்குவிப்பாளர்கள் பல வாக்குறுதிகளை அளித்தல்.
- ❖ புதிதாக, பங்குபற்றிய திட்டத்தின் அடிமட்டத்தில் இருப்பவர்கள் புதிய ஆட்சேர்ப்புகளைச் செய்ய முடியாத சந்தர்ப்பம் ஏற்படும் போது அவர்கள் தாம் இட்ட முதலீட்டை இழக்கும் நிலை ஏற்படுவதோடு அத்திட்டம் முறிவடையும் நிலையும் ஏற்படல் (இர்ஷாத், 2012 & அஸ்ஸ, 2012).

### 1.1. பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு பற்றிய இஸ்லாமிய கண்ணோட்டம்

பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு குறித்து சமகாலத்தில் பல கருத்துக்கள் நிலவிய போதிலும் பெரும்பாலான அறிஞர்கள் அது *ஹராமானது* என்ற நிலைப்பாட்டையே கொண்டுள்ளனர். பல *பத்வா* நிறுவனங்கள் பிரமிட் வியாபாரம் தடுக்கப்பட்டது என்றே கூறுகின்றன. குறிப்பாக, அகில இலங்கை *ஜம்இய்யத்துல் உலமா*, இலங்கை – இல 021/ACJU/FTW/012/0170, கல்வி, ஆய்வு மற்றும் *பத்வாவுக்கான* ஒன்றியம். சவுதி அரேபியா – *பத்வா* இல 22935, ஜோர்தான் *பத்வா* நிலையம் – *பத்வா* இல 1995, இஸ்லாமிய சட்ட மையம், இந்தியா – *பத்வா* 16/470, கட்டார் இஸ்லாமிய *பத்வா* நிலையம் – *பத்வா* இல 35492, *பத்வா* நிலையம், எகிப்து – *பத்வா* இல 3861, *தாருல் உலூம் பத்வா* நிலையம், கராச்சி, இஸ்லாமிய பிக்ஹ் மையம், சூடான் (ருஷ்தி, 2016). போன்ற நிறுவனங்களே இவ்வாறு பிரமிட் வியாபாரம் *ஹராமெனக்* குறிப்பிடுகின்றன. அத்தோடு, கலாநிகளான ஸாமி அஸ்ஸுவலிம், இப்றாஹீம் அழ்ழர், ரபீக் யூனுஸ் மிஸ்ரி, ஹஸன் ஷஹ்ஹாதா, அலி முஹ்யுத்தீன் அல்கர்ஹ் தாகி, யூஸுப் இப்னு அப்துல்லாஹ் அஷ்ஷபீலி, அப்துல்லாஹ் அர்ரக்பான், முஹம்மத் அல்அஸீமி, உமர் அல்முக்பில், அப்துர்ரஹ்மான் அல் அதர்ம், அப்துல் முஹ்ஸின் அவ்தா, ஸஅத் அல் ஹுஸ்லான், அப்துல்லாஹ் அஸ்ஸமக், அஹ்மத் அல்ஹஜ் அல்குர்தி, நியாழ் முஹம்மத் அல்முஸைமிரி, றஜப் அபூ மலீஹ், ஹாலித் மிஷைஹ், ஸப்வத் ஹிஜாஸி, ஹுஸைன் அஷ்ஷஹ்ரானி, புன்தூர் அத்தையாபி, ஸல்மான் அல் அவ்தா, அப்துல் முஹ்ஸின் அல்அபீகான், அப்துல் முஹ்ஸின் அஸ்ஸாமில், அப்துல் ஹை யூஸுப், அஹ்மத் அஸ்ஸஹ்லி, அப்துல் ஹை அல்பர்மாவி, அஷ்ஷெய்க்குகளான அப்துல் அஸீஸ் பின் ஸாலிஹ் ஹுதா, முஹம்மத் ஹமுத் அந்நஜ்தி, அலி ஹஸன், முஹம்மத் அல்முன்ஜித் போன்ற அறிஞர்களும் பிரமிட் வணிகம் *ஹராம்* எனக் குறிப்பிடுகின்றனர். (அஸீஸ், 2012).

மேற்கூறப்பட்ட நிறுவனங்கள் மற்றும் அறிஞர்களின் சில பத்வாக்கள் (மார்க்கத் தீர்ப்பு) (ஹுஸாம் தீன், 2013):

#### I. அஷ்ஷபகா இஸ்லாமிய்யா நிறுவனம் :-

இந்த நெட்வொர்கிங் வியாபாரமானது மார்க்கம் தடுத்த ஒன்றாகும். ஏனெனில் அந்த வியாபாரங்களோடு கரர் என்று சொல்லப்படும் நிச்சயமற்ற தன்மை மற்றும் மற்றவர்களுடைய சொத்துக்களை அநியாயமான முறையில் பெற்றுக்கொள்ளுதல் மற்றும் ஒரு பொருளை வாங்கும் நோக்கோடு அல்லாமல் அதிலிருந்து பெறப்படும் தரகுக்காக (கமிஷன்) மட்டுமே அந்தப் பொருட் கொள்வனவு இடம்பெறுதல் போன்ற காரணங்களுக்காக இது தடுக்கப்படுகின்றது.

#### II. சூடான் நாட்டு பிக்ஹ் கவுன்சில் :-

நிறுவனங்கள் மேற்கொள்ளும் பிரமிட் முறையில் இஸ்லாம் தடுத்த சூது என்று கூறப்படும் விடயம் காணப்படுகிறது. எனவே, அதனடிப்படையில் பிரமிட் வியாபாரமானது *ஹராமான* ஒன்றாகக் கொள்ளப்படுகிறது.

#### III. ஆராய்ச்சி மற்றும் .:பத்வாவுக்கான சவுதி அரேபியாவின் நிரந்தரக் குழு :-

இந்த ஒப்பந்தத்தின் நோக்கம் தரகு (கமிஷன்) சம்பாதிப்பதே தவிர பொருளை வாங்குவதல்ல என்பதனால் அது *ஹராமானது*.

IV. பலஸ்தீனுடைய பத்வாவுக்குப் பொறுப்பான குழு :-

பிரமிட் வியாபாரத்தில் ஈடுபடும் நிறுவனங்களோடு தொடர்பு வைத்திருத்தல் அல்லது அதில் ஈடுபடுதல் *ஷரீஅத்தின்* அடிப்படையில் *ஹராமான* விடயமாகும்.

V. டாக்டர் சாமி சுவலிம் :-

இஸ்லாமானது ஒரு சிறந்த அடிப்படையைக் கொண்ட மார்க்கமாகும். இஸ்லாமிய சட்டங்களானது நீதியின் அடிப்படையிலும் மற்றும் அநீதிக்கு எதிரான அடிப்படையிலும் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. புத்திஜீவிகளின் கருத்துப்படி, இந்த பிரமிட் வியாபாரமானது ஏமாற்று மற்றும் ஏனையவர்களின் பொருட்களை அநீதமான முறையில் இன்னொருவர் எடுத்துக்கொள்வது போன்ற விடயங்களோடு சம்பந்தப்பட்டிருப்பதால் அது கூடாத ஒரு விடயமாகக் கொள்ளப்படுகிறது. எனவே, இந்த அடிப்படையில் இஸ்லாம் மார்க்கமானது இந்த விடயத்தை நீதம் எனும் அடிப்படையில் தடுப்பதற்கு மிகவும் ஏற்றமான மார்க்கமாகும்.

VI. டாக்டர் யூஸுப் :-

நெட்வொர்க் வியாபாரத்தில் ஈடுபடக் கூடிய நிறுவனங்களிடமிருந்து இலாபம் ஈட்டுவது இஸ்லாம் தடுத்த *ஹராமான* ஒரு விடயமாகும். ஏனெனில், இந்த நிறுவனங்களில் விற்கப்படும் பொருட்கள் தேவைகளுக்கு வாங்கப்படுவதில்லை. மாற்றமாக அவைகள் தரகு (கமிஷன்) பெற வேண்டும் என்ற நோக்கத்தில் மாத்திரமே விற்பனை செய்யப்படுகின்றன. எனவே, இவ்வாறு இடம்பெறுவது வட்டி மற்றும் நிச்சயமற்ற தன்மை போன்றவற்றுடன் தொடர்புபடுவதால் இது இஸ்லாத்தில் தடை செய்யப்பட்ட ஒன்றாக மாற்றம் பெறுகிறது.

இவ்வாறு சிலரது *பத்வாக்கள்* மாத்திரம் இங்கு எடுத்துநோக்கப்பட்டாலும் மேற்கூறப்பட்ட ஏனைய அறிஞர்கள் மற்றும் நிறுவனங்களும் இதே கருத்தில் ஒன்றுபட்டுள்ளனர்.

மேலும், ஒரு பிரமிட் திட்டத்தின் அடிப்படையிலான வணிக வகை அல்லது “மல்டி லெவல் மார்க்கட்டிங்” என அழைக்கப்படுவது சட்டவிரோதமானது. அத்தகைய வணிகத்தின் உண்மையான நோக்கம் நிறுவனத்திற்குப் புதிய உறுப்பினர்களை அறிமுகப்படுத்துவதன் மூலம் கிடைக்கும் கமிஷன்களைப் பெறுவதே தவிர, உற்பத்திகளை விற்பதன் மூலம் இலாபம் ஈட்டுவதல்ல. தரகுகள் (கமிஷன்கள்) பல்லாயிரக்கணக்கான டாலர்களை எட்டும் நேரத்தில், பொருட்களின் விற்பனையிலிருந்து சேகரிக்கப்படும் வருவாய் சில நூறு மட்டுமே. பெரும்பாலும் “தயாரிப்பு விலை (Cost of Production or producing cost)” என்று குறிப்பிடப்படும் ஒப்பீட்டளவில் சாதாரண ஆரம்ப தொகையை செலுத்துவதற்கு எதிராக பெரிய வருமானம் தருவதாக வாக்குறுதியளிப்பதன் மூலம் அவர்கள் வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கின்றனர். இதுவே இவ்வியாபாரத்தின் உண்மையான இயல்பு. எனவே, இஸ்லாமிய தீர்ப்பு பிரமிட் வியாபாரம் சட்டவிரோதமானது என்பதாகும். இவ்வாறு பிரமிட் வியாபாரம் இஸ்லாத்தில் தடுக்கப்பட்டது என்று கருத்துக்களை முன்வைத்த அனைத்து அறிஞர்களினதும் பத்வாக்களை அடிப்படையாக வைத்து பிரமிட் வியாபாரம் சட்டவிரோதம் என்பதற்கான பல காரணங்கள் முன்வைக்கப்பட்டுள்ளன (Minhaj, 2015).

❖ இவ்வியாபாரமானது சூது, மோசடி போன்றவற்றை ஒத்ததாகக் காணப்படுகின்றது.

இஸ்லாத்தின் அடிப்படையில் சூது மற்றும் மோசடி தடுக்கப்பட்டுள்ள பாவ காரியங்களாகும். “ஈமான் கொண்டோரே! மதுபானமும் சூதாட்டமும், கற்சிலைகளை வழிபடுதலும், அம்புகள் எறிந்து குறி கேட்பதும், ஷைத்தானின் அருவருக்கத்தக்க செயல்களிலுள்ளவையாகும். ஆகவே,

நீங்கள் இவற்றைத் தவிர்த்துக் கொள்ளுங்கள். அதனால் நீங்கள் வெற்றியடைவீர்கள் (ஸூறா மாதா: 90).

சூதாட்டம் ஷைத்தானின் அருவருக்கத்தக்க செயல்களில் ஒன்றாகும். இது சிரமப்படாமல் பணம் சம்பாதிக்க வழிவகுக்கின்றது. மது எவ்வாறு மனிதனை நிலைகுலையச் செய்கிறதோ அது போல் சூதாட்டமும் மனிதனின் புத்தியை மழுங்கச் செய்கிறது. சூதாட்டத்தில் ஈடுபடுபவரின் நோக்கம் பிறரின் பணத்தைச் சுரண்டுவதாகும் (அஸீஸ், 2012).

மேலும், மோசடியை எடுத்துநோக்குகின்ற போது, மோசடி செய்யும் ஒருவர் தான் மோசடி செய்த பொருளைக் கொண்டே தண்டிக்கப்படுவார் என அல்லாஹ் எச்சரிக்கை செய்கின்றான். “மோசடி செய்பவனுக்கு மறுமை நாளில் கொடி ஒன்று நாட்டப்பட்டு, இது இன்னாருடைய மகன் இன்னாரின் மோசடி என்று கூறப்படும்” என்று நபி ஸல்லல்லாஹு அலைஹி வஸல்லம் அவர்கள் கூறியதாக இப்னு உமர் ரலியல்லாஹு அன்ஹு அவர்கள் அறிவித்துள்ளார்கள் (புகாரி: 6177).

#### ❖ இது நிச்சயமற்ற தன்மையை (கரர்) உள்ளடக்குகிறது.

சந்தாதாரர் தனது தரகினைப் (கமிஷன்) பெறத் தேவையான எண்ணிக்கையிலான புதிய சந்தாதாரர்களைப் பெற முடியுமா, இல்லையா என்பதனை அறியாமல் நிச்சயமற்ற தன்மை ஏற்படுகிறது. அத்தோடு, சந்தாதாரர் பிரமிட் திட்டத்தின் அதிக இலாபங்களைப் பெறும் உயர் அடுக்குகளில் ஒன்றிலா அல்லது கீழ் அடுக்குகளில் ஒன்றிலா இருப்பார்? என்ற விடயமும் நிச்சயமற்ற தன்மையாகவே இருக்கிறது. மேலும் இந்த பிரமிட் வியாபாரத்தில் வெகு சிலருக்கே இலாபம் கிடைக்கும். பெரும்பாலானோர் இதில் தோல்வியுடையவர்களாகவே காணப்படுவர் (Minhaj, 2015).

“அல்லாஹ்வின் தூதர் நபி ஸல்லல்லாஹு அலைஹி வஸல்லம் அவர்கள் ஒரு கல் எறிவதன் மூலம் தீர்மானிக்கப்படும் வணிக பரிவர்த்தனைகள் மற்றும் நிச்சயமற்ற தன்மை கொண்ட வணிக பரிவர்த்தனைகளைத் தடை செய்துள்ளார்கள்” (முஸ்லிம்: 1513).

#### ❖ வட்டியின் இயல்புகளைக் கொண்டிருக்கின்றது.

பிரமிட் வியாபாரத் திட்டத்தில் அதிகளவு பணம் சம்பாதிக்கும் நோக்கில் குறைந்தளவு பணம் செலுத்தப்படுகின்றது. இங்கு விற்கப்படும் பொருட்கள் பணம் கைமாற்றப்படுவதை மறைப்பதற்கான ஒரு உத்தியாகவே காணப்படுகின்றது. உண்மையில் இப்பொருட்களை வாங்கும் நோக்கம் இருப்பதில்லை. மாறாக அதில் ஓர் அங்கத்தவராகி அதிக பணம் சம்பாதிப்பதையே இது நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது (இர்ஷாத், 2012).

அல்லாஹ் அல்குர்ஆனிலே, “ஈமான் கொண்டவர்களே! நீங்கள் உண்மையாக முட்டிமீள்களாக இருந்தால், அல்லாஹ்வுக்கு அஞ்சியடங்கி, எஞ்சியுள்ள வட்டியை வாங்காது விட்டு விடுங்கள். இவ்வாறு நீங்கள் செய்யவில்லையென்றால் அல்லாஹ்விடமிருந்தும் அவனுடைய தூதரிடமிருந்தும் போர் அறிவிக்கப்பட்டு விட்டது என்பதை அறிந்து கொள்ளுங்கள். நீங்கள் தவ்பா செய்து இப்பாவத்திலிருந்தும் மீண்டும் விட்டால், உங்கள் பொருள்களின் அசல்-முதல் உங்களுக்குண்டு. கடன்பட்டோருக்கு நீங்கள் அநியாயம் செய்யாதீர்கள். நீங்களும் அநியாயம் செய்யப்படமாட்டீர்கள்” (ஸூறா பகரா: 278, 279) என்று வட்டியைத் தடை செய்துள்ளமையைக் காண முடிகிறது.

❖ **பொது மக்களின் சொத்து, செல்வங்களை அநியாயமான முறையில் சுரண்டி, ஏமாற்றும் வகையில் இவ்வியாபார முறை அமைந்திருக்கின்றமை.**

பொருள் விற்பனை அதன் உண்மையான குறிக்கோளாக இல்லாத போது நிறுவனம் தனது தயாரிப்பை அதன் வணிகமாக தவறாக சித்தரித்து மக்களை ஏமாற்றுகிறது. இது போன்ற பெரிய தரகுகள் (கமிஷன்கள்) பெரும்பாலான சந்தாதாரர்களுக்கு அடைய முடியாத போது சந்தாதாரர்களுக்கு கணிசமான தரகுகள் (கமிஷன்கள்) என்ற வாக்குறுதியை அளிப்பதன் மூலம் ஏமாற்றல் இடம்பெறுகிறது. இது சட்டவிரோத ஏமாற்று வேலையாகும். இதனையே நபி ஸல்லல்லாஹு அலைஹி வஸல்லம் அவர்கள், “எங்களை ஏமாற்றுகிறவன் நம்மில் ஒருவன் அல்ல” (முஸ்லிம்: 101) என்று கூறியுள்ளார்கள் (Minhaj, 2015).

❖ **விற்கக் கூடிய பொருட்கள் உண்மையிலேயே பொருட்களின் தேவைக்காக விற்கப்படாமை.**

இந்நிறுவனங்கள் செய்யக் கூடிய இந்த வியாபாரத்திற்கான ஓர் திரையாகவே பொருட்களைப் பயன்படுத்துகின்றனர். இவ்வாறான பொருட்கள் இருப்பதும் இல்லாமல் இருப்பதும் சட்டவியல் அடிப்படையில் ஒன்று தான். *லெஜினதுத் தாஇமாவுடைய பத்வாவில்* வந்திருப்பதாவது, இவ்வாறான கொடுக்கல் வாங்கல்கள் செய்வது ஹராமாகும். ஏனெனில் நிச்சயமாக இந்தக் கொடுக்கல் வாங்கல்களின் நோக்கம் உற்பத்திப் பொருட்களை விற்பனை செய்வது அல்ல. மாற்றமாக அதற்கான தரகினைப் (Commission) பெறுவதாகும். அதுமட்டுமல்லாமல் இந்தப் பொருட்களுக்கான தரக (Commission) ஆயிரக்கணக்கில் வாங்கப்படுகின்றன. உதாரணமாக, இந்த உற்பத்திப் பொருட்களின் விலை நூறு ரூபா பெறுமதியில் இருக்கும் போது அதற்கான தரகாக (Commission) பத்தாயிரத்திற்கும் மேற்பட்ட பெறுமதி பெறப்படுகிறது. இவ்வாறு காணப்படுவதும், மற்றும் குறைந்த உற்பத்திச் செலவுக்கு அதிக இலாபம் பெறப்படும் மோசமான ஒரு நடைமுறை இந்த வியாபாரத்தில் காணப்படுவதாலும், இந்த நிறுவனங்கள் இந்த விடயத்தை மறைப்பதற்கு ஒரு ஆயுதமாகவே அதில் விற்கப்படும் பொருட்களைப் பயன்படுத்துவதாலும் இந்த முறைமை இஸ்லாத்தில் தடுக்கப்பட்ட ஒன்றாகக் காணப்படுகிறது.

மேலும், பிரமிட் வியாபாரப் பரிவர்த்தனை முறைகளில் பங்குபற்ற விரும்பும் முஸ்லிம்கள் அத்தகைய பரிவர்த்தனைகள் சில கூறுகளைப் பின்பற்றுவதை உறுதி செய்து கொள்ள வேண்டும் (Majlis Ugama Islam Singapura, n.d).

I. பங்கேற்பாளர்கள் தமது விருப்பத்துடனேயே இதில் பங்கேற்க வேண்டும். அத்தோடு உறுப்பினர் அல்லது முகவராக ஆவதற்கு கட்டாயப்படுத்தவோ அல்லது அழுத்தம் கொடுக்கவோ கூடாது.

நபி ஸல்லல்லாஹு அலைஹி வஸல்லம் அவர்கள் “ஒரு முஸ்லிமின் சொத்திலிருந்து அவரது விருப்பத்தின் அடிப்படையிலன்றி நன்மை பெறுவது சட்டவிரோதமானது” என்று கூறியுள்ளார்கள். (அல் பைஹகி)

II. பரிவர்த்தனைகளில் உறுதியான மதிப்புள்ள உற்பத்திகள் இருக்க வேண்டும். அதாவது, கொடுக்கப்பட்ட விலை பரிவர்த்தனை செய்யப்பட்ட பொருட்களுக்கு பொருத்தமானதாக இருக்க வேண்டும். இஸ்லாத்தில் உறுதியான, மதிப்பில்லாத உற்பத்திகளை உள்ளடக்கிய பரிவர்த்தனைகள் *பைஉ கர்ர* அல்லது தெளிவற்ற பரிவர்த்தனைகள் என்று கருதப்படுகின்றன.

III. இதில் தொடர்புபட்ட உற்பத்திகள் சட்ட மற்றும் இஸ்லாமிய அம்சங்களில் அனுமதிக்கப்பட்ட ஹலாலானவையாக இருக்க வேண்டும்.

நபி ஸல்லல்லாஹு அலைஹி வஸல்லம் அவர்கள் கூறினார்கள், “அல்லாஹ் சட்டவிரோதமான ஒன்றைச் செய்தால் அவன் அதன் விற்பனையை சட்டவிரோதமாக்குகின்றான்” (அபூதாவூத்).

IV. இவ்வியாபாரத் திட்டத்தில் ஈடுபட்டுள்ள அனைத்துத் தரப்பினரும் பெறும் போனஸ் மற்றும் உதவித்தொகையை அனைத்து உறுப்பினர்களும், முகவர்களும் அறிந்து ஒப்புக் கொள்ள வேண்டும்.

மேற்கூறப்பட்ட நிபந்தனைகளுக்குட்பட்ட வகையில் ஒரு பிரமிட் வியாபாரம் காணப்படுமானால், அது இஸ்லாத்தில் ஏற்புடையதாகக் கருதப்படுகிறது.

## 7. முடிவுரை

மிக வேகமாக வளர்ச்சியடைந்து வரும் தொழில்நுட்பம் இன்று முழு உலகையும் ஆக்கிரமித்து குக்கிராமமாகக் காட்சிப்படுத்தியிருக்கிறது. இந்நிலையில் சமூகமும் அசுர வேகத்திலான வளர்ச்சியை நாடி சட்டவிரோதமான முறைகளில் ஈடுபட்டு பொருளாதாரத்தை உயர்த்தும் நடவடிக்கைகளில் ஈடுபட்டுக் கொண்டிருக்கின்றது. இதனூடாக எதிர்காலத்துக்கும் இணைத்து பொருளீட்டுவதே மனிதனின் பிரதான இலக்காகும். இதனடிப்படையில், சூதாட்டம், மோசடி போன்றவற்றை ஒத்த, சந்தேகத்துக்கிடமான, மக்களை ஏமாற்றி முதலீட்டுக்கு மேலதிகமாக பணம் ஈட்டும் பிரமிட் வியாபாரம் நாட்டு சட்டம் மற்றும் இஸ்லாமிய சட்டம் இரண்டிலும் தடுக்கப்பட்ட ஒன்றாகவே விளங்குகிறது.

ஒரு மனிதனிடமிருந்து பணத்தை கையாடிவிட்டாலோ அல்லது ஏமாற்றிப் பறித்து விட்டாலோ சட்டத்தில் அக்குற்றத்திற்கான தண்டனை உண்டு என்ற வகையில் பிரமிட் வியாபாரத் திட்டம் இலங்கையில் 1988 ஆம் ஆண்டின் 30 ஆம் இலக்க வங்கிச் சட்டத்தின் கீழ் முழுமையாக தடை செய்யப்பட்டிருப்பதுடன் இதில் பங்குபற்றும் நபர்களுக்கு 3 வருடங்கள் வரைக்குமான சிறைத்தண்டனை அல்லது 10 இலட்சம் வரையான தண்டப்பணம் அபராதமாக விதிக்கப்படும் (ருஷ்தி, 2016). இஸ்லாத்திலும் இது தடுக்கப்பட்டுள்ளது என்பது பகுப்பாய்விலிருந்து பெற்றுக்கொள்ளப்பட்ட முடிவாகும்.

உலகம் இன்று இத்தகைய வியாபாரங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டு இயங்கும் பொழுது முடிந்த அளவு அதிலிருந்து விலகி தங்களைக் கட்டுக்கோப்பாக வைத்து இறைவனுக்குப் பயந்து வாழும் சமூகத்தினராக நாம் இருக்க வேண்டியது கட்டாயக் கடமையாகும்.

## 8. பரிந்துரைகள்

இலாபத்தை அதிகரிக்கக் கூடிய அல்லது ஆரம்ப முதலீட்டைத் திரும்பப் பெறுவதற்காக வேண்டி அடுத்தடுத்து முதலீட்டாளர்களைக் கொண்டுவர வேண்டுமென்ற நிபந்தனைகளுடன் வணிக முறைகள் அறிமுகமானால் அது தொடர்பில் எச்சரிக்கையுடன் நடந்து கொள்ள வேண்டும். ஒரு வியாபாரத்தில் முதலீடு செய்வதற்கு முன் அதன் உரிமையாளர் அல்லது முதலீட்டின் சட்டபூர்வமான தன்மையை சுயாதீனமாக சரிபார்த்தல் வேண்டும். இவ்வியாபாரம் குறித்து சமூக வலைத்தளங்களில் பல தகவல்கள் பகிரப்படுகின்றன. அவ்வாறான தகவல்கள் எமக்கு வருமிடத்து அதனை உடனே பகிர்வதை விடுத்து அது பற்றி அலசி ஆராய்ந்ததன் பின் பகிர்வதா

இல்லையா என்பது பற்றி சிந்திக்க வேண்டும். எதனைச் செய்கின்ற போதும் அதனைத் தீர் விசாரித்து, இஸ்லாமிய வரையறைகளை அவதானித்து, ஆலிம்கள் மற்றும் அறிஞர்களின் ஆலோசனைகளைப் பெற்றே நடவடிக்கையில் இறங்க வேண்டும். மக்கள் இத்தகைய நிறுவனங்களிடம் ஏமாறுவதைத் தடுப்பதற்காக வேண்டி விழிப்புணர்வு நிகழ்ச்சித் திட்டங்களை ஏற்பாடு செய்து மக்களுக்குத் தெளிவினை வழங்க வேண்டும்.

வர்த்தக அமைச்சகம் போன்ற வர்த்தகத்தில் சம்பந்தப்பட்ட அதிகாரிகள், இந்த வியாபார விஷயத்தில் மேலும் ஆராய்ச்சி மற்றும் ஆய்வுகள் செய்ய வேண்டும், பின்னர் அத்தகைய திட்டங்களுக்கு கடுமையான மற்றும் பொருத்தமான சட்டங்களை இயற்ற வேண்டும், மேலும் இந்த செயல்முறையை நடைமுறைப்படுத்தும் நிறுவனங்களிடமிருந்து உரிமங்களை திரும்பப் பெற வேண்டும். இத்தகைய சட்டவிரோதமான வியாபாரங்களில் ஈடுபடுவோருக்கு எதிராக சட்டத்தில் தண்டனைகள் காணப்பட்டாலும் அதன் நிறுவனங்களைத் தடை செய்வதற்கான சட்டதிட்டங்களை மேலும் கடுமையாக்க வேண்டும். பணத்துக்காக எதனையும் விளம்பரப்படுத்தும் நிலை மாறி, தொண்டு நிறுவனங்கள் மற்றும் பத்திரிகையாளர்கள் இந்த வியாபாரத்தின் தீமைகள் மற்றும் அது மக்கள் மற்றும் நாட்டிற்கு ஏற்படுத்தும் பொருளாதார சேதம் பற்றி எச்சரிக்குமாறு வலியுறுத்தல் வேண்டும். ஊடகங்கள் மற்றும் சமூக தொடர்புகளில் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் விதியை விளக்கும் வேலை, சலனங்களைப் பொருட்படுத்தாமல், இந்த பரிவர்த்தனையின் ஆபத்து பற்றி இளைஞர்களுக்கு அறிவுறுத்த வேண்டும். நிறுவனங்களின் உரிமையாளர்கள் தங்கள் நடவடிக்கைகளில் இறைவனுக்குப் பயப்பட வேண்டும், அனுமதிக்கப்பட்ட வழியில் தங்கள் வாழ்வாதாரத்தை சம்பாதிக்க ஆர்வமாக இருக்க வேண்டும்.

## References

- Budiandru, Dhiya ulhaq & Arianurzahra. (2018). Multi-Level Marketing in Sharia Accounting Perspective. *Al-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 2(1), 13-23. doi: 10.22236/alurban\_vol2/is1pp13-23
- Burhan. (n.d). *Pyramid business lawful*. Islamhelpline. <http://islamhelpline.net/answer/8790/pyramid-business-lawful>
- CBSL. (2006, May). *Danger Posed by Pyramid Schemes & Network Marketing Programs*. <https://www.cbsl.gov.lk>
- CFI. (2021). *Pyramid Scheme*. Corporate Finance Institute. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/pyramid-scheme/>
- Fazrihan, M. D. (2014). *Multi-Level Marketing in Islam & Case Study of Young living in Singapore* [Master's Thesis, Singapore Management University]. Google Scholar. [https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as\\_sdt=0%2C5&q=Multi-Level+Marketing+In+Islam+%EF%BB%BF+%26+%EF%BB%BF+Case+Study+of+Young+Living+In+Singapore&btnG=#d=gs\\_qabs&u=%23p%3DqsUhqRkZ3IIJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Multi-Level+Marketing+In+Islam+%EF%BB%BF+%26+%EF%BB%BF+Case+Study+of+Young+Living+In+Singapore&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DqsUhqRkZ3IIJ)
- Feng, P., Sun, D., & Gong, Z. (2019). A Case Study of Pyramid Scheme Finance Flow Network Based on Social Network Analysis. *Sustainability*, 11(16), 4370. doi: 10.3390/su11164370
- Hussain, A. H. (2020). *Multi-Level Marketing: The Concept, The truth & The Provisions in Islamic Jurisprudential*. Al Manhal. <https://platform.almanhal.com/Details/Article/140584>



- Jarvis, C. (2000). The Rise and fall of the Pyramid Schemes in Albania. *IMF Staff Papers*, 47(1), 1-29. Retrieved August 10, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/3867623>
- Lahny, M. A. (2018). *Multi-Level Marketing Menurut Fatwa Dar Ifta Mesir and Majelis Ulama Indonesia (Comparative Study)*. [Thesis, Department of Sharia Business Law]. Islamic University of Moulana Malik Ibrahim Malang.
- Majlis Ugama Islam Singapura. (n.d). *Advisory on Multi-Level Marketing*. Office of the Mufti. <https://www.muis.gov.sg/officeofthemufti/Irsyad/Advisory-on-Mufti-Level-Marketing>
- Minhaj, A. (2015, May 12). *Fatwa on Multi-Level Marketing like (CAN)*. Facebook. [https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=684519774986967&id=234272826678333](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=684519774986967&id=234272826678333)
- Najahudin. (2020, April 22). *Shariah Compliant Multi Level Marketing: Issues and Recommendations*. Dr. Najahudin Blog. <http://najahudin.net/blog/shariah-compliant-multi-level-marketing-issues-and-recommendations/>
- NYS Attorney General. (n.d). *Don't Get Caught in a Pyramid Scheme*. <https://ag.ny.gov/consumer-frauds/pyramid-schemes>
- Pyramid Scheme. (n.d). *Everyday Finance: Economics, Personal Money Management and Entrepreneurship*. Encyclopedia. [https://www.encyclopedia.com/finance/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/pyramid-scheme#:~:text=Although%20the%20exact%20origins%20of,Ponzi%20\(1882%E2%80%931949\)](https://www.encyclopedia.com/finance/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/pyramid-scheme#:~:text=Although%20the%20exact%20origins%20of,Ponzi%20(1882%E2%80%931949))
- Yaakob, S., Kartika, B., Jamaludin, M.A., Razali, M.A., & Perdana, F.F.P. (2020). A Critical Analysis of Halal Marketing in Malaysia's Multi-Level Marketing (MLM) Industry. *Journal of Halal Industry & Services*. 3(1): a0000119.
- அஸ்ஸ, ஜே. (2012, July 12). *பிரமிட் மற்றும் வலையமைப்பு வியாபார முறைமைகள் பற்றிய இஸ்லாமிய கண்ணோட்டம்*, Jaffna Muslim. [http://www.jaffnamuslim.com/2012/07/blog-post\\_9305.html?m=1](http://www.jaffnamuslim.com/2012/07/blog-post_9305.html?m=1)
- அபூஷமா. (2006, August 26) *மல்டி லெவல் மார்க்கட்டிங் - MLM*. சத்தியமார்க்கம். <http://www.satyamargam.com/articles/serial/research-articles/mlm-1/>
- ஆதம்பாவா, எம். எம். (2011, January 14). *இஸ்லாத்தில் வியாபாரமும் தவிர்க்க வேண்டியவைகளும்*. தினகரன். [http://archives.thinakaran.lk/2011/01/14/\\_art.asp?fn=r1101142](http://archives.thinakaran.lk/2011/01/14/_art.asp?fn=r1101142)
- இர்ஷாத், எம். (2012, July 6). *பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு முறைமை பற்றிய இஸ்லாமியக் கண்ணோட்டம் என்ற தலைப்பில் அகில இலங்கை ஜம்இய்யதுல் உலமா வழங்கிய பத்வா*. Facebook. [https://m.facebook.com/nt/screen/?params=%7B%22note\\_id%22%3A3404017336340534%7D&path=%2Fnotes%2Fnote%2F&refsrc=deprecated& rdr](https://m.facebook.com/nt/screen/?params=%7B%22note_id%22%3A3404017336340534%7D&path=%2Fnotes%2Fnote%2F&refsrc=deprecated& rdr)
- இஸ்லாமியபுரம். *இஸ்லாம் கூறும் வியாபாரம்* (n.d). [https://islamiyapuram.blogspot.com/2016/12/blog-post\\_91.html?m=1](https://islamiyapuram.blogspot.com/2016/12/blog-post_91.html?m=1)
- முஹம்மத், ஏ. (2012). *நெட்வொர்க் மற்றும் படிநிலை சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் இஸ்லாமிய சட்டத்தில் அதன் விதிகள்*. *மஜல்துல் உலாமிஷ் ஷரஇய்யா*

- ருஷ்தி, எச். (2016, July 23). பிரமிட் வியாபாரக் கட்டமைப்பு முறை மூலம் அண்மைக் காலமாக எமது பிரதேசங்களில் பரவி வரும் சட்ட விரோத வர்த்தகம். SLMC வெளிச்சம். <http://slmevelichcham.com/?p=20004>
- ஹம்ஸா, எம்., & ஹுசைன், ஏ. (2017). இஸ்லாமிய பொருளாதாரக் கண்ணோட்டத்தில் நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங். ஜோர்தானியன் தார் அல் இஃப்தா. <https://aliftaa.jo/Research.aspx?ResearchId=102#XYofmigzbIU>
- ஹுஸாம் தீன், ஏ. (2013, June 10). நெட்வொர்க்கிங் மார்க்கட்டிங்கை தடை செய்வதற்கான காரணங்கள். IslamWay. [https://ar.islamway.net/fatwa/42985/%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D8%AA%D8%AD%D8%B1%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D9%83%D9%8A?\\_ref=c-rel&\\_score=0.3](https://ar.islamway.net/fatwa/42985/%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D8%AA%D8%AD%D8%B1%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D9%83%D9%8A?_ref=c-rel&_score=0.3)
- ஷுவைஷ், ஏ. எம். (2012). இஸ்லாமிய சட்டத்தில் சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய தீர்ப்பு. முத்தா இதழ், தொகுதி 27, ப.38
- ஐனுலாப்தீன், பி. (2012, February 14). மோசடி செய்யும் நிறுவனத்தில் பணியாற்றலாமா? Online PJ. <https://www.onlinepj.in/index.php/usual-habit-cultures/usual-habits-2/faith-integrity/mosadi-seyyum-niruvanathil>
- ஐனுலாப்தீன், அப்துஸ்ஸலம் அலி. (2020). நெட்வொர்க் மார்க்கட்டிங் தொடர்பான கருத்தியல் கட்டமைப்பு [Master's Degree, Mohamed Boudiaf University M'sila (UMSILA)], Algeria