مجلــه علــمی پـــوهنتون ســـلام

https://salam.edu.af/magazine/14

شبکيي بازارموندنه د شريعت له نظره

پوهنوال دکتور مصباح الله عبدالباقی[1]

1- عضو کادر علمی پوهنحی شرعیات و رئیس پوهنتون سلام.

: +93771694474

: misbah.abdulbaqi@gmail.com

بحث لنډيز

د هر تجارت د ترويج لپاره بازار موندنه يوه اړتيا ده، مګر په اسلام کی ددی اړتيا پوره کول هم بايد په هغه دائره کی سرته ورسيږي چی شرعي نصوصو د مسلمان لپاره ټاکلی ده، له همدی امله د شبکيي بازار موندنی يو لړ صورتونه خو د ټولو علماو له نظره ناروا او حرام کار دی، او يو لړ صورتونه يي بالکل روا او درست کار دی، او د هغه مشهور صورت په اړه چی په هغه کی د بازار موندنی د حق د ترلاسه کولو لپاره د هغه توکي پيريدل ضرور وي، ددی صورت په اړه معاصر علماء بيلا بيل نظرونه لري، څوک چی وايي دا په هغه دائره کی راځي چی اسلام يي اجازه ورکړی، او يو شمير نور علماء وايي چی دا د جواز له دائری څخه بيرون کار دی، خو درسته خبره دا ده چی که يو لړ قيود او شروط په نظر کی ونيول شي نو دا ډول بازار موندنه درست کار دی، او که هغه شرطونه په نظر کی و نه نيول شي نو بيا نادرست کار دی، دا هغه قضيه ده چی په دی څيړنه کی څيړل شوی ده، او په لنډه توګه يي نتائج لوستونکو ته وړاندی شوي دي.

معلومات مقاله

تاريخ نشر: 1399/11/20

شماره مقاله در ژورنال: 01

تعداد صفحات:11

شماره نوبتی مجله: 9 و 10

کليد واژه ها

شبکی بازارموندنه ، اسلامی اخلاقيات، مباشره بازارموندنه ، بيع ، اباحت

معلومات مجله:

مجله علمی پوهنتون سلام، نشرات خويش را از سال 1390 هـ.ش آغاز نموده و دست آورد های زيادی در اين زمينه دارد، در ادامه سلسله فعاليت های خويش به تاريخ 1401/03/22 اعتبار نامه خويش را به عنوان يکی از معتبرترين مجله از وزارت محترم تحصيلات عالی کشور به دست آورد،

آدرس: افغانستان، کابل، ناحيه چهارم، کلوله پشته، چهار راهی قلعه بست (گل سرخ)، پوهنتون سلام.

آدرس ارتباطی؛ **ويب‌سايت:** https://salam.edu.af/magazine ، **ايميل:** salamuk@salam.edu.af ، **شماره های تماس:** +93202230664 و +93788275275

مقدمه

شبکيي بازارموندنه چي په نوره نړۍ کې له ډيرى موديې راهيسى رواج لري او خلکو له دى لارې ډيرى ټولنې د زياتو مشکلاتو سره مخامخ کړي دي، لـه دى لارى يـې خلکو ته يې فريب ورکړى، په دى اړه د چل ول او دوکې ډيرى قصې مشهورى دي، په عين حال کې دا ډول بازارموندنه د محصولاتو د ترويج يوه کامیابه لاره هم ده، بنستيز سوال دا راولاړيږي چې د اسلامي فقه له نظره دا ډول بازارموندنه څه حکم لري؟ آيا د شبکيي بازار موندنې ټول ډولونه روا او درست دي؟ که دا ډول بازار موندنه بيلا بيل صورتونه او شکلونه لري چې يو شمير يې ناروا او نادرست دي ځکه چې په داسى څه مشتمل دي چې د اسلام د اصولو سره سم نه دي، او يو شمير نور صورتونه

يې روا او جايز دي؟ که داسې وي نو بيا هغه درست صورتونه يې څه دي او نادرست يې څه دي؟ دا او داسې نور سوالونه دي چې زموږ په ټولنه کې د تجارتي معاملاتو سره د ترلو خلکو په ذهنونو کې ګرځيدل را ګرځيدل، څو ځله په بېلا بېلو مجالسو کې دا قضيه مطرح هم شوه، يو شمير ځوانانو دا مطلقا حرام ګڼله او د ټولنې په زيان يې بلله، بل طرف ته يو شمير خلک چې د همدې ډول بازارموندنې سره تړلي دي دا کار مطلقا درست او روا بولي او د هيڅ ډول حدودو رعايت نه کوي، له دی امله مو اړينه و ګڼله چې ددې موضوع په اړه يو څو کرښې وښکل شي تر څو په متوازن شکل ددې قضيې په اړه د فقهاو متوازن نظر د لوستونکو مخ ته راشي، په دې کرښو کې که څه درست وي نو د الله تعالی د توفيق په نتيجه کې دي، او که غلط وي نو دا يو شخصي اجتهاد او رأی ده، او دا غلطي هيڅ ډول قصدي عمل نه دی، او شريعت تری پاک او مبرا دی، د الله تعالی نه دعاء کوم چې موږ ته درسته لاره وښايي او په هغې د عمل توفيق مو په نصيب کړي.

بازارموندنه او اسلامی اخلاقيات

په اوسنی زمانه کې په هر تجارت کې بازار موندنه يوه بنسټيزه اړتيا ده، هيڅ تجارت د بازار موندنې پرته پرمختګ نشي کولای، او دا ځکه چې د هر اړخيز مادي پرمختګ په نتيجه کې په بازار کې د اړتيا وړ متنوع توکي او محصولات وجود لري چې د مستهلکينو اړتياوې پوره کوي او د هغوي توجه ځانته راجلبوي، نو تر څو چې تاجر د خپلو توکو په اهميت باندی مستهلک پوه نه کړي او دا ورته ونه وايي چې په بازار کې د نورو موجودو توکو او محصولاتو په پرتله دده له لوري وړاندې شوي توکي او محصولات څه ځانګړتياوی لري او په څومره ښه توګه د مستهلکينو اړتياوی پوره کولی شي تر هغې پوری مستهلکين د خپلو توکو په رانيولو نشي قانع کولی، همدا راز کله کله مستهلک له دی څخه بی خبره وي چې د هغه د اړتيا وړ توکی په بازار کې وجود لري، نو بازار موندنه له دی امله هم اړينه ګرځي چې خلکو ته د دی خبر ورکړي چې د هغوي د اړتيا وړ شيان په بازار کې وجود لري، تر دی ځايه خو بازار موندنه يوه اړتيا ده او بايد وجود ولري مګر کله کله د بازار موندنې اصلي هدف او موخه د ټولنې وګړو ته فريب ورکول وي، په نادرسته توګه خپل توکی او محصولات داسې معرفی کول وي چې د حقيقت څخه ډير ليری وي، دا چونکه فريب او دوکه ده نو له دی امله شريعت ناروا بللی او ډيره لويه ګناه يې ګڼلی ده، که څه هم دا ډول درواغ کله کله د تجارت د ترويج وسيله شي خو په پای کې تری د برکت د ختميدلو لامل ګرځي، له همدی امله رسول الله صلی الله عليه وسلم د هغه تاجر ډير لوی فضيلت بيان کړی چې د خپلو توکو او محصولاتو د بازار موندنې لپاره درواغ نه وايي، او خپل توکي هماغسی معرفي کوي څرنګه چې دي، داسې تاجر رېښتينی تاجر بلل کيږي چې رسول الله صلی الله عليه وسلم د هغه په اړه فرمايي: "التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ، مَعَ الشُّهَدَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ" يعنی هغه تاجر چې امانت دار وي او رېښتيا ويونکی مسلمان وي هغه به د قيامت په ورځ د شهيدانو سره وي. او په درواغو باندی خپل تجارت ته رشد او پراختيا ورکول د تجارت څخه د برکت د له منځه تللو لامل ګرځي ابوهريرة رضي الله عنه روايت کوي چې رسول الله صلی الله عليه وسلم څخه يې اوريدلی چې ويل يې: (الْحَلِفُ مُنَفِّقَةٌ لِلسِّلْعَةِ مُمْحِقَةٌ لِلْبَرَكَةِ) 1 (په تجارت او بيع کې) قسم خوړل خو شايد د تجارتي توکو د خرڅيدلو لامل وګرځی مګر برکت له منځه وړي.

په نادرسته توګه د خپل تجارت لپاره بازار يابی دومره لويه ګناه ده چې په قران کريم د هغه په اړه وعيد راغلی دی، عبد الله بن ابی اوفی وايي:(أَنَّ رَجُلًا أَقَامَ سِلْعَةً وَهُوَ فِي السُّوقِ فَحَلَفَ بِاللَّهِ لَقَدْ أَعْطَى بِهَا مَا لَمْ يُعْطِ لِيُوقِعَ فِيهَا رَجُلًا مِنْ الْمُسْلِمِينَ فَنَزَلَتْ {إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا}) يو سړي خپل مال په بازار کې عرضه کړ، او قسم يې وکړ چې په هغه يې دومره مبلغ مصرف کړی څومره يې چې نه وه مصرف کړی (يعنی درواغ يې وويل) تر څو د مسلمانانو څخه يو تن ته فريب ورکړي نو دا ايت نازل شو {إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ } [آل عمران: 77] هغه څوک چې د الله د عهد او د خپلو قسمونو په مقابل کې ډير لږ قيمت اخلي د دوي لپاره په اخرت کې هيڅ برخه نشته، نه به الله تعالی له دوي سره خبری وکړي او نه به ورته د قيامت په ورځ (د رحمت په نظر) وګوري، او نه به دوي له ګناهونو څخه پاک کړي او د دوي لپاره دردناک عذاب دی. په دی ايت کې چې څومره لوی عذاب د داسی چا لپاره ياد شوی دی چې د خپلو توکو لپاره په درواغجنو قسمونو باندی بازار موندنه کوي ددی لامل دا دی چې اسلام د دوکې او فريب سره نفرت لري، او هيڅکله دا نه غواړي چې د فريب له لارې څوک په يو ميدان کی هم مخ ته ولاړ شي.

د بازار موندنی بيلا بيل ډولونه

هغه بازار موندنه هغه پروسی ته ويل کيږي چې د امکان تر حده پوری لوی شمير خلک د يو مشخص توکی، اسانتيا او يا هم خدمت څخه د استفادی لپاره راجذب کړي، او پخواني پيريدونکی او مستهلکين د اداری، کمپنی او شرکت سره تړلي او وفادار وساتي. په اوسنې زمانه کې مستهلک ته د توکو د رسولو له پلوه د بازار موندنې دوه ډولونه وجود لري:

لومړی: مباشره بازار موندنه

دی ته موږ نيغ په نيغه بازار موندنه هم ويلی شو، دا هغه بازار موندنه ده چې پکښې د توکي د جوړونکی توليدونکي او مستهلک ترمنځ کوم بل طرف وجود ونه لري، بلکه د جوړونکی او توليدونکی د لاس څخه نيغ په نيغه د مستهلک او مصرف کونکي لاس ته ورسيږي، چې په دی توګه د توکو قيمت راکميږي، ځکه چې د توليدونکي او مصرفونکی ترمنځ د واقع جهتونو ګټه پکښې له منځه ځي، شبکيي بازار موندنه هم له همدی ډول بازار موندنې يو ډول دی.

دويم: غير مباشره بازار موندنه

دا هغه بازار موندنې ته ويل کيږی چې د توکو د توليد کونکي جهت او مصرف کونکي ترمنځ نور جهتونه هم وجود ولري، دا جهتونه او اړخونه کله يو او کله ډير کيدلی شي، چې په نتيجه کې يې په بازار کې د توکو قيمت لوړ ځي، ځکه چې د وسيطو اړخونو ګټه هم د قيمت برخه ګرځي.

[1] - صحيح البخاري ج3 ص60 طبع طوق النجاة، لومړی طبع ۱۴۲۲ هجری قمری. الْحَلِفُ مُنَفِّقَةٌ لِلسِّلْعَةِ مُمْحِقَةٌ لِلْبَرَكَةِ په حديث کې د (الحلف) کلمة چی د قسم په معنی راځی د لام په سکون او کسری دواړو سره لوستل شوی ده، او د (منفقة) کلمه د فاء په تشديد سره چی د تفعيل څخه د اسم فاعل صيغه وي لوستل شوی او همدا راز ابن التين وايي چی د ميم په فتحه د نون په سکون لوستل شوی د اسم ظرف صغيه ده يعنی (مظنة النفاق) يعنی د ګمان ځای دی چی خرڅ به شي، همدا راز (ممحقة) د اسم فاعل او اسم ظرف په حيث ضبط شوی ده، ددی ضبط لپاره وګورئ: مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح (5/ 1909) د ملا علی قاري ليکنه طبع دار الفکر بيروت په ۲۰۰۲م کال.

د شبکيي بازار موندنې مفهوم

کومه قضيه چې په دی لنډ بحث کې معالجه کول غواړو هغې ته په عربي ژبه کې (التسويق الشبکي) او پـه انګريـزي کـې ورتـه پـه عامـه اصـطلاح کـې (Network Marketing) ويل کيږي، (سره له دی چې نور نومونه هم لري)، او په پښتو کې ورته شبکيي بازار موندنه ويلی شو، د شبکيي بـازار مونـدنې ډيـر تعريفونـه شـوي دي، مـوږ دلته يو لړ تعريفونه وړاندې کوو چې په رڼا کې يې د شبکيي بازار موندنې حقيقت څرګند کړی شو.

لومړی تعريف: دا د مباشری او نيغ په نيغه بازار موندنې هغه سيستم دی چې د پيريدونکو له لارې خپلو تجارتي توکو او محصولاتو تـه بـازار موندنـه کـوي پـه داسـی توګه چې د هر توکي او محصول چې د پيرويدونکو د بازار موندنې له لارې خرڅ شي د ځانګړو شرايطو په نظر کې نيولو سره سم هغوي ته پيسی هم ورکړي1 .

په دی تعريف اعتراض دا دی چې په دی کې دی ته د بازار موندنې اصلي موخه د محصولاتو لپاره بازار موندنه ښودل شوی ده، حال دا چې همـدا د اخـتلاف بنسـټيزه نکتـه ده، ځکه يو شمير علماء وايي چې ددې ډول بازار موندنې اصلي هدف او موخه محصولات نه بلکه پخپله همدا بازار موندنه ده، پـه دی معنـی چـې نـه خـو دا محصولات د ټولنې په ګټه وي او نه په حقيقت کې د بازار موندونکو اصلی موخه ددی محصولاتو خرڅول وي بلکه اصل هدف يې هغـه مبلـغ وي چـې د نـوو مشـتريانو د پيـدا کولـو پـه نتيجه کې يې لاس ته راوړي.

دويم تعريف: د بازارموندنې هر هغه پروګرام ته ويل کيږي چې پکې برخه اخيستونکي د اضافي برخه اخيستونکو د ګمارلو او محصولاتو يا خدماتو د پلورلو حـق اخـلي (پيري)، او د خپلو خرڅ کړو محصولاتو سربيره د هغه خرڅ شوو محصولاتو د خرڅيدو په مقابل کې هم ورته عوض ورکول کيږي چې ددی له لورې د اسـتخدام شـوو افـرادو له لارې خرڅ شوي وي 2.

دا تعريف هم د شبکيي بازار موندنې ټولو انواعو ته شامل نه دی ځکه يو لړ شبکيي بازار موندنې داسی هم شته چې په هغې کـه برخـه اخيسـتونکو تـه پرتـه لـه دی د بازار موندنې حق ورکول کېږي چې هغه د شرکت محصول و پيري، بلکه دا حق ورته يواځې د يو داسی مشتری د راجلبولو په نتيجه کې ترلاسه کيږي چې هغـه پـه شرکت کې غړيتوب نه لري.

ددی تعريف يوه نيمګړتيا دا ده چې په دی کې دی ته هم اشاره نه ده شوی چې پـه بـازار موندنـه کـې د برخـه اخيسـتونکو د شـمير زيـاتوالی د برخـه اخيسـتونکو پـه معاوضی هم اغيزه لري.

يو بل تعريف يې داسی شوی دی (امتياز يكتسب بشـراء منـتج لشـركة أو تـوفير مشـتر غـير مشـترك، و تسويق منتجهـا بتسـويق حافزهـا، في مقابـل عمولـة تسـتحق بشروطها، و تزيد بزيادة العملاء في الشبكة)3 يعنی شبکيي بازار موندنه هغه امتياز ته ويل کيږي چې د يو شرکت د يو محصول د اخيستلو (رانيولو) له لارې، او يا هـم د يـو داسی مشتري چې مخکې ددی شرکت ګډونوال نه وي د راپيدا کولو پـه نتيجـه کـې ترلاسـه کيـږی او د تشـويقونکو شـيانو لپـاره د بـازار مونـدنې لـه لارې ددی شرکت د محصولاتو لپاره بازار موندنه کول دي، خو دا د هغه مبلغ په مقابل کې چې د شرکت د شرايطو سره سم يې دا بـازار مونـدونکې مسـتحق ګرځـي، او دا مبلـغ د پيرودونکـو د شمير د زياتيدو سره زياتيږي.

په دی تعريف کې څو مثبت نقاط وجود لري، لومړی دا چې دا په حقيقت کې يو امتياز دی چې د تشويقی مبلغ، اشـتراک، د شرکـت د شرکـت پـه محصـولاتو کـې د تخفيف له لارې ده ته ترلاسه کيږي.

دويم دا چې په دی تعريف کې ددی امتياز د تر لاسه کولو طريقه په ګوته شوی ده، او هغه له دوه لارو تر لاسه کيږي، لومړی د شرکت د محصول د پيريـدلو پـه نتيجـه کې او دويم د يو داسی مشتری د راجلبولو په نتيجه کې چې مخکې ددی شرکت مشتري نه وي، او دا ځکه چـې د شـبکيي تسـويق شرکتونـه دوه ډولـه دي يـو هغـه چـې د خپل محصول پيريدل د بازار موندونکی لپاره شرط ګڼي، او دويم هغه چې داسی کوم شرط نه لري نو په تعريف کې د دواړه ډوله شرکتونه شامل دي.

په دی تعريف کې دی ته هم اشاره ده چې په شبکيي بازار موندنه کې دوه موخې وي يوه د شرکت اصلی محصولاتو ته بازار موندنه کول، او دويم د بازار موندنې لپـاره چې کوم تشويقی بسته شرکتونه وړاندې کوي د هغې لپاره بازار موندنه هم يو هدف وي، چې دا په حقيقت کې د شرکت د محصولاتو لپاره په بازار موندنه ډيره مثبته اغيـزه پريږدي، په دی عبارت کې (وتسويق محصولاته بتسويق حافزها) کې همدی ته اشاره ده.

او د تعريف په اخر کې دی ته هم اشاره ده چې د شبکيي بازار موندنې په نتيجه کې د پيريدونکو زياتوالی په هغه مبلغ نيغ په نيغه اغيزه لري چې بـازار مونـدونکو تـه ورکول کيږي 4 .

شبکيي بازار موندنې صورتونه

د شبکيي بازار موندنې عام صورت داسی دی چې يو شخص يا يو ګروپ د يو شرکـت محصـولات رانيسـي- بيـا دا پيريـدونکې د شرکـت همـدی محصـولاتو لپـاره بـازار موندنه کوي، او نور خلک د هغې اخيستلو ته هڅوي او قناعت ورکوي، او هغه ددی په مقابل کې فائده او يو مبلغ ترلاسه کوي، او څوک چې نوي پـه دی لـړۍ کـې شـامل شي هغوي هم همداسی نور خلک قانع کوي او د شرکت د محصول د رانيولو لپاره يې هڅوي، او څـوک چـې د دوي لـه لارې پـه دی لـړۍ کـې شـامل شـول د هغـوي پـه مقابل کې هم يو مبلغ شرکت د لړۍ په سر کې موجود شخص ته ورکوي، او دا سلسله او لړۍ همداسی ادامـه پيـدا کـوي، چونکـه د مسـألی صـورت پـه فقهـي حکـم کـې بنسټيز رول لري له دی امله بايد په دی اړه لږ تفصيلات ذکر کړو چې بيلا بيلی شرکتونه يې پر مخ وړي او د هر صورت حکم شايد له بل څخه متفاوت و اوسيږي.

---

[1] - وګوری: التسويق التجاری و احکامه فی الفقه الاسلامی دکتور حسين الشهرانی ص ۵۰۲.

[2] - ددی تعريف عبارت په انګليسی ژبه داسی دی: (Multilevel marketing (MLM). Any marketing program in which participants purchase the right to recruit additional participants, sell products or services, and be compensated for the sales by people they recruit as well as for their own sales.) دا په يو مضمون کې چې عنوان يې دی (MLM Glossary) او (Stephen Barrett) ليکلی دی، او په لاندی لينک باندی نشر شوی دی (https://www.mlmwatch.org/01General/glossary.html).

[3] - التسويق الشبكي و تكييفه الفقهي وحكمه الشرعي ص 7 بحث منشور في مجلة ابحاث جامعة الحديدة، ۱۴مه ګڼه كلية التربية اپريل – جون ۲۰۱۹م د دکتور اسماعيل مهدی احمد الحسنی ليکنه.

[4] - د بيلا بيلو تعريفونو لپاره وګورئ التسويق الشبکی حقيقته و تکييفه الفقهی وحکمه الشرعي مخکی تير شوی مصدر

لومړی: په بازار موندنه کې د محصول د پیریدو شرط

د شبکیي بازار موندنې زیات شرکتونه دا یو بنسټیز شرط ګڼي او تر هغه وخته پورې څوک ددې شرکت د بازار موندنې د شبکې غړی کېدلی نه شي او نه یې د تشویقونو او مبلغ څخه برخمن کیدلی شي تر څو چې د شرکت د محصولاتو څخه یو محصول و نه پیري، یو شمیر شرکتونه خو بیا د خپل هر محصول لپاره بیله شبکه لري، د هر محصول په پیریدلو هم هرې شبکې ته څوک نشي ننوتلی تر څو چې هماغه مخصوص محصول ونه پیري.

ددې په مقابل کې یو شمیر شرکتونه بیا داسې دي چې د هغې د بازار موندنې په شبکه کې د ګډون لپاره د محصول د رانیولو او پیریدلو شرط وجود نه لري، د هغې شرکتونو یوازینی شرط دا دی چې هر بازار موندونکی باید داسې یو مشتري (چې هغه حتما باید محصول راونیسي-) د بازار موندنې شبکې ته راوړي چې مخکې ددې شبکې غړي یا برخه وال نه وي، په دې توګه د شرکت محصولات خرڅیږي او بازار یې توسعه مومي.

دویم: د دوو متوازنو پلو بازار موندنه

یو شمیر شرکتونه د شبکیي بازار موندنې دوه پلیی (Binary) شکل شرط ګڼي، د شبکیي بازار په دې شکل کې دا شرط ګڼل کیږي چې هر پیریدونکی باید محصول په دوو تنو وپلوري، او ددې لپاره چې پیریدونکی د خپلې بازارموندنې په نتیجه کې مبلغ او حق الزحمه لاس ته راوړي دا شرط ګڼي چې ددې دواړو پیریدونکو لړۍ باید په متوازن شکل مخ ته ولاړه شي، که د یو پیریدونکی لړۍ غیر متوازنه شوه چې هغه وروسته یو تن دې شبکې ته راوړ او بله لړۍ مخ ته ولاړه او د هغې له لارې سلګونه پیریدونکی شرکت ته جذب شول دا د هیڅ شي مستحق هم نه ګرځي. د هم پله بازار موندنې شکل په لاندې ډول دی:

که یو شمیر شرکتونه د شبکیي بازار موندنې لپاره هم پله یی بازار موندنه شرط ګڼي او هغه وخت خپلو شبکیي بازار موندونکو ته حق الزحمه ورکوي چې د هغوي د بازار موندنې لړۍ په متوازن او هم پله شکل مخ ته ولاړه شي، خو یو شمیر نور شرکتونه دا ډول شرط نه لري، دوي هم په پیل کې د لړۍ جوړول ضروري ګڼي تر څو د نورو مشتریانو د شمولیت لپاره لاره هواره شي مګر په هم پله توګه ددې مخکې تلل خپلو بازار موندونکو ته د معاوضې یا حق الزحمې د ورکولو لپاره شرط نه ګڼي، دوي یواځې دا شرط ګڼي چې یو معین مقدار محصولات په بازار کې خرڅ شي، دا که د بازار موندنې لړۍ په متوازن شکل مخ ته ولاړه شي او که اصلا یو پله د یو دوه کړیو وروسته په ټپه ودریږي. د غیر هم پله او غیر متوازن شبکیي بازار موندنې شکل داسې کیدلی شي:

دریم: په شبکیي بازارموندنه کې د پای قضیه

په ظاهر خو داسې معلومیږي چې د شبکیي بازارموندنې لړۍ یوه لامتناهي لړۍ ده، او هر څومره چې شبکه پراختیا مومي او لړۍ اوږدیږي نو ګډون کونکو ته د شرکت له لورې ورکول کیدونکی مبلغ هم زیاتوالی مومي، مګر په حقیقت کې داسې نه ده بلکه د شبکیي بازارموندنې شرکتونه دې لړۍ ته په بیلا بیلو طریقو د پای ټکی ږدي، دا یا د ګډون کونکو د شمیر پر بنسټ پای ته رسول کیږي، د بیلګې په توګه شرکت وایي کله چې د ګډون کونکو شمیر پنځوس زرو ته ورسیده د بازار موندنې دا دوره پای ته رسیږي او نوی دوره به بیا له نوی سره پیلیږي، او کله کله دا د وخت او زماني پوری تړل کیږي، د بیلګې په توګه شرکت وایي دا دوره د درې کلونو لپاره ده، کله چې درې کلونه پای ته ورسیږي نو د بازار موندنې لړۍ هم ورسره بنده شي، او بیا له نوی سر نه د درې کلونو لپاره بله لړۍ پیل شي، او په دې توګه پخواني ګډون کونکي کولی شي چې له نوي سر نه ددې شبکې غړي شي او یا هم د دورې په پای کې توقف وکړي.

همدا راز د شبکیي بازار موندنې شرکتونه هغه مبلغ هم محدودوي چې د فرعي شبکې په سر کې قرار لرونکي شخص ته یې ورکوي.

ددې ډول بازار موندنې نور نومونه

دې ته شبکیي بازار موندنه ځکه ویل کیږي چې په دې کې د بازارموندونکو او پیریدونکو چې په عین وخت کې د شرکت لپاره بازار موندنه هم کوي یو جال او شبکه رامنځ ته کیږي، چونکه ددې بازار موندنې ډیر صورتونه د بیلا بیلو شرکتونو له لورې په لار اچول کیږي نو له دې امله ورته بیلا بیل نومونه هم ورکړل شوي دي، چې یو شمیر یې په لاندې ډول دي:

څو طبقیي بازار موندنه (Multilayer marketing) دې ته ځکه څو طبقیي بازار موندنه ویل کیږي چې په دې کې د پیریدونکو او بازارموندونکي یو د بل د پاسه بیلا بیلې طبقې وي، څوک په سر کې قرار لري، څوک په وسط کې او څوک هم په آخر کې قرار لري.

د څو کچو بازار موندنه (Multi-Level Marketing) یا د څو سطحو بازار موندنه چې دا هم د طبقیي بازار موندنې په څیر پکښې بازارموندونکي په څو سطحو کار کوي څوک د فرعي شبکې په سر کې قرار لري چې د نورو د بازار موندنې څخه هم استفاده کوي، او څوک یې په وسط او څوک یې په آخر کې.

دوه پله یی[1] شجریی بازار موندنه چې په انګلیسی کې ورته (Binary Marketing) ویل کیږي، په ځانګړې توګه دا هغه طبقیي بازار موندنې ته ویل کیږي چې په هغه کې د دواړوه پلو توازن اړین بلل کیږي چې د هغې په نتیجه کې یو اوږده لړۍ لکه یوه ونه رامنځ ته کیږي له همدې امله ورته دوه پله یی شجریی بازار موندنې سیستم ویل کیږي.

دې ته خوشه یی بازار موندنه هم ویل کیږي چې په انګلیسی کې ورته (Cluster Marketing) وایی، او دا له دې امله چې ددې شکل د یو وږي او خوشې په څیر وي.

دې ته هرمی بازار موندنه (Pyramid Scheme of Marketing) هم ویل کیږي ځکه چې په دې کې د بازار موندونکو ترتیب د هرم په شکل وي، په سر کې نرۍ او لاندې متعدد او پلن وي، خو یو شمیر لیکوالان بیا د هرمی بازار موندنه یواځې هغه ته وایي چې په هغه کې د توکی وجود نه وي چې هغه د ټولو په نزد یو حرام او ناروا صورت دی 2.

---

[1] - د پلی نه مراد د لومړي بازار موندونکی دواړو لورو ته د دوو بازارموندونکو موجودیت دی لکه د تلې (میزان) دواړو لورو ته چې دوه پلی وي.

[2] - د بیلا بیلو ډولونو لپاره وګوری التسویق الشبکی تحت المجهر د زاهر سالم بلفقیه لیکنه چې په انترنت باندې د پي ډي ایف په بڼه په لاندې لینک باندې وجود لري:

http://www.saaid.net/book/12/4677.pdf

د شبکيي هرمي او بونزي بازار موندنو توپير

شبکيي بازار موندنه خو مو په مخکی څو کرښو کې وپيژندله، خو هرمی بازار موندنه د یو شمیر لیکوالانو لـه نظره هغـه بـازار مونـدنې تـه ویـل کیـږي چـې هلتـه کـوم محصول وجود ونه لري، د شرکت په بازار موندنه کې ګډون کونکي شرکت ته د حق الاشتراک یا د وهمي محصول د قیمت په نوم یو مبلغ ورکـوي او د څـه ځـانګړو شرایطـو پر بنسټ د یو محدود او مشخص وخت لپاره د هغه شرکت د بازارموندنې حق ترلاسه کوي چې د هغه مودې په پای کې بازار موندنکی یا مبلغ ترلاسه کوي او یا هم د یو لـړ شرکتونو د شرایطو سره سم د سرو زرو یوه قطعه ترلاسه کوي، چې دا ډول بازار موندنه په شریعت کې هم حرامـه ده، ځکـه دا پرتـه لـه شـبهې څخـه د ربـا یـو شـکل دی، او غربي قوانین هم دا ډول بازار موندنه تجارتی فراډ او فریب ګڼي.

همدی ته یو شمیر لیکولان بونزي بازار موندنه هم وایي دا یو ایټالوی مهاجر (چارلس بونزي) ته منسوب ده چې په جنوبی بوسټن امریکا کې یې ژونـد کـاوه، پـه کـال ۱۹۲۰م کې یې یوه شبکه جوړه کړه، د خلکو څخه یې په دی وعده سرمایه را ټولوله چې په ۴۵ ورځو کې به هر سرمایه ګذار ته ٪۴۵ ګټـه ورکـوي، او پـه ۹۰ ورځـو کـې بـه خلکو ته ٪۱۰۰ ګټه ورکوي، او وجه یې دا ښودله چې هغه د ډاکخانی د ټکټونو تجارت کوي او بالفعل ٪۴۰۰ ګټه کوي، په پیل کـې یـې لومړنیـو ٪۵۰ ګـډون کونکـو تـه د وروستنیو ګدون کونکو د سرمایی څخه د ګټی په نوم څه مبالغ ورکړل چې له دی سره یې د خلکو اعتماد راجلب کړ، ددی په نتیجه کې د هـری لـوري پـری خلـک رامـات شول، نو بونزي هر ډول فعالیت پر ځای پریښوده د ډاکخانی ټکټونه هم پر ځای پاتی شول او د خلکو څخه را ټوله کړی سرمایه یې د خپلـو شخصـی ګټـو لپـاره اسـتعمال کړه، او کله چې د بانکونو له لوري د هغه لاسلیک کړي چیکونه مسترد شول نو خلک پوه شول چې له هغوي سره دوکه شوې ده، په هغه وخت کې هغه شپږ میلونـه ډالـر د خلکو سرمایه ډوبه کړه او له منځه یې یوړه، چې له امله یې بونزي و نیول شو او د فریب او دوکی په اتهام محاکمه شو او د امریکا څخه وشړل شو 1.

خو یو شمیر لیکوالان یې بیا د شبکیي بازار موندنې سره په مرادفه معنی باندی استعمالوي چې د هغی په حکم کې بیا اختلاف دی چې په راتلونکی صـفحو کـې بـه یې و څېړو.

دا ډول تجربی څو څو ځله په بیلا بیلو وختونو او بیلا بیلو ځایونو کې تکرار شوی، چې یوه هغی څخه په پاکستان کې د مهاجرینو د نصرت مینـی پـه کمـپ کـې هـم تکرار شوه، چې په عین شکل یو شخص ډیره لویه سرمایه د بی وزله خلکو څخه په همدی فریب او چل راجمع کړه، په پیل کې یـې یـو شـمیر خلکـو تـه ډیـره زیاتـه منـافع ورکړه او په دی سره یې د خلکو اعتماد را جلب کړی او څه وخت وروسته یې ځان غائب کړ او د ډیرو بی وزلو او غریبو خلکو په میلونونو پیسی ضائع شوی.

د شبکيي بازار موندنې شرعي حکم

ددی مخکی تعریفی معلوماتو څخه وروسته غواړم د اتفاق او اختلاف نقاط مشخص کړم چې د هغه په اړه د بیلا بیلو علماو نظریـات وګـورو او یـوی نتیجـې تـه ورسـیږو چې څه جایز او څه ناجایز دي.

لومړی: د اتفاق ټکی

هغه شبکيي بازار موندنه چې په هغه کې دا لاندی دری امور په نظر کې ونیول شي نو دا د ټولو علماو له نظره درست او جایز دی:

اول دا چې د بازار موندنې شبکی ته د داخلیدلو پر وخت او یا هم پر کوم بل پړاو کې د بازار موندونکي څخه شرکت هیڅ ډول مبلـغ وا نـه اخلـي، دا کـه د محصـول د قیمت په نوم وي او که د حق الاشتراک په نوم وي او که په کوم بل نوم وي، که دا مبلغ وجود و نه لري نو هر څوک کولی شي چې د یو توکي او محصول لپاره بـازار موندنـه وکړي او د هغی په مقابل کې د محصول د خرڅونکی له لوري حق الزحمة او اجرت تر لاسه کړي، دا دلالي او کمیشن کاري ده او دا کـار پـه اسـلام کـې پـه خپلـو شروطـو سره جایز دی.

دویم دا چې بازارموندنه باید د فریب څخه پاکه وي په دی معنی چې د کوم محصول لپاره بازارموندنه کیږي هغه باید داسی یو څـه وي چـې واقعـا د ټـولنې د اړتیـا وړ وي، که دا محصول یواځی یو شکلي شي وي، او په هیڅ ډول د ټولنې په درد نه خوري او یا اصلا د شبکیي بازار موندنې په معامله کې اصلا محصول وجود ونـه لـري (لکـه په هرمی او بونزي طریقه کې)، په دی حالت کې اصل مقصود هغه مبلغ وي چې د شرکت له لوري بازارموندونکی ته ورکول کیږي او دا د هغه مبلغ بـه مقابـل کـې ګرځـي چې د مشتري څخه شرکت په پیل کې اخیستی دی او په دی کې د ربا متحقق کیږي او ناروا ګرځي.

دریم دا چې عقد په داسی څه مشتمل نه وي چې د شریعت سره په ټکر کې واقع وي، لکه د ربوي شیان په اړه موجود عقد کې قبض وجـود ونـه لـري، او یـا د داسـی شیانو خرید او فروش چې شرعا یې اخیستل او خرڅول جایز نه وي، لکه د شرابو، مخدره موادو او داسی نورو شیانو خرڅول او اخیساتل. که دا مشکلات وجود ونه لـري نـو دا ډول شبکيي بازار موندنه جواز لري.

اختلافی ټکي

د شبکيي بازارموندنې هغه مشهور صورت چې په هغی کې محصول وجود ولري او بازارموندونکي هغه وپیري تر څو د بازارمونـدنې حـق ترلاسـه کـړي شـاید څـه مبلـغ ترلاسه کړی شي، چې عربي کې یې لنډیز دی (اشتر لتسوق، فقد تکسب) «وپیره تر څو د بازار موندنې حق ترلاسه کړی نو شـاید ګټـه وکـړی» د شـبکيي بـازار مونـدنې دا صورت اختلافي دی د همدی صورت په اړه د بیلا بیلو علماو نظریات په لاندی کرښو کې وړاندې کوو.

خو مخکی له دی چې د علماو اقوالو ته ولاړ شو یو څو فقهي قواعدو ته اشاره کول غواړم چې د معاملاتو او بیوعو سره اړونده دي.

یو څو فقهي قاعدی

لومړی قاعده: اصل په بیوعو کې اباحت دی

دا یوه ډیره مهمه او اساسی قاعده ده، چې په اوسنی زمانه کې ډیر معاملات په همدی باندی بناء دي، امـام شـافعی رحمـه الله وایـي: "فَأَصْـلُ الْبُيُـوعِ كُلِّهَـا مُبَـاحٌ إذَا كانت بِرِضَا الْمُتَبَايِعَيْنِ الْجَائِزَيْ الْأَمْرِ فِيمَا تَبَايَعَا إلَّا ما نهى عنه رسول اللَّهِ صلى اللَّهُ عليه وسلم منها وما كان في مَعْنَى ما نهى عنه رسول اللَّهِ صلى اللَّهُ عليـه وسـلم مُحَرَّمٌ إذْ

---

[1] - دی لپاره وګوری: اشکالیة الفتوی فی التسویق الشبکی د حسام صبری عبد المنعم لیکنه د ورځ په فارمټ باندې په انترنت موجود یو بحث چې په لاندی لینک کې وجود لري (https://www.academia.edu/30540561)

أنهِ 1 دَاخِلٌ فِي الْمَعْنَى الْمَنْهِيِّ عنه وما فَارَقَ ذلك أَبَحْنَاهُ بِمَا وَصَفْنَا من إبَاحَةِ الْبَيْعِ فِي كِتَابِ اللَّهِ تَعَالَى" 2 يعنى بيوع په اصل کې ټول مباح او جايز دي په دی شرط چې د داسی اخيستونکی او پلورنکي ترمنځ وي چې په هغه څه کې يې تصرف جائز او درست وي چې معامله پرې کوي، مگر هغه بيوع ناجايز دي چې رسول الله صلى الله عليه وسلم ترى منع کړی ده، او هغه به هم ناجايز وي په کومو کې چې هغه علت وجود ولري چې د څه له امله رسول الله صلى الله عليه وسلم منهي عنه بيوع منع کړي دي، او دا ځکه چې دا هم د نهي په علت کې ورسره مشترکی دي، او له دی پرته موږ نورو ټولو بيوعو ته مباح وايو ځکه ومو ويل چې د الله تعالى په کتاب کې بيع مباح گرځول شوی ده. همدا خبره ابن رشد الجد هم کړی ده هغه وايي: (البيوع تنقسم على ثلاثة أقسام: بيوع جائزة، وبيوع محظورة، وبيوع مكروهة؛ فأما البيوع الجائزة فهي التي لم يحظرها الشرع، ولا ورد فيها نهي - وإنما قلنا ذلك، لأن الله تعالى أباح البيع لعباده وأذن لهم فيه إذنا مطلقا، وإباحة عامة - في غير ما آية من كتابه) يعنى بيوع په درى ډوله ويشل شوي دي، جايز بيوع، حرام بيوع او مکروه بيوع، جايز بيوع هغه دي چې شريعت حرام کړي نه وي، او نه په کښی نهي راغلي وي، او دا مو ځکه وويل چې الله تعالى بيع په مطلق ډول د خپل بندگانو لپاره مباح گرځول او د هغی مطلقه اجازه يې ورکړی ده، او د خپل کتاب په ډيرو ايتونو کې يې په عام اباحت سره مباح کړی ده.... د بيع په اړه د راغلو عمومي ايتونو د نقل نه وروسته وايي: چې د (البيع) لفظ عام دی ځکه دا اسم مفرد دی او کله چې پرى الف او لام داخل شو دا د عموم د الفاظو څخه شميرل کيږي... او عام لفظ چې کله په نص کې راشي نو هغه په عموم باندی حمل کيږي مگر دا چې داسی کوم دليل وجود ولري چې هغه تخصيص کړي، که څه ترى تخصيص شول نو له هغه وروسته په متباقی افرادو کې په خپل عموم پاتی کيږي، نو بناء د الله ددی قول لاندی چې فرمايي: {وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ} [البقرة: 275] ټول بيوع داخل دي مگر هغه چې کوم دليل ددی عموم څخه تخصيص کړي وي، او د بيوعو ډير قسمونه د ډيرو شرعي دلايلو په ذريعه ددی عموم څخه تخصيص شوي هم دي، خو د هغی تخصيص شوو اقسامو نه وروسته څه چې پاتی دي دا ايت په خپل عموم سره د هغه په اباحت دلالت کوي، له همدی امله مو د جايزو بيوعو په اړه وويل چې بيوع تر هغه جايز دي تر څو يې چې شريعت حرام و نه گرځوي او يا پکښې کومه نهي وارده نه شي 3.همدا خبره تقريبا د ټولو مذاهبو علماء کوي، دا يواځی د يو مذهب او يو عالم خبره نه ده، بناء د شريعت د طبيعت سره سم په معاملاتو کې توسعه وجود لري يواځی دا به لټول کيږي چې ايا په دی معامله کې خو کوم داسی ناروا کار وجود نه لري چې د هغی له امله په قران او سنت کې ددی ډول معاملی څخه منع راغلي وي 4.

دويمه قاعده: اصل په عقودو او شروطو کې اباحت دی

ددی معنى دا ده چې دا لازمه نه ده چې يواځی هغه عقود او شروط جايز وگڼل شي چې په صدر اسلام کې ؤ لکه بيعه، اجاره، شراکت، مضاربت، د مځکو اجاره، باغونو اجاره، وکالت او داسی نور، بلکه که خلکو نوي انواع د عقودو د اړتيا او ضرورت له امله رامنځ ته کړل او کوم محظور پکښې نه وه نو هغه هم مباح او جايز دي، دا د پخوانيو فقهاوو څخه هم نقل ده او هم يې تعامل هم همدا ډول دی، او د معاصرو علماو رأی خو همدا ده، يواځی ظاهر مشربه خلک ددی سره اختلاف لري هغوي وايي چې په صدر اسلام کې د موجودو معاملاتو څخه پرته بله کومه معامله څوک نشي استحداث کولی او د معاملاتو صورتونه په صدر اسلام کې موجود معاملاتو کې منحصری دي، دکتور قرضاوي صاحب همدا خبره د بيمې په اړه د خپل عصر د فقيه شيخ مصطفى الزرقا رحمه الله څخه نقل کوي، او بيا وروسته د بيع الوفاء په اړه وايي چې دا يو نوی عقد وه چې په ما وراء النهر کې را ايجاد شو او فقهاو يې په جواز فتوی ورکړه 5، همدا راز د. على احمد الندوی هم ډير مثالونه ددی لپاره ذکر کړي دي، لکه عقد الاجارتين، عقد التحكير، عقد المقاولة، الاشتراط لمصلحة الغير 6 او داسی نور چې استحداث شوي دي او علماو يې د جواز فتوی ورکړی ده، او دا په صدر اسلام کې د موجودو عقدو په هيڅ شکل کې هم نه راځي، نو ددی قواعدو په رڼا کې د شبکيي بازار مونډنې په اړه که يواځی دا وکتل شي چې ايا په دی کې داسی څه خو وجود نه لري چې دا د ناروا عقودو په جمله کې راولي همدا کفايت کوي، يعنی ددی اړتيا نشته چې حتما دا يو داسی عقد په حيث تکييف کړی شي چې هغه په صدر اسلام کې وجود درلود.

د شبکيي بازار مونډنې په اړه فقهی نظريات

د شبکيي بازار مونډنې په اړه د معاصرو علماو نظريات متفاوت دي، هر چا چې ورته له کومی زاويی څخه کتلی دي هماغسی حکم يې پرې کړی دی، موږ دا نظريات په دوه ډوله ويشلی شو، چې يو يې مانعين دي او دويم يې جواز ورکونکي دي، په لاندی کرښو کې د دی دواړو مذهبونو لړ په تفصيل سره يادونه کوو:

لومړی مذهب: جواز ورکونکي

يو شمير معاصر علماء د شبکيي بازار مونډنې په جواز قائل دي، چې په دی کې د ليبيا، تونس دار الافتاگانی، د جامعة الازهر د فتوی کميټه، د اردن د پوهنتون د فتوی کميټه او شيخ سلمان العودة (د يو لړ شروطو سره) شامل دي، دوي په دی اړه د لاندی دلائلو څخه استدلال کړی دی:

---

[1] - په اصل کتاب کې عبارت (بإذنه) دی تصحيح د موسوعة القواعد والضوابط الفقهية نه ده.

[2] - كتاب الأم د امام شافعى رحمه الله تأليف ج ٣ ص ٣ ورسره وگوری موسوعة القواعد والضوابط الفقهية الحاكمة للمعاملات المالية فی الفقه الاسلامی ج ١ ص ٢٢١ د دکتور على احمد الندوی ليکنه دار عالم المعرفة کال ١٩٩٩م.

[3] - وگورئ: المقدمات الممهدات، د ابو الوليد محمد بن احمد بن رشد القرطبى (ت ٥٢٠هـ) ليکنه، ج٢ ص ٦١ تحقيق: د. محمد حجى، ناشر: دار الغرب الاسلام، بيروت، لبنان، لومړی چاپ ١٩٨٨م.

[4] - که څوک د علماو تفصيلی اقوال ليدل غواړي نو د موسوعة القواعد والضوابط الفقهية الحاكمة للمعاملات المالية فی الفقه الاسلامی د لومړی ټوک د ٢٢١ صفحی څخه دی تر 223 پورې د مطالعه کړي.

[5] - د تفصيل لپاره وگورئ: القواعد الحاكمة لفقه المعاملات دويمه قاعده، دا د قرضاوی صاحب يو بحث دی چې د المجلس الاوربى للافتاء والبحوث د نوولسمی دوری لپاره يې ليکلی دی، او د هغه په انترنتي ويب پاڼه باندی نشر شوی دی.

[6] - ددی تعريفات او صورتونه بيانول بحث اوږدوی په موسوعة القواعد والضوابط کې په تفصيل سره بيان شوی دي مراجعه ورته وکړئ: ج ١ ص ٢٢١-٢٢٥.

لومړی استدلال:

دا مجموعه وايي چې شبکيي بازار موندنه په حقيقت کې يوه داسې نوې معامله ده چې مخکې يې نظير وجود نه لري، او په شرعي نصوصو کې ددې په اړه څه نشته او مشهوره قاعدة ده چې اصل په عقودو او شروطو کې اباحت او جواز دی تر څو چې منع ثابته نه شي، او دلته هيڅ ډول ممانعت وجود نه لري نو ددې حکم به جواز او اباحت وي 1.

خو د مانعينو له لوري پرې اعتراض دا دی چې قاعده خو درسته ده، خو دويمه مقدمه درسته نه ده، ځکه چې د شبکيي بازار موندنې څخه ممانعت راغلی دی، لکه وروسته به چې راشي چې دا يا په سود او ربا کې شامل دی، او يا قمار دی او يا هم پکښې غرر، فريب او فراډ او په باطله توګه د خلکو د مالونو خوړل وجود لري نو شرعي ممانعت وجود لري.

دويم استدلال:

شبکيي بازار موندنه په حقيقت کې يو ډول دلالي (سمسرة) 2 او دا ځکه چې سمسار يا دلال لکه امام سرخسي چې وايي: (السمسار اسم لمن يعمل للغير بالأجر بيعا وشراء) هغه چا ته ويل کيږي چې د بل چا لپاره د عوض او اجرت په مقابل کې د خرڅولو او اخيستلو په مجال کې کار وکړي، شبکيي بازار موندونکی هم همدا کار کوي نو هغه پيسې او مبالغ چې بازارموندونکي يې ترلاسه کوي د شرکت د توکو د ترويج، مشهورتيا او ددې توکو لپاره د بازار موندنې (د خرڅولو او اخيستلو په ميدان کې د بل لپاره د اجرت) په مقابل کې دي، او دا د هغه مبلغ سره هيڅ توپير نه لري چې د انفرادي بازار موندنې په مقابل کې يې يو څوک د دلال په توګه ترلاسه کوي 3 او دلالي يا کميشن کاري چې ورسره نور ناروا وجود ونه لري نو هغه جائز ده ځکه چې دا د تعاون على البر والتقوی له جملې څخه ده، او دا چې د رسول الله صلى الله په زمانه کې يې هم وجود درلود او رسول الله صلى الله عليه وسلم منع کړې نه ده، قيس بن ابي عرزة وايي: كنا في عهد رسولِ الله -صلَّى الله عليه وسلم- نُسمَّى السماسِرَةَ، فمرَّ بنا رسولُ الله -صلَّى الله عليه وسلم- فسمانا باسم هو أحسنُ منه، فقال: "يا مَعشَرَ التجّار، إن البيعَ يحضُره اللغوُ والحلِفُ، فشُوبوه بالصَّدَقة" 4. د پيغمبر عليه السلام په زمانه کې موږ ته (سماسرة) يعنی دلالان يا کميشن کاران ويل کيدل، رسول الله صلى الله عليه وسلم زموږ خوا ته راغی او موږ د هغه څخه په ښه نوم ونومولو او ويې ويل: ای تاجرانو! د بيع په وخت کې بی ځايه خبری او قسمونه صورت نيسي نو څه صدقه ورسره ګډه کړئ. په دی حديث کې د سمسری او کميشن کاری ذکر راغلی دی چې په دی دلالت کوي چې دا د رسول الله صلى الله عليه وسلم په وخت کې موجوده وه او کومه نهي نه ده راغلی نو دا په جواز دلالت کوي.

په دی فقهي تکييف باندی اعتراض دا وارد شوی دی چې شبکيي بازارموندنه د کميشن کارۍ سره تفاوتونه لري، خو هغه تفاوتونه ايا داسې دي چې د شبکيي بازار موندنې څخه د کميشن کارۍ حقيقت نفي کوي؟ دا د مناقشې وړ خبره ده، جواز ورکونکي وايي هغه داسې تفاوتونه نه دي چې شبکيي بازار موندنه د کميشن کارۍ د حقيقت څخه وباسي، او منع کونکي په دی نظر دي چې د دی تفاوتونو له امله شبکيي بازار موندنې ته د کميشن کارۍ حکم ورکول درست کار نه دی.

دريم استدلال:

شبکيي بازار موندنه په حقيقت کې د اجرت په مقابل کې د توکيل عقد دی، په دی معنی چې شرکت د توکو لپاره د بازار موندنې په موخه د بازار موندونکی سره د وکالت تړون لاسليک کوي، او بازار موندونکی د هغه شرکت توکي د همدی توکيل پربنسټ پلوري، يا د شرکت د تشهير او تعريف په ميدان کې کار کوي، او هغه مبلغ چې بازار موندونکی يې د شرکت څخه لاس ته راوړي هغه د بازار موندنې د همدی توکيل په نتيجه کې د سرته رسيدلو هڅو په مقابل کې دي 5 ، او په دی کې خو اختلاف نشته چې د عوض په مقابل کې توکيل درست دی.

په دی فقهيي تکييف دا نيوکه شوی ده چې د جعالة يا عوض په مقابل کې د توکيل په عقد کې خو موکل (د مفعول په صيغه) عوض اخلي او د شبکيي بازار موندنې په عقد کې خو د شرکت د محصول د قيمت په شکل مبلغ ورکوي، نو دا د عوض په مقابل کې د توکيل عقد نشي کيدلی.

خو هغه څوک چې دا فقهي تکييف درست ګڼي هغوي وايي هغه مبلغ چې بازار موندونکی يې شرکت ته ورکوي هغه يو عقد دی چې د محصول د قيمت په شکل يې شرکت اخلي، او له هغې وروسته چې کوم عقد دی هغه د لومړي عقد څخه بيل د عوض په مقابل کې د توکيل عقد دی.

څلورم استدلال:

د شبکيي بازار موندنې په نتيجه کې ترلاسه شوي مبالغ د (جعالة) حيثيت لري، (جعالة) د يو ځانګړې کار په مقابل کې هغه که معلوم وي او که مجهول د چا لپاره د مشخص عوض په ځان باندې منلو ته ويل کيږي 6، جعالة د جمهورو (شوافع، مالکيه او حنابله) په نزد صحيح عقد دی، او د احنافو په نزد باندی صرف په بعضې صورتونو

---

[1] - التسويق الشبکی (حقيقته وحکمه) بحث منشور فی مجلة جامعة ام القری لعلوم الشريعة والدراسات الاسلامية العدد (٦٦) جمادی الاولی ١٤٣٧هـ ق، د ٩٥ صفحی څخه تر ١٦٤ صفحی پوری ليکوال د. محمد بن عبد الله بن عابد الصواط.

[2] - دلالی چی په عربی کې ورته (سمسرة) ويل کيږي او په انګليسی کې ورته (**brokerage**) مفهوم يې د اخيستونکی او خرڅونکی ترمنځ منځګړيتوب دی، چی اخيستونکی هم پری اعتماد کوي او خرڅونکی هم پری اعتماد کوي.

[3] - د ازهر د پوهنتون د فتوی کميسون په همدی نظر دی، ددی لپاره وګورئ: التسويق التجاری و أحکامه فی الفقه الاسلامی ص ٥٢٣، د د. حسين بن معلوی بن حسين الشهرانی د دکتوراه رساله چی د پي ډی ايف په بڼه په انټرنټ نشر شوی او د لاندی لينک څخه ترلاسه کيدلی شي (**http://k-tb.com/book/Figh13195**).

[4] - سنن أبي داود ج ٥ ص ٢١٥ تحقيق شعيب الارنؤوط طبع دار الرسالة العالمية کال ٢٠٠٩م او دا حديث د ارنؤوط د تحقيق سره سم صحيح دی.

[5] - وګورئ: التسويق الشبکی، تکييفه و أحکامه الفقهية فصل اول ص ٤٣ او له هغې وروسته، د بندر بن صقر الذيابی د دکتوراه رساله د جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية المعهد العالي للقضاء، چی د ورډ په بڼه په لاندی لينک باندی وجود لري (**http://k-tb.com/book/Figh15332**) په دی کتاب کې يې دا مسأله په تفصيل سره څيړلی ده.

[6] - په دی معنی چی څوک ووايي چی زما اوښ ورک دی که چا ماته راپيدا کړ او رايي وړ زه به ورته زر افغانی ورکړم، او که چا ماته څلويښت متره ژوره او دری متره پراخه څاه وکيندله نو زه به ورته پنځوس زره افغانی ورکړم، دا د اجاری او د جائز (انعام) سره تفاوت لري چی فقهاو ذکر کړي دي.

کې روا ده 1، شبکیي بازارموندنې ته جعالة ځکه وايي چې په دی کې د اجاری شروط نه دي متحقق، ځکه د اجاری په نتیجه کې مستأجَر د عقد په نتیجه کې د اجرت مالک گرځي، خو دلته د کار د سرته رسولو په نتیجه کې مستأجر د جعالی مالک گرځي.

خو په دی فقهي تکییف هم یو شمیر اعتراضات شته دی، چې تر ټولو مهم یې دا دی چې په جعالة کې (مجعول له) ددی لپاره مال نه مصرفوي چې هغه لپاره جعالة ورکړی شي، بلکه خپل کوښښ کوي چې هغه هدف ترلاسه کړي چې جعالة پری اېښودل شوی ده، او که ترلاسه یې نه کړ نو یواځی خپل جهد له لاسه ورکوي کوم بل څه یې له لاسه نه ځي، خو دلته چې تاسی کوم څوک (مجعول له) گرځوي هغه د شرکت له لورې عرضه شوي توکي اخلي او یا د بدل اشتراک په نوم یو مبلغ شرکت ته ورکوي، او په دی توگه د جعالة لپاره پیسی ورکوي، چې دا د جعالة د طبیعت سره متعارض دی.

په (جعالة) کې شرط دا دی چې غرر په کښی نه وي، مگر په شبکیي بازار موندنه کې د (جعل) د جهالت له امله او د دی خطر له امله چې آیا ددی معاملی په نتیجه کې به څه لاس ته راوړنه ولري او که نه، ځکه چې هغه یو مبلغ مصرفوي او بیا نور گډون کونکي او پیریدونکي راټولوي او بیا هم متأکد نه وي چې د شرکت له لورې اعلان شوی مبلغ به ترلاسه کړی شي او که نه، او که شرکت اصلا د هغه مبلغ د ورکولو څخه انکار وکړي چې بازار موندونکی یې مستحق وي نو دا ټول صورتونه د غرر دي او له دی څخه بل لوی غرر به چیرته وي او کله چې غرر رامنځته شو نو عقد ناروا گرځي 2.

دا ډول اعتراضات د هغه چا له لورې چې دا د جعالی عقد گڼي مناقشه شوي دي، دوي وايي چې هغه مبلغ چې د (مجعول له) له لورې شرکت ته ورکول کیږي هغه د جعالی په مقابل کې نه دی بلکه هغه د بیع یوه مستقله معامله ده، او د بازار موندنې معامله جعاله ده، بناء مبلغ د جعالی په مقابل کې نه دی ورکړ شوی، همدا راز د دویم اعتراض په اړه وايي چې کله د شرکت شرایط واضح وي هلته بیا جهالت وجود نه لري، او په عامه توگه د شبکیي بازارموندنې شرکتونه د څرگندو شرایطو په درلودلو سره کار کوي.

دویم مذهب: د حرام گڼونکو مذهب

یو ډیر گڼ شمیر معاصر علماء لکه په سوډان کې د اسلامي فقه ټولنه، په اردن کې د افتاء اداره، د سعودي عرب د فتوی دائمی کمیسیون، د فلسطین دار الافتاء او داسی نورو دا معامله ناروا بللی ده، او د گڼ شمیر دلائلو څخه ددی شبکیي بازار موندنې په حرمت استدلال کړی دی، چې مهم دلائل یې په لاندی ډول دي:

لومړی استدلال:

په دی کې قمار وجود لري او د قمار څخه الله تعالی په قران کریم کې منع کړی ده، {يَاأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ} [المائدة: 90] ای مؤمنانو شراب، جواري، د عبادت لپاره نصب شوي او درول شوي بتان او د تقسیم لپاره غشي- ناولي شیان او شیطاني کارونه دي نو ځان تری وساتئ تر څو کامیاب شئ.

او شبکیي بازار موندنه قمار ځکه شمیرل کیږي چې په دی کې چې بازار موندونکی کوم مبلغ شرکت ته د توکی د قیمت په توگه (او یا هم د بدل اشتراک په توگه) ورکوي هغه په حقیقت کې د توکي قیمت نه دی، بلکه ددی اصل هدف هغه مبالغ دي چې د تسویق په بدل کې به یې لاس ته راوړي او د دی توکي اخیستل هسی یوه حیله ده، او په پایی کې به یا دا ډیر زیات مبلغ لاس ته راوړي او یا به هیڅ شي هم لاس ته رانه وړي بلکه هغه خپل مبلغ چې د توکي د قیمت په توگه یې ورکړی وه هغه به هم له لاسه ورکړي، او همدی ته قمار او میسر ویل کیږي. د اردن د دار الافتاء عبارت په لاندی ډول دی: "أسلوب التسويق الشبكي أو الهرمي وأخذ العمولات عليه ليس من السمسرة الشرعية في كثير من صوره المنتشرة اليوم، بل هو من باب الميسر والمقامرة المحرمة؛ لأن المشتركين عادة لا يشتركون إلا بغرض تحصيل المكافآت على إحضار زبائن آخرين، فإذا جلب المشترك عدداً من الزبائن، وحقق شروط الشركة أخذ عمولته التي قد تزيد أو قد تنقص عن المبلغ الذي دفعه ابتداء، وإذا فشل خسر المبلغ كله، وهذا الاحتمال يُدخِلُ المعاملة في شبهة الغرر والميسر.فمناط التحريم هو اضطرار المشترك إلى دفع مال مسبقاً، سواء على سبيل الاشتراك أو على سبيل شراء بضاعة غير مقصودة" 3 نن ورځ په نړۍ کې د شبکیي بازار موندنې او هرمی بازار موندنې ډیرې منتشری طریقی او تگلاری او له دی لارې پیسی او مبلغ ترلاسه کول مشروعه دلالي نه ده، بلکه دا د حرامی جوارۍ او قمار له جملی څخه دي، ځکه چې په دی کې گډون کونکي د بازار موندنې په دی کار کې یواځی ددی لپاره گډون کوي چې د نورو پیریدونکو د راجلبولو له لارې هغه مشخص شوی مبلغ ترلاسه کړي، او کله چې په دی بازار موندنه کې یو گډون کونکي یوه مجموعه د خریدارانو راوړلی شي او د شرکت شروط پوره کړي نو خپل مبلغ ترلاسه کولی شي، چې دا مبلغ کله د هغه مبلغ څخه زیات وي چې ده په پیل کې (د توکو د قیمت په نوم او یا هم د بدل اشتراک په نوم) تأدیه کړی او کله به تری کم وي، او که چیرته د شرکت شروط پوره نه کړی شي نو (د توکي د قیمت یا بدل اشتراک په شکل کې ورکړی) خپل مبلغ هم له لاسه ورکوي، او همدی ته قمار یا میسر ویل کیږي، او دا اخیرنی احتمال دا معامله د غرر او میسر په شبهة کې داخلوي، نو د تحریم مدار په دی شو چې شبکیي بازار موندنه کې گډون کونکي دی ته اړ کیږي چې یو معین مبلغ په پیل کې شرکت ته تأدیه کړي هغه که د اشتراک په صورت کې وي او که د کوم توکي د پیریدلو په شکل کې وي چې اصلا هغه گډونکونکي ورته هیڅ اړتیا نه لري، خو د اشتراک د یوی حیلی لپاره په دی عقد کې داخل کړی شوی دی. د جواز ورکونکو له لورې ددی په ځواب کې ویل شوی دي چې هغه طریقه چې هرمی یا بونزي طریقه بلل کیږي او پکښې توکی وجود ونه لري هغه خو اتفاقي حرامه ده او یو ډول قمار او ربا ده د هغه په اړه خو مناقشه نه کوو، اما د شبکیي بازار موندنې په هغه طریقه کې چې حقیقي محصول پکی وجود ولري او هغه یواځی یو رمزي شی نه وي بلکه د خلکو د اړتیا وړ شی وي په هغی کې په حقیقت کې نه قمار شته او نه غرر، ځکه چې دلته دوه معاملی دي، لومړی معامله د شرکت د توکي او محصول اخیستل دي، چې یو څوک د خپلی اړتیا وړ توکی رانیسي او د هغه په مقابل کې د هغه قیمت ورکوي 4، دا معامله مستقله ده، ددی ترڅنگ شرکت ددی سړي لپاره یو بل فرصت برابروي چې د یو لړ واضحو او

---

[1] - الموسوعة الفقهية الكويتية ج ١٥ ص ٢٠٩.

[2] - ددی لپاره وگورئ: التسويق الشبكى، تكييفه و أحكامه الفقهية د بندر الذيابي د دکتوراه رساله ص ٤١.

[3] - وگورئ:حكم التسويق الشبكى رقم الفتوى (1995) د فتوی د صدور نیټه: ٢٠١٢/٢/٢م

(http://www.aliftaa.jo/Question.aspx?QuestionId=1995#.Xe9IKvZuK71)

[4] - خو په دی شرط چې دا توکی یې واقعا د اړتیا وړ وي او ددی توکي قیمت د بازار د قیمت څخه پورته نه وي، که دا دواړه شرطونه وجود ونه لري نو بیا په حقیقت کې اصل مطلوب هماغه د نقدینو تبادله ده، او د دی توکي شاملول یواځی د یوی حیلی حیثیت لري، له همدی امله د جواز لپاره دا شرط لازم گڼل شوی دی.

ځرګندو شروطونو سره سم که د شرکت د توکو او محصولاتو لپاره بازارموندنه وکړي نو د شرکت له لورې به ورته یوه مشخصه فیصدي ورکول کیږي، که هغه شروط پوره کړي نو مبلغ ترلاسه کوي او که شروط پوره نه کړي نو هیڅ مبلغ نه ترلاسه کوي نو په دی کې د قمار صورت نشته.

خو هغه صورت چې اصلا په کښې محصول وجود ونه لري او یا هم داسې محصول وجود ولري چې رمزي شی وي او اصلا نه د خلکو د ضرورت وړ وي او یا هم د هغې د اصلي قیمت څخه ډیر زیات مبلغ پرې ترلاسه کړي دا ډول معامله واقعا یوه ناروا معامله ده چې د بیع عیّنې شکل لري او هغه ربا او حرام کار دی.

دویم استدلال:

د دوی بل دلیل دا دی چې په شبکیي بازار موندنې کې د ربا او سود دواړه ډولونه (ربا الفضل و ربا النسیئة) موجود دي او ربا خو حرامه ده نو دا شبکیي بازار موندنه هم حرام ده، د ربا د تحقق صورت داسې دی چې شرکت د خپل لورې بازار موندونکی ته توکی او مبلغ ورکوي، او په مقابل کې بازار موندونکی د تش په نوم محصول او توکی ډیر لوړ قیمت ورکوي، دا توکی خو هسې د حیلې لپاره په دی عقد کې داخل کړی شوی دی، اصل عقد خو پیسې او مبلغ د مبلغ او پیسو په مقابل کې دي چې په پای کې د شرکت له لورې د بازارموندنې په نوم دی بازار موندونکی ته ورکول کیږي، نو که دا پیسې د هغه مبلغ سره تفاوت ولري چې د بازار موندونکی څخه یې ترلاسه کړي دي نو دا ربا الفضل ده، او کله چې د شرکت له لورې پیسې وروسته ورکول کیږي نو پکښې ربا النسیئة هم متحقق کیږي، سره له دی چې احناف د (مُدّ عجوة) 1 په مسأله کې د جمهورو سره اختلاف لري او څه صورتونه استحسانا جائز ګڼي خو دا صورت اتفاقی ناجائز دی چې یو طرف ته سلعة او زیات مبلغ وي او بل لور ته لږ مبلغ وي، او یا سلعة اصلا ډیره کمه وي لکه په شبکیي بازار موندنې کې چې کیږي.

خو د دی قضیې په ځواب کې باید وواېو چې دا یو عقد نه دی چې په دی کې دی د ربوی شیانو سره یو غیر ربوي شې د حیلې په شکل داخل کړی شوی وي، بلکه دا دوه جدا جدا عقدونه دي، یو عقد د شرکت له لورې عرضه کړی شوي توکي اخیستل او بل عقد جعالة دی چې د شرکت او د توکو د بازار موندنې په موخه د بازار موندونکی ترمنځ سرته رسیدلی دی، او په دی کې نقد د نقد په بدل کې نه دي اخیستل شوي نو بناء نه ربا الفضل متحقق کیږي او نه ربا النسیئة.

خو دا درسته خبره ده چې که د شرکت محصول حقیقي نه وي او یواځې رمزي حیثیت ولري، او یواځې د حیلې په توګه په عقد کې شامل کړی شوی وي لکه یو بنګړی چې په یو لوی مبلغ پلورل کیږي دا ډول معامله واقعا ربا او سود دی، چې الله تعالی په قران کریم کې په صریحو ټکو کې ورته حرام ویلي دی.

دریم استدلال:

د تحریم بل علت د دوي له نظره دا دی چې شبکیي بازارموندنې کې په ناحقه د خلکو د مال خوړلو ته مستلزم دي، او الله تعالی فرمایي { يَاأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ} [النساء: 29] نو لازم هم باید حرام وګڼل شي، او دا شبکیي بازار موندنه ځکه په ناحقه د خلکو مالونو خوړلو ته مستلزمه ده چې د شرکت واکداران او ددی نیټ ورک په سر کښې ناست خلک خو ډیرې زیاتې ګټې ترلاسه کوي، مګر لاندی خلکو ته ډیره کمه ګټه او یا هم هیڅ په لاس نه ورځي او همدی ته اکل أموال الناس بالباطل ویل کیږي.

ډیر ځله داسې هم کیږي چې یو بازارموندونکي خپل وخت مصرف کړي کوښښ وکړي، حتی په ارتباطاتو او اړیکو مصرف هم وکړي خو د شرکت شرط پوره نه کړی شي نو هیڅ ډول ګټه نشي ترلاسه کولی او پخپله شرکت د شبکې په سر کې ناست خلک ددی د جهودو څخه ګټه ترلاسه کوي.

خو ددی په ځواب کې باید وویل شي چې کوم مبلغ چې دی شرکت ته ورکړی دی د هغه په مقابل کې پرې شرکت توکي خرڅ کړي دي، نو دا خو د اکل أموال الناس بالباطل څخه ووت، اما د هغه د جهد په مقابل کې چې ورته ګټه نه ورکول کیږي هغه هم أکل أموال الناس بالباطل کې نه راځي او دا ځکه چې شرکت په واضحه توګه ورته خپل شرطونه اعلان کړي دي او ده د جعالة دا کار د هماغه شروطو په رڼا کې قبول کړی دی، او د رسول الله صلی الله علیه وسلم حدیث دی چې (المسلمون عند شروطهم) نو په دی کې د اکل اموال الناس بالباطل له کوم ځایه راغی؟.

څلورم استدلال:

د مانعینو بل دلیل دا دی چې په دی عقد کې غرر فاحش وجود لري او هر داسې عقد چې غرر په کښې وي هغه ناروا دی، ځکه چې رسول الله صلی الله علیه وسلم فرمایلي دي: (نهی عن بیع الحصاة و عن بیع الغرر) 2 او غرر پکښې ځکه وجود لري ځکه چې بازار موندونکی کار کوي خو په دی نه پوهیږي چې د شرکت له لورې مشخص شوی شمیر خلکو ته به دا توکی ورسولی شي او که نه؟ او همدا راز دا خو څرګنده خبره ده چې د بازارموندنې دا پروسه خو به یو وخت متوقف کیږي نو هغه خلک چې د شبکې په لاندې برخه کې قرار لري هغه به حتما متضرر کیږي، او په دی پروسه کې هیڅ ګډونکونکي په دی نه پوهیږي چې هغه به په نهایت کې په کوم ځای کې قرار ولري.

ددی ډول معاملې مجوزین بیا وایي چې که دا ډول احتمالي نقصان هم وجود ونه لري بیا خو معامله درسته نه ده، دا ډول احتمالي خساره خو په هره معامله کې وجود لري، ځکه څوک چې تجارت کوي د هغه په معامله کې هم دا ډول نقصان متوقع دی، ځکه څوک چې مال اخلي آخر خو به یې په یو چا خرڅوي که په هغه یې په ډیر قیمت خرڅ کړي نو هغه اخیري اخیستونکی تاوان وکړ!!

پنځم استدلال:

په دی کې بیعة فی بیعتین وجود لري او هغه له دی امله چې ډیر شرکتونه چې شبکیي بازارموندنه مخته وړي د ګډون لپاره دا شرط ګڼي چې د هغه محصول باید واخیستل شي نو دلته دوه بیعې راغلی یوه د محصول اخیستل او بله د بازار موندنې عقد، یعنی د دویم عقد لپاره یې لومړی عقد شرط وګرځاوه او دا بیع في بیعتین ده او

---

[1] - دا یو مشهوره مسأله ده چی د (مد عجوة) په نوم په فقهي کتابونو کې ذکر ده، (که څوک یو مد عجوه خرما او دوه مده کشمش د یو مد کشمشو او دوه مده عجوه خرما په بدل کې وپلوري نو حکم به یې څه وي) یو څه قضایای یې په الموسوعة الفقهیة الکویتیة (22/ 75) کې وګورئ، همدا راز وګورئ المبسوط للسرخسي (12/ 189).

[2] - صحیح مسلم د حدیث شمیره ۱۵۱۳.

هغه خو ناروا ده ځکه چې حضرت ابو هريره رضي الله عنه وايي: (نهى رسول الله صلى الله عليه و سلم عن بيعتين في بيعة) [1] نو بناء شبکيي بازارموندنه هم يوه ناروا او حرامه معامله ده [2].

دا خو درسته ده چې بيعتين فی بيعة ناروا ده مګر ددی مفهوم څه دی، او ايا شبکيي بازار موندنه په دی کې شامله ده او که نه؟ بيعتين فی بيعة د مفهوم په اړه څو قول وجود لري:

لومړی قول: امام ابن قيم وايي چې له دی څخه بيع عينة مراد ده، او وايي چې همدا زموږ د شيخ امام ابن تيميه رأى هم ده [3]، د بيع عينة څخه مراد دا دی لکه رافعي چې وايي: هو أن يبيع شيئا من غيره بثمن مؤجل، و يسلمه إلى المشتري، ثم يشتريه قبل قبض الثمن بثمن نقد أقل من ذلك القدر [4] بيع عينة دی ته وايي چې په يو چا باندی يو شی په نسيه (مؤجل قيمت) خرڅ کړي او پيريدونکی ته يې تسليم کړي، مګر د قيمت د تسليمولو څخه دمخه يې په نقد قيمت خو د هغه پخواني څخه په کم بيرته تری راونيسي.

دويم قول: يو شمير علماء وايي چې د بيعتين فی بيعة څخه مراد دا دی چې دوه قيمتونه ذکر کړي او يو هم مشخص نه کړي، د بيلګی په توګه چې يو څوک چا ته ووايي چې که دا شی په نقد قيمت اخلی په دومره يې درکوم او که په نسيه يې اخلی نو په دومره يې درکوم، او له دی دواړو صورتونو څخه يو هم مشخص نه کړي. امام مالک رحمه الله دی ته خيار وايي او جايز يې ګڼي، او امام ابوحنيفه، امام شافعی او امام احمد وايي چې دا ناروا ده ځکه چې قيمت غير معلوم شو، او دا ډول جهالت تحريم ته مفضی کيږي [5].

دريم قول: ددی حديث څخه مراد دا دی چې يو څوک په چا باندی يو مال خرڅ کړي په دی شرط چې هغه به پری بل مال خرڅوي، نو دا په يو عقد کې د بل عقد شرط ګڼل دي، دا د امام شافعی او د احنافو د څه علماو څخه نقل شوی دی [6].

فکر کوم که دا حديث په همدی اخيري تفسير واخيستلی شي نو شبکيي بازار موندنه ددی په مفهوم کې داخليږي، مګر په دی حديث کې مطلق شرط مراد نه دی، ځکه ټول علماء په دی اتفاق لري چې درست او صحيح شرطونه چې د عقد د مقتضی سره برابر وي کوم اشکال نه لري، د امام شافعی رحمه الله څخه چې امام ترمذی ددی حديث په شرح کې چی کوم قول نقل کړی دی هغه هم د همداسی يو شرط په ناروا والي دلالت کوي چې د جهالت ته مفضي- کيږي، نو بناء په دی کې هم شبکيي بازار موندنه شامله نه ده.

د پای خبره

د دواړو اړخونو د دلايلو د ليدلو او ارزولو نه وروسته دی نتيجې ته رسيږو چې چا د دی کار ظاهري بڼی ته ليدلي دي هغه ته پکښې کوم داسی شرعي مانع په نظر نه دی راغلی چې دا ډول بازارموندنه شرعا ممنوع وګرځول شي، او هغه چا چې د دی شرکت حقيقي مقصد ته کتلي دي هغه ته پکښې محظور ښکاري او دا ډول شبکيي بازار موندنه ورته ناروا بريښي، خو زما له نظره شبکيي بازار موندنه څو شکله لري چې څه ناروا او حرام دي، او څه يې روا او جايز دي، ناروا صورتونه يې په لاندی ډول دي:

په هغه صورت کبب دا کار ناروا دی چې محصول اصلا وجود ونه لري، او يا رمزي محصول وجود ولري چې يواځی د حيلی په توګه ددی معاملی د ظاهري بڼی د شريعت او فقه سره د برابرولو لپاره پکښې داخل شوی وي، لکه يو عادي فلزی بنګړی په دوه زره ډالر خرڅ کړی شي، دا د عيينی بيعی په څير ګرځي چې د سود د روا ګرځولو يوه حيله ده، نو هغه شرکتونه چې اصلي موخه يې د ټولنې د اړتيا محصولات ټولنې ته وړاندې کول نه وي بلکه اصل هدف د پيسو په مقابل کې د پيسو راټولول وي هغه د جايزی شبکيي بازار موندنې په تعريف کې نه راځي.

دويم دا چې که په دی بازار موندنه کې د شرعي احکامو رعايت ونه شي نو هغه د روا بازار موندنې په تعريف کې نه راځي، لکه د داسی حرامو شيانو لپاره بازارموندنه کول چې هغه د مسلمانانو لپاره د استفادی وړ نه وي، او يا د ربوي شيانو ترمنځ په تفاضل يا نسی باندی معامله پکښې وجود ولري.

خو ددی ترڅنګ چونکه په معاملاتو کې توسعه وجود لري نو بناء تر څو چې په يوه قضيه کې صريح او مباشر تحريم وجود ونه لري او يو لړ هغه محظورات په پام کې ونيولی شي چې دا ډول بازار موندنه ناروا او يا هم مشبوه ګرځوي او د هغوي مخنيوی وشي نو بيا به په دی ډول بازار موندنه کې شايد حرج وجود ونه لري، دا محظورات د لاندی شروطو په ضمن کې ذکر کوو:

لومړی: د شبکيي بازار موندنې شرکت بايد د بازار موندونکی څخه په پيل کې هيڅ ډول مبلغ ترلاسه نه کړي، نه د کوم توکي او محصول د قيمت په نوم او نه د ګډون او بدل اشتراک په نوم، او دا ددی لپاره چې ددی ډول بازار موندنې څخه د ربا او قمار شبهه هم له منځه ولاړه شي، ځکه مانعين ددی مبلغ اخيستل (ولو که د کوم توکي او محصول د قيمت په توګه هم وي) د هغه مبلغ په مقابل کې ګڼي چې بيرته يې بيا شرکت دی ته د ګټی يا د بازار موندنې د حق الزحمی په توګه ورکوي او په منځ کې

[1] - دا حديث صحيح دی، او د سننو او مصنفاتو او مسانيد اکثرو کتابونو کې روايت شوی دی، د بيلګی په توګه وګورئ: سنن الترمذي (3/ 533) په (باب ما جاء فی النهي عن بيعتين فی بيعة) کې.

[2] - وګورئ: التسويق الشبکی تکييفه و أحکامه الفقهية د بندر بن صقر الذيابي د ماستری رساله ص ٥٦.

[3] - حاشية ابن القيم على سنن أبي داود (9/ 240) دار الک+تب العلمية، بيروت، کال ١٤١٥هـ ق.

[4] - وګورئ: الموسوعة الفقهية الکويتية (2/ 30).

[5] - بداية المجتهد ونهاية المقتصد (3/ 172) کي ابن رشد وايي:«وَأَمَّا الْوَجْهُ الثَّالِثُ، وَهُوَ أَنْ يَقُولَ لَهُ: أَبِيعُكَ هَذَا الثَّوْبَ نَقْدًا بِكَذَا أَوْ نَسِيئَةً بِكَذَا، فَهَذَا إِذَا كَانَ الْبَيْعُ فِيهِ وَاجِبًا فَلَا خِلَافَ فِي أَنَّهُ لَا يَجُوزُ، وَأَمَّا إِذَا لَمْ يَكُنِ الْبَيْعُ لَازِمًا فِي أَحَدِهِمَا فَأَجَازَهُ مَالِكٌ، وَمَنَعَهُ أَبُو حَنِيفَةَ، وَالشَّافِعِيُّ، لِأَنَّهُمَا افْتَرَقَا عَلَى ثَمَنٍ غَيْرِ مَعْلُومٍ؛ وَجَعَلَهُ مَالِكٌ مِنْ بَابِ الْخِيَارِ» بيعتين في بيعة په تفسير کی دريمه وجه دا ده چې يو څوک ووايي چې دا ټوټه په نقدو په دومره او په نسيا په دومره، نو که دا بيع لازمه وي (يعنی يو ددی دواړو څخه لازم ده خو تعيين يې ونه کړي) نو دا ډول بيعه د ټولو فقهاو په نزد ناروا ده، او که چيرته يو صورت (نقد يا نسيا) لازمه نه وي نو د امام مالک رحمه الله په نزد دا جائز دی (ځکه دا ورته د خيار له جملی نه ښکاري) او د امام ابو حنيفه او امام شافعی په نزد نا درست دی ځکه چې د ثمن د تشخيص څخه پرته سره جدا شول.

[6] - د حديث دی تفسيراتو او همدا راز نورو مصداقونو لپاره وګورئ: تحفة الأحوذي (4/ 357) د محمد عبد الرحمن مبارکپوری ليکنه طبع دار الکتب العلمية بيروت.

د دی توکی راداخلول یواځی یوه حیله ګڼي، او کله چې نقد د نقد په مقابل کې شي او یا څوک د شرط نه پوره کولو په صورت کې بالکلیة د خپلی حق الزحمی څخه محروم شي نو یا ربا متحقق کیږي او یا هم قمار.

دویم: هغه توکي چې شرکت یې ددی بازار موندنې له لارې تولنې ته وړاندې کوي هغه باید واقعي باقیمته او د ټولنې د اړتیا وړ تـوکي وي، او خلـک یـې بایـد د خپلـو واقعي اړتیاو د پوره کولو لپاره واخلي، ددی ترڅنګ دا هم اړینه او ضروري ده چې دا توکي او محصولات باید د بازار په قیمت او له یا هغه څخه هـم پـه کـم قیمـت وپلـورل شي تر څو داسی ونه شي چې دا توکي واقعا یوه حیله وي او اصل مقصود بالمعاملة هغه مبـالغ وي چـې د شرکت او بـازار مونـدونکی تـرمنځ تبادلـه کیـږي، ځکـه پـه دی صورت کې هم دا معامله د نقدینو معامله ګرځي او په هغه کې ربا او یا هم قمار رامنځ ته کیږي چې له همدی امله بیع عینة د فقهاو له لورې حرامه ګڼل شوی ده.

دریم: دا هم اړینه ده چې د بازارموندنې په شبکه کې هغه کسان چې د شرکت او نورو بازار موندونکو ترمنځ د رابط او منځګړي حیثیت لـري (د شبـکو مـدیران) یـا پـه بل عبارت هغه څوک چې د فرعي شبکو په رأس کې قرار لري هغه باید د متابعت، ټریننګ او لارښوونی په باب یو څه جهد ولري او عمل باید وکړي چـې د هغـه پـه مقابـل کې هغه اجره واخلي چې د شرکت له لورې ورکول کیږي، تر څو دا اجره په (سحت او حرام) کې رانشي، ځکه که دا خلک کوم جهد ونـه کـړي نـو حالـت بـه دا وي چـې دا لوموړی طبقه چې فرعي شبکی یې ایجاد کړی دي، دوي به قرار ناست وي لاندی خلک به کار کوي او دا به د هغوي د کار ثمره په خپل جیب کې اچوي چې دا کـار حـرام او سحت بلل کیږي، ددی د مخنیوي لپاره پکار دا ده چې د شبکی طبقات په مشخص شمیر کې محدود کړی شي (لکه پنځه، شپږ تر اتو پوری) تر څو دا وکړی شي چـې په واقعي توګه ددی خلکو سره په تماس کې وي او د دوي متابعت وکړی شي، او د خپل جهد په مقابل کې حق الزحمه ترلاسه کړي.

څلورم: شرکت باید داسی تعسفي او ظالمانه شرطونه کنښي نه ږدي چې په ناحقه توګه بازار موندونکی له خپل حق څخه محـروم کـړي، د بیلګـی پـه توګـه کـه چیرتـه بازار موندونکی یو تعداد خلکو ته د شرکت توکي او محصـولات ورسـوي او د هغـه لپـاره بـازار موندنـه وکـړي خـو شرکت د شـبکیي بـازار مونـدنې ثنـایی سیسـتم (Binary System) په کار اچولی وي چې په هغه کې د چپ او ښیي توازن باید مراعت شي او په دی توګه وغواړي چې بازار موندونکی د خپل جایز حق څخه محروم کـړي، سره لـه دی چې شرکت د هغه له کار څخه مستفید شوی وي او د هغه توکي خرڅ شوي هم وي نو دا کار نادرست او ناروا دی، ځکـه پـه جعالـة کـې لـه هغـه فقهـاو لـه نظـره چـې د جعالة عقد درست ګڼي: که (مجعول له) کار یو ځای ته ورسوي او جاعل د هغه څخه استفاده وکړي نو په هماغه اندازه باید (مجعول له) ته له جعالة څخه ورکړي او کـه دا ورنکړي نو دا اکل اموال الناس بالباطل کې راځي 1.

پنځم: په دی کې باید د الیکترونیکی تجارت شرعي ضوابط او شروط مراعت شي، چې مهم یې د نقدینو (سرو زرو او سپینو زرو) د تجارت په صورت کې د قـبض شرط دی، همدا راز په بیع صرف کې د ضوابطو مراعت او د محرماتو د تجارت څخه ځان ساتل دي. شپږم: په دی کار کې اسلامی اخلاقیات رعایت کول لکه خلکـو تـه د فریـب او دوکی څخه ځان ساتل د جعل کاری او نورو خلکو ته د زیان رسولو څخه اجتناب کول او داسی نور شامل دي.

شپږم: په کوم هیواد کې چې د شبکیي بازار موندنې دا شرکت کار کوي باید د هغه هیواد تجارتی قوانینو او اصولو ته ژمنتیا ولري تر څو د هیواد اقتصاد تـه زیـان ونـه رسوي.

که په دی شروطو شرکتونه التزام وکړي نو بیا په دی بازار موندنه کې کوم مشکل نه لیدل کیږي، او که داسی نه وي نو بیا تری مشکل جوړیدل شي.

الله تعالی دی موږ ته په خپل دین د عمل کولو توفیق په نصیب کړي.

---

[1] - ددی لپاره وګورئ: البیان والتحصیل لابن رشد القرطبی طبعة دار الغرب الاسلامی، بیروت، ج ۸ ص ۵۱۱، والمهذب ج ۱ ص ۴۱۲، و مغنی المحتاج ج ۲ ص ۴۳۲.