مجـــله علـــمـی پـــوهنتون ســـــلام
https://salam.edu.af/magazine/14

شبکيي بازارموندنه د شریعت له نظره

پوهنوال دکتور مصباح الله عبدالباقی[1]

بحث لنډيز

د هر تجارت د ترويج لپاره بازار موندنه يوه اړتيا ده، مگر پـه اسـلام کـی ددی اړتـيا پـوره کول هم بايد په هغه دائره کی سرته ورسيږي چی شرعي نصوصو د مسلمان لپاره تـاکلی ده، له همدی امله د شبکيي بازار موندنی يو لړ صورتونه خو د ټولو علماو له نظـره نـاروا او حـرام کار دی، او يو لړ صورتونه يې 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 تـوکي پيريـدل ضرور وي، ددی صورت په اړه معاصر علماء بيلا بيل نظرونه لري، څوک چې وايي دا په هغه دائره کـی راځـي چی اسلام يې اجازه ورکړی، او يو شمير نور علماء وايي چی دا د جواز له دائری څخه بيـرون 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 کـار دی، دا هغه قضيه ده چی په دی څيړنـه کـی څيـړل شـوی ده، او پـه لنـډه توگـه يـې نتـائج لوستونکو ته وړاندی شوي دي.

1- عضو کادر علمی پوهنحی شرعیات و رئیس پوهنتون سلام.
+93771694474 :
misbah.abdulbaqi@gmail.com :

معلومات مقاله

تاریخ نشر: 1399/11/20

شماره مقاله در ژورنال: 01

تعداد صفحات: 11

شماره نوبتی مجله: 9 و 10

کلیدي کلمې: شبکی بازارموندنه، اسلامی اخلاقیات، مباشره بازارموندنه، بیع، اباحت

معلومات مجله:

مجله علمی پوهنتون سلام، نشرات خویش را از سال 1390 هـ.ش آغاز نموده و دست آورد های زیادی در این زمینه دارد، در ادامه سلسله فعالیت های خویش به تاریخ 1401/03/22 اعتبار نامه خویش را به عنوان یکی از معتبرترین مجله از وازرت محترم تحصیلات عالی کشور به دست آورد.

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

آدرس ارتباطی؛ ویب‌سایت: https://salam.edu.af/magazine , https://research.salam.edu.af

ایمیل: https://salamjournal@salam.edu.af ، salamuk@salam.edu.af

شماره های تماس: +93703649505 و +93785351450

مقدمه

شبکيي بازارموندنه چې په نوره نړۍ کې له ډيرى مودې راهيسى رواج لري او خلکو له دی لارې ډيرى ټولنې د زياتو مشکلاتو سره مخامخ کړي دي، لـه دی لارى يـې خلکو ته يې فريب ورکړی، په دی اړه د چل ول او دوکې ډيرى قصې مشهورى دي، پـه عـين حـال کـې دا ډول بازارموندنـه د محصـولاتو د تـرويج يـوه کاميابـه لاره هـم ده، بنسټيز 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؟ کـه دا ډول بـازار موندنـه بيلا بيل صورتونه او شکلونه لري چې يو شمير يې ناروا او نادرست دي څکه چې په داسی څه مشتمل دي چې د اسلام د اصولو سره سم نه دي، او يـو شـمير نـور صـورتونه

يې روا او جايز دي؟ كه 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 ټرلو خلكو په ذهنونو كې گرځېدل را گرځيدل، څو ځله په بيلا بيلو مجالسو كې دا قضيه مطرح هم شوه، يو شمير ځوانانو دا مطلقا حرام گڼله او د ټولنې په زيان يې بلله، بل طرف ته يو شمير خلک چې د همدې ډول بازارموندنې سره تړلي دي دا كار مطلقا درست او روا بولي او د هيڅ ډول حدودو رعايت نه كوي، له دې امله مو اړينه و گڼله چې ددې موضوع په اړه يو څو كرښې وښكل شي تر څو په متوازن شكل ددې قضيې په اړه د فقهاو متوازن نظر د لوستونكو مخ ته راشي، په دې كرښو كې كه څه درست وي نو د الله تعالى د توفيق په نتيجه کې دي، او كه غلط وي نو دا يو شخصي اجتهاد او رأى ده، او دا غلطي هيڅ ډول قصدي عمل نه دی، او شريعت تری پاک او مبرا دی، د الله تعالى نه دعاء كوم 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 مستهلكينو اړتياوې پوره كوي او د هغوي توجه ځانته راجلبوي، نو تر څو چې تاجر د خپلو توكو په اهميت باندې مستهلک پوه نه كړي او دا ورته ونه وايي چې په بازار کې د نورو موجودو توكو او محصولاتو په پرتله دده له لوري وړاندې شوي توكي او محصولات څه ځانګړتياوې لري او په څومره ښه توګه د مستهلكينو اړتياوې پوره كولی شي تر هغې پورې مستهلکين د خپلو توكو په رانيولو نشي قانع كولی، همدا راز كله كله مستهلک له دې څخه بې خبره وي چې د هغه د اړتيا وړ توکی په بازار کې وجود لري، نو بازار موندنه له دې امله هم اړينه ګرځي چې خلكو ته د دې خبر وركړي چې د هغوي د اړتيا وړ شيان په بازار کې وجود لري، تر دې ځايه خو بازار موندنه يوه اړتيا ده او بايد وجود ولري مگر كله كله د بازار موندنې اصلي هدف او موخه د ټولنې وګړو ته فريب وركول وي، په نادرسته توګه خپل توكی او محصولات داسې معرفی كول وي چې د حقيقت څخه ډېر ليرې وي، دا چونكه فريب او دوكه ده نو له دې امله شريعت ناروا بللی او ډېره لويه ګناه يې ګڼلې ده، كه څه هم دا ډول درواغ كله كله د تجارت د ترويج وسيله شي خو په پاى کې ترې د بركت د ختميدلو لامل ګرځي، له همدې امله رسول الله صلى الله عليه وسلم د هغه تاجر ډېر لوی فضيلت بيان كړی چې د خپلو توكو او محصولاتو د بازار موندنې لپاره درواغ نه وايي، او خپل توكي هماغسې معرفي كوي څرنګه چې دي، داسې تاجر ريښتينی تاجر بلل كيږي چې رسول الله صلى الله عليه وسلم د هغه په اړه فرمايي: "التَّاجِرُ الأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ، مَعَ الشُّهَدَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ" يعنی هغه تاجر چې امانت دار وي او ريښتيا ويونكی مسلمان وي هغه به د قيامت په ورځ د شهيدانو سره وي. او په درواغو باندې خپل تجارت ته رشد او پراختيا وركول د تجارت څخه د بركت د له منځه تللو لامل ګرځي ابوهريرة رضي الله عنه روايت كوي چې رسول الله صلى 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 توكو د خرڅيدلو لامل وګرځی مګر بركت له منځه وړي.

په نادرسته توګه د خپل تجارت لپاره بازار يابی دومره لويه ګناه ده چې په قران كريم 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 كړ، او قسم يې وكړ چې په هغه يې دومره مبلغ مصرف كړی څومره يې چې نه وه مصرف كړی (يعنی درواغ يې وويل) تر څو د مسلمانانو څخه يو تن ته فريب وركړي 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 ډېر لږ قيمت اخلي د دوي لپاره په اخرت کې هيڅ برخه نشته، نه به الله تعالى له دوي سره خبرى وكړي او نه به ورته د قيامت په ورځ (د رحمت په نظر) وګوري، او نه به دوي له ګناهونو څخه پاک كړي او د دوي لپاره دردناک عذاب دی. په دې ايت كې چې څومره لوی عذاب د داسې چا لپاره ياد شوی دی چې د خپلو توكو لپاره په درواغجنو قسمونو باندې بازار موندنه كوي ددې لامل دا دی چې اسلام د دوكې او فريب سره نفرت لري، او هيڅكله دا نه غواړي چې د فريب له لارې څوک په يو ميدان کې هم مخ ته ولاړ شي.

د بازار موندنې بيلا بيل ډولونه

هغه بازار موندنه هغه پروسې ته ويل كيږي چې د امكان تر حده پورې لوی شمير خلک د يو مشخص توكی، اسانتيا او يا هم خدمت څخه د استفادې لپاره راجذب كړي، او پخواني پيريدونكی او مستهلكين د ادارې، كمپنۍ او شركت سره تړلي او وفادار وساتي. په اوسنۍ زمانه کې مستهلک ته د توكو د رسولو له پلوه د بازار موندنې دوه ډولونه وجود لري:

لومړی: مباشره بازار موندنه

دې ته موږ نيغ په نيغه بازار موندنه هم ويلی شو، دا هغه بازار موندنه ده چې پكښې د توكي د جوړونكی توليدونكي او مستهلک ترمنځ كوم بل طرف وجود ونه لري، بلكه د جوړونكی او توليدونكی د لاس څخه نيغ په نيغه د مستهلک او مصرف كونكي لاس ته ورسيږي، چې په دې توګه د توكو قيمت راكميږي، ځكه چې د توليدونكي او مصرفونكی ترمنځ د واقع جهتونو ګټه پكښې له منځه ځي، شبكيي بازار موندنه هم له همدې ډول بازار موندنې يو ډول دی.

دويم: غير مباشره بازار موندنه

دا هغه بازار موندنې ته ويل كيږی چې د توكو د توليد كونكي جهت او مصرف كونكي ترمنځ نور جهتونه هم وجود ولري، دا جهتونه او اړخونه كله يو او كله ډېر كيدلی شي، چې په نتيجه کې يې په بازار كې د توكو قيمت لوړ ځي، ځكه 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) كلمة چی د قسم په معنی راځی د لام په سكون او كسرى دواړو سره لوستل شوی ده، او د (منفقة) كلمه 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 سكون 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 ليكنه طبع دار الفكر بيروت په ۲۰۰۲م كال.

د شبکيي بازار مونډنې مفهوم

کومه قضيه چې په دی لنډ بحث کې معالجه کول غواړو هغې ته په عربي ژبه کې (التسويق الشبکي) او په انګريزي کې ورته په عامه اصطلاح کې (Network Marketing) ويل کيږي، (سره له دی چې نور نومونه هم لري)، او په پښتو کې ورته شبکيي بازار مونډنه ويلی شو، د شبکيي بازار مونډنې ډير تعريفونه شوي دي، موږ دلته يو لړ تعريفونه وړاندې کوو چې په رڼا کې يې د شبکيي بازار مونډنې حقيقت څرګند کړی شو.

لومړی تعريف: دا د مباشری او نيغ په نيغه بازار مونډنې هغه سيستم دی چې د پيريدونکو له لارې خپلو تجارتي توکو او محصولاتو ته بازار مونډنه کوي په داسی توګه چې د هر توکي او محصول چې د پيرويدونکو د بازار مونډنې له لارې خرڅ شي د ځانګړو شرايطو په نظر کې نيولو سره سم هغوي ته پيسی هم ورکړي[1] .

په دی تعريف اعتراض دا دی چې په دی کې د بازار مونډنې اصلي موخه د محصولاتو لپاره بازار مونډنه ښودل شوی ده، حال دا چې همدا د اختلاف بنسټيزه نکته ده، ځکه يو شمير علماء وايي چې ددی ډول بازار مونډنې اصلي هدف او موخه محصولات نه بلکه پخپله همدا بازار مونډنه ده، په دی معنی چې نه خو دا محصولات د ټولنې په ګټه وي او نه په حقيقت کې د بازار مونډونکو اصلی موخه ددی محصولاتو خرڅول وي بلکه اصل هدف يې هغه مبلغ وي چې د نوو مشتريانو د پيدا کولو په نتيجه کې يې لاس ته راوړي.

دويم تعريف: د بازارمونډنې هر هغه پروګرام ته ويل کيږي چې پکې برخه اخيستونکي د اضافي برخه اخيستونکو د ګمارلو او محصولاتو يا خدماتو د پلورلو حق اخلي (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 استخدام شوو افرادو له لارې خرڅ شوي وي [2].

دا تعريف هم د شبکيي بازار مونډنې ټولو انواعو ته شامل نه دی ځکه يو لړ شبکيي بازار مونډنې داسی هم شته چې په هغی کې برخه اخيستونکو ته پرته له دی د بازار مونډنې حق ورکول کيږي چې هغه د شرکت محصول و پيري، بلکه دا حق ورته يواځې د يو داسی مشتری د راجلبولو په نتيجه کې ترلاسه کيږي چې هغه په شرکت کې غړيتوب نه لري.

ددی تعريف يوه نيمګړتيا دا ده چې په دی کې دی ته هم اشاره نه ده شوی چې په بازار مونډنه کې د برخه اخيستونکو د شمير زياتوالی د برخه اخيستونکو په معاوضی هم اغيزه لري.

يو بل تعريف يې داسی شوی دی (امتياز يكتسب بشراء منتج لشركة أو توفير مشتر غير مشترك، و تسويق منتجها بتسويق حافزها، في مقابل عمولة تستحق بشروطها، و تزيد بزيادة العملاء في الشبكة)[3] يعنی شبکيي بازار مونډنه هغه امتياز ته ويل کيږي چې د يو شرکت د يو محصول د اخيستلو (رانيولو) له لارې، او يا هم د يو داسی مشتري چې مخکې ددی شرکت ګډونوال نه وي د راپيدا کولو په نتيجه کې ترلاسه کيږی او د تشويقونکو شيانو لپاره د بازار مونډنې له لارې ددی شرکت د محصولاتو لپاره بازار مونډنه کول دي، خو دا د هغه مبلغ په مقابل کې چې د شرکت د شرايطو سره سم يې دا بازار مونډونکې مستحق ګرځي، او دا مبلغ د پيرودونکو 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، اشتراک، د شرکت د شرکت په محصولاتو کې 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 پيريدلو په نتيجه کې او دويم د يو داسی مشتری د راجلبولو په نتيجه کې چې مخکې ددی شرکت مشتري نه وي، او دا ځکه چې د شبکي تسويق شرکتونه دوه ډوله دي يو هغه چې د خپل محصول پيريدل د بازار مونډونکی لپاره شرط ګڼي، او دويم هغه چې داسی کوم شرط نه لري نو په تعريف کې د دواړو ډوله شرکتونه شامل دي.

په دی تعريف کې دی ته هم اشاره ده چې په شبکيي بازار مونډنه کې دوه موخې وي يوه د شرکت اصلی محصولاتو ته بازار مونډنه کول، او دويم د بازار مونډنې لپاره چې کوم تشويقی بسته شرکتونه وړاندې کوي د هغی لپاره بازار مونډنه هم يو هدف وي، چې دا په حقيقت کې د شرکت د محصولاتو لپاره په بازار مونډنه ډيره مثبته اغيزه 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 مونډنې په نتيجه کې د پيريدونکو زياتوالی په هغه مبلغ نيغ په نيغه اغيزه لري چې بازار مونډونکو ته ورکول کيږي [4] .

شبکيي بازار مونډنې صورتونه

د شبکيي بازار مونډنې عام صورت داسی دی چې يو شخص يا يو ګروپ د يو شرکت محصولات رانيسي- بيا دا پيريدونکې د شرکت همدی محصولاتو لپاره بازار مونډنه کوي، او نور خلک د هغی اخيستلو ته هڅوي او قناعت ورکوي، او هغه ددی په مقابل کې فائده او يو مبلغ ترلاسه کوي، او څوک چې نوي په دی لړۍ کې شامل شي هغوي هم همداسی نور خلک قانع کوي او د شرکت د محصول د رانيولو لپاره يې هڅوي، او څوک چې د دوي له لارې په دی لړۍ کې شامل شول د هغوي په مقابل کې هم يو مبلغ شرکت د لړۍ په سر کې موجود شخص ته ورکوي، او دا سلسله او لړۍ همداسی ادامه پيدا کوي، چونکه د مسألی صورت په فقهي حکم کې 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 کیدلی 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 غړی 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 هغوی 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 نوې دوره به بیا له نوې سره پیلیږي، او کله کله دا د وخت او زماني پورې 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 نوې سر نه د درې کلونو لپاره بله لړۍ پیل شي، او په دې توګه پخواني کډون 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] شجریي بازار موندنه چې په انګلیسۍ 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 شجریي بازار موندنې سیستم ویل کیږي.

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

دې ته هرمي 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 هرمي 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 لومړې بازار موندونکی دواړو لورو ته د دوو بازارموندونکو موجودیت دی لکه د تلې (میزان) دواړو لورو ته چې دوه پلې وي.

[2] - د بیلا بیلو ډولونو لپاره وګورې التسویق الشبکی تحت المجهر د زاهر سالم بلفقیه لیکنه چې په انترنت باندې د پی 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 توپیر

شبکيي بازار موندنه خو مو په مخکی څو کرښو کې وپیژندله، خو هرمي بازار موندنه د یو شمیر لیکوالانو له نظره هغه بازار موندنې ته ویل کیږي چې هلته کوم 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 ورکوي او د څه ځانګړو شرایطو 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 لړ شرکتونو د شرایطو سره سم د سرو زرو یوه قطعه ترلاسه کوي، چې دا ډول بازار موندنه په شریعت کې هم حرامه ده، ځکه دا پرته له شبهې څخه د ربا یو شکل دی، او غربي قوانین هم دا ډول بازار موندنه تجارتي فراډ او فریب ګڼي.

همدی ته یو شمیر لیکوالان بونزي بازار موندنه هم وایي دا یو ایټالوی مهاجر (چارلس بونزي) ته منسوب ده چې په جنوبی بوسټن امریکا کې یې ژوند کاوه، په کال 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٪ ګټه ورکوي، او په ۹۰ ورځو کې به خلکو ته ۱۰۰٪ ګټه ورکوي، او وجه یې دا ښودله چې هغه د ډاکخانې د ټکټونو تجارت کوي او بالفعل ۴۰۰٪ ګټه کوي، په پیل کې یې لومړنیو ۵۰٪ ګډون کونکو ته د وروستنیو ګډون کونکو د سرمایې څخه د ګټې په نوم څه مبالغ ورکړل چې له دی سره یې د خلکو اعتماد راجلب کړ، ددی په نتیجه کې د هرې لورې پرې خلک رامات شول، نو بونزي هر ډول فعالیت پر ځای پریښوده د ډاکخانې ټکټونه هم پر ځای پاتې شول او د خلکو څخه را ټوله کړی سرمایه یې د خپلو شخصی ګټو لپاره استعمال کړه، او کله چې د بانکونو له لورې د هغه لاسلیک کړي چېکونه مسترد شول نو خلک پوه شول چې له هغوی سره دوکه شوې ده، په هغه وخت کې هغه شپږ میلونه ډالر د خلکو سرمایه ډوبه کړه او له منځه یې یوړه، چې له امله یې بونزي و نیول شو او د فریب او دوکې په اتهام محاکمه شو او د امریکا څخه وشړل شو 1.

خو یو شمیر لیکوالان یې بیا د شبکيي بازار موندنې سره په مرادفه معنی باندی استعمالوي چې د هغی په حکم کې بیا اختلاف دی چې په راتلونکی صفحو کې به یې و څیړو.

دا ډول تجربې 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 مینې په کمپ کې هم 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 یې یو شمیر خلکو ته ډیره زیاته منافع 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 نظریات وګورو او یوی نتیجې ته ورسیږو 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 مبلغ وا نه اخلي، دا که د محصول 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 بازار موندنه وکړي او د هغی په مقابل کې د محصول د خرڅونکی له لورې حق الزحمة او اجرت تر لاسه کړي، دا دلالي او کمیشن کاري ده او دا کار په اسلام کې په خپلو شروطو 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 څه وي چې واقعا د ټولنې د اړتیا وړ وي، که دا محصول یواځې یو شکلي شي وي، او په هیڅ ډول د ټولنې په درد نه خوري او یا اصلا د شبکيي بازار موندنې په معامله کې اصلا محصول وجود ونه لري (لکه په هرمي او بونزي طریقه کې)، په دی حالت کې اصل مقصود هغه مبلغ وي چې د شرکت له لورې بازارموندونکی ته ورکول کیږي او دا د هغه مبلغ به مقابل کې ګرځي 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 وجود ونه لري، او یا د داسی شیانو خرید او فروش چې شرعا یې اخیستل او خرڅول جایز نه وي، لکه د شرابو، مخدره موادو او داسی نورو شیانو خرڅول او اخیستل. که دا مشکلات وجود ونه لري نو دا ډول شبکيي بازار موندنه جواز لري.

اختلافي ټکي

د شبکيي بازارموندنې هغه مشهور صورت چې په هغی کې محصول وجود ولري او بازارموندونکي هغه وپیري تر څو د بازارموندنې حق ترلاسه کړي شاید څه مبلغ ترلاسه کړی شي، چې عربي کې یې لنډیز دی (اشتر لتسوق، فقد تکسب) «وپیره تر څو د بازار موندنې حق ترلاسه کړی نو شاید ګټه وکړی» د شبکيي بازار موندنې 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، امام شافعی رحمه الله وایي: "فَأَصْلُ الْبُيُوعِ كُلِّهَا مُبَاحٌ 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 عليه وسلم مُحَرَّمٌ إذْ

---

[1] - دی لپاره وګوری: اشکالیة الفتوی فی التسویق الشبکی د حسام صبری عبد المنعم لیکنه د ورځ په فارمټ باندی 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 إِبَاحَةِ الْبَيْعِ فِي كِتَابِ اللَّهِ تَعَالَى" [2] يعنى بيوع په اصل کې ټول مباح او جايز دي په دې شرط چې د داسې اخيستونکي 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 ترې منع کړې 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 مشترکې دي، او له دې پرته موږ نورو ټولو بيوعو ته مباح وايو ځکه ومو ويل چې د الله تعالى په کتاب کې بيع مباح گرځول شوې ده. همدا خبره ابن رشد الجد هم کړې 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) يعنې بيوع په درې ډوله ويشل شوي دي، جايز بيوع، حرام بيوع او مکروه بيوع، جايز بيوع هغه دي چې شريعت حرام کړي نه وي، او نه په کښې نهې راغلي وي، او دا مو ځکه وويل چې الله تعالى بيع په مطلق ډول د خپل بندگانو لپاره مباح گرځول او د هغې مطلقه اجازه يې ورکړې ده، او د خپل کتاب په ډېرو ايتونو کې يې په عام اباحت سره مباح کړې 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 پرې 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 باندې حمل کيږي مگر دا چې داسې کوم دليل وجود ولري چې هغه تخصيص کړي، که څه ترې تخصيص شول نو له هغه وروسته په متباقي افرادو کې په خپل عموم پاتې کيږي، نو بناء د الله ددې قول لاندې چې فرمايي: {وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ} [البقرة: 275] ټول بيوع داخل دي مگر هغه چې کوم دليل ددې عموم څخه تخصيص کړي وي، او د بيوعو ډېر قسمونه د ډېرو شرعي دلايلو په ذريعه ددې عموم څخه تخصيص شوي هم دي، خو د هغې تخصيص شوو اقسامو نه وروسته څه چې پاتې دي دا ايت په خپل عموم سره د هغه په اباحت دلالت کوي، له همدې 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 يواځې د يو مذهب او يو عالم خبره نه ده، بناء د شريعت د طبيعت سره سم په معاملاتو کې توسعه وجود لري يواځې دا به لټول کيږي چې ايا په دې معامله کې خو کوم داسې ناروا کار وجود نه لري چې د هغې له امله په قران او سنت کې ددې ډول معاملې څخه منع راغلي وي [4].

دويمه قاعده: اصل په عقودو او شروطو کې اباحت دی

ددې معنى دا ده چې دا لازمه نه ده چې يواځې 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 داسې 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 فقهاو څخه هم نقل ده او هم يې تعامل هم همدا ډول دی، او د معاصرو علماو رأى خو همدا ده، يواځې ظاهر مشربه خلک ددې 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 ډېر مثالونه ددې لپاره ذکر کړي دي، لکه عقد الاجارتين، عقد التحکير، عقد المقاولة، الاشتراط لمصلحة الغير [6] او داسې نور چې استحداث شوي دي او علماو يې د جواز فتوی ورکړې ده، او دا په صدر اسلام کې د موجودو عقدو په هيڅ شکل کې هم نه راځي، نو ددې قواعدو په رڼا کې د شبکيي بازار موندنې په اړه که يواځې دا وکتل شي چې ايا په دې کې داسې څه خو وجود نه لري چې دا د ناروا عقودو په جمله کې راولي همدا کفايت کوي، يعنې ددې اړتيا نشته چې حتما دا يو داسې عقد په حيث تکييف کړی شي چې هغه په صدر اسلام کې وجود درلود.

د شبکيي بازار موندنې په اړه فقهى نظريات

د شبکيي بازار موندنې په اړه د معاصرو علماو نظريات متفاوت دي، هر چا چې ورته له کومې زاويې څخه کتلي دي هماغسې 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 لاندې کرښو کې د دې دواړو مذهبونو لږ په تفصيل سره يادونه کوو:

لومړی مذهب: جواز ورکونکي

يو شمير معاصر علماء د شبکيي بازار موندنې په جواز قائل دي، چې په دې 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 دې اړه د لاندې 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 وگورى موسوعة القواعد والضوابط الفقهية الحاكمة للمعاملات المالية فى الفقه الاسلامى ج ١ ص ٢٢١ د دکتور على احمد الندوى 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 تفصيلى اقوال ليدل غواړي نو د موسوعة القواعد والضوابط الفقهية الحاكمة للمعاملات المالية فى الفقه الاسلامى د لومړی ټوک د ٢٢١ صفحى څخه دی تر 223 پورى د مطالعه کړي.

[5] - د تفصيل لپاره وگورئ: القواعد الحاكمة لفقه المعاملات دويمه قاعده، دا د قرضاوى صاحب يو بحث دی چی د المجلس الاوربى للافتاء والبحوث د نوولسمى دورى لپاره يې ليکلى دی، او د هغه په انترنتى ويب پاڼه باندې نشر شوی دی.

[6] - ددې 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 نوی معامله ده چې مخکې يې نظير وجود نه لري، او په شرعي نصوصو کې ددی 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 ددی حکم به جواز او اباحت وي 1.

خو د مانعينو له لوري پری 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 سرخسی 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 پيسی او مبالغ چې بازارموندونکي يې ترلاسه کوي د شرکت د توکو د ترويج، مشهورتيا او ددی 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 علی البر والتقوی له جملې څخه ده، او دا چې د رسول الله صلی الله په زمانه کې يې هم وجود درلود او رسول الله صلی الله عليه وسلم منع کړی 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 والحِلفُ، فشُوبوه بالصَّدَقة" 4. د پيغمبر عليه السلام په زمانه کې موږ ته (سماسرة) يعنی دلالان يا کميشن کاران ويل کيدل، رسول الله صلی 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 صلی 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 ګڼی 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 ځانګړی کار په مقابل کې هغه که معلوم وي او که مجهول د چا لپاره د مشخص عوض په ځان باندی منلو ته ويل کيږی 6، جعالة د جمهورو (شوافع، مالکيه او حنابله) په نزد صحيح عقد دی، او د احنافو په نزد باندی صرف په بعضی صورتونو

---

[1] - التسويق الشبکی (حقيقته وحکمه) بحث منشور فی مجلة جامعة ام القری لعلوم الشريعة والدراسات الاسلامية العدد (٦٦) جمادی الاولی ١۴٣٧هـ ق، د ٩۵ صفحی څخه تر ١٦۴ 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 ۵٢٣، د د. حسين بن معلوی بن حسين الشهرانی د دکتوراه رساله چی د پي ډی ايف په بڼه په انترنت نشر شوی او د لاندی لينک څخه ترلاسه کيدلی شي (**http://k-tb.com/book/Figh13195**).

[4] - سنن أبي داود ج ۵ ص ٢١۵ 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 ۴٣ او له هغی 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 رايی 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، شبکيي بازارموندنې ته جعالة ځکه وايي چې په دی کې د اجاری شروط نه دي متحقق، ځکه د اجاری په نتيجه کې مستأجَر د عقد په نتيجه کې د اجرت مالک ګرځي، خو دلته د کار د سرته رسولو په نتيجه کې مستأجر د جعالی مالک ګرځي.

خو په دی فقهي تکييف هم يو شمير اعتراضات شته دی، چې تر ټولو مهم يې 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 پرې ايښودل شوی ده، او که ترلاسه يې نه کړ نو يواځی خپل جهد له لاسه ورکوي کوم بل څه يې له لاسه نه ځي، خو دلته چې تاسی کوم څوک (مجعول له) ګرځوي هغه د شرکت له لورې عرضه شوي توکي اخلي او يا د بدل اشتراک په نوم يو مبلغ شرکت ته ورکوي، او په دی توګه د جعالة لپاره پيسی ورکوي، چې دا د جعالة د طبيعت سره متعارض دی.

په (جعالة) کې شرط دا دی چې غرر په کښی نه وي، مګر په شبکيي بازار موندنه کې د (جعل) د جهالت له امله او د دی خطر له امله چې آيا ددی معاملی په نتيجه کې به څه لاس ته راوړنه ولري او که نه، ځکه چې هغه يو مبلغ مصرفوي او بيا نور ګډون کونکي او پيريدونکي راټولوي او بيا 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 يې مستحق وي نو دا ټول صورتونه د غرر دي او له دی څخه بل لوی غرر به څېرته وي او کله چې غرر رامنځته شو نو عقد ناروا ګرځي 2.

دا ډول اعتراضات د هغه چا له لورې چې دا د جعالی عقد ګڼي مناقشه شوي دي، دوي وايي چې هغه مبلغ چې د (مجعول له) له لورې شرکت ته ورکول کيږي هغه د جعالی په مقابل کې نه دی بلکه هغه د بيع يوه مستقله معامله ده، او د بازار موندنې معامله جعاله ده، بناء مبلغ د جعالی په مقابل کې نه دی ورکړ شوی، همدا راز د دويم اعتراض په اړه وايي چې کله د شرکت شرايط واضح وي هلته بيا جهالت وجود نه لري، او په عامه توګه د شبکيي بازارموندنې شرکتونه د څرګندو شرايطو په درلودلو سره کار کوي.

دويم مذهب: د حرام ګڼونکو مذهب

يو ډير ګڼ شمير معاصر علماء لکه په سوډان کې د اسلامي فقه ټولنه، په اردن کې د افتاء اداره، د سعودي عرب د فتوی دائمی کميسيون، د فلسطين دار الافتاء او داسی نورو دا معامله ناروا بللی ده، او د ګڼ شمير دلائلو څخه ددی شبکيي بازار موندنې په حرمت استدلال کړی دی، چې مهم دلائل يې په لاندی ډول دي:

لومړی استدلال:

په دی کې قمار وجود لري او د قمار څخه الله تعالی په قران کريم 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 تقسيم لپاره غشي- ناولي شيان او شيطاني کارونه دي نو ځان تری وساتئ تر څو کامياب شئ.

او شبکيي بازار موندنه قمار ځکه شميرل کيږي چې په دی کې چې بازار موندونکی کوم مبلغ شرکت ته د توکی د قيمت په توګه (او يا هم د بدل اشتراک په توګه) ورکوي هغه په حقيقت کې د توکي قيمت نه دی، بلکه ددی اصل هدف هغه مبالغ دي چې د تسويق په بدل کې به يې لاس ته راوړي او د دی توکي اخيستل هسی يوه حيله ده، او په پايی کې به يا دا ډير زيات مبلغ لاس ته راوړي او يا به هيڅ شي هم لاس ته رانه وړي بلکه هغه خپل مبلغ چې د توکي د قيمت په توګه يې ورکړی وه هغه به هم له لاسه ورکړي، او همدی ته قمار او ميسر ويل کيږي. 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 شبکيي بازار موندنې او هرمی بازار موندنې ډيرې منتشری طريقی او تګلاری او له دی لارې پيسی او مبلغ ترلاسه کول مشروعه دلالي نه ده، بلکه دا د حرامی جواری او قمار له جملی څخه دي، ځکه چې په دی کې ګډون کونکي د بازار موندنې په دی کار کې يواځی ددی لپاره ګډون کوي چې د نورو پيريدونکو د راجلبولو له لارې هغه مشخص شوی مبلغ ترلاسه کړي، او کله چې په دی بازار موندنه کې يو ګډون کونکي يوه مجموعه د خريدارانو راوړلی شي او د شرکت شروط پوره کړي نو خپل مبلغ ترلاسه کولی شي، چې دا مبلغ کله د هغه مبلغ څخه زيات وي چې ده په پيل کې (د توکو د قيمت په نوم او يا هم د بدل اشتراک په نوم) تأديه کړی او کله به تری کم وي، او که چېرته د شرکت شروط پوره نه کړی شي نو (د توکي د قيمت يا بدل اشتراک په شکل کې ورکړی) خپل مبلغ هم له لاسه ورکوي، او همدی ته قمار يا ميسر ويل کيږي، او دا اخيرنی احتمال دا معامله د غرر او ميسر په شبهة کې داخلوي، نو د تحريم مدار په دی شو چې شبکيي بازار موندنه کې ګډون کونکی دی ته اړ کيږي چې يو معين مبلغ په پيل کې شرکت ته تأديه کړي هغه که د اشتراک په صورت کې وي او که د کوم توکي د پيريدلو په شکل کې وي چې اصلا هغه ګډونکونکي ورته هيڅ اړتيا نه لري، خو د اشتراک د يوی حيلی لپاره په دی عقد کې داخل کړی شوی دی. د جواز ورکونکو له لورې ددی په ځواب کې ويل شوی دي چې هغه طريقه چې هرمی يا بونزي طريقه بلل کيږي او پکښې توکی وجود ونه لري هغه خو اتفاقي حرامه ده او يو ډول قمار او ربا ده د هغه په اړه خو مناقشه نه کوو، اما د شبکيي بازار موندنې په هغه طريقه کې چې حقيقي محصول پکی وجود ولري او هغه يواځی يو رمزي شی نه وي بلکه د خلکو د اړتيا وړ شی وي په هغی کې په حقيقت کې نه قمار شته او نه غرر، ځکه چې دلته دوه معاملی دي، لومړی معامله د شرکت د توکي او محصول اخيستل دي، چې يو څوک د خپلی اړتيا وړ توکی رانيسي او د هغه په مقابل کې د هغه قيمت ورکوي 4، دا معامله مستقله ده، ددی ترڅنګ شرکت ددی سړي لپاره يو بل فرصت برابروي چې د يو لړ واضحو او

---

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

[2] - ددی لپاره وګورئ: التسويق الشبکی، تکييفه و أحکامه الفقهية د بندر الذيابي د دکتوراه رساله ص ۴۱.

[3] - وګورئ:حكم التسويق الشبكی رقم الفتوى (1995) د فتوی د صدور نيټه: ۲۰۱۲/۲/۲م
(http://www.aliftaa.jo/Question.aspx?QuestionId=1995#.Xe9IKvZuK71)

[4] - خو په دی شرط چې دا توکی يې واقعا د اړتيا وړ وي او ددی توکي قيمت د بازار د قيمت څخه پورته نه وي، که دا دواړه شرطونه وجود ونه لري نو بيا په حقيقت کې اصل مطلوب هماغه د نقدينو تبادله ده، او د دی توکي شاملول يواځی د يوی حيلی حيثيت لري، له همدی امله د جواز لپاره دا شرط لازم ګڼل شوی دی.

ځرګندو شروطونو سره سم که د شرکت د توکو او محصولاتو لپاره بازارموندنه وکړي نو د شرکت له لوري 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 عيّنې 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 النسيئة) 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 لوري بازار موندونکی ته توکی او مبلغ ورکوي، او په مقابل کې بازار موندونکی د تش په نوم محصول او توکی ډیر لږ قیمت ورکوي، دا توکی خو هسې د حیلې لپاره په دی عقد کې داخل کړی شوی دی، اصل عقد خو پیسی او مبلغ د مبلغ او پیسو په مقابل کې دي چې په پای کې د شرکت له لوري 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 لوري پیسی وروسته ورکول کیږي نو پکښې ربا النسيئة 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 ګڼې 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 لوري 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 النسيئة.

خو دا درسته خبره ده چې که د شرکت محصول حقیقي نه وي او یواځی 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 شبکی 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 لوري مشخص شوی شمیر خلکو ته به دا توکی ورسولی شي او که نه؟ او همدا راز دا خو ځرګنده خبره ده چې د بازارموندنې دا پروسه خو به یو وخت متوقف کیږي نو هغه خلک چې د شبکی په لاندی 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 معاملی 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 ځا 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 بیعی 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 مگر 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 رأی 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، مگر 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 بيلگی په توگه 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 گڼي، 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 گڼل 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، مگر 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 وگرځول 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 کښ دا کار ناروا دی چې محصول اصلا وجود ونه لري، او يا رمزي محصول وجود ولري چې يواځی د حيلی په توگه ددی معاملی د ظاهري بڼی د شريعت او فقه سره د برابرولو لپاره پکښې داخل شوی وي، لکه يو عادي فلزی بنگړی په دوه زره ډالر خرڅ کړی شي، دا د عيينی بيعی په څير گرځي چې د سود د روا گرځولو 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 ترڅنگ 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 گرځوي 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 گډون 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 توگه هم وي) د هغه مبلغ په مقابل کې گڼي چې بيرته يې بيا شرکت دی ته د گټی يا د بازار موندنې د حق الزحمی په توگه ورکوي او په منځ کې

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

[2] - وگورئ: 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 ۱۴۱۵هـ ق.

[4] - وگورئ: الموسوعة الفقهية الكويتية (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 چی يو څوک ووايي چی 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 چی د ثمن د تشخيص څخه پرته سره جدا شول.

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

د دی توکی راداخلول یواځی یوه حیله ګڼل کیږي، او کله چې نقد د نقد په مقابل کې شي او یا څوک د شرط نه پوره کولو په صورت کې بالکلیه 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 ټولنې ته وړاندې کوي هغه باید واقعي باقیمته او د ټولنې د اړتیا وړ توکي وي، او خلک یې باید د خپلو 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 هم په کم قیمت وپلورل شي تر څو داسی ونه شي چې دا توکي واقعا یوه حیله وي او اصل مقصود بالمعاملة هغه مبالغ وي چې د شرکت او بازار موندونکی ترمنځ تبادله کیږي، ځکه په 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 لري (د شبکو مدیران) یا په 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 چې د هغه په مقابل 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 ونه کړي نو حالت به دا وي چې دا لومړی 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 کار حرام 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 چې 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 کنبي نه ږدي چې په ناحقه توګه بازار موندونکی له خپل حق څخه محروم کړي، د بیلګی په توګه که چېرته بازار موندونکی یو تعداد خلکو ته د شرکت توکي او محصولات ورسوي او د هغه لپاره بازار موندنه وکړي خو شرکت د شبکیي بازار موندنې ثنایی سیستم (Binary System) په کار اچولی وي چې په هغه کې د چپ او ښيي توازن باید مراعت شي او په دی توګه وغواړي چې بازار موندونکی د خپل جایز حق څخه محروم کړي، سره له 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، ځکه په جعالة کې په هغه فقهاو له نظره چې 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 که 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 قبض 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 خلکو ته د فریب 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 ته زیان ونه 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.