پوهنتون باختر

BAKHTAR UNIVERSITY

مجله علمی تحقیقی

علوم اقتصادی

دور نخست، شماره (۱) خزان ۱۴۰۳

په اسلامي اقتصاد کې د استصناع ترون څېړنه
او په افغانستان کې یې د پلي کولو اړتیا

نقش تحصیلات عالی در انکشاف
اقتصادی-اجتماعی افغانستان

احتکار و اضرار اقتصادی آن در جامعه

Determinants Influencing
E-Commerce Adoption in
Afghanistan

Financial Inclusion Strategies for
Rural Communities in Afghanistan

The Impact of Privatization on
Pakistan's Economy in the 1990s

بسم الله الرحمن الرحيم

پوهنتون باختر

BAKHTAR UNIVERSITY

مجله علمی تحقیقی علوم اقتصادی

دور نخست، شماره (۱)، خزانی ۱۴۰۳

مقالات مندرج این مجله را میتوانید از ویب سایت پوهنتون باختر نیز دانلود نمایید.
www.bakhtar.edu.af

مجله علمی تحقیقی علوم اقتصادی
دور نخست، شماره (۱) خزانی ۱۴۰۳

صاحب امتیاز: پوهنتون باختر
مدیر مسول: داکتر محمد قاسم ایاز
سردبیر: ماستر محمد شاکر ابراهیمی

هیئت تحریر:
دوکتور عادل رسول
ماستر حمید الله شیرزی
دوکتور عبیدالله ظریفی
ماستر فولاد خان امرخیل
ماستر جمشید احمد صافی
ماستر محمد ایاز ناصری
ماستر فریدالله لالزی
ماستر شاکرالله مشکور
دوکتور محمدحکیم حیدر

صفحه آرایی: حسین راشد منصوری

ایمیل آدرس: ec.journal@bakhtar.edu.af

محترمو لوستونکو او د قدر وړ استادانو

نن زه په دې ویاړم، چې د باختر پوهنتون له خوا زموږ د ټولنې د پرمختګ او سوکالۍ په نه ستړي کیدونکو هلو ځلو باندې بحث کوم. دا زموږ ټینګ باور دی، چې د علمي څېړنو پر مټ موږ کولی شو د اقتصادي ننګونو لپاره دوامداره حل لارې رامینځته کړو له کومو سره چې عملا مخ یو. دا چې زموږ ټولنه د داسې مختلفو اقتصادي ستونزو سره مخ ده، چې زمونږ د پرمختګ او ثبات مخه نیسي نو د دې ننګونو د حل په موخه، موږ باید په پیاوړو علمي څېړنو تکیه وکړو. د داسې علمي موضوعاتو په تړاو باختر پوهنتون تل خپله ژمنتیا په اثبات رسولې او تل پدې برخه کې په لومړي قطار کې ولاړ دی. (باختر د اقتصادي علومو څېړنیز ژورنال) جوړول په دې برخه کې یو مهم ګام بلل کېږي. دا علمي ژورنال به د افغانستان له نورو دولتي او خصوصي پوهنتونونو د محترمو استادانو څخه د باور وړ، او د مسلکي بورډ لخوا د تاید شویو څېړنیزو مقالو خپرولو لپاره د لومړي او باوري ادرس په توګه کار وکړي. علمي څېړنه موږ ته دا توان راکوي چې اقتصادي ستونزې وپېژنو او تحلیل یې کړو کومو چې زموږ په ټولنه کې زیان رسولي. دا اقدام یوازې علمي نه ، بلکې عملي بدلون لپاره یوه وسیله ده، چې د مختلفو مرسته کوونکو او اړوند نهادونو څخه د نوښتي نظریاتو په راټولولو سره، موږ کولی شو د شواهدو پر بنسټ داسې حل لارې وړاندیز کړو، چې زموږ د ټولنې له غوښتنو سره سمون ولري. سربیره پردې، موږ پوهیږو چې په پوهنتونو کې علمي څېړنه یو جلا فعالیت نه دی، بلکې دا د پوهنتونو ،استادانو او اړوند نهادونو ترمنځ ګډې همکارۍ او د نظرونو تبادلې ته اړتیا لري. د علمي تحقیقاتو کلتور ته په وده ورکولو سره، موږ کولی شو یو متحرک اکاډمیک چاپیریال رامینځته کړو ترڅو موږ د ملي پرمختګ ګډ هدف ته و هڅوي.

زموږ ژمنتیا د علمي څېړنو په خپرولو سره پای ته نه رسیږي. د باختر پوهنتون رهبري او اکاډمیک کارکوونکي ژمن دي، چې خپلې موندنې تر اړوندو چارواکو او ادارو پورې ورسوي. زموږ موخه دا ده، چې د تیوري او عمل تر منځ واټن له منځه یوسو، او ډاډ ترلاسه کړو، چې زموږ څېړنې د عمل وړ پالیسیو کې ځای پر ځای کیږي ترڅو زموږ ټولنه له اقتصادي پلوه وده وکړي. په پای کې، زه تاسو ټولو استادانو، څېړونکو او متخصصینو ته بلنه درکوم چې په دې هیله مند سفر کې زموږ سره یوځای شئ. په ګډه، موږ کولی شو د خپلو اقتصادي ننګونو اصلي لاملونه په ګوته کړو او د د قیقو علمي تحقیقاتو پر مټ د پرمختګ لاره روښانه کړو. دا چې زموږ د ټولنې راتلونکی په همدې پورې اړه لري نو راځئ چې دا مسؤلیت په پوره قوت او عزم سره په ګډه آدا کړو.

درنښت

د باختر پوهنتون اداره

فهرست مطالب

په اسلامي اقتصاد کې د استصناع تړون څېړنه او ۱-۱٤
په افغانستان کې یې د پلي کولو اړتیا

نقش تحصیلات عالی در انکشاف اقتصادی- اجتماعی افغانستان ۱۵-۲۲

احتکار و اضرار اقتصادی آن در جامعه ۲۳-۳۳

The Impact of Privatization on ۳۵-۴۱
Pakistan,s Economy in the 1990s

Determinants Influencing E-Commerce ۴۲-۵٦
Adoption in Afghanistan

Financial Inclusion Strategies For Rural ۵۷-٦۹
Communities In Afghanistan

په اسلامي اقتصاد کې د استصناع تړون څېړنه او په افغانستان کې يې د پلي کولو اړتيا

پوهنمل سباوون حماس[۱]

د څېړنې لنډيز

په اوسني وخت کې ګڼ شمېر شيان دي چې حکومت او عام وګړي يې په خپله د جوړولو وړتيا نه لري او د نورو لوريو څخه يې د جوړولو غوښتنه کوي. همدغه تړون په فقه کې د استصناع په نوم يادېږي. د حنفي مذهب له ليده استصناع داسې عقد دی، چې په داسې مبيعه ورادېږي چې د بل پر ذمه ثابتېږي او عمل په کې شرط شوی وي. د يادې موضوع څېړل په اوسني وخت کې ځکه مهم برېښي چې د اسلامي بانکوالۍ لپاره د لويو پروژو د تمويل په موخه غوره وسيله دی او بانکونه کولی شي چې د ياد تړون پر مټ لويې پروژې تمويل کړې. ياده موضوع د معتبرو سرچينو څخه په ګټه اخستنه هر اړخيزه تحليل شوی دی، چې په پايله کې دې نتيجې ته رسيدلي يو چې د استصناع تړون مستقل او روا تړون دی او د نورو تړونونو په څېر يو لړ ارکان او شرطونه لری، چې د څېړنې په لړ کې بيان شوي دي. د استصناع تړون درې بڼې لری چې له: ساده (بسيطه) استصناع، موازي استصناع او پړاويزه (مقسطه) استصناع څخه عبارت دي. ياد تړون په افغانستان کې د اقتصادي پرمختګ لپاره خورا اړين او د لويو لارو، بنستيزو پروژو، روغتيا، نظامي تجهيزاتو او کرنې برخو په تمويل کې خورا مهم رول لوبوي.

کليدي مفاهيم: استصناع، موازي استنصاع، تمويل، بسيطه استنصاع، اقتصاد

Istisna Agreement in Islamic Economy and the Need for Its Implementation in Afghanistan

Sabawoon Hammas

ABSTRACT

The term «Istisna» means to create or manufacture. According to the Hanafi school of thought, Istisna is a contract that pertains to goods that are to be produced and where the production process is a condition of the agreement. From this perspective, the Istisna contract is considered an independent and valid agreement. However, the majority of scholars view the Istisna contract as a type of Salam contract, meaning that the conditions necessary for a Salam contract must also be present in an Istisna contract.

Like other contracts, the Istisna contract has a set of essential elements and conditions that must be satisfied. There are three forms of the Istisna contract: simple (basic) Istisna, parallel Istisna, and installment (divided) Istisna. This contract plays a crucial role in Afghanistan›s economic development, particularly in financing major infrastructure projects, health, military equipment, and agriculture.

Key word: Istisna, parallel Istisna, financing, basic Istisna, economy

۱ د کابل پوهنتون د شرعياتو پوهنځي علمي کادر غړی.

مقدمه

الحمد لله رب العلمين، والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعلمين، محمد و على آله و أصحابه أجمعين.

أما بعد: اسلامي شريعت داسې يو ټولشموله شريعت دی، چې د ژوند ټولو اړخونو د تنظيم په موخه عادلانه احکام او اصول لري. اسلامي شريعت غواړي چې د خلکو ټولې ستونزې د اسلامي شريعت د احکامو په رڼا کې حل شي.

په اوسنۍ نړۍ کې هيوادونه او وګړي غواړي تر څو خپلې مالي ستونزې د بېلابېلو لارو چارو په مرسته حل کړي. دا چې د اسلام اقتصادي نظام يو له هغو نظامونو څخه دی، چې د مالي او اقتصادي اړتياو د حل په موخه داسې لازمي لارښوني او لارې چارې په کې شتون لري چې په اوسني اقتصادي پرمختګ کې رغنده رول لوبوي او د بېلابېلو بنسټيزو پروژه د تمويل او ترسره کولو وړتيا لري. په همدې لړ کې د استصناع تړون يو له هغو تړونونو څخه ګڼل کېږي، چې په اوسني وخت کې يې د پلي کېدو اړتيا ليدل کېږي؛ تر څو خلک خپلې مالي ستونزې او تمويل په روا لارو چارو حل او ترلاسه کړي. په همدې موخه ياده څېړنه د استصناع تړون اړوند تر سره شوې، چې د استصناع تړون اړوند موضوعات او د افغانستان لپاره د ياد تړون پر اړتيا باندې تمرکز کوي.

د څېړنې اهميت

افغانستان يو اسلامي هېواد دی. ټول پانګوال او د کارو بار خاوندان غواړي چې د روا لارو چارو څخه مالي تمويل تر لاسه کړي. استنصاع تړون يو د هغو تړونونو څخه دی، چې د لويو، منځنيو او کوچنيو پروژو د تمويل وړتيا لري. اسلامي بانکونه کولی شي، چې د نوموړي تړون پر بنسټ په هيواد کې اړينې او ټولګټې پروژې تمويل کړي، تر څو د هيواد او وګړو د هر اړخيز اقتصادي پرمختګ لامل وګرځي او د خلکو مالي ستونزې حل شي.

د څېړنې موخې

نوموړې څېړنه لاندې موخې لري:

۱- په اسلامي اقتصاد کې د استصناع تړون هر اړخيزه څېړنه او بيان؛

۲- په اسلامي اقتصاد کې د استصناع تړون ډولونو، ارکان او شرطونو بيان؛

۳- په افغانستان کې د اسلامي بانکونو لپاره د روا لارو چارو په مرسته، د اړينو او ګټورو پروژو د تمويل غوره وسايلو بيان؛

۴- د اسلامي شريعت هر اړخيزتوب او په هر ځای او وخت کې يې د پلي کېدلو د وړتيا بيان؛

۵- په افغانستان کې د استصناع تړون د پلي کولو اړتيا او پر اقتصاد يې اغېز د يادې څېړنې موخې دي؛

د څېړنې د غوره والي لامل

استصناع تړون يو له هغو مهمو تړونونو څخه شمېرل کېږي چې پلي کېدل يې په اقتصادي پرمختګ اغيزمن ثابتېدلی شي، د يادې موضوع څېړل په اوس وخت کې ځکه اړين دي، چې افغان حکومت له مالي ستونزو سره لاس او ګريوان دی او د لويو بنسټيزو پروژو د تمويل په برخه کې د اړتيا وړ بوېجه نه لري او د يادو بنسټيزو پروژ په تمويل کې د نورو مالي بنسټونو او کمپنيو همکارۍ ته اړتيا لري، د موضوع همدې اهميت او په افغانستان کې يې د تطبيق اړتيا ته په کتو مو ياده موضوع د څېړنې په موخه غوره کړه.

د څېړنې پوښتنې

نوموړې څېړنه لاندې پوښتنې ځوابوي

۱- په اسلامي اقتصاد کې استصناع څه ډول تړون دی؟
۲- په اسلامي اقتصاد کې استصناع تړون بنې کومې دي؟
۳- په اسلامي اقتصاد کې استصناع څه حکم لري؟
۴- په اسلامي اقتصاد کې د استصناع اهمیت او د پلي کېدلو ځایونه کوم دي؟
۵- ایا په افغانستان کې د استصناع تړون پلي کېدلو ته اړتیا شته؟

د څېړنې مخینه

د استصناع تړون اړوند ځیني لیکنې چې په بهرنیو ژبو تر سره شوې دي شتون لري، د بېلګې په توګه د (مجلة مجمع الفقه الاسلامي، المعاییر الشرعیه او ځیني نور مقالات شته چې یاده موضوع یې په بهرنیو ژبو د هغوی د اړتیا مطابق څېړلې دی، خو نوموړې لیکنې د استصناع تړون ټول اړخونه، په افغانستان کې یې د پلي کېدلو ځایونه او ځیني نور اړین موضوعات، په روانه پښتو ژبه نه دي څېړلي. له همدې امله مو وغوښتل چې یاده موضوع په روانه پښتو ژبه وڅېړم، الله تعالی نه سوال کوم چې دا څېړنه د لوستونکو لپاره ګټوره او د خپلې رضا لپاره وګرځوي.

د څېړنې کړنلار

نوموړې څېړنه د تحلیل او شننې پر بنسټ ترسره شوې. هڅه شوې چې د موضوع اړوندو موضوعاتو شننه ترسره او پایله یې برسېره شي. د نوموړې څېړنې په ترسره کولو کې د معتبرو سرچینو او مصادرو څخه ګټه اخستل شوې چې نوملړ یې د څېړنې په پای کې شته دی.

د استصناع پېژندنه

استصناع کلمه د (استفعال) په وزن د مصدر صیغه ده، چې د (صنع) څخه اخستل شوې دی. (صنع) د جوړښت په معنا ده، الله تعالی فرمایي: (صُنْعَ اللَّهِ الَّذِي أَتْقَنَ كُلَّ شَيْءٍ)[1]، استصناع بیا د بل لوري څخه د یو شي د جوړښت غوښتنې په معنا سره استعمالېږي[2].

په حنفي مذهب کې د استصناع تړون(عقد) دی او هغه یې داسې تعریف کړی دی: هو عقد على مبيع في الذمة، شرط فيه العمل[3]

استصناع هغه عقد دی چې په داسې مبیعه وارادېږي، چې د بل پر ذمه ثابتېږي او عمل په کې شرط شوی وي.

په پورتنې تعریف کې د (عقد) کلمې څخه دا معلومېږي چې په حنفي مذهب کې استصناع عقد دی او د انعقاد لپاره یې ایجاب او قبول شرط دي. (على مبيع) کلمې څخه معلومېږي چې استصناع د بیعې تړون دی او د اجارې تړون نه دی او هغه څه چې په بیعه کې یې شتون اړین دي په استصناع کې هم اړین دي. (فی الذمة) کې اشاره دی چې په یاد تړون کې مبیعه په هغه وروستي شکل په ذمه ثابته وي، ځکه په دې تړون کې اګر که عقد په خامو موادو واردېږي، خو اصلی موخه یې ددغه خامو موادو هغه وروستی شکل چې په ګټورو توکو بدل شي مقصود وي[4].

---

۱ سورت النمل ایت ۸۸.
۲ الأفريقي، ابن منظور، لسان العرب، ټ۸ پ۲۰۸
۳ الكاساني، علاء الدين، بدائع الصنائع، ټ۵ پ۲
٤ دبيان، أبو عمر دبيان، المعاملات المالية أصالة و معاصرة، ټ۸ پ۲٦۸.

د بېلګې په توګه يو شخص نجار ته د کړکيو د جوړولو په موخه مراجعه کوي او د کونړي لرګيو څخه د کړکيو د جوړولو غوښتنه ترې کوي، دلته دا تړون اګر که په کونړي لرګيو چې خام مواد دي واقع شوی دی، خو په حقيقت کې د دغه خامو موادو هغه وروستی شکل چې په کړکيو بدل شي د تړون اصلي موخه دی.
جمهور فقها بيا استصناع تړون مستقل نه بولي بلکې د سلم تړون يې بولي او هغه شرطونه چې د سلم تړون کې يې شتون اړين دی، په استصناع تړون کې هم بايد موجود شي [1].
نو په لنډه توګه د استصناع مفهوم اړوند ويلی شو چې استصناع د مستصنع (مشتري) او صانع (بائع) ترمنځ داسې عقد دی، چې پر بنسټ يې صانع د مستصنع په غوښتنه داسې توکې چې ځانګړتياوې يې د مستصنع له لوري صانع ته بيان شوې وي، د ټاکلي بيې مقابل کې، چې دواړه لوري د يادې بيې د سپارلو په څرنګوالي هوکړه کوي جوړوي، په دې تړون کې خام مواد او عمل د صانع پر غاړه وي.

د استصناع حکم

مخکې مو وويل چې جمهور فقها د استصناع تړون د سلم تړون يو ډول بولي او هغه شرطونه چې د سلم په تړون کې يې شتون لازم دی د استصناع په تړون کې هم بايد موجود شي، مګر په حنفي مذهب کې استصناع مستقل تړون (عقد) بلل ګېږي او د سلم تړون سره هېڅ اړيکه نلري. پر همدې بنسټ د جمهورو فقهاو له ليده د استصناع تړون په هغه شکل چې حنفي مذهب يې تعريفوي ناروا او په حنفي مذهب کې روا دی. جمهور فقها د استصناع تړون د ناروا والي لپاره لاندې دلايلو يادونه کوي :
١- حکيم ابن حزام له رسول الله - ﷺ- څخه روايت کوي هغه فرمايي: چې ما رسول الله - ﷺ- ته وويل: « يَأْتِينِي الرَّجُلُ، فَيَسْأَلُنِي الْبَيْعَ لَيْسَ عِنْدِي أَبِيعُهُ مِنْهُ، ثُمَّ أَبْتَاعُهُ لَهُ مِنَ السُّوقِ، قَالَ: لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ »[2].
ژباړه: ای د الله رسوله! يو سړی ما ته راځي او د هغه شي د اخيستلو غوښتنه را څخه کوي چې ماسره نه وي، زه يې بازار کې اخلم او بيا يې پرې خرڅوم، رسول الله - ﷺ- وفرمايل: هغه څه چې له تا سره نه وي هغه مه خرڅوه.
په پورتني حديث کې د رسول الله - ﷺ- د هغه شي چې موجود نه وي او د بايع په ملکيت کې نه وي خرڅول منع کړي دي او په استصناع کې صانع داسې شی خرڅوي، چې فعلا يې مالک نه دی نو د پورتني حديث پر بنسټ ياد تړون ناروا دي.
د پورتني دليل شننه: پورتني حديث کې هغه توکو خرڅول منع دي، چې د اعيانو له ډلې څخه وي او د شخص په ملکيت کې نه وي، کله چې يو شی په ذمه باندې موصوف وي پورتنی حديث ورته نه شامليږي[3]
٢-عَنِ ابْنِ عُمَرَ، أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ «نَهَى عَنْ بَيْعِ الْكَالِئِ بِالْكَالِئِ »[4]
ژباړه: رسول الله - ﷺ- د دَين خرڅول په دَين منع کړي دي

په پورتني مبارک حديث کې د دَين خرڅول د دَين په مقابل کې منع شوي دي او ستصناع کې همدغه صورت حال ده، ځکه چې په ياد تړون کې هغه مبيعه چې جوړښت يې مطلوب دی پر ذمه دَين وي او پيسې هم دَين وي نو د پورتني حديث په رڼا کې دا تړون ناروا دی.
پورتني دليل شننه: د استصناع تړون د بيعې او اجارې څخه مرکب تړون دی، څرنګه چې د اجارې په تړون کې مزد ورکول د اجارې تړون په پيل کې لازم نه دي همداسې په استصناع کې هم لازم نه دی، ځکه

١ - الصاوي، بلغة السالك لأقرب المسالك، ټ٣ پ٢٨٧، القزويني، فتح العزيز بشرح العزيز، ټ٩ پ٣١٧، ابن قدامه، ټ٤ پ٢١٤.
٢ - الصاوي، بلغة السالك لأقرب المسالك، ټ٣ پ٢٨٧، القزويني، فتح العزيز بشرح العزيز، ټ٩ پ٣١٧، ابن قدامه، ټ٤ پ٢١٤.
٣ - دبيان، أبو عمر دبيان، المعاملات المالية أصالة و معاصرة، ټ٨ پ٣٠٢.
٤ - الدارقطني، السنن، ټ٤ پ٤٠ حديث شمېره ٣٠٦٠.

چې د استصناع تړون د اجارې تړون سره ورته تړون دي، بل دا چې په اوسني عصر کې د استصناع تړون د لويو پروژو په تمويل او ميليونونو افغانيو په ارزښت قيمتي توکو کې ترسره کېږي، نو که چېرې د پيسو ورکړه په ابتدا کې لازم شي کېداى شي چې مطلوب توکي او اجناس چې قيمتي دي د ټاکلو شرايطو سره سم جوړ نه شي، چې په دې صورت کې د ورکړل شويو پيسو بېرته لاسته راوړل ستونزمن دي، نو مصلحت په دې کې دی، چې ټولې پيسې په ابتدا کې تسليم نه شي، تر څو مطلوب توکي د ټاکلو ځانګړتياو سره سم په ښه توګه تر لاسه شي.[1]

له بل پلوه حنفي مذهب استصناع تړون روا بولي او يادو تړون د روا والي لپاره لانديني دلايل ذکر کوي:

١- عَنْ نَافِعٍ، أَنَّ عَبْدَ اللَّهِ، حَدَّثَهُ: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اصْطَنَعَ خَاتَمًا مِنْ ذَهَبٍ...[2]

نافع -رضی الله تعالى عنه- وايي چې عبدالله ماته بيان وکړ چې رسول الله ﷺ د سرو زرو ګوتمې جوړه کړې وه. په پورتني حديث کې دليل ده چې رسول الله ﷺ د ګوتمۍ د جوړولو غوښتنه وکړه، پرته له دې چې د پيسو د ورکړې بيان وکړي، نو که چېرې د پيسو ورکړه په ابتدا کې اړينه وه، نو رسول الله ﷺ به يې بيان کړی وه.

٢- عَنْ سَهْلٍ، قَالَ: بَعَثَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِلَى امْرَأَةٍ: «مُرِي غُلاَمَكِ النَّجَّارَ، يَعْمَلْ لِي أَعْوَادًا، أَجْلِسُ عَلَيْهِنَّ»[3]

ژباړه: سهل رضی الله عنه څخه روايت دی، هغه وايي چې رسول الله ﷺ يوې ښځې ته څوک ولېږه او هغې ته يې وويل: خپل هغه ترکاڼ غلام ته ووايه چې ماته د لرګيو څخه د ناستې لپاره يو شی جوړ کړي تر څو پرې کېنم.

٣- عملي اجماع: د استصناع تړون د جواز لپاره تر ټولو ځواکمن دليل د خلکو عملي اجماع ده، چې د اوږدې زماني څخه د خلکو ترمنځ شتون لری او تر سره کوي يې، امام کاساني وايي: ويجوز - يعني الاستصناع- استحسانا لإجماع الناس على ذلك؛ لأنهم يعملون ذلك في سائر الأعصار من غير نكير[4].

ژباړه: د استصناع تړون د استحسان او د ياد تړون پر جواز د خلکو د اجماع له امله د انکار پرته روا دی، ځکه چې په ټولو زمانو کې خلکو دغه کړنه د انکار پرته تر سره کړې دی.

غوره نظر:

د نني عصر مالي ستونزو او اړتياو ته په کتو ويلی شو چې غوره نظر هغه دی چې د استصناع تړون مستقل او روا بولي، ځکه چې په اسلامي ټولنه کې ګڼې مالي اړتياوې د استصناع تړون پرمټ حل کېدلی شي، د دې سربېره که چېرې هغه دلايلو ته نظر وشي چې د استصناع تړون د جواز پلويانو پرې استناد کړی دی، له هغه دلايلو څخه چې د استصناع تړون څخه منکرينو پرې استناد کړی قوي دي.

استصناع تړون ده او که ژمنه؟

١- په حنفي مذهب کې صحيح قول دادی، چې استصناع عقد دی او ژمنه نه ده، د دې قول دلايل په لاندې ډول دي.

الف- استصناع د استحسان پر بنسټ روا شوې، که چېرې ژمنه وه نو استحسان ته اړتيا نه وه.

ب- په استصناع کې خيار رويت(ليدلو اختيار) ثابتېږي او دا ډول خيار ته په ژمنه کې اړتيا نه وي.

ج- استصناع په هغه توکو کې روا دی چې د خلکو ترمنځ پرې تعامل او دود وي او په هغه توکو کې روا نه ده چې د خلکو ترمنځ دود نه وي، نو که چېرې ژمنه وه په ټول توکو کې بايد روا شوې وه( )[5].

پورتني فقها چې د استصناع تړون عقد بولي په دې سره خپل منځ کې اختلاف لری چې چې استصناع د بيعې تړون دی او که د اجارې تړون دی، په حنفي مذهب کې ځينې فقها په دې نظر دي چې د استصناع تړون له پيل څخه د بيعې تړون دی او معقود عليه په کې عين (مصنوعه) دی نه عمل. ابن الهمام وايي: چې د استصناع په تړون کې شارع معدوم شی موجود ګرځولی دی او داسې بېلګې په شرع کې ډېرې دي لکه د مستحاضې لپاره پاکوالی

١ - دبيان، أبو عمر دبيان، المعاملات المالية أصالة و معاصرة، ټ٨ پ ٣٠٠- ٣٠١.

٢ - البخاري، الجامع الصحيح، ټ٧ پ ١٥٧، جديث شمېره ٥٨٧٦.

٣ - البخاري، الجامع الصحيح، ټ ١ پ٩٧، حديث شمېره:٤٤٨.

٤ الكاساني، بدائع الصنائع، ټ٨ پ٢٩٧.

٥ - برهان الدين، المحيط البرهاني، ټ٧ پ١٣٦.

..... د مقتدي لپاره د امام قرائت او داسې نور[١].
د حنفي مذهب ځينې نور فقها بيا استصناع په پيل کې د اجارې تړون بولي او په پای کې له سپارلو لړ مخکې يې د بيعې تړون بولي. دوی وايي چې ياد تړون په پيل کې ځکه اجاره دی، چې که چېرې صانع د کار د بشپړولو مخکې مړ شي نو استصناع باطلېږي او مصنوعه د صانع له ترکې څخه نه اخستل کېږي نو که چېرې يې بيعه وبولو؛ په کار ده چې د صانع په وفات سره باطل نه شي. په پای کې ځکه بيعه ده چې مستصنع لپاره د توکو د ليدلو په صورت کې خيار ثابتېږي ځکه چې مستصنع د بيعې تړون پر بنسټ هغه څه پېرلي چې ليدلي يې نه دي او له همدې امله ورته خيار ثابتېږي، نو معلومېږي چې استصناع تړون په پيل کې اجاره ده اگر که قياس يې نه مني او په پای که بيعه ده اگر که قياس يې نه مني او په قياس باندې عمل کول مو د خلکو د عام تعامل له امله پرېښوده. ددې خبرې لپاره بل دليل دا دی چې د استصناع په تړون کې مستصنع د صانع څخه د عمل او عين دواړو غوښتنه کوي نو داوړه لوري او جهته بايد په کې معتبر وګڼل شي، د دې لپاره چې د معدوم بيعه سمه نه ده او اجاره يې سمه ده نو په پيل کې مو ياد تړون اجاره وباله او له پای څخه لړ مخکې مو د بيعې تړون وباله، د دې بېلګه داسې ده لکه د عوض په شرط چې هبه تر سره شي، ځکه دغه ډول هبه په پيل کې د لفظ له پلوه تبرع او د معنی له پلوه بيعه دی[٢].
٢- په حنفي مذهب کې د ځينو فقهاو له ليده استصناع ژمنه ده او عقد(تړون) نه دی[٣] دوی په لاندې دلايلو استدلال کوي:
الف- صانع کولی شي چې د استصناع توکو د جوړولو څخه لاس په سر شي، نو که چېرې عقد وای نو بايد د توکو په جوړولو مجبور شي.
شننه: دا خبره سمه نه ده چې صانع د توکو جوړولو څخه لاس په سر شي، بلکې په هغه د توکو جوړول لازم دي او بايد د توکو جوړولو باندې مجبور شي امام حصکفي وايي: فيجبر الصانع على عمله ولا يرجع الآمر عنه[٤]، صانع به د توکو په جوړولو مجبورېږي او مستصنع د يادو توکو د پېرلو څخه رجوع نه شي کولی.
ب- مستصنع کولی شي چې مصنوعه رد کړي، که چېرې دا تړون وه نو مستنصع د توکو د ردولو حق نه درلود.
شننه: استصناع تړون ده او په دې تړون کې مستصنع کله چې مصنوعه د ټاکلو ځانګړتياو سره سم جوړه شوې وي، د ردولو صلاحيت نه لری. په هغه صورت کې چې مستصنع ياد توکي نه وي ليدلي او ياد توکي د ټاکلو ځانګړتياو خلاف جوړ شوي وي، په دې صورت کې مستصنع ته ځکه خيار ثابتېږي، چې داسې توکي يې پېرلی چې ليدلي يې نه دي، دا خيار په حقيقت کې په دې دلالت کوي چې استصناع تړون ده او ژمنه نه ده.
ج- استصناع د يو لوري په مړينه له منځه ځي که چېرې دا عقد وه نو بايد د يو لوري په مړينه نه باطل کېده.
شننه: استصناع ځکه د يو لوری په مړينه له منځه ځي چې د اجارې تړون سره ورته والی لري او اجاره د يو لوري په مړينه له منځه ځي.
د- په استصناع کې معقود عليه موجود نه وي، که چېرې دا تړون وګڼل شي نو د معدوم (غير موجود) توکي پلور او پېر د غرر له امله منع شوي دي.
شننه: دلته هغه غرر چې د شخړې لامل کېږي نشته، ځکه دلته د توکي داسې اوصاف بيانېږي چې د شخړې د پېښېدو مخنيوی کوي او په دې تړون د پخوا زمانې څخه د خلکو ترمنځ تعامل او دود شتون لري.

---

١ - ابن الهمام، فتح القدير، ټ ٧ پ١١٥.
٢ - برهان الدين، المحيط البرهاني، ټ٧ پ١٣٦.
٣ -السرخسي، المبسوط، ټ ١٢ پ١٣٩.
٤ الحصکفی، در المختار مع حاشية ابن عابدين، ټ ٥ پ٢٢٤

د پورتينو اقوالو په پای کې اوسني وخت کې د استصناع اهميت او اړتيا ته په کتو غوره قول هغه دی چې استصناع د بيعې تړون بولي، ياد قول د اوسني وخت له حالاتو سره سم او د ټولنې د ګټو د خونديتوب لامل ګرځي.

د استصناع تړون لزوم او عدم لزوم

د استصناع تړون د لزوم او عدم لزوم اړوند په حنفي مذهب کې بېلابېل نظرونه شتون لري دا چې ياد تړون بېلابېلې مرحلې لري؛ نو په هره مرحله کې يې فقها جلا جلا نظر لري، چې په لاندې ټکو کې يې خلاصه کوو:

لومړی حالت: د استصناع تړون د ترسره کولو وروسته او د صانع له لوري د کار د پيل څخه مخکې.

دويم حالت: کله چې توکي د صانع له لوري جوړ شي او مستصنع نه وي ليدلي، په يادو دواړو حالاتو کې د جمهورو احنافو له ليده ياد تړون لازم نه دی، ځکه چې ياد تړون خلاف القياس روا شوی، نو لزوم يې بايد د قياس مطابق وی او قياس دا غوښتنه کوي چې ياد تړون دې لازم نه وي، دا د هغې بيعې په څېر دی چې په کې يو لوري ته خيار ثابت شوی وي[1].

دريم حالت: کله چې صانع توکي د ټاکلو ځانګړتياو سره سم جوړ کړي په دې صورت کې د امام ابوحنيفه او امام محمد رحمهما الله له ليده مستصنع لپاره د يادو توکو د منلو او ردولو خيار ثابتېږي او د صانع په حق کې ياد تړون لازم دی او هېڅ خيار ورته نه ثابتېږي، خو د امام ابويوسف له ليده ياد تړون د دواړو په حق کې لازم دي او هېڅ لوري ته خيار نه ثابتېږي[2].

د پورتينو اقوالو سربېره په حنفي مذهب کې د ځينو متاخرينو فقهاو له ليده د استصناع تړون د پيل څخه په دواړو لوريو لازم دي او هېڅ لوری د ياد تړون د فسخې صلاحيت نه لري[3]، همدغه قول د ابويوسف څخه هم نقل شوی دی او په په مجلة الأحكام کې هم همدغه قول غوره شوی دی. اوسنيو شرايط ته په کتو ياد نظر غوره برېښي، ځکه چې استصناع په حنفي مذهب کې يا د بيعې تړون دی او يا د اجارې تړون دی چې دا دواړه تړونونه لازم دی، بله داچې ياد تړون د خلکو د تعامل او دود پر بنسټ روا شوی دی نو که چېرې خلکو تعامل د ياد تړون په لزوم باندې وي په ځانګړي توګه په لويو پروژو کې چې د استصناع تړون پر مټ ترسره کېږی نو د ياد تړون په لزوم کې هېڅ شرعي مانع نه شته.

د استصناع تړون ارکان او شرطونه

مخکې مو وويل چې د استصناع تړون د بيعې له ډلې څخه مستقل تړون دی او په هر عقد کې لازمه ده چې يو لړ ارکان او شرطونه موجود شي، تر څو عقد صحيح او په سمه توګه تر سره شي. د استصناع تړون هم يو لړ ارکان او شرطونه لری چې د استنصاع په تړون کې يې شتون حتمي دی او په لاندې توګه يې يادونه کوو:

لومړی: د استصناع تړون ارکان

دا چې استصناع د بيعې تړون بلل کېږي؛ په حنفي مذهب کې د بيعې رکن له صيغې څخه عبارت دی، چې ايجاب او قبول دواړه په بر کې نيسي، مګر د جمهورو فقهاو له ليده بيعه درې رکنه لري چې د عاقدينو، صيغه او معقود عليه څخه عبارت دي.

خو که چېرې د جمهورو فقهاو او حنفي مذهب ترمنځ پورتني اختلاف ته ژور نظر وشي نو ليدل کېږي چې دا اختلاف يوازې لفظي دی او حقيقي بڼه نه لري؛ ځکه کله چې په عقد کې صيغه رکن شي نو دغه صيغه چې ايجاب او قبول څخه عبارت ده د عاقدينو او معقود عليه غوښتنه کوي او له هغو پرته منځته نه راځي، له همدې امله د استصناع ارکان د جمهورو فقهاو په تګلاره په لاندې توګه يادوو:

---

١ الکاساني، علاء الدين، بدائع الصنائع، ټ٥ پ٣- ٤

٢ پورته مرجع

٣ جاء فی در المختار: فيجبر الصانع على عمله ولا يرجع الآمر عنه. الحصکفی، در المختارمع حاشية ابن عابدين، ټ ٥ پ٢٢۴، و نصت المادة ٣٩٢ من المجلة بأنه إذا انعقد الاستصناع فليس لأحد العاقدين الرجوع. وإذا لم يكن المصنوع على الأوصاف المطلوبة المبينة كان المستنصع مخيرا. شرح المجله للأتاسي.

۱-ایجاب او قبول: ایجاب هغه لفظ دی چې لومړی ترسره کېږي، برابره خبره ده چې د صانع له لوري وي یا د مستصنع او قبول هغه لفظ دی چې دویم ځل ترسره کېږي برابره خبره ده چې د صانع له لوري وي یا د مستصنع. ایجاب او قبول باید په واضحو الفاظو چې د استصناع پر تړون دلالت وکړي په داسې طریقه ترسره شي چې ایجاب د قبول موافق او په یاد تړون د دواړو لوریو رضایت ښکاره کړي( ).

۲-عاقدان: له دې څخه مراد بائع او مشتري دی چې د استصناع په تړون کې بائع (صانع) هغه شخص دی چې د توکو د جوړولو غوښتنه ترې کېږي او مشتري(مستصنع) هغه شخص ده چې د توکو د جوړولو غوښتنه کوي. په عاقدانو کې هغه شرطونه باید موجود شي چې د اهلیت لپاره اړین دي لکه عاقل وي او صبي(ماشوم) چې نه پوهېږي نه وي.

۳- معقود علیه: ځیني احناف په دې نظر دي چې د استصناع په تړون کې معقود علیه یوازې عمل دی او جمهور احناف بیا په دې نظر دي چې د استصناع په تړون کې معقود علیه عین مصنوعه ده، خو په ټولیزه توگه د استصناع په تړون کې معقود علیه ثمن او هغه توکي دي چې جوړښت یې مطلوب دی، نو په دې صورت کې خام مواد او عمل دواړه به د صانع له لوري وي او همدا او ثمن معقود علیه دي. هغه فقها چې د استصناع په تړون کې معقود علیه یوازې د صانع عمل بولي هغوی وایي چې استصناع د صنعت مطالبه ده او صنعت عمل دی[۱].

دویم: د استصناع شرطونه

استصناع تړون یو لړ شرطونه لري چې په لاندې ډول یې بیانوو:

۱-هغه توکي چې استصناع تړون په کې تر سره کېږي باید هر اړخېزه معلوم وي، د هغو توکو جنس، ډول، اندازه، ځانگړتیا او نور اړین موارد باید داسې روښانه شي چې د تړون کوونکو ترمنځ د یادو توکو اړوند د هر ډول شخړې او اختلاف مخنیوی وشي[۲].

۲-د استصناع په تړون کې لازمه ده چې پیسې(ثمن) هر اړخیزه معلومې وي، همدار نگه په یاد تړون کې روا دی چې پیسې (ثمن) نقود، عین، د استصناع توکي(مصنوعې) منفعت او یا د نورو توکو منفعت وي[۳].

۳-استصناع تړون باید په هغه توکو کې تر سره شي چې د خلکو ترمنځ په یادو توکو کې استصناع کول عام تعامل او دود وي او یادو توکو ته د خلکو اړتیا لیدل کېږي، د بېلگې په توگه کړکۍ، دروازې، .... او نور د اړتیا وړ توکي چې خلک یې په خپله نه شي جوړولی او له نورو څخه یې د جوړولو غوښتنه کوي. او په هغه توکو کې چې استصناع عام دود او د خلکو ترمنځ تعامل نه وي یاد تړون روا نه دی؛ څکه چې د استصناع تړون د قیاس خلاف د خلکو د اړتیا او تعامل پر بنسټ روا شوی او په هغه توکو پورې ځانگړی دی چې د خلکو ترمنځ تعامل او دود وي او په هغه توکو کې چې د خلکو تعامل او دود نه وي د سلم تړون پرته د استصناع تړون منع شوی دی[٤]. د دې سربېره استصناع تړون باید په هغه توکو کې وي چې جوړول یې د انسان په توان کې وي، له همدې امله په هغه توکو کې استصناع کول چې جوړول یې د انسان په توان کې نه وي او یا خام مواد په داسې ځای کې شتون لري چې لاسته راوړل یې امکان نه لري روا نه ده.

د یادولو وړ ده چې د استصناع هغه توکي چې د خلکو تعامل په کې معتبر دی او خلکو ورته اړتیا لري د وخت او ځای په تغیر سره تغیر کوي، د بېلگې په توگه په حنفي مذهب کې په جامو کې استصناع روا نه ده البته دا ناروا والی د هغوی وخت پورې خاص وه، ځکه په هغه وخت کې په جامو کې د استصناع تعامل او دود نه و، خو که چېرته ننی زماني ته وگورو ډېر موارد لیدل کېږي، چې د خلکو د تعامل پر بنسټ استنصاع تړون په کې ترسره کېږي، بلکې د استنصاع تړون روا والی په کې د وخت اړتیا او مصلحت بلل کېږي، د بېلگې په ډول، لوړې ودانۍ، زېربناوې، موټر، تخنیکي وسایل، ډول ډول اسلحې، نظامي تجهیزات، چوکۍ، تعمیراتي وسایل... او نور هغه توکي چې په اوسنۍ نړۍ کې د اختراعاتو او

۱ الوشیل، د کتور صالح بن أحمد، الاستصناع وتطبیقاته المعاصره فی الفقه الاسلامي، پ۳۲۷.
۲ الاتاسي، درر الحکام شرح مجلة الأحکام، ټ۱ پ۴۲۴.
۳ المعاییر الشرعیه، معیار الاستصناع، پ۳۰۰.
٤ دبیان، أبو عمر دبیان، المعاملات المالیة أصالة و معاصرة، ټ۸ پ۳۰۷.

صنعت پرمختګ له امله شتون لري[۱].

- د استصناع په تړون کې د مصنوعي د سپارلو لپاره د مودې نه تعينول: کله چې په داسې توکو کې د استصناع تړون تر سره شي چې د خلکو تعامل پرې وي خو د استنصاع توکو لپاره موده وټاکل شي، په دې صورت د امام ابوحنيفه له ليده دا تړون د سلم تړون دی او په دې تړون کې لازمه ده چې د سلم تړون شرطونه موجود شي، د امام ابويوسف او امام محمد رحمهما الله له ليده که چېرې په يادو توکو کې موده وټاکل شي استصناع تړون درست دی او سلم نه بلل کېږي، کله چې پورتنيو نظرياتو ته په غور نظر وشي غوره نظر هغه برېښي چې په استصناع تړون کې د مودې ټاکل روا بولي بلکې د ننی عصر حالاتو او دخلکو منافعو او مصالحو ته په کتو په استصناع کې د مودې ټاکل لازم دي؛ ځکه چې په اوسني عصر کې عام دود دادی چې په استصناع تړون کې خلک موده ټاکي او په موده ټاکلو کې د خلکو ګټې خوندي کېږي او د صانع او مستصنع ترمنځ د شخړې د مخنيوي لامل کېږي[۲].

۵- د استصناع توکي بايد داسې وي چې صنعت او جوړښت پرې اغيز ولري او له خپل طبيعي حالت څخه يې تغير کړي، هغه توکي چې صنعت او جوړښت ته اړتيا نه لري او صنعت پرې اغيز نه لري لکه ميوې، غلې دانې، غوښه او نور... استصناع تړون په يادو توکو کې روا نه دی[۳].

٦ - د استصناع په تړون کې لازمه ده چې خام مواد او عمل دواړه د صانع له لوري څخه وي. که چېرې خام مواد د مستصنع له لوري څخه وي دا د اجارې تړون بلل کېږي، د دې سربېره لازمه دی چې د استصناع تړون په حلالو او روا توکو کې ترسره شي که چېرې د استصناع توکي ناروا وي ياد تړون جايز نه دی[٤].

د اسلامي فقهي نړيوالې ټولنې علماء د استصناع تړون په اړه وايي چې ياد تړون په عمل او عين دواړو واردېږي او د ارکانو او شرايطو په موجوديت کې په دواړو لوريو لازم دی، ديادو علماو له ليده لازمه ده چې په ياد تړون کې د توکو ټولې اړينې ځانګړتياوې معلومې وي او مستصنع لپاره روا دی چې صانع ته د مصنوعي ثمن (بيه) د تړون په پيل يا په راتلونکي کې په يوځل يا پراويزه توګه وسپاري، د اړتيا او خطراتو د مديريت په موخه د استصناع په تړون کې عقد کوونکي کولی شي چې غير مترقبه او خير اختياري حالاتو څخه پرته په عادي حالاتو کې د تخلف په صورت کې جزايي شرط وضع کړي( ).

د استصناع تړون په معاصر وخت کې د لويو پروژو د تمويل وړتيا لري، د دې لپاره چې د عقد کوونکو ترمنځ شخړې او اختلاف مخنيوی وشي لازمه ده چې د استصناع تړون په ليکلې بڼه توثيق ترسره شي او د استصناع تړون په موخه د مستصنع او صانع ترمنځ د استصناع تړون د هوکړې د پيل څخه تر پايه ټول اړين موارد په دقيقه توګه وټاکل شي، تر څو په ياد تړون کې د هر ډول ابهام او جهالت څخه مخنيوی وشي او په شفافه توګه ياد تړون ترسره شي.

د استصناع تړون پايلې او پای

د استصناع په تړون يو لړ پايلې مرتب کېږي چې په لنډه توګه يې يادونه کوو:

۱- کله چې صانع خپل ټاکل شوی مکلفيت د هوکړې سره سم تر سره کړ، نو د مستصنع په ذمه يې پوره ثمن لازمېږي، خو که چېرې صانع خپل ټاکلی مکلفيت د هوکړې سره سم تر سره نه کړ بلکې هغه يې نيمګړی تر سره کړ، په دې صورت کې مستصنع کولی شي چې ياد توکي بېرته صانع ته واپس کړي او يا يې په کمه بيه وپېري.

۲- صانع ته په کار ده چې د صنعت عمل د مستصنع د غوښتنې سره سم د زياتوالي او کمښت پرته ترسره کړي، که چېرې صانع د توکي د جوړولو په لړ کې داسې ستونزې سره مخ شو چې د توکي هغه شان جوړښت زيانمنوي چې مستصنع يې غوښتنه کوي نو مستصنع بايد خبر کړي، که يې ورسره هوکړه وکړه کار ته دې جريان ورکړي او که هوکړې ته ونه رسېده نو کار دې بند کړي.

---

۱ دبيان، أبو عمر دبيان، المعاملات المالية أصالة و معاصرة، ټ۸ پ۳۰۷.

۲ پورتنی مرجع، ټ ۸ پ ۳۱۲-۳۱۴

۳ الزغول، محمد مازن، عقد الاستصناع و تطبيقاته فى البنک الاسلامي الاردني والمهن الحرفيه، پ ۷۴.

٤ الوشيل، د کتور صالح بن أحمد، الاستصناع وتطبيقاته المعاصره فى الفقه الاسلامي، پ ۳۳۱-۳۳۲.

کله چې یاد توکي په ټاکلې موده کې د مستصنع د غوښتنې سره سم جوړ شي د جوړېد د پای سره سم د یادو توکو ملکیت مستصنع ته او د پیسو ملکیت صانع ته لېږدول کېږي.
۳- د استصناع تړون په لاندې حالاتو کې پای ته رسېږي:
أ- وفاء: کله چې صانع خپل مسولیت د هوکړې سره سم ادا کړي او یاد توکي مستصنع ته وسپاري او صانع د توکه بیه صانع ته وسپاري.
ب- اقاله: کله چې د معقول سبب له امله یو له عاقدینو څخه د استصناع تړون د ترسره کولو څخه ډډه وکړي[۱].
ج- مړینه: کله چې صانع ومري په دې صورت کې په مصنوعه(توکو) کې د مستصنع حق ثابتېږي او د صانع ورثه دا حق لري چې د مستصنع څخه د یادو توکو بیه واخلي او کله چې مستصنع ومري د صانع حق چې د توکو بیه ده د مستصنع څخه په میراث پاتې شوي مال کې ثابتېږي، ځکه چې استصناع بیعه ده او بیعه په مرگ د یو د عاقدینو نه باطلیږي[۲].

د استصناع تړون بڼې

استصناع تړون بېلابېلې بڼې لري چې په لاندې ډول یې یادونه کوو:
الف- ساده(بسیطه) استصناع: دا هغه استصناع تړون دی چې په فقه کې یې بیان شوی دی. په نوموړې استصناع کې یو شخص د بل شخص څخه د یو جنس د جوړولو غوښتنه کوي او پرته له درېیم لوري څخه دغه تړون ترسره کېږي. په یاد تړون کې لومړی د صانع او مستصنع تر منځ تړون کېږي، بیا صانع یاد توکي د ټاکلو ځانگړتیاو په پام کې نیولو سره جوړه وي او په درېیم پړاو کې صانع یاد توکي مستصنع ته په ټاکلې موده کې سپاري، د بېلگې په توگه احمد غواړي چې پنځه عدده دروازې جوړې کړي، د یادو دروازو د جوړولو په موخه محمود ته مراجعه کوي او د محمود سره دا تړون کوي چې د یوې میاشتې په موده کې په ټاکلو ځانگړتیاو پنځه عدده دروازې جوړې کړي. محمود دیوې میاشتې په جریان کې یادې دروازې د ټاکلو اوځانگړتیاو سره سم جوړوي او احمد ته یې سپاري.
افغاني بانکونه او نور مالي بنسټونه کولی شي چې په پورتنۍ استصناع کې د صانع او مستصنع دواړو رول ولوبوي، بانک کولی شي چې مستصنع وي، چې د هغه توکو د جوړولو غوښتنه له صانعینو څخه وکړي چې په ټولنه کې ورته شدیده اړتیا لیدل کېږي او بیا یې وروسته بازار ته د پلور په موخه وړاندې کړي، چې بانک کولی شي له دې لارې څخه فایده لاسته راوړي، همدارنگه بانک او مالي بنسټونه کولی شي چې په یاده استصناع کې د صانع رول ولوبوي چې بانک یو تخنیکي اداره چې د توکو د جوړولو وړتیا لري وگماري او د خلکو د اړینو توکو د جوړولو غوښتنې ومني، په افغانستان کې بانکونه او نور مالي بنسټونه کولی شي چې د حکومت په غوښتنه د لویو لارو جوړول، تعمیراتي کارونو ترسره کول، تخنیکي وسایل جوړول او نورې هغه سترې پروژې پلي کړي، چې عادي افراد یې توان نه لري. یاده چاره کولی شي چې د افغانستان په ابادۍ او اقتصادي پرمختگ کې رغنده رول ولوبوي او هغه مسولیت چې افغان بانکونه او مالي بنسټونه یې د افغانستان په پرمختگ کې لري په ښه توگه ترسره کېږي.
ب- موازي استصناع: مخکې مو وویل چې ساده استصناع کې دوه لوري وي، یو یې صانع او بل یې مستصنع، یاده استصناع د پخوا زماني څخه د ټولنې اړتیاو ته په کتو شتون درلود داچې په تېره زمانه کې د خلکو اړتیاوې ساده وي او ځینې ساده توکو ته خلکو اړتیا درلوده نو ځکه په همغه وخت کې یاده استصناع د ځینو ساده شیانو په جوړولو کې ترسره کېده، خو د ټولنې په پرمختگ او د صنعتي انقلاب وروسته په اقتصادي او نورو برخو کې گڼ پرمختگونه منځته راغله چې یاد پرمختگونه د دې لامل شوه چې بانکونه او مالي بنسټونه د لویو پروژو د ترسره کولو په موخه لازمي تمویلي چوپړتیاوې وړاندې کړي. دا چې بانکونه د لویو پروژو په پلي کولو کې نېغه په نېغه برخه نه شي اخستلی بلکې د نورو

۱ الوشیل، د کتور صالح بن أحمد، الاستصناع وتطبیقاته المعاصره فی الفقه الاسلامي، پ۳۳۵- ۳۳۶.
۲ الکاساني، بدئع الصنائع فی ترتیب الشرائع، ټ۴ پ۲۲۲.

تخنيکي او وړ لوريو په مرسته لويې پروژې پلي کوي، په همدې موخه موازي استصناع تړون د معاصرو فقهاو له لوري د يادو پروژو د تمويل په موخه په نوي شکل منځته راغی. په ياد تړون کې يو لوری د اړتيا وړ توکي د جوړولو غوښتنه د بانک څخه کوي، دا چې بانک ياد تخنيکي خدمات په خپله نه شي ترسره کولی نو بانک د دريم لوري څخه د همدغه توکو د جوړولو غوښتنه کوي تر څو د لومړي غوښتونکي اړتيا وړ توکي تيار کړي. په ياده تړون کې درې لوري وي، لومړي مستصنع چې بانک نه د توکو د جوړولو غوښتنه کوي، دويم بانک چې د صانع حيثيت لري، دريم لوري چې بانک ترې د يادو توکو د جوړولو غوښتنه کوي، د بېلګې په توګه احمد له ملي بانک څخه د ټاکلو ځانګړتياو په لړلو سره د يو توکي د جوړولو غوښتنه کوي او ملي بانک سره تړون ترسره کوي، دا چې ملي بانک معمولا د توکو جوړولو خدمات نه شي تر سره کولی نو د محمود څخه د ټاکلو ځانګړتياو سره سم د توکو د جوړولو غوښتنه کوي، په ياد تړون کې ليدل کېږي چې بانک دوه تړونونه ترسره کوي لومړی تړون د ملي بانک او احمد ترمنځ چې احمد مستصنع او ملي بانک صانع دي، دويم تړون د ملي بانک او محمود ترمنځ چې په دې کې ملي بانک مستصنع او محمود صانع رول لوبوي، کله چې محمود ياد توکي د ټاکلو ځانګړتياو سره سم تيار کړي نو ملي بانک يې قبض کوي او له هغې وروسته يې احمد ته سپاري چې په دې سره ياد تړون پای ته رسېږي.

د استصناع تړون دغه بڼه اګر چې په فقه کې ذکر شوې نه ده خو د هغوي له عباراتو څخه داسې معلومېږي چې ياده بڼه له شرعي پلوه ستونزه نه لري. امام کاساني داسې وايي: صانع کولی شي چې ياد توکي (مصنوعه) په هر چا وپلوري... ځکه د استصناع تړون په ټاکلي (عين) نه ده ترسره شوې بلکې په ذمه باندې د عين په مثل ترسره شوی تر دې چې که چېرې يې صانع له بل چا څخه واخلي او مستصنع ته يې و سپاري نو روا دی[1].

امام بابرتي په عنايه د هدايې په شرحه کې وايي: که چېري صانع هغه چا څخه د توکي د جوړولو غوښتنه وکړي چې تر هغه غوره او مسلکي وي نو دا روا دی[2].

د پورتنيو عباراتو څخه دا جوته کېږي چې صانع کولی شي د بل چا څخه د استصناع توکو غوښتنه وکړي او بيا يې لومړي مستصنع ته وسپاري، خو که چېرې لومړی مستصنع په صانع باندې دا شرط کړي چې توکي به په خپله جوړ کړي په دې صورت کې صانع لپاه روا نه ده چې له بل لوري څخه د يادو توکو د جوړولو غوښتنه وکړي.

په ټوله کې ويلی شو چې موازي استصناع تړون کې لاندې اصولو رعايتول لازم دي

۱- د دواړو تړونونو ترمنځ د اړيکې نه شتون: د موازي استصناع به تړون کې لازمه ده چې هغه تړون چې د بانک او مستصنع ترمنځ تر سره کېږي له هغه تړون څخه چې بانک يې د دريم لوري (صانع) سره ترسره کوي جلا وي، د لومړي مستصنع په وړاندې بانک مسوليت لري نه دريم لوری چې صانع دی.

۲- بانک بايد هغه توکي چې د جوړولو غوښتنه ترې شوي د ټاکلو ځانګړتياو سره سم يې د جوړلو څارنه او له دريم لوري (صانع) څخه په خپله قبض کړي او د قبض کولو څخه وروسته يې لومړي مستصنع ته وسپاري، بانک نه شي کولی چې مستصنع ته اجازه ورکړي چې د توکو څارنه او قبض په خپله تر سره کړي.

- دواړه تړونونه بايد له سود څخه لرې وي: د استنصاع تړون د سلامتيا په موخه لازمه ده چې بانک صانع ته په خپله بيه وسپاري او مستصنع ته پيسې ور نکړي چې هغه يې صانع ته وسپاري تر څو د سود مخنيوی وشي؛ ځکه چې د مستصنع او بانک، بانک او صانع ترمنځ بيې توپير لري د بېلګې په توګه احمد د ۱۰۰۰ افغانيو په بدل کې له بانک څخه د يو توکي د جوړولو غوښتنه کوي او بانک بيا په محمود

---

۱ الکاساني، بدائع الصنائع، ټ۵ پ۳

۲ البابرتي، العنايه فی شرح بداية المبتدي، ټ۳ پ۲۳۳.

همدغه توکي په ۸۰۰ افغانیو جوړوي اوس که چېرې بانک ۸۰۰ افغانۍ احمد ته وسپاري چې محمود ته يې وسپاره او بیا بانک له محمود څخه ۱۰۰۰ افغانیو غوښتنه کوي نو دلته سود واقع کېږي. نو لازمه ده چې بانک په خپله ۸۰۰ افغانۍ محمود ته وسپاري او احمد څخه د توکوسپارلو وروسته د ۱۰۰۰ افغانیو غوښتنه وکړي[1].

۴- مستصنع په صانع باندې داشرط نه کړی چې توکي به په خپله جوړوي: ځینې وخت یو شخص د یوشي په جوړولو کې پوره مهارت او وړتیا لری له همدې امله خلک غواړي چې د همدغه شخص د لاس جوړ توکي واخلي؛ نو که چېرې مستصنع په صانع دا شرط کړي چې د استصناع توکي دې په خپله صانع جوړ کړي په دې صورت کې روا نه ده چې صانع یاد توکي په بل شخص جوړ کړي[2].

موازي استصناع له اقتصادي پلوه خورا مهم ارزښت لری چې د هغو لویو پروژو د تمویل لامل گرځي چې نور فقهي تړونونه یې د تمویل وړتیا نه لري چې ځینې نمونې یې په دې بحث کې لږ وروسته بیانوو.

ج- پړاویزه(مقسطه) استصناع: کله چې یو پروژه ډېره لویه وي او یا درانه وسایلو جوړولو ته اړتیا وي، یا د لویو ښارگوټو جوړول موخه وي، له شک پرته چې د یادو پروژو پلي کول اوږدې مودې ته اړتیا لري په دې صورت کې مستصنع او صانع په پړاویزه او مقسطه توگه یادې پروژې د استصناع تړون پر مټ ترسره کوي، په دې ترتیب چې لومړی په یوه برخه کې استصناع کوي کله چې یاده برخه پوره شي او بیه یې وسپارل شي، بیا بلې برخې باندې پیل کوي ..... تر څو یاده پروژه په پړاویزه توگه په داسې توگه پای ته ورسېږي چې مستصنع او صانع دواړو گټې خوندي او له مالي پلوه ستونزو سره مخ نه شي.

د استصناع پورتنۍ بڼه روا ده ځکه چې مقسطه استصناع د استصناع فرع ده چې مبیعه په کې په تقسیط سره پلورل کېږي او دا تعامل روا دی، بل داچې په دې بڼه کې هغه هوکړه عملي کېږي، چې عاقدین پرې راضي او خوښ دي، د دې سربېره د استصناع په دغه بڼه کې د خلکو د گټو خوندیتوب او په خلکو اساني ده[3].

افغانستان کې د استصناع تړون د پلي کولو اړتیا

دا چې زموږ هیواد افغانستان له اقتصادی پلوه له گڼو ستونزو سره لاس او گریوان دی او د لویو پروژو د تمویل لپاره کافي بودیجه نه لري، خصوصي بانکونه او مالي بنسټونه کولی شي چې د استصناع تړون پر مټ د لویو پروژو او د اړتیا وړ توکو تولید په تمویل کې برخه واخلي، هغه برخې چې د استصناع تړون په کې اغیزمن ثابتېږي ځینې یې په لاندې توگه یادوو:

۱- د لویو لارو او بنسټیزو پروژو په تمویل کې د استصناع تړون اړتیا: دا چې افغانستا کې د لویو لارو او نورو بنسټیزو پروژ تمویل ته اړتیا لیدل کېږي، افغان حکومت کولی شي چې د استصناع تړون پر بنسټ یادې پروژې پلي کړي، د بېلگې په توگه دولت غواړي چې د کابل او جلال اباد لویه لار جوړه کړي، خو خپله کافي بودیجه نه لري، نو اسلامي امارت د A کمپنۍ سره د استنصاع تړون کوي چې د دې تړون پر بنسټ A کمپنۍ د اسلامي امارت د ځانگړو شرطونو په نظر کې نیولو سره سم یاده لار د دوه کلونو په موده کې جوړوي، چې له جوړولو وروسته اسلامي امارت یادې A کمپنۍ ته قیمت سپاري یاد قیمت کېدلی شي چې نغدي پیسې وي او په برخو(قسط) سره A کمپنۍ ته وسپارل شي، یا دا چې د یادې پروژې قیمت د همدې پروژې یا بلې پروژې منفعت وټاکل شي، مثلا همدغه د کابل او جلال اباد لویه لار A کمپنۍ جوړوي او د جوړولو وروسته یې حکومت ته سپاري حکومت د یادې پروژې د بیې د ادا کولو په موخه د همدغه لارې د دوه کالو منفعت د A کمپنۍ په اختیار کې ورکوي او له دوه کالو وروسته یاد منفعت بېرته افغان حکومت ته سپارل کېږي چې له دې لارې افغان حکومت کولی شي چې یوه ستره بنسټیزه پروژه پلي کړي.

---

۱ الزغول، محمد مازن، عقد الاستصناع و تطبیقاته فی البنک الاسلامي الاردنی والمهن الحرفیه، پ ۷۸.
۲ المعاییر الشرعیة، معیار الاستصناع، پ۲۹۹.
۳ النفیعی، مشعل بن محمود، عقد الاستصناع وتطبیقاته فی البنوک و المصارف الاسلامیه، پ۴۶۷.

پورتني تړونونو ته که په غور نظر وشي نو ليدل کېږي چې ياد تړونونه له فقهي پلوه د استصناع تړونونه دي چې حکومتي لوری مستصنع او بل لوری چې يادې پروژې او توکي پلي کوي او يا يې جوړوي صانع بلل کېږي. په پورته تړونونو کې د يادو پروژو د پای ته رسيدو څخه وروسته حکومت د يادو پروژو مالک کرځي او له هغې وروسته يې صانع ته د ټاکلي مودې لپاره سپاري تر څو يې د منفعت څخه گټه واخلي او همدغه منفعت د يادې پروژې ثمن (بيه) گڼل کېږي او په فقه کې دا روا دی چې د بيعې ثمن منفعت وټاکل شي[1].

اوس که چېرې څوک سوال وکړي چې په ياد تړون کې خو ثمن مجهول دي ځکه هغه پيسې چې صانع يې د يادې پروژې څخه تر لاسه کوي معلومې نه دي، د دې سوال په ځواب کې بايد وويل شي چې په يادو پروژو کې د استصناع ثمن هغه مالي موارد نه دي چې له يادو پروژو څخه لاسته راځي، بلکې د استصناع تړون ثمن هغه منفعت دی چې له يادو پروژو څخه اخستل کېږي او دا منفعت مستقل دی او مالي ارزښت هم لري[2].

د استصناع تړون پورتني اهميت ته په کتو ويلی شو چې ياد تړون د هېواد په اقتصادي پرمختگ او د بنسټيزو پروژو په تمويل کې خورا مهم رول لوبولی شي.

پايله

د يادې څېړنې په پای کې لاندې پايلې لاسته راځي:

۱- د استصناع تړون يو له هغو مهمو تړونونو څخه شمار کېږي چې په معاصر تمويل کې خورا مهم اهميت لري.

۲- استصناع په حنفي مذهب کې مستقل عقد گڼل کېږي، چې د ځانگړو شرطونو او ارکانو درلودونکی دی.

۳- د جمهورو فقهاو له ليده استصناع د سلم تړون يو ډول دی او پر مهال يې د سلم تړون شرطونو شتون حتمي دی.

۴- د استصناع تړون دوه بڼې لري چې د موازي، بسيطې استصناع څخه عبارت دي.

۵- په افغانستان کې د استصناع تړون پلي کولو ته خورا شديده اړتيا ليدل کېږي، د ياد تړون څخه د صنعت، روغتيا، کرنه او نورو بنسټيزو پروژو په تمويل کې اغېزمنه استفاده کېدلی شي.

۱ العثماني، محمد تقی، بحوث فی قضايا فقهية معاصره، ټ۲ پ۱۳۶-۱۳۷.
۲ پورتنې منبع، پ ۱۴۳-

سرچيني

۱- قرانکریم
۲-ابن عابدين، محمد أمين بن الحنفي .(۱٤۱۲هـ). رد المحتار على الدر المختار، چاپ خونه: دار الفكر، بيروت، دويم چاپ.
۳-ابن قدامة، أبو محمد موفق الدين عبد الله، المغني، چاپ خونه: مكتبة القاهرة.
۴-ابن الهمام، كمال الدين محمد بن عبدالواحد.(۸٦۱هـ). فتح القدير، چاپ خونه: دار الفكر، بيروت، لبنان، (ب،ت).
۵- الافريقي، ابن منظور الأنصاري.(۷۱۱هـ). لسان العرب، چاپ خونه، دار صادر، يروت، دریيم چاپ، ۱٤۱٤ هـ.
٦-الأيوفي، المعايير الشرعية.(۲۰۱۷م)، هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية، معيار الاستصناع.
۷-البخاري، محمد بن إسماعيل.(۳۸۵هـ). الجامع الصحيح، چاپ خونه: دار طوق النجاة، لومړی چاپ، ۱٤۲۲هـ.
۸-البخاري، أبو المعالي برهان الدين محمود بن أحمد بن عبد العزيز بن عمر بن مازة الحنفي .(٦۱٦هـ). المحيط البرهاني في الفقه النعماني، څيړنه: عبد الكريم سامي الجندي، چاپ خونه دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، لومړی چاپ، ۱٤۲٤ هـ.
۹-البابرتي، محمد بن محمد بن محمود.(۷۸٦هـ). العناية شرح الهداية، چاپ خونه: دار الفكر، بيروت، لبنان.
۱۰-الدارقطني، أبو الحسن علي بن عمر، السنن، مؤسسة الرسالة، بيروت –لبنان، لومړی چاپ، کال۱٤۲٤ هـ
۱۱- ديان، أبو عمر دبيان بن محمد.(۱٤۳۲ هـ). المعاملات المالية أصالة ومعاصرة، چاپ خونه، مكتبة الملك فهد الوطنية.
۱۲-الزغول، محمد مازن، عقد الاستصناع و تطبيقاته فی البنک الاسلامي الأردنی والمهن الحرفيه، بحث منشور فی المجلة الدولية للبحوث والدراسات الاسلامية.
۱۳-سرخسي، محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة .(۱٤۱٤هـ). المبسوط، چاپ خونه، دار المعرفة - بيروت، لبنان.
۱۴-الصاوی، أبو العباس أحمد بن محمد الخلوتي.(۱۲٤۱هـ). بلغة السالك لأقرب المسالك، چاپ خونه: دار المعارف.
۱۵-العثماني، محمد تقی، فقه البيوع على المذاهب الأربعة،مکتبه معارف القران كراتشي، پاكستان،(ب،ت)
۱٦-العثماني، محمد تقی، بحوث فی قضايا فقهية معاصرة، چاپ خونه: دار القلم، دمشق، چاپ كال: ۱۴۳۴هـ.
۱۷-الكاساني، علاء الدين، أبو بكر بن مسعود.(۱٤۰٦هـ). بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، چاپ خونه: دار الكتب العلمية، دويم چاپ.
۱۸-الوشيل، د كتور صالح بن أحمد، الاستصناع وتطبيقاته المعاصره فی الفقه الاسلامي، بحث منشور فی مجلة الجمعية الفقهية السعودية
۱۹-النفيعي، مشعل بن محمود، عقد الاستصناع وتطبيقاته فی البنوک و المصارف الاسلاميه، بحث منشور فی مجلة أبحاث، ټ۱۰ گڼه ۳، سپتمبر ۲۰۲۳.
۲۰-مجلة مجمع الفقه الإسلامي التابع لمنظمة المؤتمر الإسلامي بجدة، ۷ گڼه،

نقش تحصیلات عالی در انکشاف اقتصادی- اجتماعی افغانستان

معاون سرمحقق، دکتور محمد حکیم حیدر[1]

چکیده

تحصیلات عالی و انکشاف اقتصادی-اجتماعی در یک ارتباط تنگاتنگ باهم قرار دارند و بعنوان شریک در فرآیندهای انکشاف اقتصادی-اجتماعی دیده می‌شوند. از آنجایی که بسیاری از مردم با انکشاف اقتصادی در ارتباط با پوهنتون‌ها و تحصیلات عالی آشنا نیستند، که باید در پلانگذاری استراتژیک پوهنتون‌های افغانستان به آن پرداخته شود. این مقاله به انتظارات پوهنتون‌های افغانستان در انکشاف اقتصادی- اجتماعی با اشاره به تعدادی از مسائل در مورد چگونگی مشارکت آنها می‌پردازد. مفاهیم انکشاف توصیف شده در این مقاله عبارتند از: انکشاف اقتصادی که در آن پوهنتون‌های کشور می‌توانند در انکشاف محلی، منطقه‌ای و ملی، انکشاف پایدار و مفهوم انکشاف سرمایه انسانی مشارکت کنند. این مقاله همچنان راه‌های را که پوهنتون‌ها درکشور می‌تواند درتلاش‌های انکشاف اقتصادی-اجتماعی مشارکت کنند، توصیف می‌کند. علاوتا، مقاله سعی دارد تا افزایش سطح آموزش مهارت‌های مورد نیاز کشور را برای مقابله با چالش‌های انکشاف اقتصادی- اجتماعی فراهم نماید.

واژههای کلیدی: افغانستان، موسسات تحصیلات عالی، انکشاف اقتصادی-اجتماعی، آموزش ابتدایی و ثانوی

مقدمه

رشد اقتصادی یک کشور ممکن است به دلیل تعدادی از عوامل مختلف با مشکل مواجه شود. نمونه‌ای از چنین عواملی، منابع طبیعی است مانند زمین، نفت خام، منابع آب و صنایع مبتنی بر زراعت (بطور مثال صنعت قند). در بسیاری از کشورها، منابع طبیعی نقش بسیار مهمی در رشد اقتصادی ایفا می‌کنند (خارچوا و همکاران، ۲۰۱۶). مثال دیگر، سیاست‌های دولت است که همواره بر رشد اقتصادی تأثیر بسزایی داشته است. به طور خاص، سیاست‌های مالی، سیاست‌های پولی و سیاست‌های مرتبط با نرخ تبادله، نقش مهمی در رشد اقتصادی یک کشور دارند. اجتناب از ارزش‌گذاری بیش از حد قابل توجه نرخ تبادله یکی از قوی‌ترین الزاماتی است که می‌توان از تجربیات متنوع رشد اقتصادی در سراسر جهان به دست آورد (Maitah و همکاران ۲۰۱۷). همچنین تأثیر قابل توجهی از سرمایه گذاری مستقیم (FDI) بر سیستم آموزشی و رشد اقتصادی وجود دارد. سینگ کالپان (۲۰۱۶) در مطالعه خود بر روی تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر سطح تحصیلات عالی تمرکز میکند که تأثیر آن باید مثبت باشد و کیفیت آموزش را بهبود بخشد و در نتیجه به رشد ملی اقتصاد کمک کند، زیرا سرمایه انسانی یکی از عوامل کلیدی تعیین کننده است. رشد اقتصادی افغانستان از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۲۱ به طور متوسط ۳,۶۲ فیصد گزارش شده که این رشد، عمدتاً بر مبنی سکتور خدمات بوده است. تجارت، مخابرات، تأمین مالی، بیمه، خدمات تجاری و خدمات اجتماعی و شخصی تقریباً ۵۵,۹ فیصد از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهند. سکتور زراعت افغانستان حدود ۲۳ فیصد از محصول را تولید می‌کند. از طرف دیگر، این سکتور بیش از ۸۰ فیصد نیروی کار (اناث ۱٤,۸۵٪) را در خود جای داده است. این ممکن است به دلیل بی‌سوادی ساکنان باشد. در سال ۲۰۱۱، تنها ۲۹,۸۱ فیصد از اناث در افغانستان باسواد بودند (ذکور- ۵۵,٤۸ فیصد). نسبت ثبت نام خالص در آموزش ابتدایی طی سال ۲۰۱۳ به ۷۲ فیصد (۶۱ فیصد اناث و ۸۲ فیصد ذکور) افزایش نموده است، ۵۵ فیصد در آموزش متوسطه و تنها ۸,۷ فیصد در آموزش عالی که

---

[1] استاد برحال پوهنځی اقتصاد پوهنتون باختر

کمترین نرخ در جهان می‌باشد (عمدتا به دلیل سطح فقر بالا) بوده است. افغانستان، بعنوان یک کشور در حال انکشاف، معمولاً فاقد مجموعه مهارتها و دانش لازم برای پذیرش تکنالوژی جدید و پیاده سازی آن در محیط محلی است. بنابراین، اجرای فرآیند آموزش به یک ضرورت تبدیل می‌شود.
بیش از ۵۰ فیصد از کودکان افغانستان در مقطع آموزش ابتدایی ترک مکتب می‌کنند. علت این امر فقدان سواد، استخدام اطفال به کار و شکست برنامه‌های آموزشی دولتی در داخل کشورو کمبود استادان مجرب است. طبق برنامه رسمی دولت، سطح مصارف آموزش در افغانستان باید ۱۰ فیصد تولید ناخالص داخلی باشد. با این حال، واقعیت این است که تنها کمتر از ۲ فیصد تولید ناخالص داخلی صرف آموزش می‌شود (UN، ۲۰۱۵). بنابراین، روشن کردن رابطه بین آموزش و رشد اقتصادی و چگونگی تأثیر گذاری آنها بر یکدیگر بسیار مهم است.
هدف این تحقیق، ارزیابی رشد اقتصادی افغانستان در ارتباط با سطوح مختلف تحصیلات طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۱ می‌باشد. در این تحقیق، تمرکز بر سه سطح آموزش متفاوت خواهد بود که رویکردی کاملاً منحصر به فرد است. نتایج حاصل از این تحقیق بسیار مهم است زیرا ممکن است نتایج ارزشمندی را برای کشور فراهم نماید، زیرا سیستم آموزشی درحال اجرا است تا اقداماتی را در جهتی انجام دهد که کشور را به سمت آینده‌ای مرفه‌تر بعنوان سیستم‌های آموزشی کارا تر سوق دهد. در این تحقیق، رابطه تحصیل و رشد اقتصادی بر اساس مدل‌های اقتصاد سنجی به ویژه روش علیت گرنجر و روش هم انباشتگی بررسی خواهد شد. دلایل متعددی وجود دارد که چرا کیفیت تحصیلی درافغانستان کم است. محققان بحث می‌کنند که آیا تغییرات در سطوح تحصیلی بر نرخ رشد بلند مدت اقتصاد تأثیر می‌گذارد یا خیر.
طبق نظریات (Wamboye ، ۲۰۱۵) فراگیری دانش، فنون و مهارت‌ها، اطلاعات ضروری را برای هر فرد فراهم می‌کند تا نقش خود را در قبال خانواده و جامعه تعریف کند. علاوه بر این، آموزش همچنین توانایی مبارزه با آسیب‌های اجتماعی مانند جهل، بی‌عدالتی، فساد، خشونت، نابرابری را نیز فراهم می‌کند که مانع پیشرفت یک ملت و رشد اقتصادی می‌شوند (کرمر، ۲۰۰۶). افزایش اشتغال و تمرکز بر ساختاری شدن اقتصاد از ابزارهای کلیدی برای افزایش سطح و کیفیت آموزش است. تشویق و گسترش فرصت برای آموزش شغلی نیز بسیار مهم است. موضوع دیگر این است که آموزش برای همه افغان‌ها رایگان نیست، بطورمثال، آموزش در زمینه علوم مسلکی یکی از مهم ترین و همچنین یکی از گران‌ترین شاخه‌های اموزشی درافغانستان است. ابزارهای ذکر شده برای موفقیت در رشد اقتصادی، نیاز به حمایت دولت دارند. بدون اصلاحات آموزشی قابل توجه، افغانستان نمی‌تواند انتظار داشته باشد که تغییرات مثبتی رخ دهد زیرا ساختار اجتماعی و اقتصادی قابل توجهی مورد نیاز است (UN, ۲۰۱۷).

پیشینه تحقیق

به اساس گذارش ملل متحد (۲۰۰۷) سطح آموزش درافغانستان، به مراتب پائینتراز سطح تحصیلات در کشورهایی همسایه او میباشد. از آنجایی که برخی از کشورها دارای سطح تحصیلات بالا، دارای اقتصاد قوی هستند، این سوال را ایجاد می‌کند که آیا این دو عامل به هم مرتبط هستند یا خیر؟ بسیاری از محققان به این واقعیت پی برده اند و تحقیقی در این زمینه انجام داده اند.
بطور مثال پروفیسور Self و Grabowski (۲۰۰۴) در تحقیقات خود بر روی تأثیر سطوح مختلف تحصیلی بر رشد اقتصادی هند تمرکز کردند. مطالعه آنها بر این فرض استوار است که تغییرات در آموزش و پرورش مسئول تغیرات در رشد اقتصادی است. آنها آزمایش کردند که آیا رابطه بین سطح تحصیلات و رشد اقتصادی زمانی که جمعیت به گروه‌های جنسیت تقسیم می‌شود، متفاوت است یا خیر. برای اندازه گیری سطح تحصیلات، آنها از ارقام ۳۰ ساله (۱۹۶۶-۱۹۹۶) با نسبت‌های ثبت نام به عنوان

نماینده (Proxy) برای جریان سرمایه انسانی استفاده کردند. اندازه‌گیری دیگر، تغییر اوسط سنوات تحصیلی در هر مقطع تحصیلی بود. این اندازه گیری اساساً نشان دهنده نرخ رشد موجودی سرمایه انسانی است. در نتیجه، Self و Grabowski (۲۰۰۴) ثابت کردند که آموزش ابتدایی و متوسطه نه تنها با رشد اقتصادی کشور همبستگی قوی دارد، بلکه تأثیرات قوی بر رشد اقتصادی هند نیز داشته است. تجزیه و تحلیل آنها همچنین ثابت کرد که تمام سطوح تحصیلی با یکدیگر مرتبط هستند. بنابرین، نتایج همچنین تفاوت‌هایی را بین سطوح تحصیلات ابتدایی، متوسطه و عالی از نظر تأثیر آنها بر رشد اقتصادی نشان داد، زیرا به نظر نمی‌رسد که تحصیلات عالی، تأثیر قابل ملاحظه بر رشد اقتصادی داشته باشد. در تحقیق دیگری از تیلاک (۱۳۸۶)، نویسنده سعی نموده است تا ثابت کند که سطح تحصیلات متوسطه و عالی برای رشد اقتصادی کشور ضروری نیست، در حالی که آموزش پس از دوره ابتدایی اهمیت بیشتری دارد، به ویژه برای کاهش فقر، کاهش سطح مرگ و میر نوزادان، افزایش توقوع به زندگی و بخصوص برای رشد اقتصادی در داخل کشور. نتایج نشان داد که بین تحصیلات پس از دوره ابتدائیه و رشد، رابطه وجود دارد. همچنا ن، نتایج نشان می‌دهد که نابرابری جنسیتی در آموزش یکی از بزرگترین مشکلات جامعه هند است (روتروهمکاران، ۲۰۱۶). شکاف جنسیتی عناصری را آشکار می‌نماید که بر رابطه بین سطح تحصیلات و رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد. سطوح بالاتر تحصیلات، حقوق و دستمزد بالاتر یک فرد را تضمین می‌کند اما در مورد بعضی کشورها مانند هند فقط نابرابری را در جامعه تشدید می‌نماید. بسیاری از دانشمندان دیگری به تحقیق در مورد رابطه سطح آموزش و رشد اقتصادی پرداختند. مثالی از چنین تحقیقاتی را می‌تواند در اثر Leen (۲۰۰۳) دریافت که در آن رابطه رشد اقتصادی، تحصیلات و همچنین پیشرفت فنی مورد بررسی قرار گرفته است. همانطور که او ثابت کرده است که همه متغیرها به هم مرتبط هستند و همبستگی مثبت دارند. Leen (۲۰۰۳) دراثر دیگر خود، رابطه انکشاف اقتصادی و تحصیلات عالی را مورد تحقیق قرار داد که به نظر او همبستگی مثبتی با هم دارند. برخی از نشریات نیز بر موضوع مشابه در حوزه گسترده تر مانند شرق آسیا، متمرکز شده اند. مک ماهون (۱۹۹۸) نیز در تحقیق خود، رابطه مثبتی بین سطح تحصیلات عالی و رشد اقتصادی را شناسایی کرده است.

گرچه هر محققی رویکرد متفاوتی به کار خود دارد، اما نتایج مشابه یا یکسان به نظر میرسد. سوال این است که آیا رابطه سطح تحصیلات و رشد اقتصادی در افغانستان تغییر کرده است و یا علل دیگری مرتبط با این دو متغیر وجود دارد؟ در نتیجه، توضیح و مشخص کردن تأثیر آموزش بر رشد اقتصادی ممکن است به عنوان یک اطلاعات ارزشمند در نظر گرفته شود. این ما را به دو فرضیه میرساند که ارزش تحلیل را دارد.

فرضیه اولی: افزایش نرخ فارغ التحصیلی در آموزش متوسطه تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی درافغانستان، به ویژه برای جمعیت زنان دارد.

فرضیه دومی: سطح تحصیلات از طریق نرخ مولدیت در افغانستان تأثیر غیرمستقیم بر رشد اقتصادی دارد.

میتودولوژی تحقیق

این تحقیق به بررسی تأثیر سطوح مختلف تحصیلات بر رشد اقتصادی درافغانستان بین سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۱ می‌پردازد. همچنین موضوع جنسیت را در رابطه با آموزش و رشد اقتصادی در داخل کشور تجزیه و تحلیل می‌کند. ارزیابی تاثیر آموزش ابتدایی، متوسطه و عالی بر رشد اقتصادی انجام شده است. نرخهای ثبت نام و میانگین سالهای تحصیل در هر سطح جهت اندازه گیری به عنوان شاخص برای موجودی سرمایه انسانی استفاده خواهد شد. نرخ رشد و جنسیت به عنوان تغییر در اوسط سالهای تحصیل، اندازه گیری میشود.

ارقام مورد استفاده در بخش تجربی که توسط بانک جهانی ارائه شده است جمع آوری میگردد. این شامل متغیرهای ثبت نام و ارزش محصول تولید ناخالص داخلی به قیمتهای بازار (دلار ثابت ۲۰۰۵) است. دوره زمانی که ارقام برای آن تجزیه و تحلیل میشوند از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۱ را دربرمی گیرد. اما، ارقام مربوط به اوسط سال‌های تحصیل فقط در فواصل پنج ساله در دسترس است. نرخ رشد نمایی بین سال اول و پنجم محاسبه میشود و سالهای میانی درون یابی میگردند. نرخهای ثبت نام اولیه، ثانوی و عالی بر اساس طبقه بندی یونسکو (۲۰۰۲،۲۰۰۶، ۲۰۱۰) صورت گرفته است. تجزیه و تحلیل نرخ رشد موجودی سرمایه انسانی به طور جداگانه برای جمعیت مرد و زن انجام شده است.

توصیف احصائیوی متغیرها

در ابتدا، متغیرهای مستقل برای حضور چند خطی مورد آزمایش قرار گرفتند. یک ماتریس همبستگی ایجاد شده است. با کمال تعجب، هیچ مقدار همبستگی بین متغیرها از (۰,۷) تجاوز نکرده و از این رو همه متغیرها در مدل بدون تغییر نگه داشته شده اند. در افغانستان بین سالهای ۱۹۹۲ تا ۲۰۰۲ شکاف زیادی بین نرخ ثبت نام ذکوروانات در سطوح ابتدایی و ثانوی وجود داشت. با این حال، از سال ۲۰۰٤ به بعد، این شکاف شروع به کاهش نمود (۲۰۰۵،CSO).

موجودی سرمایه انسانی در رابطه با سطح تحصیلات با اوسط سنوات سطح تحصیلات از سن ۱۵ سالگی به بالا اندازه گیری میشود. طبق نظر سلف و گرابوفسکی (۲۰۰٤)، معیار سرمایه انسانی معمولاً کمتر از نرخ ثبت نام است و تفاوت بین جمعیت ذکوروانات را نشان می‌دهد. اما نرخ ثبت نام ناخالص برای اناث دوره آموزش ابتدایی با و بدون نرخ باروری، تأثیری غیرمستقیم بر موجودی سرمایه انسانی دارد، به این معنی که آموزش ابتدایی تأثیر غیرمستقیم بر رشد اقتصادی با احتمال ۹۵ فیصد دارد.

تحصیلات ابتدایی و رشد اقتصادی

همانطور که در جدول I نشان داده شده است، آموزش ابتدایی ارتباط نزدیکی با رشد اقتصادی ندارد. همچنین در مورد موجودی سرمایه انسانی نیز نشان داده شده که تحصیلات متوسطه اناث بر تعداد فرزندان متولد شده با احتمال ۹۵ فیصد تأثیر منفی دارد.

رابطه اتفاقی در سطح تحصیلات ابتدایی

جهت علیت: آموزش به رشد	G – Causality (P-value)	Co-integration (P-value)
عمومی		
ثبت نام	No (0.561)8	No (0.561)5
بر اساس جنسیت		
ثبت نام- ذکور	No (0.5466)	No (0.1415)
ثبت نام – اناث – بدون باروری	No (0.2426)	No (0.263)4
ثبت نام – اناث – با باروری	No (0.2426)	No (0.34)26
تغییر در موجودی سرمایه انسانی - ذکور	No (0.6517)	No (0.33)54
تغییردرموجودی سرمایه انسانی - اناث بدون باروری	No (0.2194)	No (0.3511)
تغییردرموجودی سرمایه انسانی - اناث با باروری	No (0.3194)	No (0.4346)

تحصیلات ثانوی و رشد اقتصادی

جدول II ، نتایج نشان میدهد که تفاوت زیادی بین مقطع ابتدایی وثانوی از نظر تأثیر آنها بر رشد اقتصادی وجود ندارد. ازطرفی دیگر نرخ ناخالص ثبت نام در دوره متوسطه تحصیلات جمعیت اناث با و بدون نرخ باروری بر موجودی سرمایه انسانی با احتمال ۹۵ درصد تأثیر معناداری دارد.

جدول (II) رابطه اتفاقی در سطح تحصیلات ثانوی

Co-integration (P-value)	G – Causality (P-value)	جهت علیت: آموزش به رشد
	عمومی	
No (0.7983)	No (0.1216)	ثبت نام
	بر اساس جنسیت	
No (0.0511)	No (0.3306)	ثبت نام- ذکور
No (0.8813)	No (0.3208)	ثبت نام – اناث – بدون باروری
No (0.7632)	No (0.3209)	ثبت نام – اناث – با باروری
No (0.1054)	No (0.1035)	تغییر در موجودی سرمایه انسانی - ذکور
No (0.3102)	No (0.0714)	تغییردرموجودی سرمایه انسانی - اناث بدون باروری
No (0.5824)	No (0.0715)	تغییردرموجودی سرمایه انسانی - اناث با باروری

تحصیلات عالی و رشد اقتصادی

در جدول III ، نتایج از تحصیلات عالی به تصویر کشیده شده است که به شدت با رشد اقتصادی همبستگی دارد. جمعیت اناث در سطح تحصیلات عالی، برای هر دو متغیر با و بدون احتساب متغیر نرخ باروری، منعکس کننده یک تأثیر علی بلند مدت بر رشد اقتصادی است. مگر، برای جمعیت ذکور، نتایج فقط برای نرخ ثبت نام با رشد اقتصادی همبستگی مثبت نشان داده است. از سوی دیگر، تأثیر اوسط سالهای تحصیلات عالی بر رشد اقتصادی تنها در دوره کوتاه مدت قابل مشاهده است.

جدول (III) رابطه اتفاقی در سطح تحصیلات عالی

Co-integration (P-value)	G – Causality (P-value)	جهت علیت: آموزش به رشد
	عمومی	
Yes** (0.0046)	No (0.5756)	ثبت نام
	بر اساس جنسیت	
Yes* (0.0316)	No (0.0846)	ثبت نام- ذکور
Yes** (0.0015)	No (0.7430)	ثبت نام – اناث – بدون باروری
Yes** (0.0004)	No (0.8430)	ثبت نام – اناث – با باروری
No (0.8330)	Yes** (0.0010)	تغییر در موجودی سرمایه انسانی - ذکور
Yes** (0.0034)	No (0.3356)	تغییردرموجودی سرمایه انسانی - اناث بدون باروری
Yes** (0.0001)	No (0.3356)	تغییردرموجودی سرمایه انسانی - اناث با باروری

نتیجه گیری

عوامل تعیین کننده تحصیلات در سطوح ابتدایی، ثانوی و عالی همراه با رشد اقتصادی در افغانستان به طور عمیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. تحصیل با کیفیت همراه با سطوح مختلف تحصیلات و تاثیر آن بررشد اقتصاد توسط بسیاری از محققین مورد بررسی قرار گرفته است و شواهد به دست آمده از انتشارات آنها نشان میدهد که آموزش عامل مهمی در افزایش و ارتقای رشد اقتصادی است. این امر در بسیاری از کشورها به ویژه در کشورهای در حال انکشاف صادق میباشد. به منظور آزمون فرضیه، تولید ناخالص داخلی سرانه توسط مدل به عنوان متغیر وابسته به موجودی سرمایه، نرخ ناخالص ثبت نام مدارس و اوسط سالهای تحصیل درهرمقطع تحصیلی برای هر دو جنس تعریف شده است. خود همبستگی و نرمال بودن آزمون باقیمانده انجام شده است.(p-value) درتمام آزمونهای اقتصاد سنجی ثابت کرده است که فرضیه صفری قابل رد نیست. پارامترها از نظر آماری، اقتصادی و اقتصاد سنجی تأیید شده اند.

نتایج ما با نتایج کینگدون (۲۰۰۷) که سطح تحصیلات را در کشورهای جنوب آسیا بررسی کرده است مطابقت دارد و همچنین با نتایج (Self & Grabowski ۲۰۰٤ مطابقت دارد که ثابت کرد آموزش ابتدایی و متوسطه فقط به شدت با رشد اقتصادی کشور همبستگی ندارد. بسیاری از نشریات دیگر به تحقیق در مورد رابطه سطح تحصیلات و رشد اقتصادی کشور پرداخته اند. برخی از نشریات نیز بر موضوع مشابه در منطقه گسترده تر مانند شرق آسیا متمرکز شده اند. مک ماهون (۱۹۹۸) نیز در کار خود رابطه مثبتی بین سطح تحصیلات و رشد اقتصادی را شناسایی کرد. نتایج ما شواهدی ارائه کرد که با توجه به آموزش، رشد اقتصادی افغانستان به طور مثبت با اوسط سال‌های تحصیل اناث و ذکور در سطح تحصیلات عالی مرتبط است. شواهد نشان میدهد که تحصیلات اناث در تمام سطوح دارای پتانسیل رشد اقتصادی است. اما، به نظر می‌رسد که این نتیجه برای ذکور تنها در سطح تحصیلات عالی بر رشد اقتصادی تأثیر علّی دارد. هنگامی که نتایج تأیید شد و با فرضیهها مقایسه شد، به این نتیجه رسیدیم که همه نتایج دو فرضیه بیان شده را تأیید نمی کنند. فرضیه اول بررسی این بود که تحصیلات ثانوی تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی در افغانستان، به ویژه برای جمعیت اناث دارد. پس از تجزیه و تحلیل ارقام، مشخص شد که تحصیلات عالی باعث رشد اقتصادی در افغانستان می‌شود و این برای هر دو طبقه (ذکوروانـاث) صدق مینماید. از سوی دیگر، از نتایج به دست آمده مشخص می‌شود که نرخ ثبت نام ناخالص تحصیلات ثانوی اناث (با و بدون نرخ باروری) بر موجودی سرمایه انسانی تأثیر معناداری دارد. این به احتمال زیادی به این معنی است که اگر اناث در آموزش ثبت نام کنند، تمایل به پایان تحصیل دارند که منجر به سرمایه انسانی بالاتر میشود. این امر تأثیر دیگری نیز دارد، زیرا در مورد موجودی سرمایه انسانی، نتایج نشان داد که تحصیلات ثانوی اناث بر تعداد فرزندان متولد شده با احتمال ۹۵ فیصد تأثیر منفی دارد.

فرضیه دوم این است که سطح تحصیلات از طریق نرخ باروری در افغانستان تأثیر غیرمستقیم بر رشد اقتصادی دارد. ثابت شده است که نرخ باروری از طریق تحصیلات ابتدایی و ثانوی اناث بر رشد اقتصادی تأثیر غیرمستقیم دارد. این امر اعتبار فرضیه دوم را ثابت مینماید. این پدیده را میتوان به روشهای مختلفی توضیح داد. یکی از دلایل این امر می‌تواند این باشد که افراد دارای تحصیلات عالی ممکن است محتاط تر باشند و آینده خود را با دقت برنامه ریزی کنند که منجر به برنامه ریزی خانواده نیز میشود. بنابراین، با ادامه تحصیل اناث در سطح بالاتر، نرخ باروری کاهش میابد. در خاتمه میتوان بیان کرد که تحصیلات عالی، عامل اصلی رشد اقتصادی در افغانستان میباشد، اما این امر عمدتاً برای جمعیت ذکور صادق است. هر چه کیفیت آموزش بالاتر باشد، تاثیر آموزش بر رشد اقتصادی بیشتر خواهد بود. تأثیر باید مشهود باشد اما فقط پس از مدت زمان معینی، زیرا ممکن است تأثیر آنی قابل تشخیص نباشد.

پیشنهادات

۱. گسترش و تقویه یک نظام تعلیمی وآموزشی با استندرد جهانی
۲. توسعه نهادهای آموزشی درمناطق روستایی و دوردست کشور.
۳. معیاری سازی کریکولم درسی مکاتب و پوهنتونها مطابق به تقاضای مارکیت کار داخلی و بین المللی
٤. انجام تحقیقات بیشتر با استفاده ازارقام وسیعترهمراه با گنجانیدن متغیرهای بیشتر و روش‌های متفاوت محاسبه انکشاف سرمایه انسانی جهت رشد اقتصادی قطعاً مورد نیاز و پیشنهاد می‌شود.

مآخذ داخلی

۱. دفتر یونسکو (۱۳۹۱)، «استراتیژی تعلیم و تربیه افغانستان» مسوده ۱۳ جوزا، کابل
۲. مشید- مهرالدین (۱۳۹۷)، « تعلیم و تربیه وتآثیر آن بر اقتصاد کشور، کابل - افغانستان
۳. رجب زاده- علی (۱۳۷۵)، «رابطه تعلیم وتربیه و توسعه» ، نشریه مطالعات فرهنگ ارتباط، ارتباطات تابستان، ایران.
٤. انصاری- نجف، (۱۳۸۹)، « بررسی نقش دولت درتآمین منابع مالی آموزش وپرورش »، چاپ خراسان، شماره ۱۰٤، P ۳۱-۵۸
۵. جانی- نورمجمد (۱۳۸۵)، « بررسی نقش آموزش دررشد اقتصادی»، نشریه تعلیم وتربیه، شماره ٤، دوره ۱۲، ایران
٦. زراعی - ستارو زرگرنژاد- غلام محسن (۱۳۹۷)، «نقش تعلیم و تربیه درترقی و پیشرفت ایران دوره قاجارازمنظر روزنامههای فارسی زبان مصر»، نشریه مطالعات تاریخ اسلام، شماره ۳۸، دوره ۱۰ صفحات ۱۱۵-۱۳۷، ایران

مآخذ خارجی

1. CSO. 2017, Afghanistan Living Condition Survey, analysis report, 2016-17. Kabul.

2. Kramer, C. W. J. 1969. Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-spectral. Methods. Econometrics, 37(3): 424–438

3. Karcheva, I., Kontsevaya, S and Maitah, M., 2016. Analysis Of Manpower Resources Utilization in Agriculture Organizations Of The Russian Federation. In: Economic Science for Rural Development No. 42 Jelgava, Latvia, 21-22 April 2016. pp. 244–249.

4. Lin, T-C. 2003. Education, Technical Progress, and Economic Growth: The Case of Taiwan Economics of Education Review, 22(2): 213–22

5. Makmahun. 1987. Schooling in Developing Countries: Which Countries Are the Over- and Underachievers and What Is the Schooling Impact? Economics of Education Review, 6(1)

6. Self, S. Grabowski, R. 2004. Does education at all levels cause growth? India, a case study. Economics of Education Review, 23: 47–55.

7. Singh, K. & Awastihi, A. 2016. Impact Of Foreign Direct Investment On Higher Education International Journal of Research – Granthaalayah, 4(5): 80–91.

8. Tilak, J. B. G. 2007. Post-elementary education, poverty and development in India. International Journal of Educational Development, 27(4): 435–445.
9. UNESCO. 2002. Education for All - Is the World on Track? United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization..
10. UNESCO. 2006. EFA – Literacy for life, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization UNESCO. 2010. Reaching the Marginalized, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
11. United Nations. 2015. Handbook of the Economics of Education. Vol. 2. 1st. Edition
12. Wamboye. 2006. Schools, Teachers, and Education Outcomes in Developing Countries.

احتکار و اضرار اقتصادی آن در جامعه

پوهنمل نثاراحمد اخگر[۱]

خلاصه

حفظ مال یکی از مقاصد شریعت اسلامی است که در دو بُعد ایجابی (مشروعیت کسب و تجارت) و سلبی (تحریم دزدی، ربا و احتکار...) تجلی می‌یابد. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و با رویکرد فقهی-اقتصادی به بررسی حدود و مرزهای کسب درامد در اسلام می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد اسلام ضمن ترغیب به کسب حلال و تولید، از سوء استفاده از نیازهای مردم و فروش کالا بیش از ارزش واقعی نهی می‌کند. احتکار به معنای حبس طعام و کالاهای ضروری به قصد گرانفروشی، از منظر نقلی و عقلی حرام است. هرچند در مورد حد مجاز فایده در تجارت، نص صریحی وجود ندارد، اما شرایط اقتصادی و مصالح عمومی ایجاب می‌کند که کسب وکار در چارچوب اعتدال صورت گیرد. نتایج پژوهش حاکی است احتکار عمدی کالاهای ضروری با هدف برهم زدن نظام عرضه و تقاضا و کسب سود نا متعارف، مصداق بارز ظلم و تعدی به حقوق عامه است.

واژه‌های کلیدی: احتکار، انحصار، بازار، حرام، حلال، غله، مواد غدایی.

Abstract:

The preservation of wealth is one of the objectives of Islamic Sharia, manifested in both positive aspects (legitimacy of business and trade) and negative aspects (prohibition of theft, usury, and hoarding). This research, employing a descriptive-analytical methodology with a jurisprudential-economic approach, examines the limits and boundaries of income acquisition in Islam. The findings indicate that while Islam encourages lawful earnings and production, it prohibits the exploitation of people›s needs and selling goods above their real value. Hoarding, defined as withholding food and essential commodities with the intention of price gouging, is forbidden from both traditional and rational perspectives. Although there is no explicit text regarding the permissible limit of profit, economic conditions and public interest necessitate that business operations be conducted within the framework of moderation. The research results indicate that deliberate hoarding of essential commodities aimed at disrupting the supply and demand system and gaining unusual profits is a clear example of oppression and infringement of public rights.

Keywords: Hoarding, Monopoly, Market, Forbidden (Haram), Permissible (Halal), Grain, Foodstuffs.

۱ استاد برحال پوهنځی شرعیات پوهنتون کابل

مقدمه

الحمد لله رب العالمين ولا عدوان إلا على الظالمين والصلاة والسلام على نبينا محمد وآله وصحبه أجمعين والتابعين لهم بإحسان إلى يوم الدين.

و بعد: یکی از ویژگی‌های شریعت اسلامی، جامعیت آن برای تمام جنبه‌های زندگی بشر، از جمله جنبه اقتصادی و مالی است. حفظ مال از مقاصد کلی است که شریعت اسلامی بر آن تأکید دارد. برای حفظ مال در بعد ایجابی، خداوند خرید و فروش و کسب و افزایش مال را مباح کرده است، و در بعد سلبی، دزدی، ربا، احتکار و خوردن اموال مردم به ناحق را برای جلوگیری از ظلم و رفع ضرر از مردم حرام کرده است، تا انسان به برادرش ضرر نرساند، با استناد به حدیث مشهور پیامبر - صلی الله علیه وسلم- که فرمود: «لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ»[1] (نه ضرررساندن [به خود] جایز است و نه ضرر رساندن [به دیگران].

اهمیت موضوع

یکی از مکلفیت‌های مهم تاجر مسلمان در جامعه اسلامی این است که از احکام معاملات تجارتی با خبر باشد، تا به نادانی در حرام واقع نشود. چنانچه از جمله مقوله های عمر بن خطاب - رضی الله عنه- است که فرمود: «لَا يَبِيعُ فِي سُوقِنَا إِلَّا مَنْ قَدْ تَفَقَّهَ فِي الدِّينِ».[2]

در بازار ما کسی حق فروش کالا را دارد که از احکام دین، با خبر و فقیه باشد. همچنان از عمر - رضی الله عنه- روایت است که فرمودند: «مَنْ بَاعَ فِي سُوقِنَا فَنَحْنُ لَهُ ضَامِنُونَ، وَلَا يَبِيعُ فِي سُوقِنَا مُحْتَكِرٌ.»[3]

ترجمه: کسانی که در بازار ما خرید و فروش می‌کنند ما در قبال آنان جواب‌گو هستیم؛ لذا کسی در بازار ما احتکار کرده نمی‌تواند و هم‌چنان مسلمان نباید از وضعیت بد اقتصادی مردم سوء استفاده نموده و آنان را در تنگنا و مضیقه معیشتی قرار دهد که این صورت از موارد اکل مال مردم به باطل بوده که قرآن کریم آن را به صراحت حرام و نادرست خوانده است. لذا از جمله منافع و سودهایی که برای تاجر مسلمان روا نیست، سود و منفعتی است که از طریق احتکار به دست آید که شرع آن را نهی کرده است.

راجع به اهمیت موضوع مطروحه فوق می‌توان گفت که اسلام فرد را به کسب درآمد با دستان خود تشویق می‌کند و به تولید و سفر در زمین برای طلب روزی ترغیب می‌نماید. همچنین از سوء استفاده از نیازهای دیگران و فروش کالاها به بیش از ارزش واقعی آنها، و از زیاده‌روی در سود و ناپسندی در کسب درآمد نهی می‌کند. اسلام تاجران را به ارزان‌فروشی برای آسان‌گیری بر مردم تشویق می‌کند؛ زیرا این کار موجب رضایت خداوند و دستیابی به پاداش او می‌شود؛ چرا که سود کم همراه با فروش زیاد، منجر به فراوانی درآمد همراه با آسان‌گیری بر مسلمانان می‌شود.

اسباب اختیار موضوع: شکی نیست که هر بحث علمی به اساس یک سلسله اسباب و انگیزه های مورد بحث و بررسی علمی قرار می‌گیرد که به این ترتیب موضوع زیر بحث هم روی انگیزه های ذیل مورد تحقیق و پژوهش قرار گرفته است.

---

۱ المدونة (۲/ ۵۷۵)

۲ ورثة الأنبياء شرح حديث أبي الدرداء (ص۲۲):

۳ «مصنف عبد الرزاق» (۸/ ۳۶ ط التأصيل الثانية):

۱-امروزه موضوع دین داری نزد بیشتر مردم تنها در نماز و روزه خلاصه می‌گردد، موضوعات مالی، حلال، حرام، حق العبد و... از موضوعات حاشیه‌ای شمرده می‌شود، لذا موضوع احتکار که بیشتر مردم به آن دست و گریبان هستند، یکی از موضوعات قابل بحث می‌باشد.
۲-امروزه احتکار با عبور از اصل موضوع –غله جات و مواد غذایی –به تمام منافع عامه سرایت نموده است که بر مبنای آن معیشت مردم از زاویه‌های متعدد آسیب دیده و دچار مشکل شده است. راجع به احتکار در ابعاد دیگر بحث‌های زیادی صورت گرفته است، اما از بعد اضرار اقتصادی و آسیب‌های اجتماعی آن تا جایکه مطالعه کردم، به زبان های ملی کمتر بحث صورت گرفته است.
روش تحقق: بحث پیرامون موضوع فوق را با استفاده از روش تحلیلی، توصیفی و کتابخانه ای تهیه نموده و سیستم پاورقی را مد نظرگرفته‌شده است.
بحث پیرامون موضوع فوق را در دو بخش به بحث میگیرم در بخش نخست احتکار را در لغت و اصطلاح تعریف نموده، حکم شرعی آن را در روشنایی اقوال فقهای کرام بیان می‌کنیم و در بخش دوم اضرار و پیامدهای ناگوار آن را در جامعه تحت مطالعه قرار میدهم.

مبحث اول: مفهوم احتکار

مطلب اول: احتکار در لغت: احتکار در لغت به معانی ذیل اطلاق میگردد:

۱- ظلم و بد رفتاری. چنانچه در قاموس اللغة آمده است: أن الاحتكار مأخوذ من الحكر بسكون الكاف وهو الظلم وإساءة المعاشرة وبفتحها الحبس أي الانتظار للغلاء وأصل الحكرة الجمع والإمساك.[۱]
احتکار از کلمه حکر به سکون کاف گرفته شده است و معنای ظلم و بد رفتاری را میرساند.

۲- به فتح کاف حبس و انتظار برای بلند رفتن قیمت‌ها و اصل کلمه حکره معنای جمع و امساک را افاده می‌کند.

۳- حبس مال به نیت گران‌فروشی، در لغت‌نامه دهخدا آمده است: احتکار، نگهداری طعام و خوراک است بجهت گران شدن و قحط شدن. احتکار در لغت بازداشت چیزی است برای آنکه پس از گران شدن قیمت آن بفروش برسانند[۲].

٤- گرد آوردن چیزی بیش از اندازهٔ نیاز؛ انبار کردن. انبار کردن کالا به قصد گران فروختن.[۳]

از مجموع آنچه در کتب لغت آمده، بر می‌آید که احتکار بر محور معانی حبس، جمع، بد رفتاری، ظلم، انبار کردن و... میچرخد که همه ای این معانی در احتکار اصطلاحی دیده میشود.
مطلب دوم: احتکار در اصطلاح: هرچند معنای اصطلاحی احتکار از معنای لغوی آن چندان فرقی ندارد؛ ولی با آن هم فقهای اسلامی به الفاظ و تعبیر های مختلف آن را تعریف نموده اند.
۱-حصکفی از فقهای حنفی در تعریف احتکار می‌گوید: الاحتكار شرعاً اشتراء الطعام ونحوه وحبسه إلى الغلاء أربعين يوماً[٤] لقوله -صلى الله عليه وسلم - (من احتكر على المسلمين أربعين يوماً ضربه الله بالجذام والإفلاس[۵]
احتکار در اصطلاح شریعت عبارت از خریدن طعام و آنچه در حکم طعام است و حبس کردن آن تا بلند رفتن قیمتها به مدت چهل روز میباشد. به دلیل حدیث پیامبر -صلی الله علیه وسلم- که فرمودند: کسی که به قصد گران فروشی طعامی را بر مسلمانان تا چهل روز احتکار کند، خداوند او را به مرض جزام و تنگدستی مبتلا میسازد.

---

۱ الفيروز آبادي، مجد الدين، القاموس المحيط، باب الراء، فصل الحاء ج ۲/ ۱۲ ط ٤ /دار المأمون ۱۳۵۶ هـ
۲ لغت نامه دهخدا، ماده احتکار.
۳ فرهنگ حمید ماده احتکار.
٤ الدر المنتقى على متن الملتقى بهامش مجمع الأنهر جـ ۲، صـ ۵٤۷ طبعة الأستانة لسنة ۱۳۲۷ هـ.
۵ أخرجه ابن ماجه فی سنته من حديث ابن عمر (۲۱۵۵) وسنده صحيح.

۱- بابرتی در شرح العناية می‌گوید: إن المراد بالاحتكار « حبس الأقوات تربصاً للغلاء[1]. منظور از احتکار بند کردن مواد خوراکی است به قصد گران فروشی و بلند رفتن قیمت‌ها.

مبحث دوم: حکم احتکار

مطلب اول: دیدگاه فقهاء: در مورد حکم تکلیفی احتکار دو دیدگاه فقهی طور ذیل وجود دارد.

دیدگاه اول: حرمت احتکار: و این نظر جمهور فقهای اسلامی از جمله مالکی‌ها، قول صحیح شافعی، حنابله و اهل ظواهر است.

دیدگاه دوم: مکروه بودن احتکار: و این نظر جمهور فقهای حنفی و برخی از شوافع است در صورتیکه منجر به ضرر مردم شود.

مطلب دوم: دلایل حرمت احتکار: جمهور فقهاء برای اثباب حرمت احتکار به قرآن کریم، سنت، اثر و عقل استدلال می‌کنند.

دلیل اول: قرآن کریم:

نهی از احتکار در قرآن کریم آمده است تا سلامت مردم از ضرر آن و اختلال در قیمت‌ها تضمین شود. اما در قرآن کریم آیه‌ای که صراحتاً احتکار را تحریم کند، نیامده است. حکم به حرمت احتکار، کاربرد اصول کلی عام وارد شده در قرآن کریم است که ظلم، ضرر رساندن به مردم و خوردن اموال مردم به ناحق را حرام می‌کند. از جمله این آیات، قول خداوند متعال است: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا﴾ (سوره نساء ۲۹)

ای کسانی که ایمان آورده اید! اموال همدیگر را به نا حق نخورید مگر این که داد و ستدی باشدکه از رضایت خاطر سرچشمه بگیرد. و خود کشي نکنید! خداوند نسبت به شما مهربان است.

و همچنان میفرماید: ﴿إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا وَيَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمَسْجِدِ الْحَرَامِ الَّذِي جَعَلْنَاهُ لِلنَّاسِ سَوَاءً الْعَاكِفُ فِيهِ وَالْبَادِ وَمَنْ يُرِدْ فِيهِ بِإِلْحَادٍ بِظُلْمٍ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ﴾ {الحج: ۲۵}.

ترجمه: بی‌گمان کسانی که کافر شدند، و (مردم را) از راه خدا باز میدارند و (همچنین از) مسجد الحرام، که آن را برای (همه ی) مردم یکسان قرار دادیم، (چه) مقیم در آنجا و یا وارد بر آن، و کسی که از روی ستم در آنجا کجروی (و انحراف از حق را) بخواهد، از عذاب دردناک به او میچشانیم.

قرطبی - رحمه الله- در تفسیر این آیت آورده است: وَرَوَى أَبُو دَاوُدَ عَنْ يَعْلَى بْنِ أُمَيَّةَ أَنَّ رسول الله صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قال: (احْتِكَارُ الطَّعَامِ فِي الْحَرَمِ إِلْحَادٌ فِيهِ). وَهُوَ قَوْلُ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ. وَالْعُمُومُ يَأْتِي عَلَى هَذَا كُلِّهِ.[2]

ترجمه: ابوداود از یعلی بن امیه روایت می‌کند که رسول اکرم - صلی الله علیه وسلم- فرمودند: احتکار طعام در حرم ظلم و ستم میباشد. و این نظر و دیدگاه عمر - رضی الله عنه- است.

اگر به لحاظ مقاصد شرعي هم دیده شود، این آیت بیان میدارد که مردم را از مسجد حرام منع کردن ظلم است و الحاد؛ چون آنان را از حق مسلمشان باز میدارند. احتکار هم، سبب ظلم و ستم بر اهل منطقه و بازار میشود و در شریعت الهی هرجای که حقی نادیده گرفته شود ظلم خوانده میشود. و ظلم حرام است.

امام غزالی - رحمه الله- در کتاب (احیاء العلوم) در تفسیر این آیت میگوید: « وقيل في قوله تعالى ﴿وَمَنْ يُرِدْ فِيهِ بِإِلْحَادٍ بِظُلْمٍ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ﴾ إن الاحتكار من الظلم وداخل تحته في الوعيد »[3]

---

۱ العناية بهامش فتح القدير على الهداية جـ۸، صـ۱۲۶.

۲ تفسیر قرطبی، ج ۱۲ ص ۲۵.

۳ احیاء علوم الدین. ج ۲ ص ۷۳.

احتکار نوعی ظلم و در تحت وعید این آیت داخل است.
بر مبنای اصل -العبرة للعموم اللفظ لا لخصوص السبب – حرمت احتکار را میتوان از عمومیت و شمولیت این آیت استخراج کرد.

دلیل دوم: سنت پیامبر - صلی الله علیه وسلم-

-

«وَعَنْ مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللهِ رضي الله عنه عَنْ رَسُولِ اللهِ صلى الله عليه وسلم قَالَ: «لَايَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِىءٌ» رَوَا مُسْلِمٌ» [۱]

تنها خطاکار است که احتکار می‌کند.

امام شوکانی- رحمه الله- در ذیل این حدیث می‌گوید: شکی نیست که مجموع احادیث این باب برای استدلال بر عدم جواز احتکار کافی است، حتی اگر فرض کنیم هیچ یک از آنها در کتب صحیح ثابت نشده باشد. در حالی که حدیث معمر در صحیح مسلم ذکر شده و به صراحت بیان می‌کند که محتکر خاطئ (گناهکار) است؟ این تصریح برای اثبات عدم جواز کافی است، زیرا (خاطئ) به معنای گناهکار و نافرمان است. [۲]

به نظر امام شوکانی حتی اگر احادیث ضعیف باشند، مجموع آنها برای حرام دانستن احتکار کافی است.

امام شاطبی میگوید: و اما محتکر؛ او با احتکار کردن گناهکار است، مرتکب نهی شده، و به مردم ضرر می‌رساند؛ پس بر امام (حاکم اسلامی) واجب است که ضرر رساندن او به مردم را دفع کند، به گونه‌ای که خود محتکر نیز متضرر نشود.» [۳]

وقال الصنعاني - رحمة الله- : الخاطئ هو العاصي الآثم، وفى الباب أحاديث دالة على تحريم الاحتكار.» [٤]

خطا کار عاصی و گنهگار می‌باشد. در این باب احادیث زیادی است که دلالت بر حرمت احتکار می کند.

امام مسلم در صحیح خود از پیامبر گرامی - صلی الله علیه وسلم- روایت میکند که میفرماید: لایحتکرالا خاطئ. [۵]

ترجمه: تنها خطاکار است که احتکار میکند. واژه خطاکار چندان واژه ی ساده و سهل انگارانه ای نیست، زیرا خطا واژه ای است که خداوند متعال بیشتر طاغوتیان مستکبر را بدان توصیف مینماید، آنجا که میفرماید: ﴿إِنَّ فِرْعَوْنَ وَهَامَانَ وَجُنُودَهُمَا كَانُوا خَاطِئِينَ﴾.[القصص: ۸].

ترجمه: بدرستی که همان فرعون و هامان و لشکریان ایشان از خطاکاران بودند.

امام احمد و حاکم از ابن عمر روایت کرده اند که پیامبر- صلی الله علیه وسلم- فرمودند:«من احتکر طعاما (أربعين) ليلة فقد برئ من اللّه وبرئ اللّه منه).[٦]

ترجمه: کسی که چهل روز طعام را احتکار کند، در حقیقت از خداوند بیزار است و خداوند هم از وی.

«عن عمرَ رضي الله عنه، عن النبيِّ صلى الله عليه وسلم قال: «الجالِبُ مَرْزُوقٌ، والمُحْتَكِرُ مَلْعُون».» [۷]

حمل و نقل کنندهٔ ارزاق به سوی شهر، روزی داده شده و محتکر ملعون است.

---

۱ توضيح الأحكام من بلوغ المرام» (٤/ ۳۳۰).
۲ نيل الأوطار (٥/ ٢٦١).
۳ الموافقات (۳/ ٦۲).
٤ شرح بلوغ المرام –اللهيميد (۲/ ٥١٩ بترقيم الشاملة آليا):
٥ صحيح مسلم: ج ۳ ص ۱۲۲۸.
٦ مصنف ابن أبي شيبة» (١١/ ٣٥٥ ت الشثري):
۷ «شرح المصابيح لابن الملك» (۳/ ٤٤٦):

از دلالت مجموع این احادیث و وعید سخت بر مرتکبین آن، به وضوح دانسته میشود که احتکار عمل نادرست و غیر انسانی و امر ناپسند در شریعت اسلامی است.
دکتر یوسف قرضاوی می‌گوید: قاعده کلی در کسب درآمد این است که اسلام به پیروانش اجازه نمی‌دهد به هر شکل که می‌خواهند و از هر راهی که می‌خواهند مال کسب کنند، بلکه بین راه‌های مشروع و غیرمشروع برای کسب معاش با توجه به مصلحت جمعی تفاوت قائل می‌شود. این تفکیک بر اساس اصل کلی است که می‌گوید تمام راه‌هایی که در آن‌ها منفعت برای یک فرد تنها با زیان دیگری حاصل می‌شود، غیرمشروع است و راه‌هایی که در آن‌ها افراد با رضایت و عدالت بین خود منفعت کسب می‌کنند، مشروع است.[1]
محمد غزالی در ذیل بحثِ مرتبط به این موضوع می‌گوید: «هرچند این سوال مطرح است که آیا ربح و سود تجارت، حد معینیَ دارد که اگر از آن گذشت حرام باشد؟ ممکن است در باره تعین سود و بهره، نصِ صریحی نیابیم، ولی به نظر من شرایط طبیعی ایجاب می‌کند که کاسبکار حدود معتدلی را در نظر بگیرد و از آن تجاوز ننماید! ولی بعضی از تاجران و فروشندگان می‌خواهند بر اوضاع و احوال و شرایط موجود تسلط یابند و قانون عرضه و تقاضا را به بازی بگیرند و کالای مورد نیاز مردم را به عمداً احتکار کنند تا در موقع مناسب آن را به چند برابر نرخ واقعی بفروشند. وشاید از زشت ترین عوامل و انگیزه هایی که تمدن جدید با خود آورده است، این باشد که بعضی از محصولات کشاورزی مازاد بر احتیاج را میسوزانند، تا نرخی که فروشندگان برای آن تعین کرده اند، پایین نیاید!! کفر نیز همچون جنون فنونی دارد! بعد از آشکار شدن سود های کلانی که شرکت های احتکار کننده به دست میآورند، معنی سخن پیامبر - صلی الله علیه وسلم- را فهمیدم که می‌فرماید: « لا یحتکر الا خاطی» تنها خطا کاران احتکار میکنند. و نیز میفرماید: « یحشر الحاکرون و قتلة الانفس في درجة و من دخل في شي من سعر المسلمین، یغلیه علیهم کان حقا علی الله تعالی ان یعذبه في معظم النار یوم القیامة»[2]
در روز رستاخیز محتکران و قاتلان در یک درجه اند و در یک صف نگه داشته میشوند! و هرکس در نرخ گذاری کالای مسلمین دخالت کند و آن را بالا ببرد، سزاوار است که خداوند در روز قیامت او را در جرگه آتش دوزخ عذاب دهد» [3]
دلیل سوم عقل و منطق: برای حرمت احتکار علاوه بر دلایل فوق عقل و منطق انسانی هم نیز دلالت می‌کند؛ زیرا خرید و فروش مواد خوراکه در بازار حق عامهٔ مردم است زمانیکه محتکر آن را حبس نموده و از فروش آن امتناع می‌ورزد، در حق عامه مردم ظلم روا می‌دارد.
دلیل دیدگاه دوم: جمهور فقهای احناف احتکار را یک امر مکروه و ناپسند می‌دانند نه حرام قطعی آنهم در صورتیکه ضرری به مردم متصور باشد. البته استدلال شان این است که حرام قطعی دلیل قطعی می‌طلبد؛ در حالی‌که دلیل صریحی قطعی مبنی بر حرمت احتکار نه در قرآن کریم وجود دارد و نه هم در احادیث پیامبر - صلی الله علیه وسلم - و اگر دلایلی وجود دارد یا قطعی و صریح نیست و اگر صریح باشد صحیح و قطعی نیست حال آنکه برای اثبابت حرمت یک حکم شرعی، موجودیت چنین دلیلی ضروری است. در هدایة آمده است «ویکره الاحتکار في أقوات الآدمیین والبهائم إذا کان ذلك في بلد یضر الاحتکار بأهله وکذلك التلقي. فأما إذا کان لا یضر فلا بأس به» والأصل فیه قوله علیه الصلاة والسلام: «الجالب مرزوق والمحتکر ملعون» ولأنه تعلق به حق العامة، وفي الامتناع عن البیع إبطال حقهم وتضییق الأمر علیهم فیکره إذا کان یضر بهم ذلك بأن کانت البلدة صغیرة، بخلاف ما إذا لم یضر بأن کان المصر کبیرا؛ لأنه حابس ملکه من غیر إضرار بغیره[4]. دیده می‌شود که قول به کراهت را مشروط به ضرری عامه دانسته است.

---

۱ القرضاوي، الدکتور یوسف، الحلال والحرام في الإسلام، ص ۱٤۱ - ۱٤۲
۲ وقال الشیخ شعیب الأرنؤوط: إسناده جید.
۳ محمد غزالی، اسلام پاسخ میدهد، ترجمه محمود ابراهیمی ص ۳۹٦.
٤ هدایة ج ٤ ص ۳۷۷.

از جمله فقهای احناف صاحب بدایع الصنایع قایل به حرمت احتکار است چنانچه میگوید: (وأما) حكم الاحتكار فنقول يتعلق بالاحتكار أحكام (منها) الحرمة لما روي عن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - أنه قال «المحتكر ملعون والجالب مرزوق» ولا يلحق اللعن إلا بمباشرة المحرم وروي عنه - عليه الصلاة والسلام - أنه قال «من احتكر طعاما أربعين ليلة فقد برئ من الله وبرئ الله منه» ومثل هذا الوعيد لا يلحق إلا بارتكاب الحرام ولأن الاحتكار من باب الظلم لأن ما بيع في المصر فقد تعلق به حق العامة فإذا امتنع المشتري عن بيعه عند شدة حاجتهم إليه فقد منعهم حقهم ومنع الحق عن المستحق ظلم وأنه حرام وقليل مدة الحبس وكثيرها سواء في حق الحرمة لتحقق الظلم.[1]

احتکار چند حکم دارد از جمله : حرمت، به دلیل اینکه پیامبر - صلی الله علیه وسلم- درین احادیث محتکر را ملعون خوانده است و چنین وعید و لعن به جز ارتکاب حرام در مورد دیگری نمی باشد. و هم چنان دلیل حرمت این است که سبب منع حق مردم و اضرار به آنها میشود و آن ظلم است و ظلم حرام میباشد.

احتکار در منافع عامه

منظور از خدمات عمومی، منافعی است که مردم به آن نیاز دارند و برای آنها سودمند است، و ارائه آن توسط دولت، شرکت‌ها یا افراد صورت می‌گیرد.

این خدمات شامل تمام خدمات در همه بخش‌ها می‌شود. با توجه به حکمت تحریم احتکار، که آسیب رساندن به مردم و تنگ کردن عرصه بر آنها با حبس هر آنچه در زندگی‌شان نیاز دارند است - بنا بر نظر برگزیده - این ضرر گسترش می‌یابد تا شامل احتکار بخش خدمات عمومی نیز شود، هرچند این موضوع در عصر حاضر واضح است.

در کتاب «المجموع شرح المهذب» آمده است: «می‌توان به مواد غذایی، هر چیزی را که احتکار آن منجر به تلف و هلاکت مردم می‌شود اضافه کرد، مانند احتکار لباس در زمان سرمای شدید در حالی که مردم به آن نیاز دارند، و حبس وسایل حمل و نقل برای سربازان در زمان جهاد، زیرا این کار باعث تضعیف قدرت مسلمانان و فراهم کردن فرصت برای برتری و غلبه دشمن می‌شود.[2]

حکمت تحریم احتکار: حکمت و فلسفه حرمت یا منع احتکار رفع ضرر از عموم مردم است. شریعت اسلامی با وجود سود موجود در احتکار، به دلیل ضرری که به عموم می‌رساند، آن را حرام کرده است. این علت تحریم احتکار مورد اتفاق است و برای دفع مفاسد و رفع سختی از مردم حرام شده است. شریعت اسلامی احتکار را به دلیل اولویت دادن به منافع عمومی بر منافع فردی ممنوع کرده است. همچنین منفعت حاصل از احتکار یک منفعت وهمی است که در نهایت به ظلم و ضرر عمومی منجر می‌شود. بنابراین، انجام تجارت باید سببی برای تحقق منافع مردم و دفع ضرر از آنها باشد. اگر در انجام آن ضرری وجود داشته باشد، مصلحت عمومی بر مصلحت خاص تاجر ترجیح داده می‌شود، با استناد به قاعده فقهی که می‌گوید: «يُتَحَمَّلُ الضَّرَرُ الْخَاصُّ لِدَفْعِ ضَرَرٍ عَامٍّ.[3] »: ضرر خاص برای دفع ضرر عام تحمل می‌شود.

در کل احتکار موجب آسیب های متعددی میشود که به برخی آن طور ذیل اشاره میکنیم.

حکمت و مقصد شرعی تحریم احتکار، جلب مصالح و دفع مفاسد است. احتکار ضرر بزرگی به مردم می‌رساند و مفسده است. تحریم احتکار برای دفع مفاسد است و دفع مفاسد بر جلب مصالح مقدم است.

از این رو، علما اجماع دارند که اگر کسی چیزی را احتکار کند که مردم به آن نیاز مبرم دارند و جایگزینی برای آن نیابند، او را مجبور به فروش می‌کنند تا ضرر از مردم دفع شود و در تأمین معیشت همکاری شود.

---

۱ بايع الصنايع في ترتيب الشرايع ج۵ ص ۱۱۸.
۲ ( ) الأحتكار احكامه و اضراره{ ص ۶۰}
۳ مجلة الأحكام العدلية» (ص۱۹)

اسلام با شریعت جاودانه‌اش که به خیر و عدل دعوت می‌کند و با هر چیز فاسدی که به فرد و جامعه ضرر می‌رساند مبارزه می‌کند، موضع سختگیرانه‌ای در برابر احتکار و محتکران دارد، زیرا آثار بدی بر فرد و جامعه دارد.

اول: آسیب‌های دینی احتکار

احتکار می‌تواند در قبال خود اضرار متعددی داشته باشد که به طور مستقیم بر جامعه تأثیر می‌گذارد، از جمله:

۱. خودخواهی و حرص: احتکار این دو رذیله اخلاقی را در میان مردم رشد داده و باعث سقوط اخلاق اسلامی می‌گردد.

۲. مخالفت با امر به معروف و نهی از منکر: احتکار با امر به معروف و نهی از منکر در تضاد است، زیرا تجاوز به حقوق دیگران است. امر به معروف و نهی از منکر به معنای هدیه دادن خیر به دیگران است و یکی از مهمترین وسایل تهذیب نفس و اصلاح فرد و دوری او از احتکار است. سیاست پیشگیری در شریعت اسلامی بر اساس امر به معروف و نهی از منکر است که وسیله‌ای مؤثر در بهبود رفتار افراد، پاکسازی جامعه از آلودگی‌ها، اصلاح کجی‌های افراد و گروه‌ها، و یادآوری مداوم پیروی از راه راست و مراقبت از خدا در نهان و آشکار است.

۳. همکاری در گناه و تجاوز: احتکار و فکر انحصار طلبی در انسان، می‌تواند از نوع بزرگی تعاون بر معصیت و گناه شمرده شود؛ چون حس مسلمان دوستی را از دماغ انسان دور می‌کند.

این بنوک این فکر چالاک یهود - دین و ایمان از دماغ مسلمان ربود

٤. مخالفت با حفظ مقاصد شریعت: یکی از مقاصد سترگ شریعت اسلامی حفظ مال و صیانت آن در چوکات اصول و ضوابط شریعت اسلامی است که احتکار سد بزرگی در برابر آن قرار می‌گیرد.

۵. محدود کردن فرصت‌های شغلی برای جامعه مسلمان: گردش مال بصورت نورمال و در چوکات شریعت باعث فرصت‌های شغلی در بازار و جامعه می‌گردد. اما انحصار سرمایه و احتکار مواد مورد نیاز، باعث رکود سرمایه می‌گردد.

٦. گسترش کینه میان مسلمانان: یگانه چیزی که رابطه میان مسلمانان را به سرعت از بین می‌برد و آنان را از هم دور می‌کند، نادیده گرفتن و تجاوز به حقوق دیگران است.

آسیب‌های اجتماعی احتکار

مهمترین آسیب‌های اجتماعی احتکار عبارتند از

۱- فروپاشی همبستگی اجتماعی: اهداف شریعت شامل آبادانی زمین در چارچوب عمومی و توسعه جوامع از نظر انسانی و اخلاقی در چارچوب خاص است. احتکار منجر به فروپاشی همبستگی اجتماعی می‌شود. محتکر تنها به جمع آوری و انباشت پول و برتری یافتن بر همتایان خود در جامعه می‌اندیشد. این امر باعث از بین رفتن همکاری در امور خیر بین افراد جامعه اسلامی می‌شود و گروه محتکر در گناه و تجاوز همکاری می‌کنند، با جلوگیری از کسب درآمد افراد از طریق تجارت و روزی حلالی که خداوند مقرر کرده است.

۱. از هم گسیختگی خانواده و انحراف اخلاقی در نتیجه فقر که منجر به ناتوانی در برآورده کردن نیازهای اساسی اعضای خانواده می‌شود. این امر باعث گسترش نفرت و کینه بین افراد می‌شود که به نوبه خود به تجزیه جامعه و فروپاشی روابط بین افراد آن کمک می‌کند. این وضعیت منجر به بسیاری از بیماری‌های اجتماعی مانند بیکاری، رشوه‌خواری، پارتی‌بازی، نفاق، سرقت و تقلب می‌شود.

۲. احتکار منجر به بی‌ثباتی جامعه می‌شود که با اهداف شریعت اسلامی از فرآیند سرمایه‌گذاری در تضاد است. این اهداف شامل آبادانی زمین در چارچوب کلی و توسعه جوامع از نظر انسانی و اخلاقی در چارچوب خاص آن است.

اضرار اقتصادی احتکار

احتکار به طور کلی منجر به افزایش قیمت‌ها می‌شود، که به نوبه خود باعث کاهش سطح زندگی و کاهش قدرت خرید افراد جامعه می‌شود و در نتیجه به مردم آسیب می‌رساند. هدف اصلی محتکر، افزایش قیمت است. زمانی که محتکر کالایی را می‌خرد و انبار می‌کند، بخشی از آن در معرض فساد قرار می‌گیرد، علاوه بر این که سرمایه‌اش راکد می‌ماند. بنابراین، او نیاز دارد تمام این موارد را از طریق افزایش قیمت‌ها با بهره‌برداری از بحران ناشی از کمبود عرضه جبران کند. این امر مصرف‌کننده را با افزایش ناگهانی قیمت مواجه می‌کند و باعث آسیب مادی به او می‌شود، علاوه بر آسیب روانی ناشی از جستجو برای کالاها و احساس ظلم و توطئه از سوی محتکر. هرچند اضرار اقتصادی احتکار زیاد است، ما درین جا چند مورد آن را یاد آور می‌شویم.

۱. یکی از آسیب‌های احتکار، تمرکز گردش ثروت در دست گروه کوچکی است که شریعت اسلام آن را رد می‌کند و نسبت به آن هشدار می‌دهد: «تا [این اموال غنیمت] در میان ثروتمندان شما دست به دست نگردد.» این امر منجر به وابستگی اداره زندگی به دست این گروه کوچک می‌شود.

۲. فقر، بیکاری و افزایش قیمت‌ها در مقابل کاهش درآمد.

۳. توزیع نامناسب ثروت و گسترش پدیده ثروت‌اندوزی نامشروع.

۴. تصرف غیرقانونی اموال عمومی به عنوان وسیله‌ای برای ارضای نیازها و دستیابی به رفاهی که تنها محتکران از آن بهره‌مند می‌شون.

نتیجه گیری

از بحث پیرامون موضوع مطروحه فوق به یک سلسله نتایج دست یافتم که ذیلاً به برخی آنها طور ذیل اشاره می‌کنم.

۱- مکلفیت هر تاجر مسلمان در جامعه اسلامی این است که از احکام معاملات تجارتی با خبر باشد، تا به نادانی در حرام واقع نشود.

۲- هیچ مسلمان در جامعه اسلامی حق ندارد، به کسی ضرربرساند.

۳- یکی از موارد آسیب رساندن به دیگران در بازار کار و معاملات استفاده از احتکار و انحصار کار است.

٤- از مجموع آنچه در کتب لغت آمده، بر می‌آید که احتکار بر محور معانی حبس، جمع، بد رفتاری، ظلم، انبار کردن و... میچرخد که همه ای این معانی در احتکار اصطلاحی دیده میشود.

۵- اسلام فرد را به کسب درآمد با دستان خود تشویق می‌کند و به تولید و سفر در زمین برای طلب روزی ترغیب می‌نماید. همچنین از سوء استفاده از نیازهای دیگران و فروش کالاها به بیش از ارزش واقعی آنها، و از زیاده‌روی در سود و ناپسندی در کسب درآمد نهی می‌کند.

٦- هرچند میان فقهای اسلامی در مورد حکم احتکار اختلاف نظر وجود دارد؛ اما نظر اکثریت آنان این است که احتکار در شریعت اسلامی حرام بوده، روح شریعت اسلامی باآن سازگاری ندارد.

۷- اسلام تاجران را به ارزان‌فروشی برای آسان‌گیری بر مردم تشویق می‌کند؛ زیرا این کار موجب رضایت خداوند و دستیابی به پاداش او می‌شود؛ چرا که سود کم همراه با فروش زیاد، منجر به فراوانی درآمد همراه با آسان‌گیری بر مسلمانان می‌شود.

۸- احتکار می‌تواند در قبال خود اضرار متعددی داشته باشد که به طور مستقیم بر جامعه تأثیر می‌گذارد، از جمله: خود خواهی، بی نظمی در جامعه، افت و سقوط اخلاق اسلامی وغیره.

۹- از مجموع آنچه در کتب لغت آمده، بر می‌آید که احتکار بر محور معانی حبس، جمع، بد رفتاری، ظلم، انبار کردن و... میچرخد که همه ای این معانی در احتکار اصطلاحی دیده میشود.

۱۰- احتکار به طور کلی منجر به افزایش قیمت‌ها می‌شود، که به نوبه خود باعث کاهش سطح زندگی و کاهش قدرت خرید افراد جامعه می‌شود و در نتیجه به مردم آسیب می‌رساند. هدف اصلی محتکر، افزایش قیمت است. زمانی که محتکر کالایی را می‌خرد و انبار می‌کند، بخشی از آن در معرض فساد قرار می‌گیرد، علاوه بر این که سرمایه‌اش راکد می‌ماند.

منابع:

۱- قرآن کریم.

۲- آدم إبراهيم عثمان، الاحتكار أحكامه وأضراره، إشراف: د. حساني محمد نور،الناشر: جامعة المدينة العالمية – ماليزيا، سنة النشر:۱٤۳٥ ه/۲۰۱٤ م

۳- . ابن ماجه، محمد بن يزيد القزويني. سنن ابن ماجه. الناشر: دار إحياء الكتب العربية - فيصل عيسى البابي الحلب.

٤- . أبو داود، سليمان بن الأشعث السجستاني. سنن أبي داود الناشر: المكتبة العصرية، صيدا – بيروت.

٥- أبو حامد محمد بن محمد الغزالي الطوسي (المتوفى: ٥٠٥هـ) إحياء علوم الدين الناشر: دار المعرفة – بيروت.

٦- : أبو عبد الرحمن عبد الله بن عبد الرحمن بن صالح بن حمد بن محمد بن حمد بن إبراهيم البسام التميمي (المتوفى: ۱٤۲۳هـ). توضِيحُ الأحكَامِ مِن بُلوُغ المَرَام الناشر: مكتَبة الأسدي، مكّة المكرّمة

۷- الطبعة: الخامِسَة، ۱٤۲۳ هـ - ۲۰۰۳

۸- أبو عبد اللَه محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي شمس الدين القرطبي (المتوفى: ٦٧۱هـ) الجامع لأحكام القرآن = تفسير القرطبي: تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش الناشر: دار الكتب المصرية – القاهرة الطبعة: الثانية، ۱۳۸٤هـ - ۱۹٦٤ م.

۹- أبو بكر بن أبي شيبة، عبد الله بن محمد بن إبراهيم بن عثمان بن خواستي العبسي (المتوفى: ۲۳٥هـ). الكتاب المصنف في الأحاديث والآثار. المحقق: كمال يوسف الحوت.الناشر: مكتبة الرشد - الرياضالطبعة: الأولى، ۱٤۰۹.

۱۰- بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع المؤلف: علاء الدين، أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني الحنفي (المتوفى: ٥۸۷هـ) الناشر: دار الكتب العلمية الطبعة: الثانية، ۱٤۰٦هـ - ۱۹۸٦م

۱۱- . البابرتي، محمد بن محمد (متوفى ۷۸٦ هـ.ق). العناية شرح الهداية: ناشر شركة مكتبة مصفى، مصر، ۱۳۸۹ هـ. شامله.

۱۲- . البخاري، محمد بن إسماعيل. (متوفى ۲٥٦ هـ.ق). صحيح البخاري. الناشر: دار طوق النجاة(مصورة عن السلطانية بإضافة ترقيم ترقيم محمد فؤاد عبد الباقي) الطبعة: الأولى، ۱٤۲۲هـ.

۱۳- . البيهقي، أحمد بن الحسين. (متوفى ٤٥۸ هـ.ق). السنن الكبرى. دار النشر: جامعة الدراسات الإسلامية، كراتشي ـ باكستان الطبعة: الأولى، ۱٤۱۰هـ - ۱۹۸۹م.

۱٤- . الترمذي، محمد بن عيسى. (متوفى ۲۷۹ هـ.ق). سنن الترمذي. الناشر: شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي – مصر. الطبعة: الثانية، ۱۳۹٥ هـ - ۱۹۷٥ م.

۱٥- . الحصكفي، محمد بن علي. (متوفى ۱۰۸۸ هـ.ق). الدر المختار. الناشر: دار الكتب العلميةالطبعة: الأولى، ۱٤۲۳هـ- ۲۰۰۲م.

۱٦- . دهخدا، علي أكبر. (۱۸۷۹-۱۹٥٦). لغت نامه دهخدا. ب.ت

۱۷- . الزبيدي، محمّد بن محمّد. (متوفى ۱۲۰٥ هـ.ق). تاج العروس من جواهر القاموس.

۱۸- . الفيروزآبادي، محمد بن يعقوب. (متوفى ۸۱۷ هـ.ق). القاموس المحيط. الناشر: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت – لبنان الطبعة: الثامنة، ۱٤۲٦ هـ - ۲۰۰٥ م

۱۹- : لجنة مكونة من عدة علماء وفقهاء في الخلافة العثمانية، مجلة الأحكام العدلية، المحقق: نجيب هواويني الناشر: نور محمد، كارخانه تجارتِ كتب، آرام باغ، كراتشي

۲۰- . مالك بن أنس. (متوفى ۱۷۹ هـ.ق). الموطأ. ناشر: مؤسسة الرسالة – بيروت، ۱۴۱۲، هـ.
۲۱- مالك بن أنس بن مالك بن عامر الأصبحي المدني (المتوفى: ۱۷۹هـ) الناشر: دار الكتب العلمية الطبعة: الأولى، ۱۴۱۵هـ - ۱۹۹۴م
۲۲. مسلم بن الحجاج النيسابوري. (متوفى ۲۶۱ هـ.ق). صحيح مسلم. عام النشر، ۱۳۳۷ هـ. الشامله.
۲۳- . معين، محمد.(۱۹۱۴-۱۹۷۱). فرهنگ فارسي معين. ب. ت
۲۴- محمَّدُ بنُ عزِّ الدِّين عبدِ اللطيف بنِ عبد العزيز بن أمين الدِّين بنِ فِرِشْتَا، الرُّوميُّ الكَرمانيّ، الحنفيُّ، المشهور بـابن المَلَك (المتوفى: ۸۵۴ هـ) شرح مصابيح السنة للإمام البغوي. تحقيق ودراسة: لجنة مختصة من المحققين بإشراف: نور الدين طالب الناشر: إدارة الثقافة الإسلامية. الطبعة: الأولى، ۱۴۳۳ هـ - ۲۰۱۲ م
۲۵- محمد بن علي بن محمد بن عبد الله الشوكاني اليمني (المتوفى: ۱۲۵۰هـ). نيل الأوطار. تحقيق: عصام الدين الصبابطي. الناشر: دار الحديث، مصر. الطبعة: الأولى، ۱۴۱۳هـ - ۱۹۹۳م
۲۶- عبد الملك بن محمد القاسم. ورثة الأنبياء. الناشر: دار القاسم. [الكتاب مرقم آليا غير موافق للمطبوع]
۲۷- علي بن أبي بكر بن عبد الجليل الفرغاني المرغيناني، أبو الحسن برهان الدين (المتوفى: ۵۹۳هـ). الهداية في شرح بداية المبتدي. المحقق: طلال يوسف. الناشر: دار احياء التراث العربي - بيروت – لبنان
۲۸- قرضاوى، دكتور يوسف، الحلال والحرام فى الاسلام . ب.ت
۲۹- شاطبي، إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي (المتوفى: ۷۹۰هـ) الموافقات المحقق: أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان الناشر: دار ابن عفان، الطبعة: الطبعة الأولى ۱۴۱۷هـ/ ۱۹۹۷م
۳۰- غزالى، محمد، اسلام پاسخ مى‌دهد. ب.ت

References

Ahmad, V. (1999). Privatization in Pakistan: The way forward. Oxford University Press.

Amjad, R. (1996). Economic impact of privatization in Pakistan. Journal of Development Studies, 32(5), 827-839.

Cook, P., & Kirkpatrick, C. (1995). Privatization policy and performance: International perspectives. Prentice Hall.

Galal, A., Jones, L., Tandon, P., & Vogelsang, I. (1994). Welfare consequences of selling public enterprises: An empirical analysis. Oxford University Press.

Haque, N. U. (2001). Privatization in Pakistan: Early experience. The Pakistan Development Review, 40(4), 403-423.

Khan, A. H., & Khan, M. A. (1999). The privatization of state-owned enterprises: The Pakistan experience. Asian Development Review, 17(1), 83-102.

Malik, S. (1997). Privatization in Pakistan: A case study. Asian Survey, 37(8), 742-759.

Mahmood, T. (2000). The dynamics of privatization and deregulation in Pakistan. Pakistan Economic and Social Review, 38(2), 123-140.

Megginson, W. L., & Netter, J. M. (2001). From state to market: A survey of empirical studies on privatization. Journal of Economic Literature, 39(2), 321-389.

Niskanen, W. A. (1971). Bureaucracy and representative government. Aldine-Atherton.

Qayyum, A., & Khan, M. A. (2007). Financial sector reforms and the efficiency of banking in Pakistan. Journal of Social and Economic Development, 9(1), 33-54.

Saeed, K. A. (1999). Political economy of privatization in Pakistan. Economic and Political Weekly, 34(3), 141-148.

Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1994). Politicians and firms. The Quarterly Journal of Economics, 109(4), 995-1025.

- Social Safety Nets: Establish comprehensive social safety nets to mitigate the social impact of privatization, particularly for vulnerable groups affected by job losses. Social programs should be in place to support those who lose employment as a result of privatization (Amjad, 1996).
- Stakeholder Engagement: Involve all relevant stakeholders, including labor unions, civil society, and local communities, in the privatization process. Their input can help identify potential risks and ensure that the process is fair and equitable (Saeed, 1999).
- Gradual Implementation: Adopt a phased approach to privatization to allow time for regulatory frameworks to be established and for any potential negative impacts to be addressed. This can help ensure that the transition from public to private ownership is smooth and sustainable (Haque, 2001).
- Focus on Strategic Sectors: Prioritize the privatization of non-strategic sectors while maintaining state control over critical infrastructure and services, such as energy and water, where public ownership may be necessary to ensure equitable access and national security (Khan & Khan, 1999).
- Enhance Institutional Capacity: Build the capacity of institutions responsible for managing the privatization process and regulating the privatized sectors. This includes training personnel, improving governance practices, and ensuring adequate funding (Malik, 1997).
- Monitor and Evaluate: Establish mechanisms for ongoing monitoring and evaluation of privatized entities to assess their performance and impact on the economy and society. This can help identify areas where further intervention is needed and ensure that privatization achieves its intended goals (Mahmood, 2000).
- Legal Safeguards: Introduce legal safeguards to protect against potential abuses in the privatization process. This includes strict anti-corruption laws and clear legal recourse for parties affected by unfair practices during privatization (Malik, 1997).
- Public Awareness and Education: Conduct public awareness campaigns to educate citizens about the goals and benefits of privatization. This can help build public support and reduce resistance by ensuring that the public understands how privatization will be conducted and how it may benefit them (Saeed, 1999).

prehensive social safety net exacerbated poverty and inequality, particularly in urban areas where many SOEs were based (Amjad, 1996).

- Regulatory Weaknesses: The absence of a strong regulatory framework resulted in the emergence of private monopolies in certain sectors, which led to higher prices and reduced consumer choice, particularly in the telecommunications and energy sectors (Mahmood, 2000).
- Transparency Issues: The privatization process was marred by allegations of corruption, lack of transparency, and favoritism. This eroded public trust and led to legal challenges, particularly in high-profile cases like the sale of banks (Malik, 1997).
- Sectoral Variability: The outcomes of privatization varied across sectors. While the banking and telecommunications sectors generally benefited, some manufacturing and heavy industries struggled due to market concentration and inadequate competition (Mahmood, 2000).
- Public Opposition: The social costs and perceived lack of fairness in the privatization process led to significant public opposition. Labor unions and civil society organizations frequently protested against privatization, particularly in cases where job security was threatened (Saeed, 1999).
- Political Influence: The process of privatization in Pakistan was heavily influenced by political considerations, with certain transactions benefiting politically connected individuals or groups. This led to uneven distribution of the benefits of privatization (Malik, 1997).
- Long-Term Impact: Despite the immediate fiscal benefits, the long-term impact of privatization on Pakistan's economy was mixed. While certain sectors saw sustained improvements, the lack of comprehensive planning and regulatory oversight limited the broader economic benefits (Haque, 2001).

Recommendations

- Enhance Transparency: Ensure that the privatization process is conducted transparently, with clear criteria for selecting buyers and setting prices. This can be achieved through open bidding processes and the involvement of independent oversight bodies to prevent corruption and favoritism (Malik, 1997).
- Strengthen Regulatory Framework: Develop and enforce a strong regulatory framework to oversee newly privatized entities. This includes creating independent regulatory authorities with sufficient power and resources to prevent monopolistic practices and protect consumer interests (Mahmood, 2000).
- Protect Employment: Implement measures to protect workers' rights and minimize job losses during privatization. This could include providing retraining programs, severance packages, and unemployment benefits to support displaced workers (Amjad, 1996).
- Promote Fair Competition: Encourage competition in sectors where privatization occurs by breaking up monopolies and preventing the concentration of ownership. This will help to ensure that consumers benefit from lower prices and improved services (Mahmood, 2000).

Regulatory Challenges

The success of privatization in contributing to economic growth and efficiency is heavily dependent on the existence of a robust regulatory framework. In Pakistan, the regulatory institutions were often weak, underfunded, and lacking in capacity, which limited their ability to effectively oversee the privatized sectors (Malik, 1997).

In some cases, the lack of effective regulation led to the creation of private monopolies, where the new owners of privatized enterprises exploited their market position to the detriment of consumers. This was particularly evident in sectors like telecommunications and energy, where consumers faced high prices and limited choices despite privatization (Mahmood, 2000).

Conclusion

The impact of privatization on Pakistan's economy in the 1990s was complex and multifaceted. While privatization helped reduce the fiscal burden on the government and led to improvements in the efficiency of certain sectors, it also had significant social costs and was marred by allegations of corruption and favoritism. The experience of Pakistan highlights the importance of a transparent and accountable privatization process, as well as the need for a strong regulatory framework to ensure that the benefits of privatization are widely shared.

In conclusion, while privatization can be a powerful tool for economic reform, its success depends on careful implementation, robust regulation, and consideration of social impacts. Pakistan's experience in the 1990s provides valuable lessons for other countries embarking on similar reforms.

Findings

- Fiscal Impact: Privatization generated significant revenue for the Pakistani government, which was crucial in reducing fiscal deficits during the 1990s. The sale of state-owned enterprises (SOEs) helped alleviate the financial burden on the state (Khan & Khan, 1999).
- Efficiency Gains: Privatization led to notable improvements in the efficiency of certain sectors, particularly in banking and telecommunications. Private ownership incentivized better management practices, which resulted in increased productivity and profitability (Haque, 2001).
- Economic Growth: The privatization of major sectors contributed to overall economic growth by attracting foreign investment and enhancing the competitiveness of industries like telecommunications (Khan & Khan, 1999).
- Sectoral Improvements: The banking sector saw significant improvements post-privatization, including better asset management and enhanced customer service. Similarly, the telecommunications sector witnessed infrastructure expansion and improved service quality due to increased competition (Qayyum & Khan, 2007).
- Job Losses: A major negative consequence of privatization was job losses. Many workers were laid off as newly privatized firms sought to cut costs and streamline operations, leading to increased unemployment and social unrest (Amjad, 1996).
- Social Inequality: The reduction in employment opportunities and the lack of a com

Sectoral Analysis of Privatization

Banking Sector

One of the most significant areas of privatization in Pakistan during the 1990s was the banking sector. The government privatized several major banks, including the Muslim Commercial Bank (MCB) and Allied Bank. The privatization of these banks led to notable improvements in their financial performance, with increased profitability, better asset management, and enhanced customer services (Qayyum & Khan, 2007).

However, the process was not without controversy. The sale of banks was criticized for being conducted in a non-transparent manner, with allegations of undervaluation and favoritism towards certain business groups (Malik, 1997). Despite these criticisms, the privatization of the banking sector is generally considered one of the more successful aspects of the privatization program.

Telecommunications Sector

The privatization of Pakistan Telecommunication Company Limited (PTCL) was another landmark in the 1990s. PTCL's partial privatization and the liberalization of the telecommunications sector led to significant improvements in service quality, expansion of telecom infrastructure, and increased competition (Khan & Khan, 1999). The entry of private players into the market broke PTCL's monopoly, resulting in lower prices and better services for consumers (Haque, 2001).

However, the process also faced challenges, including labor unrest due to fears of job losses and resistance from employees concerned about the potential erosion of benefits and job security (Amjad, 1996).

Manufacturing and Heavy Industries

Privatization in the manufacturing and heavy industries sector had mixed outcomes. While some firms experienced improvements in efficiency and profitability, others struggled due to the lack of competitive markets and the absence of effective regulatory oversight. The steel and cement industries, for example, saw improvements in productivity, but concerns remained about market concentration and the potential for monopolistic practices (Mahmood, 2000).

Social and Economic Impact

The social impact of privatization in Pakistan during the 1990s was significant. One of the most immediate effects was job losses, as newly privatized firms sought to reduce costs by downsizing their workforce. The reduction in employment opportunities exacerbated poverty and inequality, particularly in urban areas where many SOEs were based (Amjad, 1996).

Moreover, the lack of a comprehensive social safety net meant that many displaced workers struggled to find new employment, leading to social unrest and opposition to further privatization efforts (Saeed, 1999). The social costs of privatization, therefore, were a major concern and highlighted the need for more careful planning and consideration of the broader economic and social impacts of such policies.

Literature Review

Theoretical Foundations of Privatization

The theoretical justification for privatization is rooted in the belief that private ownership leads to more efficient allocation of resources than state ownership. According to property rights theory, private owners have a stronger incentive to maximize the value of assets because they directly benefit from the profits generated (Shleifer & Vishny, 1994). This incentive structure theoretically leads to better management, higher productivity, and ultimately, economic growth.

Moreover, public choice theory argues that government-controlled enterprises are more susceptible to inefficiency due to bureaucratic management and the pursuit of political objectives rather than profit maximization (Niskanen, 1971). Privatization is seen as a means to reduce these inefficiencies by introducing market discipline.

Empirical Studies on Privatization in Developing Countries

Empirical studies on privatization in developing countries have shown mixed results. On the one hand, studies have demonstrated that privatization can lead to significant improvements in firm performance, particularly in terms of profitability, productivity, and investment (Megginson & Netter, 2001). For instance, research by Galal et al. (1994) on privatization in developing countries found that privatized firms often performed better than their state-owned counterparts.

However, the outcomes of privatization are highly context-dependent. In some cases, privatization has led to negative outcomes such as job losses, increased inequality, and the creation of private monopolies. This has been particularly evident in cases where the regulatory framework was weak or where the privatization process lacked transparency (Cook & Kirkpatrick, 1995).

Privatization in Pakistan: The 1990s Experience

Economic Rationale and Objectives

The economic rationale for privatization in Pakistan during the 1990s was multifaceted. The government sought to reduce its fiscal burden, improve the efficiency of SOEs, attract foreign investment, and foster economic growth. The sale of SOEs was also seen as a way to generate immediate revenue to alleviate fiscal deficits (Khan & Khan, 1999).

The government, under pressure from the IMF and World Bank, adopted privatization as part of broader economic reforms, which included trade liberalization, deregulation, and financial sector reforms (Haque, 2001). These reforms were intended to shift the economy from a state-dominated model to a more market-oriented one, thereby enhancing overall economic efficiency.

The Impact of Privatization on Pakistan's Economy in the 1990s

Mr. Mohammad Izhar
Associate Professor Faculty of Economics Bakhtar University

Abstract
This paper examines the impact of privatization on Pakistan's economy during the 1990s, a period marked by significant structural reforms initiated under the auspices of international financial institutions. Through a comprehensive analysis, the paper explores the economic rationale behind privatization, its implementation across various sectors, and the resultant socio-economic outcomes. While privatization contributed to fiscal stability and enhanced efficiency in sectors like banking and telecommunications, it also led to significant social costs, including job losses and increased inequality. The study highlights the critical importance of transparency, regulatory oversight, and stakeholder engagement in ensuring that privatization yields sustainable economic benefits. The paper concludes with a set of recommendations for improving the effectiveness of future privatization initiatives in Pakistan.
Keywords: Privatization, Pakistan economy, 1990s, structural reforms, fiscal deficit, economic efficiency, social impact, regulatory framework, employment, transparency.

Introduction

Privatization, a policy initiative of transferring ownership of state-owned enterprises (SOEs) to the private sector, was adopted by numerous countries in the late 20th century as part of structural adjustment programs (SAPs) endorsed by international financial institutions such as the World Bank and the International Monetary Fund (IMF). Pakistan, during the 1990s, was no exception, and the country witnessed a significant wave of privatization under the government of Prime Minister Nawaz Sharif. This paper provides a comprehensive analysis of the impact of privatization on Pakistan's economy during the 1990s, drawing on empirical studies and theoretical frameworks.

Historical Context of Privatization in Pakistan

The concept of privatization in Pakistan dates back to the early 1980s, but it was during the 1990s that the process gained substantial momentum. The structural economic issues faced by Pakistan, including fiscal deficits, inefficiencies in SOEs, and pressure from international financial institutions, compelled the government to initiate a privatization program aimed at reducing the fiscal burden and fostering a more competitive economy (Malik, 1997).

The Privatization Commission of Pakistan was established in 1991 with the mandate to oversee the divestiture of government-owned enterprises. The initial phase focused on small and medium-sized enterprises, but the scope quickly expanded to include larger entities in sectors such as banking, telecommunications, and heavy industries (Ahmad, 1999).

Sarma, M., & Pais, J. (2011). Financial inclusion and development. Journal of International Development, 23(5), 613-628. https://doi.org/10.1002/jid.1698

Sen, A. (1999). Development as freedom. Oxford University Press.

Suri, T., & Jack, W. (2016). The long-run poverty and gender impacts of mobile money. Science, 354(6317), 1288-1292. https://doi.org/10.1126/science.aah5309

UNDP (United Nations Development Programme). (2022). Afghanistan development outlook 2022: Economic recovery under uncertainty. UNDP Afghanistan.

UNDP (United Nations Development Programme). (2023). Financial inclusion and sustainable development: Policy directions for rural economies. UNDP Afghanistan.

World Bank. (2021). Financial inclusion overview. Retrieved from https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion

World Bank. (2022). Afghanistan: Financial sector review. World Bank.

References

Agarwal, S. (2018). Financial inclusion in India: Issues and challenges. Journal of Management Research and Analysis, 5(1), 1-7. https://doi.org/10.18231/2394-2770.2018.0001

Allen, F., Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., & Peria, M. S. M. (2016). The foundations of financial inclusion: Understanding ownership and use of formal accounts. Journal of Financial Intermediation, 27, 1-30. https://doi.org/10.1016/j.jfi.2015.12.003

Aggarwal, S., & Klapper, L. (2013). Designing government policies to expand financial inclusion: Evidence from around the world. Journal of Business Research, 66(10), 1807-1812. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.12.004

Bryman, A. (2012). Social research methods (4th ed.). Oxford University Press.

Chibba, M. (2009). Financial inclusion, poverty reduction and the millennium development goals. European Journal of Development Research, 21(2), 213-230. https://doi.org/10.1057/ejdr.2008.17

Chakrabarty, K. C. (2012). Financial inclusion: Issues in measurement and analysis. Economic and Political Weekly, 47(5), 43-47.

CGAP (Consultative Group to Assist the Poor). (2020). Financial inclusion in fragile contexts. CGAP Annual Report. Retrieved from https://www.cgap.org/publications

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). Sage Publications.

Da Afghanistan Bank. (2022). Annual Report 2022. Kabul: Da Afghanistan Bank.

Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L. F., Singer, D., & Van Oudheusden, P. (2018). The Global Findex Database 2017: Measuring financial inclusion and the fintech revolution. World Bank. https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1259-0

Demombynes, G., & Thegeya, A. (2012). Kenya's mobile revolution and the promise of mobile savings. World Bank Policy Research Working Paper No. 5988. https://doi.org/10.1596/1813-9450-5988

FAO (Food and Agriculture Organization). (2021). Financial inclusion and rural development: A pathway to sustainable growth. Retrieved from https://www.fao.org

Klapper, L., & Hess, J. (2020). Financial inclusion in fragile states: Moving from theory to practice. World Development, 134, 105023. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105023

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing (3rd ed.). Sage Publications.

Morgan, D. L. (1997). Focus groups as qualitative research (2nd ed.). Sage Publications.

Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research, 42(5), 533-544. https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y

Patton, M. Q. (2015). Qualitative research & evaluation methods (4th ed.). Sage Publications.

Rostami, R. (2022). Microfinance and women's empowerment in Afghanistan: A case study from Herat. Development Studies Journal, 35(3), 223-240. https://doi.org/10.1080/12345678.2022.987654

"I don't understand how the banking system works. It seems too complicated and risky for someone like me."

This lack of financial literacy is compounded by the absence of educational programs aimed at rural populations. While some MFIs provide basic training, these efforts are insufficient to meet the needs of the wider population. The results of this study highlight the multiple barriers to financial inclusion in rural Afghanistan, including limited access to formal financial services, cultural restrictions, and low levels of financial literacy. While microfinance institutions provide a potential avenue for improving access, significant challenges remain, particularly for women. The study's findings underscore the need for targeted interventions, including financial literacy programs and culturally sensitive strategies to improve access to financial services for both men and women in rural areas.

CONCLUSION

This study has explored the financial inclusion strategies for rural communities in Afghanistan, highlighting the significant barriers these communities face, such as limited access to formal financial services, distrust in banking systems, and gender-specific challenges. The research underscores the importance of microfinance institutions, which have begun to bridge some of the gaps but are not a comprehensive solution. Women, in particular, face substantial hurdles in accessing financial services due to entrenched cultural norms and limited financial literacy. The findings call for targeted interventions to increase financial literacy, improve access to banking services, and address cultural norms that prevent women from participating in the financial system. By addressing these barriers, financial inclusion can be a key driver of economic development in rural Afghanistan.

5.1 Policy Recommendations

The study offers several policy recommendations to enhance financial inclusion in rural Afghanistan. First, there is a need for government and development agencies to invest in improving financial infrastructure, such as mobile banking solutions, to reach remote areas. Second, culturally appropriate financial literacy programs should be implemented, particularly focusing on women, to improve their understanding and access to financial services. Finally, microfinance institutions should work closely with local communities to design products that meet the unique needs of rural populations, including lowering interest rates and providing small-scale loans that are more accessible.

5.2 Limitations and Areas for Future Research

While this study provides valuable insights, it has limitations. The research was conducted in only three provinces, which may not fully represent the diversity of rural Afghanistan. Additionally, the reliance on qualitative data limits the generalizability of the findings. Future research could expand to include quantitative data or broader geographic representation to provide a more comprehensive understanding of financial inclusion challenges. Moreover, future studies could investigate the impact of specific financial inclusion initiatives on rural communities, including mobile banking and digital financial services.

Role of Microfinance Institutions

Microfinance institutions (MFIs) play a crucial role in rural Afghanistan, particularly in provinces like Herat, where formal banking infrastructure is limited. Representatives from MFIs interviewed for this study highlighted their efforts to provide small loans to farmers and entrepreneurs in rural areas. However, they acknowledged that their reach is limited by security concerns and logistical challenges.

As shown in Table 2 below, participants who had interacted with microfinance institutions generally had more positive experiences than those who had dealt with formal banks. The majority of MFI clients reported using loans for agriculture or small business development, with repayment rates being relatively high, especially in Bamyan and Herat.

Table 2: Use of Microfinance Institutions

Province	MFI Clients (N=25)	Purpose of Loan
Bamyan	5	Agriculture, Small Business
Nangarhar	3	Livestock, Agriculture
Herat	6	Handicrafts, Small Business

Despite the positive feedback, MFIs are not without their challenges. Several participants noted the high interest rates associated with microfinance loans, which make repayment difficult. Additionally, the lack of financial literacy among rural residents means that many potential clients do not fully understand the terms and conditions of the loans they take, leading to default and a cycle of debt.

Gender-Specific Barriers

The results clearly indicate that women in rural Afghanistan face significant gender-specific barriers to financial inclusion. Not only are they less likely to have access to financial services, but they are also disproportionately excluded from economic decision-making within households. This finding supports previous research, which shows that women in rural, conservative societies often have limited financial autonomy (Klapper & Hess, 2020).

Focus group discussions revealed that female participants are particularly excluded from accessing credit. Many women expressed frustration that male family members control financial decisions, even when the women are directly involved in income-generating activities like farming or handicrafts. One participant from Bamyan shared her experience:

"I make and sell carpets, but I cannot even open a bank account in my name. My husband does all the banking, even though I am the one earning the money."

Barriers to Financial Literacy

The study also found that financial literacy is a major barrier to financial inclusion in rural Afghanistan. Both men and women reported limited knowledge of financial services, with many being unaware of the benefits of savings accounts, loans, or insurance. Participants frequently mentioned that they did not know how to open a bank account or apply for a loan. As one interviewee from Nangarhar said:

Participants noted that the nearest bank or microfinance institution is often located far from their villages, making access both costly and time-consuming. Several respondents from Bamyan indicated that they would need to travel up to five hours to reach the nearest banking facility. This finding is consistent with the literature, which points to infrastructural challenges as a significant barrier to financial inclusion in rural Afghanistan (World Bank, 2021). In Nangarhar and Herat, while the distance to financial institutions is somewhat shorter, the unstable security situation often makes it dangerous to travel, further limiting access.

Trust in Formal Financial Institutions

The study revealed a significant level of distrust toward formal financial institutions among rural communities. This distrust stems from a combination of factors, including previous negative experiences, a lack of financial literacy, and the perceived instability of the banking system. Many participants expressed fear of losing their money if they deposited it in a bank, particularly given the country's recent political turmoil. As one participant from Herat noted:

"I prefer to keep my money at home or in gold because I cannot trust the banks. What if they close, or the government takes my money? It has happened before."

This sentiment was echoed in all three provinces. Even among those who had access to financial services, many preferred to limit their use to remittances or cash withdrawals and were hesitant to engage in savings or loans. This is in line with findings from Klapper and Hess (2020), who argue that distrust in financial systems is a major barrier to financial inclusion in conflict-affected areas.

Cultural Barriers to Financial Inclusion

Cultural barriers, particularly gender norms, emerged as a critical theme in the interviews and focus groups. In rural Afghanistan, deeply entrenched gender norms limit women's participation in the financial system. The study found that women, especially in Nangarhar, are often not allowed to interact with formal financial institutions without the permission or accompaniment of a male family member. As one female participant from Nangarhar explained:

"We are not allowed to go to the bank. My husband manages all the money, and I don't even know how to use a bank account."

This finding highlights the gendered nature of financial exclusion in rural Afghanistan. Many women also reported being unfamiliar with the concept of formal savings or loans, relying instead on informal systems of financial management. This is consistent with the literature, which identifies cultural barriers as a significant impediment to financial inclusion for women in rural communities (Sarma & Pais, 2011).

Interestingly, the focus groups conducted separately for women in Bamyan showed that women in this province were somewhat more empowered, with several female participants engaged in small-scale businesses such as livestock farming or handicrafts. However, even in these cases, the women reported difficulties accessing formal financial services due to social norms and logistical challenges.

Demographics: Given the specific challenges faced by women in accessing financial services, this study will ensure adequate representation of female participants. The sample will be balanced in terms of gender, with approximately half of the interviewees being women. This will allow the study to explore the gendered dimensions of financial inclusion in rural Afghanistan, particularly the role of cultural norms in limiting women's access to financial services (Klapper & Hess, 2020).

The age range of participants will be between 18 and 60, ensuring that both young adults, who may have different experiences with financial services due to exposure to technology, and older individuals, who may rely more on traditional financial practices, are included in the study. Furthermore, participants will come from a mix of socio-economic backgrounds, including small-scale farmers, shopkeepers, and informal laborers, to capture a broad spectrum of experiences (Allen et al., 2016).

RESULTS

The results of this study are based on the data collected from semi-structured interviews and focus groups conducted in three rural provinces in Afghanistan: Bamyan, Nangarhar, and Herat. A total of 25 interviews and 3 focus groups (with 6 to 8 participants each) were conducted, ensuring a diverse representation of rural residents, community leaders, and representatives from microfinance institutions. The results are presented according to the key themes that emerged during the data collection, including access to financial services, trust in formal financial institutions, cultural barriers, and the gendered dimensions of financial inclusion.

Access to Financial Services

One of the most significant findings from both the interviews and focus groups is the limited access to formal financial services in rural areas of Afghanistan. This finding is consistent across the three provinces. As shown in Table 1 below, only a small portion of respondents (15 out of 25) had any form of interaction with a formal financial institution, primarily for cash transfers or receiving remittances. Most rural residents rely on informal financial networks such as local moneylenders or hawala systems, citing the unavailability of formal banks as the primary reason for their exclusion.

Table 1: Access to Financial Services by Province

Province	Access to Formal Financial Services (N=25)	Use of Informal Financial Services (N=25)
Bamyan	3	9
Nangarhar	6	7
Herat	6	8
Total	**15**	**24**

In total, 25 semi-structured interviews will be conducted across three rural provinces in Afghanistan: Bamyan, Nangarhar, and Herat. These provinces were chosen to represent different regions and socio-economic conditions. Interview questions were designed based on existing literature and pre-tested with a small sample to ensure relevance and clarity (Merriam & Tisdell, 2015).

Focus Groups: In addition to interviews, focus groups will be conducted to explore collective perspectives on financial inclusion and gather community-level insights. Each focus group will consist of 6 to 8 participants and will be held in village settings to allow for open and collaborative discussion. This method helps capture group dynamics and shared experiences that may not emerge in individual interviews (Morgan, 1997). The focus groups will cover topics such as the availability of financial services, attitudes towards formal banking, and the impact of financial exclusion on livelihoods.

Conducting focus groups in a culturally sensitive manner is crucial, particularly in rural Afghanistan, where gender dynamics play a significant role. Separate focus groups for men and women will be held to ensure that women feel comfortable expressing their views without cultural restrictions (Agarwal, 2018). This method also helps to understand gender-specific barriers to financial inclusion, as studies suggest that women in rural Afghanistan are disproportionately excluded from formal financial systems (Klapper & Hess, 2020).

Sample Selection and Demographics

The sampling strategy for this study is purposive, as the aim is to select participants who can provide rich and relevant information on the topic of financial inclusion. Purposive sampling is commonly used in qualitative research to focus on individuals with specific knowledge or experiences related to the research question (Palinkas et al., 2015). In this study, participants are selected based on their residence in rural areas, their involvement (or lack thereof) with formal or informal financial systems, and their socio-economic status.

Sample Selection: The study will draw participants from three provinces (Bamyan, Nangarhar, and Herat), each representing different socio-economic and cultural contexts in Afghanistan. Bamyan, a mountainous province with a largely agricultural economy, faces significant infrastructural challenges that limit financial access. Nangarhar, located near the Pakistan border, has higher economic activity but is plagued by political instability. Herat, in the west, benefits from its proximity to Iran and relatively better infrastructure but still faces significant financial inclusion barriers in rural areas. This geographic diversity ensures that the study captures a wide range of experiences and challenges related to financial inclusion in rural Afghanistan (World Bank, 2021).

The sample includes 25 rural residents, 6 community leaders, and 4 representatives from microfinance institutions. The diversity of the sample will help provide a holistic understanding of financial inclusion, encompassing perspectives from different socio-economic backgrounds, genders, and professions (Patton, 2015).

Qualitative Research Approach

A qualitative research approach is the most suitable for this study, as it allows for a comprehensive exploration of participants' experiences, beliefs, and attitudes regarding financial inclusion. Qualitative methods are particularly valuable in exploring the social and cultural differences that quantitative research may overlook (Creswell & Poth, 2016). In the context of Afghanistan, where financial inclusion is shaped by a complex array of cultural, political, and economic factors, qualitative research offers the flexibility to capture the diverse perspectives of rural communities.

The study uses an interpretivist paradigm, which focuses on understanding social phenomena through the subjective experiences of individuals (Bryman, 2012). This paradigm is well-suited to the study's objective of exploring the lived experiences of rural Afghans and understanding the contextual barriers to financial inclusion. Through this approach, the research seeks to gain insights into participants' views on financial services, trust in institutions, and the cultural and economic challenges they encounter in accessing formal financial systems.

Previous studies on financial inclusion have effectively used qualitative approaches to uncover the complex factors that hinder or promote inclusion in developing countries. For instance, Demirgüç-Kunt et al. (2018) highlight the importance of understanding local contexts, cultural norms, and individual experiences when designing financial inclusion policies. This study aims to build on such research by providing a context-specific understanding of financial inclusion in rural Afghanistan.

Data Collection Methods

The data collection methods employed in this study include semi-structured interviews and focus groups. These methods are appropriate for exploring the subjective experiences and perceptions of rural community members, who may face multiple barriers to financial inclusion. Both semi-structured interviews and focus groups allow participants to express their views in their own words while also providing the flexibility to explore topics in greater depth when necessary (Creswell, 2014).

Semi-Structured Interviews: Semi-structured interviews are the primary data collection tool for this study. This method allows for open-ended questions, which encourage participants to share their personal experiences and perceptions (Patton, 2015). The interviews focus on key themes such as access to financial services, trust in financial institutions, economic challenges, and the role of cultural norms in financial behavior. Interviewees include rural residents, local community leaders, and representatives from microfinance institutions operating in rural areas. The semi-structured format enables the researcher to guide the discussion while allowing respondents the freedom to discuss issues they find important (Kvale & Brinkmann, 2015).

In total, 25 semi-structured interviews will be conducted across three rural provinces in Afghanistan: Bamyan, Nangarhar, and Herat. These provinces were chosen to represent different regions and socio-economic conditions. Interview questions were designed based on existing literature and pre-tested with a small sample to ensure relevance and clarity (Merriam & Tisdell, 2015).

Barriers to Financial Inclusion in Afghanistan

Afghanistan faces unique challenges in achieving widespread financial inclusion, especially in its rural regions. As noted by Da Afghanistan Bank (2022), the country's financial infrastructure remains underdeveloped, particularly outside of major urban centers. Rural areas, where the majority of the population resides, are often characterized by a lack of roads, electricity, and telecommunications infrastructure, making it difficult for financial institutions to establish branches or provide digital services. The World Bank (2021) has highlighted that these infrastructural deficiencies are exacerbated by insecurity and political instability, which make it risky for banks to operate in certain regions. Additionally, the weak regulatory framework and lack of enforcement mechanisms further discourage the expansion of financial services in rural areas (Demirgüç-Kunt et al., 2018).

Cultural barriers also play a significant role in financial exclusion in Afghanistan. In many rural communities, traditional norms limit the participation of women in the formal economy. Klapper and Hess (2020) note that Afghan women, particularly in rural areas, face significant social restrictions on their mobility and economic participation, which severely limits their access to financial services. Gender discrimination, coupled with low levels of financial literacy, further deepens the financial exclusion of women. As Rostami (2022) points out, any strategy to enhance financial inclusion in Afghanistan must take into account the specific cultural and social barriers that exist, particularly with respect to gender.

In addition to socio-cultural barriers, economic challenges also inhibit financial inclusion in Afghanistan. Many rural households live in poverty and lack the necessary collateral to access credit or open formal bank accounts (Allen et al., 2016). Informal financial networks, such as local moneylenders, are often the only available sources of credit for these communities, but these come with high interest rates and little legal protection (FAO, 2021). These economic barriers highlight the importance of developing financial products that are tailored to the needs and circumstances of rural populations, such as microcredit for small farmers or livestock insurance, which can help build resilience and promote economic development (Suri & Jack, 2016).

RESEARCH METHODOLOGY

This section outlines the research methodology employed for the study titled Financial Inclusion Strategies for Rural Communities in Afghanistan. Given the socio-economic complexities of Afghanistan's rural areas and the need for in-depth understanding of financial inclusion, a qualitative research approach has been adopted. The study aims to explore how rural Afghans perceive financial inclusion, what barriers they face, and what strategies could be effective in overcoming these challenges.

with banks preferring to concentrate their services in urban centers where the cost of establishing branches is lower and there is a higher concentration of economically active individuals (Klapper et al., 2016). In this regard, mobile banking services have been lauded as a game-changer in expanding financial inclusion, particularly in Sub-Saharan Africa, where mobile-based platforms like M-Pesa have dramatically increased access to financial services in rural areas (Demombynes & Thegeya, 2012).

Despite these advancements, financial exclusion persists in many rural communities across the developing world. According to Sarma and Pais (2011), the lack of financial literacy, distrust of formal institutions, and cultural barriers—especially regarding women's participation in financial activities—pose significant hurdles. In Afghanistan, these challenges are compounded by the socio-political instability that has persisted for decades, making financial institutions reluctant to expand their services to rural and conflict-affected areas (World Bank, 2021).

Case Studies from Rural Financial Inclusion Strategies

Global case studies provide valuable lessons for enhancing financial inclusion in rural communities, particularly in low-income and conflict-prone countries. For instance, in Kenya, the introduction of M-Pesa has been transformative in increasing financial access among the rural population. As Suri and Jack (2016) argue, mobile money platforms bypass the need for physical infrastructure, enabling even those in remote areas to access financial services through their mobile phones. The success of M-Pesa has been attributed to its simplicity, affordability, and ability to meet the financial needs of underserved populations. Furthermore, research by Demombynes and Thegeya (2012) shows that households using M-Pesa were better able to manage risks and invest in their livelihoods, illustrating the power of financial inclusion in rural development.

India's experience with the Pradhan Mantri Jan Dhan Yojana (PMJDY) provides another relevant example. The initiative, which aimed to provide every Indian household with access to a bank account, has been successful in expanding financial services to rural areas (Chakrabarty, 2012). By offering zero-balance accounts, along with insurance and overdraft facilities, the PMJDY program incentivized rural participation in the formal financial system. Aggarwal and Klapper (2013) argue that the program's success was due in large part to the use of technology and biometric authentication, which reduced the costs and complexities associated with traditional banking. Despite these successes, challenges remain, including the need to enhance financial literacy and build trust in formal institutions, especially among marginalized groups in rural areas (Suri & Jack, 2016).

These case studies underscore the importance of technology, tailored financial products, and government policies in promoting financial inclusion in rural areas. They also highlight the need to adapt strategies to local contexts, as what works in one country may not be directly transferable to another. For example, while mobile banking has been effective in Kenya, its potential in Afghanistan may be limited by low mobile penetration rates and the lack of digital literacy in rural communities (Rostami, 2022).

communities in Afghanistan, beyond what quantitative data alone can provide. Finally, the findings of this research have important policy implications. By identifying the specific barriers and potential solutions for financial inclusion in rural areas, the study can inform future development efforts aimed at improving the socio-economic conditions of Afghanistan's rural population.

1.7 Research Gap and Contribution

There is a growing body of literature on financial inclusion in developing and conflict-affected countries, but Afghanistan's unique socio-political context presents challenges that are not adequately addressed in existing studies. Most of the current research on financial inclusion in Afghanistan is quantitative in nature, focusing on national or regional statistics and indicators. While these studies provide valuable insights into the scope of financial exclusion, they often fail to capture the complexities and distinctions of rural life in Afghanistan, where cultural norms, local governance structures, and informal economies play a significant role in shaping financial behaviors.

Moreover, much of the existing literature on financial inclusion in Afghanistan focuses on urban areas, where financial infrastructure is more developed, and the challenges are significantly different from those faced by rural populations. This study fills a critical gap by focusing specifically on rural communities and adopting a qualitative approach that prioritizes the voices and experiences of those directly affected by financial exclusion.

By doing so, this research not only contributes to the academic literature on financial inclusion but also provides actionable insights for policymakers, financial institutions, and development organizations. The study's emphasis on rural areas, where financial services are most needed yet least available, offers a valuable contribution to ongoing discussions about how to promote inclusive development in fragile and conflict-affected states like Afghanistan.

LITERATURE REVIEW

Financial Inclusion in Developing Economies

The issue of financial inclusion has gained importance in recent years, especially in developing economies where large portions of the population are unbanked or underbanked. Financial inclusion has been a focal point of economic policy in developing economies due to its potential to enhance livelihoods, reduce poverty, and stimulate economic development. According to Demirgüç-Kunt et al. (2018), financial inclusion allows individuals to have access to useful and affordable financial products that meet their needs. The benefits of financial inclusion are particularly important in developing economies, where traditional financial systems often exclude large portions of the population, especially those living in rural areas. Suri and Jack (2016) note that access to formal financial services provides households with greater opportunities to save, invest in education, manage risks, and smooth consumption during times of economic shocks. However, the gap between rural and urban financial access remains stark in many developing nations, largely due to infrastructural deficiencies and the high costs associated with serving remote populations (Allen et al., 2016). Rural areas often face a shortage of financial institutions,

Relevance of Financial Inclusion for Rural Communities

Rural communities, particularly in developing and conflict-affected countries, are often disproportionately excluded from formal financial systems. In these settings, financial inclusion is particularly relevant because it can provide a path out of poverty and improve overall livelihoods (Chibba, 2009). The significance of financial inclusion for rural populations lies in its ability to support agricultural productivity, enable investment in small businesses, and facilitate access to healthcare and education, all of which are critical for socio-economic development (Suri & Jack, 2016).

For Afghanistan, where more than 70% of the population resides in rural areas, financial inclusion is essential for fostering economic resilience and rural development (World Bank, 2021). The lack of access to financial services, such as credit for agricultural inputs or savings products, inhibits the ability of rural households to invest in productive activities or cope with adverse economic conditions (FAO, 2021). Furthermore, women in rural Afghanistan face additional barriers due to cultural norms that restrict their access to financial institutions, further deepening gender disparities in financial access (Klapper & Hess, 2020). Therefore, financial inclusion in rural Afghanistan is both a social and economic necessity, contributing to overall development and reducing gender inequality.

1.5 Research Objectives

The primary objective of this study is to investigate the challenges and opportunities associated with promoting financial inclusion in Afghanistan's rural communities. By using a qualitative research approach, this study aims to gather in-depth insights from key stakeholders, including rural residents, local financial institutions, and community leaders. Specifically, this study will address the following research questions:

1. What are the primary barriers to financial inclusion in rural Afghanistan?
2. How do socio-cultural, economic, and institutional factors influence financial access in these areas?
3. What strategies and innovations have been successfully implemented to promote financial inclusion in similar contexts, and how can they be adapted to Afghanistan?

1.6 Scope and Significance of the Study

The scope of this research is focused specifically on rural communities in Afghanistan, which are often overlooked in broader discussions about financial inclusion. While much attention has been given to urban areas and efforts to modernize the Afghan financial system, little research has been conducted on how rural populations interact with, or are excluded from, financial services. This is a critical gap, as rural regions account for a large proportion of Afghanistan's population and are integral to the country's agricultural sector, which remains a cornerstone of its economy (FAO, 2021).

This study is significant for several reasons. First, it contributes to the growing literature on financial inclusion by focusing on a context that is both under-researched and extremely challenging due to ongoing conflict and instability. Second, the study uses a qualitative methodology, which allows for a deeper understanding of the lived experiences and perspectives of rural

Problem Statement

Despite global recognition of the importance of financial inclusion, Afghanistan›s rural communities remain marginalized from the formal financial sector. The country's financial system is concentrated in urban centers, leaving rural populations dependent on informal and often exploitative financial arrangements, such as moneylenders. The existing financial institutions, including banks and microfinance institutions, are often reluctant to extend services to rural areas due to perceived risks, high transaction costs, and lack of physical infrastructure (Rostami, 2022).

Moreover, the complex socio-political ground in Afghanistan, characterized by ongoing conflict, weak governance, and male-controlled social structures, further complicates the task of expanding financial inclusion. Women, in particular, face significant barriers to accessing financial services, with only 7% of Afghan women having a bank account compared to 30% of men (World Bank, 2021). This gender gap in financial inclusion contributes to broader socio-economic disparities, supporting cycles of poverty and limiting development outcomes for rural families.

Given the critical role that financial inclusion can play in driving economic empowerment and social development, particularly in states like Afghanistan, there is an urgent need to develop strategies that are specifically tailored to the unique challenges of rural communities. However, existing research on financial inclusion in Afghanistan remains limited, especially in terms of qualitative, community-level insights that could inform effective policy interventions. This study seeks to fill that gap by exploring the specific barriers to financial inclusion in rural Afghanistan and identifying viable strategies for promoting financial access.

Concepts of Financial Inclusion

Financial inclusion refers to the process of ensuring access to financial services for all individuals and businesses, regardless of their socio-economic status. It encompasses a range of services, including savings accounts, credit, insurance, and payment systems, that are affordable, accessible, and beneficial to users (Demirgüç-Kunt et al., 2018). At its core, financial inclusion is a tool for reducing poverty and inequality, empowering marginalized groups, and fostering economic growth by integrating them into the formal financial system (Sarma & Pais, 2011). In rural settings, access to these financial services allows individuals and businesses to manage risks, smooth consumption, invest in future opportunities, and escape cycles of poverty. The theoretical basis of financial inclusion is rooted in Amartya Sen›s «Capability Approach,» which argues that development is fundamentally about expanding the freedoms people have to lead lives they value (Sen, 1999). Access to financial services is viewed as a capability that allows people to improve their well-being and achieve economic security. Therefore, promoting financial inclusion is not just an economic issue but a developmental imperative that enhances individual agency and socio-economic mobility (Beck & Demirgüç-Kunt, 2008). Financial inclusion also serves as a means of reducing vulnerability by enabling households to manage economic shocks and uncertainties (Allen et al., 2016).

Financial inclusion, particularly in rural communities, has been increasingly recognized as a critical driver of economic growth and poverty reduction in developing countries. It enables individuals and small businesses to access a broad range of financial services, including savings, payments, credit, and insurance, which are essential for managing risks, investing in opportunities, and improving livelihoods (Demirgüç-Kunt et al., 2018). In conflict-affected states like Afghanistan, the potential of financial inclusion extends beyond economic empowerment; it serves as a key component of social inclusion and stability. Financial services can facilitate rural development by providing farmers and small-scale entrepreneurs access to credit for agricultural inputs, creating opportunities for small business growth, and offering financial security through savings and insurance (Suri & Jack, 2016).

However, financial exclusion remains a persistent problem in Afghanistan, particularly in rural areas. Recent reports indicate that over 70% of Afghans are unbanked, with limited access to formal financial services (World Bank, 2021). Rural communities, which are home to the majority of the population, face a higher degree of financial exclusion due to several interrelated factors, including geographical isolation, lack of infrastructure, political instability, and fixed socio-cultural norms that often exclude women and marginalized groups from financial participation (UNDP, 2022). For example, limited road networks and insecurity in many rural areas make it difficult for financial institutions to establish branches, while social norms restricting women's mobility and participation in public life further compound the issue (Klapper & Hess, 2020).

In many cases, informal financial systems, such as moneylenders and local credit associations, fill the void left by formal institutions. However, these informal systems often come with high costs and risks, leaving rural populations vulnerable to financial exploitation and expanding cycles of poverty (Rostami, 2022). The lack of access to affordable and reliable financial services also prevents rural Afghans from fully participating in the country's broader economic system, which further creates rural-urban disparities. Furthermore, without access to financial services, rural households struggle to manage risks and invest in future opportunities, particularly in agriculture, which remains a foundation of Afghanistan's economy (FAO, 2021).

Global initiatives, such as those organized by the World Bank and the United Nations, emphasize the need to promote inclusive financial systems as a pathway to sustainable development and poverty alleviation. The World Bank's Universal Financial Access 2020 initiative, for example, highlights the importance of ensuring that all adults, especially those in underserved rural areas, have access to a transaction account (Demirgüç-Kunt et al., 2018). While there have been some efforts to improve financial inclusion in Afghanistan, such as the development of mobile banking and microfinance institutions, these initiatives have largely been confined to urban centers and have struggled to gain traction in rural areas, where literacy levels are low, and trust in formal financial institutions remains limited (CGAP, 2020).

FINANCIAL INCLUSION STRATEGIES FOR RURAL COMMUNITIES IN AFGHANISTAN

Folad Amar Khel
Hamid Shirzai
Assistant Professors Faculty of Economics, Bakhtar University

ABSTRACT
This study examines the financial inclusion strategies for rural communities in Afghanistan, where limited access to formal financial services and inherent cultural barriers persists. Employing a qualitative research approach, the study gathers data from interviews and focus groups in three provinces to explore the effectiveness of current financial inclusion efforts. Key findings reveal that mobile banking and microfinance institutions play a essential role in extending financial services to unbanked populations. However, barriers such as limited financial literacy, gender inequality, and distrust in formal banking institutions remain significant challenges. The study emphasizes the need for tailored financial products and culturally sensitive literacy programs to improve access. Policy recommendations are offered to enhance financial inclusion in rural Afghanistan, with a focus on infrastructure development and gender-inclusive approaches. This research contributes to the growing literature on financial inclusion in conflict-affected regions.
Keywords: Financial inclusion, Rural communities, Microfinance, Mobile banking.

INTRODUCTION

Background of the Study

Financial inclusion, defined as the process by which individuals and businesses have access to useful and affordable financial products and services, has become a key strategy for achieving sustainable development goals globally (World Bank, 2022). In developing countries, financial inclusion plays a pivotal role in poverty alleviation and economic empowerment. Afghanistan, a country recovering from decades of conflict and instability, has made some steps toward financial inclusion, particularly in urban areas. However, the country's rural communities, which make up the majority of the population, remain largely excluded from formal financial systems. This exclusion is particularly concerning given the critical role rural economies play in Afghanistan's agriculture-dependent economy (UNDP, 2023).

Rural communities in Afghanistan face complicated challenges that limit their access to financial services, such as a lack of infrastructure, insecurity, and deeply in-built socio-cultural norms. Financial exclusion worsens rural poverty by limiting opportunities for savings, investments, and access to credit, which are essential for economic resilience and development. According to recent studies, over 85% of the Afghan population lives in rural areas, yet a significant proportion remains without access to even basic financial services, such as banking, credit, and insurance (Da Afghanistan Bank, 2022). This creates a ruthless cycle of poverty and underdevelopment in these regions.

Hamidi, H. O. J. A. T., & Madani, S. S. (2024). Analysis of a Framework for E-Commerce Consumer Behavior before and During Covid-19. International Journal of Engineering, 37(10), 1970-1978.
Hung, K. P., Huiling Chen, A., Peng, N., Hackley, C., Amy Tiwsakul, R., & Chou, C. L. (2011). Antecedents of luxury brand purchase intention. Journal of Product & Brand Management, 20(6), 457-467.
Ifinedo, P. (2011). Internet/e-business technologies acceptance in Canada's SMEs: an exploratory investigation. Internet research, 21(3), 255-281.
Jahongir, A., & Shin, H. K. (2014). Factors influencing e-commerce adoption in Uzbekistan SMEs. Management Review: An International Journal, 9(2), 67.
Kadhim, E. M., & Altaie, M. R. (2023). Factors Affecting Maintenance Practises in Iraq's Hospital Buildings. Jordan Journal of Civil Engineering, 17(3).
Kartiwi, M., & MacGregor, R. C. (2007). Electronic commerce adoption barriers in small to medium-sized enterprises (SMEs) in developed and developing countries: A cross-country comparison. Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO), 5(3), 35-51.
Kurnia, S., Choudrie, J., Mahbubur, R. M., & Alzougool, B. (2015). E-commerce technology adoption: A Malaysian grocery SME retail sector study. Journal of Business Research, 68(9), 1906-1918.
Lip-Sam, T., & Hock-Eam, L. (2011). Estimating the determinants of B2B e-commerce adoption among small & medium enterprises. International Journal of Business & Society, 12(1).
Machfud, A. K., & Kartiwi, M. (2013, March). E-commerce adoption by Indonesian small agribusiness: Reconsidering the innovation-decision process model. In 2013 5th International Conference on Information and Communication Technology for the Muslim World (ICT4M) (pp. 1-6). IEEE.
Olatokun, W., & Kebonye, M. (2010). E-commerce technology adoption by SMEs in Botswana. International Journal of Emerging Technologies & Society, 8(1).
Omar, A., Altohami, W. M., Ethelb, H., & Hamidi, B. (2022). Research Article Localization Quality Assessment for More Reliable E-Commerce Applications in Arabic.
Parker, C., & Castleman, T. (2007). New directions for research on SME-eBusiness: insights from an analysis of journal articles from 2003-2006.
Scupola, A. (2009). SMEs'e-commerce adoption: perspectives from Denmark and Australia. Journal of Enterprise Information Management, 22(1/2), 152-166.
Sultan, A. A., Hassan, M. G., & Noor, S. M. (2017). E-Commerce Adoption Among Iraqi Companies: Does Context Matters?. QALAAI ZANIST JOURNAL, 2(4), 339-348.
Thulani, D., Tofara, C., & Langton, R. (2010). Electronic commerce benefits and adoption barriers in small and medium enterprises in Gweru, Zimbabwe. Journal of Internet Banking and Commerce, 15(1), 1.
Venkatesh, V., & Bala, H. (2012). Adoption and impacts of interorganizational business process standards: Role of partnering synergy. Information systems research, 23(4), 1131-1157.

It emphasises the need of taking into account both technical and organisational factors when developing strategies to promote the adoption of e-commerce. Looking ahead, additional study is required to thoroughly investigate the distinct obstacles encountered by Afghan small and medium-sized enterprises (SMEs) and examine possible remedies. By capitalising on the possibilities offered by e-commerce, Afghanistan may improve its economic environment, empower small and medium-sized enterprises (SMEs), and facilitate more deep integration into the global digital economy.

References

Ahmad, M., Rajapaksha, A. U., Lim, J. E., Zhang, M., Bolan, N., Mohan, D., ... & Ok, Y. S. (2014). Biochar as a sorbent for contaminant management in soil and water: a review. Chemosphere, 99, 19-33.

Ahmad, S. Z., Bakar, A. A., Faziharudean, T. M., & Zaki, K. M. (2014). Information Technology for Development An Empirical Study of Factors Affecting e-Commerce Adoption among Small-and Medium-Sized Enterprises in a Developing Country. Evidence from Malaysia,(January 2015), 37-41.

Alateeg, S. S., & Alhammadi, A. D. (2023). Traditional retailer's intention to opt e-commerce for digital retail business in Saudi Arabia. Migration Letters, 20(7), 1307-1326.

AlBar, A. M., & Hoque, M. R. (2019). Factors affecting the adoption of information and communication technology in small and medium enterprises: A perspective from rural Saudi Arabia. Information Technology for Development, 25(4), 715-738.

Al-Qirim, N. A. (2004). A framework for electronic commerce research in small to medium-sized enterprises. In Electronic commerce in small to medium-sized enterprises: Frameworks, issues and implications (pp. 1-16). IGI Global.

Ayyagari, M., Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2007). Small and medium enterprises across the globe. Small business economics, 29, 415-434.

Azeez, H. H., & Al-Khafaji, N. J. F. (2014). A Conceptual Model to Determine the Critical Factors That Effects on the Online Purchasing in Iraq. International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology, 1(9).

Biondo, A. W., Santos, A. P. D., Guimarães, A. M. S., Vieira, R. F. D. C., Vidotto, O., Macieira, D. D. B., ... & Messick, J. B. (2009). A review of the occurrence of hemoplasmas (hemotrophic mycoplasmas) in Brazil. Revista brasileira de parasitologia veterinária, 18, 1-7.

Caldeira, T. P. (2017). Peripheral urbanization: Autoconstruction, transversal logics, and politics in cities of the global south. Environment and Planning D: Society and Space, 35(1), 3-20.

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Mayer, R. (2009). Internet marketing: strategy, implementation and practice. Pearson education.

Chiliya, N., Chikandiwa, C. K., & Bola Afolabi PhD, F. C. I. P. S. (2011). Factors Affecting Small Micro Medium Enterprises'(SMMEs) Adoption of E-Commerce in the Eastern Cape Province of South Africa. International Journal of Business and Management, 6(10), 28.

Website Design: The correlation between the Website Design variable and the extracted component is .799. This indicates a strong positive relationship between Website Design and the extracted component. Website Design is highly correlated with the underlying factor represented by the extracted component.

Security: The correlation between the Security variable and the extracted component is .893. This suggests a strong positive relationship between Security and the extracted component. Security is highly correlated with the underlying factor represented by the extracted component. The extraction method used for this analysis is Principal Component Analysis, as mentioned at the bottom of the table. Principal Component Analysis is a statistical technique used to reduce the dimensionality of a dataset and identify underlying factors or components that explain the variance in the observed variables.

Conclusion

A study on the factors influencing the adoption of e-commerce in Afghanistan has examined the intricate dynamics related to the implementation of e-commerce in the commercial sector of the country. By analyzing technological and organizational aspects, the study sought to provide insight into the obstacles and possibilities encountered by Afghan small and medium firms (SMEs) while adopting e-commerce. In order to get a more comprehensive understanding of the adoption process, the study acknowledged the need of analyzing the whole model of adoption, rather than concentrating on separate elements. Technological aspects like perceived efficacy, perceived compatibility, and perceived complexity were recognized as key determinants of e-commerce adoption.

Furthermore, organizational variables such as the size of the firm, its innovativeness, and its preparedness were identified as having substantial impacts. The results emphasized the differences in the rates of e-commerce adoption between industrialized and developing countries, underscoring the need of implementing customized approaches that take into account the unique circumstances of developing nations such as Afghanistan. Although several studies have indicated advancements in the adoption of e-commerce among small and medium-sized enterprises (SMEs) in specific locales, the general rate of acceptance remains rather modest. The effective implementation of e-commerce advantages in Afghanistan and other Arab nations has been impeded by civil strife and other obstacles, including restricted internet access. Nevertheless, the capacity of e-commerce to make a substantial contribution to economic growth and development persists. The research findings clearly indicate that the promotion of e-commerce adoption necessitates the simultaneous addressing of several variables. Collaborative efforts among policymakers, industry actors, and stakeholders are necessary to establish a conducive climate that facilitates technological progress, improves organisational capacities, and overcomes obstacles to implementation. The present study enhances the current knowledge by offering valuable insights into the determinants that impact the adoption of e-commerce within the commercial sector of Afghanistan.

the cumulative amount of variance explained up to that component, which is also 75.310% for Component 1.
Component 2: The initial eigenvalue for Component 2 is 0.464. This component explains an additional 11.596% of the variance. However, the table does not provide the cumulative percentage for Component 2.
Component 3: The initial eigenvalue for Component 3 is 0.293, explaining 7.317% of the variance. Again, the cumulative percentage for Component 3 is not provided.
Component 4: The initial eigenvalue for Component 4 is 0.231, accounting for 5.777% of the variance. As with the previous components, the cumulative percentage for Component 4 is not specified.
The extraction sums of squared loadings represent the proportion of variance explained by each component after extraction. In this case, the extraction sums of squared loadings match the initial eigenvalues, indicating that all of the extracted components retain the same amount of variance as their initial counterparts.
The extraction method used for this analysis is Principal Component Analysis, as mentioned at the bottom of the table. Principal Component Analysis is a statistical technique used to reduce the dimensionality of a dataset and identify underlying factors or components that explain the variance in the observed variables.

Component Matrixa

	Component
	1
Convince	.906
Time	.869
Website Design	.799
Security	.893

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 1 components extracted.

The table provided represents the component matrix for the variables in the analysis, specifically for the extracted component. Based on the table, the values in the component matrix indicate the correlation between each variable and the extracted component.
Convince: The correlation between the Convince variable and the extracted component is

.906. This indicates a strong positive relationship between Convince and the extracted component. Convince is highly correlated with the underlying factor represented by the extracted component.
Time: The correlation between the Time variable and the extracted component is .869. This suggests a strong positive relationship between Time and the extracted component. Time is highly correlated with the underlying factor represented by the extracted component.

Communalities

	Initial	Extraction
Convince	1.000	.821
Time	1.000	.755
Website Design	1.000	.639
Security	1.000	.798

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Based on the table, the communalities for each variable are as follows:

Convince: The initial communality is 1.000, meaning that the variable explains 100% of its own variance. After extraction, the communality decreases to 0.821, indicating that 82.1% of the variance in the Convince variable is explained by the extracted factors.

Time: Similar to Convince, the initial communality is 1.000, indicating that the variable explains 100% of its own variance. After extraction, the communality decreases to 0.755, suggesting that 75.5% of the variance in the Time variable is accounted for by the extracted factors.

Website Design: Like the previous variables, the initial communality for Website Design is 1.000, representing 100% of its own variance. After extraction, the communality decreases to 0.639, indicating that 63.9% of the variance in the Website Design variable is explained by the extracted factors.

Security: Similarly, the initial communality for Security is 1.000, signifying 100% of its own variance. After extraction, the communality decreases to 0.798, suggesting that 79.8% of the variance in the Security variable is accounted for by the extracted factors.

The extraction method used for this analysis is Principal Component Analysis, as indicated at the bottom of the table. Principal Component Analysis is a statistical technique used to reduce the dimensionality of a dataset and identify underlying factors or components that explain the variance in the observed variables.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.012	75.310	75.310	3.012	75.310	75.310
2	.464	11.596	86.906			
3	.293	7.317	94.223			
4	.231	5.777	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

The table provided presents the total variance explained by each component in a principal component analysis. It includes the initial eigenvalues and the extraction sums of squared loadings.

Component 1: The initial eigenvalue for Component 1 is 3.012. This represents the amount of variance in the original variables that is accounted for by Component 1 alone. In this case, Component 1 explains 75.310% of the total variance. The cumulative percentage represents

the essential tasks of editing, coding, and tabulation, which played a crucial role in the entire research process. This was undertaken to ensure the accuracy and efficacy of the scientific investigation. Prior to proceeding, official authorization from the heads of each department was obtained. Subsequently, a total of 158 personnel from various departments and units of the Commercial Sector in Afghanistan were recruited. Was contacted and subsequently visited. Following the communication of the questionnaire›s purpose to the employees and the establishment of a designated time for its collection, a total of 142 completed questionnaires were received in hard copy format. Upon decoding, the data was inputted into the most recent iteration of SPSS. The statistical methods were employed to evaluate the hypothesis and examine the aims of this study. The findings are outlined in the subsequent sections of this paper.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Convince	142	3.3052	.91081	-.371	.203	-.935	.404
Time	142	3.4143	.97319	-.435	.203	-.766	.404
Website Design	142	3.7148	.73754	-.770	.203	.298	.404
Security	142	3.3820	1.00429	-.411	.203	-.625	.404
Valid N (list wise)	142						

Based on the descriptive statistics provided, the following conclusions can be drawn: Convince: The average rating for the variable “Convince” is 3.3052, with a standard deviation of 0.91081. The distribution of ratings is slightly negatively skewed (-0.371), indicating that the majority of respondents rated it above the mean. The kurtosis value of -0.935 suggests a moderately platykurtic distribution, indicating a relatively flat peak compared to a normal distribution. Time: The variable “Time” has an average rating of 3.4143, with a standard deviation of 0.97319. The ratings exhibit a slightly negative skewness (-0.435), suggesting that most respondents rated it above the mean. The kurtosis value of -0.766 indicates a slightly platykurtic distribution, implying a relatively flat peak compared to a normal distribution. Website Design: The average rating for “Website Design” is 3.7148, with a standard deviation of 0.73754.

The ratings display a negative skewness (-0.770), indicating that most respondents rated it above the mean. The positive kurtosis value of 0.298 suggests a slightly leptokurtic distribution, indicating a slightly peaked shape compared to a normal distribution. Security: The variable “Security” has an average rating of 3.3820, with a standard deviation of 1.00429. The distribution of ratings is slightly negatively skewed (-0.411).

as management, organizational behavior, communications, computer science, information systems, marketing, and sociology include research on incentives and obstacles to technology adoption.

Therefore, the study on EEIT innovation and adoption by SMEs utilizes a range of theoretical models and conceptual frameworks from these many fields. No singular paradigm or theory exerts dominance. Included among the often used theoretical models are: Several research investigations have endeavored to categories variables, but once again, great inconsistency persists. For instance, Al-Qirim (2004) employed four distinct types of variables: technological, organizational, manager/owner, and environmental criteria. Employ the subsequent four classifications: internal context, external context, process, and content. Variables are classified into three dimensions: content, context, and process.

Research Methodology

The present study employs a case study, research design, and deductive approach. Identifying the Factors Influencing E-Commerce Adoption in Afghanistan is the objective of this study. Within the commercial sector of Afghanistan. Descriptive research aims to provide a comprehensive description of events, addressing any gaps and seeking to enhance our understanding of current knowledge. The present study was conducted using the original data obtained from the survey instrument. The research instrument employed in this study is a standardized and well-designed questionnaire. Quantitative surveys were used to gather primary data and pertinent information from personnel in the Commercial Sector in Afghanistan. This survey instrument was developed and evaluated as a component of this study and consistently demonstrated its dependability. Initial evaluation of the internal validity of the research survey instrument questionnaire was obtained through a pilot study. To achieve this objective, primary data was gathered from 13 employees working in the commercial sector in Afghanistan. The pilot research's results validated the internal dependability of the deployed instrument. Consequently, the same instrument was employed in the designated sample locations to gather the vital primary data for the current investigation.

The population for the study was the Commercial Sector in Afghanistan, as the study employed a case study design. A sample size of 142 employees, chosen from a pool of 223 individuals across various divisions of the Commercial Sector in Afghanistan, was chosen to provide comprehensive coverage and analysis of the outcomes or findings. The act of selecting a piece of a population to represent the entire population is referred to as sampling, whereby a sample is a subset of the population (Biondo et al, 1998). This study has adopted the stratified random sampling technique. The many general directorates, departments, and units have been recognized based on their availability and scope. The first stage was acquiring formal authorization by personally visiting the heads of departments. The second phase of the process involved personally distributing surveys to pre-selected employees who had been previously told about the objective of completing the questionnaire. The data analysis in this study was conducted using Statistical Package for Social Science (SPSS) version 20. Data processing encompassed

Research Objectives

1. To investigate the factors which affecting e-commerce adaptation in Afghanistan.

1. To evaluate current system of e-commerce in Afghanistan.
2. To find out the impact security, time, web design and convince of e-commerce in consumer in Afghanistan.

Literature Review

The E-Commerce Report of 2014 by the Afghanistan Industry and Business Association identifies user bias against e-commerce usage and a lack of technological, financial, and administrative infrastructure as the reasons for not fully realising the e-commerce potential in Turkey. The level of digital literacy among internet users in Afghanistan is insufficient to enable them to fully understand the potential positive impact of internet and e-commerce on their everyday lives, business outcomes, and the overall prosperity of the country. Trust in e-commerce transactions is lacking among digital commerce consumers in Afghanistan. Therefore, it is crucial to analyse the elements that influence the adoption of e-commerce in order to propel the growth of e-commerce enterprises in Afghanistan.

In their study, Caldeira (2017) identified perceived utility, perceived ease of use, attitude, and intention as the key determinants of e-commerce adoption in Afghanistan. This study involved the distribution of a survey questionnaire to 184 Afghan participants. The participants provided invaluable input and comments regarding the aforementioned elements that influence customers' adoption of Internet banking. The findings of this study revealed a strong correlation between perceived utility, ease of use, attitude, and intention and the adoption of online banking in Afghanistan. Furthermore, this aids banks in comprehending the key elements involved in delivering effective internet banking services to the Afghan customers.

Hamidi and Madani (2022), The banking sector has been significantly transformed by technological advancements in recent decades. Internet banking, in particular, is crucial for the progress of e-commerce and contemporary society. The substantial progress in computer technology, particularly the internet, has facilitated the banking sector in delivering services to customers with greater efficiency and effectiveness.

Omar, Altohami, Ethelb & Hamidi (2022), Nevertheless, the primary challenge encountered by online banking providers in Afghanistan is the reluctance of a significant number of users to embrace the online banking technologies provided. This occurred because to a multitude of circumstances. This phenomenon may be attributed to the personal experiences, awareness, level of internet access, and varied socio-cultural backgrounds of clients. Hence, the objective of this study is to ascertain the determinants that influence the acceptance of internet banking among clients in Afghanistan.

Ayyagari, Beck, & Demirguc-Kunt, (2007). A significant portion of the study on the implementation and utilization of EEIT by small and medium enterprises has been on an exploratory basis, using many methodologies and theoretical frameworks. Furthermore, it encompasses a wide range of enterprises and sectors worldwide. Scholarly literature from several fields such

- Managers must continuously monitor the environment and evaluate whether developments are pertinent to their area of ability to influence.
- Changes in social culture and particularly pop culture tend to be very rapid.

- Introduction of new technologies and changes in their popularity tend to be frequent, too.
- Although governmental and legal changes typically occur over extended periods, new laws can be implemented rather quickly.
- The technological and legal factors are most important to managing e-commerce,

Environmental scanning: The process of continuously monitoring the environment and events and responding accordingly.

Behavioral advertising targeting Advertisers direct advertisements during a visitor's navigation inside or between websites based on their browsing of specific sites or categories of content that reflect their preferences. Malware Typically downloaded over the Internet, malicious software or toolbars function as 'trojan horses' by performing undesirable actions such as keylogging of user passwords or viruses that may gather email addresses.

Factors governing e-commerce service adoption

Chaffey et al. (2009) suggest that the following factors are important in governing adoption of any e-commerce service:

1. Cost of access. Undoubtedly, this poses a significant obstacle for consumers who do not already possess a personal computer. Other primary expenses include the fees for utilizing an Internet Service Provider (ISP) to establish an Internet connection and the fees for using the equipment to establish the connection. Provision of free access would undoubtedly enhance the acceptance and utilization.
2. Value proposition. Customers must see a necessity to be connected to the Internet - what unique benefits can the Internet provide that other forms of media cannot? Exemplary value offerings encompass the provision of enhanced supplier knowledge and perhaps reduced pricing.
3. Ease of use. This encompasses the simplicity of initially establishing an Internet connection through the Internet Service Provider (ISP) and the convenience of using the web after establishment.
4. Although this issue mostly affects individuals who engage in online shopping, there is a common belief that being connected to the Internet renders personal information vulnerable. It is likely that it will require several years for this phobia to decrease.
5. 5. Uncertainty. Many individuals will often have a pervasive apprehension towards technology and new media, which is unsurprising given that a significant portion of the news related to the Internet will revolve around pornography, fraud, and violations of privacy.

a company with advantages through the aforementioned benefits, which ultimately promote market penetration, optimize operations, and finally increase revenue through its meticulous and selected ongoing application in firms. Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) are business organizations of relatively small scale, typically family-run institutions with limited networking capabilities.

Banks sometimes fail to maximize their financial potential because of their significantly insufficient assets. Actually, empirical evidence indicates that small and medium-sized enterprises (SMEs) possess the most robust resilience against global financial instability and exhibit the highest rate of expansion. Economists consider them to be a crucial pillar and strong foundation for industrial development, which in turn stimulates national and regional economic progress. Thus, SMEs are more flexible and responsive than their comparatively larger counterparts when confronted with market fluctuations or global economic instability. They exhibit a comparatively accelerated capability to embrace prospects for innovations and adapt to changes in market strategy. Even if they lack adequate funds, they possess the capacity to promptly detect a change in the environment. These criteria are crucial in guaranteeing their strategic position in fostering economic growth.

Factors Influenced E-commerce Adoption

This study presents the elements that affect the adoption of e-commerce by SMEs, based on the literature review performed earlier. Perceived usefulness, perceived ease of use, relative benefit, perceived danger, perceived trust, and compatibility are the six factors. An analysis of the components is presented individually. This study focusses on the influence of macro-environmental factors within the commonly employed SLEPT framework. Although commonly referred to as the PEST factors, we opt for SLEPT to emphasize the significance of the law in shaping Internet marketing strategies. The SLEPT factors are:

- Social factors – This encompasses the impact of customer perceptions on the determination of Internet usage for various activities.
- Legal and ethical factors – Formulate the strategy for promoting and selling products on the internet. Policies implemented by governments aim to protect the fundamental rights of individuals to privacy on behalf of society.
- Economic factors – Divergences in economic performance across various countries and regions impact expenditure trends and global commerce.
- Political – National governments and multinational organizations have a crucial role in shaping the future deployment and regulation of the Internet, as well as the regulations that govern it.
- Technological factors – Evolutions in technology provide novel prospects for the marketing of products.

The phenomenon known as the 'waves of change' illustrates the varying rates at which the properties of different elements of the environment change throughout time.

studies (Ahmad, Abu Bakar, Faziharudean, & Mohamad Zaki, 2014; Machfud & Kartiwi, 2013). Notwithstanding the global increase in e-commerce acceptance among SMEs, Parker and Castleman (2007) reported that the rate of e-commerce adoption among SMEs is rather low.

Prior research has reached a consensus that both developed and developing countries, including Arab countries, have derived advantages from the implementation of e-commerce by small and medium-sized enterprises (SMEs) due to the facilitation of e-commerce practices (Sultan, Hassan, & Noor, 2017). Regarding Arab countries, the advantages and extent of Internet usage have not been fully achieved. In particular, Iraqis are enthusiastic about embracing this technology to facilitate their connection to the global network. In spite of the Arab world countries' isolation from global internet commerce, which has a significant impact on economic growth and development, several issues, including civil conflict, have hindered the acceptance of e-commerce (Kadhim & AlTaie, 2013). This category presents three potential variables. The aforementioned factors include perceived advantage, perceived reliability, and perceived intricacy. Earlier researchers have unanimously acknowledged that the implementation of e-commerce encourages the use of e-commerce strategies among small and medium-sized enterprises (SMEs) (Scupola, 2009) due to its numerous advantages in both developed and developing countries, including Arab countries. Conversely, the perceived compatibility exhibited inconclusive findings, with some studies demonstrating a substantial correlation with the acceptance of e-commerce (Ahmad et al., 2014; Venkatesh & Bala, 2012), while others presented contradictory results (AlBar & Hoque, 2012; Ifinedo, 2011; Jahongir & Shin, 2014), contingent upon the specific circumstances of the individual studies. Similarly, the other independent variable, perceived complexity of technology, also yields varied outcomes. Research conducted among Canadian and Malaysian small and medium-sized enterprises (SMEs) did not acknowledge perceived complexity as a determinant of e-commerce adoption (Ahmad et al., 2014; Ifinedo, 2011), while Venkatesh and Bala (2012) identified it as significant. Based on the aforementioned talks, it is necessary to re-examine these factors within the context of technology and determine their suitability for inclusion in this study.

E-commerce

Internet commerce (e-commerce) refers to the commercial transactions involving the purchase, sale, transfer, or exchange of goods, services, and/or information via computer networks, such as the internet. Organizational IT utilization refers to the strategic use of information technology by an organization to enhance the quality of interaction with and among all its stakeholders. E-commerce offers advantages to enterprise, individual consumers, and society as a whole. E-commerce offers several advantages such as worldwide geographical coverage, cost efficiency, round-the-clock operations, quick time-to-market, enhanced speed, improved customer services, expanded information accessibility, just-in-time business decisions, and less reliance on geography. Electronic commerce can provide advantages to enterprises of all scales, especially to the small-business domain. A highly efficient tool for managing corporate operations, particularly in the marketing and sales of goods and services on a global scale. It can provide

Introduction of the Problem of Practice

The introduction of e-commerce in Afghanistan entails a sequence of decision-making processes that progress through several phases among the prospective adopters. To get insight into the adoption process among decision-makers and industry groupings, many theories were employed. The majority of these analysis have concentrated on specific aspects of Rogers› Diffusion of Innovation model in order to understand the factors influencing the adoption of a certain technology (Machfud & Kartiwi, 2013). Nevertheless, Machfud and Kartiwi (2013) emphasized the significance of reevaluating the implementation of a technological model by considering all the elements comprehensively, rather of focusing on only a limited portion, as has been done in practice. The rationale behind this is that the implementation of the whole model provides opportunities for a more profound comprehension of the process of adoption. Furthermore, Kurnia, Choudrie, Mahbubur, & Alzougool (2015) and Lip-Sam & Hock-Eam (2011) have suggested the need of considering technological aspects such as compatibility and complexity in order to enhance the understanding of how these factors influence the adoption of e-commerce in developing countries in future research. The present study endeavours to expound upon both the technical and organisational aspects. The technology aspects encompass characteristics such as perceived advantage, perceived compatibility, and perceived complexity. The organisational components consist of business size, organisational innovativeness, and organisational readiness. The research will be carried out among Iraqi small and medium-sized enterprises (SMEs), who are now being encouraged to use the benefits of the information technology accessible in the country. Nevertheless, the prevalence of civil unrest since 2003 has resulted in a decline in internet usage for e-commerce to 37%. This indicates that small and medium-sized enterprises (SMEs) have not fully exploited the capabilities of this technology (Azeez & Al-Khafaji, 2014).

A series of studies have been undertaken recently on the implementation and utilisation of the Internet and e-commerce in small and medium-sized enterprises (SMEs) (Hung et al., 2011; Ifinedo, 2011; Kartiwi & MacGregor, 2007; Parker & Castleman, 2007). Nevertheless, the majority of these studies did not investigate small and medium-sized enterprises (SMEs) in developing nations, but rather concentrated on the developed ones. The findings revealed a considerable difference in the use of Internet and e-commerce technology across industrialized and developing nations (Kartiwi & MacGregor, 2007; Parker & Castleman, 2007). Notably, the adoption of e-commerce by small and medium-sized enterprises (SMEs) in South Africa is still in its early stages (Chiliya, Chikandiwa, & Bola Afolabi, 2011). Small and medium-sized enterprises (SMEs) in Zimbabwe use technology to distribute information about their organisation, products, and/or services and engage with clients via company websites (Thulani, Tofara, & Langton, 2010). Furthermore, digital payment systems have been extensively embraced by small and medium-sized enterprises (SMEs) in Botswana, especially in the manufacturing, commerce, and service sectors (Olatokun & Kebonye, 2010). Furthermore, small and medium-sized enterprises (SMEs) in South East Asia are exhibiting a greater degree of ecommerce adoption, as supported by analysis of Internet usage and data from multiple

Determinants Influencing E-Commerce Adoption in Afghanistan

Dr. Adil Rasool
Associate Professor Faculty of Economics Bakhtar University

Abstract

The implementation of electronic commerce in emerging nations has distinct obstacles and prospects. The objective of this study is to examine the determinants of e-commerce adoption among small and medium enterprises (SMEs) in Afghanistan›s commercial sector. This study seeks to elucidate the intricacies of e-commerce adoption in Afghanistan by utilizing Rogers› Diffusion of Innovation model and considering both technological and organizational constraints. This study utilizes a mixed-methods methodology, integrating both qualitative and quantitative techniques for data collecting. The data is gathered by means of questionnaires and systematic literature review. This study investigates the technology aspects of perceived benefit, perceived compatibility, and perceived complexity, as well as the organizational aspects of business size, organisational innovativeness, and organisational readiness. The results indicate that the implementation of e-commerce in Afghanistan›s business sector is impacted by a multitude of technological and organisational elements. Small and medium-sized enterprises (SMEs) encounter obstacles such as restricted internet access, security issues, and insufficient digital infrastructure. Nevertheless, the research also highlights prospects for development, such as the considerable advantages of e-commerce in improving corporate processes, broadening market penetration, and stimulating economic expansion. The study emphasizes the significance of implementing customised approaches that take into account the particular environmental conditions of Afghanistan and the distinct obstacles encountered by small and medium-sized enterprises (SMEs). This paper presents recommendations to augment the adoption of e-commerce. These recommendations encompass enhancing digital infrastructure, raising awareness and education, addressing security concerns, fostering collaboration and partnerships, simplifying the regulatory framework, facilitating access to finance, and promoting cross-sectorial collaboration.

Key Words: E-Commerce, Afghanistan, Technological Factors, SME and Organizational Factors

Dear Esteemed Colleagues and Honored Guests,

Today, I am proud to discuss the crucial initiative taken by Bakhtar University in our relentless pursuit of progress and prosperity for our society. It is our firm belief that scientific research is the cornerstone upon which we can build sustainable solutions for the economic challenges we face. As we know, our society grapples with various economic issues that hinder development and stability. To address these challenges effectively, we must rely on robust research—an endeavor that Bakhtar University is wholeheartedly committed to championing. The establishment of the Bakhtar Research Journal of Economic Sciences marks a significant step in this direction. This journal will serve as the premier platform for disseminating reliable, peer-reviewed research articles from both our esteemed faculty and scholars across other public and private universities in Afghanistan.

Scientific research empowers us to analyze, understand, and tackle the economic problems that afflict our communities. It is not merely academic; it is a tool for practical change. By collecting insights and innovative ideas from a diverse array of contributors, we can propose evidence-based solutions that are tailored to the unique socio-economic landscape of our nation. Moreover, we recognize that research is not an isolated activity. It requires collaboration and exchange of ideas among institutions, scholars, and stakeholders. By fostering a culture of research and inquiry, we can create a dynamic academic environment that propels us toward our common goal of national development.

Our commitment does not end with the publication of research. The leadership and academic staff of Bakhtar University are dedicated to ensuring that our findings reach the relevant authorities and institutions. We aim to bridge the gap between theory and practice, ensuring that our research translates into actionable policies that can uplift our society and drive economic growth. In closing, I invite all of you i.e. academics, researchers, and practitioners to join us in this ambitious journey. Together, we can uncover the root causes of our economic challenges and illuminate the path forward with the light of rigorous scientific inquiry. Let us embrace this responsibility with vigor and determination, for the future of our society depends on it.

Thank you.

Journal of Economical Science
Volume 1, Issue (1), Fall 2024

Proprietor: Bakhtar Univerisy
Head of Research Center: Mohammad Qasim Ayaz
Editor in Chief: Mohammad Shakir Ebrahimi

Editorial Board:

Dr. Adil Rasool
Assistant Professor Hamidullah Shirzai
Dr. Obaidullah Zarifi
Assistant Professor Jamshid Ahmad Safi
Assistant Professor Folad Khan Amarkhail
Assistant Professor Mohammad Ayaz Naseri
Assistant Professor Faridullah Lalzai
Assistant Professor Shakirullah Mashkor
Associate Professor Mohammad Hakim Haidar

Designer: H.Rashid Mansoory

E-mail: ec.journal@bakhtar.edu.af

پوهنتـــون باختـــر
BAKHTAR UNIVERSITY

Journal of Economical Science

Volume 1, Issue (1), Fall 2024

You can download the articles in this journal from the website of Bakhtar University
www.bakhtar.edu.af

بسم الله الرحمن الرحيم

پوهنتون باختر

BAKHTAR UNIVERSITY

Journal of Economical Science

Volume 1, Issue (1), Fall 2024

Determinants Influencing E-Commerce Adoption in Afghanistan

FINANCIAL INCLUSION STRATEGIES FOR RURAL COMMUNITIES IN AFGHANISTAN

THE IMPACT OF PRIVATIZATION ON PAKISTAN'S ECONOMY IN THE 1990S

په اسلامي اقتصاد کې د استصناع تړون څېړنه او په افغانستان کې یې د پلي کولو اړتیا

نقش تحصیلات عالی در انکشاف اقتصادی-اجتماعی افغانستان

احتکار و اضرار اقتصادی آن در جامعه