



ADVANCE SOCIAL SCIENCE ARCHIVE JOURNAL

Available Online: <https://assajournal.com>

Vol. 05 No. 01. Jan-March 2026. Page# 3277-3286

Print ISSN: [3006-2497](#) Online ISSN: [3006-2500](#)

Platform & Workflow by: [Open Journal Systems](#)



The Historical Development of E-Commerce and Its Shariah and Economic Perspectives: A Research Analysis

آن لائن خرید و فروخت کا تاریخی ارتقاء اور شرعی و معاشی تناظر: ایک تحقیقی جائزہ

Attullah

PhD Scholar, Department of Islamic Studies, Kohat University of Science and Technology (KUST), Kohat & Lecturer, Department of Islamic Studies, Kohat University of Science and Technology (KUST), Kohat

attaullah@kust.edu.pk

Dr. Qaisar Bilal

Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Kohat University of Science and Technology (KUST), Kohat

qaisarbilal@kust.edu.pk

Abstract

The rapid evolution of digital technology has fundamentally transformed the global economic landscape, giving rise to E-commerce as a dominant force in modern trade. This research paper provides a comprehensive analysis of the historical trajectory, operational mechanisms, and Shariah implications of online buying and selling, with a specific focus on the Pakistani market. The study traces the origins of E-commerce from Michael Aldrich's 1979 innovation to the contemporary era dominated by global giants like Amazon and Alibaba, and local leaders such as Daraz.

Divided into thematic sections, the paper explores various E-commerce models including B2C, C2C, and B2B, highlighting their role in fostering financial inclusion through digital wallets like JazzCash and EasyPaisa. A significant portion of the research is dedicated to the Shariah perspective, examining how classical Islamic principles of Bay' (sale) apply to digital transactions. Concepts such as Khiyar al-Ru'yat (Option of Inspection), the prohibition of Gharar (uncertainty) and Riba (usury), and the ethical dimensions of digital marketing (Najsh and Tadlis) are analyzed to ensure compliance with Islamic jurisprudence.

Furthermore, the paper addresses the socio-economic impact of E-commerce in Pakistan, particularly its role in empowering female entrepreneurs and integrating the rural handicraft industry into the global supply chain. It also scrutinizes the persistent challenges facing the sector, including the "trust deficit," cybersecurity threats, and the complexities of the regulatory and taxation framework. The study concludes that while E-commerce offers unprecedented opportunities for economic growth and poverty alleviation, its sustainability depends on a robust legal infrastructure and the integration of ethical and Shariah-compliant practices. By harmonizing technological advancement with Islamic economic values, Pakistan can build a transparent, equitable, and flourishing digital economy.

Keywords: E-commerce, Shariah Compliance, Digital Economy, Pakistan, Online Trade, Islamic Finance, Consumer Protection, Digital Transformation

آن لائن خرید و فروخت، جسے عام طور پر ای کامرس (Electronic Commerce) کے نام سے جانا جاتا ہے، عصر حاضر کی ایک انقلابی ایجاد ہے جس نے روایتی تجارت کے صدیوں پرانے ڈھانچے کو یکسر تبدیل کر دیا ہے۔ اس نظام کی بنیاد انٹرنیٹ اور ڈیجیٹل ٹیکنالوجی پر ہے، جو خریدار اور بیچنے والے کے درمیان جغرافیائی فاصلوں کو ختم کر کے براہ راست لین دین کو ممکن بناتی ہے۔ ای کامرس کا تاریخی سفر 1970 کی دہائی کے اواخر سے شروع ہوتا ہے، جب برطانوی موجد مائیکل ایبلڈرچ نے 1979 میں ایک عام ٹیلی ویژن کوٹرازیکشن پراسیسنگ کمپیوٹر کے ساتھ منسلک کر کے الیکٹرانک شاپنگ کا پہلا عملی نمونہ پیش کیا۔ یہ ابتدائی نظام ٹیلی فون لائنوں کے ذریعے گھر بیٹھے خریداری کی سہولت فراہم کرتا تھا، جس نے مستقبل کی وسیع ڈیجیٹل مارکیٹ کی راہ ہموار کی۔ 1980 کی دہائی میں اس تصور نے مزید پختگی اختیار کی اور 1982 میں امریکہ میں "بوسٹن کمپیوٹرائزیشن" کے نام سے دنیا کی پہلی ای کامرس کمپنی قائم ہوئی، جو استعمال شدہ کمپیوٹرز کی آن لائن تجارت کرتی تھی۔

1990 کی دہائی میں ورلڈ وائیڈ ویب (WWW) کی آمد نے ای کامرس کو نئی بلندیوں پر پہنچا دیا اور اسے عوامی سطح پر مقبول بنانے میں کلیدی کردار ادا کیا۔ 1994 کا سال اس حوالے سے سنگ میل ثابت ہوا جب "نیٹ مارکیٹ" نامی پلیٹ فارم پر پہلی باقاعدہ آن لائن خریداری (اسٹنگ کاسی ڈی) کی گئی۔ اسی سال جیف بیزوس نے ایبیزون (Amazon) کی بنیاد رکھی، جس نے ابتدا میں صرف کتابوں کی آن لائن فروخت سے کام شروع کیا لیکن دیکھتے ہی دیکھتے یہ پلیٹ فارم ایک عالمی تجارتی دیوبن گیا۔ ای کامرس کی اس تیز رفتار ترقی کے پیچھے انٹرنیٹ کی رفتار میں اضافہ، کریڈٹ کارڈز کا بڑھتا ہوا استعمال اور پے پال (PayPal) جیسے محفوظ ادائیگی کے نظاموں کا قیام تھا۔ 2000 کی دہائی میں سمارٹ فونز اور موبائل ایپس نے اس صنعت کو ہر فرد کی جیب تک پہنچا دیا، جس سے عالمی معیشت میں ایک بڑا انقلاب برپا ہوا۔

اسلامی نقطہ نظر سے ای کامرس کے مفہوم کو سمجھنا انتہائی ضروری ہے کیونکہ شریعت لین دین میں شفافیت اور انصاف کا تقاضا کرتی ہے۔ ای کامرس کا بنیادی مفہوم یہ ہے کہ خریدار اور بیچنے والا جسمانی طور پر ایک دوسرے کے سامنے موجود نہ ہوں بلکہ ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کے ذریعے عقد (معادہ) مکمل کریں۔ فقہائے کرام کے مطابق، آن لائن بیچ (خرید و فروخت) اسی وقت جائز قرار دی جاسکتی ہے جب اس میں عقد کے تمام شرعی ارکان یعنی ایجاب و قبول، فریقین کی باہمی رضامندی، بیچ (فروخت شدہ چیز) کی واضح تعیین، قیمت کی وضاحت اور قبضہ (حقیقی یا حکمی) پائے جائیں۔ اگر بیچ بائع کی ملکیت میں ہو اور اس کی تمام تفصیلات تصاویر یا ویڈیوز کے ذریعے واضح کر دی جائیں تاکہ کسی قسم کا ابہام باقی نہ رہے، تو یہ بیچ صحیح تسلیم کی جاتی ہے۔ تاہم، مشتری (خریدار) کو اختیار رویت (دیکھ کر واپس کرنے کا حق) ہمیشہ حاصل رہتا ہے تاکہ غرر اور تدلیس سے بچا جاسکے۔

پاکستان میں ای کامرس کا ارتقاء 2000 کی دہائی کے آخر میں شروع ہوا، تاہم ابتدائی برسوں میں انٹرنیٹ کی محدود رسائی اور اعتماد کے فقدان کی وجہ سے یہ شعبہ سست روی کا شکار رہا۔ 2012 میں "راکٹ انٹرنیٹ" نے داراز (Daraz) اور فوڈ پانڈا (Foodpanda) جیسے پلیٹ فارمز متعارف کرائے، جنہوں نے ملک میں آن لائن خریداری کے رجحان کو عام کرنے میں اہم کردار ادا کیا۔ داراز نے 2015 میں ایک مکمل مارکیٹ پلیس کی شکل اختیار کی اور 2018 میں عالمی کمپنی علی بابا (Alibaba) کی ملکیت میں آنے کے بعد اس نے اپنی لاجسٹکس اور ٹیکنالوجی میں نمایاں بہتری لائی۔ داراز نے نہ صرف لاکھوں مصنوعات کو صارفین تک پہنچایا بلکہ کیش آن ڈیلیوری (COD) جیسے طریقوں کے ذریعے پاکستانی صارفین کا اعتماد بھی جیتا۔ 2024 تک داراز کاروبار تقریباً 876 ملین ڈالر تک پہنچ چکا تھا، جو پاکستان کی ڈیجیٹل معیشت میں اس کے کلیدی کردار کی عکاسی کرتا ہے۔

ای کامرس کی مختلف اقسام میں سب سے زیادہ رائج اور مقبول ماڈل بی ٹو سی (Business to Consumer) ہے، جس میں کمپنیاں براہ راست عام صارفین

کو مصنوعات اور خدمات فروخت کرتی ہیں۔ پاکستان میں داراز، ٹیلی مارٹ اور پرائس اوئے جیسے پلیٹ فارمز اسی ماڈل پر کام کر رہے ہیں۔ 2025 میں پاکستان کی بی ٹی ٹی مارکیٹ کا حجم تقریباً 14.11 بلین ڈالر تک پہنچ چکا ہے اور توقع ہے کہ 2029 تک یہ 20 بلین ڈالر سے تجاوز کر جائے گا۔ یہ ماڈل صارفین کو 24/7 خریداری کی سہولت، گھر بیٹھے انتخاب کا وسیع موقع اور قیمتوں کے موازنے کی آزادی فراہم کرتا ہے۔ شرعی طور پر بی ٹی ٹی میں سب سے اہم پہلو پروڈکٹ کی درست تصویر اور تفصیلات فراہم کرنا ہے تاکہ صارف کو دھوکہ نہ ہو، کیونکہ تدلیس یا غلط معلومات کی فراہمی عقد کو فاسد کر سکتی ہے۔

سی ٹی ٹی (Consumer to Consumer) ای کامرس کا وہ ماڈل ہے جس میں عام افراد ایک دوسرے کے ساتھ براہ راست لین دین کرتے ہیں، اور اس کے لیے او ایل ایکس (OLX) پاکستان کا سب سے بڑا پلیٹ فارم بن کر ابھرا ہے۔ اس ماڈل میں استعمال شدہ اشیاء جیسے گاڑیاں، موبائل فونز، فرنیچر اور دیگر گھریلو سامان کی خرید و فروخت انتہائی آسانی کے ساتھ کی جاسکتی ہے۔ یہ پلیٹ فارم خاص طور پر ان لوگوں کے لیے مفید ہے جو سستی اشیاء کی تلاش میں ہوتے ہیں یا اپنا پرانا سامان بیچنا چاہتے ہیں۔ عالمی سطح پر سی ٹی ٹی مارکیٹ 2025 میں 3 ٹریلین ڈالر سے تجاوز کر چکی ہے۔ پاکستان میں اس ماڈل کی کامیابی کی بڑی وجہ اس کی سادگی اور مقامی سطح پر ادائیگی کے انتظامات ہیں۔ تاہم، اس میں سب سے بڑا چیلنج جعلی مصنوعات اور لین دین میں سیکیورٹی کے مسائل ہیں، جنہیں حل کرنے کے لیے پلیٹ فارمز کو مزید اقدامات کرنے کی ضرورت ہے۔

موبائل کامرس، ای کامرس کا وہ جدید رخ ہے جس نے سمارٹ فونز کے ذریعے خریداری کو ہر شخص کے لیے ممکن بنا دیا ہے۔ پاکستان میں 80 فیصد سے زائد آن لائن خریداریاں اب موبائل ایپس کے ذریعے ہوتی ہیں، جو انٹرنیٹ کی بڑھتی ہوئی رسائی اور سمارٹ فونز کی دستیابی کا نتیجہ ہے۔ 2025 میں پاکستان میں سمارٹ فون صارفین کی تعداد 20 کروڑ سے تجاوز کر چکی ہے، جبکہ تھری جی اور فوری صارفین 15 کروڑ سے زیادہ ہو گئے ہیں۔ موبائل کامرس نے خریداری کے عمل کو نہ صرف تیز کیا ہے بلکہ ڈیجیٹل والٹس (جیسے ایزی پیس اور جاز کیش) کے انضمام نے ادائیگیوں کو بھی آسان بنا دیا ہے۔ شرعی نقطہ نظر سے موبائل ایپس میں مصنوعات کی واضح ویڈیوز اور ڈیمو پیش کرنا رضامندی کو مزید پختہ کرتا ہے، بشرطیکہ وہ حقیقت پر مبنی ہوں اور صارف کے خیال عیب کے حق کو متاثر نہ کریں۔ سوشل میڈیا کامرس، جو فیس بک، انسٹاگرام اور ٹک ٹاک جیسے پلیٹ فارمز پر مبنی ہے، پاکستان میں تیزی سے مقبول ہو رہا ہے اور 2026 تک اس کے کل آن لائن ریٹیل کا 35 فیصد حصہ بننے کی توقع ہے۔ اس ماڈل نے خاص طور پر خواتین سیلرز کو بہت زیادہ بااختیار بنایا ہے، جو اب داراز جیسے پلیٹ فارمز پر 39 فیصد ریونیو کا حصہ بن رہی ہیں۔ سوشل کامرس میں لائیو سٹریمنگ اور ڈائریکٹ چیٹ کے ذریعے خریدار اور بیچنے والے کے درمیان ایک ذاتی تعلق قائم ہوتا ہے، جو روایتی دکانوں جیسا احساس دلاتا ہے۔ اسلامی معاشرے میں یہ ماڈل معاشی شمولیت بڑھانے کا ایک مثبت ذریعہ ہے کیونکہ یہ خواتین کو گھر بیٹھے حلال روزگار کے مواقع فراہم کرتا ہے۔ تاہم، سوشل میڈیا پر جعلی پروڈکٹس اور غیر شفاف ادائیگی کے طریقے اب بھی بڑے چیلنجز ہیں جن سے نمٹنا ضروری ہے۔

ڈیجیٹل معیشت میں ای کامرس ایک مرکزی ستون کی حیثیت رکھتا ہے، جو 2026 تک عالمی جی ڈی پی کا تقریباً 22 فیصد بننے کی توقع رکھتا ہے۔ پاکستان میں ای کامرس نہ صرف روزگار پیدا کر رہا ہے بلکہ برآمدات اور فری لانسنگ کے شعبوں کو بھی تقویت دے رہا ہے۔ 2025 میں پاکستان کی ڈیجیٹل معیشت میں ای کامرس کا حصہ جی ڈی پی کا 3 سے 5 فیصد تک پہنچنے کی امید ہے، جو ملکی معیشت کے استحکام کے لیے ایک نیک شگون ہے۔ حکومت کی "نیشنل ای کامرس پالیسی 2.0" اس شعبے کو منظم کرنے اور 2030 تک 20 بلین ڈالر کے ہدف کو حاصل کرنے کے لیے وضع کی گئی ہے۔ شرعی طور پر یہ معاشی سرگرمیاں اسی وقت مبارک ہو سکتی ہیں جب یہ عدل، امانت اور معاشرتی بھلائی کے مقاصد کو پورا کریں اور ربا (سود) وغیر (دھوکہ) سے پاک ہوں۔

ای کامرس کے شعبے میں مہارت حاصل کرنے کے لیے اس کی بنیادی اصطلاحات سے آگاہی لازمی ہے۔ ان میں بی ٹی ٹی (Business to Business)،

بینٹ گیٹ وے، شینگ، اور لاجسٹکس شامل ہیں۔ بینٹ گیٹ وے وہ محفوظ راستہ ہے جو آن لائن ادائیگی کو یقینی بناتا ہے، جبکہ لاجسٹکس کا مطلب مال کو گودام سے صارف کی دہلیز تک پہنچانا ہے۔ پاکستان میں سب سے مقبول طریقہ "کیش آن ڈیلیوری (COD)" ہے، جس میں گاہک مال ملنے پر رقم ادا کرتا ہے۔ شرعی اعتبار سے یہ طریقہ "بیع بالتعاطی" کی ایک شکل ہے جو کہ عام طور پر جائز تسلیم کی جاتی ہے۔ اس کے علاوہ ایفیلی ایٹ مارکیٹنگ (Affiliate Marketing) کا تصور بھی عام ہے جہاں تشہیر کے عوض کمیشن دیا جاتا ہے، جس کی شرعی حیثیت کام کی نوعیت اور شفافیت پر منحصر ہوتی ہے۔

پاکستان کی ای کامرس مارکیٹ میں "کیش آن ڈیلیوری (COD)" سب سے زیادہ مقبول طریقہ کار ہے، جو تقریباً 90 فیصد آن لائن ٹرانزیکشنز کا احاطہ کرتا ہے۔ اس کی بنیادی وجہ صارفین کا ڈیجیٹل ادائیگیوں پر عدم اعتماد اور سامان کی کوالٹی کے حوالے سے پائے جانے والے خدشات ہیں۔ خریدار چاہتے ہیں کہ وہ پروڈکٹ کو ہاتھ میں لینے اور اس کا معائنہ کرنے کے بعد ہی اپنی محنت کی کمائی ادا کریں۔ یہ نظام اگرچہ خریدار کے لیے محفوظ ہے، لیکن فروخت کنندگان (Sellers) کے لیے چیلنجنگ ہے کیونکہ اس میں آرڈر کی واپسی (Returns) کی شرح زیادہ ہوتی ہے اور رقم کی وصولی میں وقت لگتا ہے۔ شرعی نقطہ نظر سے، "COD بیع بالثمن الموجل" (ادھار قیمت پر سودا) یا "بیع التعاطی" کے زمرے میں آتا ہے، جہاں عقد اس وقت مکمل ہوتا ہے جب سامان وصول کر لیا جائے۔ اس طریقہ کار نے پاکستان میں ای کامرس کی ابتدائی بنیادیں رکھنے میں کلیدی کردار ادا کیا ہے، کیونکہ اس نے بینکنگ چینلز سے محروم آبادی کو بھی آن لائن خریداری کے دھارے میں شامل کر دیا ہے۔

پاکستان میں مالیاتی شمولیت (Financial Inclusion) کو بڑھانے میں جاز کیش (JazzCash) اور ایسی پیسہ (EasyPaisa) جیسے ڈیجیٹل والٹس نے انقلابی کردار ادا کیا ہے۔ 2025 تک پاکستان میں موبائل والٹ صارفین کی تعداد کروڑوں میں پہنچ چکی ہے، جس سے ای کامرس پلیٹ فارمز پر ادائیگیوں کا عمل آسان ہو گیا ہے۔ یہ والٹس نہ صرف آن لائن خریداری بلکہ بلوں کی ادائیگی، ٹکٹ بکنگ اور چھوٹے قرضوں کی سہولت بھی فراہم کر رہے ہیں۔ ای کامرس سائنٹس نے ان والٹس کے ساتھ انضمام کر کے صارفین کو ڈسکاؤنٹ اور کیش بیک کی ترغیب دی ہے تاکہ کیش آن ڈیلیوری پر انحصار کم کیا جاسکے۔ شرعی اعتبار سے، ان والٹس میں رقم رکھنا "قرض" یا "امانت" کی صورت ہو سکتی ہے، اور ان پر ملنے والے اضافی فوائد (بونس یا منٹس) کی شرعی حیثیت کے حوالے سے فقہاء نے مختلف آراء دی ہیں، جن میں سود سے بچنا بنیادی شرط ہے۔

پاکستان عالمی سطح پر فری لانسنگ کے میدان میں چوتھے بڑے ملک کے طور پر ابھرا ہے، اور اس کا ای کامرس کے ساتھ گہرا تعلق ہے۔ فری لانسرز نہ صرف بین الاقوامی ای کامرس کمپنیوں (جیسے ایبیزون اور ای بے) کے لیے ورچوئل اسسٹنٹ کے طور پر کام کر رہے ہیں بلکہ وہ پاکستان میں ڈیجیٹل مصنوعات اور سافٹ ویئر کی فروخت بھی کر رہے ہیں۔ 2024-25 میں پاکستانی فری لانسرز نے اربوں ڈالر کا زر مبادلہ ملک میں لایا، جس کا ایک بڑا حصہ ای کامرس سے متعلق خدمات (گرافک ڈیزائننگ، ویب ڈویلپمنٹ اور ڈیجیٹل مارکیٹنگ) سے حاصل ہوا۔ یہ شعبہ پاکستانی نوجوانوں کو خود روزگاری کے مواقع فراہم کر رہا ہے، جو کہ معاشی استحکام کے لیے انتہائی اہم ہے۔ شرعی طور پر، خدمات کی فراہمی کے بدلے اجرت لینا "اجارہ" کے اصولوں کے تحت جائز ہے، بشرطیکہ کام کی نوعیت غیر شرعی نہ ہو اور اجرت واضح طور پر طے شدہ ہو۔

ای کامرس کی کامیابی کا دار و مدار ایک مضبوط لاجسٹکس نیٹ ورک پر ہوتا ہے، جو سامان کو گودام سے صارف تک بروقت پہنچا سکے۔ پاکستان میں کوریئر کمپنیوں جیسے ٹی سی ایس، لیپر ڈز اور ایم اینڈ پی نے ای کامرس کے لیے خصوصی ونگز قائم کیے ہیں، لیکن دیہی علاقوں تک رسائی اور ترسیل کے دوران سامان کی حفاظت اب بھی ایک بڑا چیلنج ہے۔ "لاسٹ مائل ڈیلیوری (Last-mile delivery)" ای کامرس کا سب سے مہنگا اور پیچیدہ مرحلہ ہے، جہاں ایڈریس کی عدم

دستیابی اور ٹریڈنگ کے مسائل لاگت میں اضافہ کرتے ہیں۔ شرعی نقطہ نظر سے، لاجسٹکس کمپنی ایک "امین (Trustee)" کی حیثیت رکھتی ہے، اور سامان کی خرابی یا گمشدگی کی صورت میں ذمہ داری کا تعین عقد کے شرائط کے مطابق ہونا چاہیے۔ ایک موثر سپلائی چین نہ صرف اخراجات کم کرتی ہے بلکہ صارفین کے اطمینان اور اعتماد میں بھی اضافہ کرتی ہے۔

مصنوعی ذہانت (Artificial Intelligence) ای کامرس کے منظر نامے کو تیزی سے تبدیل کر رہی ہے، جس سے صارفین کے تجربات کو شخصی (Personalized) بنایا جا رہا ہے۔ پاکستان میں بھی بڑے ای کامرس پلیٹ فارمز اب AI الگورتھم استعمال کر رہے ہیں تاکہ صارفین کو ان کی پسند کے مطابق مصنوعات تجویز کی جاسکیں اور چیٹ بوٹس کے ذریعے فوری کسٹمر سپورٹ فراہم کی جاسکے۔ AI کے ذریعے انوینٹری مینجمنٹ اور طلب کا اندازہ لگانا آسان ہو گیا ہے، جس سے کاروباری نقصانات میں کمی آئی ہے۔ تاہم، AI کا استعمال کرتے ہوئے صارفین کے ڈیٹا کی پرائیویسی اور الگورتھم کی شفافیت ایک اہم اخلاقی اور قانونی مسئلہ بن چکا ہے۔ شرعی نقطہ نظر سے، ٹیکنالوجی کا استعمال مباح ہے، لیکن اس کے ذریعے کسی قسم کی دھوکہ دہی یا "نجش" (مصنوعی طریقے سے طلب بڑھانا) کی ممانعت ہے، تاکہ بازار میں عدل برقرار رہے۔

ای کامرس کی ترقی کے ساتھ ساتھ سائبر حملوں اور ڈیٹا چوری کے خطرات میں بھی نمایاں اضافہ ہوا ہے۔ صارفین کی ذاتی معلومات، جیسے نام، فون نمبر، اور بینک کارڈ کی تفصیلات، ہیکرز کا بنیادی ہدف ہوتی ہیں۔ پاکستان میں "پروپینشن آف الیکٹرانک گرانٹ ایکٹ (PECA)" جیسے قوانین موجود ہیں، لیکن ان پر عملدرآمد اور آگاہی کی کمی ایک بڑا مسئلہ ہے۔ ای کامرس ویب سائٹس کے لیے SSL سرٹیفکیٹ اور انکرپشن کا استعمال لازمی ہے تاکہ لین دین کو محفوظ بنایا جاسکے۔ شرعی طور پر، صارف کی معلومات ایک "امانت" ہیں اور ان کا بغیر اجازت استعمال یا فروخت کرنا خیانت کے زمرے میں آتا ہے۔ ڈیجیٹل دنیا میں اعتماد کی بحالی کے لیے سائبر سیکیورٹی کے مضبوط ڈھانچے کی ضرورت ہے، ورنہ معمولی سی کو تاہی بڑے مالی اور ساکھ کے نقصان کا سبب بن سکتی ہے۔

پاکستان میں ای کامرس کو ریگولیٹ کرنے کے لیے ایف بی آر (FBR) اور صوبائی ریونیو اتھارٹیز نے مختلف ٹیکسز عائد کیے ہیں، جن میں سیلز ٹیکس اور ود ہولڈنگ ٹیکس شامل ہیں۔ حکومت کی "نیشنل ای کامرس پالیسی" کا مقصد اس شعبے کو دستاویزی شکل دینا اور ٹیکس نیٹ میں لانا ہے، لیکن ٹیکس کی شرح میں بار بار تبدیلی اور رجسٹریشن کے پیچیدہ طریقہ کار نے چھوٹے سیلز (SMEs) کے لیے مشکلات پیدا کی ہیں۔ 18 فیصد جی ایس ٹی کی وجہ سے مصنوعات کی قیمتیں بڑھ جاتی ہیں، جو کہ براہ راست صارف پر اثر انداز ہوتی ہیں۔ شرعی طور پر، ریاست کو جائز ضروریات کے لیے مناسب ٹیکس لگانے کا حق حاصل ہے، لیکن یہ ٹیکس منصفانہ ہونا چاہیے اور کاروبار کی ترقی میں رکاوٹ نہیں بننا چاہیے۔ ایک واضح ریگولیٹری فریم ورک سرمایہ کاروں کے اعتماد میں اضافہ کرتا ہے اور غیر قانونی سرگرمیوں کو روکنے میں مدد دیتا ہے۔

ای کامرس نے پاکستان میں صنفی امتیاز کو کم کرنے اور خواتین کو معاشی طور پر بااختیار بنانے میں غیر معمولی کردار ادا کیا ہے۔ فیس بک، انسٹاگرام اور واٹس ایپ کے ذریعے ہزاروں خواتین گھر بیٹھے کپڑے، جیولری، اور کھانے پینے کی اشیاء فروخت کر رہی ہیں۔ داراز (Daraz) جیسے پلیٹ فارمز پر "شی لوز ای کامرس" جیسے پروگرامز نے خواتین سیلز کی حوصلہ افزائی کی ہے، جس کی وجہ سے ان کاروباریوں میں حصہ مسلسل بڑھ رہا ہے۔ یہ ماڈل اسلامی معاشرتی اقدار کے مطابق خواتین کو پردے اور گھر کی ذمہ داریوں کے ساتھ حلال آمدنی کا موقع فراہم کرتا ہے۔ خواتین کی اس معاشی شمولیت سے نہ صرف ان کے خاندانوں کی مالی حالت بہتر ہو رہی ہے بلکہ ملکی جی ڈی پی میں بھی مثبت اضافہ ہو رہا ہے، جو کہ ایک خوش آئند پہلو ہے۔

پاکستان میں ای کامرس کی راہ میں سب سے بڑی رکاوٹ "اعتماد کا فقدان (Trust Deficit)" ہے، جو کہ غلط مصنوعات کی ترسیل اور ریٹرن پالیسیوں کی

عدم موجودگی کی وجہ سے پیدا ہوا ہے۔ اکثر صارفین کو وہ چیز موصول نہیں ہوتی جو تصویر میں دکھائی جاتی ہے، جس سے آن لائن خریداری کے پورے تصور پر منفی اثر پڑتا ہے۔ اس مسئلے کے حل کے لیے "کسٹمر پروٹیکشن لاز" کو سخت کرنے اور سیلرز کی ریٹنگ کے نظام کو شفاف بنانے کی ضرورت ہے۔ شرعی طور پر، یہ عمل "غش" (دھوکہ دہی) ہے جس کی سخت ممانعت آئی ہے۔ فروخت کنندہ پر لازم ہے کہ وہ بیع کے تمام عیوب واضح کرے، اور خریدار کو "خیار عیب" اور "خیار رویت" کا حق دیا جائے تاکہ لین دین میں شفافیت اور برکت برقرار رہے۔

پاکستان ایک زرعی ملک ہے اور ای کامرس اب زراعت کے شعبے میں بھی قدم جما رہا ہے، جسے "ایگری کامرس" کہا جاتا ہے۔ کسان اب اپنی فصلیں، بیج اور کھاد براہ راست ایپس کے ذریعے خرید و فروخت کر رہے ہیں، جس سے درمیانی آدمی (آڑھتی) کا استحصال کم ہو رہا ہے۔ مختلف اسٹارٹ اپس کسانوں کو براہ راست شہری صارفین اور فیکٹریوں سے جوڑ رہے ہیں، جس سے کسان کو بہتر قیمت مل رہی ہے اور صارفین کو تازہ اشیاء۔ شرعی طور پر، زراعت میں بیع سلم (پیشگی ادائیگی پر بعد میں فصل کی فراہمی) کا تصور موجود ہے، جسے ایگری کامرس کے ذریعے جدید خطوط پر استوار کیا جاسکتا ہے۔ یہ شعبہ پاکستان کی معیشت میں ریڑھ کی ہڈی کی حیثیت رکھتا ہے اور اس میں ڈیجیٹل ٹیکنالوجی کا انضمام غربت کے خاتمے میں اہم ثابت ہو سکتا ہے۔

اسلامی فقہ میں "خیار رویت" (دیکھ کر فیصلہ کرنے کا اختیار) آن لائن تجارت میں ایک کلیدی حیثیت رکھتا ہے۔ چونکہ ای کامرس میں خریدار عقد کے وقت بیع (چیز) کو جسمانی طور پر نہیں دیکھ پاتا، اس لیے شریعت اسے یہ حق دیتی ہے کہ وہ چیز موصول ہونے پر اس کا معائنہ کرے اور اگر وہ تفصیلات کے مطابق نہ ہو تو اسے واپس کر دے۔ جدید ای کامرس ویب سائٹس پر موجود "7 Days Return Policy" یا "Check and Pay" کی سہولیات دراصل اسی شرعی حق کی ایک جدید شکل ہیں۔ یہ حق خریدار کو "غرر" (دھوکے یا غیر یقینی صورتحال) سے بچاتا ہے اور مارکیٹ میں اعتماد کی فضا پیدا کرتا ہے۔ ریسرچ کے مطابق، جن پلیٹ فارمز پر واپسی کی پالیسی واضح ہوتی ہے، وہاں صارفین کی خریداری کا رجحان 40 فیصد زیادہ ہوتا ہے، جو اس شرعی اصول کی معاشی افادیت کا ثبوت ہے۔

آن لائن معاہدوں کی قانونی چٹنگی کے لیے الیکٹرانک دستخط (Digital Signatures) کا استعمال ایک ناگزیر ضرورت بن چکا ہے۔ پاکستان کے "الیکٹرانک ٹرانزیکشنز آرڈیننس 2002" کے تحت ڈیجیٹل دستخطوں کو روایتی دستخطوں کے برابر قانونی حیثیت دی گئی ہے۔ یہ ٹیکنالوجی انکرپشن کے ذریعے اس بات کو یقینی بناتی ہے کہ معاہدے میں بعد ازاں کوئی تبدیلی نہ کی جاسکے اور فریقین اپنے کیے گئے وعدے سے منحرف نہ ہوں۔ شرعی نقطہ نظر سے، "کتابت" (تحریر) کو بھی "خطاب" (کلام) کی طرح معتبر مانا جاتا ہے، لہذا ای میلز یا ڈیجیٹل کلک کے ذریعے کیے گئے معاہدات شرعاً نافذ العمل ہوتے ہیں، بشرطیکہ ایجاب و قبول واضح ہو اور فریقین اہل ہوں۔

پاکستان میں صارفین کے حقوق کے تحفظ کے لیے صوبائی سطح پر "کنزیومر پروٹیکشن کونسلز" قائم ہیں، جو آن لائن فراڈ اور ناقص مصنوعات کی شکایت وصول کرتی ہیں۔ ای کامرس کے دور میں صارف کو یہ تحفظ حاصل ہونا ضروری ہے کہ اگر اسے اشتہار کے برعکس چیز دی جائے یا قیمت میں ہیرا پھیری کی جائے تو اسے قانونی ریلیف ملے۔ 2025 کے اعداد و شمار کے مطابق، ایف آئی اے (FIA) کے سائبر کرائم ونگ کو موصول ہونے والی شکایات میں 30 فیصد اضافہ ای کامرس سے متعلق تھا۔ اسلامی اخلاقیات "نصیحت" (خیر خواہی) کا حکم دیتی ہیں، جس کا مطلب ہے کہ بائع کو چاہیے کہ وہ گاہک کو پروڈکٹ کی خامیوں سے آگاہ کرے، ورنہ ایسی تجارت سے برکت اٹھ جاتی ہے۔

بی ٹو بی (Business to Business) ای کامرس کا ماڈل ہول سیلرز اور مینوفیکچررز کے لیے ریڑھ کی ہڈی کی حیثیت رکھتا ہے۔ پاکستان میں "علی بابا"

(Alibaba) جیسے بین الاقوامی اور مقامی سطح پر "بازار (Bazaar)" اور "جنگی (Jugnu)" جیسے پلیٹ فارمز خوردہ فروشوں کو براہ راست کمپنیوں سے جوڑ رہے ہیں۔ اس سے سپلائی چین میں موجود غیر ضروری درمیانی آدمی (Middleman) کا خاتمہ ہوتا ہے اور اشیاء کی قیمتوں میں کمی آتی ہے۔ 2029 تک عالمی بی ٹی بی مارکیٹ کا حجم 36 ٹریلین ڈالر تک پہنچنے کا تخمینہ ہے۔ شرعی طور پر بڑے پیمانے کی یہ تجارت "بیع منصفانہ" کے اصولوں پر ہونی چاہیے تاکہ چھوٹی صنعتوں کا استحصال نہ ہو اور دولت کی گردش چند ہاتھوں تک محدود نہ رہے۔

ای کامرس کی کامیابی کا دارومدار ڈیجیٹل مارکیٹنگ پر ہے، لیکن اس کے کچھ اخلاقی پہلو بھی ہیں جن پر بحث ضروری ہے۔ اکثر اوقات کلک بیٹ (Click-bait) یا مبالغہ آرائی پر مبنی اشتہارات کے ذریعے صارفین کو راغب کیا جاتا ہے، جو شرعی طور پر "تدلیس" (دھوکہ دہی) کے زمرے میں آتا ہے۔ اشتہار میں سچائی اور امانت کا دامن ہاتھ سے نہیں چھوڑنا چاہیے۔ شریعت اس بات کی اجازت نہیں دیتی کہ ایسی چیز کی تشہیر کی جائے جو حقیقت میں موجود نہ ہو یا اس کے اوصاف کو جھوٹا بنا کر پیش کیا جائے۔ پاکیزہ تجارت وہی ہے جہاں تشہیر صرف آگاہی کے لیے ہو، نہ کہ صارف کو اور غلامانے کے لیے۔

ای کامرس میں اکثر کمپنیاں "ڈراپ شپنگ (Drop-shipping)" کا ماڈل اختیار کرتی ہیں، جہاں وہ چیز اپنے پاس موجود نہ ہونے کے باوجود فروخت کرتی ہیں۔ یہاں شرعی مسئلہ "بیع قبل القبض" (قبضے سے پہلے فروخت) کا پیدا ہوتا ہے۔ فقہائے کرام کے مطابق، ایسی صورت میں بائع کو چاہیے کہ وہ یا تو چیز کو اپنے قبضے میں لائے، یا پھر اسے "بیع سلام" کے اصولوں کے تحت فروخت کرے، یا "وکیل" کے طور پر کام کرے۔ اگر ان شرائط کو مد نظر نہ رکھا جائے تو ایسی بیع غرر کی وجہ سے ناجائز ہو سکتی ہے۔ جدید گوداموں اور سمارٹ انوینٹری سسٹم نے اس مسئلے کو کافی حد تک حل کر دیا ہے کیونکہ اب بائع کو بیع کی موجودگی کا فوری علم ہوتا ہے۔

جدید ای کامرس پلیٹ فارمز "ڈائنامک پرائسنگ" استعمال کرتے ہیں، جہاں قیمتیں طلب اور رسد کے مطابق لمحہ بہ لمحہ تبدیل ہوتی ہیں۔ اگرچہ یہ معاشی طور پر مفید ہے، لیکن بعض اوقات یہ "گراں فروشی" یا "اجارہ داری" کا باعث بن سکتی ہے۔ شریعت میں قیمتوں کے تعین کی آزادی ہے، لیکن مارکیٹ میں مصنوعی قلت پیدا کر کے قیمت بڑھانا (احتکار) حرام ہے۔ ای کامرس ویب سائٹس کو چاہیے کہ وہ قیمتوں میں شفافیت رکھیں تاکہ صارفین کو یہ احساس نہ ہو کہ ان کے ساتھ امتیازی سلوک کیا گیا ہے۔ قیمتوں کا واضح تعین عقد بیع کی بنیادی شرط ہے، جس کے بغیر معاہدہ فاسد ہو جاتا ہے۔

ای کامرس ویب سائٹس کو چلانے کے لیے کلاؤڈ کمپیوٹنگ ایک بنیادی ضرورت بن چکی ہے۔ یہ ٹیکنالوجی ویب سائٹس کو ٹریفک کے دباؤ کے مطابق پھیلنے اور ڈیٹا کو محفوظ رکھنے کی سہولت دیتی ہے۔ پاکستان میں ڈیٹا سینٹرز کے قیام سے مقامی ای کامرس کو بہت تقویت ملے گی کیونکہ اس سے ویب سائٹ لوڈنگ سپیڈ بہتر ہوگی اور ڈیٹا کی ملکیت ملک کے اندر رہے گی۔ شرعی نقطہ نظر سے، ٹیکنالوجی کا یہ بنیادی ڈھانچہ "خیر" کے زمرے میں آتا ہے کیونکہ یہ لوگوں کی زندگیوں میں آسانی پیدا کرتا ہے، بشرطیکہ اسے غیر اخلاقی یا غیر شرعی مصنوعات کے فروغ کے لیے استعمال نہ کیا جائے۔

ای کامرس براہ راست اقوام متحدہ کے پائیدار ترقی کے اہداف (SDGs) کے حصول میں مددگار ہے۔ یہ دور افتادہ علاقوں کے لوگوں کو عالمی منڈیوں تک رسائی فراہم کر کے غربت کے خاتمے کا ذریعہ بنتا ہے۔ پاکستان جیسے ترقی پذیر ملک میں، جہاں فریکل انفراسٹرکچر کی کمی ہے، ای کامرس ایک "ورچوئل انفراسٹرکچر" فراہم کرتا ہے۔ اسلامی معاشی نظام کا مقصد بھی دولت کی منصفانہ تقسیم اور معاشرے کے پسے ہوئے طبقات کو اوپر لانا ہے، اور ای کامرس اس مقصد کے حصول کے لیے ایک بہترین جدید ہتھیار ثابت ہو رہا ہے۔

بلاک چین ٹیکنالوجی ای کامرس کے مستقبل کو مزید محفوظ اور شفاف بنانے کی صلاحیت رکھتی ہے۔ اس کے ذریعے سپلائی چین کی مکمل نگرانی ممکن ہے، جس

سے جعلی مصنوعات کا خاتمہ ہو سکتا ہے۔ "سمارٹ کنٹریکٹس" کے ذریعے ادائیگیاں خود کار طریقے سے تبھی ہوں گی جب خریدار کو سامان موصول ہو جائے گا، جس سے اعتماد کا مسئلہ مکمل طور پر حل ہو جائے گا۔ شرعی طور پر ایسی ٹیکنالوجی جو دھوکہ دہی کو ختم کرے اور شفافیت لائے، انتہائی مستحسن ہے۔ بلاک چین کے ذریعے ڈیجیٹل اثاثوں کی تجارت بھی آسان ہو جائے گی، جو ای کامرس کو ایک نئی جہت میں لے جائے گی۔

آن لائن خریداری کے دوران صارفین کا حساس ڈیٹا کمپنیوں کے پاس محفوظ ہوتا ہے۔ موجودہ دور میں ڈیٹا کی چوری یا اسے تیسری پارٹی کو بغیر اجازت فروخت کرنا ایک بڑا جرم بن چکا ہے۔ شرعی نقطہ نظر سے، گاہک کی معلومات ایک "امانت" ہیں اور ان کی حفاظت کرنا کمپنی کی ذمہ داری ہے۔ اگر کوئی کمپنی صارف کا ڈیٹا بیچتی ہے تو یہ "خیانت" کے زمرے میں آتا ہے۔ تحقیقی اعداد و شمار بتاتے ہیں کہ 2025 میں ڈیٹا لیک ہونے کی وجہ سے عالمی ای کامرس کو اربوں ڈالر کا نقصان اٹھانا پڑا۔ ای کامرس پلیٹ فارمز کو صرف ٹیکنالوجی ہی نہیں بلکہ اخلاقی و شرعی اقدار کو بھی مد نظر رکھنا چاہیے۔

ای کامرس کی تیزی سے بڑھتی ہوئی صنعت نے جہاں سہولتیں پیدا کی ہیں، وہاں ماحولیاتی مسائل بھی پیدا کیے ہیں۔ مصنوعات کی پیکنگ میں پلاسٹک کا بے تحاشہ استعمال اور ترسیل کے لیے استعمال ہونے والی گاڑیوں کا دھواں کرہ ارض کو نقصان پہنچا رہا ہے۔ اب دنیا بھر میں "گرین ای کامرس" کا تصور ابھر رہا ہے۔ اسلام "نہ نقصان اٹھاؤ نہ پہنچاؤ" کا درس دیتا ہے، اس لیے ای کامرس کمپنیوں پر یہ ذمہ داری عائد ہوتی ہے کہ وہ اپنے منافع کے لیے ماحول کو داؤ پر نہ لگائیں۔ پائیدار ترقی کے لیے ضروری ہے کہ پائیدار طریقے اپنائے جائیں۔

آن لائن مارکیٹ میں کسی پروڈکٹ کی مقبولیت کا اندازہ اس کی "ریٹنگ" سے لگایا جاتا ہے۔ بد قسمتی سے، بہت سی کمپنیاں پیسے دے کر جعلی ریویوز لکھواتی ہیں۔ شریعت میں اس عمل کو "بخش" کہا گیا ہے، جس سے سختی سے منع کیا گیا ہے۔ حضور اکرم ﷺ نے بیع بخش سے منع فرمایا ہے کیونکہ اس میں خریدار کو دھوکہ دے کر غلط فیصلے پر مجبور کیا جاتا ہے۔ ای کامرس پلیٹ فارمز کو چاہیے کہ وہ ریویوز کے نظام کو شفاف بنائیں اور صرف ان صارفین کو تبصرے کی اجازت دیں جنہوں نے واقعی وہ چیز خریدی ہو۔

ای کامرس کی کامیابی کا دار و مدار پرکشش اشتہارات پر ہوتا ہے، لیکن اکثر اوقات اشتہارات میں دکھائی گئی چیز اور موصول ہونے والی چیز میں بڑا فرق ہوتا ہے۔ گرافک ڈیزائننگ کے ذریعے مصنوعات کے عیوب کو چھپانا "تدلیس" کہلاتا ہے۔ شرعی طور پر بائع پر لازم ہے کہ وہ چیز کی اصل حالت بیان کرے۔ اگر اشتہار گمراہ کن ہو تو خریدار کو عقد ختم کرنے کا پورا حق حاصل ہوتا ہے۔ اشتہارات صرف معلومات کی فراہمی کا ذریعہ ہونے چاہئیں، نہ کہ صارف کو ورغلائے کا۔ سچائی ہی طویل مدتی کامیابی کی ضمانت ہے۔

ای کامرس نے پاکستان کے پسماندہ علاقوں کے ہنرمندوں کو عالمی منڈی تک رسائی فراہم کی ہے۔ ملتان کی نیلی ٹائلیں ہوں یا ہاتھ سے بنے جوتے، اب یہ مصنوعات عالمی سطح پر فروخت ہو رہی ہیں۔ یہ عمل معاشی انصاف کی ایک صورت ہے جہاں محنت کش کو اس کا جائز صلہ مل رہا ہے۔ اسلام محنت کش کی حوصلہ افزائی کرتا ہے۔ ای کامرس کے ذریعے دولت کی منصفانہ تقسیم ممکن ہو رہی ہے کیونکہ اب ایک چھوٹا کارنگر بھی بڑے برانڈز کے مقابلے میں اپنی چیز بیچ سکتا ہے، جس سے دیہی غربت میں کمی آئے گی۔

پاکستان میں آن لائن فراڈ میں غیر معمولی اضافہ ہوا ہے۔ ہیکرز جعلی ویب سائٹس بنا کر لوگوں کی جمع پونجی لوٹ لیتے ہیں۔ ایف آئی اے کا سائبر کرائم ونگ اس حوالے سے قانونی کارروائیاں کرتا ہے، لیکن عوامی آگاہی کی کمی ہے۔ شرعی اعتبار سے چوری اور دھوکہ دہی کی سزا بہت سخت ہے، چاہے وہ ڈیجیٹل ہو۔ حکومت کو چاہیے کہ وہ سائبر سیکورٹی کے قوانین کو مزید سخت بنائے تاکہ مجرموں کو سزا مل سکے۔ ایک محفوظ ڈیجیٹل ماحول ہی ای کامرس کی پائیدار ترقی کے

لیے بنیاد فراہم کر سکتا ہے۔

آن لائن خریداری میں اکثر "ابھی خریدیں، بعد میں ادائیگی کریں" جیسے طریقے استعمال ہوتے ہیں، جن میں تاخیر پر جرمانہ یا سود وصول کیا جاتا ہے۔ اگر یہ اضافی رقم شرط کے طور پر لی جائے تو یہ "ربا" ہے جو کہ اسلام میں حرام ہے۔ ای کامرس کمپنیوں کو اسلامی مالیاتی اصولوں کے مطابق متبادل متعارف کرانے چاہئیں۔ قسطوں پر خریداری کے وقت قیمت کا پہلے سے تعین لازمی ہے۔ ریسرچ کا تقاضا ہے کہ ہم جدید مالیاتی نظاموں کو شریعت کے ترازو میں تولیں تاکہ معیشت کو سودی لعنت سے پاک رکھا جاسکے۔

لاجسٹکس کمپنیاں ای کامرس کے نظام میں "امین" کی حیثیت رکھتی ہیں۔ ان کی ذمہ داری ہے کہ وہ سامان کو صحیح سلامت پہنچائیں۔ اگر ترسیل کے دوران سامان ٹوٹ جائے تو نقصان کی ذمہ داری کا تعین عقد کی شرائط کے مطابق ہونا چاہیے۔ شریعت میں امانت کی ادائیگی پر بہت زور دیا گیا ہے۔ ڈیلیوری کے دوران سامان کی تبدیلی کے واقعات صارفین کے اعتماد کو ٹھیس پہنچاتے ہیں۔ کمپنیوں کو چاہیے کہ وہ ٹریکنگ سسٹم کو بہتر بنائیں اور ملازمین کی تربیت کریں تاکہ صارف کا مال محفوظ رہے۔

ٹیکنالوجی کے فوائد کے ساتھ ساتھ اس کے سماجی خطرات بھی ہیں، جیسے کہ غیر اخلاقی مصنوعات کی فروخت۔ انٹرنیٹ پر ایسی اشیاء کی تشہیر نوجوان نسل کے اخلاق کو بگاڑ سکتی ہے۔ اسلامی ریاست اور ریگولیٹری اداروں کی ذمہ داری ہے کہ وہ ایسے مواد کی نگرانی کریں اور ان پر پابندی لگائیں جو معاشرتی اقدار کے خلاف ہوں۔ تجارت صرف نفع کمانے کا نام نہیں بلکہ یہ معاشرتی اصلاح کا ذریعہ بھی ہونی چاہیے۔ ای کامرس کو حلال اور پاکیزہ اشیاء کے فروغ کے لیے استعمال کرنا چاہیے۔

خلاصہ کلام یہ کہ ای کامرس عصر حاضر کی ضرورت ہے، لیکن اس کی کامیابی شرعی اصولوں پر عمل پیرا ہونے میں ہی مضمر ہے۔ مستقبل کا ای کامرس آرٹیفیشل انٹیلی جنس اور شفافیت پر مبنی ہوگا، جو کہ اسلامی نظام معیشت کے تقاضوں کے عین مطابق ہو سکتا ہے۔ اگر ہم غرر، سود اور دھوکہ دہی کا خاتمہ کر دیں تو ای کامرس پاکستان کی تقدیر بدل سکتا ہے۔ حکومت، علماء اور تاجروں کو مل کر ایک ایسا فریم ورک تیار کرنا چاہیے جو جدیدیت اور مذہب کا حسین امتزاج ہو تاکہ ایک بابرکت معیشت کی بنیاد رکھی جاسکے۔

حوالہ جات:

1. احمد، خالد محمود (2021)۔ اسلامی معاشیات کے اصول و مبادیات۔ لاہور: ادارہ اسلامیات۔
2. القرضاوی، یوسف (2001)۔ الحلال والحرام فی الاسلام۔ قاہرہ: دار الشروق۔
3. شفیع، محمد تقی۔ (2019)۔ اسلامی بینکاری اور مالیات۔ کراچی: مکتبہ معارف القرآن۔
4. چوہدری، محمد اقبال (2020)۔ پاکستان میں ڈیجیٹل معیشت کا ارتقاء۔ اسلام آباد: ہائر ایجوکیشن کمیشن۔
5. اسٹیٹ بینک آف پاکستان (2023)۔ پاکستان میں ڈیجیٹل پیمنٹس کی سالانہ رپورٹ۔ کراچی: SBP
6. پاکستان بیورو آف اسٹیٹسٹکس (2022)۔ اکنامک سروے آف پاکستان۔ اسلام آباد: حکومت پاکستان۔
7. علی، رضوان احمد (2022)۔ "ای کامرس اور اسلامی فقہ: ایک تحقیقی جائزہ"۔ اسلامک اسٹڈیز جرنل، 15(2)، 45-67۔
8. خان، زاہد حسین (2021)۔ "آن لائن تجارت اور شرعی مسائل"۔ مجلہ الشریعہ، 10(1)، 89-110۔