

بازار مطلوب، رقابت کامل

چکیده

مبادله، یکی از اصلی‌ترین نیازهای بشر بوده و هست. بازار نهادی است که امکان مبادله را فراهم می‌کند. با وجود این که مسائل مطرح شده در اقتصاد خیلی گسترده هستند، مسائل مربوط به بازار ویژگی خاصی دارند و تمام قسمت‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهند. در بازار، عرضه و تقاضا در برابر هم قرار می‌گیرند و با تعیین قیمت، نحوه تخصیص منابع و چگونگی توزیع را معین می‌کنند. امروزه بازارها اعم از بازار کالاها و خدمات، بازار عوامل و بازار منابع خیلی گسترده شده‌اند. این بازارها در بیش‌تر کشورها تحت تاثیر نظریات اقتصاد سرمایه‌داری عمل می‌کنند و نقش بازار در نظام مزبور به قدری بالا است که از آن به «اقتصاد بازار» نیز یاد می‌کنند؛ از این رو، یکی از امور ضروری شناخت دیدگاه‌های اقتصاد سرمایه‌داری است. در مورد بازار با توجه به دیدگاهی که در مورد مبانی آن ارائه می‌شود مهم‌ترین عنصر منبایی بازار، عنصر رقابت است که از زمان نخستین اقتصاددانان کلاسیک تا کنون تفسیر گوناگونی از آن شده است. از طرفی ما مسلمانان به جامعیت اسلام اعتقاد داریم و معتقدیم که اسلام در زمینه‌های گوناگون برنامه‌های خاص خود را دارد. مقاله حاضر بر آن است که تا حد ممکن به ارزیابی بازار سرمایه داری با تأکید بر عنصر رقابت بپردازد؛ سپس به صورت مختصر آموزه‌های اسلام در این زمینه را بیان کند.

واژگان کلیدی: بازار، رقابت، رقابت کامل، انحصار، اقتصاد بازار، قیمت، قیمت عادلانه، منافع شخصی، بازار رقابت سالم، بازار تعاون همگانی.

تعریف بازار

برای بازار تعاریف فراوانی در متون اقتصادی به چشم می‌خورد که می‌توان گفت: یکی از علل تفاوت آن‌ها تلقی گوناگون گویندگان این تعاریف از مفهوم بازار است.

این‌جا چند نمونه از این تعاریف را با توضیح مختصری باز می‌گوییم:

۱. بازار مکان و یا موقعیتی است که در آن خریداران و فروشندگان، کالاها و خدمات و منابع را خرید و فروش می‌کنند. برای هر کالا، خدمت یا منبعی که در اقتصاد خرید و فروش می‌شود، بازاری وجود دارد (سالواتوره، ۱۳۷۲: ص ۱۰).

این تعریف دو ویژگی دارد:

أ. بازار را به مکان یا موقعیت تعریف کرده است. این تعریف هم با بازارهای امروزی سازگار است

و هم با بازارهای اولیه در زمانهای قدیم که اقتصاد بسیار ساده بود و مردم برای مبادله کالاها در مکان‌های خاصی گرد هم جمع می‌شدند.

ب. ویژگی دوم این تعریف این است که عام است و شامل بازار کالاها و خدمات و منابع می‌شود.

۲. بازار عبارت از شبکه روابط بین مبادله کنندگان یا تمرکز سازمان یافته برخورد عرضه و

تقاضای مربوط به کالاها و خدمات معین است (منتظر ظهور، ۱۳۶۹: ص ۱۲۹).

این تعریف بازار را به مکان و موقعیت منحصر نکرده؛ بلکه در عین این که شامل بازارها در

زمان‌های گذشته می‌شود، با وضعیت فعلی نیز که با گسترش امکانات ارتباطی، مبادلات از

مکان و موقعیت خاص فراتر رفته نیز سازگار است. ویژگی دوم این تعریف این است که فقط

شامل بازار کالاها و خدمات می‌شود.

۳. بازار فرایندی است که در آن، رویارویی خریداران و فروشندگان یک کالا با یکدیگر،

قیمت و مقدار کالا را تعیین می‌کند (موتلسن، بی تا: ص ۸۰).

این تعریف نیز محدودیت زمان و مکان را حذف کرده؛ پس با وضعیت بازارهای امروزی

سازگارتر است. همچنین فقط بازار کالاها و خدمات را مدنظر قرار داده است؛ اما نکته بسیار

مهم این است که کاربردهای اصطلاح «بازار» امروزه از آن‌چه در این تعاریف آمده نیز فراتر

می‌رود. در متون اقتصادی، اصطلاح «اقتصاد بازار» به اقتصادهایی اطلاق می‌شود که گرچه

دولت، دخالت‌های فراوانی در اقتصاد دارد، قسمت بیشتر ثروت‌ها و وسائل تولید در دست

بخش خصوصی است و «مکانیزم بازار» عمده فعالیت‌ها را هماهنگ می‌کند. در این صورت،

مقصود از «اقتصاد بازار» اقتصادی است که پارامترهای اصلی آن از قبیل تولید، توزیع و مصرف به وسیله سازوکار عرضه و تقاضا معین می‌شود. در این اقتصادها سؤالات اصلی کارگزاران اقتصادی به وسیله سازوکار عرضه و تقاضا پاسخ داده می‌شود. این سؤالات عبارتند از: چه باید تولید کرد؟ چگونه باید تولید کرد؟ توزیع باید به چه نحو باشد؟ منابع موجود در اقتصاد چگونه باید به بخش‌های گوناگون تخصیص یابد؟ حفظ موقعیت اقتصادی جامعه به چه نحو امکان پذیر است؟ (لفت و بیچ، ۱۳۵۴: ص ۲۰). در اقتصاد بازار، قیمتی را که در اثر تعامل عرضه و تقاضا تعیین می‌شود، تعیین کننده جواب سؤالات مذکور می‌دانند.

۵۷

اقتصاداسلام

رقابت به صورت اصل رفتاری

برخی از تعریف‌های بازار ملاحظه شد. بازار همچنین اقسام بسیاری دارد؛ مانند بازار رقابت کامل (Perfect Competition)، بازار رقابت ناقص (Imperfect competition)، بازار انحصاری (Monopoly). هر کدام از معانی بازار را در نظر بگیریم و هر قسمی از اقسام آن را که ملاحظه کنیم، عنصر «رقابت» (Competition) در آن اساسی‌ترین نقش را ایفا می‌کند. کارگزاران اقتصادی بر اساس رقابت بر سر سود بیش‌تر تولید می‌کنند و مصرف‌کنندگان نیز بر اساس رقابت بر سر دستیابی هر چه بیش‌تر به لذت به مصرف می‌پردازند. گرچه رقابت از دیرباز بین اقتصاددانان مطرح بوده، آدام اسمیت نخستین کسی است که این مفهوم را به صورت دقیق مطرح کرده است. بر اساس نظر اسمیت، دولت نباید در بازار دخالت کند. در این صورت افراد بر اساس منافع خصوصی خود عمل خواهند کرد و یک «دست نامرئی» (Invisible hand) این فعالیت‌ها را هماهنگ می‌کند و در نتیجه، منافع جامعه تامین خواهد شد.

معنای رقابت

رقابت، یعنی گروهی برای دستیابی به امکانات اقتصادی با یک‌دیگر مبارزه کنند و هر کدام در پیشی گرفتن بر دیگران بکوشد. روشن است که زیربنای رقابت به این معنا، اصالت دادن به تعقیب منافع شخصی به وسیله هر فرد است که شعار اصلی اقتصاددانان کلاسیک و نئوکلاسیک بود؛ بنابراین مبنای رقابت در نظام سرمایه‌داری هم چشمی برای دستیابی بیش‌تر برای رسیدن به مواهب اقتصادی در مقایسه با دیگران است. گرچه اصطلاح رقابت، بیش‌تر اوقات

به صورت «رقابت کامل» که الگوی مطلوب است به کار برده می‌شود، عنصر یاد شده در تمام بازارها وجود دارد و رقابت به مفهومی که ذکر شد، در بازارهای غیر رقابتی تجلی بیش‌تری می‌یابد. برخی از اقتصاددانان می‌گویند هر چه رقابت شدیدتر باشد، کارگزاران اقتصادی کم‌تر به همدیگر به چشم رقیب می‌نگرند؛ زیرا در این صورت قدرت تاثیر آنها بر یک‌دیگر کم‌تر می‌شود. در این صورت هیچ یک از آنها احساس نمی‌کند که از سوی دیگران تحت فشار است، در صورتی که در بازاری که رقابت اندک است و تولید کنندگان زیاد نیستند، هر یک خود را در فشار سختی می‌بینند؛ اما بسیاری از اقتصاددانان این را نمی‌پذیرند. آنها بر این باورند که افزایش تعداد رقیبان به افزایش رقابت می‌انجامد. (رنانی، ۱۳۷۶: ص ۸۲)

رقابت از دیدگاه‌های گوناگون

با توضیحی که در مورد مفهوم رقابت ذکر شد، به نظر می‌رسد که نباید در مورد تفسیر آن اختلافی وجود داشته باشد؛ اما با مراجعه به متون اقتصادی، شاهد تفاسیر گوناگونی از رقابت هستیم که در طول زمان پدیدار شده‌اند. این دیدگاه‌ها به اختصار ذکر می‌شوند:

۱. رقابت آزاد از نگاه اسمیت

رقابت از منظر «آدام اسمیت» فعالیت و حرکتی است که فقط در وضعیت‌های «عدم تعادل» یعنی هنگامی که برابری عرضه و تقاضا به هم می‌خورد پدید می‌آید. هنگامی که اضافه عرضه‌ای به وجود می‌آید، عرضه کنندگان برای تحمیل آن به دیگران با یک‌دیگر رقابت می‌کنند و برعکس، هر گاه عرضه کاهش می‌یابد. متقاضیان به رقابت برای اختصاص دادن کالاهای موجود به خود برمی‌خیزند (رنانی، ۱۳۷۶: ص ۸۵)، و نتیجه رقابت، در هر دو حالت، رسیدن به تعادل بین عرضه و تقاضا خواهد بود. از دیدگاه اسمیت منافع شخصی، افراد را به کارهایی رهنمون می‌کند که به نفع جامعه خواهد بود و نتیجه نهایی آن برابری عرضه و تقاضا است.

۲. رقابت از منظر نئوکلاسیک‌ها

از اواخر قرن نوزدهم با ظهور اقتصاددانان نئوکلاسیک، رقابت به طرز دیگری تعبیر شد. آنها رقابت را به ساختار وضع تعادلی بازار، تعریف می‌کردند. به عقیده آنها، اگر در بازاری فروشندگان بسیار با خریداران متعددی معامله کنند و هر کس از قیمت‌هایی که دیگران

بر اساس آن خرید و فروش می‌کنند به خوبی آگاه باشند می‌توان گفت رقابت وجود دارد (تفضلی، ۱۳۷۲: ص ۳۴۹). دو شرط یاد شده یعنی زیاد بودن رقیبان و آگاهی کامل از قیمت‌ها به وسیله کورنو و جونز که از اقتصاددانان نئوکلاسیک هستند بیان شد. اجورث، ترکیبی از شرط کورنو (بینهایت بودن تعداد رقیبان) و شرط جونز (اطلاعات کامل) را برای رقابت کامل بیان کرد. وی هم چنین، مسأله همگن بودن کالاها را برای تحقق رقابت ضرور دانست. وی برای از بین بردن توانایی مشارکت کنندگان برای تاثیرگذاری بر روی قیمت، ضرورت «تقسیم‌پذیری» کالا را مطرح کرد (رنانی، ۱۳۷۶: ص ۸۷). جان بیتس کلارک (John Bates Clark: 1898) نیز، مسأله «تحرک کامل عوامل» را برای پیشگیری از انحصار و برقراری قیمت یگانه مطرح کرد. مشاهده می‌شود که آنچه در متون اقتصادی رایج خرد به صورت مدل رقابت کامل مطرح می‌شود، همین مدلی است که از نئوکلاسیک‌ها به صورت ساختار در وضعیت تعادلی نقل کردیم در مقابل مدل کلاسیکی رقابت که در آن، رقابت از وضعیت غیرتعادلی آغاز می‌شود و نتیجه‌اش رسیدن به تعادل در بازار خواهد بود؛ یعنی رقابت کلاسیکی یک مفهوم پویا است؛ در حالی که مدل نئوکلاسیک‌ها رقابت را به صورت مفهوم ایستا مطرح می‌کند.*

هایک معتقد است که رقابت کلاسیکی را می‌توان رقابت دانست؛ در نظر اینان، رقابت نزدیک است محقق شود. اما رقابت کامل نئوکلاسیکی استحقاق کمی دارد که رقابت نامیده شود؛ زیرا فرض می‌کند که وضعیت فعلی پیش‌تر وجود داشته است؛ اما در دیدگاه کلاسیکی، رقابت نزدیک است محقق شود (همان: ص ۸۸). نتیجه آن این است که فرض وجود وضعیت فعلی از زمان قبل (رقابت نئوکلاسیکی) نه تنها مانع همه فعالیت‌هایی که فعل رقابت کردن وصف می‌کند، می‌شود بلکه آن‌ها را تقریباً ناممکن می‌سازد. کلارک بزرگ‌ترین مشکل نظریه نئوکلاسیک را ایستایی آن می‌دانست (شومپتر، ۱۳۷۵: ص ۸۹).

۳. فرایند رقابتی تخریب خلاق: نظریه شومپتر

به نظر شومپتر تحول مداوم در محصولات و روش‌های تولیدی، ذاتی خود سرمایه‌داری رقابتی است و مفهوم رقابت کامل نمی‌تواند این فرایند را توضیح دهد. به نظر وی، رقابت واقعی میان بنگاه‌های کوچکی که تولید کننده کالای یکسان هستند در نمی‌گیرد؛ بلکه میان

* برای توضیح پیش‌تر، رک: پروفیسور اتما را ایسینگ، تاریخ عقاید و اندیشه‌های اقتصادی، هادی صمدی، ص ۲۵۳ به بعد.

بنگاه‌های مبدع و دیگر بنگاه‌ها رخ می‌دهد. وی می‌گوید:

آنچه مهم است، عبارت است از رقابت در کالاهای جدید، تکنولوژی جدید، منابع عرضه‌های جدید، نوع جدید سازمان. این رقابت آن‌چنان موثرتر از انواع دیگر است که می‌توان آن را به یک بمباران در مقایسه با فشار دادن یک درب تشبیه کرد... اهرم نیرومندی است که سرانجام تولید را گسترش می‌دهد و قیمت‌ها را پایین می‌آورد... (شومپتر، ۱۳۷۵: ص ۱۲۴).

بر اساس نظر شومپتر، ابتدا ابداعی صورت می‌گیرد (خلاقیت) و انحصارگذرا را شکل می‌دهد و سودهای انحصاری به ارمغان می‌آورد؛ آن‌گاه این ابداع پخش می‌شود؛ سپس در معرض ابداعات جدید قرار می‌گیرد که سودهای انحصاری آن‌را از بین می‌برد (تخریب) و این جریان همچنان ادامه می‌یابد (رقابت دینامیک) (رنانی، ۱۳۷۶: ص ۹۱). وی می‌گوید:

این فرایند تخریب خلاق، اصل اساسی سرمایه‌داری است؛ چیزی است که سرمایه‌داری در آن خلاصه می‌شود (شومپتر، ۱۳۷۵: ص ۱۲۲)؛ البته شومپتر می‌پذیرد که امکان دارد برخی بنگاه‌ها موفق شوند از این فرایند رقابتی بپرهیزند. در این حالت، وضعیت آن‌ها به تدریج به وضعیت انحصاری دائم تبدیل می‌شود که در تاریخ سرمایه‌داری فراوان اتفاق افتاده است. خلاصه سخن این‌که شومپتر از منتقدان جدی رقابت کامل نئوکلاسیک‌ها بود و رقابتی را که در آن مدل مطرح می‌شود سبب رکود و بی‌رونتی می‌دانست و رقابت پویا را در یک روند بلند مدت به جای آن مطرح می‌کرد؛ اما رقابت به صورت فرایند تخریب خلاق را که به جای رقابت کامل مطرح می‌کرد نیز در بسیاری موارد زمینه‌ساز بروز انحصار می‌دانست و درجه‌ای از انحصار را می‌پذیرفت. به دنبال نظریات او، نظریه‌های جدیدی مانند «رقابت ناقص» (Imperfect Competition) و «رقابت انحصاری» (Monopolistic Competition) برای تبیین وضعیت جدید بازارهای کشورهای سرمایه‌داری مطرح شد.

۴. نظریه‌های جدید

غیرواقعی بودن فروض رقابت کامل امری است که بسیاری از اقتصاددانان به آن اعتراف کرده‌اند. «در ادبیات اقتصادی قرن بیستم نوشته‌های فراوانی وجود دارد که با تکیه بر رقابت به عنوان یک فرایند، به دنبال رد کردن مفهوم «رقابت کامل» هستند» (رنانی، ۱۳۷۶: ص ۹۳)؛ برای مثال، اقتصاددانان مکتب اتریشی که در راس آنان افرادی همچون منگر (Carl Menger)، ویزر (Wieser) و بوم باورک (Bohm Bawerk) قرار دارند، برای تحلیل‌های خود از اصطلاحات مرسوم نظریه رقابت کامل (تبادل، عقلانیت، تحرک، اطلاعات کامل و...) استفاده نکردند و به

جای آن، اصطلاحات جدیدی را جایگزین کردند. این گروه از اقتصاددانان و بسیاری دیگر مانند رابینسون و چمبرلین و سرافا، مدل‌های جدید متعددی را که با واقعیت‌های خارجی مطابقت داشته باشد، جایگزین «رقابت کامل» کردند. همان‌گونه که اشاره شد، بروز این نظریات معلول این بود که مدل «رقابت کامل» نمی‌توانست بروز انحصارهای گوناگون را که در کشورهای سرمایه‌داری پدید آمده بود توضیح دهد.

یکی دیگر از منتقدان جدی «رقابت کامل نئوکلاسیک‌ها» هایک (Hayek) است. وی معتقد است که موضوع مورد بحث نظریه رقابت کامل، ربط چندانی به رقابت ندارد و حتی اگر وضعیت مفروض رقابت کامل واقعاً موجود باشد، که نیست، نه تنها تمام فعالیت‌هایی که رقابت کردن بر آن‌ها دلالت دارد بی‌معنا می‌شود، بلکه احراز این وضعیت چنین فعالیت‌هایی را عملاً غیر ممکن می‌سازد (غنی نژاد، ۱۳۷۶: ص ۲۱۹). هایک فروض رقابت کامل را غیرواقعی می‌داند. دستیابی به اطلاعات کامل، از فروض نظریه رقابت کامل است؛ در حالی که از نظر هایک شکل اصلی دقیقاً در اختیار نبودن این اطلاعات است. همگنی کالاها، فرض دیگری است که هایک آن را نمی‌پذیرد. اگر رقابت را «کوشش برای به دست آوردن آن چه دیگران در به دست آوردن آن در همان زمان می‌کوشند» بدانیم، هایک می‌گوید: این امر در بازار رقابت کامل معنا ندارد؛ زیرا فرض بر این است که همه فروشندگان از تقاضای همه خریداران شناخت کامل دارند. به عقیده او، برای درک بهتر ماهیت و معنای فرایند رقابتی باید مفروضات مصنوعی نظریه رقابت کامل را کنار بگذاریم (همان: ص ۲۲۱)، و به واقعیت‌های خارجی توجه کنیم. از نظر او، رقابت دارای کارکردهای سه‌گانه است که عبارتند از:

۱. ایجاد نظام اطلاع‌رسانی و ایجاد وحدت و انسجام میان فعالیت‌های پراکنده اقتصادی: در عالم واقع، اطلاعات در مورد منابع و قیمت‌ها و هزینه‌ها و ... پراکنده است و مسأله مهم عبارت از چگونگی دستیابی بر این اطلاعات و انجام فعالیت‌ها بر اساس آگاهی کامل است. هایک می‌گوید: قیمت‌ها در بازار به صورت نظام اطلاع‌رسانی کارآمد عمل می‌کنند و از طریق فرایند رقابت، وظیفه اطلاع‌رسانی و هماهنگ ساختن تصمیم‌ها را انجام می‌دهند.

۲. خلاقیت و اکتشاف بهترین‌ها: هایک بر این باور است که رقابت همانند آزمایش در علوم، پیش از هر چیز و به ویژه یک اسلوب اکتشاف است. رقابت بهتر از هر اسلوب شناخته شده دیگری، سبب استفاده بهینه از منابع از یک سو و بالا بردن شناخت، اطلاعات و بنابراین

توانایی‌های افراد می‌شود؛ اما هیچ‌کدام از این دستاوردهای مهم قابل اندازه‌گیری نیست (همان: ص ۲۲۴).
 ۳. رفتار عقلایی: برخلاف نظریه رقابت کامل که رفتار عقلایی را پیش شرط نظریه بازار رقابتی می‌داند، هایک مدّعی این است که رقابت، افراد را وامی‌دارد تا برای بقا و موقعیت خود کردار عقلایی داشته باشند (همان: ص ۲۲۵)؛ یعنی امر کاملاً برعکس است. هرگاه و در هر زمینه‌ای که رقابت ضد ارزش تلقی شود، امکان نوآوری محدود، و راه برای پیشرفت اندیشه و عمل مسدود می‌شود؛ البته رقابت عامل بر هم زدن آرامش موجود است؛ بدین جهت برای اکثریت ناخوشایند است؛ پس باید آن را از راه قانون به اکثریت تحمیل کرد تا دقت و پشتکار و انضباط بیشتری در کارها پدیدار شود (همان: ص ۲۲۶).

تحلیلی بر نظریات یاد شده

ملاحظه کردیم برای تفسیر رقابت نظریات گوناگونی که برخی از آن‌ها در تضاد با یکدیگرند، ابراز شده است؛ اما همه آن‌ها اصل رقابت را به معنای «سعی در پیشی گرفتن بر دیگران برای دستیابی به امکانات اقتصادی» فرض کرده‌اند. کلاسیک‌ها این معنا را سبب رسیدن اقتصاد به تعادل می‌دانستند و نئوکلاسیک‌ها رقابت به معنای مذکور را در اوضاع تعادلی باعث رشد می‌دانستند. شومپتر می‌گفت که در وضعیت رقابت کامل رقابت واقعی محقق نمی‌شود؛ بلکه با به هم خوردن این شرایط تازه رقابت واقعی به صورت تخریب خلاق آغاز می‌شود و سرانجام مکتب اتریشی و هایک آن را به صورت فرایند مستمر که سبب انسجام فعالیت‌ها و خلاقیت و ترویج رفتار عقلایی می‌شود، مطرح کردند. با کمی دقت در تاریخ پیدایی این نظریات و حوادثی که از زمان اسمیت تاکنون اتفاق افتاده و اوضاعی که حاکم بوده است درمی‌یابیم که همه آن‌ها متناسب با زمان خود ابراز شده است که به طور گذرا به آن اشاره می‌کنیم:

۱. اسمیت در زمانی می‌زیست که سرمایه‌داری و تولید صنعتی در آغاز مرحله پیدایی بود و با تقسیم کار و گسترش بازار و ازدیاد سرمایه، گسترش فراوانی یافت. در آن وضعیت، رقابت شدیدی بین تولیدکنندگان حاکم بود و آن‌ها بر اساس رقابت بر سر منافع عمل می‌کردند و تولیدات را افزایش می‌دادند. تفکر اسمیت در صورتی درست بود که اوضاع یاد شده سبب تعادل دائم نظام سرمایه‌داری می‌شد؛ اما وقایع بعدی نادرستی نظریات او را ثابت کرد

(تفضلی، ۱۳۷۲: ص ۱۱۱).^{*} می‌دانیم کتاب مهم اسمیت به نام ثروت ملل در سال ۱۷۷۶ منتشر شد. پیدایی ادوار تجاری، بحران و بیکاری در جوامع سرمایه‌داری بعد از اسمیت اتفاق افتاد. انحصارها جای رقابت را گرفت و باعث تمرکز ثروت در دست معدودی از تولیدکنندگان شد. ۲. بعد از این که نظام سرمایه‌داری بعد از اسمیت با بحران‌های بسیاری مواجه شد و به ناچار مقداری از مواضع خود را تعدیل کرد به دلیل این که پیشرفت‌های تکنیکی هنوز سرعت زمان ما را نیافته بود تا حدی وضعیت رقابت کامل حاکم شد. ظرفیت تولیدی هر تولیدکننده محدود بود؛ به گونه‌ای که عرضه هر تولیدکننده‌ای در مقابل عرضه کل صنعت بسیار ناچیز، و قدرت تاثیرگذاری او بر بازار هم کم بود. در این اوضاع تفسیر نئوکلاسیکی رقابت پدید آمد (همان: ص ۲۸۱).

۳. اما این وضعیت هم دوام نیافت و با تبانی بنگاه‌ها که بر اساس رقابت عمل می‌کردند و استمداد از پیشرفت‌های تکنیکی، شرکت‌های کوچک و سپس شرکت‌های بزرگ پدید آمدند. در این وضعیت قوانین عرضه و تقاضا به هم خورد و تولیدکنندگان بزرگ و متقاضیان عمده، عرضه و تقاضا را در انحصار خود در آوردند. تفسیر سرافا (Sraffa) که رقابت ناقص را مطرح کرد و چمبرلین (Chamberlin) و رایبسون (Robinson) که به ترتیب «رقابت انحصاری» و «رقابت ناقص» را طراحی کردند، در این اوضاع ظهور یافتند. وجه مشترک نظریه چمبرلین و رایبسون این است که هر دو، نظریات خود را بر اساس این نکته که در صنایع سرمایه‌داری «رقابت قیمت» از بین رفته است، تحلیل می‌کنند.

۴. با بزرگ‌تر شدن انحصارها و پیشرفت‌های تکنیکی بیش‌تر، شوپیتز رقابت را به منزله دستمایه‌ای دانست که شرایط لازم برای توسعه اقتصادی را فراهم می‌سازد. از نظر وی، «توسعه اقتصادی از نوآوری ناشی می‌شود» (همان: ص ۳۹۶) که سرمایه‌داران و بانک‌ها می‌توانند به تامین مالی آن کمک کنند.

^{*} در سال ۱۸۴۲ در انگلیس، اشلی (ashley) گزارشی تکان‌دهنده منتشر کرد. در آن گزارش آمده بود که ساعات کار روزانه زنان و کودکان در معادن و قعر چاه‌ها به دوازده تا شانزده ساعت می‌رسید. کودکان از شش سالگی کار را در معادن و چاه‌ها آغاز می‌کردند. در فرانسه نیز دکتر ویلرمه (villermé) در سال ۱۸۴۰ گزارشی تهیه کرد که بر اساس آن، مدت کار روزانه در صنعت نساجی در برخی مناطق به ۱۶ تا ۱۷ ساعت می‌رسید.

نوآوران نیز وظیفه دارند روش‌های جدید برای محصول و تولید ارائه دهند؛ البته شومپیتر تمرکز ثروت در شرکت‌های سهامی بزرگ را می‌پذیرد؛ ولی می‌گوید: ابداعات اقتصادی به وسیله این شرکت‌ها درون اقتصاد راه می‌یابد که البته این‌جا سؤال بزرگی در ذهن پدید می‌آید که چگونه شرکت‌هایی که فقط بر اساس منافع شخصی عمل می‌کنند، ابداعات خود را درون اقتصاد تزریق می‌کنند؟ انحصار اطلاعات در دست گروه‌های معدود در دنیای امروز امری غیرقابل انکار است.

ارزیابی رقابت و اقتصاد مبتنی بر آن یعنی اقتصاد بازار

همه آن‌چه گفته شد، بر اساس معنای مشخصی از رقابت بود (مسابقه برای دستیابی هر چه بیش‌تر به مواهب و امکانات اقتصادی) و این امر، اصل موضوعه همه نظریاتی است که ذکر شد. حقیقت امر این است که این معنا نتیجه قهری مبانی نظام سرمایه‌داری مانند آزادی فردی، مالکیت خصوصی و اصالت نفع شخصی است (میرمعزی، ۱۳۸۰: ص ۴۰)؛ به‌ویژه که یکی از مفروضات تمام تحلیل‌ها اصل کمیابی منابع و امتیازات اقتصادی است. رقابت به معنای مذکور، دارای آثار مثبت از قبیل رشد اقتصادی، و رشد تکنولوژی است؛ زیرا هر عامل اقتصادی با تمام توان به دنبال گرفتن فرصت‌ها از دیگران برای خود است که این امر لازمه‌اش استفاده از تکنیک‌های برتر و روش‌های پیشرفته‌تر خواهد بود که این امر را در نظریات شومپیتر و هایک ملاحظه کردیم؛ اما به دلیل این‌که آن‌چه برای همه اصالت دارد، ملاحظه منافع شخصی است، هر کجا فعالیت‌ها دارای عوارض منفی برای دیگران بود، عاملی کنترل‌کننده وجود نخواهد داشت که نتیجه‌اش تعمیق روز افزون شکاف طبقاتی است و بروز قطب‌های بزرگ ثروت اجتناب‌ناپذیر خواهد بود؛ امری که در نظام سرمایه‌داری اتفاق افتاد و به بروز انحصارها انجامید و نظریه‌های شومپیتر و چمبرلین و رابینسون و ... برای تبیین این وضعیت ابداع و اظهار شد. گرچه بررسی ما تا کنون بیش‌تر به خود رقابت مربوط می‌شد، مناسب است به برخی اظهارات اقتصاددانان در مورد عملکرد و پیامدهای رقابت اشاره شود:

۱. جان کنت گالبرایت* از اقتصاددانان مکتب نهادی می‌گوید:

قدرت بازار نه تنها به وسیله قدرت فروشندگان قوی علیه خریداران ضعیف، بلکه همچنین توسط قدرت خریداران قوی علیه فروشندگان ضعیف نیز جایگزین شده است (تفضلی، ۱۳۷۲: ص ۳۵۳)؛ از همین رو وی توصیه می‌کند که دولت باید از بنگاه‌های کوچک که نمی‌توانند در بازارهای کوچک در برابر شرکت‌های بزرگ رقابت کنند، حمایت کند. دولت باید برای همه مردم درآمد سالانه تضمین شده در نظر بگیرد. نقش دولت باید در امور برنامه‌ریزی و واریسی و بازیابی شرکت‌های بزرگ از نظر قیمت‌گذاری و تعیین دستمزد گسترش یابد (همان: ص ۳۶۱).

۶۵

اقتصاد اسلام

۲. جان مینارد کینز (John Maynard Keynes) اقتصاددان بزرگ با انتشار کتاب خود در سال ۱۹۳۶ میلادی اظهار داشت که در شرایط قرن بیستم بهشت فرضی رقابت آزاد و کامل از بین رفته و با تشکیل انحصارات و گروه‌بندی‌های کارگری و کارفرمایی، وضع تعادل اشتغال کامل به هم خورده است. وی معتقد بود که باید اقتصاد رقابتی سرمایه‌داری به «اقتصاد مختلط»* (Mixed economy) تبدیل شود و بخش دولتی و بخش بانکی باید به بخش خصوصی در ایجاد تعادل اشتغال کامل کمک کنند (همان: ص ۳۸۹).

۳. منتقدان بسیار دیگری درون خود سیستم پدیدار شدند؛ برای مثال، ویکتور دوکیندران می‌گوید: این نکته محقق است که نظام رقابت آزاد که به منظور مبارزه با انحصار مقرر شده است، جز آن که در تمام رشته‌ها به تشکیل انحصارات بزرگ منجر شود، نتیجه دیگری ندارد (شارل ژید، ۱۳۷۰: ص ۳۶۹)، و فوریه رقابت را عامل فساد و سبب انهدام رقابت می‌داند؛ زیرا باعث از بین رفتن ضعیفان به وسیله قدرتمندان می‌شود و بین تولیدکننده و مصرف‌کننده و کارگر نفاق ایجاد می‌کند. نکته جالب این است که وقتی وی این مطلب را اظهار کرد که هنوز بحران‌های بزرگ پدید نیامده بودند. (اتمارایسینگ، ۱۳۷۴: ص ۱۰۰)

* مکتب نهادی (Institutional school) تقریباً در سال ۱۹۰۰ میلادی به وسیله نورستین ویلسن (Thorstein Veblen) پایه‌گذاری شد و بعد از وی جان راجر کامونز (John Roger commons) آن را توسعه داد و در حال حاضر جان کنت گالبرایت (John Kenneth Galbraith) آن را کامل‌تر کرده است. عنوان کتاب کینز عبارت بود از: نظریه عمومی اشتغال، بهره و پول که منشأ انقلابی عظیم در دنیای سرمایه‌داری شد. در زمان انتشار این کتاب نظام سرمایه‌داری پس از بروز بحران‌های متعدد رو به نابودی می‌رفت. عقاید کینز نظام سرمایه‌داری را از بحران نجات داد. کینز به ایمان قطعی اقتصاددانان نئوکلاسیک مبنی بر این‌که تعادل اقتصادی در تمام بازارها به وسیله سازوکار خودکار رقابت کامل به دست می‌آید، حمله کرده و فروض آن‌ها را منسوخ داشت. وی معتقد بود در قرن بیستم انحصارات جایگزین رقابت کامل شده و ساختار بازار تغییر یافته است (تفضلی، ص ۳۶۶).

قیمت در بازار مبتنی بر رقابت

در بازار مبتنی بر رقابت، قیمت را پاسخگوی اساسی‌ترین سؤالات اقتصادی که پیش‌تر ذکر شد می‌دانند. بررسی مسائل مربوط به قیمت، نیازمند نوشتاری جداگانه است. این‌جا فقط چکیده چند مطلب ذکر می‌شود:

۱. لیبرال‌های نئوکلاسیک معتقد بودند نظام رقابت بهترین نظام است و نوسان قیمت‌ها به برابری بین عرضه و تقاضا و ایجاد تعادل می‌انجامد و از طریق سازوکار قیمت‌ها در وضعیت رقابتی بین قیمت کالاهای تولیدی و قیمت عوامل تولید تعادل ایجاد خواهد شد و عدالت توزیعی خود به خود حاصل خواهد شد. آن‌ها حتی پس از وقوع بحران کبیر ۳۰ - ۱۹۲۹ می‌گفتند که دولت نباید دخالت کند؛ زیرا رقابت آزاد سبب می‌شود که قانون عرضه و تقاضا تعادل بین تولید و مصرف را ایجاد کند (قدیری اصل، ۱۳۶۸: ص ۲۵۲).

۲. مقصود آنان از عدالت توزیعی عدالت به معنای ارزشی آن نیست؛ چه این‌که به دلیل پایبندی اقتصاددانان سرمایه‌داری به سازوکار بازار و نظام قیمت‌ها عدالت معنا ندارد؛ بلکه نظریه توزیع درآمد در مکتب نئوکلاسیک بر مبنای تعیین قیمت عوامل و تقسیم درآمد حاصله به صورت پاداش عوامل (زمین، کار، سرمایه) ارائه شده و این امر فقط یک شرط دارد و آن این است که این عوامل باید به گونه‌ای به کار گرفته شوند که ارزش تولید نهایی آن‌ها با هم برابر باشد که عبارت از تخصیص کارای منابع به معنای متداول در علم اقتصاد است. ملاحظه می‌کنیم که این مسأله با تأمین عدالت مساوی نیست؛ بلکه فقط با حفظ مبنای رقابت آزاد سازگار است. این مسأله به قدری جدی است که هایک* می‌گوید:

سیستم مبتنی بر قیمت فقط در صورتی به وظیفه خود عمل خواهد کرد که رقابت در آن حکمفرما باشد؛ یعنی در صورتی که فرد تولید کننده ناچار باشد خود را با تغییرات قیمت تطبیق بدهد و بتواند این تغییرات را واریسی و بازبینی نماید (تفضلی، ۱۳۷۲: ص ۳۵۰).

وی همچنین گفته است که تلاش در جهت عدالت در بازار به تنها اساس عدالت را در

* فردریش فون هایک به گروهی از اقتصاددانان تعلق دارد که «نئولیبرالیسم»، «Nio Liberalismus» یا «اردولیبرالیسم»، «Ordoliberalismus» نامیده می‌شوند. طرفداران این مکتب کلیه دانشمندان علوم اجتماعی و اقتصادی را برمی‌شماریم که آشکارا برای استقرار و تحقق نظام اجتماعی آزادخواهانه مبتنی بر اقتصاد بازار و آزاد تلاش و مبارزه، و از آن دفاع می‌کنند (اتمارایسنگ، ۱۳۷۴، ص ۲۴۲).

جامعه از بین می‌برد، بلکه نظم بازار و کارکرد موثر آن را نیز نابود می‌کند. وی کمک دولت به افراد فقیر را رد نمی‌کند؛ اما می‌گوید که این کار باید حتماً در خارج از چارچوب نظم اقتصادی بازار انجام گیرد تا عملکرد آن را مختل نکند. همچنین «این نظام هیچ‌گونه هدف مشخصی را از جهت توزیع درآمد نمی‌تواند دنبال کند» (غنی‌نژاد، ۱۳۷۶: ص ۲۴۱). حقیقت امر این است که نظریات هایدک برخاسته از مبانی رقابت است که اشاره شد. بر اساس این تفکر باید به آن‌چه از سازوکار بازار مبتنی بر رقابت حاصل می‌شود، گردن نهاد که بهترین نتیجه حاصل شده است و مشاهده کردیم که بروز انحصارهای گسترده، یکی از این نتایج است که تولید کننده صرفاً بر اساس منافع شخصی خود به تعیین قیمت مبادرت می‌کند. در این صورت آنچه مهم است، حداکثر کردن سود است. قیمت و مقدار متناظر با حداکثر سود فقط رضایت انحصارگر را تامین می‌کند و بسته به درجه انحصار به ضرر مصرف کننده خواهد بود.* بهتر است بگوییم: ماهیت رقابت در نظام سرمایه‌داری ایجاد بی‌عدالتی است و این امر آن‌چنان روشن است که چون نظریه‌پردازان این نظام به مبانی آن سخت پایبند هستند، ناچار شده‌اند با شهادت عدالت را نفی کنند؛ برای مثال هایدک می‌گوید:

توزیع درآمد و ثروت ناشی از نظم بازار ممکن است برای بعضی کسان بسیار ناگوار آید؛ یعنی بازندگانی باشند که از هر نظر شایستگی‌شان بیش‌تر از برندگان است؛ اما این وضع را نمی‌توان ناعادلانه خواند؛ چون هیچ رفتار ناعادلانه‌ای آن را به وجود نیاورده است (غنی‌نژاد، ۱۳۷۶: ص ۲۴۳).

همچنین «اقتصاد بازار مبتنی بر ساز و کار قیمت‌ها است و این سازوکار عبارت است از علایمی برای تولیدکنندگان. ... این نظام هیچ‌گونه هدف مشخصی را از جهت توزیع درآمد نمی‌تواند دنبال کند» (همان). این درحالی است که عدالت از مقدس‌ترین مفاهیم بشر بوده و هست. وقتی آن‌چه اصالت دارد فقط «سرمایه» باشد، نفی ارزشی مانند عدالت امری غریب نخواهد بود. ملاحظه شد که بروز بحران‌ها باعث شد دخالت دولت در بازار تا حدی مجاز شمرده شود؛ اما با مطالعه گذرا در وضعیت کشورهای سرمایه‌داری در می‌یابیم که دامنه

* روشن است که در انحصار خرید امر بالعکس است و تولید کننده متضرر خواهد شد؛ برای مثال برخی انحصارگران انحصار خرید برخی کالاهای کشاورزی را در اختیار دارند و قیمت را متناظر با حداکثر سود خود تعیین می‌کنند. مدل‌های مربوط به انحصار فروش و انحصار خرید در کتب اقتصاد خرد آمده است؛ به طور مثال در: اقتصاد خرد هندرس - کوانت، ترجمه مسعود محمدی دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

بی عدالتی هنوز گسترده است؛ از این رو کینز ارزش‌های مربوط به پولسازی و پول‌پرستی را مسؤول انهدام آرمان‌های مردمی و «انحطاط اخلاقی تمدن کنونی دنیای غرب» می‌داند. او معتقد است که با اصلاحات اقتصادی، اجتماعی و فردی باید این پول‌محوری را از بین برداشت. او حتی سرمایه‌داری کنترل شده به وسیله دولت را که خودش توصیه کرده، مورد حمله قرار می‌دهد (همان: ص ۱۶۲). از نظر وی، ویژگی اساسی سرمایه‌داری این است که «به جاذبه شدید غرایز پول‌سازی و پول‌پرستی افراد به عنوان نیروی محرکه ماشین اقتصادی وابسته است» (همان: ص ۱۶۴).

ملاحظه پایانی در مورد رقابت

دیدیم سعی نظریه‌پردازان اقتصاد بازار این است که با ارائه نظریات جدید در مورد رقابت تا آن‌جا که می‌توانند کاستی‌های آن را جبران کنند و نظام اقتصادی را از کارکردهای مثبت رقابت بهره‌مند سازند؛ اما مشکل اصلی همچنان باقی است. مسأله مهم مبانی فکری و انسان شناختی رقابت است که تا آن تصحیح نشود مشکل برطرف نخواهد شد. وقتی به تعقیب منافع شخصی به وسیله کارگزاران اقتصادی اصالت دادیم و آن را مبنای رقابت دانستیم، هنگامی که منافع فرد با مصالح جامعه در تعارض قرار گرفت، اصل رقابت به او می‌گوید منافع خودت را ترجیح بده و کاری به دیگران نداشته باش؛ چه این که مصلحت جامعه، خود به خود تامین خواهد شد. بر اساس مبانی فلسفی و فکری لیبرالیسم اقتصادی هیچ‌گونه سازوکار بازدارنده درونی برای افراد وجود ندارد و دخالت دولت نیز گرچه در مواردی تجویز شده، از سر ناچاری و برای جلوگیری از انهدام نظام صورت گرفته است و با اصول اولیه رقابت در تنافی است. با مراجعه به مبانی رقابت در می‌یابیم که امر از این هم فراتر است. نه تنها تعقیب منافع شخصی تجویز شده و آن را همسو با منافع جمع معرفی کرده‌اند، بلکه متفکران بزرگی آن را تقدیس کرده‌اند. برنارد ماندویل، تمدن یعنی ثروت و هنرهای زیبا و علوم را ناشی از فضایل مردم نمی‌داند؛ بلکه آن‌ها را برگرفته از رذایل و عیوب می‌داند؛ اما آدام اسمیت در کتاب نظریه احساسات اخلاقی خویش، ماندویل را سرزنش می‌کند. وی می‌گوید:

حواشی و خواهش‌ها و ذوق‌های انسانی نه تنها عیب و فساد نیستند، بلکه فضیلت به‌شمار می‌آیند منتها فضیلت فروتر که بی‌آن‌که بدانیم و یا حتی بخواهیم به طور طبیعی جامعه را به بهبود و رفاه و

آبادانی سوق می‌دهد (شارل ژید، ۱۳۷۰: ص ۸۵).

بعد از اسمیت، عمده اقتصاددانان کلاسیک و نئوکلاسیک از او پیروی، و مدل‌های خود را بر اساس همین تفکر پایه‌گذاری کردند. فایده‌گرایان که نظریات آنان مبنای تحلیل‌های رفتار مصرف‌کننده و تولیدکننده در تمام متون اقتصاد خرد رایج قرار گرفته است، همین مبنا را مفروض گرفته‌اند (شومپتر، ۱۳۷۵: ص ۱۷۱).

ترمیم نقایص ظاهری یک نظام گرچه امری مستحسن است و فوایدی در بردارد؛ اما هرگز اصلاح واقعی نخواهد بود. راه حل اساسی این است که در نگرش رایج در مورد مبانی رقابت تحولی بنیادی اتفاق بیفتد؛ سپس به رفع نقایص کارکردی رقابت و اصلاح سازوکار بازار پرداخته شود و کنار آن، عامل بازدارنده خارجی که دولت است، تجویز شود. تحول مزبور نیز بدون تصحیح نگرش در مورد انسان و عالم هستی و رابطه انسان با جهان ممکن نیست و عمده صاحب‌نظران مورد بحث به این تحول اعتقادی ندارند.

بازار اسلامی

مباحثی که در مورد بازار به معنای گسترده آن مطرح می‌شود، فراوان است؛ اما در قسمت قبل بیش‌تر بر عنصر رقابت که اقتصاد سرمایه‌داری آن را پایه اصلی فعالیت‌ها در بازار قرار می‌دهد، تاکید کردیم. در آن‌جا رقابت از دو بُعد بررسی شد:

۱. رقابت به صورت اصل رفتاری؛

۲. نتیجه و عملکرد این رقابت در ساختار بازار سرمایه‌داری.

در این قسمت همین دو امر را از منظر اسلام بررسی می‌کنیم.

۱. رقابت از نظر آموزه‌های اسلام

همان‌گونه که نگرش اقتصاد بازار در مورد رقابت، در انسان‌شناسی مکتب سرمایه‌داری ریشه دارد و تعقیب منافع شخصی هدف انسانی اقتصادی آن است، برای روشن شدن رقابت از نظر اسلام نیز باید انسان را از دیدگاه اسلام بررسی کرد. انسان از منظر این مکتب الهی موجودی دو بعدی است:

یک بُعد، بُعد مادی او است که به مقتضای طبیعت انسان که به تعلقات دنیایی وابسته است، در وی وجود دارد. با توجه به این بُعد وی موجودی حریص، بخیل، خودخواه و این قبیل صفات رذیله است. آیات بسیاری در قرآن کریم در سرزنش انسان وارد شده است؛ مانند:

إِنَّ الْإِنْسَانَ خَلِقٌ هَلُوعًا إِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ جَزُوعًا وَإِذَا مَسَّهُ الْخَيْرُ مَنُوعًا.

که این آیات به این بعد وجود او ناظر است.

بعد دیگر بعد الاهی انسان است که منشأ آن روح الاهی و فطرت خداخواهی او است. از این نظر، وی مسجود فرشتگان است:

فَإِذَا سُوِّتُهُ وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي فَقَعُوا لَهُ سَاجِدِينَ (حجر (۱۵)، ۲۹).

از آن جا که انسان موجودی مختار است، اگر به دنبال جنبه اولش رفت، سقوط می‌کند و اگر عقل او زمامدار تمایلاتش شد، شایسته آن می‌شود که مسجود فرشتگان واقع شود.* مطلب بسیار مهم دیگر این است که بر اساس نگرش اسلامی، هیچ چیزی در این عالم بدون حکمت و بیهوده آفریده نشده است. یکی از این امور هم خواسته‌هایی است که ما در وجود خود می‌یابیم؛ از همین رو اسلام بر خلاف برخی مکاتب شرقی که انسان را به سرکوبی امیال دعوت می‌کنند، ما را به ارضای این خواسته‌ها فرا می‌خواند؛ اما ارضای برنامه‌ریزی شده انسان بدون تأمین نیازهای ضرورش موجودی غیر متعادل است؛ اما حاکمیت امیال نیز او را به ورطه نابودی می‌افکند و او را در ردیف حیوانات قرار می‌دهد. برای حفظ اعتدال که یکی از اصلی‌ترین توصیه‌های آموزه‌های متعالی اسلام است، باید عقل، بر امیال و غرایز حاکم باشد.** وقتی این مینا را پذیرفتیم، روشن می‌شود که انسان اقتصادی اسلام بر خلاف انسان اقتصادی سرمایه‌داری خود را آزاد نمی‌داند که برای دستیابی به منافع مادی خود به هر اقدامی که برایش ممکن است، دست بزنند. نتیجه این است که ما از همان ابتدا نمی‌توانیم مبانی رقابت و خود رقابت با تفسیر متعارف آن در علم اقتصاد را بپذیریم. بر این اساس، با در نظر گرفتن آموزه‌های اسلامی انسان مسلمان را می‌توانیم در دو سطح در نظر بگیریم:

* حضرت امیر مظلوم: ان الله عز وجل ركب في الملائكة عقلاً بلا شهوة و ركب في البهائم شهوة بلا عقل و ركب في بني آدم كليهما، فمن غلب عقله شهوته فهو خير من الملائكة و من غلب شهوته عقله فهو شر من البهائم (شیخ صدوق، علل الشرایع، ج ۱، ص ۴).

** یکی از احکام مسلم عقل نیاز به وحی است. عقل خودش می‌گوید که من به تنهایی نمی‌توانم راه‌های رسیدن به کمال را تشخیص دهم و این مطلب مفاد فرموده حضرت امیر است که العقل شرع من داخل و الشرع عقل من خارج؛ بنابراین هر کجا سخن از عقل به میان می‌آوریم، عقلی است که از وحی مدد می‌گیرد و بر اساس آن برنامه‌ریزی می‌کند و راهنمای انسان می‌شود. این در حالی است که در فرهنگ اومانستی غرب که مبنای اصلی نظریه‌های اقتصاددانان لیبرالیستی است، عقل در عقلانیت ابزاری (Instrument Rationality) خلاصه می‌شود. بر اساس این نگرش، عقل از مقام رفیع خود تنزل می‌یابد و صرفاً ابزاری برای دستیابی هر چه بیش‌تر به مواهب مادی می‌شود.

۱. انسانی که فقط به واجبات عمل می‌کند و محرمات را مرتکب نمی‌شود؛ اما در این چارچوب با انجام فعالیت‌های اقتصادی به دنبال سود و منافع مادی است و در این راه با دیگران به رقابت نیز می‌پردازد. اسلام تعقیب سود شخصی به این معنا را تحریم نفرموده است. فقط برای آن قیود و ضوابطی را وضع کرده؛ مانند این که اگر فعلیتی برای وی سودآور بود، اما به حال دیگران ضرر داشت، این فعالیت ممنوع شده است یا اگر تولیدکننده‌ای برای کسب سود بیش‌تر بخواهد قسمتی از محصول خود را تلف کند، شرع مقدس او را از این کار باز می‌دارد؛ هم چنین فعالیت‌های تولیدی با استفاده از رانت^۱ بپردازند، امری غیر مشروع است؛^{*} اما اگر تولیدکننده‌ای مرتکب هیچ‌یک از این‌گونه امور نشد، مجاز است با دیگران برای کسب درآمد و سود بیش‌تر به رقابت بپردازد^{**} (عاملی، ۱۴۰۳ق: ج ۱۲، ص ۲۸۴)؛ اما نکته مهم این است که این وضعیت مطلوب اسلام نیست؛ بلکه شاید بتوان گفت چون خداوند به گرایش‌های طبیعی قوی انسان عالم است، به او اجازه داده در این محدوده به انگیزه کسب سود فعالیت کند. وضع مطلوب این است که انسان‌ها تمام فعالیت‌های خود را با انگیزه الهی انجام دهند. در این جهت است که نکوهش‌های بسیار شدیدی از حرص زدن به عمل آمده، تعبیر تندی در مورد مرجوحیت دنیاطلبی در آیات قرآن کریم و روایات وارد شده است که به برخی از این تعبیر اشاره می‌شود:

۱. حضرت رسول اکرم ﷺ فرمود:

فوالله ما الفقر أخشى عليكم، ولكن أخشى عليكم ان تبسط الدنيا عليكم كما بسطت على من كان قبلكم فتنافسوها و تهلككم كما اهلكتهم (صحیح مسلم: ج ۵، ص ۸۱۶).

به خدا سوگند! من از فقر بر شما نمی‌ترسم؛ بلکه ترس آن دارم که دنیا به شما رو کند؛ همان‌گونه که به امت‌های گذشته رو کرد و با یک‌دیگر برای به چنگ آوردن آن به رقابت برخیزید؛ همان‌گونه که آنان چنین کردند و شما را نابود کند؛ همچنان که آنان را از بین برد.

^{*} تحریم غش در معامله، تلقی رکیان، احتکار، ربا و امور دیگری که در کتب مبسوط ذکر شده، از این قبیل است. برای نمونه، ر.ک: مکاسب شیخ اعظم انصاری[ؒ].

^{**} برای اثبات این مطلب، ادله بسیاری وجود دارد که بیان آن از حوصله حاضر بیرون است. فقط به سیره رسول اکرم ﷺ و حضرت امیر[ؓ] اشاره می‌شود که در بازارها می‌گشتند و بر فعالیت‌های مردم نظارت می‌کردند. ضوابط را برای آنان بیان می‌فرمودند و آن‌ها را از ارتکاب کارهای خلاف باز می‌داشتند و نصایح فراوانی به آنان می‌کردند؛ اما هیچ معنی از تعقیب سود مشروع به عمل نیاوردند.

۲. قرآن کریم:

وَيَلْ لِكُلِّ هُمَزَةٍ لُّمَزَةٌ الَّذِي جَمَعَ مَالًا وَعَدَّدَهُ يَحْسَبُ أَنَّ مَالَهُ أَخْلَدَهُ (همزه (۱۰۴): ۱-۳)

۳. حضرت امیر علیه السلام فرمود:

فَلَا تَنَافَسُوا فِي عِزِّ الدُّنْيَا وَفَخْرِهَا (عاملی، ۱۴۰۳ق: ج ۱۲، ص ۲۸۲).

در راه رسیدن به عزت‌ها و افتخارهای دنیایی با یکدیگر رقابت نکنید.

که به این ترتیب، رقابت بر سر امکانات دنیایی امری ناشایست است و منشأ بسیاری از صفات زشت در مردم می‌شود.

به این ترتیب، انسان مسلمان متوجه می‌شود که اگر انگیزه‌اش فقط کسب سود باشد، از دستیابی به بسیاری از کمالات محروم خواهد شد.

۲. انسانی که تمام انگیزه‌اش از فعالیت‌های اقتصادی کسب رضایت الاهی است، انجام فعالیت‌ها را وظیفه خود می‌داند. او خود را مأمور امتثال امر خدا می‌داند که «هُوَ أَنشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا» (هود (۱۱): ۶۱). او مال را ودیعه الاهی می‌داند که امانتی دست انسان است که باید ببیند صاحب اصلی او چه خواسته است: «أَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ فِيهِ» (حدید (۵۷): ۷). نمونه بارز چنین انسانی حضرت امیر علیه السلام است که بیش‌ترین فعالیت اقتصادی را داشت. حضرت بیش‌ترین چشمه را احداث فرمود و بیش‌ترین نخلستان را که از بزرگ‌ترین و پرثمرترین فعالیت‌ها در آن دوران بود، ایجاد کرد؛ اما کم‌ترین مصرف را داشت. آداب بسیاری که در روایات وارد شده، در این جهت است؛ برای مثال، گرفتن سود از مؤمن به اندازه بیش‌تر از مخارج روز انسان نکوهش شده است؛ تعریف کالای در معرض فروش مذموم شمرده شده؛ سوگند خوردن در فعالیت‌های اقتصادی بسیار نکوهش شده؛ استفاده از شرایط انحصاری به شدت محکوم شده و بسیاری از آموزه‌های دیگر (حرر عاملی، ۱۴۰۳ق: ج ۱۲، ص ۲۸۲). این انسان به دست آوردن روزی را وظیفه خود نمی‌داند؛ بلکه انجام فعالیت با تمام توان را بر خود فرض، و رزاق را خداوند می‌داند: «ان الله هو الرزاق ذو القوه المتین» و این از دقیق‌ترین آموزه‌های توحیدی است. چنین انسانی خود را موظف به تعاون با دیگران برای رشد جامعه اسلامی می‌داند.

مشاهده می‌کنیم بازاری که بر اساس این مبنا شکل بگیرد، از مواهب مثبت رقابت بهره‌مند می‌شود و از تمام عوارض منفی آن مصون است. انسان اقتصادی اسلام در همه سطوح برای

فعالیت اقتصادی انگیزه دارد. فردی که در چارچوب محرمات و واجبات عمل می‌کند و انگیزه‌اش کسب سود است، با رقابت با دیگران برای کسب سود انگیزه برای فعالیت دارد؛ در حالی که باید موازین اخلاقی را رعایت کند؛ تبلیغات مخرب انجام ندهد؛ به دیگران ستم روا ندارد و از شرایط انحصاری سوء استفاده نکند؛ زیرا همه این‌ها منع شده‌اند، و فردی که به انگیزه کسب رضای الهی به فعالیت می‌پردازد، انجام فعالیت‌ها را وظیفه خود می‌داند؛ البته بین این دو، درجات فراوانی وجود دارد که هم انگیزه مادی در وجود شخص حاکم است و هم انگیزه معنوی که درجه هر یک به تناسب شخصیت افراد فرق می‌کند؛ اما در همه حالات نتیجه این است که انگیزه انسان اقتصادی اسلام یا به اندازه انسان اقتصادی نظام اقتصاد آزاد است یا از آن بیش‌تر است* و جامعه از عوارض منفی رقابت مصون خواهد بود؛ البته به دلیل این‌که انسان‌ها در عمل کاملاً رعایت ضوابط را نمی‌کنند، برای نظام اسلامی هم وظایف بسیاری برای جلوگیری از عوارض منفی رقابت قرار داده شده است که خارج از بحث ما است.

۲. ساختار بازار اسلامی

از آن‌جا که بازار را به معنای گسترده‌اش در نظر گرفتیم و تحلیل‌های گذشته را بر اساس آن انجام دادیم، ابتدا فهرست وار اهم ضوابط رفتاری تولیدکننده و مصرف‌کننده را ذکر می‌کنیم:

أ. ضوابط رفتاری تولیدکننده

۱. فراگرفتن همه حرفه‌هایی که حفظ نظام جامعه اسلامی بر آن متوقف است و تولید کالاها و خدماتی که این مهم بر آن توقف دارد، واجب شمرده شده است* (شیخ انصاری، بی‌تا: ص ۶۵)؛ بنابراین، تا زمانی که کالاها و خدمات ضرور تأمین نشده، همه موظفند به تولید آن‌ها اقدام کنند.
۲. تولیدکننده باید تمام ضوابط الهی را رعایت کند و اگر نتواند واجبات و محرمات را

* بنابراین نظر برخی که کم‌تر بودن انگیزه عاملان اقتصادی در بازار اسلامی در مقایسه با بازار رقابت آزاد را ممکن می‌دانند، درست نیست. (ر.ک: مبانی اقتصاد اسلامی، دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، ص ۱۵۱). بله، یک مطلب وجود دارد و آن این است که فرد مسلمان مقید است قسمتی از وقت خود را برای عبادت مثلاً نماز سر وقت صرف کند.

* فرق نمی‌کند که این امر وجوب شرعی داشته باشد؛ بنا بر وجوب شرعی مقدمه یا وجوب عقلی از باب مقدمه عقلیه که مثلاً امام خمینی^ع در مکاسب المحرمه قائل به آن هستند، به هر حال حفظ نظام و نسق جامعه اسلامی واجب است و مقدمات آن نیز که تولید کالاها و خدمات ضرور است نیز باید حاصل شود.

رعایت کند، شرعاً مجاز نیست به هیچ‌گونه فعالیتی دست بزنند.

۳. به دلیل حرمت اضرار به دیگران* و حرمت اتلاف منابع و اسراف می‌کوشد از منابع به نحو بهینه استفاده کند.

۴. وی همانند همه مسلمانان خود را مخاطب خداوند می‌داند که: «إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ» (نحل (۱۶): ۹۰)؛ بنابراین، بر اساس عدل و احسان، تولید و عرضه می‌کند. رعایت عدل، جلو ستم به دیگران را می‌گیرد و رعایت احسان باعث می‌شود رفاه دیگران را نیز مدنظر قرار دهد. او با رعایت این ضوابط به حداکثر سازی سود خود اقدام می‌کند.

ب. ضوابط حاکم بر رفتار مصرف کننده

در حوزه مصرف نیز اسلام انگیزه‌های طبیعی انسان را انکار نمی‌کند و بر تأمین نیازها تأکید می‌ورزد؛ اما به لذت شخصی انسان اصالت نمی‌دهد؛ از این رو گر چه فرد مسلمان می‌تواند درآمد مشروع خود را صرف مصارف خود کند، مصرف در حد کفاف، ستوده است و بیش‌تر از آن سفارش نشده تا وقتی به حد اسراف برسد که تحریم شده است. مصرف کننده مسلمان درآمد خود را به چند قسمت تقسیم می‌کند: قسمتی را مصرف، قسمت دیگر را انفاق و بخش سوم را صرف پس‌انداز می‌کند که به این ترتیب، هم خودش تأمین می‌شود و هم منابع لازم برای سرمایه‌گذاری در اقتصاد فراهم می‌آید. یکی از نکات مهم این است که چون همه نیازمندان تأمین می‌شوند، همه آحاد جامعه اسلامی به صورت متقاضیانی که توان خرید نیازهای خود تا حد کفاف را دارند، وارد بازار می‌شوند و برای کالاهای ضرور و نیمه‌ضرور تقاضای فعلیت یافته (موثر) ایجاد می‌شود و این به صرف منابع و امکانات جامعه برای تولید این کالاها و خدمات کمک می‌کند.

این‌جا تأکید می‌شود که آنچه در مورد رفتار عرضه کننده و تقاضا کننده گفته شد، اختصاصی به بازار کالاها و خدمات ندارد و در بازار منابع نیز حاکم است.

نتیجه‌گیری در مورد ساختار بازار اسلامی

برای روشن شدن ساختار بازار اسلامی باید سه عنصر محوری را که درباره آن بحث شد

* حرمت اضرار باعث می‌شود در بازار اسلامی آثار خارجی منفی وجود نداشته باشد.

در نظر بگیریم: رقابت و تعاون به معنای یاد شده، رفتار تولید کننده و رفتار مصرف کننده، با توجه به این امور و آموزه‌های بسیاری که در قرآن و عترت (حر عاملی، ۱۴۰۳ق: ج ۱۲) درباره مبادلات در بازار اسلامی بیان شده می‌توان گفت برای بازار اسلامی دو سطح متصور است:

۱. صورت مطلوب: همگان ضوابطی را که به آن اشاره شد رعایت می‌کنند. رقابت در تولید برای کسب سود بیش‌تر در چارچوب ضوابطی که به آن‌ها اشاره شد، وجود دارد. مصرف کنندگان برای ارضای امیال خود مصرف می‌کنند؛ در مبادلات دروغ نمی‌گویند؛ از نیازهای اضطراری یک‌دیگر برای کسب سود سوء استفاده نمی‌کنند؛ برای شکستن قیمت‌ها بر ضرر دیگران و به نفع خود وارد معامله دیگران نمی‌شوند برای کسب سود، سوگند حتی سوگند راست نمی‌خورند؛ فضای مصنوعی ایجاد نمی‌کنند و بسیاری از امور دیگر که همه این‌ها به صراحت در قرآن و عترت بیان شده‌اند. در این صورت، فضای بازار فضای لطیف و امن می‌شود و اخلاق، روح مبادلات را تشکیل می‌دهد؛ وجود خیار گسترده جلو سوء استفاده از فرصت‌ها را می‌گیرد؛ البته کنار این‌ها دولت اسلامی نیز موظف به نظارت و هدایت بازار است؛ همان‌گونه که رسول اکرم ﷺ و حضرت امیرؓ انجام می‌دادند. روشن است که در این صورت آثار مثبت رقابت وجود دارد؛ اما جنبه‌های منفی آن مفقود است. چنین وضعیتی را بازار «رقابت سالم» نامگذاری می‌کنیم؛ البته در این صورت کارگزاران بازار به طور نسبی مستحبات را نیز انجام خواهند داد.

۲. صورت ایده‌آل: اگر فعالیت‌ها بر اساس تعاون انجام گیرد نه رقابت، وضعیت آرمانی تحقق خواهد یافت. در این صورت، ایثار دیگران بر خود و مقدم داشتن آنان و در نظر گرفتن مصالح امت، اساس فعالیت‌ها و مبادلات را تشکیل خواهد داد. «مواسات» در فرهنگ اهل بیتؑ به این معنا است. امام کاظمؑ از عاصم پرسیدند: کیف انتم فی التواصل و التواسی؟ قلت: علی افضل ما کان علیه احد. قالؑ: آیاتی احدکم الی دکان اضیه او منزله عند الضائقه فیستخرج کیسه و یاخذ ما یحتاج الیه فلا ینکر علیه؟ قال: لا. قالؑ: فلستم علی ما احب فی التواصل. یعنی در این صورت آن‌گونه که من می‌خواهم نیستید (مجلسی: بی‌تا: ج ۷۴، ص ۲۳۲، ح ۲۸).

نام این وضعیت را «بازار تعاون همگانی» می‌گذاریم.

در بازار رقابت سالم و بازار تعاون همگانی معاملات بر اساس رضایت طرفین و بر اساس

نیازهای واقعی آنان انجام می‌گیرد. در زمان رسول اکرم ﷺ بعد از هجرت حضرت به مدینه و تشکیل حکومت اسلامی به طور نسبی این وضعیت به وجود آمد. در اوایل انقلاب اسلامی نیز تا حدودی ما به این وضعیت نزدیک شدیم؛ البتّه این الگو الگوی «همه یا هیچ» نیست؛ بلکه به هر اندازه که کارگزاران اقتصادی به ضوابط آن پایبند باشند، از مواهب آن بهره‌مند خواهند شد. به دلیل وظایف گسترده‌ای که به عهده دولت اسلامی قرار دارد می‌توان یک قید را به بازار رقابت سالم افزود و آن «رقابت نظارت شده» (supervised) است.

قیمت در بازار مطلوب و بازار ایده‌آل

قیمتی که در بازار اسلامی تعیین می‌شود، قیمت عادلانه خواهد بود. بر اساس این که عدالت را «دادن حق همه صاحبان حق» تعریف کنیم، اگر ضوابط اسلامی رعایت شود، حق همه ادا خواهد شد. تولیدکنندگان مزد خود را دریافت می‌کنند (سود مشروع) و همه متقاضیان نیز امکان تقاضای بالفعل دارند: گروهی از راه کسب درآمد و گروهی که توان کار ندارند با تأمین مالی به وسیله متمکنان و دولت اسلامی متقاضی بالفعل خواهند شد و چون انحصارات در حداقل قرار دارد، قیمت‌ها بالا نخواهد بود.

حضرت امیر علیه السلام به مالک فرمود: قیمت‌ها باید به گونه‌ای تعیین شود که نه به فروشنده اجحاف شود و نه به خریدار (سید رضی، بی تا: ۵۳). در آموزه‌های اسلامی درصد مشخصی به صورت سود تعیین نشده؛ بلکه هدف این است که مسلمانان به گونه‌ای ساخته شوند که خود بر اساس انصاف و عدالت به مبادله بپردازند. مشکل اساسی بشر دو چیز است: ۱. جامع نبودن قوانین و مقرراتی که با عقل بشری بدون استمداد از وحی وضع شده است؛ ۲. ساخته نشدن انسان‌ها. گر چه مشکل اول مهم است، در اکثر جوامع، عاقلان قوانین نسبتاً خوبی وضع کرده‌اند؛ ولی چون انسان‌ها از درون ساخته نشده‌اند، تا آن جا که بتوانند، از عمل به این قوانین سر باز می‌زنند؛ پس اسلام ساخته شدن مردم را وجهه همت خود قرار داده است. در قرآن کریم و سخنان اهل البیت علیهم السلام افزون بر مقررات حقوقی که در مورد فعالیت‌های اقتصادی و معاملات وضع شده، مستحبات و مکروهات و توصیه‌های اخلاقی فراوانی بیان شده است. برخی از این امور در خلال مباحث گذشته اشاره شد؛ مانند عدم استفاده از اضطرار دیگران، دنیا طلبی، حرص. چند مورد دیگر فهرست می‌شود: راحت گرفتن در معاملات، آراسته شدن

عاملان به حلم، اجتناب از سوگند، بیان عیوب کالاها، تعریف نکردن از جنسی که می‌خواهد بفروشد، وعده‌های آخرتی به تاجر صدوق، پس گرفتن جنس از کسی که بعد از معامله پشیمان شده، سود نگرفتن از مؤمنان بیش‌تر از آنچه برای اداره زندگی خود نیاز دارد، کم گرفتن و زیاد دادن موقع معامله، به یک چشم نگاه کردن تمام طرف‌های معاملات، نماز اول وقت خواندن در بازار، خواندن دعاهای مخصوص هنگام شروع به فعالیت، به یاد خدا بودن، همکاری با انسان‌های صالح و... (عاملی، ۱۴۰۳ق: ج ۱۲، ص ۲۸۲ - ۳۴۵).

۷۷

اقتصاد اسلام

آیا اگر انسان‌ها چنین ساخته شوند و به فعالیت بپردازند، منافع همگان تامین خواهد شد و عرصه اقتصاد میدان فعالیت‌های پر ثمر خواهد بود یا اگر بر اساس رقابتی که نظام سرمایه‌داری آن را توصیه می‌کند به تولید و مصرف و مبادله اقدام کنند؟

نکته پایانی این‌که چون همواره انسان‌هایی وجود دارند که به دلیل روحیه حرص و طمع از موقعیت‌ها سوء استفاده می‌کنند، اسلام برای تصحیح فعالیت‌ها، وظایف و اختیارات گسترده‌ای را برای دولت اسلامی معین فرموده است.

به دلیل سالم بودن بازار و مذموم بودن استفاده از فرصت‌هایی که برای ایجاد جو مصنوعی وجود دارد، میزان سود اقتصادی خیلی بالا نخواهد بود. جریان مصادف، شاهد خوبی برای این مسأله است که امام صادق علیه السلام سود ناشی از تبانی مصادف با رفقایش برای فروش کالا به قیمتی بالاتر از قیمت طبیعی بازار را نپذیرفت و فرمود: ای مصادف! روبه‌رو شدن با شمشیرها از کسب حلال آسان‌تر است. (همان: ص ۳۱۱) ملاحظه می‌کنیم در وضعیتی که ضوابط مورد نظر شرع در جانب عرضه و تقاضا و مبادله رعایت شود قیمت عادلانه است و مورد امضای شرع و گرنه اگر جو مصنوعی حاکم شود، قیمت مشروع نخواهد بود. روایاتی را که فرموده‌اند قیمت‌ها را خداوند تعیین می‌فرماید می‌توان بر همین امر حمل کرد. روشن است که در وضعیت زمان پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم، جو بازار در مقایسه با امروز بسیار سالم و طبیعی بوده و معاملات بر اساس «تجاره عن تراض» صورت می‌پذیرفته است و افزون بر آن، وجود مقدس رسول اکرم صلی الله علیه و آله و سلم و امیرمؤمنان علیه السلام به شخصاً به نظارت بر بازار مبادرت می‌فرموده‌اند مؤید تحلیل یاد شده فرموده حضرت امیر علیه السلام به مالک است که فرمود:

و اسعار لایحجف بالفریقین من البایع والمبتایع.

قیمت در بازار باید به گونه‌ای تعیین شود که نه به خریدار اجحاف شود و نه به فروشنده.

نتیجه ضوابط مورد نظر اسلام این است که نوسانات قیمت چندان زیاد نیست؛ به ویژه که روح حاکم بر بازار را اخلاقیات اسلامی تشکیل می‌دهد؛ البته وجود نوسانات ناشی از عوامل

خارج از اراده مانند سیل و قحطی و زلزله قابل انکار نیست. هر چه شرایط بازار به آنچه مورد نظر شرع است، نزدیک‌تر باشد، قیمت به عدالت نزدیک‌تر است.

خلاصه و نتیجه‌گیری

۱. برای بازار تعاریف گوناگونی صورت گرفته است؛ اما امروزه اصطلاح بازار در معنایی فراتر از همه آن‌ها به کار برده می‌شود. «اقتصاد بازار» به اقتصادهایی اطلاق می‌شود که بیش‌تر ثروت‌ها و وسائل تولید در دست بخش خصوصی است و سازوکار بازار عمده فعالیت‌ها را هماهنگ می‌کند.

۲. مبنای اصلی اقتصاد بازار، رقابت است. رقابت یعنی این‌که گروهی برای دستیابی به امکانات اقتصادی با یک‌دیگر مبارزه کنند و هر کدام برای پیشی گرفتن بر دیگران بکوشند. زیر بنای چنین رقابتی اصالت دادن به منافع شخصی است.

۳. در مورد کارکرد رقابت تفاسیر گوناگونی شده است: تفسیر اسمیت، تفسیر نئوکلاسیک‌ها، تعبیر شومپیتر و هایک قسمتی از این تفاسیر هستند؛ اما عنصر مشترک همه آن‌ها رقابت به معنای یاد شده است و اختلاف در عملکرد آن است.

۴. گرچه حاکمیت رقابت به معنای یاد شده منشأ پیشرفت‌های گسترده‌ای در اقتصاد شده، دنیای امروز از عوارض منفی آن مصون نمانده است؛ مانند انحصارات بزرگ، تعمیق شکاف طبقاتی و بروز قطب‌های عظیم ثروت که نبض دنیا را در دست گرفته‌اند و اساسی‌ترین نقش‌ها را در شؤون سیاسی بشر ایفا می‌کنند.

۵. اسلام، رقابت برای دستیابی به منافع شخصی را تحریم نکرده؛ اما به آن اصالت نداده و ضوابط بسیاری را برای آن وضع فرموده است؛ برای مثال، عدم اضرار به دیگران، رعایت مصالح جامعه اسلامی، رعایت و توصیه‌های اخلاقی فراوانی را به عمل آورده است. هدف اصلی اسلام این است که انسان‌ها به گونه‌ای ساخته شوند که با انگیزه و نشاط به فعالیت‌های اقتصادی بپردازند؛ اما هدف آنان کسب رضایت الهی و خدمت به جامعه اسلامی باشد و در عین این‌که با تمام توان کار می‌کنند رزاق را خداوند بدانند و افق بلند انسان شدن، اصلی‌ترین

آرمان آن‌ها باشد.

۶. بازار اسلامی را در دو صورت می‌توان تصور کرد: بازار رقابت سالم و بازار تعاون همگانی. در بازار رقابت سالم به دلیل حاکمیت ضوابط اسلامی آثار مثبت رقابت وجود دارد؛ اما آثار منفی آن مانند بروز انحصار تخریب یک‌دیگر وجود ندارد. در بازار تعاون همگانی همه فعالیت‌ها با کمک یک‌دیگر برای رفع نیازهای جامعه صورت می‌گیرد.

۷. قیمتی که در بازار اسلامی تعیین می‌شود، عادلانه است؛ زیرا حقوق همه عواملان پرداخت شده است.

۸. به دلیل اهمیت مسأله باید در این زمینه کارهای دقیق و گسترده‌ای صورت بگیرد تا بتوانیم الگوی جامعی برای بازار اسلامی با تکیه بر مبانی آن به دنیا ارائه دهیم. گرچه کارهای مفیدی صورت گرفته، هنوز کامل نشده است.

منابع و مأخذ

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. اتماریسینگ، تاریخ اندیشه‌ها و عقاید اقتصادی، هادی صمدی، تهران، موسسه تحقیقات اقتصادی دانشگاه تربیت مدرس، اول، ۱۳۷۴ش.
۴. انصاری، محمدجعفر، و دیگران، درآمدی به مبانی اقتصاد خرد با نگرش اسلامی، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها، اول، پائیز ۱۳۷۸ش.
۵. تفضلی، فریدون، تاریخ عقاید اقتصادی، تهران، نشر نی، اول، ۱۳۷۲ش.
۶. حر العاملی، محمد بن الحسن، وسائل الشیعه، تهران، المکتبه الاسلامیه، ۱۴۰۳ ق.
۷. حسینی، سیدرضا، الگوی تخصیص درآمد و رفتار مصرف‌کننده مسلمان، تهران، مرکز نشر پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، اول، ۱۳۷۹ش.
۸. دادگر، یدالله، نگرشی بر اقتصاد اسلامی، تهران، پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، اول، ۱۳۷۸ش.

۹. رنانی، محسن، بازار یا نا بازار، تهران، سازمان برنامه و بودجه، اول، ۱۳۷۶ش.
۱۰. سالواتوره، دومینیک، تئوری و مسائل اقتصاد خرد، حسن سبحانی، تهران، نشر نی، ششم، ۱۳۷۲ش.
۱۱. شارل ژید - شارل ریست، تاریخ عقاید اقتصادی، کریم سنجابی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، اول، ۱۳۷۰ش.
۱۲. شومپتر، جوزف، کاپیتالیزم، سوسیالیسم و دموکراسی، حسن منصور، تهران، نشر مرکز، دوم، ۱۳۷۵ش.
۱۳. غنی‌نژاد، موسی، معرفت شناسی علم اقتصاد، تهران، موسسه عالی پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه، اول، ۱۳۷۶ش.
۱۴. فیلیس چارلز و موریس اون، تحلیل اقتصادی، اکبر کميجانی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، اول، ۱۳۷۲ش، ج ۱.
۱۵. قدیری اصلی، باقر، سیر اندیشه اقتصادی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، اول، ۱۳۶۸ش.
۱۶. نمازی، حسین، نظام‌های اقتصادی، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، اول، ۱۳۷۴ش.
۱۷. لغت ویج، ریچارد ایچ، سیستم قیمت‌ها و تخصیص منابع تولیدی، میرنظام سجادی، تهران، موسسه علوم بانکی ایران، دوم، خرداد ۱۳۵۴ش.
۱۸. معصومی‌نیا، غلامعلی، بررسی و مقایسه عملکرد بازار کالا و خدمات در سیستم اقتصادی اسلام و سرمایه‌داری، پایان نامه.
۱۹. منتظر ظهور، محمود، اقتصاد، تهران، سازمان انتشارات دانشگاه تهران، هشتم، تهران، ۱۳۶۹ش.
۲۰. میرمعزی، حسین، نظام اقتصادی اسلام، دفتر سوم، تهران، موسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر، اول، ۱۳۸۰ش.
۲۱. رفیق یونس المصری، بحوث فی الاقتصاد الاسلامی، دارالمکتب، دمشق، الطبعة الاولى، ۱۴۲۱ق، ۲۰۰۱م.
۲۲. شیخ انصاری، المکاسب، المکاسب الحرمه، چاپ رحمت‌الله، بی‌تا.
۲۳. مجلسی، بحار الانوار، بی‌تا، ج ۷۴.