

ویژگی‌های بازار اسلامی و نقش دولت در آن

دکتر رضا اکبریان^۱

محمدحسین دیانتی^۲

چکیده

بازار به عنوان نماد فعالیت‌های اقتصادی از جمله داد و ستد کالاها و خدمات شناخته شده و علم اقتصاد نیز با موضوعات متعدد در نهاد بازار متبلور است. طبیعی است بدون در نظر گرفتن این نهاد هیچیک از موضوعات اساسی از جمله عرضه، تقاضا، تعادل و رفاه جایگاه خود را در اقتصاد نمی‌یابد.

با توجه به انواع مختلفی که برای ساختار بازار وجود دارد، شناخت ویژگیهای بازار بر اساس مبانی اسلام از ضروریات جوامع اسلامی به حساب می‌آید. در این راستا بازاری مدنظر است که در آن همکاری و تعاون در جهت تولید بیشتر و ارائه خدمات مطلوب‌تر در داد و ستد وجود داشته باشد؛ چون بازار در جامعه اسلامی نمی‌تواند از حداقل ارزشها و مبانی دینی فاصله بگیرد.

بحث میزان قدرت بازار و دولت از مهمترین مباحث تعیین‌کننده نظام اقتصادی می‌باشد، به نحوی که اقتصاد آزاد (لیبرال) را بازار محور و سوسیالیسم را اقتصاد دولت محور می‌نامند. اقتصادی که از مبانی اسلامی نشأت می‌گیرد نیز باید محدوده حضور این دو رکن را در اقتصاد تبیین و مشخص نماید. اما علی‌رغم سابقه تاریخی مبانی ایدئولوژیک در مکتب اسلام، مباحث پیرامون اقتصاد اسلامی به نسبت دیگر مکاتب جوان می‌باشد. بنابراین توجه بیشتر به تعیین محدوده فعالیت دو رکن دولت و بازار در اقتصاد اسلامی تا حدودی جایگاه این نظام اقتصادی را در مقایسه با دیگر نظام‌های اقتصادی مشخص خواهد نمود.

در این مقاله سعی بر آن است تا با توجه به مبانی اسلام، ویژگی‌های بازار و نقش دولت در آن تبیین گردد. در این راستا پس از تبیین موضوع و ذکر مقدمه، مروری بر مطالعات انجام شده در این زمینه خواهیم داشت. پس از آن مبانی نظری این بحث مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت و در پایان جمع‌بندی و نتیجه‌گیری ذکر خواهد شد.

واژگان کلیدی: بازار، اقتصاد اسلامی، رقابت، تعاون، دولت.

۱. عضو هیأت علمی بخش اقتصاد دانشگاه شیراز

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد

مقدمه

از گذشته‌های دور با ایجاد جوامع انسانی، تقسیم کار میان انسان‌ها به وجود آمد و افراد و خانواده‌ها با توجه به توان و استعداد خود دست به تولید کالا و یا ارائه خدمتی خاص زده‌اند و حاصل آن را با یکدیگر مبادله نموده‌اند. به این صورت بازار به عنوان نماد فعالیت‌های اقتصادی از جمله داد و ستد کالاها شناخته شده و مورد توجه قرار گرفته است. همچنین دولت‌ها به عنوان متصدیان نظم و تعادل در جوامع در کنار بازار و گاهی با دخالت در آن به اجرای وظایف اقتصادی خود پرداخته‌اند.

پیرامون بحث میزان قدرت بازار و دخالت دولت نظریات متفاوتی وجود دارد و بر اساس نظام‌های متفاوت اقتصادی می‌توان این نظریات را دسته‌بندی نمود. اما محدوده فعالیت این دو رکن در اقتصاد اسلامی به خوبی آشکار و بیان نگردیده است، به نحوی که در سالهای نخست انقلاب بر اثر رواج دیدگاه‌های مارکسیستی ضد سرمایه‌داری و حذف فاصله‌های طبقاتی، اقتصاد کشور ایران به سمت اقتصاد دولتی و متمرکز حرکت نمود و این امر به دلیل وقوع جنگ تحمیلی تشدید شد، اما پس از سالهای جنگ با آشکارشدن مشکلات اقتصاد متمرکز و شکست دولت‌های متمرکزگرا و سوسیالیست، حرکت ناگهانی به سمت اقتصاد بازار محور با سیاست‌های تعدیل اقتصادی، اجرا گردید که نتایج مخربی بر اقتصاد ایران داشت.

دلیل تمامی این سردرگمی‌ها را می‌توان آشکارنمودن کامل ویژگی‌های بازار و میزان دخالت دولت در اقتصاد اسلامی دانست. بنابراین توجه بیشتر به تعیین ویژگی‌های بازار اسلامی و نقش دولت در آن می‌تواند تا حدودی جایگاه اقتصاد اسلامی را در مقایسه با سایر نظام‌های اقتصادی مشخص و از تکرار اجرای سیاست‌های افراطی و تفریطی در این مورد جلوگیری نماید. هدف این مقاله نیز تعیین ویژگی‌های بازار اسلامی و میزان نقش دولت در آن با توجه به مبانی اسلام می‌باشد.

هرچند عده‌ای بر این باورند که در ترسیم چشم‌انداز جامعه نمونه اسلامی، به صورت قطعی نمی‌توان پیرامون مفاهیمی چون "اقتصاد"، "بازار" و... سخن گفت و باید در انتظار به وجود آمدن نهادهای دیگری برای سامان‌دادن به معیشت مردم بود، اما در مقابل گروه دیگری معتقدند آنچه امروز به نام "بازار" نامیده می‌شود دارای ساز و کارهایی مبتنی بر فرهنگ دینی است، هرچند ظهور و بروز آن در شرایط مختلف دارای نوسان می‌باشد. به همین جهت می‌توان از ویژگی‌های بازار نمونه در جامعه اسلامی سخن گفت.

در ادامه مروری بر ادبیات پیرامون مبحث ویژگی‌های بازار اسلامی و نقش دولت اسلامی در آن ارائه می‌گردد و پس از آن مبانی نظری این بحث مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت و در پایان نیز جمع‌بندی و نتیجه‌گیری ذکر می‌شود.

مروری بر ادبیات

ابن خلدون در قرن هشتم هجری قمری تا حدودی به تعیین قیمت بر اساس عرضه و تقاضا اشاره نموده است و به تأثیر مالیات بر عرضه توجه نموده است.^۱ همچنین وی بیان می‌نماید در صورتی که قیمت‌ها کاهش یابد تولیدکنندگان زیان خواهند دید و از ادامه فعالیت منصرف می‌شوند^۲ و دخالت دولت (سلطان) در بازار را به زیان جامعه می‌داند.^۳

آیت ... صدر در کتاب مشهور «اقتصادنا» به صورت مشخص به ویژگی‌های بازار اسلامی پرداخته‌اند، اما با بیان آزادی اقتصادی در کادر محدود که براساس ارزش‌های معنوی و ایده‌های اسلامی تعیین می‌گردد،^۴ به عنوان یکی از اصول اقتصاد اسلامی و بیان نظر پیرامون امکان فروش کالا به قیمت اجحاف‌شده، تا حدودی در این عرصه وارد شده‌اند.^۵ پیرامون دخالت دولت، وضع متفاوت است و ایشان بخشی از کتاب خود را به این موضوع اختصاص داده و آن را به عنوان یکی از اصول عمده اقتصادی اسلام معرفی می‌نمایند.^۶ آیت ... صدر با توجه به آیات و روایات برای دولت اسلامی و ولی امر مسلمین، نه تنها وظیفه اجراء مقررات و قوانین ثابت را جهت برقراری عدالت در نظر می‌گیرند، بلکه بیان می‌دارند که آنها بر اساس قلمرو آزادی نظر قانونی دولت، در مواردی همانند جلوگیری از فروش کالا به قیمت اجحاف‌شده، بر طبق مقتضیات عدالت اجتماعی، اجازه قانون‌گذاری نیز دارند.

عباس میرآخور در بررسی ویژگی‌های عمومی نظام اقتصاد اسلامی، با توجه به شواهد تاریخی، در مورد ایجاد بازار در شهر مدینه به دستور پیامبر و انجام معامله آزادانه در آن و نظارت بر امور بازار، ایجاد زیربنای لازم برای وجود بازارها و نظارت بر آنها را از نقشهای دولت می‌داند.

منصور زراءنژاد در بررسی ویژگی‌های بازار اسلامی به آزادی ورود و خروج، تبادل صحیح اطلاعات، محدودیت تبانی و سازش برای تعیین قیمت‌ها، محدودبودن سود، عدم انحصار خرید و فروش، رقابت همراه با تعاون و اخلاقی‌بودن بازار اشاره می‌نماید. وی بیان می‌دارد با توجه به ویژگی‌های بازار اسلامی، اخلاق و دولت، دو عامل اصلی و مؤثر برای کنترل بازار می‌باشند که عامل اخلاق و ایمان مبادله‌کنندگان را دلیلی جهت عرضه و تقاضای کالاها و خدمات مطابق با مصالح واقعی جامعه می‌داند و دولت نیز با نظارت دائم و دخالت به موقع از قیمت‌های غیرطبیعی و غیرظالمانه حمایت می‌نماید و از این طریق مصالح عمومی تأمین می‌گردد. زراءنژاد به کمک مثال‌های تاریخی به این نتیجه می‌رسد که دولت‌های اسلامی به بازار و مکانیسم تعیین قیمت‌ها توجه ویژه‌ای داشته‌اند.

۱. ابن خلدون، مقدمه ابن خلدون، جلد دوم، صص. ۷۸۶-۷۸۴.

۲. ابن خلدون، مقدمه ابن خلدون، جلد اول، صص ۵۳۷-۵۳۶.

۳. ابن خلدون، مقدمه ابن خلدون، جلد اول، صص. ۵۴۲-۵۴۱.

۴. صدر، اقتصاد ما، جلد اول، ص ۳۵۸.

۵. صدر، اقتصاد ما، جلد اول، ص ۳۳۵.

۶. صدر، اقتصاد ما، جلد دوم، ص ۳۲۸.

محمد رضا مالک به کمک روایات، وظایف دولت را بر اساس دو محور امور دنیایی و امور دینی تقسیم می‌نماید و به کمک این تقسیم‌بندی و براساس شواهد تاریخی، مهمترین مسؤولیت‌های دولت اسلامی را در بُعد اقتصادی بررسی نموده است. وی در نهایت، شش وظیفه تجهیز و تخصیص منابع مالی، اجرای عدالت اقتصادی، برقراری ثبات در بازار، برقراری عمران و آبادی، حفظ استقلال و امنیت، امر به معروف و نهی از منکر را برای دولت می‌شمارد و بیان می‌نماید که گاهی اوقات دولت به طور مستقیم و گاهی فقط با سیاست‌گذاری یا نظارت بر اساس این وظایف در اقتصاد دخالت می‌نماید.

مبانی نظری

جهت شناخت ویژگی‌های بازار اسلامی و میزان دخالت دولت در آن، نخست باید اهداف و مبانی اقتصاد اسلامی تعیین و تبیین گردند تا بتوان بر اساس آنها شرایط و ویژگی‌های بازار مورد نظر اسلام را استخراج نمود.

اهداف اقتصاد اسلامی

در مکتب اسلام، انسان برخلاف دیگر مکاتب اقتصادی، دارای دو بُعد مادی و معنوی می‌باشد و دیگر مکاتب تنها به بُعد مادی او در تجزیه و تحلیل‌های اقتصادی خود استفاده می‌کنند. اما اسلام در تمامی تجزیه و تحلیل‌های خود به هر دو بُعد توجه نموده است که اقتصاد نیز از این تجزیه و تحلیل‌ها مجزا نخواهد بود. هدف اقتصاد تأمین نیازهای مادی بشر می‌باشد، اما نیازهای بشر منحصر به نیازهای مادی او نیست، بلکه همه خواسته‌های فطری انسان نیازهای او می‌باشند اگر چه برخی از آنها به صورت مستقیم با زندگی او ارتباط نداشته باشند مانند زیبایی و کمال. بنابراین اسلام تنها درصدد رفع نیازهای مادی بشر نیست و با تأمین آنها کار خود را تمام‌شده نمی‌داند، بلکه با تأمین رفاه برای همه و ایجاد عدالت اجتماعی به کمک تمامی افراد جامعه به عنوان هدف، به دنبال تأمین نیازهای معنوی افراد جامعه نیز می‌باشد.^۱ بر این اساس است که می‌توان اهداف اقتصاد اسلامی را به صورت زیر عنوان نمود: حاکمیت سیاسی اسلام، تحکیم ارزش‌های معنوی و اخلاقی، عدم وابستگی اقتصادی، برپایی عدالت اجتماعی، خودکفایی و اقتدار اقتصادی، توسعه و رشد اقتصادی به همراه رفاه عمومی.^۲

حال که اهداف اقتصاد اسلامی بیان گردید، مبانی اقتصاد اسلامی که بر اساس آنها این اهداف قابل دسترسی می‌باشند بیان می‌شود.

۱. دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، درآمدی بر اقتصاد اسلامی، ص. ۴۸.

۲. مصباحی، اهداف اقتصاد اسلامی، ص. ۶۹.

مبانی اقتصاد اسلامی

نظام اقتصادی اسلام بر چند اصل اساسی استوار می‌باشد که این نظام را از سایر نظام‌ها متمایز می‌نماید. افراد مختلف مانند عبدالحسین محمد، مظاهری، حجازی، هاشمی، زنجانی، بی‌آزار شیرازی، بناء رضوی، موسوی اصفهانی، حریری، مطهری، علامه هشترودی، نوری، مکارم شیرازی، غفوری، نقوی، محمدباقر صدر، موسی صدر و مصباح، اصول اقتصاد اسلامی را گاهی به تفصیل و گاهی به اختصار برشمرده‌اند^۱ که به صورت مختصر این اصول عبارتند از:

اصل تنوع مالکیت

پیش از بیان انواع مالکیت از نظر اسلام، به تعریف مالکیت از دیدگاه اسلام می‌پردازیم. مالکیت رابطه ویژه‌ای بین دو قطب مالک و مال است. این رابطه نشان‌دهنده اختصاص مال به مالک و تسلط مالک بر مال می‌باشد. توانایی ما در خرید کالاها و پرداخت هزینه دریافت خدمات مختلف، بدین جهت است که ما مالک مقداری پول هستیم و می‌توانیم آن را در هر یک از موارد فوق که بخواهیم مصرف نماییم. پس مالکیت یعنی چیزی که به شخص حق استفاده، واگذاری یا تخریب مال خود را می‌دهد. هر مالکی حق دارد مال خود را ببخشد، تعویض و تبدیل کند و حتی تخریب نماید و از بین ببرد و یا مقداری از آن را برای تولید بیشتر سرمایه‌گذاری نماید.

از نظر فقه اسلامی، مالکیت و استفاده مالک از مال دارای آزادی مطلق نیست بلکه محدود به این است که استفاده مورد نظر مالک، منع شرعی نداشته باشد، مانند مکاسب محرمه، اسراف و تبذیر. محدودیت دیگر مالک در استفاده از مال، منع قانونی و حکومتی می‌باشد و اگر مصالح اسلام یا مسلمین اقتضا کند که مصرف کالای خاصی منع شود یا مال در مورد بخصوصی، مصرف گردد و حکومت بر اساس مصالح جامعه دستور دهد، در این صورت لازم است طبق مقررات عمل شود، گرچه مالک راضی نباشد مانند قانون مالیات، مقررات ساختمان‌سازی و گمرکات. حال که مالکیت بر اساس دیدگاه اسلام و حدود آن معین گردید انواع مالکیت از دیدگاه اسلام نیز بیان می‌گردد.

انواع مالکیت در اسلام

مالکیت ممکن است به یک شخص یا گروه متعلق باشد که از دیدگاه اسلام بطور کلی به چهار دسته (۱) مالکیت شخصی، (۲) مالکیت خصوصی، (۳) مالکیت عمومی و (۴) مالکیت دولتی، تقسیم می‌شود. مالکیت شخصی، به مالکیت فرد نسبت به یک کالا، یا بخشی از یک کالا، اطلاق می‌شود، به شرطی که آن کالا ابزار تولید یا شرکت نباشد. مانند باغ شخصی، خانه شخصی و خودروی شخصی.

۱. سبحانی، نظام اقتصادی اسلام، صص. ۲۶-۲۰.

مالکیت خصوصی، به مالکیت شخص یا گروه بر ابزار تولید یا شرکت گفته می‌شود، مانند کارخانه خصوصی و شرکت خصوصی.

مالکیت عمومی، شامل مالکیت یک گروه خاص بر کالایی با کاربرد خاص می‌باشد که برای مثال می‌توان از مالکیت مسلمین بر اراضی مفتوحه العنوه^۱ و مالکیت فقرا و مستحقین بر زکات و خمس، نام برد. مالکیت دولتی، مالکیت دولت بر اموال دولتی مانند ساختمان‌های دولتی، وسائل و اسباب و اثاثیه ادارات و وزارتخانه‌ها و همچنین مالکیت دولت بر انفال است، البته می‌توان گفت مالکیت دولتی بخشی از مالکیت عمومی است.

اصل عدالت

بنا بر اصل عدالت، تمامی رفتارهای واحدهای اقتصادی باید بر اساس عدالت باشد که این عدالت در دو بُعد می‌باشد:

عدالت در فرصت‌ها: در این بُعد به وجود فرصت‌های یکسان برای تمامی افراد جامعه توجه می‌شود. عدالت در توزیع درآمد: این بُعد از عدالت اقتصادی از یک سو بر تقسیم درآمد میان افراد و عوامل، متناسب با فعالیت و تأثیرشان بر تولید و یا ارائه خدمت تأکید دارد و از سوی دیگر با تعیین خمس و زکات، مالیات دولتی و تبرعات مستحب مانند انفاق و صدقه به توزیع مجدد درآمد توجه دارد.^۲

اصل آزادی اقتصادی محدود

بر اساس این اصل، تمامی افراد جامعه آزاد هستند هر گونه فعالیت اقتصادی انجام دهند اما این فعالیت اقتصادی باید مشروع باشد یعنی فعالیت اقتصادی در چارچوبی که قوانین اسلامی تعیین نموده است انجام گیرد. بنابراین فرد در انجام فعالیت اقتصادی در صورتی آزاد است که بر اساس مبانی اسلام فعالیت خود را انجام دهد.^۳

اصل رقابت و تعاون

نظام اقتصادی اسلام بر مبنای رقابت در کنار همکاری و تعاون استوار می‌باشد، یعنی افراد جامعه در حالی که دارای رفتاری رقابت‌آمیز می‌باشند با یکدیگر همکاری و تعاون دارند.^۴ در بازار قدیم کشورهای اسلامی

۱. زمینهایی که در نتیجه جهاد به دست آمده و هنگام پیروزی آباد باشند و این آبادی هم در نتیجه کار انسان و به دست انسان باشد، نه به طور طبیعی، مانند جنگلها و مراتع طبیعی که آباد هستند، و جزء انفال محسوب می‌شوند، این زمینها را مفتوحه العنوه می‌نامند و عموم مسلمین مالک آنها هستند.

۲. زراءنژاد، تأملی در ویژگیهای بازار از نظر اسلام و تاریخ مسلمانان، ص. ۳.

۳. صدر، اقتصادما، جلد اول، صص. ۳۵۶-۳۵۴.

۴. میرآخور، ویژگی‌های عمومی نظام اقتصاد اسلامی، صص. ۷۸-۷۹.

قسمت‌های مختلف و مشابه یک صنعت در کنار هم و به صورت متمرکز بودند (مثلاً بازار مسگرها، پارچه فروش‌ها، بازار فرش فروش‌ها و ...). با توجه به اینکه بر اساس مبانی امروزی اقتصاد آنها می‌توانستند برای یکدیگر رقیب باشند، اما نه تنها رقیب یکدیگر نبودند بلکه به عنوان رفیق در کنار یکدیگر کار می‌کردند. لذا در این بازارها رقابت به رفاقت تبدیل می‌شد. بنابراین دین‌داری بازار را به سمتی برده بود که هم برای فروشنده و هم برای خریدار مکانی امن و آرام بود. به عبارت دیگر رقابت، با وجود اخلاق اسلامی به رفاقت بین کسبه تبدیل می‌شد. اثرات گردآمدن کسبه در یک حرفه کنار هم، را می‌توان به صورت زیر بیان نمود:

۱- کمک به یکدیگر: گروه‌های شغلی به دلیل انجام کار یکسان این توانایی را دارند که در صورت بروز مشکل تخصصی برای یکی از آنها به یکدیگر کمک نمایند و در مقایسه با حالت برخورد فردی با مشکلات تخصصی راحت‌تر آن را برطرف نمایند. همچنین درک همکاری‌های اجتماعی در میان آنها که به پیدایش روابط میان آنان می‌انجامد و در زندگی حرفه‌ای آنان مفید می‌باشد، جزء این گروه از مزایای تجمع یک صنعت در یک مکان می‌باشد.

۲- شهرت یک مکان به یک صنعت: گاهی صاحبان یک پیشه یا گروه کثیری از آنان با تجمع در یک بازار مخصوص، باعث می‌شوند تا مردم جامعه آن محل را به عنوان مرکز حرفه مورد نظر بشناسند که این امر هم برای مشتریان و هم برای شاغلان آن حرفه مفید می‌باشد.

۳- آسانی نظارت حکومت بر مشاغل: نظارت حکومت بر مشاغل و حرفه‌ها یکی از وظایف دولت می‌باشد که با تجمع افراد یک صنعت در یک مکان مراقبت بر آنها آسان‌تر می‌گردد و جهت این امر هزینه کمتری بر جامعه تحمیل می‌شود.

۴- تفکیک میان حرفه‌های مختلف: تفکیک میان حرفه‌های مختلف از دیگر مزایای تجمع حرفه‌های مشابه در یک بازار است. برای مثال صاحبان کالاهای بدبو باید دور از صاحبان کالاهای معطر باشند که در گذشته با تفکیک بازار عطاران و دباغان چنین امری اجرا می‌گردید.

۵- رقابت: رقابت نیز به عنوان عاملی جهت بهبود کالاهای تولیدی و خدمات ارائه شده با تجمع حرفه‌های مشابه در یک مکان افزایش می‌یابد. زیرا هر یک از کسبه بدین وسیله می‌تواند ناظر بر فعالیت همکاران خود باشد و از نوآوری‌های آنان آگاه گردد.

ویژگی‌های بازار اسلامی

با توجه به مطالبی که ارائه گردید می‌توان برای بازار اسلامی ویژگی‌های زیر را در نظر گرفت:

آزادی ورود و خروج

با توجه به اصل آزادی محدود اقتصادی، در جامعه اسلامی هر فرد می‌تواند وارد هر فعالیت اقتصادی شود اما با محدودیت‌های چارچوب قوانین اسلامی چنین آزادی امکان دارد. بنابراین در چنین بازاری نخست فرد باید به شناخت احکامی پردازد که در فعالیت‌های اقتصادی وی مورد نیازش می‌باشد. چنین آزادی محدودی برای ورود و خروج را می‌توان از فتاوی‌ای مراجع پیرامون این موضوع نیز استنباط نمود.

از دلایل این امر می‌توان بیان نمود که اگر انسان قوانین شرعی کسب و کار را نداند، در فعالیت‌های اقتصادی خود آلوده خواهد شد. در گذشته حضور مدارس علمیه در درون بازارها این مشکل را به راحتی رفع می‌نمود. به عنوان مثال اصفهان، تبریز، قم و شیراز که از بازارهای بزرگ و مهم ایران در گذشته بوده‌اند، حوزه‌های علمیه بزرگ نیز درون این بازارها بوده‌اند. لذا افراد ضمن اینکه سعی می‌کردند از طریق حوزه‌ها اموالشان را پاک نگه دارند، به امور خیریه نیز می‌پرداختند و احتیاجات خود را نسبت به امر تعلیم و تربیت در مورد تجارت و مسائل عبادی برطرف می‌کردند و در مورد داد و ستد، رابطه بین خرید و فروش و مشتری و کالا که حاشیه‌های بسیاری دارد تعلیم می‌دیدند. این امر می‌توانست کارها را روان سازد آنچنان که رابطه بین خریدار و فروشنده یک رابطه‌ی اخلاقی و انسانی باشد.

آنچه که در گذشته باعث اعتبار و اعتماد افراد به یکدیگر (از مهمترین موارد مورد نیاز یک بازار که امروزه بسیار کم‌رنگ شده است) در شرایط نبود چک و ابزارهای مالی متنوع، اسلام و پایبندی به قوانین آن در بازار بوده است و به راحتی چنین امر مهمی در بازار محقق می‌شد. اما امروزه به دلیل کم‌رنگ شدن ایمان و عدم تعهد در باطن، علی‌رغم جایگزینی چک و سفته که ملموس‌تر و به ظاهر معتبرتر می‌نماید، مردم با گرفتاری‌های متعددی مواجه می‌باشند.

همچنین در بازار اسلامی، یکی از محدودیت‌های مبادله توجه به محیط زیست و لزوم حفاظت از طبیعت و صدمه‌نزدن به آن می‌باشد، که خود یکی از دلایل شکست بازار یعنی عوارض بیرونی می‌باشد و به این طریق این عوارض بیرونی به نوعی درونی می‌گردند و شخص آنها را رعایت می‌کند.

تبادل اطلاعات صحیح و مورد نیاز

با توجه به اصول آزادی اقتصادی محدود و رقابت و تعاون در کنار احکام اسلامی، می‌توان چنین ویژگی‌ای را برای بازار اسلامی در نظر گرفت. بر اساس احکام اسلامی، معامله بر مبنای جهل و غرر باطل و حق فسخ برای مبادله‌کننده برقرار است. توجه به اکثر نصوص شرعی مربوط به بازار اسلامی و احکام واجب مبادله-کنندگان در آن (مانند عدم پنهان کردن عیوب کالا و به طور عموم منع هر نوع فریبکاری) بیانگر این مطلب است که در اسلام فرض بر عدم تساوی اطلاعات دو طرف معامله می‌باشد، در حالی که بیشتر تحلیل‌های بازار در اقتصاد جدید به ویژه بازار رقابتی به طور صریح یا ضمنی بر این فرض استوار است که دو طرف

مبادله، اطلاعات برابر دارند.^۱ حال آنکه در واقعیت، دو طرف معامله به ندرت دارای اطلاعات مساوی می‌باشند، بنابراین اسلام با چنین احکامی در پی برقرار نمودن تساوی اطلاعات میان دو طرف معامله می‌باشد. چنین احکامی را می‌توان در فتوهای زیر مشاهده نمود:

از آنجا که در بحث مبادله، فروشنده باید تمامی ویژگی‌هایی را که باعث تغییر قیمت کالا می‌شود، به خریدار بگوید^۲ و در صورتی که فروشنده یا خریدار، مال خود را بهتر از آنچه هست نشان دهد و طوری رفتار کند که قیمت مال در نظر مردم زیاد شود، طرف دیگر می‌تواند معامله را به هم زند.^۳

دوری از منافع انحصار

در بازار اسلامی با توجه به حاکم بودن ایمان و اخلاق بر رفتار تک‌تک افراد (تقاضاکنندگان و عرضه‌کنندگان)، تمامی معاملات بر اساس قاعده رقابت و تعاون انجام می‌گیرد و هیچ فردی بدون توجه به منافع دیگران دست به مبادله نمی‌زند. بنابراین تولیدکننده (عرضه‌کننده) مسلمان سراغ رفتار انحصارگرانه نمی‌رود، چرا که استفاده ناکارا، اتلاف منابع و اجحاف به دیگران است و بنابراین بازار انحصاری در اقتصاد اسلامی خود به خود از بین می‌رود و تولیدکننده به سمت نقطه تولید در بازار رقابت حرکت می‌کند.^۴ البته این نکته را باید مدنظر قرار داد که ویژگی مذکور برای بازار اسلامی می‌باشد، اما در مواردی که دولت اسلامی بر اساس وظایف خود و تأمین رفاه عموم افراد جامعه ملزم به دخالت در بازار است، امکان دارد دولت به جای رفتار انحصاری و یا حتی رقابتی، با تقبل زیان و ضرر دست به تولید بزند که چنین حالتی بیشتر در مورد کالاهای عمومی امکان بروز دارد.

وجود محدودیت برای تبانی

با توجه به اصل تنوع مالکیت و اختیار شخص بر مال خود، در بازار اسلامی تبانی مجاز می‌باشد، اما این تبانی (چه در سمت عرضه و چه در سمت تقاضا) نباید باعث وارد شدن زیان به طرف دیگر شود. در این مورد می‌توان به روایت ابن سنان از امام صادق (ع) اشاره نمود که ابن سنان از تجاری که با هم تبانی کردند تا کالاهای خود را جز به قیمتی که مایلند بفروشند و امام (ع) فرمود: مانعی ندارد.^۵ همچنین باید به روایت ابن جعفر فزاری در مورد رفتار امام صادق (ع) با مصادف اشاره نمود. در این روایت آمده است که امام (ع) هزار دینار به مصادف داد و فرمود تا با این سرمایه برای تجارت به مصر برود. مصادف پس از خرید کالایی با بازرگانان به مصر رفت. زمانی که کاروان به مصر نزدیک شد از اوضاع بازار مصر با خبر شدند که کالای

۱. انیس الزرقا، اسلامی کردن علم اقتصاد: مفهوم و روش.

۲. مؤسسه مطالعاتی منتظران موعود، رساله توضیح المسائل محشی امام خمینی (شش مرجع)، ص. ۷۵۹، مسأله ۲۰۹۰.

۳. مؤسسه مطالعاتی منتظران موعود، رساله توضیح المسائل محشی امام خمینی (شش مرجع)، ص. ۷۷۳، مسأله ۲۱۲۴.

۴. موسویان، پس انداز و سرمایه‌گذاری در اقتصاد اسلامی، صص. ۹۶-۹۵.

۵. حرالعالمی، وسایل الشیعه، ج. ۱۲، ص. ۳۱۱ و نجفی، جواهر الکلام، ج. ۲۲، ص. ۴۸۶.

آنها کمیاب است و همگی تبانی کردند که کالا را با سود صد در صد بفروشند. مصادف پس از بازگشت دو هزار دینار به امام پرداخت و در پاسخ امام در مورد چگونگی فروش کالا، مصادف جریان تبانی را عرض کرد و امام فرمود: سبحان...! تبانی می‌کنید که به مسلمانان کالا نفروشید، مگر آنکه هر دیناریک سود داشته باشد. سپس ایشان تنها هزار دینار خود را برداشتند.^۱

در سخنان حضرت امام خمینی (ره) نیز چنین توصیه‌هایی مشاهده می‌شود از جمله اینکه فرمودند: بازار ما باید یک بازار اسلامی و به دور از چپاولگری، اجحاف و گران‌فروشی، رباخواری، قاچاق و... باشد.^۲

دوری از تبعیض

یکی از شرایط معامله که در احکام به آن اشاره شده است تبعیض قائل نشدن میان خریداران می‌باشد که دلیلی بر حذف تبعیض در بازار می‌باشد که این، از فتاوایی مانند «مستحب است فروشنده بین مشتری‌ها در قیمت جنس فرق نگذارد و در قیمت جنس سخت‌گیری نکند»^۳ و «میان‌روی در کسب مال، مساوات میان مشتریان در قیمت، به طوری که میان چانه‌زننده و غیر آن فرق نگذارد، پذیرش برهم‌زدن معامله در صورتی که طرف مقابل از معامله پشیمان شود و... از جمله آداب مستحبی کسب و تجارت است»^۴ استنباط می‌شود.

حال که ویژگی‌های بازار اسلامی مشخص گردید باید دید اجرای این ویژگی‌ها چگونه تضمین می‌شود. برقراری ویژگی‌های بازار اسلامی بر مبنای دو دسته عوامل درونی و بیرونی تضمین می‌گردد: نخست عوامل درونی که در بر دارنده ایمان و اعتقادات اخلاقی است و بیشترین تأثیر را دارد و سپس عوامل بیرونی که شامل قوانین محدودکننده و نظارت دولت می‌باشد.

عوامل درونی

مهمترین عوامل در تضمین برقراری ویژگی‌های یک بازار اسلامی، عوامل درونی می‌باشد که ایمان و اعتقادات اخلاقی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را در بر می‌گیرد. در واقع روابط میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در یک چارچوب اعتقادی (نه قراردادی) که از مبانی ارزشی اسلام نشأت می‌گیرد، قرار دارد. این اعتقادات به عنوان یک ناظر درونی، فعالیت‌های اقتصادی افراد در بازار اسلامی را جهت برقراری ویژگی‌های بازار اسلامی کنترل می‌نماید.

به صورت خلاصه این اعتقادات را با توجه به احکام مربوط به مبادله می‌توان چنین بیان نمود:

۱. حواله‌عاملی، وسایل‌الشیعه، ج. ۱۲، ص. ۳۱۱.

۲. صحیفه نور، ج. ۵، ص ۲۰۰ و ج. ۷، ص ۳۵.

۳. مؤسسه مطالعاتی منتظران موعود، رساله توضیح‌المسائل محشی امام خمینی (شش مرجع)، ص. ۷۳۹، مسأله ۲۰۵۱.

۴. تحریرالوسیله، ج. ۱، ص. ۵۰۱، مسأله ۲۲.

- ۱- یادگرفتن احکام معاملات به قدری که مورد احتیاج است، لازم می‌باشد.^۱
- ۲- حرام و باطل بودن بعضی از معاملات، به عنوان مثال خرید و فروش مال غصبی، خرید و فروش چیزهایی که مال نیست، معامله چیزی که منافع معمولی آن حرام باشد، معامله‌ای که در آن ربا باشد و ...^۲
- ۳- برخی دیگر از احکام معاملات که در قسمت‌های گذشته بیان گردید و از تکرار آنها صرف‌نظر می‌شود.

عوامل بیرونی

عوامل بیرونی شامل عواملی است که در محیط بازار اقتصادی وجود دارند اما به صورت مستقیم و دائم جزء شرایط بازار اسلامی نمی‌باشند، بلکه این عوامل در شرایطی که عوامل درونی کمرنگ شوند، نمود بیشتری می‌یابند و در صورتی که عوامل درونی به طور کامل عمل نمایند نیاز چندانی به آنها نمی‌باشد. این عوامل شامل قوانین محدودکننده و نظارت دولت می‌باشد.

فعالیت‌های دولت در دو دسته: (۱) فعالیت‌های عادی و عمومی دولت و (۲) وظایف اصلی اقتصادی دولت تقسیم می‌شوند. فعالیت‌های عادی شامل وضع مقررات (مانند مالیات و ...)، ایجاد ثبات سیاسی و اقتصادی، استخدام کارمندان بخش دولتی و ... می‌باشد. در قسمت وظایف اصلی اقتصادی دولت، می‌توان به گسترش اطلاع‌رسانی به کارگزاران اقتصادی، مبارزه با انحصارها، تشویق رقابت، تأمین کالاهای عمومی و برخورد صحیح با پیامدها و آثار جانبی و خارجی^۳ اشاره کرد.^۴ همان‌گونه که مشاهده می‌شود فعالیت‌های دولت در بردارنده عوامل بیرونی جهت کنترل و اجرای صحیح ویژگی‌های بازار اسلامی است. بنابراین دولت وظیفه دارد در شرایطی که عوامل درونی به خوبی اجرا نمی‌شوند وارد عمل شده و ویژگی‌های بازار اسلامی را برقرار سازد.

تجربه ایران پس از انقلاب اسلامی

کشور جمهوری اسلامی ایران، پس از انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ هجری شمسی با ایجاد تحولاتی در جهت حرکت به سمت یک اقتصاد اسلامی تلاش نمود. در این راستا در سالهای نخست، تعاونی‌های مختلف، سازمان جهاد سازندگی و ... در جهت تولید و عرضه کالا و خدمات همراه با تعاون و رقابت ایجاد گردید که تبعات آن در جهت رفاه عموم مردم به سرعت نمایان شد. اما با آغاز جنگ تحمیلی و تأثیرات آن بر کل کشور و اقتصاد ایران، توجه به چنین حرکت‌هایی از اولویت خارج شد و دولتی شدن بیشتر فعالیت‌ها که از ملزومات زمان جنگ می‌باشد در دستور کار قرار گرفت.

۱. مؤسسه مطالعاتی منتظران موعود، رساله توضیح‌المسائل محشی امام خمینی (شش مرجع)، ص. ۷۳۹، مسأله ۲۰۵۱.

۲. مؤسسه مطالعاتی منتظران موعود، رساله توضیح‌المسائل محشی امام خمینی (شش مرجع)، صص. ۷۴۳-۷۴۲، مسأله ۲۰۵۵.

3. Externalities.

۴. دادگر و نجفی (۱۳۸۰)، صص. ۱۶۸-۱۶۷.

پس از سالهای جنگ تحمیلی و با شروع دوران بازسازی، لزوم نقش دولت و دخالت‌های آن کاملاً واضح بود که در همین دوران با آشکارشدن تبعات دخالت بیش از حد دولت، سیاست‌های تعدیل اقتصادی در جهت حرکت به سمت اقتصاد بازار محور و کاهش نقش دولت اجرا شد، اما به دلیل آماده‌نبودن ساختارهای مورد نیاز، این سیاست‌ها با شکست مواجه گردید.

در سالهای اخیر بار دیگر دولت با توجه به آماده‌شدن ساختارهای مورد نیاز خصوصی‌سازی، در این جهت گام برداشته است که به مرور زمان با کاهش تصدی‌گری دولت در اقتصاد، امکانات پیاده‌سازی یک نظام اقتصادی بر اساس ویژگی‌های بازار اسلامی و تعریف نقش دولت در آن آماده می‌گردد. بنابراین با توجه به اینکه در حال حاضر بر اساس مقتضیات گذشته کشور، حضور و دخالت دولت در اقتصاد ایران بیش از حد معمول می‌باشد، نخستین کار، کاهش نقش تصدی‌گری دولت می‌باشد.

خلاصه و نتیجه گیری

از آنجا که یکی از ارکان مهم اقتصاد، بازار است و مکتب اسلام نیز دارای مبانی اقتصادی خاص و از این رو بازار اسلامی نیز دارای ویژگی‌های خاص خود می‌باشد که هدف این مقاله بررسی این ویژگی‌ها بوده است. با توجه به مبانی اقتصاد اسلامی ویژگی‌های بازار اسلامی شامل آزادی ورود و خروج (با محدودیت رعایت احکام شرعی)، تبادل اطلاعات صحیح و مورد نیاز، دوری از انحصار، وجود محدودیت برای تبانی و نبودن تبعیض می‌باشد.

جهت برقراری این ویژگی‌ها دو دسته عوامل: (۱) درونی و (۲) بیرونی وجود دارند که عوامل درونی شامل ایمان و اعتقادات افراد می‌باشد و عوامل بیرونی شامل قوانین محدودکننده و نظارت دولت است. عوامل بیرونی که شامل نقشهای دولت در اقتصاد اسلامی است در شرایطی که عوامل درونی به طور کامل عمل نکنند در بازار اسلامی دخالت می‌کند و با این دخالت باعث ثبات و برقراری ویژگی‌های بازار اسلامی می‌گردد. اما هم‌اکنون در اقتصاد ایران با توجه به مقتضیات گذشته نقش تصدی‌گری دولت بیش از حد معمول است که نخستین گام، کاهش این نقش می‌باشد.

فهرست منابع

- ۱- آنیس الزرقا، محمد (۱۳۸۳) اسلامی کردن علم اقتصاد: مفهوم و روش؛ ترجمه: منصور زراءنژاد؛ اقتصاد اسلامی، شماره ۱۵، پاییز.
- ۲- ابن خلدون، عبدالرحمان (۱۳۶۲) مقدمه ابن خلدون، جلد اول؛ ترجمه: محمد پروین گنابادی؛ مرکز انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ چهارم.
- ۳- ابن خلدون، عبدالرحمان (۱۳۷۹) مقدمه ابن خلدون، جلد دوم؛ ترجمه: محمد پروین گنابادی؛ شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ نهم.
- ۴- انصاری، محمدجعفر، عسگر دیرباز، محمدمهدی کرمی و محمدحسین کرمی (۱۳۷۸) درآمدی به مبانی اقتصاد خرد با نگرش اسلامی؛ سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، چاپ اول.
- ۵- حر عاملی، محمدابن الحسن (۱۴۰۳ هـ.ق.) وسائل الشیعه؛ داراحیاءتراث العربی.
- ۶- خمینی، روح...، تحریرالوسیله، جلد اول، انتشارات قدس محمد.
- ۷- خمینی، روح...، صحیفه نور، جلد پنجم، دفتر نشر امام خمینی.
- ۸- دادگر، یدا... و سید محمدباقر نجفی (۱۳۸۰) مبانی فقهی پیشرفته اقتصاد اسلامی؛ انتشارات نجبا، چاپ اول.
- ۹- دفتر همکاری حوزه و دانشگاه (۱۳۷۲) درآمدی بر اقتصاد اسلامی؛ سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، چاپ چهارم.
- ۱۰- زراءنژاد، منصور (۱۳۸۲) تأملی در ویژگیهای بازار از نظر اسلام و تاریخ مسلمانان؛ فصلنامه پژوهشهای اقتصادی، شماره ۷ و ۸، بهار و تابستان.
- ۱۱- سبحانی، حسن (۱۳۷۳) نظام اقتصادی اسلام؛ مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول.
- ۱۲- صدر، سید محمدباقر (۱۳۵۰) اقتصاد ما یا بررسی‌هایی درباره مکتب اقتصادی اسلام، جلد اول؛ ترجمه: محمدکاظم موسوی؛ مؤسسه انتشارات برهان.
- ۱۳- صدر، سید محمدباقر (۱۳۴۹) اقتصاد ما یا بررسی‌هایی درباره مکتب اقتصادی اسلام، جلد دوم؛ ترجمه: علی اسپهبدی؛ مؤسسه انتشارات برهان.
- ۱۴- صدر، سید موسی (۱۳۶۲) اقتصاد در مکتب اسلام «کار- سرمایه - ابزار تولید»؛ ترجمه: علی حاجتی کرمانی؛ نشر جهان‌آرا.
- ۱۵- مالک، محمدرضا (۱۳۸۲) وظایف و مسؤولیت‌های دولت اسلامی در اقتصاد؛ اقتصاد اسلامی، سال سوم، زمستان.
- ۱۶- مصباحی، غلامرضا (۱۳۶۹) اهداف اقتصاد اسلامی؛ مجموعه مقالات فارسی اولین مجمع بررسیهای اقتصاد اسلامی (۱)، بنیاد پژوهشهای اسلامی آستان قدس رضوی.

- ۱۷- موسویان، سید عباس (۱۳۷۶) پس انداز و سرمایه‌گذاری در اقتصاد اسلامی؛ پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ اول.
- ۱۸- مسلمی‌زاده، ط. (۱۳۸۰) رساله توضیح‌المسائل محشی امام خمینی (شش مرجع)؛ مؤسسه مطالعاتی منتظران موعود، انتشارات هاتف، چاپ دوم.
- ۱۹- میرآخور، عباس (۱۳۷۱) ویژگیهای عمومی نظام اقتصاد اسلامی؛ در: باقرالحسنی و عباس میرآخور، اقتصاد اسلامی، ترجمه حسن گلریز؛ مؤسسه علوم بانکداری.
- ۲۰- نجفی، محمدحسن (۱۳۹۲هـ.ق). جواهرالکلام؛ دارالکتب الاسلامیه.