

ویژگی های بازار از نظر اسلام

اسلام دارای سیستم و نظام خاص اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است که برای تمام ابعاد و شئون زندگی فردی و اجتماعی قوانین خاصی دارد و غیر از آن را برای سعادت جامعه نمی پذیرد. این نظام ها بر اساس بینش ها و ارزش های ویژه ای استوار و هدفشان فراهم کردن زمینه مناسب برای دستیابی بشر به سعادت دنیوی و اخروی است. در ایام اخیر موضوعات مرتبط با اقتصاد مبتنی بر بازار و نقش دولت در کنترل بازار در صدر اخبار و اقوال قرار داشت. هدف این مطلب، شناخت، بررسی و تجزیه و تحلیل یکی از اجزاء و نهادهای اصلی نظام اقتصادی، یعنی بازار است و این امید وجود دارد عالمین به احکام و مبانی اسلام و متخصصین علم اقتصاد با مذاقه در منابع اسلامی و علمی بتوانند نظام مدون اقتصاد اسلامی را برای اجرا در سطح کشورهای اسلامی تدوین و ارائه نمایند. اما مختصری در خصوص اصول نظام اقتصادی اسلام، تاریخچه ای در خصوص چگونگی بازار در صدر اسلام، ویژگی های بازار اسلامی، عوامل کنترل بازار و ارکان اجرایی نظارت و دخالت دولت در تاریخ اسلام جهت آشنایی بیشتر خوانندگان عزیز ارائه می شود.

➤ اصول نظام اقتصادی اسلام

نظام اقتصادی اسلام بر چند اصل اساسی استوار است. این اصول که نظام اقتصادی اسلام را از دیگر نظام ها متمایز می سازد، عبارتند از:

۱. **اصل تنوع مالکیت**: به موجب اصل تنوع مالکیت، سه نوع مالکیت خصوصی، دولتی و عمومی به طور همزمان پذیرفته شده است و هر سه منشأ اثرند. این اصل به توزان میان مصالح فرد و مصالح جامعه کمک شایانی می کند.

۲. **اصل عدالت**: بنا بر اصل عدالت، تمامی رفتارهای اقتصادی واحدهای اقتصادی، باید عادلانه باشد. عدالت در بعد اقتصادی دارای سه جزء زیر است:

الف) عدالت در توزیع فرصت ها و بهره برداری از منابع طبیعی.

بر اساس این قاعده، باید همگان فرصت دسترسی آزادانه و برابر به همه منابع طبیعی را داشته باشند. ب) عدالت در مبادله.

برای تحقق مبادله عادلانه، اسلام بر اخلاق، عدالت در بازار و کارایی بازار تأکید فراوان دارد. ج) عدالت در توزیع درآمد.

بر مبنای این قاعده، اسلام از ثروت کسانی که توانایی و قابلیت تولید ثروت بیشتری دارند، برای افراد ناتوان حقی قائل شده است. پرداخت مالیات های واجب مانند خمس، زکات و تبرعات مستحب مانند انفاق و صدقات به طور ذاتی تأدیه حقوق دیگران است.

۳. اصل آزادی اقتصادی محدود

به موجب اصل آزادی اقتصادی محدود، فعالیت اقتصادی باید مشروع باشد. این اصل باعث تحریم برخی از فعالیت های اقتصادی مانند ربا، معاملات مبتنی بر غرر، اسراف و کنز کردن اموال می شود. با توجه به این اصل نظارت و دخالت دولت در فعالیت های اقتصادی در شرایط خاص توجیه می شود.

۴. اصل وظیفه مؤثر دولت

بر اساس اصل وظیفه مؤثر دولت، وجود دولت برای انتظام امور جامعه و دستیابی به اهداف نظام اقتصادی ضرورت دارد. تمامی مسئولیت های جمعی بر دوش دولت است و مجری احکام شرعی تلقی می شود. دولت در محدوده قوانین باید همه وسایل ممکن را برای رسیدن به اهداف نظام اقتصادی فراهم سازد و در صورت لزوم به هنگام ضرورت یا اقتضای مصلحت عمومی در منافع فرد و جمع دخل و تصرف نماید.

۵. اصل رقابت و تعاون

نظام اقتصادی اسلام بر رقابت و تعاون و همکاری مبتنی است. رفتار اقتصادی افراد در عین حال که رقابت آمیز است، باید بر اساس تعاون و همکاری مطلوب استوار باشد. بازار نمونه بارزی از وجود رقابت و تعاون میان کنندگان است.

➤ مرور مختصری بر تاریخچه

این بخش مرور مختصری بر پاره ای از تحقیقات انجام شده در زمینه بازار از دیدگاه اسلام دارد. ابن تیمیه در قرن هفتم هجری قمری به مفهوم مکانیسم بازار توجه کرده است. وی نقص مکانیسم بازار را بررسی و از یک سیاست کنترل قیمت در شرایط خاص جانبداری نموده است. ابن خلدون نیز در قرن هشتم هجری قمری به نقش عرضه و تقاضا در تعیین قیمت و به عوامل تقاضا و نقش رقابت میان تقاضا کنندگان و اثر مالیات بر عرضه توجه کرده است. وی همچنین معتقد است که سود معتدل برای رونق بازار لازم است، ولی از سیاست کنترل قیمت، ذکری به میان نیاورده است. مندر قحف از جمله محققانی است که به بررسی ساختار بازار با نگرشی اسلامی پرداخته است. وی معتقد است که ساختار بازار از نظر اسلام بر همکاری آزاد با دو مؤلفه آزادی و روح همکاری استوار است.

نجات الله صدیقی در بحثی از انحصار و رقابت انحصاری به تأثیر اسلام بر مصرف کنندگان و تولید کنندگان می پردازد. وی پس از بررسی اصلاحاتی که فرض ها در طرف تقاضا ایجاد می کند، طرف عرضه را با فرض های مختلف رقابت و انحصار بررسی می نماید و نتیجه می گیرد که رفتار اسلامی در مقایسه با اقتصاد بازار مبتنی بر هدف حداکثر کردن سود، به بهبود شرایط می انجامد. علی رغم تأثیر روح معنویت اسلام و بهبود شرایط، عملکرد آزاد نیروهای بازار نمی تواند به خودی خود توزیع عادلانه ثروت و درآمد را تضمین نماید. از این رو دولت باید نقش برجسته ای ایفا کند.

محمد عبد المنان نیز در مقاله ای با عنوان "با تأکید خاص بر تئوری انحصار به بحث در باره تئوری انحصار و تبعیض قیمت" به بررسی بازار در اسلام می پردازد. در این بررسی وجود قیمت منصفانه یکی از حقوق بنیادی جامعه تلقی می شود و دولت موظف به حمایت از این حق است. بر اساس این بررسی پایه اساسی تئوری قیمت در اسلام، اصل همکاری و تعاون اختیاری یا القایی و رقابت محدود یا نظارت تلقی شده است. نامبرده در مطالعه ای دیگر به بررسی دیدگاه های اسلامی در زمینه بازار، قیمت ها و تخصیص منابع پرداخته است. وی در تبیین دیدگاه اسلامی می گوید نگرش اسلامی با نگرش اقتصاد بازار مبتنی بر حفظ سود و مالکیت خصوصی و با نگرش اقتصاد دستوری متکی بر حذف سود و مالکیت خصوصی سازگار نیست. از نظر اسلام تخصیص منابع بر اساس مساوات، نه معیار کارایی و تقاضا بر مبنای نیاز مؤثر و عرضه بر مبنای ظرفیت بالقوه استوار است. بر اساس این مبحث حداکثر کردن سود اجتماعی هدف است؛ بنابراین سیاست قیمت گذاری با هدف افزایش بهره وری و درآمد فقرا از طریق تخصیص و تخصیص مجدد منابع و حفظ توازن اجتماعی صورت می پذیرد.

سید کاظم صدر فصل هفتم کتاب خود را به بازارهای صدر اسلام اختصاص داده است. وی در این مبحث ویژگی های بازار صدر اسلام از قبیل تعدد خریداران و فروشندگان، خصوصی بودن کالاها، سهولت انتقال کالاها و عوامل تولید، تحریم احتکار، تحریم ربا و وجود نظارت بر بازار را تشریح کرده است. سپس در ارزیابی کارکرد بازارهای صدر اسلام به این نتیجه می رسد که بازارهای صدر اسلام دارای رقابت کامل نبوده اند زیرا با نظارت دولت اداره شدند و گاهی دولت نرخ گذاری می کرده است. با وجود این اطلاعات و رقابت اقتصادی بسیار و کارایی داد و ستد از درجه بالایی برخوردار بوده است.

عباس میرآخور در بررسی ویژگی های عمومی نظام اقتصاد اسلامی در بیان نقش دولت اعتقاد دارد که ایجاد زیر بنای لازم برای وجود بازارها از وظایف دولت است. زیرا نخستین بازار اسلامی در شهر مدینه و به دستور پیامبر اسلام ایجاد شد که در آن بازار معامله آزادانه و بدون هرگونه هزینه ای برای خریداران و فروشندگان صورت می گرفت و ناظرینی بر جریان امور بازار نظارت می کردند.

آیت الله منتظری در رساله "فی الاحتکار و التسعیر" پس از بررسی احتکار و انحصار، به دخالت دولت در مکانیسم بازار می پردازد و موضوع قیمت گذاری را بررسی می کند. در نتیجه این بررسی در شرایطی که قیمت توسط عرضه و تقاضا و بدون

دخالته عوامل خارج از بازار تعیین شود، قیمت تعادلی و طبیعی است و دولت نباید در بازار دخالت نماید. اما چنانچه قیمت در اثر انحصار، احتکار یا عوامل دیگری در سطحی تعیین شود که عرفاً اجحاف به شمار آید، دولت باید در بازار و مکانیسم تعیین قیمت دخالت نماید.

➤ ویژگی های بازار اسلامی

بر اساس اصول اساسی نظام اقتصادی اسلام، بازار ویژگی ها و کارکرد مخصوص به خود را دارد. بازار اسلامی بر نوعی رقابت سالم مبتنی است. به این معنی که عرضه کنندگان کالاها و خدمات در یک چهارچوب کلی، که توسط ساختار عمومی نظام اقتصادی اسلام ترسیم شده است، تحت نظارت و کنترل دو عامل درونی و بیرونی، یعنی دولت و وجدان اخلاقی، به رقابت می پردازند. این رقابت با نوعی تعاون و همکاری نیز همراه است.

بازار رقابت سالم دارای ویژگی های مهمی به شرح زیر است :

۱. آزادی ورود به بازار و خروج از آن

اسلام تا حد بسیار زیادی بر مکانیسم بازار و آزادی اقتصادی تکیه می کند. این آزادی جلوه های گوناگونی دارد. یکی از جلوه های مهم آزادی در بازار عبارت است از آزادی ورود به بازار و خروج از آن زیرا بازار مسلمانان مانند مسجد آنان است و هر کس که برای ورود به آن سبقت بگیرد، دارای حق اولویت است.

۲. تبادل صحیح و لازم اطلاعات

وجود و تبادل آزاد و شفاف حجمی از اطلاعات برای شناخت مبادله کنندگان از کالاها و خدمات مورد معامله لازم است. در صورت عدم تبادل اطلاعات لازم و تحقق جهل، معاملات و قراردادهای مبتنی بر جهل و غرر باطل و حق فسخ برای مبادله کننده ثابت است.

۳. منع انحصار خرید یا فروش

علل انحصار در تولید را می توان در چهار عامل خلاصه کرد :

الف) تسلط انحصاری بر منابع طبیعی.

ب) دستیابی به امتیاز تولید انحصاری کالاها یا خدمات.

ج) تباری و سازش تولید کنندگان.

د) انحصار طبیعی.

در نظام اقتصادی اسلام نمی توان امتیاز انحصاری استفاده از منابع عمومی را به شخص یا اشخاصی واگذار کرد و همه افراد در حق بهره وری از منابع طبیعی مساوی هستند. همچنین واگذاری امتیاز انحصاری تولید کالاها یا خدمات ویژه به فرد یا گروهی پذیرفته نیست. اما چنانچه یک یا چند تولید کننده به طور طبیعی و نه در اثر واگذاری امتیاز به وسیله دولت، تولید یک یا چند کالا را در انحصار داشته باشند (انحصار طبیعی)، در آن صورت مقدار عرضه کنترل شده یا متناسب با تقاضای بازار یا بدون توجه به نیاز و تقاضای عرضه کنندگان است. در صورت تناسب عرضه و تقاضا، بازار با مشکلی مواجه نمی شود، در غیر این صورت، نتیجه چنین انحصاری تحقق احتکار است و دولت می تواند با ایجاد رقابت و اجبار محکوم به عرضه کالا و نیز تعیین نرخ در هنگام لزوم، قیمت ها را در سطح مطلوب تثبیت نماید و انحصار طبیعی را از بین ببرد. احتکار و انحصار، که در تمام عصرها بزرگترین مشکل اجتماعی بوده است، در هنگام ظهور اسلام نیز شیوع داشته؛ با انتشار و نفوذ اسلام در اعماق روح و فکر مسلمانان رفتار تجار و پیشه وران در صدر اسلام به تقوی و روح دینی نزدیک و تصرفات آنها بر اساس روح قناعت استوار گشته است. ساختار نظام بازار بر مبنای عدم احتکار و انحصار بنیان نهاده شده است. با وجود این، خارج از روح کلی حاکم بر بازار گاهی افرادی دست به احتکار کالاهای مورد نیاز عمومی، مانند گندم و جو می زدند، ولی با نظارت و دخالت دولت کالاهای احتکار شده در بازار عرضه می شد و تأثیر عامل احتکار بر نظام طبیعی بازار خنثی می گشت. از طرفی دیگر، انحصار

طبیعی خرید که معمولاً موجب انحصار فروش و در نتیجه افزایش قیمت ها و اجحاف به مصرف کنندگان می شود، به سبب حرمت احتکار و اجحاف به مصرف کنندگان محدود می شود، زیرا اگر انحصار خرید موجب احتکار شود، با جلوگیری از احتکار آثار مترتب بر انحصار خرید، نظم طبیعی بازار را متأثر نمی کند و چنانچه انحصار خرید موجب احتکار نشود، نفس انحصار خرید، بازار را از نظم طبیعی خارج نمی کند. بنابراین، انحصار خرید نیز با وجود نظارت دولت بر بازار و کنترل مستقیم عملاً نمی تواند منشأ انحصار در تولید باشد.

بنابراین، تقویت روح دینی، تحریم انحصار احتکار، همچنین نظارت دولت بر فعالیت های بازرگانان، پیشه وران و تولید کنندگان موجب می شود که فعالیت های بازار در چهارچوب رقابت سالم بدون تأثیر از انحصار خرید و فروش و احتکار جریان یابد. البته دولت می تواند با رعایت عدم اجحاف به تولیدکنندگان و مصرف کنندگان و حفظ منافع و مصالح عمومی جامعه، تولید یا تجارت برخی از کالاها و خدمات را در انحصار خود در آورد.

۴. محدودیت تبانی و سازش

یکی از ویژگی های بازار اسلامی محدود بودن تبانی و سازش بر ای تعیین قیمت هاست. یکی از علل افزایش قیمت ها تبانی عرضه کنندگان کالاها و خدمات است. برای بررسی وضعیت تبانی و سازش عرضه کنندگان به بررسی بعضی از روایات در این خصوص می پردازیم.

در بعضی از روایات تبانی و سازش عرضه کنندگان کالاها و خدمات برای تعیین قیمت به طور مطلق جایز شمرده شده است. از جمله آنها روایت صحیح ابن سنان از امام صادق (ع) است: "قال فی تجار قدموا ارضاً اشترکوا علی ان لا یبیعوا ببعهم الا بما احبوا؛ قال: لا باءس".

ابن سنان درباره عمل تاجرانی که با هم تبانی کردند که کالاها را مگر به قیمتی که دوست دارند به فروش نرسانند، پرسید؛ امام (ع) فرمود: مانعی ندارد. چنانکه ملاحظه می شود، روایت یاد شده بر جواز تبانی عرضه کنندگان دلالت دارد. اما اگر چه این روایت صحیح بر جواز تبانی عرضه کنندگان بر یک قیمت خاص به منظور افزایش سود دلالت دارد، این اجازه تنها در موردی است که تبانی مزبور موجب اجحاف بر مصرف کنندگان نشود، در غیر این صورت هر تبانی که موجب اجحاف گردد، از نظر عقل و شرع مرجوح و رد شده است.

بنابراین، نوعی از تبانی جایز است که به منظور جلوگیری از کاهش قیمت کالاها، خدمات و زیان عرضه کنندگان یا با هدف سوددهی محدود صورت پذیرد. این تبانی محدود نه تنها جایز است، بلکه برای تأمین هدف فوق ضرورت دارد. اما آنچه لازم است که در این تبانی رعایت شود، همانا انصاف و عدم اجحاف در قیمت ها است. بر این اساس، اصل تبانی در برخی از شرایط جایز است، اما این تبانی باید محدود باشد تا موجب اجحاف و ظلم به مصرف کنندگان نشود. این معنا از روایت ابن جعفر فزاری از امام صادق (ع) نیز استنباط می شود. قال (ع): سبحان الله! تحلفون علی قوم مسلمین ان لا تبیعوهم الا بریح الدینار دیناراً. امام فرمود: سبحان الله! تبانی می کنید که کالای خود را به مسلمانان بفروشید، مگر آنکه از هر دینار (سرمایه) یک دینار سود ببرید؟ امام (ع) در این روایت اصل تبانی بر سر تعیین قیمت را مردود ندانسته است، بلکه با استفهام انکاری تنها سود بردن به میزان ۱۰۰ درصد را، که در آن شرایط و با توجه به عرف معامله وقت اجحاف به شمار می رفت، نپذیرفته است.

۵. سود محدود

سود، انگیزه مهمی برای فعالیت های اقتصادی و یکی از متغیرهای اصلی عرضه کالاها و خدمات است، بنگاه های اقتصادی با انگیزه کسب سود بیشتر، وارد بازار می شوند. یکی از ویژگی های دیگر بازار اسلامی محدود بودن سود است. از اصل تبانی محدود عرضه کنندگان در تعیین قیمت ها به شرط عدم اجحاف و ظلم به مصرف کنندگان و اصل نظارت و دخالت دولت در تثبیت قیمت ها این نتیجه حاصل می شود که قیمت ها نمی تواند به طور نامحدود و بی قید و شرط افزایش یابد و باید در حدود قیمت طبیعی و متعارف تثبیت شود. بر این اساس، بالاترین حد ترقی قیمت ها، قیمتی است که بیش از آن معمولاً برای مصرف کنندگان تحمل پذیر نیست و در آن سطح، ظلم و اجحاف به مصرف کنندگان محقق می شود. بنابراین،

قیمت ها محدود است و از آنجا که سود به تفاضل هزینه کل از درآمد کل تعریف شده و درآمد کل عبارت است از قیمت هر واحد کالا در مقدار کل فروش، پس محدود بودن افزایش سطح عمومی قیمت ها به طور منطقی موجب اعمال محدودیت سود خواهد شد.

البته با کاهش هزینه تولید، که تا میزان حداقل ممکن غیر صفر اعمال می شود، بدیهی است که دایره وسعت سود افزایش می یابد، ولی به هر حال سود هم در حد بالا و هم در حد پایین خود محدود است.

بنابر آنچه گفته شد، روشن می شود که تبانی و سازش برای بالا بردن سود، محدود و مشروط به این است که به مصرف کنندگان اجحاف و ظلم نشود. البته، علاوه بر این محدودیت، جهت گیری اسلام، که توسط روایات وارد شده در این باب استنباط می شود، گویای این مطلب است که هرچه درصد سود بیشتر باشد، سوددهی مربوط بیشتر مورد نكوهش است. با جلوگیری از انحصار، احتکار و حمایت مالی از فعالیت های اقتصادی، رقابت در بازار افزایش می یابد و بدیهی است که با افزایش رقابت سود بنگاه های اقتصادی محدود می شود. محدودیت سود از نظر کمی مشخص و تعریف شده نیست، بلکه با شرایط موجود متناسب است. یعنی همان طور که در اسلام در تمام شرایط برای فقیر و غنی شاخص معینی تعریف نشده و تابع شرایط و عرف است و در مقایسه افراد با یکدیگر معنا می یابد، سود نیز چنین است و مفهومی نسبی دارد.

۶. اخلاقی بودن بازار

یکی دیگر از ویژگی های بازار اسلامی اخلاقی بودن بازار است. به طور کلی، اسلام به عامل روحی و معنوی برای رسیدن به اهداف خود توجه زیادی دارد. از این رو برای وصول به اهداف اساسی اسلام به عامل اخلاق همانند ابزار سیاستگذاری توجه می شود. مثلاً، اگر چه به استناد قدرت قانونی دولت برای تأمین اجتماعی ابزار مالیات جایز است، این همکاری بدون تحقق انگیزه های اخلاقی و عامل خیرخواهی کافی نیست. بازار جزئی از نظام اقتصادی است که خود زیر مجموعه ای از مکتب اسلام است و ارتباط عمیقی با عقیده دارد. بنابراین، عامل ایمان، معنویت، وجود عواطف و احساسات ناشی از مفاهیم خاص اسلامی، همچون اخوت همگانی، ضامن تحقق اهداف نظام اقتصادی است. از این رو، در زمان پیامبر (ص) چون روح حاکم بر بازار به تقوی، ورع و زهد بسیار نزدیک بود، فعالیت های اقتصادی از قناعت و کرامت عمومی حکایت می کرد. این عامل اگر چه در ادوار خلافت بتدریج ضعیفتر شده، ولی نظام بازار همواره تحت تأثیر اخلاق بوده است. ویژگی اخلاقی بودن تنها منحصر به بازار اسلامی است و همین امر موجب می شود که فعالیت در بازار با اعتقاد، ایمان و روح عبادی آمیخته باشد و رقابتی ویژه و سالم را سازمان دهد.

۷. رقابت و تعاون

بازار در اقتصاد اسلامی بر رقابت سالم استوار است. این رقابت در چهارچوب تعاون و همکاری صورت می گیرد. زیرا تعاون اساس زندگی اجتماعی و محور نظام اقتصادی اسلام است. مصلحت انفرادی با مصالح عمومی در تضاد نیست، بلکه مصلحت واقعی انفرادی از مسیر مصالح عمومی می گذرد. تعلیمات اسلام عموماً و قرآن به طور ویژه بر همکاری و تعاون تأکید می کند. اگر نفع و مصلحت شخص لزوماً به زیان دیگران منتهی شود، رضایت خداوند جلب نخواهد شد، زیرا "الخلق کلهم عيال الله، احبهم الیه انفعهم لعیالہ". بنابراین، رفتار انسان تنها بر خودخواهی نبوده، بلکه انگیزه دگرخواهی نیز در رفتار انسان، بویژه مسلمانان، به اندازه کافی قوی است. یعنی، بر خلاف فرض اصلی تجزیه و تحلیل مطلوبیت در مکتب نئوکلاسیک ها، یک مسلمان نمی تواند در رفتار مصرفی خویش صرفاً خودخواه باشد. در دیدگاه اسلام یک فرد باید به طور همزمان هم یک فرد و هم یک وجود جمعی باشد. یعنی انتخاب انفرادی و انتخاب جمعی با هم سازگارند.

از طرفی دیگر، مطلوبیت حاصل از تصرفات مصرفی یا تولیدی افراد از ارزیابی وضعیت نسبی خویش در مقایسه با وضعیت دیگران تأثیر می پذیرد. از این رو، این تأثیر و تأثر را می توان با افزودن یک متغیر توضیحی اضافی، یعنی وضعیت نسبی فرد، به تابع مطلوبیت در نظر گرفت. لزوم اهتمام افراد به وضعیت نسبی خود از حدیث روایت شده از پیامبر (ص) استنباط می شود: "انظروا الی من اسفل منکم و لاتنظروا الی من هو فوقکم".

بنابراین بازار در اقتصاد اسلامی، بازار رقابت است که در آن مکانیسم تعیین قیمت بر اساس تساوی عرضه و تقاضا استوار است. اما این رقابت از چند جهت با محدودیت مواجه است. محدودیت اول به صورت ذاتی و درون زاست که ناشی از تأثیر هنجارهای اسلامی بر رفتار تولید کنندگان و مصرف کنندگان است. با توجه به اینکه هدف حداکثر سود هدف منحصر به فرد تولید کنندگان نیست، تولید کنندگان به سود محدود و رضایت بخش بسنده می کنند و این امر باعث کاهش قیمت و افزایش عرضه می شود. این وضعیت تفاوت چندانی با وضعیت تحت شرایط رقابت کامل ندارد. بنابراین تأثیر روح و هنجارهای اسلامی باعث از بین رفتن انحصار می شود و وضعیت را به صورت رقابتی نگاه می دارد. در شرایطی که بنگاه های تولیدی برای تقسیم تقاضای موجود در بازار در حالت رقابت بسر می برند، قیمت ها از سطح معینی پایین تر نخواهد رفت، زیرا نرخ سود قبول شده برای تولید کنندگان رقیب نباید به حد اجحاف برسد. تعاون و همکاری در جهت صلاح و خیر جامعه اعم از مصرف کننده و تولید کننده است. محدودیت دوم در هنگام لزوم توسط دولت در تنظیم بازار تجلی می یابد. در بخش بعد به این محدودیت می پردازیم.

➤ عوامل کنترل بازار

با توجه به ویژگی های بازار اسلامی، اخلاق و دولت دو عامل اصلی مؤثر برای کنترل بازار هستند.

۱. محدودیت های اخلاقی

نظام اقتصادی اسلام برای کنترل بازار تنها بر عوامل بیرونی از قبیل دخالت دولت و قوانین محدود کننده تکیه ندارد، بلکه از محدودیت های اخلاقی تولید کنندگان و مصرف کنندگان در تنظیم روابط اقتصادی بازار بهره می جوید. اخلاق، که در تمامی شئون زندگی مسلمانان نقش سازنده و تنظیم کننده روابط اجتماعی جامعه اسلامی را دارد، در تنظیم بازار نیز عامل کنترل است. یعنی روابط تولید کنندگان و مصرف کنندگان در یک چهارچوب اعتقادی و متأثر از مبانی ارزشی تنظیم می شود و محدودیت های اخلاقی، همان طور که در سایر شئون زندگی افراد عامل کنترل نیرومندی به شمار می آیند، در نظام بازار نیز یکی از ابزار کنترل روابط اقتصادی و تقویت و ترویج فرهنگ اسلامی در جهت استقرار بیشتر احکام و آداب اسلامی معاملات است. محدودیت های اخلاقی به طور طبیعی و به صورت عاملی درونی بر تنظیم روابط اقتصادی بازار اسلامی اثر می گذارند به طوری که اعتقاد مبادله کنندگان به صورت مجموعه ای از آداب اقتصادی جلوه می کند. در اینجا به ذکر چند دسته کلی از آنها می پردازیم:

۱. فراگیری احکام تجارت.
۲. اشتغال به خرید و فروش نباید موجب ترک دعا و آداب مستحب دیگر شود.
۳. آغاز، جریان و خاتمه معاملات با ذکر و دعا همراه گردد.
۴. رعایت اعتدال و میانه روی در کسب درآمد.
۵. رعایت مساوات و انصاف بین معامله کنندگان، خاصه در قیمت ها.
۶. عدم افزایش تصنعی تقاضا در اثر تبلیغات غیر واقعی.
۷. آشکار کردن نقایص کالای مورد معامله.
۸. ترک معامله با افراد پست.
۹. عدم رقابت مؤمنان در معاملات یکدیگر.
۱۰. عدم فروش کالا (مکیل و موزون) پیش از تحویل گرفتن آن.
۱۱. سود نگرفتن از مؤمنان.

۲. نظارت و دخالت دولت

دخالت دولت در امور اقتصادی از جمله نتایج وجود یک دولت مؤثر است که یکی از اصول اقتصادی اسلام نیز به شمار می رود. به موجب این اصل، دولت برای کنترل و نظارت بر فعالیت های اقتصادی از اختیارات وسیعی برخوردار است. حدود

اختیارات دولت سه قسم است: اجرای مقررات ثابت، وضع و اجرای مقررات ویژه و اجرای مقررات موقت. برای اجرای مقررات و قوانین (احکام) ثابت تشریحی یا احکام اولیه در برخی از موارد دولت قوانین اقتصادی و اجتماعی را مستقیماً اجرا می کند. مثلاً، از معاملات ربوی و نقل و انتقالات حقوقی غیر قانونی جلوگیری می کند. همچنین، دولت بنا بر مصلحت اجتماعی و در شرایط ویژه به وضع و اجرای مقررات یا احکام حکومتی می پردازد. دولت اختیار دارد که برای تنظیم و سازمان دادن به فعالیت های اقتصادی و تحقق عدالت اجتماعی مطابق با شرایط زمانی و مکانی به تدوین مقررات مناسب بپردازد. این عنصر پویا هم در سطح تئوریک و هم در میدان واقعیت ها و شرایط عینی نظام حقوقی و اقتصادی، اسلام را زنده و فعال نگاه می دارد. اختیار و صلاحیت قانونگذاری بر حسب شرایط و مقتضیات روز به دلیل نص قرآن کریم است: " یا ایها الذین آمنوا اطیعوا الله و اطیعوا الرسول و اولی الامر منکم ". به موجب این نص حدود قلمرو آزادی، که اختیارات دولت را تعیین می کند، تمام مباحات را شامل می شود. یعنی دولت می تواند حکم حکومتی هر فعالیتی را که حرام یا واجب شرعی نباشد، لازم الاجرا یا ممنوع نماید. بر اساس همین اختیارات بود که پیامبر (ص) در شرایط اقتصادی - اجتماعی ویژه ای اهالی مدینه را در خودداری از بخشیدن آب مازاد بر احتیاج آبیاری نخلستان و مزارع منع کرده بود. زیرا لزوم رشد ثروت ملی عموماً و توسعه فعالیت های کشاورزی و دامی شهر مدینه خصوصاً سبب وضع و اعمال چنین محدودیتی شده بود. در عصر امامت حضرت علی (ع) دستورهای متعدد و مؤکدی درباره تحدید قیمت ها داده شده که فلسفه آنها تأمین عدالت اجتماعی بوده است.

بنابراین، دولت می تواند برای اجرای احکام اولیه و وضع و اجرای احکام حکومتی دخالت کند. اما، گاهی در شرایط اضطراری اجرای احکام اولیه باعث ضرر می شود. یعنی شرایط غیر عادی امکان تحقق اهداف کلی و عدالت اجتماعی را محدود می کند و به ضرر اجتماع یا فرد می انجامد. در این صورت، احکام ثانویه برای نفی حرج و ضرر بر احکام اولیه حاکم و مقدم می شود و تا رفع آن جریان می یابد. دایره شمول احکام به مباحات محدود نمی شود، بلکه در صورت تحقق موضوع و ضرورت، برخی از واجبات حرام و بعضی از حرام ها واجب می گردد.

شخصی به نام سمره بن جندب درختی در منزل ابو ایوب داشت. سمره به بهانه رسیدگی به درخت خود گاه و بی گاه و بدون اجازه وارد منزل ابو ایوب می شد و موجبات مزاحمت خانوادگی او را فراهم می کرد. ابو ایوب به پیامبر (ص) شکایت برد، ولی سمره با تمام پیشنهادهای پیامبر (ص) مبنی بر رفع مزاحمت در برابر عوض، مخالفت کرد. پیامبر (ص) دستور داد که درخت وی قطع شود و فرمود: "و لا ضرر و لا ضرار".

به هر حال، اسلام با اعمال محدودیت های اخلاقی از درون بر مبادله کنندگان و اعطای اختیارات ویژه به دولت از بیرون بر مکانیسم بازار تأثیر می گذارد. البته تأکید بر نقش گسترده دولت در اقتصاد به هیچ وجه از اصالت و اهمیت حقوق فردی اسلام نمی کاهد. اسلام اصالتاً حقوق فردی را به رسمیت شناخته و برای فرد حقوق و به تبع آن مسئولیت ها و وظایفی مشخص قائل است. بهره مندی افراد از حقوق و مالکیت خصوصی اصلی مناقشه ناپذیر است، اگر چه این استحقاق تهرهاتی در برابر دیگران نیز ایجاد می کند در مواردی با محدودیت هایی در اکتساب، استفاده و تصرف همراه است. علاوه بر حقوق فردی، اسلام برای جامعه نیز حقوقی قائل است و بنابراین حقوق عمومی و مالکیت اجتماعی نیز اصالت دارد. دولت در تمامی موارد از حقوق عمومی و مالکیت اجتماعی پاسداری می کند. به عبارتی دیگر، صیانت از حقوق آزادی فردی و حفاظت از حقوق عمومی نقش مثبت و سازنده ای است که دولت بر عهده دارد.

۳. مکانیسم تعیین قیمت

دو عامل اخلاق و دولت بر مکانیسم بازار اثر می گذارند تا تقاضای جامعه و به تبع آن عرضه کالاها و خدمات، مطابق با مصالح واقعی انسان باشد. بنابراین، تولید عرضه و تقاضای کالاها و خدمات، محدود به مجاز بودن استعمال کالاها و خدمات است، یعنی اگر کالاهایی مانند آلات قمار، مشروبات الکلی و کالاهای تقلبی تولید و عرضه شود و مورد تقاضا نیز قرار گیرد، مبادله آنها حرام است و دولت از تولید، عرضه و معامله آنها جلوگیری می کند. اما این محدودیت یک استثناست. این استثنا فقط به غیر مجاز بودن کالاها و خدمات محدود می شود و اصل بر این است که عرضه و تقاضای تمامی کالاها و خدمات جایز است. قیمت متعارف و طبیعی کالاها و خدمات، معلول عرضه و تقاضای آنها و شرایط طبیعی و متعارف است. این قیمت ها

تا وقتی که به صورت طبیعی تعیین شوند، مورد حمایت دولت قرار دارند و در روایات ظاهراً همین مکانیسم تعیین قیمت هاست که با عبارات زیر و مانند آنها به خداوند متعال نسبت داده شده است :

۱ " انما السعر الی الله یرفعه اذا یشاء و یرفضه اذا شاء "

۲ " ان الله وکل بالاسعار ملکا یدبر بامرہ "

۳ " ان الله وکل بالاسعار ملکا یدبرها "

۴ " ان الله هو المسعر القابض الباسط الرزاق "

به عبارتی دیگر، قیمت طبیعی معلول عرضه و تقاضا و شرایط طبیعی و اجتماعی است و امر همه این اسباب به مشیت و اراده الهی، حاکم بر نظام وجود، باز می گردد. بنابراین، روشن است که قیمت منسوب به خدای سبحان باید یک قیمت طبیعی و غیر ظالمانه باشد، نه آن قیمتی که در اثر انحصار و احتکار و به طور اجحاف و ظالمانه تعیین

می شود. تا زمانی که قیمت کالاها و خدمات به حد اجحاف نرسیده باشد، دولت در تعیین قیمت ها دخالت نمی کند. تنها وقتی قیمت ها به حد اجحاف برسند، دولت برای آخرین مرحله و جلوگیری از زیان مصرف کنندگان به تثبیت قیمت کالاها و خدمات می پردازد. پیامبر (ص) وقتی با درخواست مصرف کنندگان مبنی بر تثبیت قیمت ها مواجه شد و در آن شرایط اقتصادی-اجتماعی قیمت های مزبور را قیمت های طبیعی و متعارف نمی دانست، سخت برآشت و مکانیسم تعیین قیمت های طبیعی را به خداوند متعال نسبت داد و فرمود: " ان الله . هو المسعر القابض الباسط الرزاق "

پیداست که افزایش قیمت ها در اثر شرایط اقتصادی - اجتماعی طبیعی بود، ولی مصرف کنندگان، دخالت دولت در مکانیسم طبیعی قیمت ها را طلب می کردند. دخالت دولت در آن شرایط موجب ظلم به عرضه کنندگان و در نتیجه رکود تولید، تجارت و زیان افراد و جامعه می شد. بنابراین، سیاست تثبیت قیمت ها (با توجه به اقوال فقها مبنی بر جایز بودن قیمت گذاری پس از تحقق اجحاف و ظلم آخرین راه ممکن برای رفع ضرر، معلوم می شود که اخبار دال بر نهی مطلق قیمت گذاری ناظر بر قیمت هایی است که در آن شرایط به طور طبیعی - نه ظالمانه - تعیین شده باشد.)

بر این اصل اساسی استوار است که سیاست مزبور هیچ گونه ظلم و اجحافی به مصرف کنندگان یا عرضه کنندگان روا نداشته باشد. بر این اساس، چنانچه قیمت ها در اثر شرایط غیر طبیعی و توسط عرضه کنندگان به گونه ای تعیین شود که موجب ظلم و اجحاف به مصرف کنندگان گردد، سیاست دولت دخالت در این مکانیسم است. در این صورت و در عین حال که با تثبیت قیمت ها مصالح مصرف کنندگان تأمین می شود، سوددهی معقول و عدم زیان تولید کنندگان نیز تضمین می گردد. همچنین، اگر افزایش قیمت ها در اثر شرایط طبیعی - نه تبانی عرضه کنندگان - باشد، دولت مجاز به دخالت نیست. بنابراین، دولت شرایط و بستری فراهم می کند که در آن تنها مصالح واقعی مبادله کنندگان که با مصالح عمومی جامعه همسو باشد، مورد توجه و حمایت قرار گیرد.

پس از پیامبر (ص) در دوره های بعد نیز به گاه احتکار و افزایش غیر طبیعی قیمت ها، دولت اقدام به نرخ گذاری می کرد و برای این کار با صاحب نظران و خبرگان در آن زمینه مشورت می نمود و در مورد قیمت معین توافق حاصل می شد و عرضه کنندگان ملزم به رعایت نرخ های تعیین شده بودند و در این باره دولت نظارت کامل داشت. نظارت دولت در این امر با الصاق قیمت کالاها بر روی محصولات و بازرسی مأموران بازار انجام می شد.

در پایان دوره خلافت امویان و آشفتگی بیش از پیش اوضاع سیاسی، اجتماعی و اقتصادی سیر صعودی قیمت ها و هزینه زندگی شدت گرفت و این پدیده تا نیمه دوم خلافت منصور عباسی ادامه داشت. این امر موجب شد که کنترل بازار در زمان عباسیان بیشتر شود تا آنجا که نرخ گندم، حبوبات، ادویه، چاشنی ها و قیمت مواد خوراکی روزانه به دولت گزارش می شد و علت افزایش قیمت ها مورد بررسی قرار می گرفت. چنانچه این افزایش از نظر دولت قانع کننده نبود، به تثبیت قیمت ها اقدام می شد. ظاهراً، بتدریج سیاست تثبیت قیمت ها بهانه ای برای اعمال قدرت بیشتر دولت عباسی بر نظام بازار و دستیابی به اهداف سیاسی شد و از آن پس سختگیری در این باره بیشتر از اهداف سیاسی - نه اقتصادی - نشأت می گرفت. سرانجام با تأسیس شهر بغداد و انجام مجموعه ای از اقدامات سیاسی و اقتصادی، روند افزایش قیمت ها تحت کنترل دولت درآمد و

سطح عمومی قیمت ها کاهش یافت . با وجود این و به طور کلی، دولت های عباسی پس از آن نیز با احتکار غلات و سیر صعودی قیمت ها مواجه بودند . این مشکل اقتصادی در کنار مشکلات روز افزون سیاسی و اجتماعی اساس حاکمیت دولت ها را تهدید می کرد و غالباً برای فرونشاندن اعتراض ها، علاوه بر اقدامات نظامی و سیاسی، به اقدامات اقتصادی و دخالت در نظام بازار می پرداختند . به موجب این سیاست، دولت ها برای پایین آوردن قیمت ها و تأمین غلات مورد نیاز عموم بارها به طور مستقیم دخالت کردند که از جمله آنها می توان حوادث سال های ۳۰۷ و ۳۰۸ و ۳۰۹ هجری قمری را برشمرد .

➤ ارکان اجرایی نظارت و دخالت دولت در تاریخ اسلام

پیامبر (ص) بر اجرای قوانین الهی نظارت داشت و به وسیله امر به معروف و نهی از منکر زمینه و بستر مناسب برای اجرای قوانین را فراهم می کرد . وی در شرایط مختلفی که ارشاد و دخالت دولت لازم می نمود، بنابر اصل دخالت دولت ، عمل و ولایت خویش را اعمال می فرمود . در نتیجه این امر، پاره ای از مباحثات که در شرایط ویژه با اهداف نظام اقتصادی اسلام و مصلحت عمومی تعارض داشت، به حکم حکومتی تحریم یا واجب می گشت . همچنین، گاه بر حسب ضرورت در چارچوب احکام ثانویه به برنامه ریزی می پرداخت و بر این اساس حیات اقتصادی - اجتماعی را سازمان می داد و رهبری می نمود به طوری که با مصالح عمومی تعارض نداشته باشد .

نظارت و دخالت دولت در زمینه بازار نیز از ابتدای تشکیل دولت اسلامی اعمال شده است چنانکه رسول خدا (ص) سعید بن عاص را مأمور بازار مکه و عمر بن خطاب را مأمور بازار مدینه کرده بود . در ادوار اولیه خلافت، نظارت بر بازار اهمیت ویژه ای داشت . عمر بن خطاب در حالی که تازیانه ای بر دوش داشت، در بازارها می گشت و به کار بازاریان رسیدگی می کرد و مأموران ویژه ای برای این منظور نیز تعیین کرده بود . در زمان خلافت عثمان نیز این نظارت ادامه یافت و مأموران بازارها این وظیفه را عهده دار بودند . علی (ع) نیز در بازارها قدم می زد و پیشه وران را ارشاد می کرد و آنان را از تخلف بر حذر می داشت و بر کیفیت کالاهای عرضه شده و پیمانانه ها و ترازوها نظارت می نمود . وی در بازارهای کوفه می گشت و امر به معروف و نهی از منکر می کرد و شخصاً به اوضاع رسیدگی می کرد و از قیمت کالاها می پرسید . آن حضرت عاملانی بر بازار گماشته بود و بشدت کار آنها را زیر نظر داشت به طوری که در چند مورد عاملان خود را در اثر خیانت به قطع دست یا زندان محکوم کرد . مراقبت و رسیدگی به بازارها در طول عهد اموی ادامه یافت و مأمورانی عهده دار نظارت بر بازارها بودند . برخی از خلفای این دوره نیز شخصاً بر بازارها نظارت داشتند و به کار پیشه وران رسیدگی می کردند و بو یژه از نرخ های کالاها و خدمات می پرسیدند و بر پیمانانه ها و ترازوها نظارت داشتند . نظارت بر بازارها در دوره خلافت عباسیان نظم بیشتری یافت و مأموران بازار عهده دار رسیدگی به اوزان و پیمانانه ها و نظارت بر قیمت ها و عملکرد اصناف مختلف و به طور کلی نظارت بر نظام بازار و امر به معروف و نهی از منکر بودند . از آنچه گفته شد ، روشن می شود که اصل نظارت بر بازار از صدر اسلام وجود داشته و در عصر اموی ادامه یافته است و شواهد تاریخی نشان می دهد که در قرن سوم هجری قمری این نظارت به وسیله ارگانی به نام دایره امر به معروف و نهی از منکر اعمال می شد که جزئی از حکومت به شمار می رفت . در قرن چهارم هجری قمری به طور روشن این نظارت توسط دایره حسبه اعمال می شد که دو وظیفه کلی رسیدگی به وضع زندگی اجتماعی و وضع اقتصادی را به عهده داشت . وظایف اقتصادی محتسب در نظارت و کنترل بازار متعدد بود و به طور کلی بر اجرای قوانین و مقررات اقتصادی بازار نظارت داشت . نظارت دائمی و دخالت دولت در بازار از طریق اداره حسبه یا ارگان مشابه آن در ابتدا موجب تحمیل وظایف سنگینی نسبت به اصناف نبوده است، لیکن بتدریج مراقبت محتسب افزون شد و دخالت دولت به حدی رسید که عزل و نصب و و سالی اصناف در اختیار دولت درآمد . بنابراین، وابستگی احتساب و حسبه به دولت و خلافت یک روند افزایشی داشت و از نظر انطباق با احکام اسلامی نیز تابع وضع دولت از نظر مشروعیت و عملکرد دینی بود . البته عملکرد دولت های اموی و عباسی در زمینه نظارت بر بازار و دخالت در مکانیسم تعیین قیمت ها و امور اصناف را از جهات مختلفی می توان نقد و تحلیل نمود . آنچه در نوشتار حاضر شاهد مثال از نظارت و دخالت دولت هاست، صرفاً ناظر به بیان اصل و محدوده موضوع مورد بحث در تاریخ مسلمانان است . از این رو قصد بررسی سلبی یا ایجابی نوع، محدوده ،

شرایط و اهداف دخالت دولت ها در میان نیست . این نوع بررسی به نوبه خود موضوع مستقل و نیازمند مقال و مجال دیگری است که در جای خود مهم است و باید بررسی شود.

➤ جمع بندی و نتیجه گیری

نظام اقتصادی اسلام بر اصول تنوع مالکیت، عدالت، آزادی اقتصادی محدود، وظیفه مؤثر دولت، تعاون و رقابت و اخلاق مبتنی است . بازار، که یکی از نهادهای اصلی هر نظام اقتصادی است، در چهارچوب نظام اقتصادی اسلام ویژگی ها و کارکرد مخصوص به خود را دارد . از جمله این ویژگی ها می توان به آزادی ورود و خروج، تبادل صحیح اطلاعات، منع انحصارات و محدودیت تبانی و سازش برای تعیین قیمت ها ، محدود بودن سود و اخلاقی بودن بازار اشاره نمود . تبانی و سازش عرضه کنندگان کالاها و خدمات نباید موجب افزایش قیمت ها تا سطح اجحاف و ظلم به مصرف کنندگان شود . در اسلام، از تسلط انحصاری اشخاص بر منابع طبیعی و واگذاری امتیاز انحصار تولید کالاها و خدمات ویژه به افراد و مؤسسات خصوصی جلوگیری می شود . بنابراین، با منع تبانی، انحصار و احتکار از یک طرف و حمایت مالی از بنگاه های اقتصادی ورشکسته (غارمین) از طرفی دیگر، رقابت در بازار افزایش و در نتیجه قیمت ها کاهش می یابد . این امر به نوبه خود بر سوددهی فعالیت های اقتصادی اثر می گذارد و سود نمی تواند به طور نامحدود انگیزه حضور در بازار و رونق فعالیت های اقتصادی باشد . عامل اخلاق ، بازار اسلامی را از دیگر بازارها متمایز می سازد و موجب می شود که فعالیت در بازار با اخلاق و روح عبادی آمیخته شود و رقابتی ویژه و سالم را سازمان دهد. با توجه به ویژگی های بازار اسلامی، اخلاق و دولت دو عامل اساسی و مؤثر برای کنترل بازار به شمار می روند . دخالت دولت تنها در شرایط اقتصادی اضطراری و اقتضای مصلحت عمومی صورت می پذیرد . تاریخ مسلمانان نشان می دهد که پیامبر (ص) ، خلفای اولیه، امام علی (ع) و دولت های اموی و عباسی بر بازار نظارت داشتند . در زمان پیامبر (ص) به دلیل شرایط طبیعی و تعادلی بودن قیمت بازار، در مکانیسم تعیین قیمت ها دخالت نشده است . امام علی (ع) در شرایط مختلف و با توجه به ضرورت یا مصلحت عمومی در پاره ای از موارد به تحدید قیمت ها اقدام نموده است . خلفا نیز توجه ویژه ای به قیمت ها داشتند و در موارد مختلف در مکانیسم تعیین قیمت ها دخالت نموده اند . در دولت های اموی و عباسی بتدریج کنترل قیمت ها افزایش یافت و گسترش دخالت دولت محدود به سیاست تثبیت قیمت ها به منظور حمایت از مصرف کنندگان نبود.

محمد حسن نعمت اللهی – کارشناس ارشد بازرگانی