

تأملی در ویژگیهای بازار از نظر اسلام و تاریخ مسلمانان

دکتر منصور زراء نژاد^۱

چکیده

بازار یکی از نهادهای اصلی نظام اقتصادی اسلام است. از ویژگیهای عمده بازار اسلامی می‌توان به آزادی ورود و خروج، تبادل صحیح اطلاعات، محدودیت تبانی و سازش برای تعیین قیمتها، محدود بودن سود، عدم انحصار خرید و فروش، رقابت همراه با تعاون و اخلاقی بودن بازار اشاره نمود. با توجه به ویژگیهای بازار اسلامی، اخلاق و دولت دو عامل اصلی و مؤثر برای کنترل بازارند. عامل اخلاق و ایمان مبادله کنندگان موجب می‌شود که تقاضا و عرضه کالاها و خدمات مطابق با مصالح واقعی جامعه باشد. دولت با نظارت مستمر و دخالت به موقع و لازم به حمایت از قیمتهای طبیعی و غیرظالمانه می‌پردازد تا مصالح عمومی تأمین گردد. تاریخ مسلمانان نشان می‌دهد که دولتهای اسلامی به بازار و مکانیسم تعیین قیمتها توجه ویژه‌ای داشته‌اند.

واژه‌های کلیدی: بازار، مکانیسم تعیین قیمتها، احتکار، نظام اقتصادی اسلام و اقتصاد اسلامی.

مقدمه

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 نمی‌پذیرد.^۱ این نظامها بر اساس بینشها و ارزشهای ویژه‌ای استوار و هدفشان فراهم کردن زمینه مناسب برای دستیابی بشر به سعادت دنیوی و اخروی است. هدف این مقاله شناخت، بررسی و تجزیه و تحلیل یکی از اجزاء و نهادهای اصلی نظام اقتصادی، یعنی بازار است. مقاله حاضر در هفت بخش به بررسی بازار از دیدگاه اسلام و پیشینه عملکرد آن در تاریخ مسلمانان می‌پردازد. بخش اول به اختصار به اصول نظام اقتصادی اسلام می‌پردازد. بخش دوم مرور مختصری بر سوابق تحقیق دارد. بخش سوم به معرفی ویژگیهای بازار اسلامی اختصاص دارد. این ویژگیها عبارتند از آزادی ورود و خروج، تبادل صحیح اطلاعات، منع انحصارات، محدودیت تبانی و سازش عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات، محدود بودن سود و اخلاقی بودن بازار که هر یک در قسمتی مجزا مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. بخش چهارم به عوامل کنترل بازار می‌پردازد. این بخش در دو قسمت به مطالعه محدودیتهای اخلاقی و نقش دولت، عامل کنترل بازار، می‌پردازد. بخش پنجم به بررسی مکانیسم قیمت اختصاص دارد. در این بخش سیاست تثبیت قیمتها مورد مطالعه قرار می‌گیرد. در بخش ششم ارکان اجرایی نظارت و دخالت دولت در تاریخ مسلمانان مورد مطالعه قرار می‌گیرد. بخش پایانی به جمع‌بندی و نتیجه‌گیری می‌پردازد.

۱. اصول نظام اقتصادی اسلام

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

۱-۱ اصل تنوع مالکیت

به موجب اصل تنوع مالکیت، سه نوع مالکیت خصوصی، دولتی و عمومی به‌طور همزمان پذیرفته شده است و هر سه منشأ اثرند.^۲ این اصل به توزان میان مصالح فرد و مصالح جامعه کمک شایانی می‌کند.^۳

۱. خمینی، روح‌الله؛ «صحیفه نور»، ۴، ۱۶۷.

۲. صدر، محمدباقر؛ «اقتصاد ما»، ۱، ۳۵۴-۳۵۶.

۳. عبدالکریم‌صادق، عوف محمود؛ «الاقتصاد المالئ الاسلامی»، ۸۷-۸۸.

۲-۱ اصل عدالت

بنا بر اصل عدالت، تمامی رفتارهای اقتصادی واحدهای اقتصادی، باید عادلانه باشد. عدالت در بعد اقتصادی دارای سه جزء زیر است:^۱

(الف) عدالت در توزیع فرصتها 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 مالیاتهای واجب مانند خمس، زکات و تبرعات مستحب مانند انفاق و صدقات به طور ذاتی تأدیه حقوق دیگران است.

۳-۱ اصل آزادی اقتصادی محدود

به موجب اصل آزادی اقتصادی محدود، فعالیت اقتصادی باید مشروع باشد.^۲ این اصل باعث تحریم برخی از فعالیتهای اقتصادی مانند ربا، معاملات مبتنی بر غرر، اسراف و کنز کردن اموال می شود. با توجه به این اصل نظارت و دخالت دولت در فعالیتهای اقتصادی در شرایط خاص توجیه می شود.

۴-۱ 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 مسئولیتهای 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.

۱. میرآخور، عباس؛ «ویژگیهای عمومی نظام اقتصاد اسلامی»، ۷۳-۷۸.

۲. صدر، محمدباقر «اقتصاد ما»، ۱، ۳۵۴-۳۵۶.

۳. العسال، فتحی احمد؛ «النظام الاقتصادي فی الاسلام»، ۵۷-۵۹.

۴. عاملی، جعفر؛ «بازار در سایه حکومت اسلامی»، ۱۸-۳۶ و قحف، منذر؛ «الاقتصاد الاسلامی»، ۹۱-۹۹.

۵-۱ 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.^۱ بازار نمونه بارزی از وجود رقابت و تعاون میان مبادله کنندگان است.

۲. مرور مختصری بر سوابق تحقیق

این بخش مرور مختصری بر پاره‌ای 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.^۲ منذر 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.^۳

نجات الله صدیقی در بحثی از انحصار و رقابت انحصاری به تأثیر اسلام بر مصرف کنندگان و تولید کنندگان می‌پردازد. وی پس از بررسی اصلاحاتی که فرضها در طرف تقاضا ایجاد می‌کند، طرف عرضه را با فرضهای مختلف رقابت و انحصار بررسی می‌نماید و نتیجه می‌گیرد که رفتار اسلامی در مقایسه با اقتصاد بازار مبتنی بر هدف حداکثر کردن سود، به بهبود شرایط می‌انجامد. علی رغم تأثیر روح و معنویت اسلام و بهبود شرایط، عملکرد آزاد نیروهای بازار نمی‌تواند به خودی خود توزیع عادلانه ثروت و درآمد را تضمین نماید. از این رو دولت باید نقش برجسته‌ای ایفا کند.

محمد عبد المنان نیز در مقاله‌ای با عنوان «چشم اندازهای اسلامی در زمینه نقصهای بازار» با تأکید خاص بر تئوری انحصار به بحث در باره تئوری انحصار و تبعیض قیمت در اسلام می‌پردازد. در این بررسی وجود قیمت منصفانه یکی از حقوق بنیادی جامعه تلقی می‌شود و دولت موظف به حمایت از این حق است. بر اساس این بررسی پایه اساسی تئوری قیمت در

۱. «ویژگیهای عمومی نظام اقتصاد اسلامی»، ۷۸-۷۹.

۲. به صفحه ۷ همین مقاله مراجعه شود.

3. Islahi, pp. 79-90.

۴. ابن خلدون؛ «مقدمه ابن خلدون» ۲۲۴-۲۳۳ و ۳۱۴-۳۱۶.

۵. «الاقتصاد الاسلامی»، ۲۸۱.

اسلام، اصل همکاری و تعاون اختیاری یا القایی و رقابت محدود یا نظارت تلقی شده است.^۱ نامبرده در مطالعه‌ای دیگر به بررسی دیدگاههای اسلامی در زمینه بازار، قیمتها و تخصیص منابع پرداخته است. وی در تبیین دیدگاه اسلامی می‌گوید 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 بهره‌وری و درآمد فقرا از طریق تخصیص و تخصیص مجدد منابع و حفظ توازن اجتماعی صورت می‌پذیرد.

سید کاظم صدر فصل هفتم کتاب خود، «اقتصاد صدر اسلام» را به بازارهای صدر اسلام اختصاص داده است. وی در این مبحث ویژگیهای بازار صدر اسلام از قبیل تعدد خریداران و فروشندگان، خصوصی بودن کالاها، سهولت انتقال کالاها و عوامل تولید، تحریم احتکار، نهی از تلقی ربا، تحریم ربا و وجود نظارت بر بازار را تشریح کرده است. سپس در ارزیابی کارکرد بازارهای صدر اسلام به این نتیجه می‌رسد که بازارهای صدر اسلام دارای رقابت کامل نبوده‌اند زیرا با نظارت دولت اداره شدند و گاهی دولت نرخ‌گذاری می‌کرده است. با وجود این اطلاعات و رقابت اقتصادی بسیار و کارایی داد و ستد از درجه بالایی برخوردار بوده است.^۲

عباس میرآخور در بررسی ویژگیهای 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 هزینه‌ای برای خریداران و فروشندگان صورت می‌گرفت و ناظرینی بر جریان امور بازار نظارت می‌کردند.

آیت الله منتظری در رساله «فی الاحتکار و التسعیر» پس از بررسی احتکار و انحصار به دخالت دولت در مکانیسم بازار می‌پردازد و موضوع قیمت گذاری را بررسی می‌کند. در نتیجه این بررسی در شرایطی که قیمت توسط عرضه و تقاضا و بدون دخالت 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.

۱. عبدالمنان، محمد، ۱۳۷۵ الف، ۳۳۸-۳۴۹.

۲. صدر، سید کاظم، «اقتصاد صدر اسلام»، ۸۸-۱۶۹.

۳. «ویژگیهای عمومی نظام اقتصاد اسلامی»، ۸۰.

۴. منتظری، ۱۴۰۰.

جعفر مرتضی عاملی در کتابی با عنوان «بازار در سایه حکومت اسلامی» به بررسی بازار اسلامی از آغاز تشکیل می‌پردازد و مقررات و ضوابط بازار اسلامی را بررسی می‌کند. سپس احتکار و قیمت‌گذاری را مطالعه و بر لزوم قیمت‌گذاری برای جلوگیری از اجحاف تأکید می‌کند. در پایان به بحث بازرسی، نظارت و مسئولیتهای دولت درباره بازار می‌پردازد.^۱

فکری احمد نعمان نیز در کتاب خود «النظریه الاقتصادية فی الاسلام» بازار را بررسی کرده است. وی در ابتدا به بررسی بازار، رقابت کامل و رقابت ناقص می‌پردازد. سپس بازار در اقتصاد اسلامی را با بازارهای رقابت کامل و رقابت ناقص مقایسه می‌کند. وی معتقد است که آزادی و عدم توجه به اخلاق در بازارهای متعارف آنها را در بازار اسلامی جدا می‌سازد. در ادامه قیمت‌گذاری و محدوده دخالت دولت در مکانیسم بازار، مورد بحث قرار می‌گیرد و ویژگیهای بازار اسلامی و قواعد حاکم بر آن تشریح می‌شود.

۳. ویژگیهای بازار اسلامی

بر اساس اصول اساسی نظام اقتصادی اسلام، بازار ویژگیها 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 ساختمان عمومی نظام اقتصادی اسلام ترسیم شده است، تحت نظارت و کنترل دو عامل درونی و بیرونی، یعنی دولت و وجدان اخلاقی، به رقابت می‌پردازند. این رقابت با نوعی تعاون و همکاری نیز همراه است.

بازار رقابت سالم دارای ویژگیهای مهمی است. این ویژگیها عبارتند از: آزادی ورود و خروج، لزوم تبادل اطلاعات، محدودیت تبانی، محدودیت سود، جلوگیری از انحصار، اخلاقی بودن و رقابت توأم با تعاون.

۱-۳ آزادی ورود به بازار و خروج از آن

اسلام تا حد بسیار زیادی بر مکانیسم بازار و آزادی اقتصادی تکیه می‌کند.^۲ این آزادی جلوه‌های گوناگونی دارد. یکی از جلوه‌های مهم آزادی در بازار عبارت است از آزادی ورود به بازار و خروج از آن.^۳ زیرا بازار مسلمانان مانند مسجد آنان است و هر کس که برای ورود به آن سبقت بگیرد، دارای حق اولویت است.

۱. عاملی، جعفر مرتضی، ۱۳۶۹ ش.

۲. المصری؛ «اصول الاقتصاد الاسلامی»، ۵۲-۱۲۵.

3 Siddiqi, p. 85.

۴. «الاقتصاد الاسلامی»، ۸۴ و «الحسبه و مسئولیه الحكومات الاسلامیه»، ۳-۳۰.

۵. طبری، محمدبن جریر؛ «تاریخ طبری»، ۴، ۴۶، ابو عبید، قاسم؛ «اموال»، ۱۲۳-۱۳۰ و العاملی، محمد؛ «وسایل»، ۱۲-۳۰۰.

۲-۳ 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.

۳-۳ منع انحصار خرید یا فروش

علل انحصار در تولید را می‌توان در چهار عامل خلاصه کرد:^۲

الف) تسلط انحصاری بر منابع طبیعی.

ب) دستیابی به امتیاز تولید انحصاری کالاها یا خدمات.

ج) تبانی و سازش تولید کنندگان.

د) انحصار طبیعی.

۱-۳-۳ منع امتیازات انحصاری

در نظام اقتصادی اسلام نمی‌توان امتیاز انحصاری استفاده از منابع عمومی را به شخص یا اشخاصی واگذار کرد و همه افراد در حق بهره‌وری از منابع طبیعی مساوی هستند. همچنین واگذاری امتیاز انحصاری تولید کالاها یا خدمات ویژه به فرد یا گروهی پذیرفته نیست.^۳ اما چنانچه یک یا چند تولید کننده به‌طور 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 نمی‌شود، در غیر این صورت، نتیجه چنین انحصاری تحقق احتکار است و دولت می‌تواند با ایجاد رقابت و اجبار محکوم به عرضه کالا و نیز تعیین نرخ در هنگام لزوم، قیمت‌ها 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،^۴ در هنگام ظهور اسلام نیز شیوع داشته؛ با انتشار و نفوذ اسلام در اعماق روح و فکر مسلمانان رفتار تجار و پیشه‌وران در صدر اسلام به تقوی و روح دینی نزدیک و تصرفات آنها بر اساس روح قناعت استوار گشته است.^۵ از این رو، ساختار نظام بازار بر مبنای عدم احتکار و انحصار بنیان

۱. الشیخ الثانی «اللمعه الدمشقیه»، ۳، ۴۶۱-۵۰۴.

۲. صدیقی نجات‌الله «درآمدی بر اقتصاد اسلامی»، ۳۲۰.

۳. خمینی، روح‌الله؛ «تحریر الوسیله»، ۲، ۲۶۲.

۴. منتظری؛ «رساله فی الاحتکار و التسعیر»، ۱۱.

۵. «التسعیر فی الاسلام»، ۲۷.

نهاده شد و احتکار کالا در بازار اسلامی به میزان بسیاری کاهش یافته است. با وجود این، خارج از روح کلی حاکم بر بازار گاهی افرادی دست به احتکار کالاهای مورد نیاز عمومی، مانند گندم و جو می‌زدند، ولی با نظارت و دخالت دولت کالاهای احتکار شده در بازار عرضه می‌شد و تأثیر عامل احتکار بر نظام طبیعی بازار خنثی می‌گشت.^۱

از طرفی دیگر، انحصار طبیعی خرید که معمولاً موجب انحصار فروش و در نتیجه افزایش قیمت‌ها و اجحاف به مصرف‌کنندگان می‌شود، به سبب حرمت احتکار و اجحاف به مصرف‌کنندگان محدود می‌شود، زیرا اگر انحصار خرید موجب احتکار شود، با جلوگیری از احتکار^۲ آثار مترتب بر انحصار خرید، نظم طبیعی بازار را متأثر نمی‌کند و چنانچه انحصار خرید موجب احتکار نشود، نفس انحصار خرید، بازار را از نظم طبیعی خارج نمی‌کند. بنابراین، انحصار خرید نیز با وجود نظارت دولت بر بازار و کنترل مستقیم عملاً نمی‌تواند منشأ انحصار در تولید باشد.

بنابراین، تقویت روح دینی، تحریم انحصار احتکار، همچنین نظارت دولت بر فعالیتهای بازرگانان، پیشه‌وران و تولیدکنندگان موجب می‌شود که فعالیتهای بازار در چهارچوب رقابت سالم بدون تأثیر از انحصار خرید و فروش و احتکار جریان یابد. البته دولت می‌تواند با رعایت عدم اجحاف به تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و حفظ منافع و مصالح عمومی جامعه، تولید یا تجارت برخی از کالاها و خدمات را در انحصار خود در آورد.

۴-۴ محدودیت تبانی و سازش

یکی از ویژگیهای بازار اسلامی محدود بودن تبانی و سازش برای تعیین قیمت‌هاست. یکی از علل افزایش قیمت‌ها تبانی عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات است. برای بررسی وضعیت تبانی و سازش عرضه‌کنندگان به بررسی بعضی از روایات در این خصوص می‌پردازیم. در بعضی از روایات تبانی و سازش عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات برای تعیین قیمت به‌طور 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."^۳

ابن سنان درباره عمل تاجرانی که با هم تبانی کردند که کالاهای خود را مگر به قیمتی که دوست دارند به فروش نرسانند، پرسید؛ امام (ع) فرمود: مانعی ندارد. چنانکه ملاحظه می‌شود، روایت یاد شده بر جواز تبانی عرضه‌کنندگان دلالت دارد. اما اگر چه این روایت صحیح بر جواز تبانی عرضه‌کنندگان بر یک قیمت خاص به منظور افزایش سود دلالت دارد، این اجازه تنها در موردی است که تبانی مزبور موجب اجحاف بر مصرف‌کنندگان نشود، در

۱. العاملی، محمدبن الحسن الحر؛ «وسایل»، ۳، ۳۱۶-۳۱۷.

۲. «وسایل»، ۳۱۶، ۱۳ و «توحید»، ۳۸۹.

۳. العاملی، محمدبن الحسن الحر؛ «وسایل»، ۳۱۱، ۱۲ و نجفی، محمد؛ «جواهر»، ۴۸۶، ۲۲.

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 قیمت‌هاست.^۱ 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 می‌شود. «قال (ع): سبحان الله! تحلفون علی قوم مسلمین ان لا تبیعوهم الا بریح الدینار دیناراً؟»

امام فرمود: سبحان الله! تبانی می‌کنید 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 می‌رفت، نپذیرفته است.

۵-۳ سود محدود

سود، انگیزه مهمی برای فعالیتهای اقتصادی و یکی از متغیرهای اصلی عرضه کالاها و خدمات است، بنگاههای اقتصادی با انگیزه کسب سود بیشتر، وارد بازار می‌شوند. یکی از ویژگیهای دیگر بازار اسلامی محدود بودن سود است. از اصل تبانی محدود عرضه کنندگان در تعیین قیمت‌ها به شرط عدم اجحاف و ظلم به مصرف کنندگان و اصل نظارت و دخالت دولت در تثبیت قیمت‌ها^۲ این نتیجه حاصل می‌شود که قیمت‌ها نمی‌تواند به‌طور نامحدود و بی قید و شرط افزایش یابد و باید در حدود قیمت طبیعی و متعارف تثبیت شود. بر این اساس، بالاترین حد ترقی قیمت‌ها، قیمتی است که بیش از آن معمولاً برای مصرف کنندگان تحمل‌پذیر نیست و در آن سطح، ظلم و اجحاف به مصرف کنندگان محقق می‌شود. بنابراین، قیمت‌ها 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 قیمت‌ها به‌طور منطقی موجب اعمال محدودیت سود خواهد شد. البته با کاهش هزینه تولید، که تا میزان

۱. «رساله فی الاحکام و التفسیر»، ۶۷-۶۸.

۲. همان مأخذ، ۶۸.

۳. «وسایل»، ۳۱۱، ۱۲.

۴. منتظری، حسینعلی «رساله فی الاحکام و التفسیر»، ۶۸.

۵. زراء نژاد، منصور؛ «دخالت دولت در اقتصاد از دیدگاه نظام اقتصادی اسلام»، ۲۷.

حداقل ممکن غیر صفر اعمال می‌شود، بدیهی است که دایره وسعت سود افزایش می‌یابد، ولی به هر حال سود هم در حد بالا و هم در حد پایین خود محدود است.

همچنین، در یکی از روایات آمده است که امام صادق (ع) به مصادف هزار دینار داد و فرمود تا با این سرمایه (برای تجارت) به مصر سفر کند. مصادف کالایی خرید و همراه با بازرگانان دیگری که با همان متاع عازم مصر بودند، سفر کرد. هنگامی که این بازرگانان به مصر نزدیک شدند، از کاروانی که از شهر خارج می‌شد، در مورد بازار کالای خود پرسیدند. آنها گفتند که عرضه این کالا در بازار کم و تقاضا برای آن بالاست. تجار هم پیمان شدند و تبانی کردند که کالای خود را به قیمتی عرضه کنند که ۱۰۰ درصد سود ببرند و چنین نیز کردند و سپس به مدینه بازگشتند. مصادف بر امام صادق (ع) وارد شد و علاوه بر ۱۰۰۰ دینار سرمایه امام، ۱۰۰۰ دینار دیگر سود به ایشان تقدیم کرد. امام فرمود که این مقدار سود بسیار است. کالاهای خود را چگونه فروخته اید؟ مصادف جریان تبانی را عرض کرد. امام فرمود: "سبحان الله! تحلفون علی قوم مسلمین ان لا تبیعوهم الا بریح الدینار دیناراً؟ ثم اخذا احد الکسین و قال هذا راس مالی و لا حاجه لنا فی هذا الربح. ثم قال: یا مصادف مجالده السیوف اهون من طلب الحلال".^۱ یعنی سبحان الله! آیا به زبان مردمی مسلمان پیمان می‌بندید که کالای خود را نفروشید، مگر آنکه از هر دینار (سرمایه) یک دینار سود ببرید؟ سپس یکی از دو کیسه (که در آن ۱۰۰۰ دینار بود) را گرفت و فرمود: سرمایه خود را می‌بریم و به این سود نیازی نداریم. سپس فرمود: ای مصادف ضربات شمشیرها از به دست آوردن مال حلال آسانتر است.

امام (ع) در این روایت اصل تبانی بر سر تعیین قیمت را خطا نمی‌داند، بلکه تبانی بر سوددهی به میزان ۱۰۰ درصد را که در آن شرایط عرفاً نوعی اجحاف به شمار می‌رفت، مردود دانسته است.

بنابر آنچه گفته شد، روشن می‌شود 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، جهت‌گیری اسلام، که توسط روایات وارد شده در این باب استنباط می‌شود،^۲ گویای این مطلب است که هرچه درصد سود بیشتر باشد، سوددهی مربوط بیشتر مورد نکوهش است. همچنین، در این باره روایت شده است که گرفتن سود از مؤمن، مگر در معاملاتی با ارزش بیش از ۱۰۰ درهم، کراهت دارد.

۱. العاملی، محمدبن الحسن الحر؛ «وسائل» ۱۲، ۳۱۱ و «فروع کافی»، ۳۷۴، ۱ و تهذیب، ۱۲۲، ۲.

۲. منتظری، حسینعلی؛ «رساله فی الحتکار و التسعیر»، ۶۸.

۳. «وسائل»، ۱۳، ۲۹۳ و «فروع کافی»، ۳۲۷، ۱ و «تهذیب»، ۱۲۰، ۲.

از طرفی دیگر، در اسلام انحصار تولید و تجارت به دست اشخاص و مؤسسات خصوصی و احتکار تحریم شده است. علاوه بر آن، از ورشکسته گان اقتصادی با تخصیص سهمی از زکات به آنان (غارمین) حمایت مالی می‌شود: "انما الصدقات للفقراء والمساكين والعاملین علیها والمولفه قلوبهم و فی الرقاب و الغارمین و فی سبیل الله و ابن السبیل فریضه من الله و الله علیم حکیم."^۱ بنابراین، با جلوگیری از انحصار، احتکار و حمایت مالی از فعالیتهای اقتصادی، رقابت در بازار افزایش می‌یابد و بدیهی است که با افزایش رقابت سود بنگاههای اقتصادی محدود می‌شود.

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 می‌یابد، سود نیز چنین است و مفهومی نسبی دارد.

۶-۳ اخلاقی بودن بازار

یکی دیگر از ویژگیهای بازار اسلامی اخلاقی بودن بازار است. به‌طور 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 می‌شود. مثلاً، اگر چه به استناد قدرت قانونی دولت برای تأمین اجتماعی ابزار مالیات جایز است، این همکاری بدون تحقق انگیزه‌های 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، فعالیتهای اقتصادی از قناعت و کرامت عمومی حکایت می‌کرد. 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 می‌شود که فعالیت در بازار با اعتقاد، ایمان و روح عبادی آمیخته باشد و رقابتی ویژه و سالم را سازمان دهد.

۱. سوره توبه، آیه ۶.

۲. صدر، محمدباقر؛ «اقتصاد ما»، ۳۷۹ و ۳۷۴.

۳. منتظری، حسینعلی؛ «رساله فی الاحتکار و التسعیر» ۲۷.

۳-۷ رقابت و تعاون

بازار در اقتصاد اسلامی بر رقابت سالم استوار است. این رقابت در چهارچوب تعاون و همکاری صورت می‌گیرد. 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 می‌گذرد. تعلیمات اسلام عموماً و قرآن به‌طور ویژه بر همکاری و تعاون تأکید می‌کند. رفتار افراد برای رفاه و فلاح و موفقیت دیگران در حد ذات خود به رفاه و موفقیت فرد منجر می‌شود. به عبارتی دیگر، در تابع مطلوبیت فردی، هم رفاه دنیوی و هم سعادت اخروی منشأ اثر و عامل تغییرند. اگر نفع و مصلحت شخص لزوماً به زیان دیگران منتهی شود، رضایت خداوند جلب نخواهد شد، زیرا "الخلق کلهم عيال الله، احبهم الیه انفعهم لعیاله".

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 نئوکلاسیکها، یک مسلمان نمی‌تواند در رفتار مصرفی خویش صرفاً خودخواه باشد. در دیدگاه اسلام یک فرد باید به‌طور 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 می‌پذیرد. از این رو، این تأثیر و تأثر را می‌توان 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 می‌شود: "انظروا الی من اسفل منکم ولا تنظروا الی من هو فوقکم".^۱

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 کردن سود هدف منحصر به فرد تولید کنندگان نیست، تولید کنندگان به سود محدود و رضایت بخش بسنده می‌کنند و این امر باعث کاهش قیمت و افزایش عرضه می‌شود. این وضعیت تفاوت چندانی با وضعیت تحت شرایط رقابت کامل ندارد. بنابراین تأثیر روح و هنجارهای اسلامی باعث از بین رفتن انحصار می‌شود وضعیت را به صورت رقابتی نگاه می‌دارد. در شرایطی که بنگاههای

۱. السبعا، مصطفی؛ «اشتراکیه الاسلام»، ۱۸۴.

۲. الزرقا، محمد؛ «تحقیق اسلامیة علم الاقتصاد»، ۱۸.

۳. نقوی، حیدر؛ «جمع اخلاق و اقتصاد در اسلام»، ۴۶.

۴. صحیح، مسلم، حدیث ۲۰۸۷.

تولیدی برای تقسیم تقاضای موجود در بازار در حالت رقابت بسر می برند، قیمتها 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.

۴. عوامل کنترل بازار

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

۴-۱ محدودیتهای اخلاقی

نظام اقتصادی اسلام برای کنترل بازار تنها بر عوامل بیرونی از قبیل دخالت دولت و قوانین محدود کننده تکیه ندارد، بلکه از محدودیتهای 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 محدودیتهای 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.

محدودیتهای 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 قیمتها.
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.

۲-۴ 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 می‌رود. به موجب این اصل، دولت برای کنترل و نظارت بر فعالیتهای 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 تشریعی یا احکام اولیه در برخی از موارد دولت قوانین اقتصادی و اجتماعی را مستقیماً اجرا می‌کند. مثلاً، از معاملات ربوی و نقل و انتقالات حقوقی غیر قانونی زمینها جلوگیری می‌کند. همچنین، دولت بنا بر مصلحت اجتماعی و در شرایط ویژه به وضع و اجرای مقررات یا احکام حکومتی می‌پردازد.

دولت اختیار دارد که برای تنظیم و سازمان دادن به فعالیتهای 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 واقعیتها و شرایط عینی نظام حقوقی و اقتصادی، اسلام را زنده و فعال نگاه می‌دارد. 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 می‌کند، تمام مباحات را شامل می‌شود. یعنی دولت می‌تواند 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 ویژه‌ای 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 فعالیتهای 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 قیمتها داده شده که فلسفه آنها تأمین عدالت اجتماعی بوده است.

۱. برای اطلاع بیشتر مراجعه شود به: «آداب التجاره و اللعه الدمشقیه»، ۲۸۵، ۳ - ۳۰۲.

۲. سوره نساء، آیه ۵۹.

۳. «اقتصاد ما»، ۳۴۴، ۲ - ۳۴۹.

بنابراین، دولت می‌تواند برای اجرای احکام اولیه و وضع و اجرای احکام حکومتی دخالت کند. اما، گاهی در شرایط اضطراری اجرای احکام اولیه باعث ضرر می‌شود. یعنی شرایط غیر عادی امکان تحقق اهداف کلی و عدالت اجتماعی را محدود می‌کند و به ضرر اجتماع یا فرد می‌انجامد. در این صورت، احکام ثانویه برای نفی حرج و ضرر بر احکام اولیه حاکم و مقدم می‌شود و تا رفع آن جریان می‌یابد. دایره شمول احکام به مباحات محدود نمی‌شود، بلکه در صورت تحقق موضوع و ضرورت، برخی از واجبات حرام و بعضی از حرامها واجب می‌گردد. شخصی به نام سمره بن جندب درختی در منزل ابو ایوب داشت. سمره به بهانه رسیدگی به درخت خود گاه و بی‌گاه و بدون اجازه وارد منزل ابو ایوب می‌شد و موجبات مزاحمت خانواده او را فراهم می‌کرد. 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: "ولا ضرر و لا ضرار".^۱

به هر حال، اسلام با اعمال محدودیتهای اخلاقی از درون بر مبادله کنندگان و اعطای اختیارات ویژه به دولت از بیرون بر مکانیسم بازار تأثیر می‌گذارد. البته تأکید بر نقش گسترده دولت در اقتصاد به هیچ وجه از اصالت و اهمیت حقوق فردی اسلام نمی‌کاهد. اسلام اصالتاً حقوق فردی را به رسمیت شناخته و برای فرد حقوق و به تبع آن مسئولیتها و وظایفی مشخص قائل است. بهره‌مندی افراد از حقوق و مالکیت خصوصی اصلی مناقشه‌ناپذیر است، اگر چه این استحقاق تعهداتی در برابر دیگران نیز ایجاد می‌کند در مواردی با محدودیتهایی 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 می‌کند. به عبارتی دیگر، صیانت از حقوق آزادی فردی و حفاظت از حقوق عمومی نقش مثبت و سازنده ای است که دولت بر عهده دارد.

۳-۴ مکانیسم تعیین قیمت

دو عامل اخلاق و دولت بر مکانیسم بازار اثر می‌گذارند 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 می‌کند. اما این محدودیت یک استثناست. این استثنا فقط به غیر مجاز بودن کالاها و خدمات محدود می‌شود و اصل بر این است که عرضه و تقاضای تمامی کالاها و خدمات جایز است. قیمت متعارف و طبیعی

۱. "اصول کافی"، ۲۹۲، ۵ و من لایحضره الفقیه، ۱۴۷، ۳. هم چنین مراجعه شود به قاعده لاضرر و لا ضرار.

کالاها و خدمات، معلول عرضه و تقاضای آنها و شرایط طبیعی و متعارف است. این قیمتها تا وقتی که به صورت طبیعی تعیین شوند، مورد حمایت دولت قرار دارند و در روایات ظاهراً همین مکانیسم تعیین قیمتهاست که با عبارات زیر و مانند آنها به خداوند متعال نسبت داده شده است:^۱

۱. "انما السعر الى الله يرفعه اذا يشاء و يخفضه اذا شاء."^۲

۲. "ان الله وكل بالاسعار ملكا يدبر بامره."^۳

۳. "ان الله وكل بالاسعار ملكا يدبرها."^۴

۴. "ان الله هو المسعر القابض الباسط الرازق."^۵

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 می‌گردد.

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 به‌طور اجحاف و ظالمانه تعیین می‌شود. تا زمانی که قیمت کالاها و خدمات به حد اجحاف نرسیده باشد، دولت در تعیین قیمتها دخالت نمی‌کند. تنها وقتی قیمتها به حد اجحاف برسند، دولت برای آخرین مرحله و جلوگیری از زیان مصرف کنندگان به تثبیت قیمت کالاها و خدمات می‌پردازد. پیامبر (ص) وقتی با درخواست مصرف کنندگان مبنی بر تثبیت قیمتها مواجه شد و در آن شرایط اقتصادی - اجتماعی قیمتهای مزبور را قیمتهای طبیعی و متعارف نمی‌دانست، سخت برآشفته و مکانیسم تعیین قیمتهای طبیعی را به خداوند متعال نسبت داد^۶ و فرمود: "ان الله هو المسعر القابض الباسط الرزاق."^۷

۱. رساله «فی الاحتکار و التسعیر»، ۶۵ و «بازار در سایه حکومت اسلامی»، ۹۰.

۲. «وسایل»، ۱۲، ۳۱۶-۳۱۷ و «توحید»، ۳۸۸.

۳. «وسایل»، ۱۲/۳۱۷.

۴. همان مأخذ.

۵. ابو داود، سنن؛ «دارالحیاء السنه النبویه»؛ ۳، ۲۲۷.

۶. با توجه به اقوال فقها مبنی بر جایز بودن قیمت گذاری پس از تحقق اجحاف و ظلم آخرین راه ممکن برای رفع ضرر، معلوم می‌شود که اخبار دال بر نهی مطلق قیمت گذاری ناظر بر قیمتهایی است که در آن شرایط به‌طور طبیعی - نه ظالمانه - تعیین شده باشد، و اگر نه به استناد این اقوال، پیامبر (ص) با تعیین قیمتها از ظلم و اجحاف جلوگیری می‌کرد.

۷. «دارالحیاء السنه النبویه»؛ ۳، ۲۲۷.

پیداست که افزایش قیمتها در اثر شرایط اقتصادی- اجتماعی طبیعی بود، ولی مصرف کنندگان، دخالت دولت در مکانیسم طبیعی قیمتها را طلب می‌کردند.^۱ دخالت دولت در آن شرایط موجب ظلم به عرضه کنندگان و در نتیجه رکود تولید، تجارت و زیان افراد و جامعه می‌شد. بنابراین، سیاست تثبیت قیمتها بر این اصل اساسی استوار است که سیاست مزبور هیچ‌گونه ظلم و اجحافی به مصرف‌کنندگان یا عرضه کنندگان روا نداشته باشد. بر این اساس، چنانچه قیمتها در اثر شرایط غیر طبیعی و توسط عرضه کنندگان به‌گونه‌ای تعیین شود که موجب ظلم و اجحاف به مصرف‌کنندگان گردد، سیاست دولت دخالت در این مکانیسم است. در این صورت و در عین حال که با تثبیت قیمتها مصالح مصرف کنندگان تأمین می‌شود، سوددهی معقول و عدم زیان تولید کنندگان نیز تضمین می‌گردد. همچنین، اگر افزایش قیمتها در اثر شرایط طبیعی- نه تبانی عرضه کنندگان- باشد، دولت مجاز به دخالت نیست. بنابراین، دولت شرایط و بستری فراهم می‌کند که در آن تنها مصالح واقعی مبادله کنندگان که با مصالح عمومی جامعه همسو باشد، مورد توجه و حمایت قرار گیرد. این همان سیاستی است که در عبارت "ولیکن البیع سمحاً" بموازين عدل و اسعار لا تجحف بالفريقين من البایع و المبتاع^۲ تبیین شده است.

پس از پیامبر (ص) در دوره‌های بعد نیز به گاه احتکار و افزایش غیر طبیعی قیمتها، دولت اقدام به نرخ گذاری می‌کرد و برای این کار با صاحب‌نظران و خبرگان در آن زمینه مشورت می‌نمود^۳ و در مورد قیمت معین توافق حاصل می‌شد و عرضه کنندگان ملزم به رعایت نرخهای 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 می‌شد.

در پایان دوره خلافت امویان و آشفتگی بیش از پیش اوضاع سیاسی، اجتماعی و اقتصادی سیر صعودی قیمتها و هزینه زندگی شدت گرفت و این پدیده تا نیمه دوم خلافت منصور عباسی ادامه داشت.^۴ این امر موجب شد که کنترل بازار در زمان عباسیان بیشتر شود تا آنجا که نرخ گندم، حبوبات، ادویه، چاشنیها و قیمت مواد خوراکی روزانه به دولت گزارش می‌شد و علت افزایش قیمتها مورد بررسی قرار می‌گرفت. چنانچه این افزایش از نظر دولت قانع کننده نبود، به تثبیت قیمتها اقدام می‌شد.

۱. "رساله فی الاحتکار و التسعیر"، ۶۵.

۲. محمد عبده؛ "تهج البلاغه"، ۲، ۱۰۳.

۳. الشیخلی، ابراهیم؛ اصناف، ۱۲۳.

۴. "تاریخ طبری"، ۷/۴۹۲ و ابن اثیر؛ "کامل"، ۵/۹.

۵. ریس، ضیاء...؛ "خراج"، ۴۱۳.

۶. "تاریخ طبری"، ۹۶/۸.

ظاهراً، بتدریج سیاست تثبیت قیمتها 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 قیمتها تحت کنترل دولت درآمد و سطح عمومی قیمتها کاهش یافت.

با وجود این و به طور کلی، دولتهای عباسی پس از آن نیز با احتکار غلات و سیر صعودی قیمتها مواجه بودند. این مشکل اقتصادی در کنار مشکلات روز افزون سیاسی و اجتماعی اساس حاکمیت دولتها را تهدید می کرد و غالباً برای فرونشاندن اعتراضها، علاوه بر اقدامات نظامی و سیاسی، به اقدامات اقتصادی و دخالت در نظام بازار می پرداختند. به موجب این سیاست، دولتها برای پایین آوردن قیمتها و تأمین غلات مورد نیاز عموم بارها به طور مستقیم دخالت کردند که از جمله آنها می توان حوادث سالهای ۲۷۲ و ۲۵۱ و نیز سالهای ۳۹۸، ۳۰۹، ۳۰۸ و ۳۰۷ هجری قمری را بر شمرد.

۵. 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 مباحات 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 چهارچوب 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.^۱

۱. جهشیاری، محمد؛ "الوزراء و الكتاب" و "خراج"؛ ۴۱۳-۴۱۷.

۲. "تاریخ طبری"؛ ۳۶۶، ۱۰، ۱۰ و "کامل"؛ ۱۵۸، ۷ و ۴۲۰، ۷.

۳. "کامل"؛ ۱۱۸-۱۱۶، ۷.

۴. سیوطی، جلال؛ "تاریخ الخلفاء"، ۳۸۰.

۵. "کامل"؛ ۲۴۰، ۹.

۶. اقتصاد ما، ۳۶۲، ۱.

۷. کتانی، "التراپیج الاداریه"، ۲۸۵-۲۸۷، ۱ و اصناف، ۱۱۵.

در ادوار اولیه خلافت، نظارت بر بازار اهمیت ویژه‌ای داشت.^۱ عمر بن خطاب در حالی که تازیانه‌ای بر دوش داشت، در بازارها می‌گشت و به کار بازاریان رسیدگی می‌کرد و مأموران ویژه‌ای برای این منظور نیز تعیین کرده بود.^۲ در زمان خلافت عثمان نیز این نظارت ادامه یافت و مأموران بازارها این وظیفه را عهده‌دار بودند.^۳ علی (ع) نیز در بازارها قدم می‌زد و پیشه‌وران را ارشاد می‌کرد و آنان را از تخلف بر حذر می‌داشت و بر کیفیت کالاهای عرضه شده و پیمانه‌ها و ترازوها نظارت می‌نمود.^۴ وی در بازارهای کوفه می‌گشت و امر به معروف و نهی از منکر می‌کرد و شخصاً به اوضاع رسیدگی می‌کرد و از قیمت کالاها می‌پرسید. آن حضرت عاملانی بر بازار گماشته بود و بشدت کار آنها را زیر نظر داشت به‌طوری 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 عهده‌دار نظارت بر بازارها بودند.^۵ برخی از خلفای این دوره نیز شخصاً بر بازارها نظارت داشتند و به کار پیشه‌وران رسیدگی می‌کردند و بویژه از نرخهای کالاها و خدمات می‌پرسیدند و بر پیمانه‌ها و ترازوها نظارت داشتند.

نظارت بر بازارها در دوره خلافت عباسیان نظم بیشتری یافت و مأموران بازار عهده‌دار رسیدگی به اوزان و پیمانه‌ها^۶ و نظارت بر قیمت‌ها و عملکرد اصناف مختلف و به‌طور کلی نظارت بر نظام بازار و امر به معروف و نهی از منکر بودند.

از آنچه گفته شد، روشن می‌شود که اصل نظارت بر بازار از صدر اسلام وجود داشته و در عصر اموی ادامه یافته است و شواهد تاریخی نشان می‌دهد که در قرن سوم هجری قمری این نظارت به‌وسیله ارگانی به نام دایره امر به معروف و نهی از منکر اعمال می‌شد که جزئی از حکومت به شمار می‌رفت. در قرن چهارم هجری قمری به‌طور روشن این نظارت توسط دایره

۱. ماوردی؛ "احکام"، ۲۵۷ و اصناف، ۱۱۵.

۲. یعقوبی؛ "تاریخ یعقوبی"، ۱۵۸، ۲ و "تاریخ طبری"، ۱۹۰، ۴.

۳. ابوعبید؛ "اموال"، ۱۱۷ و "اصناف"، ۲۱۶.

۴. بلاذری؛ "انساب الاشراف"، ۴۷، ۵ و اصناف، ۱۱۶.

۵. کافی، ۱۵۱، ۵، بحار، ۱۰۴، ۴۱، «بازار در سایه حکومت اسلامی»، ۱۱۴-۱۱۶ و اصناف، ۱۱۶.

۶. تعالیک احقاق الحق، ۵۶۳، ۸ به نقل از نور علم، دوره دوم، شماره ۳، ص ۴۵.

۷. اشتقاق، ۲۷۲، ۲ به نقل از همان مآخذ.

۸. دعایم الاسلام، ۲، ۵۳۰.

۹. اصناف، ۱۱۶.

۱۰. «تاریخ طبری»، ۷/۲۰۲.

۱۱. کامل، ۵، ۹ و تاریخ طبری، ۴۹۶، ۶.

۱۲. خطط، ۱، ۴۶۳-۴۶۴ و طبقات ابن سعد، ۳۰، ۷.

۱۳. جرجی، زیدان؛ "تاریخ تمدن اسلامی"، ۲۴۲، ۱-۲۴۳ و مقدمه، ۲۲۵.

حسبه اعمال می‌شد^۱ که دو وظیفه کلی رسیدگی به وضع زندگی اجتماعی و وضع اقتصادی^۲ را به عهده داشت. وظایف اقتصادی محتسب در نظارت و کنترل بازار متعدد بود و به‌طور 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،^۳ لیکن بتدریج مراقبت محتسب افزون شد و دخالت دولت به حدی رسید که عزل و نصب رؤسای 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 دولتهای اموی و عباسی در زمینه نظارت بر بازار و دخالت در مکانیسم تعیین قیمت‌ها و امور اصناف را از جهات مختلفی می‌توان نقد و تحلیل نمود. آنچه در مقاله حاضر شاهد مثال از نظارت و دخالت دولتهاست، 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 دولتها 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.

۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

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 ویژگیها و کارکرد مخصوص به خود را دارد. از جمله این ویژگیها می‌توان به آزادی ورود و خروج، تبادل صحیح اطلاعات، منع انحصارات و محدودیت تبانی و سازش برای تعیین قیمت‌ها، محدود بودن سود و اخلاقی بودن بازار اشاره نمود. تبانی و سازش عرضه کنندگان کالاها و خدمات نباید موجب افزایش قیمت‌ها 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 می‌شود. بنابراین، با منع تبانی، انحصار و احتکار از یک طرف و حمایت مالی از بنگاههای اقتصادی ورشکسته (غارمین) از طرفی دیگر، رقابت در بازار افزایش و در نتیجه قیمت‌ها کاهش می‌یابد. این امر به نوبه خود بر سوددهی فعالیتهای اقتصادی اثر می‌گذارد و سود

۱. «ده گفتار»، ۴۷.

۲. «تاریخ التمدن الاسلامی»، ۲۴۲، ۱ و مقدمه، ۲۲۵ و اصناف، ۱۴۴.

۳. «ده گفتار»، ۵۱-۴۸ و ببینید: «بازار در سایه حکومت اسلامی»، ۱۳۲-۱۳۳.

۴. اصناف، ۱۴۷ و احکام، ماوردی، ۲۵۵-۲۵۶.

۵. اصناف، ۱۴۷.

نمی‌تواند به‌طور نامحدود انگیزه حضور در بازار و رونق فعالیتهای اقتصادی باشد. عامل اخلاق، بازار اسلامی را از دیگر بازارها متمایز می‌سازد و موجب می‌شود که فعالیت در بازار با اخلاق و روح عبادی آمیخته شود و رقابتی ویژه و سالم را سازمان دهد.

با توجه به ویژگیهای بازار اسلامی، اخلاق و دولت دو عامل اساسی و مؤثر برای کنترل بازار به شمار می‌روند. دخالت دولت تنها در شرایط اقتصادی اضطراری و اقتضای مصلحت عمومی صورت می‌پذیرد. تاریخ مسلمانان نشان می‌دهد که پیامبر (ص)، خلفای اولیه، امام علی (ع) و دولتهای اموی و عباسی بر بازار نظارت داشتند. در زمان پیامبر (ص) به دلیل شرایط طبیعی و تعادلی بودن قیمت بازار، در مکانیسم تعیین قیمتها دخالت نشده است. امام (ع) در شرایط مختلف و با توجه به ضرورت یا مصلحت عمومی در پاره‌ای از موارد به تحدید قیمتها اقدام نموده است. خلفا نیز توجه ویژه‌ای به قیمتها داشتند و در موارد مختلف در مکانیسم تعیین قیمتها دخالت نموده اند. در دولتهای اموی و عباسی بتدریج کنترل قیمتها افزایش یافت و گسترش دخالت دولت محدود به سیاست تثبیت قیمتها به منظور حمایت از مصرف کنندگان نبود.

فهرست منابع الف) فارسی

۱. ابن اثیر، عزالدین علی بن محمد؛ "الکامل فی التاریخ"، قاهره مطبعه المنیره، ۱۳۵۶ق.
۲. ابن تمیمه، احمد؛ "الحسبه فی الاسلام"، بیروت، دار الکتب العربیه، ۱۹۷۶م.
۳. ابن خلدون، عبدالرحمن بن محمد؛ "مقدمه ابن خلدون"، قاهره، ۱۳۳۶ق.
۴. ابن سعد، محمد؛ "الطبقات الکبیر"، لیدن، ۱۹۰۵-۱۹۲۱م.
۵. ابن منظور، محمد بن مکرم؛ "لسان العرب"، قاهره، ۱۳۰۷ق.
۶. ابو داوود، سلیمان بن الأشعث السجستانی؛ سنن، تعلیق محمد محیی الدین عبدالحمید، "دارالحیاء السنه النبویه"، بیروت بی تا.
۷. ابو عبید، قاسم بن سلام؛ "الاموال"، قاهره، ۱۳۵۳ق.
۸. برکات، عبدالکریم صادق و الکفراوی، عوف محمود، "الاقتصاد المالی الاسلامی"، اسکندریه، مؤسسه شباب الجامعه، ۱۹۸۴م.
۹. بلادزی، احمد بن یحیی؛ "انساب الاشراف"، بیروت، قدس، ۱۹۳۶م.
۱۰. جرجی، زیدان؛ "تاریخ التمدن الاسلامی"، مصر، دارالهلال، ۱۹۵۸م.
۱۱. جهشیاری، محمد بن عبدوس؛ "الوزراء و الکتاب"، قاهره، ۱۹۳۸م.
۱۲. خمینی، روح الله؛ "تحریر الوسیله"، نجف، مطبعه الاداب، بی تا.
۱۳. خمینی، روح الله؛ "صحیفه نور"، ج ۴، تهران، دفتر نشر امام خمینی.
۱۴. ریس، ضیاءالدین؛ "الخراج و النظم المالیه للدوله الاسلامیه"، مصر، ۱۹۶۹م.
۱۵. زراء نژاد، منصور؛ "دخالت دولت در اقتصاد از دیدگاه نظام اقتصادی اسلام"، نشریه دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دوره اول، سال اول، شماره ۱، ۱۳۸۲ش، صص ۳۵-۲۱.
۱۶. الزرقا، محمد انس، "تحقیق اسلامیة علم الاقتصاد: المفهوم و المنهج"، مجله جامعه الملك عبد العزيز؛ "الاقتصاد الاسلامی"، المجلد ۲، ۱۴۱۰ق، صص ۳-۴۰.
۱۷. السیباغی، مصطفی؛ "اشتراکیه الاسلام"، الطبعة الثانیة، دمشق، دار المطبوعات العربیه، ۱۹۶۰م.
۱۸. سیوطی، جلال الدین عبدالرحمن؛ "تاریخ الخلفاء"، قاهره، ۱۹۵۹م.
۱۹. شریعت اصفهانی، فتح الله (نمازی شیرازی)؛ قاعده لاضرر و لاضرار، بیروت، دار الاضواء، ۱۴۰۷ق.
۲۰. الشهید الثانی، زین الدین علی بن محمد؛ الروضه البهیة فی شرح المعه الدمشقیة، انتشارات حوزه علمیه قم، ۱۳۹۶ق.
۲۱. شیخ طوسی؛ تهذیب الاحکام، تصحیح حسن موسوی فرسان، نجف، ۱۹۲۶م.
۲۲. الشیخلی، صباح ابراهیم؛ "الاصناف فی العصر العباسی"، عراق، ۱۹۷۶م.

۲۳. الصالح، صبحی، النظم الاسلامیه: نشاتها و تطورها، بیروت، دارالعلم للملایین، ۱۳۹۶ق.
۲۴. صدر، سید کاظم؛ "اقتصاد صدر اسلام"، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۴ش.
۲۵. صدر، محمد باقر؛ "اقتصاد ما"، ترجمه علی اسپهبدی (و محمد کاظم موسوی بجنوردی)، تهران، انتشارات اسلامی، بی تا.
۲۶. صدوق، محمد بن علی بن بابویه؛ "التوحید"، تهران، مؤسسه نشر اسلامی، بی تا.
۲۷. طبری، محمد بن جریر؛ "تاریخ الرسل و الملوك"، بریل، ۸۱-۱۸۷۹م.
۲۸. عاملی، جعفر مرتضی؛ "بازار در سایه حکومت اسلامی"، ترجمه سید محمود حسینی، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۳۶۹ش.
۲۹. العاملی، محمد بن الحسن الحر؛ "الوسائل الشیعه"، تهران، المکتبه الاسلامیه، ۱۳۸۵ق.
۳۰. العسال، احمد محمد و عبدالکریم؛ فتحی احمد؛ "النظام الاقتصادي فی الاسلام"، الطبع ۳، قاهره، مکتبه وهبه، ۱۹۸۰م.
۳۱. قحف، محمد منذر؛ "الاقتصاد الاسلامی"، کویت، دارالقلم، ۱۹۷۹م.
۳۲. کتانی؛ "التراثیب الادریه"، بیروت، دار الحیاء تراث العربی، بی تا.
۳۳. مجلسی، محمد باقر؛ "بحار الانوار"، تهران، ۱۳۸۷ق.
۳۴. المصری، رفیق یونس؛ "اصول الاقتصاد اسلامی"، بیروت، دارالقلم، ۱۴۰۹ق.
۳۵. مطهری، مرتضی؛ "ده گفتار"، تهران، انتشارات صدرا، ۱۳۵۸ش.
۳۶. مقریزی، تقی الدین؛ "المواعظ و الاعتبار فی ذکر الخطط و الآثار"، بیروت، دار الحیاء العلوم، ۱۳۷۰ق.
۳۷. منتظری، حسینعلی؛ رساله فی الاحتکار و التسعیر؛ سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی، تهران، ۱۴۰۶هـ.ق.
۳۸. میرآخور، عباس؛ "ویژگیهای عمومی نظام اقتصاد اسلامی" در باقرالحسنی و عباس میرآخور؛ "اقتصاد اسلامی"، ترجمه حسن گلریز، تهران، مؤسسه بانکداری ایران، ۱۳۷۱ش، صص ۵۳-۸۶.
۳۹. نجفی، محمد حسن؛ "جواهر الکلام"، دار الکتب الاسلامیه، تهران، ۱۳۹۲ق.
۴۰. نعمان، فکری احمد؛ "النظریه الاقتصادیه فی الاسلام"، بیروت، توزیع الکتب اسلامی، ۱۴۰۵ق.
۴۱. نقوی، حیدر؛ "جمع اخلاق و اقتصاد در اسلام"، ترجمه حسن توانایان فرد، تهران، ۱۳۶۶ش.
۴۲. یعقوبی، احمد بن واضح؛ "تاریخ الیعقوبی"، نجف، ۱۳۸۴ق.

(ب) منابع انگلیسی

43. Islahi, A. A., Economic View of Ibn Taimiyyah, PhD Thesis, Aligar Muslim University, India, 1980.
44. Kahf, Monzer, Economic View of Ibn Taimiyyah, in Universal Message, 4, 2 (July 1982) and 4, 3 (August 1982), first published in Al- Ittihad, Plainfield, India, 1977.
45. Siddiqi, M. N., The Economic Enterprise in Islamic Economics, Publisher, Lahore, 1972.