

بازار سازگار با مبانی اسلامی در مقایسه با بازار رقابت کامل

سید محمد کاظم رجایی^۱

چکیده

علم اقتصاد به روشهای گوناگون و ظریف، ارزشهایی را از فرهنگ غرب دریافت و با این علم در آمیخته است. این ارزشها نقش تعیین کننده خود را در نظریه‌ها ایفا و بر آنها تأثیر می‌گذارد. بر اساس ضرورت تلاش برای بومی کردن این علم، از ارزشها، آموزه‌ها و راهبردهای اسلامی درباره بازار و رفتار جامعه اسلامی، می‌توان چهار اصل رعایت ارزشها، تقدیر معیشت (تخصیص بهینه منابع)، اخوت و برادری (تکافل اجتماعی) و مسئولیت دولت را استخراج کرد.

اصل رعایت ارزشها، برادری و اخوت اسلامی و خضوع در برابر خداوند و بندگان خالص او (اصل تکافل اجتماعی) و ممنوعیت اتلاف منابع و اسراف در عوامل تولید، عیاشی و خوشگذرانی در حد اتراف (اصل تخصیص بهینه منابع)، در سمت عرضه و تقاضا موجب شده افراد به سمت کالاهای ضروری گرایش بیشتری یافته، کالاهای ضروری در طیف خاصی قرار گیرند و دامنه وسیعی نداشته باشند. در نتیجه سطح زیر منحنی تقاضا و منحنی عرضه در بازار اسلامی نسبت به رقابت کامل بیشتر، اضافه ارزش تولیدکننده و اضافه رفاه مصرف کننده و سرانجام اضافه رفاه جامعه بیشتر باشد.

واژگان کلیدی: مطلوبیت، منحنی‌های بی تفاوتی، تقاضا، عرضه، بازار اسلامی، ارزشها و اقتصاد، بومی سازی و اقتصاد اسلامی.

۱. عضو هیأت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

مقدمه

گرچه اقتصاددانان بر این مساله تأکید دارند که علم اقتصاد علمی جهان شمول، جدای از ارزشها و سازگار با همه فرهنگها و در یک کلمه «علم» است، اما واقعیت این است که علم اقتصادی که امروزه آموزش داده می‌شود و مورد مطالعه قرار می‌گیرد، ترکیبی از گزاره‌های توصیفی یا اثباتی و گزاره‌های ارزشی است؛ حتی با تامل در گزاره‌های اثباتی، ارزشهای پیشین و پیش فرضهای ارزشی در آنها مشاهده می‌شود. علم اقتصاد به روشهای گوناگون و ظریف، ارزشهایی را از فرهنگ غرب دریافت کرده که این ارزشها، نقش تعیین کننده خود را در نظریه‌های اقتصادی ایفا و بر آنها تأثیرگذار بوده است.

جهان‌بینی اقتصاد متعارف، ریشه در نهضت روشنگری قرن ۱۶ تا ۱۸ دارد و این جهان‌بینی بر اندیشه‌های مادی‌گرایی و غیردینی استوار و در نتیجه الگوی حاکم بر اقتصاد متعارف نیز از این اندیشه‌ها سرچشمه گرفته است. کنار گذاشتن توجه به معاد و تأکید بیش از حد روی نفع شخصی، لذت طلبی، آزادی فردی، مالکیت خصوصی و در یک کلام تنها منافع مادی و بدبینی نسبت به قضاوت‌های ارزشی، از جمله ارزشهای اساسی موجود در این الگوست.^۱

با وجود اینکه نظریه‌های اقتصادی ریشه ارزشی دارد، خنثی بودن اقتصاد نسبت به ارزشها، به صورت یک موضوع گریزناپذیر الگوی اقتصاد حاکم درآمده است و به عنوان یک امر غیر قابل بحث در شئون مختلف حرفه اقتصاد پذیرفته شده است.^۲ از آنجا که جهان‌بینی حاکم بر اندیشه‌های اقتصادی، جهان‌بینی مادی و مبتنی بر لذت طلبی و حداکثر سازی سود به معنای خاص خود است، به رغم انقلاب‌های نئوکلاسیکی و کینزی، پیدایش مکتب‌های گوناگون اقتصادی، ارزش‌های حاکم بر این علم و محور اصلی اقتصاد از قرن هفدهم تاکنون بدون تغییر باقی مانده است.

ما ناچاریم چگونگی شکل‌گیری این ارزشها و جایگاه آنها را کشف کنیم. طبیعی است که ممکن است بسیاری از این ارزشها با مبانی فرهنگی ما سازگار نباشد. از طرف دیگر، دین برای راهنمایی و هدایت انسان است و طبیعی است که سرشار از داوری‌های ارزشی باشد. در نتیجه باید تامل کرد که چگونه می‌توان ارزشهای بومی و اسلامی را جایگزین این ارزشها کرد و اقتصادی مبتنی بر ارزشهای بومی به دست آورد. در این مقاله تلاش بر این است که این کار تا حدودی نسبت به بازار صورت پذیرد.

باید اذعان کرد که اندیشه‌های موجود در اقتصاد حاصل فکر بشر است. این گونه نیست که همه این اندیشه‌ها خلاف اسلام باشند. بعضی از این تفکرات نه تنها منافی با مبانی ما نیستند، بلکه در مبانی دینی ما روی آنها تأکید زیادی هم شده است. بنا براین، این مقاله به دنبال این نیست که همه مباحث مربوط به بازار را از نو بنیان‌گذاری کند، بلکه تلاش مقاله بر این است که ارزشهای مبتنی بر جهان‌بینی مادی را شناسایی

۱. ر.ک. همان ص ۱۱۷.

۲. ر.ک. توماس. اس. کوهن.

کرده و در مقابل ارزشهای اسلامی را - که در راهبردهای سمت عرضه و تقاضا در مبانی دینی وجود دارد - جایگزین آنها کند. سپس عرضه و تقاضا را در صورت امکان با همان روش اقتصاد کلاسیک تجزیه و تحلیل نماید و ارزشهای دینی و اصولی را که از راهبردها اقتباس می‌شود - در صورتی که با قالبهای اقتصاد متعارف ناسازگار نباشد - درون این قالبها بریزد.

مشارکت کنندگان در بازار

بازار فضایی است که در آن مبادله صورت می‌پذیرد. اجزاء آن را مجموعه‌ای از انسان‌ها به عنوان تقاضا کننده، مجموعه‌ای دیگر به عنوان عرضه کننده، کالا و واسطه مبادله، یعنی پول تشکیل می‌دهد. می‌توان مهمترین مشارکت کنندگان در بازار را انسان (به عنوان مصرف‌کننده و تولیدکننده) و کالا معرفی کرد (پول در درون کالا منظور شده است). نقش دولت را هرچند به عنوان مشارکت کننده غیر مستقیم نباید فراموش کرد.

کالا

کالا، عبارت است از چیزی که برای تأمین و رفع یکی از نیازهای انسانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. غیر از کالاها، بعضی فعالیت‌ها وجود دارند که برطرف‌کننده برخی از نیازهای انسان هستند، این فعالیت‌ها توسط انسان انجام می‌گیرد و خدمت نام دارند.

کالا، از نظر فراوانی و کمیابی به اقتصادی و غیر اقتصادی تقسیم می‌شود. کالای اقتصادی از ویژگی محدودیت و کمیابی برخوردار است. برای به دست آوردن آن، کار و تلاش مورد نیاز می‌باشد. اما کالای غیر اقتصادی «رایگان» است. البته رایگان بودن آن لزوماً به دلیل عدم مطلوبیت یا بدون فایده بودنش نیست، بلکه معمولاً از ویژگی «فراوانی» برخوردار است و به همین دلیل رایگان می‌باشد.

در یک جامعه اسلامی هر کالایی نمی‌تواند مورد مبادله قرار گیرد. کالایی مورد مبادله قرار می‌گیرد که دو قید «قابل انتفاع بودن» و «منفعت حلال داشتن» را داشته باشد. اکثر فقها بر این عقیده‌اند که هر چه انتفاع از آن حرام باشد، خرید و فروش آن صحیح نیست (موسوی خمینی، ۱۳۶۸). بنابراین، در اقتصاد اسلامی وقتی به چیزی کالا گفته می‌شود لازم است دو قید بالا را داشته باشد. ممکن است بعضی چیزها در اقتصاد متعارف دارای مالیت باشد و به عنوان کالا شناخته شود، در حالی که در اقتصاد اسلامی دارای مالیت و ارزش نباشد و کالای اقتصادی محسوب نشود. در نتیجه عرضه و تقاضایی برای آنها شکل نگرفته و بازاری تشکیل نشود.

انسان عقلایی

عنصر اساسی در بازار، انسان است. منابع اسلامی به ویژه قرآن و سنت به تفکر و تعقل توجه جدی دارند. قرآن بارها اندیشمندان و افراد برخوردار از قدرت تجزیه و تحلیل و محاسبه را مخاطب قرار داده، تمام معارف و رهنمودهای خود را متکی به اصل تفکر عقلانی و برهان می‌داند؛ به این دلیل، از جمله

شاخص‌ترین ویژگی انسان موحّد، عقلانی رفتار کردن اوست. تعبیری همانند «لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ»، «افلايَعْقِلُونَ»، «افلايتدبرون» و عباراتی به این مضمون در قرآن فراوان به چشم می‌خورد که حاکی از مطلوب بودن این شیوه و توجه جدی اسلام به رفتار عقلانی است. فقها اجازه تصرف سفیه در اموالش را نمی‌دهند. سفیه یعنی کسی که رفتاری نابخردانه داشته باشد و عقلایی عمل نکند. البته نوع عقلانیت مورد نظر اسلام با عقلانیتی که در اقتصاد کلاسیک مفروض گرفته می‌شود تفاوت دارد. عقلانیت مورد نظر اسلام را «عقلانیت ارزشی» می‌نامیم.

عقلانیت ارزشی

برای ارزش تعاریف زیادی شده است. منظور ما از ارزش عبارت است از: عقاید، باورها، رفتارها و اخلاق که التزام یا عمل به آنها از نظر قرآن و معارف اسلامی مطلوب است و در نتیجه، فرد را در مسیر تکامل یاری می‌رساند؛ بنابراین، اعتقاد به مبدأ و جهان پس از مرگ، احکام و عمل بر اساس آنها و ترک معاصی، جزء ارزشهای مهم است؛ بنا بر تعریف، ارزشها در اینجا منحصر به انجام یا ترک محرمات نیست؛ بلکه آنچه را که آیات و روایات، آن را مطلوب می‌دانند در برمی‌گیرد. اعتقاد به مبدأ و معاد، اعتقاد به خالقیت و رزاقیت خداوند، رعایت تقوا، ترک گناهان، شکر نعمت، استغفار، کار و تلاش، تعلیم و تربیت و امثال اینها از جمله ارزشهایی هستند که در رفتار انسان بسیار تأثیرگذار می‌باشند.

افق زمانی در اقتصاد سرمایه‌داری، کوتاه مدّت است. از معاد و توجّه به آخرت اثری دیده نمی‌شود. نگرش به خالق، مبتنی بر فلسفه دئیسم و قطع رابطه با مبدأ است. نقش خالق به حدّ سازنده ساعت استراسبورگ کاهش یافته که پس از ساخت و تنظیم، آن را رها کرده، به رفتار و فعالیت‌های انسان به صورت بریده و قطعه‌ای توجه شده است؛ بنابراین انسان محدود، بریده از مبدأ و جدا از معاد است و این تفکر در تئوری‌ها تبلور یافته است.

با تغییر افق زمانی انسان اقتصادی مسلمان و دیدگاه «الدّینیا مَرَعَةُ الْآخِرَةِ» بسیاری از واژه‌های اساسی اقتصاد، دگرگون شده و مفاهیم، به ویژه مفاهیمی چون مطلوبیت و سود که از مفاهیم مبنایی در اقتصادند و ساختار انگیزش را تشکیل می‌دهند دامنه گسترده‌تری خواهند داشت. موتور محرک مصرف، مطلوبیت و هدف، حداکثر کردن آن است. انگیزه کار و فعالیت‌های تولیدی، کسب سود و هدف تولید کننده حداکثر نمودن آن است. با اعتقاد به معاد، متعلّق لذت و مفهوم سود، تفاوت اساسی می‌یابد؛ نه تنها افراد معتقد به آن به منافع جهان پس از مرگ اهمیت می‌دهند، بلکه به علّت ابدی بودن زندگی آخرتی و مخلّد بودن انسان در آنجا به آخرت اهمّیت بیشتری می‌دهند؛ به همین جهت صلّه رحم، احسان، انفاق، رعایت حقوق دیگران - چه نظام کنترل کننده‌ای باشد چه نباشد- توجیه جدی می‌یابد. فعالیت‌های اقتصادی، صبغه عبادی به خود می‌گیرد.^۱ و پاداش‌های آخرتی، انگیزه را برای فعالیت‌ها تشدید می‌سازد؛ همچنان‌که

۱. طبیعی است که همه مسلمانان از درجه ایمانی یکسانی برخوردار نیستند، در نتیجه این نوع نگرش در آنها بر حسب درجه ایمانشان متفاوت خواهد بود، ولی باید توجه داشت که اولاً این نوع اعتقاد هست، ثانیاً به هر درجه که باشد تأثیرگذار است و پیامدهای خود را دارد.

عقوبت‌های سنگین آخرتی، فرد را از تعرض به حقوق دیگران، ارتکاب جرایم - از جمله جرایم اقتصادی - و کوتاهی در انجام وظایف - از جمله وظایف اقتصادی - باز می‌دارد.

خلاصه اینکه این اعتقادات چشم‌انداز دیگری را فراروی انسان، تفکرات و رفتارهای او قرار می‌دهد. این عقاید با دادن دورنمایی بسیار گسترده‌تر به منافع شخصی، یک انگیزه قوی برای فعالیت‌های اجتماعی فراهم می‌آورد. آنها منافع شخصی را تنها در تأمین زندگی این دنیا ندانسته با سعادت آخرت نیز مرتبط می‌دانند. در نتیجه از انسان‌ها رفتار عقلانی مادی محض سر نمی‌زند؛ بلکه از راه و روشی که قوانین و اخلاقیات شرع در مقابل آنها قرار داده به منافع بلندمدت خود فکر می‌کنند.

قرآن رابطه مثبتی بین ایمان، اعتقاد به خدا، معاد، شکر، انفاق و استغفار و بین برکات آسمان و زمین برقرار می‌کند. ایمان و تقوا را موجب آبادی دنیا و آخرت می‌داند.^۱ و هرکس تقوای الهی پیشه کند، خداوند کارهایش را برای او آسان می‌سازد.^۲ کسی که در مسیر خداوند گام بردارد خداوند باران‌های پربرکت آسمان را بر او می‌فرستد و او را با اموال و فرزندان کمک می‌کند.^۳

راهبردها و تأثیر آن بر رفتار اقتصادی

اعتقاد به مبدأ و معاد در برخی رفتارها نقش راهبردی پیدا کرده است. برای نمونه، حیوانات به دو قسم حلال گوشت و حرام گوشت تقسیم شده اند. یک مسلمان، گوشت حیوان حلال گوشت را تنها با ذکر نام خدا و ذبح شرعی می‌تواند مصرف کند. این حکم الهی تقریباً بین مسلمانان یک فرهنگ شده و حتی آنان که در کشورهای غیر مسلمان زندگی می‌کنند بازار گوشت و مواد غذایی مستقل دارند. این ارزش اعتقادی، بخش قابل توجهی از صنایع غذایی را متأثر ساخته است. تقاضای مسلمان از مواد غذایی که از گوشت خوک و انواع حیوانات حرام گوشت ترکیب شده باشد صفر و تقاضای او از مصرف همه کالاهایی که یک بخش (گرچه بسیار اندک) آن را گوشت با ذبح غیر شرعی تشکیل می‌دهد نیز به صفر میل می‌کند.

در سمت عرضه نیز حکم حرمت ربا وضعیت سپرده‌ها و تسهیلات بانکی مسلمانان و شیوه به کارگیری وجوه در امر تولید را به شدت متأثر ساخته است. همچنین سایر احکام الهی که در راهبردهای سمت عرضه و تقاضا مطرح هستند به نوبه خود بر رفتار اقتصادی مسلمانان تأثیر قابل توجهی دارد.

طبیعی است انسانی که عالم را محض خداوند می‌داند و او را ناظر اعمال و رفتار خود می‌داند (با ثابت‌بودن سایر شرایط) رفتارش با انسانی که اعتقادی به مبدأ و معاد ندارد بسیار تفاوت داشته باشد. انسانی

۱. «وَلَوْ أَنَّهُ أَهْلُ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَ اتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَ الْأَرْضِ وَ لَكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ (اعراف، ۹۶): و اگر اهل شهرها و آبادی‌ها، ایمان آورده و پرهیزکاری کرده بودند، هر آینه برکات آسمان و زمین را بر آنان می‌گشودیم، ولی [آیات ما را] تکذیب کردند؛ ما هم آنان را به کیفر اعمالشان مجازات کردیم».

۲. «وَمَن يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَل لَّهُ مِّنْ أَمْرِهِ يُسْرًا (طلاق، ۴)

۳. «فَقُلْتُ اسْتَغْفِرُوا رَبَّكُمْ إِنَّهُ كَانَ غَفَّارًا؛ يُرْسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مِدْرَارًا؛ وَ يُمِدِّدْكُمْ بِأَمْوَالٍ وَ بَنِينَ وَ يُجْعَلْ لَّكُمْ جَنَّاتٍ وَ يُجْعَلْ لَّكُمْ أَنْهَارًا. (نوح، ۱۰-۱۲): به آنها گفتم از پروردگار خویش آمرزش بطلبید که او بسیار آمرزنده است تا باران‌های پربرکت آسمان را پی‌درپی بر شما فرستد و شما را با اموال و فرزندان فراوان کمک کند و باغهای سرسبز و نه‌های جاری در اختیارتان قرار دهد».

که هدفش حداکثر سازی مطلوبیت به معنای لذت طلبی مادی است با انسانی که توصیه شده است که وقتی به نوشیدنی بسیار لذیذی رسیدی به این نیت که تواضع و فروتنی در برابر خداوند از خود نشان دهی و به درجه‌ای از قرب ربوبی برسی، مستحب است این لذت را ترک کنی،^۱ بسیار متفاوت باشد.

انسانهایی که اوج گرفته و به درجه بالای قرب الهی رسیده باشند به درجه‌ای از کمال خواهند رسید که خداوند انسانها را به تکریم آنها واداشته، در تربیشان شفا قرار داده و پس از نوشیدن آب، یاد آنها و اظهار نفرت نسبت به دشمنان آنان را مستحب کرده و این راهبرد به صورت یک رفتار مصرفی درآمده است.^۲ این انسان با این اعتقاد که «این طعامی که در سفره دارد خداوند به او عطا کرده و فضل پروردگار اوست»، اگر وضو بگیرد و بر سر سفره بنشیند^۳ مصرف طعامش هم ممکن است جنبه عبادی پیدا کند.

نمونه‌هایی از راهبردهای سمت تقاضا

- مستحب است یک مسلمان تدبیر و برنامه‌ریزی برای مواد غذایی داشته باشد، به درآمد خود نگاه کند و بر اساس آن خوراک و پوشاک خود را تنظیم کند.^۴
- اسراف و تبذیر حرام است.
- اتلاف مواد غذایی و به طور کلی آنچه مال محسوب می‌شود حرام است.
- خوردن غذای دیگران بدون اجازه به جز موارد استثناء حرام است.
- حاضر شدن بر سفره غذا بدون دعوت جایز نیست.
- غصب دارایی دیگران حرام است و لازم است مال غصبی فوراً به صاحبش برگردد.
- تصرف در مال غصبی جز برای صاحب مال و کسی که او اجازه دهد حرام است.
- اگر در همسایگی یا رابطه خویشاوندی گرسنه ای باشد و در حد ضرورت نتواند تأمین معاش کند بر مسلمان واجب است او را تأمین کند.
- پرداخت بخشی از درآمد کسب به عنوان خمس و در مواردی به عنوان زکات یا اطعام فقرا واجب است.
- مستحب است پیش از غذا خوردن، دستهای خود را بشوید.
- مستحب است با نمک غذای خود را شروع کرده و با خلال دندان ختم کند.
- پرخوری کراهت دارد.
- غذا خوردن در حال سیری کراهت دارد.
- خوردن غذای بسیار گرم کراهت دارد.

۱. باب استحباب التواضع لله بترك الاشرية الذیذه، وسائل الشیعه، ج ... ص

۲. باب استحباب ذکر الحسین علیه السلام و لعن قاتلیه عند شرب الماء. - باب عدم تحریم اکل طین قبر الحسین (ع) بقصد الشفاء بقدر الحمصه-- *باب استحباب الشرب من ماء زمزم و الاستشفاء به من کل داء و کراهه الشرب من ماء برهوت الذی بحضرموت ارزشهای اعتقادی - *باب استحباب الشرب من سؤر المؤمن تبرکاً. *باب استحباب شرب ماء المیزاب و الاستشفاء به.

۳. باب استحباب عرض الطعام ثم الشراب ثم الوضوء علی المؤمن

۴. استحباب مرمه المعاش و اصلاح المال (کتاب التجاره ج ۱۲) استحباب الاقتصاد و تقدیر المعیشه (کتاب التجاره ج ۱۲)

- مستحب است صبر کند غذا مقداری خنک شود.
 - مستحب است نگذارد غذا کاملاً سرد شود.
 - مستحب است در حین خنک شدن غذا به یاد آتش دوزخ باشد.
 - مستحب است با حوصله غذا بخورد و عجله نکند.
 - غذا خوردن در حال راه رفتن کراهت دارد.
 - خوردن زیاد روغن برای افراد مسن کراهت دارد.
 - مستحب است میوه قبل از خوردن شسته شود.
 - کراهت دارد میوه‌هایی مانند خیار پوست گرفته شود.
 - مستحب است نوشیدنی در روز ایستاده باشد و در شب ایستاده کراهت دارد.
 - مستحب است نوشیدن آب در سه نوبت و یک مرتبه آب نوشیدن کراهت دارد.
 - نوشیدن آب از درب ظروف اصلی کراهت دارد.
 - مستحب است به صورت جمعی (خانوادگی یا گروهی) بر سر سفره بنشینند و اگر دارای خانواده می‌باشد با خانواده غذا بخورد، بستگان و خویشاوندان را فراموش نکند و در نتیجه از مزایای صله رحم - که طول عمر و برکت زیاد و عمران و آبادانی دیار را به همراه دارد^۱ - برخوردار شود.
 - از احکام بالا می‌توان چند اصل مهم در مصرف و سمت تقاضا را استخراج کرد.
 - ۱- رعایت ارزشهای اعتقادی در فرایند مصرف و عدم غفلت از یاد خداوند.
 - ۲- رعایت ارزشهای رفتاری (تقوای الهی، شکر نعمت و ...) در فرایند مصرف؛
 - ۳- تقدیر معیشت و برنامه‌ریزی بر اساس درآمد یا تخصیص بهینه منابع؛
 - ۴- عدالت؛
 - ۵- تراضی (رضایت مصرف کننده و صاحب مال)^۲؛
 - ۶- رابطه خویشاوندی؛
 - ۷- اخوت و برادری، تکافل اجتماعی و تعاون و همیاری؛
 - ۸- سلامتی و رعایت بهداشت؛
- اصول بالا را می‌توان در سه اصل زیر خلاصه کرد:

۱. نبی گرامی اسلام فرمود: «صلة الرحم تعمر الدیار و تزید فی العمر» صله رحم شهرها را آباد و عمر را زیاد می‌کند.

۲. باب تحریم الاکل و الاطعام من طعام الغیر بغیر اذنه عدا ما استثنی و عدم جواز الذهاب الی مانند لم یدع الیها. باب ان من دعی الی طعام لم یجز ان یتتبع ولده. ابواب کتاب الغضب ج ۱۷: باب عدم جواز التصرف فی المال المغضوب حتی فی الحج و العمره و الجهاد و الصدقة مع العلم بمالکة. باب ان من غضب دابة ضمن قیمتها ان تلفت و ارشها ان عیبت و اجره مثلها فان اتفق علیها لم یرجع بشیء و ان اختلفا فی القيمة فالقول قول المالك مع یمینه او بینه. باب تحریمی التصرف فی المال المغضوب علی الغاصب و غیره الا المالك و من اذن لهو کذا الشراء منه. باب تحریم اکل مال الیتیم عدواناً. باب تحریم الغضب و وجوب رد المغضوب الی مالکة.

۱- رعایت ارزشها؛

۲- تقدیر معیشت یا تخصیص بهینه منابع؛

۳- اخوت و برادری، تکافل اجتماعی و تعاون و همیاری.

اصول فوق در واقع بخشی از اهدافی هستند که از جهان‌بینی الهی سرچشمه گرفته و آشکارا ریشه‌های ارزشی اعتقادی در آنها مشاهده می‌شود. چنانکه گفته شد رعایت این اصول از طریق عمل به راهبردها جامعه را به آن حیات طیبه مورد نظر اسلام می‌رساند و با آن سازگار و هماهنگ است. زندگی پاکیزه تنها در داشتن دارایی بیشتر نیست. طبیعی است که اعتقاد به مبدأ و معاد، اعتقاد به اینکه جهان عاطل و باطل آفریده نشده، مدیر و مدبری دارد و هر عملی ثبت شده و فرد باید پاسخگو باشد، انسان را به آینده امیدوار و زندگی سالم و همراه با معنویات را برای او فراهم می‌سازد. زندگی همراه با ارزشها، زندگی همراه با خانواده، همراه با بستگان و خویشان و برقراری رابطه خویشاوندی، زندگی همراه با مسئولیت و پاسخگویی، اولاً همراه با فقر نخواهد بود و به فرض وجود فقر، هرگز زندگی پوچ نبوده و با ظهور پدیده قناعت همچنان طیب و پاکیزه خواهد بود.

راهبردها (سمت عرضه)

نمونه‌هایی از راهبردهای مربوط به تولید (سمت عرضه):

- به دنبال رزق و روزی رفتن به خودی خود مستحب و در صورت ضرورت واجب است.
- تلاش برای روزی حلال برای خانواده واجب است.
- اتلاف منابع و اسراف در عوامل تولید حرام است.
- کنز مال و در فرایند تولید (یا هر نوع خرج فی سبیل الله) قرار ندادن سرمایه، حرام است.
- ترک ضروریات دنیا برای آخرت و بالعکس جایز نیست.
- اقدام به کسبهای حرام، حرام است.
- کالایی که با عین درآمد کسب حرام خریداری شود حلال نیست.
- خرج کردن از کسب حرام حتی در طاعت خداوند حرام است.
- کمک به ظالمین گرچه اندک حرام است؛ همچنان که مطالبه آنچه از طریق ظلم به دست آورده‌اند نیز حرام است.
- مدح ظالم حرام است.
- همنشینی با ظالمین و دوست داشتن بقاء آنها حرام است.
- پذیرش ولایت از ناحیه ظالم جز در موارد استثناء حرام است.

- خرید عقار (مانند زمین و آسیاب و سایر وسایل کسب معاش) مستحب است. فروش عقار مکروه است جز در صورتی که عقار دیگری جایگزین شود.
- مرمت معاش و اصلاح مال مستحب است.
- از دنیا برای آخرت کمک گرفتن مستحب است.
- خرید کالا مستحب است گرچه گران باشد.
- تجارت و انتخاب آن به عنوان شغل مستحب است.
- جمع آوری مال از طریق حلال برای هزینه کردن در طاعت الهی مستحب است.
- اکتفاء به حلال و لزوم مراقبت نسبت به اینکه از طریق حرام کسب نشود.
- درختکاری، زراعت و آبیاری آنها مستحب است.
- مضاربه مستحب است.
- خود را در معرض رزق قرار دادن و نشستن در مؤسسه تولیدی و گستردن بساط فعالیت مستحب است.
- در فعالیت اقتصادی برای کسب رزق دعا کردن و امید به «رزق من حیث لا یحتسب» داشتن مستحب است.
- در موقع کسب و کار با وضو بودن مستحب است.
- اهتمام به روزی و کسب و کار داشتن بیش از حد، کراهت دارد.
- خواب زیاد و بیکاری مکروه است.
- سستی و تنبلی کردن در امور دنیا و آخرت کراهت دارد.
- زجر زیاد کشیدن در امور دنیا و آرزوهای طولانی کراهت دارد.
- نوکری کردن و اجیر شدن برای کسب و کار کراهت دارد.
- میانه‌روی و اعتدال و تقدیر معیشت مستحب است.
- مستحب است خرید اقلام مهم مانند زمین و وسیله حمل و نقل توسط افراد مسن و با تجربه صورت گیرد و به دیگران واگذار نشود. در مقابل مستحب است افراد مسن به خرید اشیاء کوچک اقدام نکنند.
- در صورت امکان مناسب است انسان به دنبال کسب در شهر خود باشد.
- مطالبه نیاز از نوکیسه‌ها و تازه به دوران رسیده‌ها کراهت دارد.
- مجموعه‌ای از رفتارها به والی توصیه شده است که می‌باید عمل کند.
- از راهبردهای فوق می‌توان اصول زیر را استخراج کرد:
 - ۱- احترام به مالکیت و حقوق افراد و نهادها؛
 - ۲- توجه به ارزشها در تولید؛
 - ۳- محور بودن عدالت؛
 - ۴- توجه به کار و تلاش برای کسب روزی و مبعوض بودن بیکاری؛
 - ۵- رعایت اعتدال در بهره‌گیری از عوامل تولید؛

- ۶- استفاده بهینه از عوامل تولید و ممنوعیت اتلاف، اسراف و معطل گذاردن سرمایه (کنز) و بیکاری؛
۷- مسئولیت دولت.

اصول بالا را می‌توان در سه اصل زیر خلاصه کرد:

- ۱- رعایت ارزشها؛
۲- استفاده بهینه از عوامل تولید؛
۳- مسئولیت دولت.
مجموعه اصول استحصالی از راهبردها اعم از راهبردهای سمت عرضه و تقاضا را می‌توان به چهار اصل: رعایت ارزشها، استفاده بهینه از عوامل تولید، اصل برادری و تکافل اجتماعی و مسئولیت دولت خلاصه کرد.

دولت مسئول، مکمل بازار

پس از هجرت پیامبر اکرم (ص) به مدینه و تشکیل دولت اسلامی، آیه مربوط به گرفتن زکات نازل^۱ و همراه با فرمان جمع‌آوری زکات، نکته‌هایی درباره آداب زکات گرفتن و آثار اخلاقی تربیتی آن بیان می‌شود. انفال و فیه را به تملک منصب ولایت درآورده^۲ و ملکیت این منصب را بر این اموال تثبیت و اختیار تصرف در مباحات عامه را بر عهده او می‌گذارد. همچنین وقتی سخن از یاری کنندگان دین خدا به میان می‌آید، آنان را با این مضمون وصف می‌کند که وقتی در جامعه، اقتدار یابند و زمینه اطاعت مردم از آنان فراهم گردد (تشکیل حکومت دهند)، نماز بر پا دارند و فرهنگ زکات‌دهی و امر به معروف و نهی از منکر را در جامعه، نهادینه کنند.^۳

اگر وظایف حکومتی پیامبر اکرم (ص) را که آیات الهی بر عهده آن حضرت گذاشته است، بتوانیم تعمیم دهیم و آن را وظایف مقام حکومت و ولایت بدانیم، در این صورت می‌توان گفت که حاکم اسلامی

۱. «خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ» (نوبه ۱۰۳): از اموال آنها، صدقه‌ای [به عنوان زکات] بگیر تا به وسیله آن، آنها را پاک سازی و پرورش دهی و [هنگام گرفتن زکات] به آنها دعا کن؛ که دعای تو، مایه آرامش آنها است و خداوند شنوا و دانا است.»

۲. فعل «خُذْ»، امر به پیامبر اکرم صلی الله علیه وآله است. بعید نیست که امر به حضرت در جایگاه ولی مسلمانان باشد، نه به صورت شخص؛ به همین جهت، «امر» دیگر آیه، یعنی جمله «صَلِّ عَلَيْهِمْ» را برخی از مفسران گفته‌اند: اینکه برای زکات دهنده، دعا کنید که خداوند به مالش برکت دهد، یک اصل کلی برای هر پیشوایی است (قرطبی، الجامع الاحکام القرآن، ج ۴، ص ۲۴۰۵. جزء ۸، ص ۱۳۹).

۳. حشر، ۷.
«الَّذِينَ إِذَا مَكَتُهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَآمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ وَاللَّهُ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ» (حج، ۴۱): همان کسانی که هرگاه در زمین به آنها قدرت بخشیدیم، نماز را برپا می‌دارند و زکات می‌دهند و امر به معروف و نهی از منکر می‌کنند، و پایان همه کارها از آن خدا است.»

منظور از «تَمَكَّنَ» در آیه، سلطنت و نفوذ کلام در خلق است (فخر رازی، همان، ج ۲۳، ص ۳۷). اینکه اگر مؤمنان حاکمیت پیدا کنند، نماز برپا می‌دارند، زکات می‌دهند و امر به معروف و نهی از منکر می‌کنند، وصف از فرد فرد مسلمانان نیست؛ بلکه وصف مجموع من حیث المجموع است (علامه طباطبایی، همان، ج ۱۴، ص ۴۲۴). قرطبی پس از ذکر چند قول در منظور آیه از این افراد به قول ابن‌ابی‌بخیه می‌پردازد که منظور از «الَّذِينَ»، ولات است؛ سپس قول ضحاک را ذکر می‌کند که «هُوَ شَرْطٌ شَرْطُهُ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ عَلَيَّ مَنْ آتَاهُ الْمُلْكَ»، شرطی است که خداوند عزوجل برای هر حاکمی تعیین کرده است. وی همین قول را ترجیح داده و می‌نویسد: و هو حسن (قرطبی، همان، ج ۶، ص ۳۴۳۶. جزء ۱۲، ص ۵۶).

موظف است، سیاست عدم تداول ثروت در دست ثروتمندان را تعقیب کند. از مسلمانان زکات بگیرد و به مصارف آن برساند که در رأس آنها، رفع فقر است.

پیامبر اسلام (ص) به بازار نبیط رفتند، نظارتی بر بازار کرده سپس فرمودند: «این برای شما بازار نیست»؛ سپس به بازار دیگری رفته بر آن نیز نظری افکندند، مجدداً فرمودند: «این برای شما بازار نیست»؛ بعد به این بازار رسیدند، در آن گردش کردند و فرمودند: «این بازار شما است». اصولش را بر هم نزنید و خراج هم بر آن نبندید.^۱

علامه جعفر مرتضی عاملی از مجموعه‌ای از روایات چنین نتیجه می‌گیرد که در صدر اسلام: «ساختمان بازار ملک شخصی مردم نبوده، بلکه دولت مالک آن بوده آن را در اختیار بازرگانان قرار می‌داده است و به صورت تملیک و واگذاری بلاعوض ... و یا اینکه در ملکیت دولت می‌ماند و به مردم حق بهره‌برداری از آن داده می‌شده است (مرتضی عاملی، ص ۲۷).

از سیره نبوی و امیرالمؤمنین و روایات ائمه معصومین علیهم‌السلام به دست می‌آید که دولت، مسئول ایجاد بازار سالم و حفظ سلامت بازار است. تجربه بشری گویای این است که مکانیسم بازار به خودی خود نمی‌تواند همه موانع را پشت سر بگذارد؛ عواملی موجب شکست بازار می‌شود و بازار در مقابل این عوامل توان محافظت از خود را ندارد. در موارد شکست بازار و در راستای سلامت آن، دولت نیز مسئول است.

تقاضا

نیاز انسان منشأ تمام فعالیت‌های اقتصادی است. و تلاش و فعالیت اقتصادی برای رفع نیازهای بشر است. به عبارت دیگر، مصرف (به کارگیری مستقیم کالا و خدماتی که نیازها و تمایلات انسان را برآورده می‌کند) هدف اساسی برای فعالیت اقتصادی است.

مقدار مورد تقاضا، رابطه‌ای معکوس با قیمت دارد. وراء تقاضا همان ترجیحات مصرف کننده است. این ترجیحات ناشی از تمایل و توانایی است. تمایل ناشی از مقدار مطلوبیت و رضایت خاطری است که فرد از کالا می‌برد. ممکن است به ظاهر قضیه نگاه کرده و گفته شود این امر طبیعی است که یکی از مهمترین معیارهای فرد برای انتخاب بین دو کالا مقدار مطلوبیت او از کالا است. و در این جهت، مسلمان و غیرمسلمان تفاوتی نمی‌کند و در نتیجه نظریه مطلوبیت شامل مسلمان و غیر مسلمان می‌شود، ولی واقع قضیه این است که مطلوبیت‌گرایی ریشه در اندیشه‌های مکتب مطلوبیت‌گرایی بتام دارد او معتقد است:

سرنوشت بشر در حاکمیت دو فرمانروای چیره دست به نام لذت و الم، قرار گرفته است. تنها این فرمانرواها هستند که می‌گویند ما چه کاری باید انجام دهیم و تعیین می‌کنند چه کار کنیم. از یک

۱. در حدیث است که: «ان رسول الله (ص) ذهب الی سوق النبیط فنظر الیه فقال «لیس هذا لکم بسوق» ثم رجع الی هذا السوق فطاف فیه ثم قال: «هذا سوقکم فلا یتتقضن و لایضربن علیه خراج» سنن ابن ماجه، دار الاحیاء التراث، بیروت، الجزء الثانی، ص ۷۵۱، ح ۲۲۳۳.

طرف معیار صحیح و غلط بودن و از طرف دیگر زنجیره علل و معلول به تخت این فرمانرواها بسته است.^۱

چنان که مشاهده می‌شود وی لذت و الم را بر همه اعمال، اقوال و اندیشه‌های بشر حاکم می‌داند و سپس ادامه می‌دهد که هر کوششی برای شکستن این یوغ، حاکمیت آنها را بیشتر می‌کند و انسان در عالم الفاظ ممکن است مدعی نفی حاکمیت آنها شود، ولی در عالم واقعیت همچنان دستخوش و تابع آنها باقی می‌ماند. از یک سو معیار شایست و ناشایست و از سوی دیگر زنجیره علل و معلول به پایه تخت آنان بسته شده است. خاصیتی که لاک آن را خیر یا خوب نام می‌نهد بنام مطلوبیت می‌نامد، اما درباره این که لذت و الم که منشأ خیر و شر و سعادت و شقاوت هستند کدام است وی تفسیر می‌کند که «در این باب به دقت و متافیزیک نیاز نداریم. لازم نیست به آثار افلاطون یا ارسطو مراجعه و استناد کنیم. لذت و الم همان چیزهایی هستند که هرکس احساسشان می‌کند.»

بنابراین، در مکتب یوتیلیتاریسم که ریشه در اندیشه‌های لذت‌گرایی بنام دارد، سعادت انسان به سادگی برای خود او قابل درک است و نیازی به متافیزیک یا استدلال‌های افلاطون و ارسطو برای تبیین سعادت و شقاوت انسانی نیست. هر انسان تلاش کند در زندگی خود لذت خویش را افزایش و الم خویش را به حداقل برساند. و همین معیار را به جامعه تسری می‌دهد و می‌نویسد:

نفع جامعه یکی از بیشترین جلوه‌هایی است که می‌تواند در فهرست اخلاقیات اتفاق بیفتد. شکی نیست که اغلب معنای این واژه مبهم است. جامعه فرد موهومی است که از افراد، یعنی کسانی که تشکیل دهنده اعضاء آن هستند ترکیب شده است. منافع جامعه چیست؟ جمع منافع اعضایی که آن را تشکیل داده‌اند.^۲

چنان که مشاهده می‌شود وقتی یک گام به عقب می‌رویم و به مبانی اندیشه مطلوبیت می‌رسیم نه تنها با مبانی دینی ما تفاوت می‌کند که اختلاف فاحش دارد. در مبانی ما انسان اسیر لذت و الم انسانی هوی پرست و مذموم است. و نه تنها سعادت فرد و جامعه در گرو حداکثر سازی لذت و الم نیست که برعکس هرچه بتواند از لذت‌های زودگذر دوری کند و با هوی و هوس مبارزه کند سعادت‌مندتر است.^۳

1. Jeremy Bentham, *Introduction to the Principles of Morals and Legislation*, P. 3 Oxford: Clarendon Press, 1907. First published: 1789.

۲. همان.

۳. قد افلح من زکها، و قد خاب من دساها. (شمس، ۱۱ و ۱۲)

در این مقاله به دنبال این نیستیم که به مبانی بنیادین و نقدهای جان استوارت میل از او بپردازیم فقط شمایی از وراء بحث مطلوبیت را آشکار کردیم. تا مشخص شود اختلاف مبنايي اساسی در ورای نظریه تقاضا بین ما و بازار رقابت کامل وجود دارد.

می‌توان راه‌گریزی از مباحث مبنايي یافته و گفته شود همچنان که ترجیحات انسان عقلایی نظام سرمایه‌داری ریشه در ارزشهای حاکم بر آن نظام دارد؛ ترجیحات فرد مسلمان ریشه در ارزشهای اعتقادی و رفتاری خود دارد، یعنی اعتقادات فرد مسلمان در ترجیحات او تأثیرگذار است. در این صورت می‌توانیم تحلیلی مشابه با بحث تقاضا در بازار رقابت کامل داشته باشیم. طبیعی است که با تغییر منابع ارزشی دیگر واژه لذت و الم و مطلوبیت، آن فضایی و آن نقشی که بنیاد برایش ترسیم می‌نماید نمی‌باشد بلکه چارچوب دیگری پیدا می‌کند و در نتیجه رفتار متفاوتی از مصرف‌کننده سر می‌زند.

منحنی‌های بی‌تفاوتی

موضوعات اقتصادی گرچه پذیرای روشهای جدید هستند، ولی می‌توان با عنایت به اصول حاکم بر رفتار انسان اقتصادی مسلمان با قدری تغییر در مفاهیم موجود در ادبیات اقتصاد سرمایه‌داری و بسط آنها نیز مباحث را ارائه کرد.

یک تحلیلی می‌توان از منحنی بی‌تفاوتی داشت و آن را پذیرفت. با این بیان که چه اشکالی دارد در جهان دوکالایی برای انتخاب بین دو کالای x (فرض کنید سیب) و y (فرض کنید پرتقال)، سبدهای متعددی را در نظر بگیریم که مصرف‌کننده مسلمان نسبت به آنها بی‌تفاوت باشد. دو کالایی که دارای منفعت حلال هستند و در عرف جامعه اسلامی عرضه شده و تقاضا می‌شوند. نه تنها هیچ منعی نسبت به آن نداشته و دلیلی بر مخالفت با آن نداریم که در مقام خرید، شاهد این نوع طبقه‌بندی هستیم. در اینکه مصرف‌کننده مسلمان نیز با ثابت بودن سایر شرایط، سبدهایی از کالاها را بر سبدهای دیگری ترجیح می‌دهد، شکی نیست و او فقط قید شرع را هم دارد که طبعاً آن دو کالای x و y می‌باید دو کالای مجاز شرعی باشند. در این انتخاب حقوق کسی ضایع نشود و او تنها به خود و لذتهای زودگذر دنیا نمی‌اندیشد؛ بلکه مسائل ارزشی دیگر را نیز در نظر دارد. طبیعی است که بر اساس این اعتقادات وی تا حدودی بیش را به کم ترجیح دهد. در چارچوب اعتقادات و فرهنگ خود بین سبدهایی از کالا دست به انتخاب می‌زند یا بعضی از این سبدها را بر بعضی دیگر ترجیح می‌دهد و یا در انتخاب بی‌تفاوت است.

اصول استخراج شده از راهبردها، مصرف‌کننده مسلمان را بر آن می‌دارد که در محدوده‌ای مشخص دارای منحنی‌های بی‌تفاوتی مخصوص به خود باشد. محدب بودن این منحنی‌ها در کرانه مشخص نیز امری طبیعی است؛ چرا که هر انسانی اگر در جهان دو کالایی قرار گیرد و مقدار x کمتر و y بیشتری داشته باشد، حاضر است مقدار y بیشتری را قربانی به دست آوردن یک واحد x کند. همچنان که اگر مقدار x بیشتر و y کمتری داشته باشد، حاضر است مقدار x بیشتری را قربانی به دست آوردن یک واحد y کند. بنابراین

می‌توان با توجه به مباحث گذشته، رفتار مصرف کننده مسلمان را نیز در قالب منحنی‌های بی‌تفاوتی مورد تجزیه و تحلیل قرار داد.

قید خط بودجه

خط بودجه مصرف‌کننده یا قید درآمد نه تنها بخشی ندارد که چنان که در راهبردها گذشت، مجموعه‌ای از روایات در یک باب با عنوان: «باب استحباب تقدير الطعام بقدر سعه المال و قننه و اجاده الطعام و اثاره مع الامکان» جمع شده است. یعنی: «مستحب است یک مسلمان تدبیر و برنامه‌ریزی برای مواد غذایی داشته باشد، به درآمد خود نگاه کند و بر اساس آن خوراک و پوشاک خود را تنظیم کند». به عبارت دیگر، او با درآمد محدود خود قدرت دسترسی به هر مقدار کالا را ندارد. یا مجموعه‌ای از روایات در بابی با عنوان: «استحباب الاقتصاد و تقدير المعيشه: میانه روی و تقدير معيشه مستحب است»، و باب دیگری با عنوان: «استحباب مره المعاش و اصلاح المال» (شیخ حرعاملی)، داریم که از آنها اصل تخصیص بهینه منابع را ارائه کردیم.

می‌توان مخارج فرد را به مخارج خانوار و مخارج جانبی تقسیم کرد، ولی ضرورتی ندارد. تقاضای یک فرد مسلمان از کالا و خدمات یا تقاضا برای خود و دیگران است یا اینکه بخشی از قدرت خرید خود را کاسته و در اختیار دیگران قرار می‌دهد؛ در هر دو صورت تقاضای فرد و جامعه است. اگر مخارج را به مصارف خود و مصارف در راه خدا تفکیک کنیم. مصرف کننده بین این دو نوع از مخارج انتخاب می‌کند. و این گونه تحلیل می‌کنیم که یک مصرف کننده مسلمان نه تنها مطلوبیتش را از مخارج شخصی به دست می‌آورد، بلکه او مطلوبیتش را از مخارج در راه خدا برای سعادت اخروی که کم و بیش آن، به میزان ایمان او بستگی دارد و در آن مخارج برای دیگر مصرف کنندگان هزینه می‌کند نیز به دست می‌آورد. وقتی بنا شد بخشی از مصرف برای دیگران باشد او طبیعتاً کالاهای در دسترس برای مصرف خودش کمتر است، یعنی همه درآمد خودش را صرف خودش نمی‌کند، بلکه خط بودجه‌اش قدری پایین‌تر می‌آید و دیگر آن خط بودجه سابق نیست؛ چرا که بخشی از درآمدش صرف فقرا و کارهای خیر می‌شود و سبدهای قابل حصول کمتری برای او می‌باشد.

البته می‌توان گفت گرچه خط بودجه مصرف کننده پایین و سبدهای قابل حصول او کاهش می‌یابد، ولی از طرفی به دلیل تأثیر عوامل معنوی بر بهره‌وری او، درآمد بیشتری کسب می‌کند. ضمن اینکه از طرفی در روایات است که انفاق حرس مال است (مانند حرس زرع که موجب رشد بیشتر محصول می‌شود) و حرس مال موجب رشد بیشتر آن می‌گردد. از طرف دیگر، اصل اخوت و برادری و تکافل اجتماعی در رشد جامعه و در نتیجه افزایش درآمد افراد تأثیرگذار است. در نتیجه نه تنها همان خط بودجه سابق که مقداری بیشتر و سرانجام، سبدهای قابل حصول و در دسترس بیشتری را خواهیم داشت.

منحنی تقاضا

منحنی تقاضا عبارت است از «مقادیر مختلف، به ازاء قیمت‌های مختلف از یک کالا (کالای اقتصادی که منفعت حلال داشته باشد) که فرد مسلمان تمایل و توانایی دارد در طی زمان معین (با ثابت بودن سایر شرایط) خریداری نماید». مصرف‌کننده مسلمان متأثر از اصول سه‌گانه استفاده شده از راهبردها است. او نسبت به رعایت ارزشها، استفاده صحیح از منابع و تکافل اجتماعی حساس است. مصرف‌کننده برخی از کالاها را به کلی انتخاب نمی‌کند. تقاضای مصرف‌کننده از کالاهایی که منع شرعی دارند صفر است. به عبارت دیگر، کالاهای موجود در سبد انتخابی مصرف‌کننده از نظر شرعی مجازند و ارزشهای حاکم بر جامعه اسلامی بر تمایلات و مطلوبیت او تأثیرگذار است. برای مثال در معاملات او کمک به دیگران و منافع جامعه نقش دارد؛ همچنان که اضرار به دیگران نیز دارای نقش خاص می‌باشد.

از آنجا که مصرف‌کننده، مؤمن و معتقد به معاد است، از چشم‌پوشی از مصرف و انفاق به غیر لذت می‌برد. محرمات و بلکه تاحدودی مکروهات مطلوبیتی نصیب مومن نمی‌کند.

با توجه به اصل مسئولیت دولت، در اقتصاد اسلامی، سیاست‌های جهت‌دهی انسان به سمت کمال مطلوب و سیاستهای توزیع درآمد تأکید زیادی بر انفاق از طرفی و مقابله با اسراف و تجمل‌گرایی از طرف دیگر، مصرف‌فرد را به سمت کالاهای ضروری در حد لازم و رفع این نیازها جهت می‌دهد.

چنانکه در راهبردها گذشت در اسلام تأمین ضروریات زندگی واجب شده است. فراهم سازی ضروریات بر مسئول خانوار واجب و تولید کالای مورد نیاز جامعه بر کسانی که قادر به تولیدند از واجبات است. افراد خود در تلاش‌اند و می‌باید در تلاش باشند تا کالاهای ضروری خود را تأمین کنند؛ اگر قادر به تأمین حداقل معیشت خود نبودند اصل برادری و اخوت اسلامی اقتضا دارد که سایر افراد در تأمین نیازهای اساسی آنان بکوشند. در اموال ثروتمندان حقی برای آنان قرار داده شده است و در عرض اینها دولت اسلامی موظف به فراهم کردن شرایط تکافل اجتماعی و مسئولیت متقابل افراد نسبت به یکدیگر است و از طرفی موظف است از سالم‌ترین شیوه‌ها و سیاست‌ها جهت تأمین ضروریات زندگی مستمندان و افرادی که توان تأمین ضروریات را ندارند استفاده کند. در مقابل، افراد توانگر از اسراف و تبذیر بر حذر داشته شده‌اند و تا حدی مجبور به انفاق و بیش از آن ترغیب به انفاق شده‌اند. آنان نیز خود به صرفه‌جویی و قناعت در مصرف تشویق و تقاضایشان به کالاهای ضروری جهت داده شده است. اصل برادری و اخوت اسلامی و خضوع در برابر خداوند و بندگان خالص او (اصل تکافل اجتماعی) و ممنوعیت عیاشی، خوشگذرانی در حد اتراف (اصل تخصیص بهینه منابع)، موجب شده کالاهای ضروری در طیف خاصی قرار گیرند و دامنه وسیعی نداشته باشند. به عبارت دیگر، کالاهای ضروری افراد مختلف جامعه و طبقات مختلف درآمدی، تقریباً به سمت کالاهای خاص میل کند.

تقاضای بازار

تقاضای بازار از جمع افقی تقاضای افراد به دست می آید. می توان تقاضاکنندگان را بر حسب اعتقاد و عمل به راهبردها و به کارگیری اصول سه گانه اقتباس شده از راهبردها به سه دسته تقسیم کرد: دسته اول کسانی که اعتقادی به مبدأ و معاد نداشته، تنها به فکر منافع دنیوی و شخصی خویش هستند. به عبارت دقیق تر به مبانی نظام سرمایه داری معتقدند، برای بررسی رفتار این گروه همان تحلیل اقتصاد سنتی کافی است.^۱

دسته دوم افرادی که اعتقاد جدی به مبدأ و معاد دارند و تلاش می کنند راهبردها را مورد عمل قرار دهند. آنان معیارشان تنها رضای خالق یکتاست. دو دیدگاه می تواند نسبت به آنها ارائه شود: یکی اینکه آنان دنیای مخصوص به خود را دارند و فضای ذهنی و زندگی آنها اصولاً با حداکثر سازی مطلوبیت به معنای موجود قابل تفسیر نیست و این واژه ها توان تفسیر و توضیح رفتار این دسته را ندارند. دیدگاه دیگر اینکه انسان اصولاً حب ذات دارد و این افراد نیز استثناء نیستند. آنها چون حب ذات دارند به دنبال حداکثر کردن منافع مربوط به خویش با نگاه وسیع کلمه هستند. آنها می خواهند خود به مقام قرب الهی برسند و برای سعادت خود تلاش می کنند. اگر ایثاری می کنند. آنان گرچه از کار و تلاش کم نمی گذارند، ولی در مصرف بیشتر زهد را پیدا می کنند. آنان گرچه از کار و تلاش کم نمی گذارند، ولی در مصرف بیشتر زهد را پیشه خود می سازند و جهاد با مال می کنند. اسراف نمی کنند، ولی کنز هم نمی کنند. آنچه درآمد کسب می کنند یا برای خود خرج کرده یا در راه خدا خرج می کنند.

دسته سوم افرادی که اعتقادی بینابین دارند؛ دنیا طلب هستند، ولی خوف از آخرت هم دارند. گرچه می توان بی نهایت گروه بین دسته اول و دوم در نظر گرفت، ولی برای ساده سازی همه را در یک گروه خلاصه می کنیم. این دسته افراد درصد بالایی از تقاضاکنندگان را تشکیل می دهند.

دسته اول بیشتر درآمد خود را خود مصرف می کنند و مطلوبیت به معنای لذت طلبی شخصی خویش را حداکثر می کنند. دسته دوم زاهدند، کمتر مصرف کرده و بیشتر انفاق می کنند و دسته سوم بین این دو گروه قرار دارند. هر یک از این سه گروه نوع منحنی بی تفاوتی و قید خط بودجه خاص خود را دارند. نتیجه این منحنی بی تفاوتی و خط بودجه، یک منحنی تقاضا برای فرد مشخص می کند که جمع افقی اینها تقاضای بازار را تشکیل می دهد.

در مقایسه با بازار ایده آل اقتصاد سرمایه داری، یعنی بازار رقابت کامل، آنچه مسلم است این است که گرچه بر اساس اصل اول و دوم (رعایت ارزشها و تقدیر معیشت) تقاضای فرد در بازار اسلامی کمتر است، ولی به دلیل اصل اخوت و برادری و تکافل اجتماعی، تقاضای جامعه و در نتیجه بازار افزایش خواهد یافت. به عبارت دیگر، با ثابت بودن سایر شرایط، سطح زیر منحنی تقاضای فرد مسلمان نسبت به سطح زیر منحنی تقاضای فرد غیر مسلمان کمتر است، اما سطح زیر منحنی تقاضا در بازار اسلامی بیشتر خواهد بود. در واقع

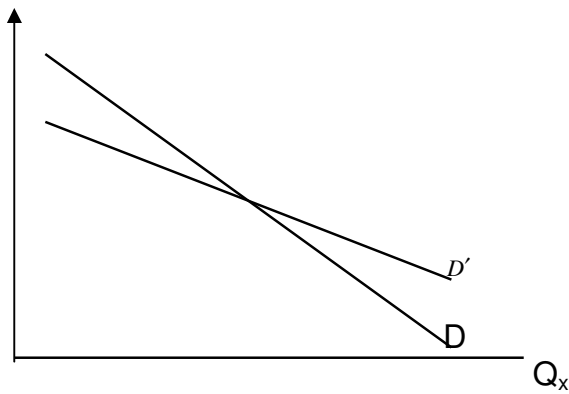
۱. البته نقدها به این نگرش به جای خود باقی است.

از جمله عوامل مؤثر بر تقاضای بازار، تعداد افراد تقاضاکننده آن کالا است. به دلیل تکافل اجتماعی و مسئولیت دولت، همه افراد جامعه نسبت به خرید کالاهای ضروری قدرت خرید پیدا کرده و به جمع تقاضا کنندگان پیوسته‌اند. در نتیجه سطح زیر منحنی تقاضای بازار نسبت به رقابت کامل، بیشتر خواهد بود، یعنی در کل، رفاه جامعه بالاتر و توزیع عادلانه‌تر خواهد بود.^۱

توضیح بیشتر اینکه تقاضای جامعه به سمت کالاهای ضروری سوق داده می‌شود و ضروری بودن گرچه یک امر نسبی است و یک کالا ممکن است برای افراد در درآمدهای مختلف متفاوت باشد و یا حتی ممکن است یک کالا برای یک نفر در درآمدهای مختلف متفاوت باشد؛ در سطحی از درآمد، لوکس در سطحی دیگر، ضروری و یا پست باشد، اما کالاهای ضروری برای افراد جامعه اسلامی در درآمدهای مختلف در یک طیف نسبتاً محدود قرار می‌گیرد. گرچه زندگی‌ها یکسان نمی‌شود، ولی تفاوت‌ها (حداقل در زندگی) فاحش نیست. اصل اخوت و برادری، نکوهش شدید اتراف، عیاشی، خوشگذرانی و بهره‌مندی بیش از حد از امکانات - که در قرآن کریم به شدت از آن نکوهش شده است - از طرف دیگر، نشان می‌دهد که تقاضا از یک کرانه بالا و پایینی برخوردار خواهد بود. به عبارت دیگر، کالای ضروری برای جمعیت بیشتری (نسبت به بازار رقابت کامل) ضروری است. در نتیجه تقاضای بازار که جمع افقی تقاضای افراد است در کالاهای ضروری به دلیل ورود جمعیت بیشتر در بازار این کالا و خاصیت جمع افقی، دارای شیب کمتر و کشش بیشتر می‌شود. همین مقدار کافی است که منحنی تقاضای کالای نوعاً ضروری در جامعه اسلامی از کشش کمتری نسبت به منحنی تقاضا در غیر جامعه اسلامی برخوردار باشد.

P_x

۱. ممکن است گفته شود اگر تقاضای فرد به دلیل زهد، مراقبت در مصرف و جلوگیری از اسراف از یک فرد غیر مسلمان کمتر باشد و گرچه اتفاق کند به چه دلیل تقاضای بازار بیشتر شود؟ می‌توان گفت با توجه به ارزشهای نهفته در تولید و مصرف و با ثابت بودن سایر شرایط، بهره‌وری انسان اقتصادی مسلمان بالاتر از انسان غیر معتقد است. در نتیجه تولید او بیشتر است، یعنی عرضه نسبت به بازار رقابت کامل بیشتر است. از طرف دیگر، کنز کردن و معطل گذاردن سرمایه و درآمد برای فرد مسلمان مطلوب نیست، بلکه توصیه شده است او نگاه ابزاری به ثروت داشته باشد و ثروت را وسیله‌ای برای کسب آخرت قرار دهد. نه تنها حق صاحبان ثروت که حق فقرا در اموال آنها قرار دارد و سایرین نیز نسبت به فقرا و مستمندان موظف‌اند. وقتی تولید بیشتر صورت گیرد جمع ثروت و انباشت آن هم مذموم باشد. در روایات، بابی داریم با عنوان: «باب استحباب جمع المال من حلال لاجل النفقه فی الطاعات و کراهه جمعه لغیر ذلک» البته خرج در طاعت خداوند گاهی سرمایه‌گذاری برای تولید بیشتر در جهت رفع نیازهای ضروری جامعه می‌باشد و طبیعی است که در قالب تقاضای کالا، خود را نشان می‌دهد. در نتیجه به دلیل تکافل اجتماعی، تقاضا افزایش یافته و عرضه هم به دلیل کارآیی بیشتر افزایش می‌یابد و با قیمت کمتر مقدار تولید تعدالی بیشتر و در نتیجه مقدار تقاضای بیشتر را خواهیم داشت.



منحنی D تقاضای بازار اسلامی است که نسبت به D' از کشش کمتری برخوردار می‌باشد (تقاضای بازار از جمع افقی تقاضای افراد نسبت به کالای x به دست آمده است. تعداد افرادی که کالای x برایشان ضروری است در بازار اسلامی نسبت به بازار رقابت کامل بیشتر است).

عوامل مؤثر بر تقاضا

قیمت کالا

قیمت کالا رابطه معکوس با مقدار تقاضا دارد. از این رابطه معکوس به «قانون تقاضا» تعبیر می‌شود که ناشی از اثر جانشینی و درآمدی است. یک فرد مسلمان نیز به دلیل محدودیت منابع درآمدی به طور طبیعی در مقابل تغییر قیمت کالا (با ثابت بودن سایر شرایط) عکس‌العمل نشان خواهد داد. تفاوت این بحث با اقتصاد کلاسیک در اثر درآمدی در کالاهای ضروری می‌باشد. اثر جانشینی موجب می‌شود اگر قیمت کالای x افزایش پیدا کرد (با ثابت بودن سایر شرایط) مصرف‌کننده، کالای y را که جانشین مناسبی برای x است و به طور نسبی x از آن گرانتر شده است را جانشین x و از کالای x مقدار کمتری خریداری کند.

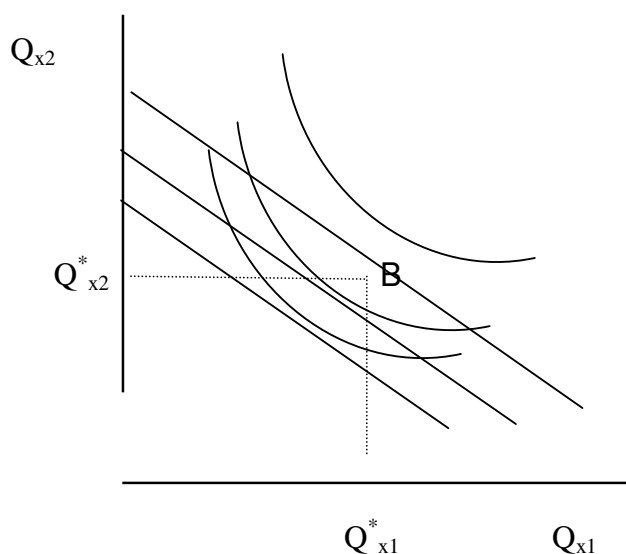
اثر درآمدی موجب می‌شود اگر قیمت کالای x کاهش یابد، خط بودجه حول نقطه A به سمت راست (بیرون) چرخش کند و به عبارتی قدرت خرید فرد بیشتر شود و سبدهای قابل حصول او بیش از قبل باشد. اگر قیمت همچنان کاهش یابد و قدرت خرید او زیاد شود مصرف‌کننده در اقتصاد کلاسیک با روش مطلوبیت تا نقطه اشباع کامل مصرف می‌کند و با روش منحنی‌های بی‌تفاوتی مرتب تقاضایش افزایش می‌یابد و عامل محدود کننده‌ای وجود ندارد، ولی در اقتصاد اسلامی قید دیگری غیر از قید درآمد وجود دارد و آن محدودی است که شارع قرار داده که ناشی از اصول رعایت ارزشها و اخوت و برادری و تکافل اجتماعی است. در اصل رعایت ارزشها رعایت اعتدال و منع اسراف و اتلاف مشاهده می‌شود. اگر قیمت کالای x افزایش یابد، قدرت خرید مصرف‌کننده کاهش می‌یابد و سبدهای قابل دسترس مصرف‌کننده کمتر می‌شود. اگر افزایش قیمت قدرت خرید مصرف‌کننده را از مقدار حداقل معیشت کمتر کند، در اینجا اثر درآمدی از طریق انقاقات به وسیله افراد با درآمد بالاتر و یا دولت اسلامی تا رسیدن به سطح مطلوب ترجیحاً خشتی می‌گردد. به عبارت دیگر، اثر درآمدی در دو سطح قیمت، محدود به کرانه بالا و کرانه پایین می‌باشد. بر خلاف تحلیل بر اساس فروض بازار رقابت کامل تحلیل خاصی برای سطح درآمد صفر ندارد و برای سطوح درآمدی بالا در مقام نظریه حد یقینی ندارد.

در اقتصاد اسلامی اثر درآمدی تقاطعی نیز همچون اثر درآمدی خودی در یک محدوده خاصی عمل می‌کند و قلمرو مخصوص به خود را دارد و همان تحلیل که در تغییر قیمت خود کالا مطرح شد در اینجا نیز صادق است.

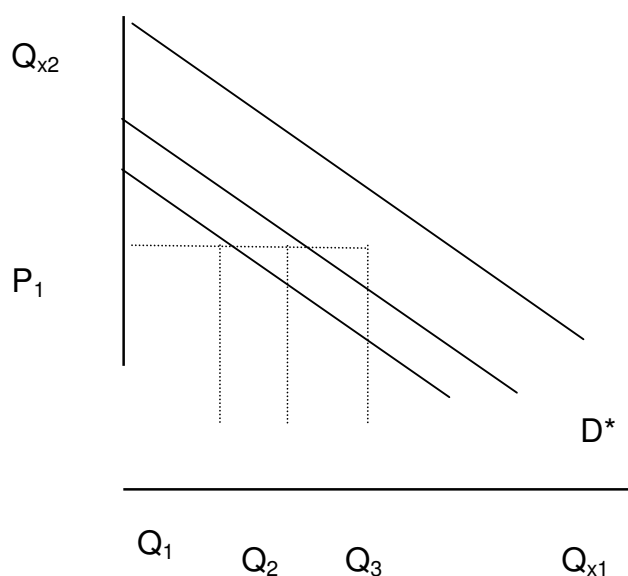
درآمد

با ثابت بودن سایر شرایط، افزایش درآمد موجب افزایش تقاضا می‌گردد. البته تفاوت اساسی بین اقتصاد اسلامی و اقتصاد کلاسیک یکی در منشأ درآمد است که در اسلام محدودیت‌هایی دارد و شیوه‌های خاصی برای کسب درآمد پیشنهاد شده است. برخی کسبها حرام، برخی مستحب، برخی واجب، بعضی مکروه و بعضی مباح شده است.

تفاوت دیگر همان که شبیه آن در اثر درآمدی گفته شد و این که تأثیر درآمد در تقاضا تا حد اسراف و رعایت اخوت اسلامی که نتیجه‌اش تکافل اجتماعی است می‌باشد. در اقتصاد کلاسیک رابطه درآمد و تقاضا مستقیم است هرچه درآمد افزایش یابد تقاضا افزایش می‌یابد گرچه در سطوح درآمدی بسیار بالا درصد کمتری از درآمد مصرف می‌شود یا میل نهایی به مصرف کاهش می‌یابد، ولی هرچه درآمد افزایش یابد منحنی تقاضا به سمت راست منتقل می‌شود. به عبارتی تا نقطه اشباع تنها یک قید وجود دارد و آن محدودیت درآمد می‌باشد؛ اگر درآمد افزایش یابد، در واقع این قید برداشته شده است، اما در اقتصاد اسلامی قید دیگری نیز وجود دارد و تقاضا را محدود می‌کند. هم ترجیحات فرد مسلمان تحت تأثیر ارزشهای اخلاقی و اسلامی جهت‌دهی شده است و هم قید حد شرعی داریم. اصول رعایت ارزشها و برادری و تکافل اجتماعی، تقاضای مصرف‌کننده مسلمان را عملاً در محدوده‌ای خاص مقید می‌سازد.



چنان که در نمودار بالا مشاهده می‌شود اصول ناشی از راهبردها فرد مسلمان را وادار می‌کند در قیمت‌های P_{x1} و P_{x2} (که در شیب خط بودجه، یعنی $-\frac{P_{x2}}{P_{x1}}$ نهفته‌اند) حداکثر مقادیر Q_{x1}^* و Q_{x2}^* خریداری کند. بیش از این مقدار هر چه درآمد افزایش یابد دیگر روی تقاضای او از این دو کالا تاثیر نمی‌گذارد. مطلوبیت ایثار و فداکاری، نامطلوبیت عذاب اخروی و سیاستهای دولت اسلامی همه بازدارنده هستند و مانع افزایش مقدار x_1 و x_2 می‌گردند؛ گرچه از نظر لذت‌های مادی او هنوز اشباع نشده باشد. این موضوع را می‌توان روی منحنی تقاضا نشان داد و یک تقاضایی را به عنوان حد و مرز شرعی در نظر گرفت.



در شکل بالا D^* به عنوان حد شرعی فرض شده است. در قیمت P_1 با درآمد I_1 حداکثر Q_1 تقاضا می‌کند اگر درآمد او به I_2 افزایش پیدا کند مقدار مورد تقاضای وی به Q_2 افزایش می‌یابد و اگر از I_2 به I_3 افزایش پیدا کند مقدار Q_3 تقاضا می‌کند. اگر درآمد او از این درآمد افزایش پیدا کند مقدار مورد تقاضای وی تغییری نمی‌کند چون این تقاضا کننده در قیمت P_1 حداکثر مقداری که شرعاً مجاز بوده تقاضا کند مقدار Q_3 بوده است. و اگر در P_1 مقدار Q_1 مقدار ضروری باشد مقدار تقاضا از Q_1 کاهش نمی‌یابد، گرچه درآمد از Q_1 کمتر شود.

سلیقه

سلیقه افراد در جامعه اسلامی با محدودیت‌های جبری و توصیه‌های اخلاقی جهت داده شده است. مصرف کننده مسلمان می‌باید از محرّمات اجتناب کند. فقیر باشد یا غنی اگر به حد اسراف رسید توقف کند. اصل برادری و اظهار همدردی در جامعه و انفاقات موجب می‌گردد که مصرف کننده مسلمان از مصرف بسیاری از مباحات چشم پوشی کند و این موضوع احتمالاً موجب می‌شود تعداد کالاهای جانشین که از

عوامل مؤثر بر کشش تقاضاست کم شود و در نتیجه تقاضا از کشش کمتری برخوردار باشد. همچنان که در جنبه های سلبی، سلیقه های فردی از جهت یابی به سمت مدگرایی و تجمل پرستی و تفاخر و ... جلوگیری شده است.

عرضه

عوامل مؤثر بر عرضه

بهره‌وری عوامل

ارزشهایی که در اوایل فصل از آن سخن به میان آمد، ارزشهای اعتقادی و رفتاری، ارزشهایی مانند ایمان، تقوا، اعتقاد به مبدأ و معاد، استغفار، شکر نعمت، انفاق و اصولاً عمل صالح، تأثیر مستقیم در زندگی مادی (وفور نعمت، افزایش بازده و بهره‌وری عوامل تولید) دارد. ایمان و تقوا، نه تنها سرچشمه برکات معنوی، که سبب فزونی نعمت‌های مادی نیز می‌شود. نزول باران، رویش گیاهان، اجابت دعاها، حل مشکلات زندگی و اصولاً همه برکات آسمان و زمین، را به دنبال دارند.

قرآن کریم از استغفار و توبه که نتیجه‌اش بازگشت به خداوند، ایمان و تقوا است نیز به صورت عامل مدد رساندن خداوند به بشر تعبیر کرده است. از قرآن کریم استفاده می‌شود که استغفار از گناهان در رفع مصائب و گرفتاری و گشوده شدن در نعمت‌های آسمانی و زمینی اثر فوری دارد، استفاده می‌شود که بین صلاح جامعه انسانی و فساد آن و بین اوضاع عمومی جهان ارتباطی برقرار است. روایات بسیاری نیز سببیت استغفار برای وسعت رزق و مدد الهی را بیان می‌کند.

هزینه‌ها

چنان که در سمت تقاضا گفته شد بحث‌های اقتصادی گرچه پذیرای روشهای جدید هستند، ولی بسیاری از این مباحث را با تفاوت‌هایی می‌توان با ادبیات موجود اقتصاد سرمایه‌داری نیز ارائه کرد. منظور از هزینه‌های تولید، هزینه‌های فرصت است. هزینه‌ها همان حداقل هزینه‌ای هستند که مسیر توسعه از آن استخراج می‌شود. در اقتصاد اسلامی هزینه فرصت سرمایه نرخ بهره نیست، بلکه بیشترین عایدی است که از طریق سرمایه‌گذاری مستقیم، مضاربه مشارکت و سایر راه‌های مشروع می‌توانست تحصیل شود. عایدی در بهترین طرح ممکن و مشروع غیر از گزینه انتخابی، فرصت از دست رفته است. گرچه بازده تولید ممکن است فزاینده، کاهنده و ثابت و در نتیجه هزینه‌ها کاهنده، فزاینده و ثابت باشند، ولی در این مقاله نیز حالت کلاسیک، یعنی بازده فزاینده و سپس کاهنده و در نتیجه هزینه‌ها با نرخ کاهنده و سپس فزاینده نیز مفروض است.

با توجه به ارزشهای اعتقادی و رفتاری و راهبردها و اصولی که از آنها استخراج می‌شود می‌توان گفت با فرض ثابت بودن سایر شرایط، هزینه‌ها در بازار اسلامی نسبت به رقابت کامل کمتر است.^۱

تعادل مؤسسه تولیدی

در اقتصاد کلاسیک هدف مؤسسه تولیدی را حداکثر سازی سود معرفی می‌کنند. آیا هدف یک مؤسسه تولیدی که کارفرمایان و کارگران آن مسلمان هستند نیز حداکثر سازی سود است؟ برای پاسخ به این پرسش مناسب است سود را تجزیه کرده و مورد بررسی قرار دهیم که آیا حداکثر سازی آن با مبانی اسلامی سازگار یا ناسازگار است. حداکثر کردن سود دو بخش دارد کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمد، زیرا سود چیزی جز درآمد منهای هزینه نیست. به نظر می‌رسد در بخش کاهش هزینه‌ها نه تنها مخالف شرع نیست که تاکید زیاد شرع بر آن است که از اسراف و تبذیر و اتلاف منابع و عوامل تولید پرهیز شود. بهره‌وری عوامل افزایش یابد علاوه بر عوامل مادی از عوامل معنوی در ارتقاء بهره‌وری استفاده شود. اما درآمد دو جزء دارد؛ ممکن است درآمد از طریق افزایش محصول یا افزایش قیمت، افزایش یابد. افزایش محصول و تلاش برای تولید بیشتر مورد تاکید اسلام است. تاکید و تشویق به کار و تلاش و تولید بیشتر در کتاب و سنت فراوان به چشم می‌خورد. ضمن این که عوامل معنوی زیادی داریم که بر بهره‌وری تأثیرگذار است. اما تغییر قیمت برای افزایش سود به کشش قیمتی تقاضا بستگی دارد اگر منحنی تقاضا بی‌کشش باشد، افزایش قیمت معنی‌دار خواهد بود و منع شرعی و ناسازگاری با مبانی هم ندارد. و اگر منحنی تقاضا با کشش باشد، افزایش قیمت به دلیل حساسیت زیاد مقدار به کاهش درآمد و در نتیجه کاهش سود منتهی می‌شود. در نتیجه حداکثر سازی سود از طریق کاهش هزینه‌های تولید یا ارتقاء بهره‌وری عوامل در چارچوب شرع نه تنها امری ناپسند و مذموم نیست که امری مطلوب نیز می‌باشد. البته افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها از هر طریق ممکن (حتی تضييع

۱ هزینه‌ها در اقتصاد اسلامی به دلایل زیر کمتر از اقتصاد سرمایه‌داری است.

۱- تولید کنندگان نهاده و نیروی کار خود مسلمان و معتقد به معادند، در نتیجه، احتمال تبانی کارگران و همچنین تولید کنندگان منابع و نهاده‌ها و اقدام آنان در جهت دریافت بهای غیر عادلانه کمتر است. ضمن اینکه والی حسب ناظر جریان است.

۲- اعتقاد به مبدء و معاد و راهبردهای سمت عرضه و پیوند قوی بین جهان‌بینی، اهداف و راهبردها موجب می‌شود انگیزه‌های معنوی که دقیق‌تر از انگیزه‌های مادی عمل می‌کنند ظهور پیدا کرده، مانع اسراف و اتلاف منابع گردیده و بهره‌وری عوامل را بالا ببرند. راهبردهایی چون منع اسراف و اتلاف مانع اتلاف منابع می‌گردد. عوامل معنوی مؤثر بر بهره‌وری، بازده نیروی کار را افزایش می‌دهد در نتیجه، هزینه‌ها کاهش می‌یابد. گفته نشود که به اسلام عمل نمی‌شود، هر مقدار عمل شود به همان مقدار تأثیرگذار است. درجه ایمان به مبدء و معاد هر مقدار که باشد به میزان خودش تأثیرگذار است.

یکی از نتایج نهی از تلقی رکبان کاهش واسطه‌هاست. تبلیغ و توصیه نسبت به انجام کارهای تولیدی و مفید برای جامعه، بازارهایی که در تمدن اسلامی شکل گرفته‌اند عمدتاً از تولید به مصرف بوده‌اند و هنوز بسیاری از بازارها در شهرهای اسلامی از جمله در ایران بازارهای تبریز، تهران و اصفهان حتی در برخی شهرهای نسبتاً کوچک، ولی کهن مانند شهرضا بازار کفاشان، مسگران، زین‌سازان و غیره مستقل از یکدیگر و بازارهایی بلاواسطه‌اند.

حقوق دیگران) مورد تأیید شارع مقدس نیست و کارفرمای مؤسسه تولیدی مسلمان و معتقد به مبانی به دنبال آن نخواهد بود.

پس با پذیرش هدف حداکثر سازی سود در چارچوب اصول به دست آمده از راهبردها و با فرض تابع تولید با بازده فزاینده و کاهنده، یعنی هزینه‌های کاهنده و سپس فزاینده می‌توان گفت: مؤسسه تولیدی در بازار اسلامی در جایی که بیشترین سود نصیبش شود تولید می‌کند.

عرضه مؤسسه تولیدی و بازار

مانند بحث تقاضا می‌توان مشارکت کنندگان در مؤسسه تولیدی را بر حسب اعتقاد به مبدأ و معاد و ارزشها به چند دسته تقسیم کرد: دسته اول کسانی که اعتقادی به مبدء و معاد ندارند و تنها به حداکثر سازی سود شخصی فکر می‌کنند. به عبارت دقیق‌تر به مبانی نظام سرمایه‌داری معتقدند که برای این گروه همان تحلیل اقتصاد سنتی کافی است. البته نقدها به این نگرش به جای خود باقی است.

دسته دوم افرادی که اعتقاد جدی دارند و تمام مسائل شرعی را رعایت می‌کنند. اینها معیارشان تنها رضای خالق یکتاست. دو دیدگاه می‌تواند نسبت به آنها ارائه شود: یکی اینکه آنها دنیای مخصوص به خود را دارند. و فضای ذهنی و زندگی آنها اصولاً با حداکثر سازی سود به معنای موجود قابل تفسیر نیست و این واژه‌ها توان تفسیر و توضیح رفتار این دسته را ندارند. روابط کارفرما و نیروی کار کاملاً اخلاقی است. دیدگاه دیگر اینکه انسان اصولاً حب ذات دارد و این افراد نیز استثناء نیستند. آنها چون حب ذات دارند به دنبال حداکثر کردن منافع مربوط به خویش با نگاه وسیع کلمه هستند. آنها می‌خواهند خود به مقام قرب الهی برسند و برای سعادت خویش تلاش می‌کنند. آنان نیز به دنبال حداکثر کردن منافع خود هستند. نیروی کار اعم از مدیر، نیروی کار ماهر و ساده همه از درجه تقوای بالایی برخوردارند؛ چون اقامه نماز می‌کنند، خداوند را ناظر بر اعمال خود می‌دانند و خوف از روز جزا دارند؛ نسبت به تولید کالاها به ویژه کالاهایی که برای جامعه ضروری است و کسی نسبت به آنها اقدام نکرده است یا به حد کافی تولید نشده است، در صورتی که برای آنها ممکن باشد به عنوان وظیفه شرعی اقدام به تولید می‌کنند؛ مراقب منابع هستند در نتیجه در استفاده بهینه از عوامل تولید کمال دقت را دارند. سرمایه‌های پولی و فیزیکی را اتلاف نمی‌کنند؛ در استفاده بهینه از وقت و امکانات حداکثر تلاش را دارند؛ به دلیل ایمان و تقوای بالا و در نتیجه شور و نشاط بالا، از بالاترین کارایی برخوردارند؛ نه تنها نیاز به نظارت و مراقبت ندارند که خود مراقب بوده و خویشتن را در مقابل نعمت‌های خدادادی و جامعه مسئول می‌دانند؛ کمترین هزینه ممکن را به کاربرده و بیشترین تولید ممکن را به دست می‌آورند.

دسته سوم افرادی که اعتقادی بینابین دارند، دنیا طلب هستند، ولی خوف از آخرت هم دارند. در بیشتر جوامع اسلامی این دسته افراد درصد بالایی از نیروی کار را تشکیل می‌دهند. این گروه گرچه با گروه پیشین متفاوت‌اند، ولی با فرض ثابت بودن سایر شرایط، این گروه به همان مقدار که اعتقاد به ارزشها دارند نسبت به گروه اول از کارایی بیشتری برخوردار هستند. خلاصه اینکه با پذیرش فروض رقابت کامل، عرضه

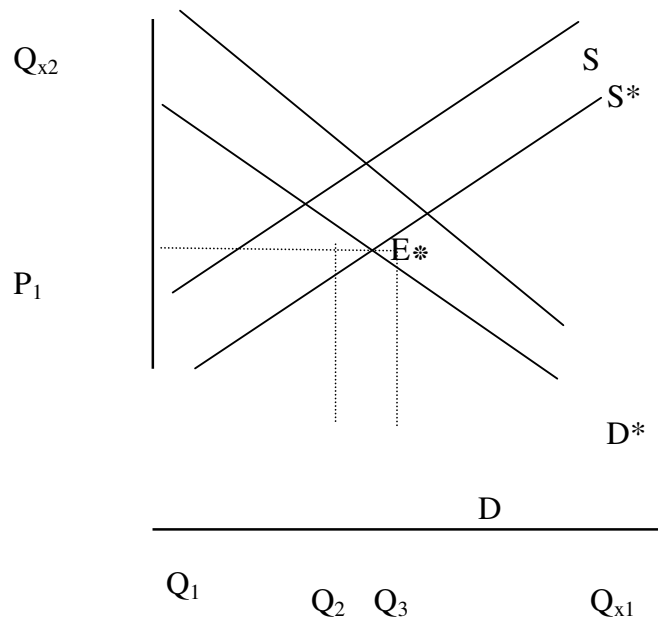
مؤسسه تولیدی اول تفاوتی با عرضه مؤسسه تولیدی رقابت کامل ندارد. مؤسسه‌های تولیدی گروه دوم و سوم در مقایسه با بازار رقابت کامل، به دلایل زیر از کارایی بیشتری برخوردار هستند: ۱- نقش مسائل ارزشی در ارتقاء بهره‌وری عوامل تولید؛ ۲- پایین‌تر بودن هزینه‌ها؛ ۳- پایین‌تر بودن قیمت عوامل (با فرض اینکه عوامل تولید نیز از بازار اسلامی خریداری شود).

در نتیجه مقادیر مختلف کالا با هزینه کمتر تولید می‌شود و در هر قیمت تولید بیشتری صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر این دو گروه مؤسسه تولیدی نسبت به مؤسسه تولیدی رقابت کامل از عرضه بیشتری برخوردار هستند. از طرف دیگر، در بحث تقاضا گفته شد که به دلیل اصول اخوت اسلامی و تکافل اجتماعی و رعایت ارزشها، کالاهای ضروری برای افراد بیشتری ضروری هستند و تقاضای بازار برای کالاهای ضروری نسبت به رقابت کامل از کشش بیشتر و از تقاضای گسترده‌تری برخوردار است. در سمت عرضه هم بحث شد که تکلیف شرعی رفع نیازهای ضروری جامعه، انگیزه‌ای است که مؤسسه‌های تولیدی را وارد صنعت کالاهای ضروری می‌کند. در نتیجه مؤسسه‌های تولیدی بیشتری وارد صنعت کالاهای ضروری شوند و عرضه کالاهای عموماً ضروری در این بازار نسبت به بازار رقابت کامل بیشتر باشد.

تبادل و قیمت تعادلی

چنان که گفته شد تقاضا در بازار سازگار با مبانی اسلامی برای کالاهای ضروری، به دلیل اصول حاکم بر این بازار بیشتر و کم‌کشش‌تر از بازار رقابت کامل است؛ یعنی در این بازار نسبت به بازار رقابت کامل در هر قیمتی مقدار بیشتری تمایل و توانایی برای خرید وجود دارد. در مقابل، همین اصول موجب می‌شود عرضه در این بازار بیشتر از بازار رقابت کامل باشد، یعنی در هر قیمتی، مؤسسه‌های تولیدی حاضرند مقادیر بیشتری کالا تولید کنند.

با افزایش عرضه و تقاضا، مقدار تعادلی لزوماً افزایش می‌یابد، ولی قیمت ممکن است افزایش یا کاهش یابد و یا بدون تغییر باقی بماند. اضافه رفاه مصرف‌کننده و اضافه ارزش تولیدکننده افزایش و در نتیجه رفاه جامعه افزایش می‌یابد.



نمودار فوق نشان می دهد بازار سازگار با مبانی اسلامی از عرضه S^* و تقاضای D^* بیشتر در نتیجه تعادل بازار در مقدار بیشتر E^* شکل می گیرد. که نتیجه آن رفاه بیشتر همراه با توزیع عادلانه درآمد می باشد.

افزون بر این، نقص بهینه پارتو را نیز نخواهد داشت، زیرا در بهینه پرتو ممکن است در مدل ساده جهان دوکالایی و دو نفری، تمام کالاها به یک نفر برسد، در عین حال اقتصاد در بهینه پارتو باشد، ولی اینجا دو اصل تکافل اجتماعی و مسئولیت دولت مطرح است و چنین چیزی ممکن نیست.

بحث ما در این مقاله بیشتر به عرضه و تقاضای کالاهای ضروری اختصاص داشت و این تجزیه و تحلیل شامل عرضه و تقاضای کالاهای لوکس و تجمیلی نمی شود.

منابع و مأخذ

۱. انصاری، محمد جعفر (۱۳۷۹) درآمدی به مبانی اقتصاد خرد با نگرش اسلامی؛ تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و سمت.
 ۲. جمعی از نویسندگان (۱۳۸۴) درسهایی در اقتصاد اسلامی؛ مترجمان: جمعی از دانش آموزندگان دانشگاه مفید؛ مؤسسه انتشارات دانشگاه مفید.
 ۳. حسینی بحرانی، سیدهاشم (۱۴۱۵ ق) البرهان، ج ۲؛ تهران: بنیاد بعثت.
 ۴. دادگر، یدالله، نگرشی بر اقتصاد اسلامی، معرفتها، ارزشها و روشها، دانشگاه تربیت مدرس
 ۵. داودی، پرویز (۱۳۷۴) اقتصاد خرد؛ دانشگاه تربیت مدرس.
 ۶. رجایی، سیدمحمدکاظم (۱۳۸۱) معجم موضوعی آیات اقتصادی قرآن کریم؛ مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
 ۷. سیزده تن از محققان اقتصاد اسلامی (۱۳۷۵) اقتصاد خرد با نگرش اسلامی؛ ترجمه دکتر حسین صادقی، دانشگاه تربیت مدرس.
 ۸. شیخ حرعاملی (بی تا) وسائل الشیعه، دارالاحیاء التراث العربی، بیروت.
 ۹. عفر، محمد عبدالمنعم (۱۹۹۹م) التحلیلی الاقتصادي الجزئی؛ الاسکندریه، مؤسسه نبات الجامعه.
 ۱۰. علامه طباطبایی، سیدمحمدحسین (___) المیزان فی تفسیر القرآن، ج ۱۵.
 ۱۱. عیاشی، محمدبن مسعود (بی تا)، تفسیر العیاشی؛ تهران: المکتبه العلمیه الاسلامیه.
 ۱۲. فتحعلی، محمود (۱۳۸۱) درآمدی بر مبانی اندیشه اسلامی؛ انتشارات مؤسسه امام خمینی (ره).
 ۱۳. قرآن کریم.
 ۱۴. قریشی، علی اکبر (۱۳۶۱) قاموس قرآن، ج ۳؛ تهران: دارالکتب الاسلامیه.
 ۱۵. کرمی، محمد حسین و عسکر دیرباز (۱۳۸۴) مباحثی در فلسفه اقتصاد؛ پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
 ۱۶. موسوی خمینی، روح... (۱۳۶۸) المکاسب المحرمه؛ قم: مؤسسه اسماعیلیان.
17. Bentham, Jeremy (1907) *Introduction to the Principles of Morals and Legislation*; Oxford: Clarendon Press,. First published: 1789.