

اصلاح ساز و کار نظام صنفی عرضه و تقاضای کالاها و خدمات

در پرتو آموزه‌های اسلام

تاریخ دریافت: ۸۹/۰۵/۱۰

تاریخ پذیرش: ۸۹/۰۸/۱۱

حسین عیوضلو*

جواد ارباب**

چکیده

اصناف توزیع کننده کالا و خدمات از دیرباز سهم قابل توجهی را در اداره امور اقتصادی به خود اختصاص داده‌اند. از اینرو توسعه متناسب این بخش عظیم از نظام اقتصادی، امری اجتناب ناپذیر است. نظام اقتصادی اسلام ضمن برخورداری از عالی‌ترین اهداف، آموزه‌های سودمند و کارآمدی را شامل می‌شود. توسعه نظام صنفی برای رسیدن به یک الگوی صنفی اسلامی مسأله‌ای است که به گواهی تمدن اسلامی، برای یک جامعه اسلامی با اهداف متعالی خود از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار بوده و توسعه آن بسیار ضروری است. اما در عمل شاهدیم، با گسترش اصناف و تحولات متعدد در سایر بخش‌های اقتصادی و غیر اقتصادی، بسیاری از آموزه‌ها و ارزش‌های اسلامی در حوزه تجارت به فراموشی سپرده شده و از اینرو لزوم بازنگری آن در حوزه‌های سیاستگذاری و اجرا، امری اجتناب ناپذیر شده است. برای دستیابی به نظام صنفی توسعه یافته از منظر اقتصاد اسلامی باید به هر یک از چهار رکن اجرای آموزه‌های فقهی و اخلاقی اسلام در حوزه اصناف، سیاستگذاری و برنامه‌ریزی صحیح اقتصادی، نظارت صحیح بر واحدهای صنفی و مکان‌یابی، همچنین فضاسازی صحیح بازارها و اماکن صنفی جامه عمل پوشاند.

واژگان کلیدی

آموزه‌های تجاری اسلام، اصناف، بازار، توزیع، فرهنگ تجاری اسلام

hossein.eivazlou@idbi.ir

* استادیار دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق(ع)

arbab@isu.ac.ir

** دانش آموخته کارشناسی ارشد معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق(ع)

مقدمه

در جامعه ما اصناف تولید کننده کالا و خدمات، با آماری حدود دو میلیون واحد صنفی، قریب به ۱۷ درصد از تولید ناخالص ملی کشور را تشکیل می‌دهند (آزاد، ۱۳۸۷). این بخش از دیرباز علاوه بر تحولات اقتصادی، آثار قابل توجهی بر مسائل اجتماعی، سیاسی و فرهنگی داشته‌اند. از طرفی اهمیت فرهنگ حاکم بر ساختار نظام صنفی بر کسی پوشیده نیست. دامنه این امر آنقدر گسترده است که آثار آن در موارد متعددی همچون چگونگی ترکیب سبد تقاضا، معیارهای قیمت گذاری، شیوه‌های تبلیغاتی، طراحی فیزیکی بازارها، میزان محاسبه سود، حجم ورود و خروج کالاها و خدمات به کشور و... پدیدار است.

بسیاری از پیشه‌وران که در گذشته‌ای نه چندان دور به طور خودکفا در خدمت اشتغال و توسعه اقتصادی جامعه بوده‌اند، جای خود را به اصنافی داده‌اند که با عرضه تولیدات صد در صد خارجی، زمینه را برای افزایش بیکاری در داخل و ایجاد توسعه در سایر کشورها فراهم کرده‌اند. بازارهای سنتی ما نیز به نمایشگاهی برای ترویج آداب و رسوم بیگانگان و کالاهایی متغایر با فرهنگ و مبانی دینی تبدیل و غالباً از طریق تحریک هوس‌ها و نه نیازها، کسب سود می‌کنند. رویکرد کسب و کار به عنوان مسیری برای کسب روزی حلال کم جای خود را به رویکردی سود محور و فرصت طلب، آن هم با هر وسیله و هر نوع تجارت ممکن داده و میزان اعتماد طرفین در معاملات از سطح مطلوبی برخوردار نیست. از سویی دیگر ساختار هندسی بازارهای سنتی که به طرز حکیمانه‌ای در کنار مساجد و مدارس بنا می‌شد و جای جای آن متذکر معاد و یاد خدای سبحان بود، کم کم جای خود را به مراکز خریدی می‌دهد که مدام پول محوری را یادآوری می‌کند. هم زمان اهمیت تحصیلات مرتبط و لازم برای کسب و کار بسیار کاهش یافته و برای راه اندازی یک واحد صنفی به هیچ عنوان اهمیت خاصی برخوردار نیست. مطالب فوق و دیگر مشکلات همگی بیان کننده این واقعیت هستند که اصناف توزیع کننده کالا و خدمات به لحاظ نقش گسترده خود در چرخه اقتصادی - فرهنگی، باید بیش از پیش مورد توجه قرار بگیرند و ارتقاء سطح آموزشی و فرهنگی قشر فعال

در این بخش، در اولویت برنامه‌های فرهنگی و اقتصادی کشور ما و سایر جوامع اسلامی قرار گیرد. در این نوشتار، ابتدا به بیان مفاهیم اولیه مرتبط با اصناف، فرآیند مبادله و چگونگی آن می‌پردازیم و سپس به تبیین مؤلفه‌های لازم برای اصلاح ساز و کار نظام صنفی عرضه و تقاضا، برای دست یابی به یک نظام صنفی اسلامی می‌پردازیم. البته به جهت گستردگی و تنوع واحدهای صنفی، محور اصلی مقاله بیشتر حوزه اصناف توزیعی است. بخش پایانی به ارائه نتیجه‌گیری و پیشنهادات اختصاص دارد.

۱. مروری بر مفاهیم

۱-۱. مفهوم صنف

به لحاظ لغوی صنف را به معنای گونه، نوع و رسته‌ای از هر چیز دانسته‌اند. دهخدا آنرا پاره‌ای از هر چیز، قسمتی از اقسام هر نوع از انواع مانند نوع فرس، نوع انسان بیان کرده است (دهخدا، بی‌تا، ص ۳۵۴). در جوامع اسلامی از همان آغاز به جماعات و گروه‌های پیشه‌ور مانند صنف صرافان، صنف رنگرزان و... اطلاق می‌شده است؛ مورخانی چون یعقوبی، طبری، جاحظ، خطیب بغدادی و یاقوت نیز این کلمه را به همین معنا بکار برده‌اند. برخی محققین تعاریف گوناگونی را بیان کرده‌اند؛ ماسینون آنرا اتحادیه‌ای به منظور تنظیم حرفه، حفظ اسرار آن، تثبیت نرخها و نظارت بر سطح فنی نیروهای انسانی آن می‌داند. در فرهنگها و دایرة المعارف‌های غربی از مفهوم مشابهی با اصناف شرقی یاد می‌شود که گیلد^۱ نام دارد. برای نمونه در دایرة المعارف اینکارتا^۲ بیان شده است که گیلد، به مجموعه‌ای از افراد که منافع مشترکی در هر پیشه و شغل دارند گفته می‌شود. هدف از این شرکت رسیدن به اهداف مشترک و منافع بیشتر است.

۲-۱. انواع صنف

صنوف مختلف به چهار گروه عمده به شرح زیر تقسیم می‌شوند.

۱-۲-۱. صنوف تولیدی

آن گروه از صنوفی که فعالیت و خلاقیت‌های آن‌ها منجر به تغییر فیزیکی و یا شیمیایی مواد اولیه شده و منحصراً تولیدات خود را مستقیم یا غیرمستقیم در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌دهند، «صنف تولیدی» نامیده می‌شود.

۲-۲-۱. صنوف خدمات فنی

آن دسته از صنوفی که فعالیت آن‌ها منجر به رفع عیب و نقص یا مرمت و نگهداری کالا می‌گردد یا اشتغال به آن مستلزم داشتن صلاحیت فنی لازم می‌باشد، «صنف خدمات فنی» نامیده می‌شود.

۲-۲-۱. صنوف توزیعی

آن دسته از صنوفی که صرفاً نسبت به عرضه کالا از محل واردات یا تولیدات داخلی اقدام می‌نمایند بدون آنکه در تولید کالا یا تغییر دادن کیفیت آن نقش داشته باشند، «صنف توزیعی» نامیده می‌شود.

۲-۲-۱. صنوف خدماتی

آن دسته از صنوفی که با فعالیت‌های خود قسمتی از نیازهای جامعه را تأمین نموده و این فعالیت در زمینه تبدیل مواد به فرآورده و یا خدمات فنی نباشد، صنف خدماتی نامیده می‌شود.

۳-۱. مفهوم مبادله

مبادله مهمترین فرآیندی است که در تجارت به صورت عام صورت می‌گیرد. در فرهنگ التحقیق در بیان معنای اصل و ریشه مبادله آمده است: «أَنَّ الْأَصْلَ فِي الْمَادَّةِ هُوَ وَقْعُ شَيْءٍ مَقَامَ غَيْرِهِ» (مصطفوی، ۱۳۶۰، ج ۱، ص ۳۸۱). برخی آنرا تعبیر به مبادله بمثل کردن و چیزی دادن و چیزی گرفتن کرده و آنرا مشارکت، داد و ستد دانسته‌اند (مهیار، ۱۳۸۵، ص ۶). معاوضه، تاخت زدن، بدل کردن چیزی را با دیگری بدل کردن نیز از سایر مفاهیمی است که برای آن ذکر شده است.

۱-۳-۱. مبادله به عنوان یک رابطه اجتماعی

علامه طباطبایی (ره) برای مفهوم مبادله معنی عام‌تری قائل بوده و آنرا به تمامی امور اجتماعی بشری تسری می‌بخشد. از دیدگاه وی انسان در حیات فردی یا اجتماعی خود، همواره به عهد و معاهده محتاج است. ایشان تمامی مزایایی را که انسان از زندگی اجتماعی خود به دست می‌آورد را بر اساس عقد اجتماعی عمومی و عقدهای فرعی مترتب بر آن عهدهای عمومی می‌داند. ایشان این مسأله را آنقدر با اهمیت تلقی می‌کند که به تعبیر وی، وجود یک معاهده دو طرفه بین انسان و اجتماع شرط مالکیت هرگونه منفعت بشری است. هر چند که این عهد را با زبان‌ها جاری نشود؛ بلکه نفس اینکه ما دور هم جمع شده و اجتماعی تشکیل بدهیم، در حقیقت عهدها و پیمان‌های بین افراد جامعه خود را بیان می‌کند که همان مبادله است. از اینرو مبادله شرط تشکیل اجتماع است، و شرط بقای این مبادلات رعایت لوازمات معاهدات در فرآیند مبادله است و اولین چیزی با تعدی از حقوق شکسته می‌شود، عدالت اجتماعی خود ما است، که رکن جامعه ما و پناهگاهی برای هر فرد از خطر اسارت و استخدام و استثمار، به شمار می‌رود. ایشان در ادامه آیه شریفه «وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا» (اسری: ۳۴) را بیان می‌کنند که مؤکد اهمیت وفای به عهد در یک جامعه است. ایشان این آیه شریفه را هم شامل عهدهای فردی و بین دو نفری و هم شامل عهدهای اجتماعی و بین قبیله‌ای و قومی و امتی می‌دانند، و از میان این دو به عهدهای اجتماعی را مهم‌تر از وفای به عهدهای فردی معرفی می‌کنند؛ چرا که عدالت اجتماعی را مهم‌تر و نقض آن بلائی عمومی‌تر می‌دانند.

۱-۳-۲. اهداف مبادله

از نظر اقتصادی، اهداف مبادله و بازرگانی، شامل موارد زیر می‌شود: از میان بردن فاصله زمانی و مکانی موجود بین عرضه و تقاضا؛ پوشاندن فاصله زمانی بین خرید کالا و پرداخت بها و ارزش آن؛ برقراری موازنه بین اختلاف قیمت زمانی و مکانی؛ افزایش سطح تولید و مطمئن نمودن تولید کننده از نظر بازار فروش داشتن؛ ایجاد اطمینان برای مصرف کنندگان نسبت به وجود میزان کافی برای نیازها (اعتصامی، ۱۳۷۳، ص ۵۹).

۲. مؤلفه‌های اصلاح نظام صنفی در پرتو آموزه‌های اسلام

برای اصلاح ساز و کار نظام عرضه و تقاضا، چهار مؤلفه اصلی مورد نیاز است که شامل موارد زیر می‌شود و البته اجرای هر یک مستلزم مواردی است که توضیح آن در ذیل هر عنوان می‌آید:

۲-۱. گسترش آموزه‌های اسلامی در حوزه اصناف

۲-۱-۱. وجوب یادگیری احکام تجارت

اهمیت یادگیری احکام تجارت تا جایی در اسلام تأکید شده و می‌شود که حضرت علی(ع) به تجار بازار می‌فرمودند: «یا معشر التجار! الفقه ثم المتجر! الفقه ثم المتجر! الفقه ثم المتجر!» ای الفقه ثم المتجر و الله للربا فی هذه الامه اخفی من ديبب النمل علی الصفا...» ای جماعت تجار، اول فقه آنگاه تجارت، اول فقه آنگاه تجارت، اول فقه آنگاه تجارت. به خدا سوگند در این امت ربا مخفی‌تر از راه رفتن مورچه است... (کلینی، ۱۳۸۷، ص ۱۵۰؛ طوسی، ۱۳۸۵، ص ۶). به همین علت بنا بر توصیه فرامین اسلامی هزاران مدرسه علمیه در طول بازارهای اسلامی برای تعلیم قرآن و احکام و حکمت الهی، به خصوص کتاب مکاسب و متاجر فقه، بنا شده و بازاریان در آن آموزش می‌دیدند. در رساله‌های عملیه می‌خوانیم: «بر هر کسی که به کار تجارت و سایر انواع کسب اشتغال دارد واجب است که احکام کسب و تجارت و مسائل مربوط به آنرا بیاموزد تا معاملات صحیح را از فاسد باز شناسد و از ربا سالم باشد و مقدار لازم (در فراگیری احکام تجارت) این است که نسبت به حکم تجارت و معامله‌ای که می‌خواهد انجام دهد به هنگام معامله عالم باشد ولو از روی تقلید» (خمینی، ج ۱، ص ۵۰۰). در روایات آمده است که حضرت علی(ع) در بازار برای فروشنده‌گان قرآن را می‌گشودند و اینگونه آیات را برایشان تلاوت می‌کردند و آنان را از سرای ناپایدار بازار به سرای آخرت سوق می‌دادند: «تِلْكَ الدَّارُ الْآخِرَةُ نَجْعَلُهَا لِلَّذِينَ لَا يُرِيدُونَ عُلُوًّا فِي الْأَرْضِ وَلَا فَسَادًا وَالْآخِرَةُ لِلْمُتَّقِينَ» (قصص: ۸۳). سرای آخرت را برای کسانی قرار می‌دهیم که نمی‌خواهند در

زمین گردنکشی و فساد کنند و پایان خوب از آن اهل تقواست (بی‌آزار شیرازی، ۱۳۷۴، صص ۸۰-۱۱۰).

۲-۱-۲. اصول و آموزه‌های تجاری اسلام در حوزه اصناف

در آموزه‌های اسلامی برای اصناف چندین اصل مهم و کلی یافت می‌شود که به دلیل گستردگی مباحث هر یک از این اصول، به اهم آن‌ها به طور گذرا اشاره می‌شود.

۲-۱-۲-۱. اصل آزادی قراردادها

از آنجایی که تجارت با تمام انواع وابسته به آن از مصادیق عقود می‌باشند همگی به لحاظ قانونی نوعی قرارداد محسوب می‌شوند. لذا این قرارداد مشمول اصل آزادی قراردادها می‌گردد. که مطابق با آن، در هر نوع تجارتي که مخالف با شرع مقدس اسلام نباشد، جایز خواهد بود.

۲-۱-۲-۲. اصل تراضی

وجود قصد و اختیار در طرفین معامله، دو شرط اصلی تراضی است. مهمترین منبع مورد استناد این اصل حیاتی آیه ۲۹ سوره مبارکه نساء می‌باشد: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا»؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! اموال خود را میان خودتان به ناروا نخورید، مگر آنکه داد و ستدی با رضایت یکدیگر باشد و یکدیگر را مکشید، همانا خدا با شما مهربان است.

۲-۱-۲-۳. اصل لزوم

این اصل که اولین بار توسط علامه حلی (ره) در کتاب تذکره و قواعد بیان شده، بیان می‌دارد که در عقود لازم طرفین باید به اصل قرارداد و موارد مترتب با آن نیز ملتزم باشند و حتی در مواردی که قرارداد بین لزوم و یا جواز، شک و شبهه وجود دارد، حمل به لازم بودن عقد می‌شود.

۲-۱-۲-۴. اصل صحت

اصلی است که مطابق با آن، در هنگام شک بر صحت یا فساد کاری که از دیگری صادر می‌شود، اعم از عبادات و معاملات با شرایطی که در کتب اصولی آمده است، حمل بر صحت می‌شود (مشکینی، ۱۳۷۳، ص ۵۳). این اصل که اصلی ظریف و با آثار فراوان است بسیار با اهمیت بوده و این اهمیت نیز بدان جهت است که نباید با فهم ناصحیح و یا برداشت سوء از آن از دست به مشروع سازی و یا مهر اسلامی بودن را بر روی هر عقد و تجارتی زد (اکبری، ۱۳۷۵، صص ۱۸-۱۵).

۲-۱-۲-۵. اصل منع ضرر

مطابق با این اصل، از نظر شرع مقدس اسلام، هیچ ضرر و زیانی در اسلام وجود ندارد و یا به عبارت دیگر هیچ حکمی وضع نشده و اعتبار نخواهد داشت اگر چنانچه منجر به ضرر و زیان شود (مشکینی، ۱۳۷۳، ص ۲۰۳). این اصل آنچنان در منابع فقهی شیعه و سنی مورد قبول و رایج است که به عنوان یک اصل بدیهی مورد قبول واقع شده و کبرای قضایای فقهی نامیده شده است. علاوه بر آن روایات مرتبط با آن در حد تواتر است (اکبری، ۱۳۷۵، ص ۲۰).

۲-۱-۲-۶. اصل همسویی سود و زیان

این اصل امری طبیعی و البته قابل توجه و لازم الإجرا است که به موجب آن اگر کسی طبق قرارداد و یا تجارتی مال و یا سودی را به دست می‌آورد از سوی دیگر باید متحمل خسارت و زیان آن هم باشد. توضیح آنکه اگر مشتری به موجب قرارداد بیع حق تصرف در کالا را یافته باید ثمن آنرا در قبالش بپردازد. یعنی هیچگاه در قراردادی نمی‌توان فرض کرد که یک طرف معامله، مالک مال خود و دیگری (هر دو) باشد، ولی طرف دیگر در مقابل آن چیزی به دست نیاورده باشد.

۲-۱-۲-۷. اصل تسلط مالک بر اموال خود

این اصل نتیجه برداشتی از حدیث رسول خدا(ص) است که فرمودند: «الناس مسلطون علی أموالهم» (مجلسی، ۱۳۸۵، ج ۲، ص ۲۷۱). این سلطه موجب آن است که مالک در مال خود حق دخل و تصرف داشته و کسی بدون دلیل قانونی نمی‌تواند این حق را از او سلب کند (اکبری، ۱۳۷۵، ص ۲۲). البته این بدان معنا نیست که فرد حق تزییع اموال خود را دارد و آنرا در هر امر غیر مشروعی بکار بندد و یا مرتکب اسراف و تبذیر شود، چرا که حرمت این نوع برخورد طبق اصل منع ضرر به قوت خود باقیست.

۲-۱-۲-۸. اصل حرمت ربا

از موارد دیگری که در آیات و روایات از آن نهی شده است ربا می‌باشد. ربا از اموری است که تجار به راحتی گرفتار شده و خواسته یا ناخواسته در این گرداب قرار می‌گیرند. خداوند متعال در قرآن کریم دستور به ترک ربا می‌دهد و در صورت انجام این عمل آنرا در حد جنگ با خدا و رسولش تلقی نموده است. پیامبر اعظم(ص) در این رابطه می‌فرماید: «شَرَّ الْمَكَايِبِ كَسْبُ الرَّبَا؛ بدترین کسب‌ها ربا می‌باشد» (حکیمی، ۱۳۶۳، ج ۵، ص ۴۰۲). با این تعبیر می‌توان پی برد که یکی از مواردی که تجار در معرض سقوط در آن می‌باشند، ربا و معاملات ربوی است (اعتصامی، ۱۳۷۳).

۲-۱-۲-۹. اصل ممنوعیت غش در معامله

امام خمینی(ره) در این ارتباط می‌فرماید: «غش در معامله که به صورت مخفی واقع می‌شود حرام و منهی می‌باشد» (خمینی، ۱۳۶۳، ج ۱، ص ۴۹۷). کلیه فقها بر این امر اتفاق نظر دارند و تجار مسلمان آنرا به ترک این صفت زشت دعوت کرده‌اند.

۲-۱-۲-۱۰. اصل حرمت تطیف

معنی این کلمه در کتب لغت کم دادن و کم فروشی در هنگام معامله و وزن کردن جنس برای مشتری می‌باشد (ابن منظور، ۱۳۷۳، ج ۹، ص ۹۲۲). کم فروشی نیز از مواردی است که در قرآن کریم از آن به شدت نهی شده است. این عمل هم در سطح عمده‌فروشی در معاملات بزرگ و هم در سطح خرده‌فروشی در تجارت واقع می‌شود. قرآن کریم در

برخورد با کم‌فروشان می‌فرماید: «وَيَلُّ لِلْمُطَفِّفِينَ * الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ * وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ» (مطففین: ۱-۳).

۲-۱-۱-۱۱. اصل حرمت احتکار

ریشه کلمه «حکر» می‌باشد که به معنای انداختن طعام به انتظار گرانی است. لسان العرب، کلمه احتکار را از ریشه «الحکره» دانسته و آنرا به معنای جمع و امساک در نظر می‌گیرد (ابن منظور، ۱۳۷۳، ج ۴، ص ۲۰۸). عامل این عمل محتکر نامیده می‌شود. بعضی از لغویین «حکر» را به معنای ظلم کردن و در تنگنا قرار دادن در نظر می‌گیرند. با اینکه در کلام لغویین قید طعام ذکر گردیده ولی شاید بتوان گفت این قید بیان مصداق بوده است نه آنکه طعام جزء معنا و مفهوم احتکار باشد.

۲-۱-۲-۱۲. اصل عدم سلطه ظالم

مطابق با آیه ۲۷۹ سوره مبارکه بقره که می‌فرماید: «فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ»، در هیچ یک از مبادلات نباید به یکی از طرفین ظلم و ستمی روا رود.

۲-۱-۲-۱۳. اصل تقدم منافع مسلمین

رعایت و توجه به این اصل مهم منافع بی‌شماری را در پی خواهد داشت که رونق بازار مسلمین و افزایش قدرت اقتصادی، نظامی و... از آن جمله است. علاوه بر اصول فوق آداب و دستورات دیگری نیز در زمینه بیع و تجارت وجود دارد. که اجرای آنها تحول بزرگی در کسب و کار ایجاد می‌کند. دامنه این آموزه‌ها بسیار گسترده بوده و پرداختن به آن فراتر از یک مقاله است. لذا در اینجا فقط به برخی از آنها می‌شود.

در منابع اسلامی، اسامی انواع کسب و کار بر اساس حرمت و یا کراهت آنها بیان شده است. بر این اساس حداقل ۴۱ نوع تجارت و کسب حرام ذکر شده که عبارتند از: خریدن و فروختن چیزهای نجس، خریدن و فروختن تریاق فاروق جهت داخل بودن شراب^۱ و گوشت افعی (شیخ بهایی، ۱۳۶۴ق، ج ۲، ص ۱۹۹)، خریدن و فروختن

سرگین و بول حیوانی که گوشت او را نخورند، خریدن و فروختن آلات قمار و لهو، انگور و شیر خرمای آن که شراب کنند، چوب برای آن که بت بتراشند، سلاح جنگ چون تیر و نیزه و شمشیر به اعدای دین و ساختن سلاح جهت ایشان، عمل صورت‌های سایه‌دار و اجرت گرفتن بر آن، عمل غنا، سحر و کهنات و شعبده، قصابی کردن یهود و نصاری (شیخ بهایی، ۱۲۶۴ق.، ج ۲، ص ۲۰۰)، آنچه در آن نفع نباشد، خریدن و فروختن مصحف^۶، کتاب‌هایی که حکم آن منسوخ باشد چون تورات و انجیل، خریدن و فروختن حیوانی که مسخ شده باشد چون میمون، جانوران درنده به جز حیواناتی که برای شکار استفاده می‌شود، مال غیر مانند اموال غصبی، دزدی، لقطه پیش از تعریف یک سال و... (شیخ بهایی، ۱۲۶۴ق.، ج ۲، صص ۲۰۳-۲۰۱).

حداقل بیست و هشت تجارت و کسب مکروه وجود دارد که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: فروختن کفن، قصابی و سلاخی کردن، جولاهی کردن^۷، معامله با ظالم کردن و... (شیخ بهایی، ۱۲۶۴ق.، ج ۲، ص ۲۰۳).

در منابع اسلامی دسته‌ای دیگر به آدابی اختصاص دارد که به طور عمومی برای تمامی عقود آمده و به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: دانا بودن به آنکه کدام بیع صحیح است و کدام باطل، استخاره کردن در خریدن و فروختن، حلیم بودن، کم خریدن و زیاد فروختن، پیش از همه کس به طلب روزی رفتن، سه نوبت تکبیر و یک نوبت شهادتین گفتن مشتری در وقت خرید، رها کردن کسب و کار در وقت نماز، داخل نشدن به بازار پیش از دیگران، اجتناب از مدح بایع و ذم مشتری برای کالا، نپوشانیدن عیب ظاهر، نخريدن و نفروختن میانه صبح و طلوع آفتاب، اجتناب از بی‌فایده در بازار گردیدن و... (شیخ بهایی، ۱۲۶۴ق.، ج ۲، ص ۲۰۵).

البته آنچه در بالا به عنوان آموزه‌های لازم برای یک نظام صنفی بیان شد گوشه‌ای از مواد خام عظیمی بود که در منابع اسلامی وجود دارد که البته باید توسط مراکز مسئول، مانند حوزه و دانشگاه مطابق با شرایط جامعه هدف به طور تخصصی و برای تمامی سطوح تنظیم شده و با روش‌های متناسب گوناگون در سطح جامعه ترویج شود. البته مراکز دولتی و رسانه‌ها سهم بسزایی در ترویج مواد تدوین شده خواهند داشت.

۲-۲. ترویج فرهنگ سالم اقتصادی

۲-۲-۱. تعریف فرهنگ اقتصادی

فرهنگ اقتصادی عبارت از ارزش‌ها، نگرش‌ها، عقلانیت‌ها و رفتارهای متعدد انسان‌ها در برآوردن نیازهای اساسی و حیاتی آن‌ها است. این فرهنگ معطوف به تأمین رفاه جامعه و منش‌های انطباق‌پذیری و ارتباط با محیط فیزیکی پیرامون است. از این حیث اقتصاد و رفاه که غالباً با نیازهای انسان شناخته می‌شود، تحت تأثیر ترکیب خاصی از عقلانیت‌های استراتژیک یا فنی (سودآوری و تولید)، سیاسی (منافع طبیعی و حفظ منزلت موجود) و اخلاقی (ارزش‌گرایی و مطلوب‌خواهی) تأمین می‌شود. از این منظر، هدف اقتصاد دیگر تنها کسب سود و افزایش منفعت فردی و گروهی کنشگران درگیر در صحنه اقتصادی نیست؛ بلکه اهداف والاتر دیگری نظیر اخلاقی و انسانی کردن روابط اقتصادی و حاکمیت فرهنگ در استخدام محیط برای رفع نیازهای فردی را نیز در برمی‌گیرد.

فرهنگ مثل اتمسفر، فضای تنفسی و تحرکی حیات جمعی آدمیان است. در این تعبیر ما ضمن اشاره به حیاتی بودن فرهنگ به عنوان جهان زیست (جهانی که عالمیان در آن زندگی و آنرا استنشاق می‌کنند) درست مثل اکسیژن حیات آدمی بدان وابسته است، نباید فرهنگ را با اقتصاد مقایسه کنیم. اقتصاد یک زاویه از حیات آدمی را تشکیل می‌دهد. اما فرهنگ همه زوایای آدمی را پوشانده است؛ اقتصاد هم تحت تأثیر فرهنگ است. سیاست و سایر مقولات نیز قابل مقایسه با فرهنگ نیستند. هر چند بین فرهنگ و همه مقولات تعامل، تأثیر و تأثر وجود دارد. اما فرهنگ اشرف و اشمال است. بر اساس سطوح فرهنگ، توسعه فرهنگ اقتصادی نیز در سه سطح بینش، منش و کنش قابل طرح و بررسی است که در ادامه مطالبی در این راستا ارائه شده است.

۲-۲-۲. بینش اقتصادی

بینش اقتصادی به معنای شناخت، آگاهی و باورهای حاکم بر تلقیات انسان از اقتصاد و نقش آن در زندگی موجود بشری است. اینکه در یک جهان بینی اقتصاد از اصالت

برخوردار باشد و یا خیر، با توجه به اهداف یک جهان بینی تعیین شده و عاملی اساسی و تعیین کننده برای بینش اقتصادی محسوب می‌شود. در یک مکتب و ایدئولوژی، با توجه به معیار و یا معیارهای ارزش‌گذاری، بینش اقتصادی هر مکتب خود را آشکار می‌سازد و بر اساس آن برنامه‌ریزی و مدیریت اقتصادی هر جامعه شکل می‌گیرد. حال، هر میزان این ارزش‌گذاری‌ها، با ارزش‌های انسانی تطابق بیشتری داشته باشد و امور اقتصادی را تنها محدود به جستجوی نفع شخصی بدون توجه به محیط و دیگران قلمداد نکند، بینش اقتصادی نیز مطابقت بیشتری با ارزش‌های انسانی خواهد داشت.

۲-۲-۳. منش اقتصادی

منظور از منش مادی و اقتصادی، تعهد به رفتار اقتصادی انسانی در جامعه است. به عبارت دیگر آمادگی و روحیه لازم جهت انجام فعالیت‌های اقتصادی است. افرادی که دارای منش اقتصادی توسعه‌گرا و انسانی می‌باشند، آمادگی دارند که در جهت تغییر وضعیت مادی خود و هدایت آن به سمت وضعیتی مطلوب‌تر و انسانی‌تر گام بردارند.

۲-۲-۴. کنش اقتصادی

کنش اقتصادی بکارگیری عملی عقلانیت‌ها در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی است. منظور از کنش و عمل اقتصادی همان رفتارها و اعمال عینی و واقعی افراد در امر تأمین و رفاه مادی خود است. در این سطح آنچه که عملاً در جهت رفع نیازهای زیستی و مادی انجام می‌شود مورد بررسی و توجه واقع می‌شود. هر عمل و کنشی در این سطح موجب تغییر در وضعیت افراد و نیز جامعه به طور کلی می‌شود (رشاد، ۱۳۸۵).

با این توضیحات، اهمیت حاکمیت فرهنگ سالم اقتصادی بر یک نظام اجتماعی آشکار شد و نیز دریافتیم که برای دستیابی به آن باید در هر سه مرحله بینش، منش و بکارگیری عملی آموزه‌های فرهنگی مطلوب در جامعه به توسعه فرهنگی دست یافت. در این زمینه برای رسیدن به بینش مناسب باید آموزه‌های مکتبی و تجاری اسلام را گسترش داد و جهت تقویت منش اقتصادی مورد نظر اسلام به نحوی فضا سازی کرد که این فضا مملو از ذکر خدای سبحان و یاد معاد باشد تا بستر لازم برای کنش‌ها و

رفتارهای متناسب با آموزه‌های اسلامی فراهم گردد. البته دامنه این فضا سازی بسیار گسترده بوده و از نوع رفتار حکومت و دولت گرفته تا چگونگی طراحی و معماری شهرها و ... را در بر می‌گیرد.

۲-۳. معماری اسلامی در بازارها و اماکن کسب و کار

در معماری اسلامی، بنا شدن مسجد جامع و سایر مساجد در کنار بازار، با برنامه‌های مذهبی، ارائه دروس، پند و موعظه و سایر تمهیدات، منجر به افزایش سطح فرهنگ بازاریان می‌شد و آنان را از مسائل حقوقی، سیاسی و اقتصادی آگاه می‌ساخت. صفوف نمازهای جماعت، افراد غنی و فقیر، زکات دهنده و زکات گیرنده را در کنار هم جمع می‌کرد و نذورات، کفارات، صدقات و فطریه را جمع آوری و به مستحقان آن می‌رساند. از طرفی وجود مدرسه‌های علمیه در کنار بازارهای اسلامی، موجب می‌شد تا بازاریان پاره‌ای از اوقات خود را وقف فرا گرفتن قرآن و مسائل فقهی به خصوص مسائل تجارت اسلامی کنند. بازارهای اسلامی طوری ترتیب داده شده بود که مسجد جامع، معبر و مدخل آن، باشد تا بازاریان با یاد خدا وارد بازار شوند و به کسب و تجارت بپردازند و به هنگام بازگشت به نماز بپردازند. اینگونه پیوندها در اسلام میان مسجد و اقتصاد، فضای اسلامی اقتصاد و بازار را آنچنان می‌ساخت که روح اسلامی در بازار حاکم بود و همین فضا تا حدود بسیار زیادی از بی‌عدالتی‌ها می‌کاست و همانطور که پیامبر اعظم (ص) فرمودند: «بازار مسلمانان همانند مصلاهی مسلمین است» (کلینی، ۱۳۸۷، ج ۵، ص ۱۵۵).

در یک نگاه کلی اگر به بنای بازارهای اسلامی بنگریم می‌بینیم که اولاً بازار اغلب به مساجد جامع ختم می‌شود که نشان دهنده جهت اقتصاد و تجارت مسلمانان است، یعنی هدف با محور فعالیت‌های اقتصادی جامعه رسیدن به خدا و کمال است. ثانیاً همانطور که معماران و مهندسان شهرسازی تعبیر کرده‌اند، بازار همچون ستون فقرات یک انسان است و این همان تعبیری که خداوند متعال در قرآن کریم برای مال کرده است: «... أَمْوَالُكُمْ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا ...» (... اموالی که خداوند مایه قوام شما قرار داده است ...) (نساء: ۵) و مسجد جمعه یا جامع به منزله رأس شهر است و هرگاه بانگ

اذان از گلدسته‌ها طنین‌انداز می‌شود، بازاریان و مردم داد و ستد را رها ساخته و به سوی نماز بشتابند. ثالثاً نتیجه این فضاسازی اسلامی برای بازار، سرشار کردن دل‌های مردم و بازاریان از صفا و صداقت و درستی و اعتماد بود (بی‌آزار شیرازی، ۱۳۷۴، صص ۸۰-۱۱۰).

۲-۴. مسأله نظارت بر بازار

نظارت بر بازار از جمله ارکان اساسی برای رسیدن به یک نظام صنفی مطلوب است. این مهم از دیر باز مورد توجه بوده و در گذشته از وظایف محتسب که مسؤلیت اجرایی امر به معروف و نهی از منکر را بر عهده داشت صورت می‌گرفته است. با توجه به اصل فراگیر امر به معروف و نهی از منکر در فرهنگ اسلامی، اموری چون مراقبت در اجرای درست قواعد شرعی و وظایف مذهبی - اجتماعی مسلمانان، مقررات اهل ذمه و حفظ مصالح عمومی جامعه شهری بخشی از وظایف امروزی شهرداری، شهربانی و دادستانی بوده است. از اهم وظایف این افراد رسیدگی به اوزان و پیمانه‌ها، گردآوری مالیات‌ها و گاه داوری میان پیشه‌وران به شمار می‌رفته است.^۱ این مسأله در سیره پیامبر اعظم (ص) نیز مشهود است؛ ایشان پس از فتح مکه، سعد بن سعید بن العاص را بر بازار مکه، و عمر بن خطاب را به نظارت بر بازار مدینه گماشتند. حضرت امیرالمؤمنین علی (ع) نیز در بازارها تازیانه در دست، قدم می‌زدند و بازاریان را پیوسته به تقوی، اخذ حق و اعطای آن سفارش می‌کردند.

قلمرو وظایف محتسبین، ضمن مراقبت بازارها از معاملات غیر منصفانه بازرگانان، پیشه‌وران، دلالان و اصناف، رسیدگی به امور اوزان، مقادیر و پیمانه‌ها بوده است. محتسب از رباخواری جلوگیری می‌کرد و حتی سکه‌ها را بررسی می‌کرد و درستی عیار آن‌ها را می‌سنجید. از دیگر وظایف محتسب رسیدگی به بهداشت فرآورده‌ها و ابزار و وسائل تولید و دکان‌های پیشه‌وران و بازارهای آنان و نیز بررسی ساعات کار درستی کار و گاهی آزمایش صاحبان حرف و مشاغل بود. آن‌ها اصناف را بر تولید مقداری معین از محصول خود ملزم می‌ساختند تا بیش از نیاز تولید نکنند و از احتکار بر اساس حدیث نبوی (ص) «الجالب مرزوق و المحتکر ملعون» (صدوق، ۱۳۵۴، ص ۳۹۰) و

«لا یحتکر إلاً خاطی» (پاینده، ۱۳۸۲، ص ۶۸۰) منع می‌کردند. همچنین بر نرخ کالاها که به هنگام ضرورت از طریق شورای کارگزاران حکومت و خبرگان بازار تعیین می‌شد نظارت داشتند و در صورت مشاهده تخلف ابتدا از فرد متخلف تعهد می‌گرفتند و اگر این فعل ناپسند ادامه می‌یافت او را از بازار اخراج می‌کردند. مجازات‌هایی که محتسب مختار بود بدون مداخله سایر مقامات قضائی اعمال کند عبارت بود از توبیخ و ضرب^۹ و تشهیر^{۱۰}. این شواهد تاریخی و نیز تجربیات معاصر همگی بیانگر ضرورت نظارت خارجی در یک نظام صنفی است که در هر برهه باید از طرف حاکم شرع سامان بگیرد. اما بعد دیگر از نظارت که کارایی آن بسیار بیشتر و از ضمانت بالایی برخوردار است، نظارت درونی یعنی همان چیزی که از ارتقاء فرهنگ تجاری اسلامی و گسترش آموزه‌های اسلامی در جامعه پدیدار و البته موجب قوام بازار مسلمین می‌شود. چرا که اعتقاد به معاد و یا همان معاد باوری، به عنوان یکی از اساسی‌ترین ارکان اصول دین اسلام و یکی از اجزاء تفکیک‌ناپذیر هسته مرکزی ایدئولوژی اسلامی به شمار رفته و عامل معاد باوری در نظام اقتصادی اسلام، به عنوان یک مؤلفه مهم انگیزشی در دو مقام کاربرد اساسی دارد؛ اول در مقام تشویق و ایجاد انگیزه برای انجام فعالیت‌های اقتصادی خداپسندانه همچون اعطای وام‌های نیکو، انفاق در راه خدا و... و دوم در مقام بازدارندگی از کلیه فعالیت‌هایی که منجر به آسیب به پیکره اجتماعی و اقتصادی جامعه اسلامی می‌شود. در این میان نقش بازدارندگی اعتقاد به معاد به عنوان یک ناظر قوی درونزا و مقوم انواع نظارت‌های خارجی و برونزا، انکار ناپذیر بوده و در منابع اسلامی بدان تأکید فراوان شده است. در اقتصاد اسلامی بدون تقویت معاد باوری دست یابی به یک فرآیند نظارتی تضمین شده امکان‌پذیر نیست.

در این نوشتار تلاش شد تا مؤلفه‌های لازم برای اصلاح ساز و کار نظام صنفی عرضه و تقاضا، بررسی و تبیین شود؛ این بررسی منجر به نتایجی شد که تحقق آن‌ها منوط به اعمال پیشنهاداتی است که به هر دو مورد در بخش پایانی مقاله بدان اشاره شده است. اما آنچه که واضح است، لزوم ادامه و گسترش پژوهش‌های کاربردی در این زمینه و به ویژه در ارتباط با هر یک از مؤلفه‌های چهارگانه مذکور در مقاله است.

جمع‌بندی و ارائه پیشنهادات

- با توجه به مطالبی که در مقاله گذشت، نتیجه می‌شود که برای دستیابی به یک نظام صنفی مطلوب، چهار عامل اساسی زیر ضروری است.
- ✓ گسترش فرهنگ تجاری اسلام و آموزه‌های فقهی و اخلاقی اسلامی و اجرای آن در حوزه اصناف.
 - ✓ سیاستگذاری و برنامه ریزی صحیح اقتصادی برای اصناف.
 - ✓ طراحی، مکان‌یابی و معماری صحیح بازارها و اماکن صنفی در فرآیند شهرسازی و ایجاد مراکز تجاری
 - ✓ نظارت صحیح برونی و درونی بر واحدهای صنفی.
- در راستای نتایج چهارگانه فوق که توضیحات هر یک در مقاله گذشت، در راستای هر یک از موارد فوق موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:
- ✓ مراکزی که مسئولیت امور علمی جامعه را به عهده دارند باید مسأله تدوین و تأمین مواد علمی مورد نیاز فعالان کسب و کار را از دغدغه‌های اصلی خود قرار دهند و برای هر صنف بنا بر اقتضای شرایط آن، تهیه و تدوین نمایند.
 - ✓ مراکز دولتی باید با برگزاری دوره‌های تخصصی، منابع تدوین شده را که شامل مسائل اقتصادی و آموزه‌های غنی اسلامی مربوط به فعالان کسب و کار می‌شود، را به طور جدی ترویج دهد.
 - ✓ معرفی کاسبان نمونه، گسترش فعالیت‌های رسانه‌ای در این حوزه و احتساب امتیازات ویژه برای واحدهای صنفی نمونه از جمله مواردی است که باید به عنوان مشوق مورد عنایت واقع شوند.
 - ✓ در حیطه سیاستگذاری و برنامه‌ریزی صحیح اقتصادی برای اصناف، شرایط لازم برای رسیدن به اهدافی همچون استفاده بهینه از توان بالقوه واحدهای خرد، مشارکت بیشتر اصناف در امر صادرات، اصلاح روند بی‌رویه واردات مصنوعات خارجی، ایجاد بازارهای مشترک و ارتقاء روابط واحدهای صنفی با سایر کشورها و به ویژه کشورهای اسلامی فراهم شود.

✓ برای بهبود و اصلاح طراحی، مکان یابی و معماری صحیح بازارها و اماکن صنفی رعایت موارد مهمی چون ملاحظه نیازهای خاص محلی و جغرافیایی، آمایش مناسب صنوف، و به ویژه فراهم ساختن مکان مناسب برای سه امر؛ اول مکانی برای ترویج علوم و آموزه‌های لازم به فعالان کسب و کار، دوم مکانی در شأن عبادت و مناجات با خدای سبحان که یادآور معاد به عنوان ضمانت اصلی عمل به آموزه‌ها باشد و سوم مکانی برای حضور ناظرین در تمامی ساعات فعالیت بازارها.

✓ در خصوص مسأله نظارت صحیح که به عنوان رکن مواردی چون استفاده از روش‌های نوین تجارت الکترونیک (مانند سامانه رقم گذاری کالاها و خدمات و یکپارچه سازی قیمت‌ها)، برخورد متناسب و وضع مجازات‌های کارا و پیشگیری و پیگیری، اهمیت بیشتر به نظارت و شناسایی جرایم جدید پیشنهاد می‌گردد.

یادداشت‌ها

1. Guild
2. Encarta

۳. «فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَاذْنُوا بِحَرْبٍ مِنْ اللَّهِ وَرَسُولِهِ» (بقره: ۲۷۹).

۴. اگر معلوم بوده باشد و الا بیع آن مانعی ندارد.

۵. آوازی که مخصوص مجلس لهو و لعب است، غنا است؛ اگر چه در غیر آن مجلس خوانده شود.

۶. اما فروختن غلاف و کاغذ و جلد آن جایز است.

۷. پارچه بافی.

۸. برای اطلاعات بیشتر ر.ک. شهبازی، ۱۳۷۸، ص ۷.

۹. قفا زدن و زدن چوب و تازیانه.

۱۰. گرداندن خفت بار در معابر.

کتابنامه

قرآن کریم

- ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴ق.)، لسان العرب، بیروت: بی‌نا.
- آزاد، محمد (۱۳۸۷)، گزارش سالانه روز اصناف، تهران: بی‌نا.
- اعتصامی، منصور (۱۳۷۳)، مالکیت تجاری در اسلام، تهران: مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
- اکبری، بهمن (۱۳۷۵)، حقوق بازرگانی در اسلام، تهران: مؤسسه مطالعات بازرگانی.
- بی‌آزار شیرازی، عبدالکریم (۱۳۷۴)، ترجمه آوایی و تفسیر پیوسته سوره جمعه، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- پاینده، ابوالقاسم (۱۳۸۲)، نهج الفصاحه مجموعه کلمات قصار حضرت رسول (ص)، تهران: بی‌نا.
- حکیمی، سیدمحمد رضا (۱۳۶۳)، الحیة الموسوعة اسلامیه، ترجمه احمد آرام، قم: مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی، ج ۵.
- الخمينی، روح اله (۱۳۷۹)، تحرير الوسيلة، قم: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
- دهخدا، علی‌اکبر (بی‌تا)، لغتنامه دهخدا، تهران: بی‌جا.
- رشاد، علی‌اکبر (۱۳۸۵)، «رابطه فرهنگ و اقتصاد»، گزارش همایش ملی مهندسی فرهنگی، تهران.
- شیخ بهایی، محمد بن حسین (۱۲۶۴ق.)، جامع عباسی و تکمیل آن (محشی)، بی‌جا: بی‌نا.
- صدوق (۱۳۵۴)، التوحید للصدوق، قم: جامعه مدرسین.
- طوسی، محمد بن حسن، شیخ طوسی (۱۳۸۵)، تهذیب الاحکام فی شرح المقنعه، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- کلینی، ابو جعفر محمد بن یعقوب (۱۳۸۷)، اصول کافی، قم: مؤسسه دارالحدیث العلمیه الثقافیة.
- مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی (۱۳۸۵)، بحار الأنوار، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- مشکینی، میرزا علی (۱۴۱۶ق.)، اصطلاحات الأصول و معظم أبحاثها، قم: نشر الهادی.
- مصطفوی، حسن (۱۳۶۰)، التحقیق فی کلمات القرآن الکریم، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- مهیاری، رضا (۱۳۸۵)، فرهنگ أبجدی عربی - فارسی، بی‌جا: بی‌نا.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی