

مقدمه

یکی از اساسی‌ترین مباحث دانش اقتصاد با نگرش خرد، انتخاب و تعیین مقدار بهینه تولید و استخراج منحنی عرضه مؤسسه تولیدی و صنعتی در کوتاه‌مدت و بلندمدت است. در اقتصاد خرد، مقدار بهینه تولیدکننده بازار رقابت کامل، یعنی کارآمدترین بازار اقتصاد سرمایه‌داری، مقداری است که سود او حداکثر شود. مقدار تولید بهینه مؤسسه تولیدی در این بازار، مقداری است که در آن قیمت بازاری با هزینه نهایی او برابر باشد.

در بررسی رفتار انسان اقتصادی مسلمان، این پرسش مطرح است که آیا انگیزه تولیدکننده مسلمان نیز مانند انسان اقتصادی بازار رقابت کامل حداکثرسازی سود است، یا تفاوت دارد؟ اصولاً میان یک مؤسسه تولیدی در بازار اسلامی با مؤسسه تولیدی در بازار رقابت کامل چه تفاوت‌هایی وجود دارد؟ این مقاله با روش تحلیلی - مقایسه‌ای به دنبال تبیین تفاوت‌های اساسی میان مقدار بهینه تولیدکننده مسلمان در بازار اسلامی و بازار رقابت کامل است. فرض مقاله، تولید کالای ضروری و واجبات نظامیه توسط مؤسسه تولیدی مسلمان در بازار اسلامی است. فرض دیگر مقاله بازار ایده‌آلی است که برحسب درجه ایمان و تقوا انعطاف‌پذیر است. به عبارت دیگر، هر قدر درجه ایمان و تقوا بیشتر باشد به این بازار نزدیک‌تر است و بالعکس. منظور از «بازار»، بازاری است که بر پایه مبانی اسلامی و راهبردهای برگرفته از آموزه‌های اسلامی شکل گرفته باشد. تعریف ما از «بازار اسلامی» بازاری است که دارای چند ویژگی: تطابق با شرع و اخلاق اسلامی، به‌ویژه حاکمیت صداقت بر آن و هدایت و سیاست‌گذاری شده توسط دولت (حاکمیت اسلامی) باشد.

فرضیه مقاله این است که مؤسسه تولیدی در بازار اسلامی به‌دنبال کسب سود حلال منصفانه برای تأمین هزینه‌های زندگی و انجام مسئولیت‌های شرعی و اجتماعی خویش است و مؤسسه تولیدی و صنعتی در تولید کالاهای ضروری و واجبات نظامیه نسبت به مؤسسه مشابه آن در بازار رقابت کامل کارآتر عمل می‌کند.

پیشینه بحث

کتاب‌ها و مقالات متعددی به صورت مستقل یا استطرادی درباره عرضه در بازار اسلامی بحث کرده‌اند؛ از جمله مجموعه مقالات گردآوری‌شده در کتاب *مباحثی در اقتصاد خرد نگرش اسلامی*، به قلم سیزده تن از اندیشمندان اقتصاد اسلامی که توسط حسین صادقی (۱۳۷۵) ترجمه شده است. چهار مقاله از مجموعه مقالات این کتاب مربوط به عرضه مؤسسه تولیدی و بازار اسلامی است.

درآمدی بر شکل‌گیری قیمت و تعیین مقدار تولید در بازار اسلامی

smk_rajae@yahoo.co.uk

سیدمحمد کاظم رجائی رامشه / دانشیار مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۱۳ - پذیرش: ۱۳۹۴/۳/۱۸

چکیده

یکی از مباحث مهم در اقتصاد خرد با نگرش اسلامی چگونگی شکل‌گیری قیمت و مقدار تولید در بازار اسلامی است. در این مقاله با استفاده از روش تحلیلی به بررسی این فرضیه می‌پردازیم که بازار اسلامی نسبت به بازار رقابت کامل، در فرض ثبات سایر شرایط، از مقدار تولید بیشتر و قیمت کمتر برخوردار است. یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که تولیدکننده مؤمن در چارچوب شریعت، به‌دنبال «کسب سود حلال منصفانه برای تأمین هزینه‌های زندگی و انجام مسئولیت‌های شرعی و اجتماعی خویش» در بازار اسلامی است. این امر موجب کاهش هزینه و افزایش بهره‌وری بنگاه تولیدی در بازار اسلامی و در نتیجه انتقال منحنی عرضه مؤسسه تولیدی به سمت راست می‌شود. دو عامل؛ بهره‌وری بالا و هزینه نسبتاً پایین و سایر تفاوت‌ها موجب می‌شود بازار اسلامی نسبت به بازار رقابت کامل، با ثابت بودن سایر شرایط، از مقدار تولید بیشتر، قیمت کمتر، پایداری بیشتر، کارایی بالاتر و رفاه بیشتری برخوردار باشد.

کلیدواژه‌ها: انگیزه تولیدکننده مسلمان، بنگاه تولیدی اسلامی، منحنی عرضه مؤسسه تولیدی، بازار اسلامی، مقدار بهینه تولیدکننده مسلمان.

طبقه‌بندی JEL: D13، P22، P4

منذر قحف تصریح می‌کند: برای حداکثر کردن سود مؤسسه تولیدی، نباید از قوانین بازی اقتصاد اسلامی تخطی شود. دو تفاوت عمده میان جامعه اسلامی و سرمایه‌داری وجود دارد: اولاً، میزان دخالت دولت در جامعه اسلامی و در نتیجه، بازار اسلامی بیشتر است. ثانیاً، امور اخلاقی غیرمکتوب در بازار اسلامی نسبت به سرمایه‌داری کنترل بیشتری دارد.

محمد عبدالمنان مقاله‌ای با عنوان «اهداف و رفتار بنگاه در ساختار اسلامی» ارائه کرده است. وی معتقد است: رفتار مؤسسه تولیدی در بازار اسلامی نمی‌تواند با یک هدف منحصر به فرد هدایت شود. اهداف موردنظر ممکن است از یک بنگاه تا بنگاه دیگر، با توجه به ماهیت عملیات آنها، شرایط تقاضا و ضرورت‌های رفاه تغییر کند. ملاحظات اقتصاد اسلامی و رفاه اجتماعی ممکن است مؤسسه تولیدی را به تولید محصول، به گونه‌ای غیربهنه بکشاند، به صورتی که در اقتصاد بازار مشاهده می‌شود. بنابراین، در حداکثر کردن سود در اقتصاد اسلامی، ممکن است دامنه‌ای از تولید وجود داشته باشد.

م.م. متوالی در مقاله‌ای با عنوان «مدل رفتاری بنگاه اسلامی» بیان می‌کند که رفتار مؤسسه تولیدی در بازار اسلامی، مطابق تعلیمات و قوانین اقتصاد اسلامی، سبب می‌گردد که در ساختار هزینه‌ای مشابه، محصول و قیمت تعادلی در مقایسه با مؤسسه تولیدی غیراسلامی، بیشتر باشد.

محمد نجات‌الله صدیقی در مقاله‌ای با عنوان «رفتار تولیدکننده اسلامی»، تصریح می‌کند: به سبب کاهش تقاضا، منابع کمتری به تولید کالاهای لوکس تخصیص می‌یابد. در پی آن، منابع بیشتری به تولید کالاهای ضروری تخصیص خواهد یافت؛ منابع بیشتری به تولید کالاها و خدمات فرهنگی اختصاص خواهد یافت، و به دنبال افزایش تقاضا برای فراغت، زمان بیشتری صرف فرهنگ خواهد شد. اگر تولیدکننده نیز اسلامی رفتار کند، نمی‌تواند همواره تحت تأثیر انگیزه حداکثر سود قرار داشته باشد و رفتار عقلایی وی به حدودی که توسط روح اسلام مشخص شده است (عدالت و انگیزه خدمت به جامعه یا نوع‌دوستی) منحصر می‌شود. لازم است با توزیع مجدد، قدرت خرید بیشتری در اختیار فقرا قرار گیرد؛ به صنایع تولیدی کالاهای ضروری و فرهنگی یارانه اعطا شود و تولیدکننده تصمیم به تحمل زیان‌های ناشی از تولید این کالاها را داشته باشد؛ زیرا سازوکار بازار، حتی تحت تأثیر روح اسلام، قادر به از بین بردن شکاف مزبور نیست.

انصاری و همکاران او، در کتاب *درآمدی به مبانی اقتصاد خرد با نگرش اسلامی* (۱۳۷۷)، از منطق عرضه‌کننده و بازار اسلامی نیز بحث کرده‌اند. از چشم‌انداز دیدگاه‌های رایج مربوط به هدف مؤسسه تولیدی، دیدگاه «بیشینه ساختن سود» رایج‌ترین نظریه تولید بوده و هنوز جانشینی برای آن یافت نشده است. طبق اصول «عدالت» و «احسان»، تولیدکننده مسلمان هیچ تضادی میان اهداف خود و دیگر

تولیدکنندگان نمی‌بیند و گاهی حتی رقیب را بر خود مقدم می‌سازد و یا برای ابقا و رشد بنگاه‌های دیگر تلاش می‌کند. این کتاب در ادامه، تفاوت‌های جوامع اسلامی و سرمایه‌داری و در نتیجه، بازار اسلامی و رقابت کامل را در سه نمونه قانون، نظارت از درون، و اخلاق خلاصه می‌کند.

مرتضی عزتی در مقاله «نظریه رفتار تولیدکننده مسلمان» (۱۳۸۹) تلاش کرده است با نگاهی به نظریه‌های ارائه‌شده درباره انگیزه، از ادبیات موضوع جمع‌بندی داشته باشد و سپس با توجه به مفهوم گسترش‌یافته «مطلوبیت»، هدف انسان (تولیدکننده) را حداکثرکردن مطلوبیت دنیوی و اخروی معرفی کند و با تمرکز بر موضوع «انگیزه»، هدف و الگوهای بهینه‌یابی رفتار تولیدکننده مسلمان، تبیینی تکمیلی در این باره ارائه دهد. وی در مقاله‌ای دیگر، «الگوی رفتار تولیدکننده باورمند به زندگی پس از مرگ» (۱۳۹۳) معتقد است: تولیدکننده با هزینه‌کردن در راه خداوند متعال، در فرایند تولید چیزی بیش از سود به دست می‌آورد.

ابوالفضل اکرامی در مقاله «بازار در تمدن اسلامی» (۱۳۷۵)، منصور زراءنژاد (۱۳۸۲)، اکبریان و دیانتی در مقاله «ویژگی‌های بازار اسلامی و نقش دولت در آن» (۱۳۸۶)، رجایی در مقاله «ویژگی‌های بازار اسلامی در نظریه و عمل» (۱۳۸۹) پس از بحث مفهومی، ویژگی‌های بازار اسلامی و وظایف و فعالیت‌های آن را بررسی کرده‌اند.

پورفرج (۱۳۸۶)، در مقاله خود، ابعاد بازار اسلامی را تبیین و آن را با بازار سرمایه‌داری مقایسه کرده و معتقد است: بازار با قواعد اسلامی، به دنبال بالاترین سطح کارایی، بیشترین فرایند تعادل و اساسی‌ترین سطح رفاه است، و الگوی بازار اسلامی، الگویی است که در این قواعد، بر همه الگوهای دیگر بازار برتری دارد.

این مقاله با روش مقایسه‌ای و با دو بیان توصیفی و نموداری، به دنبال تعیین مقدار بهینه مؤسسه تولیدی، استخراج منحنی عرضه آن و عرضه صنعت و تعادل در بازار اسلامی است. تمایز این مقاله نسبت به مقالات موجود، ارائه ایده‌های جدید و توسعه دامنه بحث به صنعت در دو زمان کوتاه‌مدت و بلندمدت است.

هدف مؤسسه تولیدی

تولیدکننده مؤمن برای جلب منفعت و کسب درآمد و روزی حلال برای خود و خانواده‌اش تلاش می‌کند. او در فعالیت اقتصادی خود، به خداوند رزاق امید بسته (هود: ۶) و به او توکل دارد (طلاق: ۵)؛ همچنان‌که قبض و بسط روزی را به دست او می‌داند (شوری: ۱۲).

تکالیف و وظایف شرعی تصمیم‌گیران مؤسسه تولیدی را وادار می‌کند که در چارچوب شرع حرکت کنند و برای کسب روزی حلال اهمیت ویژه‌ای قایل باشند. بنابراین، کم‌فروشی، غبن، غش، فریب، تبلیغات دروغین و امثال اینها در رفتار مؤمن جایی ندارد. او به دنبال جلب منفعت حداکثری دنیا و آخرت خویش است. البته منافع اخروی و فلاح و رستگاری او در توجه به خدا و خلق خداست. هر قدر درجهٔ ایثار و فداکاری انسان اقتصادی در جامعه به قصد جلب رضای خداوند متعال بیشتر باشد، درجهٔ قرب ربوبی او بیشتر خواهد بود. در نتیجه، به فلاح و رستگاری نزدیک‌تر خواهد شد. مؤمن تلاش دارد همهٔ فعالیت‌های خود را رنگ الهی و در نتیجه، عبادی بزند، تا افزون بر سود دنیوی، به پاداش اخروی نیز دست یابد. گرچه او در چارچوب احکام شرع و اخلاق اسلامی حرکت می‌کند و به دنبال بیشینه کردن سود مادی شخصی به هر طریق ممکن نیست و منافع اخروی خود را بر دنیوی ترجیح می‌دهد، ولی در انتخاب مقدار تولید خود، به منافع شخصی دنیوی مشروع خویش نیز توجه می‌کند.

سودی را که در چارچوب ضوابط فقهی و اخلاقی باشد و با منافع اخروی شخص در تعارض نباشد «سود حلال منصفانه» می‌نامیم. بر این اساس، می‌توان گفت: تولیدکنندهٔ مؤمن در بازار اسلامی، به دنبال کسب سود حلال منصفانه برای تأمین هزینه‌های زندگی و انجام مسئولیت‌های شرعی و اجتماعی خویش است. گرچه تصمیم‌گیران مؤسسه تولیدی به عنوان خواص اولیا در نظر گرفته نشده‌اند، ولی فرض بر این است که به دنبال کسب سود حلال منصفانه برای انجام مسئولیت‌های شرعی در قبال خانواده و اجتماع خویش هستند. طبیعی است که هرچه حساسیت این تصمیم‌گیران در انجام مسئولیت‌ها بیشتر باشد درجهٔ اسلامی بودن مؤسسه تولیدی بیشتر خواهد بود.

این پرسش مطرح می‌شود که آیا توصیه به کمک و انفاق به دیگران و توجه به خیرات، مانع کسب سود حلال است؟ به نظر می‌رسد باید میان تولید و توزیع تفکیک کرد. توصیه نسبت به انفاق، بخشش از سود حلال است. «سود» مازاد درآمد ناشی از فعالیت اقتصادی بر هزینه است. گرچه باید با پرداخت انفاق فعالیت اقتصادی و فرایند تولید برکت یابد، ولی تعاون و همیاری با کارایی و هدف سودآور بودن فعالیت اقتصادی نه تنها تعارض ندارد، بلکه کاملاً با آن هماهنگ است. هرچه تلاش بیشتر، درآمد بیشتر، و در نتیجه، قدرت انفاق بیشتر. در این صورت، تأمین هزینه‌های زندگی و نفقهٔ خانواده راحت‌تر و انجام مسئولیت‌ها نسبت به جامعه بهتر صورت می‌گیرد. تنها چیزی که با انجام مسئولیت‌های انسان در جامعه هماهنگ نیست سود از طریق نامشروع و غیرمنصفانه است. بنابراین، تنها کسب سود در خارج از چارچوب بازار اسلامی است که مشکل‌آفرین می‌شود.

اصل ورود به فعالیت‌های سودآور و کسب سود حلال و در چارچوب شرع، گاهی ممکن است

تکلیف هم باشد (حرامی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۱۹). سرپرست خانواده‌ای را فرض کنید که با درآمد خود، از سطح زندگی کمتر از عرف جامعه برخوردار باشد. آیا این سرپرست خانواده می‌تواند از دریافت سود منصفانه پرهیز کند؟ به نظر می‌رسد اعراض از پذیرش سود منصفانه با تکلیف نفقهٔ خانواده - که واجب است - سازگار نیست. بنابراین، مؤسسه تولیدی در بازار اسلامی به دنبال کسب سود حلال منصفانه برای تأمین هزینه‌های زندگی و انجام مسئولیت‌های شرعی و اجتماعی است.

از سوی دیگر، به سبب مذموم بودن حرص در امر دنیا (حرامی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۵۶ و ۵۷) و قانع بودن به سود منصفانه (همان، ص ۲۹۶ و ۳۹۶)، حداکثرسازی سود به هر قیمتی منع شده است. از سوی دیگر، لزوم تأمین ضرورت‌های زندگی، توصیه به توسعهٔ سطح زندگی در درون خانواده، و جوب کفایی فعالیت در جهت تأمین نیازمندی‌های جامعه (بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ص ۱۴۳)، عبادت بودن فعالیت اقتصادی، و حرمت اتلاف منابع و معطل گذاردن سرمایه و نیروی انسانی، مؤسسه تولیدی را وادار به فعالیت هرچه بیشتر و در نتیجه، کسب درآمد و سود هرچه بیشتر می‌کند. به عبارت دیگر، محرک‌های انسان اقتصادی مسلمان برای انجام فعالیت اقتصادی و در نتیجه، کسب روزی حلال با محرک‌های انسان اقتصادی نظام سرمایه‌داری متفاوت است.

بنابراین، تابع هدف مؤسسه تولیدی «سود منصفانه» است که عبارت است از: درآمد حلال منهای هزینه‌های برآوردشده یا انجام‌شده در چارچوب شرع و اخلاق اسلامی. سود منصفانه حلال یک نقطه نیست، بلکه طیف وسیعی از حداقل تا حداکثر از آن را می‌توان فرض کرد. این تابع را مورد ملاحظه قرار می‌دهیم و حداکثر آن را به دست می‌آوریم.

تفاوت‌های اساسی مؤسسه تولیدی فعال در بازار اسلامی با بازار رقابت کامل

ویژگی‌های انسان اقتصادی مسلمان و ویژگی‌های بازار اسلامی - یعنی: تطابق با شرع، حاکمیت اخلاق، صداقت و هدایت و نظارت دولت - موجب می‌شود مؤسسه تولیدی در بازار اسلامی از مؤسسه تولیدی اقتصاد سرمایه‌داری به شکل‌های ذیل متفاوت باشد:

الف. عمل به تکلیف و رعایت اخلاق اسلامی

در اقتصاد اسلامی، دستورهای فقهی و اخلاقی در تنظیم رفتار مؤسسه تولیدی نقش فعال دارند. با فرض اینکه خانواده‌ها، عموم مسلمانان و دولت اسلامی وظیفهٔ خود نسبت به تعلیم و تربیت را انجام دهند و جامعه به خوبی مدیریت شود، به‌طور معمول، مؤسسه تولیدی بر اساس قوانین شریعت عمل می‌کند و به

تولید کالاها و خدمات منع شده در شرع اقدام نمی‌نماید؛ همچنانکه اخلاق اسلامی را نیز رعایت می‌کند. مؤسسه تولیدی از استثمار نیروی کار و صاحبان عوامل تولید هم می‌پرهیزد و تبعیض روا نمی‌دارد. در بازار اسلامی، مؤسسه تولیدی به دنبال کسب سود حلال منصفانه برای تأمین هزینه‌های زندگی و انجام مسئولیت‌های شرعی و اجتماعی است. باید چیزهایی در جامعه اسلامی تولید شود که جامعه به آنها نیاز دارد. ممکن است انجام مسئولیت‌های شرعی و اجتماعی نیازمند فداکاری و ایثار باشد. در این صورت، ممکن است مؤسسه تولیدی در کوتاه‌مدت برای انجام این مسئولیت‌ها در تولید برخی کالاها - به انگیزه نفع اخروی - سود متغیر منفی را نیز برحسب وظیفه به نحو ایثار تحمل کند. به عبارت دیگر، مؤسسه تولیدی در کوتاه‌مدت با قیمت کمتر از حداقل منحنی هزینه متوسط متغیر $P < MinAVC$ نیز ممکن است ایثارگرانه تولید کند. آنچه منشأ این تمایز می‌شود تعمیم نفع فردی بر نفع اخروی است.

ب. جهت‌دهی تولید به سمت تولید کالاهای ضروری و پویایی کالاهای ضروری

به سبب تکلیف همگانی نسبت در تأمین نیازمندی‌های جامعه، عمده منابع به تولید کالاهای ضروری اختصاص می‌یابد. نیاز ممکن است - مانند پوشاک و مواد غذایی - ضروری باشد، به گونه‌ای که اگر چنین کالایی در جامعه نباشد اختلال در زندگی پدید آید. تولید این نوع کالاها و خدمات واجب کفایی است (فانی اصفهانی، ۱۴۰۱ق، ج ۲، ص ۲۹). بنابراین، اگر کالا یا خدمتی مانند بسیاری از کالاها و خدمات پزشکی نیاز جامعه باشد، به گونه‌ای که بدون این کالا یا خدمت اختلال در زندگی مردم پدید می‌آید، تولید آن واجب کفایی است و باید به عنوان یک تکلیف شرعی کار تولید صورت بگیرد، و اگر کسانی که از عهده انجامش برمی‌آیند از آن خودداری کنند مسئول‌اند.

در فقه، اصطلاحی به نام «واجبات نظامیه» وجود دارد. «واجبات نظامیه» یعنی: کالاها و خدماتی که نظام جامعه به آنها محتاج است و اگر اختلال یا کمبودی در آنها پدید آید نظام جامعه مختل می‌شود. برای مثال، تولید کالاهای کشاورزی مانند گندم، علوفه دام و دام در حدی که نیاز جامعه برآورده شود جزو واجبات نظامیه است. اگر کسانی بتوانند کشاورزی کنند و مواد مصرفی نیاز جامعه را تأمین نمایند، ولی تبلی کنند یا دنبال سود شخصی بروند و دنبال کارهایی بروند که منفعت بیشتری دارد و این نیازها را برطرف نکنند واجب شرعی را ترک کرده و مسئول هستند (ر.ک: مصباح، ۱۳۶۱).

به سبب توازن اقتصادی، در جامعه اسلامی تفاوت فاحش در سطح زندگی خانواده‌ها وجود ندارد. از سوی دیگر، به جهت حرکت رو به پیشرفت جامعه، کالاهای ضروری مرتب در حال تغییرند و خود را با سطوح بالاتر درآمدی هماهنگ می‌سازند. (ر.ک: رجایی، ۱۳۹۲). بنابراین، از یک سو، تلاش و فعالیت

مردم برای تأمین نیازهای جامعه رو به افزایش است و در نتیجه، کالاهای جدید ابداع و به جامعه عرضه می‌شود. و از سوی دیگر، سطوح درآمدی آحاد جامعه در حال افزایش است. در نتیجه، تقاضا برای مصرف کالا برای خود و دیگران ارتقا می‌یابد. همچنین به سبب توازن در سطح زندگی جامعه، کالاهای ضروری سطحش با سطح درآمد عموم هماهنگ و برای بخش قابل توجهی از جمعیت ضروری است.

ج. منتهی نشدن به انحصار

توکل بر خداوند در کسب روزی حلال، تولید بر اساس تکلیف، و رعایت اخلاق اسلامی در فضای کسب و کار سبب می‌شود مؤسسه تولیدی از فراهم آوردن زمینه‌های منع ورود سایر مؤسسه‌های تولیدی و در نتیجه، انحصار پرهیز کند. مؤسسه تولیدی نه تنها هیچ تعارضی میان اهداف خود و دیگر تولیدکنندگان نمی‌بیند، بلکه همه را هم جهت و هم سو با خود می‌بیند. در نتیجه، شفاف عمل می‌کند، از پنهان‌کاری پرهیز می‌نماید و نسبت به انتقال تجربه به دیگران، نه تنها بخل نمی‌ورزد، بلکه آن را یک مسئولیت تلقی و در ابقا و رشد آنها تلاش می‌کند.

د. کاهش هزینه‌ها

مؤسسه تولیدی در بازار اسلامی به علل ذیل از هزینه کمتری نسبت به مؤسسه مشابه در اقتصاد سرمایه‌داری برخوردار است:

- اعتقاد به خداوند توانا و ناظر موجب می‌شود نیروی کار، اعم از اینکه صاحب سهم یا دستمزدگیر باشد، در فرایند تولید، خداوند را ناظر فعالیت خود بداند، کم‌فروشی نکند و در تخصیص و بهره‌گیری از منابع به بهترین وجه ممکن، تلاش از خود نشان دهد. اعتقاد به قیامت و روز جزا موجب می‌شود از مال دیگران نیز همانند اموال و دارایی خود مراقبت کند. این اعتقادات هر قدر قوی‌تر باشد درجه مراقبت، بیشتر، و اتلاف منابع کمتر خواهد بود.

- به سبب آنکه مؤمنان با یکدیگر برادر و برابری میان آنها روحیه مواسات، تعاون و همیاری وجود دارد. در نتیجه، میان نیروی کار موجود در مؤسسه تولیدی از یک سو، و میان آنها و مدیر و کارفرما - برحسب درجه ایمان و تقوای افراد - نیز این روحیه وجود خواهد داشت. این روحیه موجب هماهنگی و هم‌افزایی بیشتر و در نتیجه، کاهش هزینه‌های مؤسسه تولیدی خواهد شد.

- نظارت، مراقبت و مشارکت عمومی همراه با امر به معروف و نهی از منکر به عنوان تکلیف همگانی از یک سو، و هدایت و سیاست‌گذاری مناسب و مسئولانه دولت اسلامی از سوی دیگر، زمینه‌های کاهش اتلاف و اسراف و در نتیجه، کاهش هزینه‌های مؤسسه تولیدی را فراهم می‌سازد.

- هزینه‌های جانبی و تخریبی رقابت بی‌رحمانه با سایر مؤسسه‌ها متمایل به صفر خواهد بود.
- مؤسسه تولیدی از تبلیغات مخالف واقع و فریبنده برای توسعه سهم خود از بازار استفاده نمی‌کند.
انتظار می‌رود مؤسسه تولیدی با توجه به تفاوت‌های مزبور، نسبت به مؤسسه مشابه اقتصاد سرمایه‌داری از هزینه کمتری برخوردار باشد. همچنین با ساختار کارآمدی مشابه، محصولی بیش از مؤسسه فعال در بازار رقابت کامل تولید کند.

ه. بهره‌وری

مؤسسه تولیدی به دلایل متعدد از جمله دلایل ذیل از بهره‌وری بالاتری نسبت به مؤسسه مشابه اقتصاد سرمایه‌داری برخوردار است:

- نیروی انسانی موجود در آن، اعم از متخصص و ساده، به سبب اعتقاد به مبدأ و معاد و تربیت توحیدی، خداوند را ناظر بر اعمال خود می‌داند. در نتیجه، به وسیله یک عامل مهم بازدارنده درونی و ترس از عذاب روز قیامت، مسئولیت‌پذیر و برحسب درجه این اعتقاد و تربیت، بهره‌وری بالاتری دارد.

- وجود ایمان و تقوا در نیروی انسانی، مراقبت از ابزار تولید و حساس شدن آنها نسبت به فعالیت اقتصادی و مسئولانه عمل کردن را به دنبال دارد و در نتیجه، موجب ارتقای بهره‌وری می‌شود.

- انسان اقتصادی مؤمن - برحسب درجه ایمان - اتلاف منابع، عوامل تولید و محصول را اسراف تلقی می‌کند و اضرار به غیر را حرام می‌شمارد. در نتیجه، تمام تلاش خود را در استفاده بهینه از امکانات و بازده بیشتر مؤسسه تولیدی به کار می‌برد.

- روحیه عبادت شمردن فعالیت اقتصادی و در نتیجه، تعمیم سود به سود اخروی و محاسبه کسب ثواب همراه با کسب درآمد برای فعالیت اقتصادی، موجب ارتقای انگیزه‌های درونی و در نتیجه، بهره‌وری عوامل می‌شود.

- نظارت و مراقبت عمومی با امر به معروف و نهی از منکر موجب می‌شود صاحبان عوامل تولید از کم‌کاری و کم‌فروشی پرهیز کنند.

- در اسلام، مزدبگیری کراهت دارد. در نتیجه، در بازار نهاد، نیروی کار در قراردادهای بلندمدت خود با مؤسسه تولیدی، از قراردادهای سهم‌بری استفاده می‌کند. در نتیجه، در شرایط عادی، به سهمی از تولید، که با ارزش بازده نهایی واقعی او نزدیک یا برابر باشد، توافق می‌کند. علاوه بر این، در قراردادهای دستمزد بگیری، نیروی کار دستمزد بیشتری دریافت می‌کند. طبیعی