



دانشکده الهیات و معارف اسلامی  
گروه فقه شافعی

عنوان پایان نامه:

## بررسی تطبیقی قیمت گذاری کالا در فقه اسلامی

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر جلال جلالی زاده

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر محمد جمالی

تحقیق و نگارش:

عرفان کرمی

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته فقه شافعی

پاییز ۱۳۹۴

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده الهیات و معارف اسلامی  
گروه فقه شافعی

عنوان پایان نامه:

## بررسی تطبیقی قیمت گذاری کالا در فقه اسلامی

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر جلال جلالی زاده

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر محمد جمالی

تحقیق و نگارش:

عرفان کرمی

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته فقه شافعی

پاییز ۱۳۹۴

## تشکر و سپاس:

بر خود لازم می‌دانم از زحمات و راهنمایی‌های کسانی که مرا در تدوین این پایان‌نامه یاری کردند، تشکر نمایم:

- از استاد فاضل و بزرگوارم جناب آقای دکتر جلال جلالی زاده که به عنوان استاد راهنما در این رساله، پدرانه از سر اخلاص همواره مددکار، راهنما و مشوق بنده بودند و از راهنمایی و ارشادات خود در تهیه این نوشتار دریغ نکردند.

- از استاد گرانمایه و دلسوز جناب آقای دکتر محمد جمالی که سمت استاد مشاور این رساله را بر عهده داشتند.

- از محبت‌های بی‌دریغ اساتید داور که زحمت بازخوانی و ویرایش این رساله را متقبل شدند.

- در پایان بر خود لازم می‌دانم از اطرافیانم، به خصوص همسر مهربانم که در تمام دوران تحصیل به ویژه در این مقطع از زندگی خود مایه گذاشتند و زحمات بسیاری کشیدند، صمیمانه تشکر نمایم.

## تقدیم به:

**اساتید دلسوزم و پدر و مادر** مهربانم که همیشه مرا تشویق و دلگرم به تحصیل می نمودند و نیز **همسر** مهربانم که از هیچ حمایت معنوی و دلگرمی دریغ نکرد و به همه کسانی که در تدوین این تحقیق به من کمک کردند.

## چکیده

قیمت‌گذاری کالا و خدمات یکی از مباحث مهم اقتصاد اسلامی است که از دیرباز در فقه مذاهب مورد بررسی قرار گرفته است. عدم نظارت بر قیمت‌ها، مصداق بارز تجاوز به حقوق اجتماعی است که پیامدهای زیانبار و آثار مخرب به همراه دارد و نظام حکومتی نباید در برابر آن بی‌تفاوت باشد. بنابراین حاکم اسلامی باید تحت شرایطی اقدام به نرخ‌گذاری کند، و از آنجا که این مسئله از مصادیق تعارض حقوق می‌باشد زیرا از یک سو مالک کالا حق دارد در اموال خود تصرفات مالکانه داشته باشد و از سوی دیگر جامعه نباید در مضیقه و فشار معیشتی قرار گیرد، با این حال، ترجیح با یکی از این دو حق خواهد بود. در این پایان‌نامه، احکام فقهی نرخ‌گذاری و شروط جواز و کیفیت آن بررسی می‌شود و آراء و نظریات فقها و اقتصاد دانان نیز مطرح شده و ادله و مبانی این احکام نیز مورد بحث قرار خواهد گرفت و روشن خواهد شد که در این گونه موارد که مصلحت فرد با مصالح جامعه تعارض پیدا می‌کند حقوق جامعه بر حقوق مالک تقدم و ترجیح دارد و در نتیجه حق مالک با محدودیت مواجه خواهد شد.

از همین منظر، در این پژوهش نرخ‌گذاری مورد بحث قرار گرفته و دلایل طرفداران عدم جواز و جواز بررسی می‌شود و وظیفه نرخ‌گذاری برای دولت در شرایط لازم به منظور اجرای عدالت اقتصادی تثبیت می‌شود. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد، در خصوص جواز تسعیر، میان فقها اختلاف نظر دیده می‌شود. عده ای قائل به تحریم مطلق، جمعی قائل جواز مطلق، و گروهی نیز قائل به جواز تحت شرایطی می‌باشند. در زمینه اجبار بر فروش، همگی متفق می‌باشند. در رابطه با اجناس مورد نرخ‌گذاری از نظر اختلاف نظر وجود دارد. البته آنچه که در این رابطه مشهود است، این است که تسعیر در هیچ‌یک از کالاها اشکالی ندارد. به نظر می‌رسد ریشه اختلاف در مبانی فقهی و اصولی می‌باشد، که هر فقها در مورد مشروعیت قواعدی چون «نفی ضرر و مصلحت» دارند.

## واژگان کلیدی

تسعیر، قیمت‌گذاری، بازار، اقتصاد اسلامی، نفی ضرر، مصلحت، تعزیر.

## فهرست مطالب

عنوان ..... شماره صفحه

### کلیات تحقیق

مقدمه.....	۲
أ) طرح و بیان مسأله.....	۳
ب) اهمیت و ضرورت تحقیق.....	۳
ج) اهداف تحقیق.....	۴
د) سؤالات تحقیق.....	۴
هـ) فرضیه‌های تحقیق.....	۵
و) پیشینه تحقیق.....	۵
ز) قلمرو تحقیق.....	۵
ح) روش تحقیق.....	۶
ط) ساختار تحقیق.....	۶

### ۱. فصل اول: مفهوم قیمت گذاری و احکام آن

۱-۱. تاریخچه بازار.....	۸
۱-۱-۱. بازار در تمدن اسلامی.....	۸
۱-۱-۲. شفافیت بازار.....	۱۰
۱-۱-۳. مشخصه‌های شفافیت در بازار اسلامی.....	۱۱
۱-۱-۴. تبعیت بازار اسلامی از احکام فقهی.....	۱۲
۲-۱. مفهوم قیمت گذاری.....	۱۳
۲-۱-۱. معنای لغوی.....	۱۳
۲-۲-۱. در اصطلاح فقها.....	۱۴
۲-۳-۱. تعریف راجح.....	۱۵

- ۱۶-۲-۴. در اصطلاح علم اقتصاد.....
- ۱۷-۳-۱. حکم شرعی تسعیر.....
- ۱۸-۳-۱. نظریه حرمت تسعیر.....
- ۱۸-۳-۱-۱. لزوم رضایت داشتن در معاملات.....
- ۱۹-۳-۱-۲. احادیث نبوی و روایات.....
- ۲۰-۳-۱-۳. از نظر عقلی.....
- ۲۱-۳-۱-۲. نظریه جواز تسعیر.....
- ۲۲-۳-۱-۱. نقد دیدگاه‌های طرفداران حرمت تسعیر.....
- ۲۳-۳-۱-۲. ادله نقلی.....
- ۲۵-۳-۱-۳. قیاس و قواعد فقهی.....
- ۲۵-۳-۱-۳. نظریه جواز مشروط.....
- ۲۸-۳-۱-۴. دیدگاه مختار.....
- ۲۹-۴-۱. فروض مختلف حکم تسعیر.....
- ۲۹-۴-۱-۱. حکم تسعیر در شرایط عادی.....
- ۳۱-۴-۱-۲. حکم تسعیر در شرایط غیر عادی.....
- ۳۱-۴-۱-۲-۱. در صورت احتکار کالا.....
- ۳۲-۴-۱-۲-۱-۱. تعریف احتکار.....
- ۳۲-۴-۱-۲-۱-۱-۱. معنای لغوی.....
- ۳۲-۴-۱-۲-۱-۱-۲. معنای اصطلاحی.....
- ۳۲-۴-۱-۲-۱-۲. موارد احتکار.....
- ۳۳-۴-۱-۲-۳. اجبار مُحتکر.....
- ۳۶-۴-۱-۲-۴. مجازات مُحتکر.....
- ۳۷-۴-۱-۲-۲. در صورت فروش با بهایی کمتر از قیمت بازار.....
- ۳۹-۵-۱. قیمت‌گذاری از دیدگاه اقتصاد دانان.....



- ۱-۵-۱. نظریه اقتصاد باز..... ۳۹
- ۲-۵-۱. دیدگاه اقتصاد بسته..... ۴۰
- ۶-۱. جمع بندی فصل..... ۴۱
- ۲. فصل دوم: شرایط و کیفیت تسعیر**
- ۱-۲. فلسفه و اهداف تسعیر..... ۴۳
- ۱-۱-۲. هدف کلی..... ۴۳
- ۲-۱-۲. اهداف جزئی..... ۴۴
- ۱-۲-۱-۲. تضمین حیات اقتصادی جامعه..... ۴۴
- ۲-۲-۱-۲. مبارزه با سودجویان..... ۴۵
- ۲-۲. شروط جواز تسعیر..... ۴۵
- ۱-۲-۲. اجحاف فروشندگان..... ۴۶
- ۲-۲-۲. نیاز مردم به کالا..... ۴۷
- ۳-۲-۲. احتکار تجار و فروشندگان..... ۴۸
- ۴-۲-۲. انحصار نمودن کالا..... ۴۹
- ۵-۲-۲. تبانی فروشندگان یا مشتریان..... ۴۹
- ۶-۲-۲. نیاز مردم به خدمات..... ۴۹
- ۷-۲-۲. سایر موارد..... ۵۰
- ۳-۲. کیفیت تسعیر..... ۵۰
- ۴-۲. کالاها و خدمات مورد جواز تسعیر..... ۵۲
- ۱-۴-۲. کالاها..... ۵۲
- ۱-۱-۴-۲. دیدگاه اول..... ۵۲
- ۲-۱-۴-۲. دیدگاه دوم..... ۵۳
- ۳-۱-۴-۲. دیدگاه سوم..... ۵۳
- ۴-۱-۴-۲. دیدگاه مختار..... ۵۴

۵۴	۲-۴-۲. خدمات
۵۵	۵-۲. مستثنیات حکم تسعیر
۵۵	۶-۲. حکم انجام معامله بر خلاف قیمت تعیین شده
۵۷	۷-۲. نقش دولت در نظارت بر بازار
۵۸	۱-۷-۲. تعریف حسبه
۵۸	۱-۱-۷-۲. معنای لغوی
۵۸	۲-۱-۷-۲. معنای اصطلاحی
۵۹	۲-۷-۲. نظارت بر بازار
۶۱	۸-۲. کنترل قیمت‌ها از دیدگاه اقتصاددانان
۶۲	۱-۸-۲. وضع قوانین ضد انحصار
۶۳	۲-۸-۲. قیمت‌گذاری
۶۴	۹-۲. جمع‌بندی فصل
۶۶	جمع‌بندی کلی
۶۹	نتیجه‌گیری
۷۲	بیان پیشنهادها
۷۴	منابع و مآخذ

# کلیات تحقیق

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ، الْحَمْدُ لِلَّهِ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ وَ عَلَى آلِهِ وَ أَصْحَابِهِ وَ  
أَتْبَاعِهِ أَجْمَعِينَ.

بی‌تردید، جامعه اسلامی در گذر زمان و به موازات پیشرفت‌ها و دگرگونی‌های شگرف در ابعاد مختلف زندگی بشر، با مسائل نو و معضلات جدیدی روبه‌رو است که باید فقه اسلامی برای آن‌ها راه حل‌های مناسب و منطبق با موازین دینی بیابد.

احوال جهان و ملت‌ها و فواید و عقاید آن‌ها، به یک صورت و روش ثابت باقی نمی‌ماند، بلکه به مرور ایام و گذشت زمان دگرگون می‌شود و این دگرگونی همان‌گونه که در مورد اشخاص و اوقات و شهرها دیده می‌شود، در همه آفاق و اقطار عالم و در همه زمان‌ها و دولت‌ها جریان دارد. این سنت الهی است که در بندگانش جاری است.

بنابراین بر فقیه لازم است که اولاً: احکام و قواعد و مبانی فقهی را به خوبی تبیین نماید و نقاط مبهم آن‌ها را با سرانگشت فقاقت روشن نماید؛ زیرا چه بسا معضلات و مشکلات جدیدی که با همان احکام و قواعد اولیه قابل حل است و ثانیاً: بر احکام مستحدثه و مجاری آن‌ها به خوبی وقوف یابد تا در صورت لزوم، معضلاتی را که از طریق احکام اولیه قابل حل نیستند، با این قواعد و احکام مرتفع نماید و بدین ترتیب جاودانی بودن اسلام حنیف و توان مندی آن برای اداره جوامع در همه زمان‌ها را به منصفه ظهور برساند.

از این رهگذر، اجتهاد به عنوان ابزار کارآمدی است که فقیه می‌تواند به کمک آن‌ها، حوادث واقعه و مشکلات جامعه را رسیدگی نماید و در امور مهم و کلیدی، مانند ایجاد توازن اقتصادی، مهار تورم، کنترل نفوس، تعیین و کنترل قیمت‌ها، پول و ارز، بانک‌داری، مالیات، تجارت داخلی و خارجی و... از آن‌ها بهره‌گیری.

تعیین قیمت و سیاست قیمت‌گذاری مسئله مهمی است که هم در متون فقهی و روایی و هم در علم اقتصاد مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. مسئله قیمت‌گذاری دولت بر کالاها و خدمات به دلیل آنکه نصوص روایی نسبتاً زیادی در خصوص آن وارد شده، از دیرباز در علم فقه مورد بحث قرار گرفته است. جایگاه اصلی این بحث در فقه دولت است. اما از آنجا که برخی نصوص مربوط، ناظر به شرایط احتکار و کمیابی کالا است، بسیاری از

فقیهان، این بحث را در ذیل بحث احتکار مطرح نموده‌اند. مسئله اساسی که فقهای مذاهب اسلامی در این موضوع دنبال نموده‌اند، این است که آیا بر مبنای ادله اجتهاد شرعی، می‌توان حکم به جواز قیمت‌گذاری حاکم اسلامی بر کالاها و خدمات صادر نمود یا چنین عملی جایز نیست؟

در همین راستا، تحقیق مذکور درصدد است وضعیت یا به دیگر سخن، احکام و ناگفته‌های تسعیر را در فقه اقتصادی تبیین و مورد مذاقه قرار دهد و با ارائه‌ی راهکاری مناسب و مقایسه با دیدگاه‌های علمای اقتصاد، مشکلات موجود در احکام و قوانین را حل و تبیین نماید.

### ا) طرح و بیان مسأله

تسعیر به معنای تعیین نرخ و توافق کردن بر یک قیمت است و در فارسی به معنای نرخ نیز به کار رفته است. و در اصطلاح فقه، به معنای قیمت‌گذاری اجباری بر کالای مورد معامله است. تسعیر در فقه، قیمت‌گذاری حاکم یا نماینده‌ی او و اجبار بر معامله، بر اساس آن قیمت است. در زمان پیامبر -صلی الله علیه و سلم- مطلبی درباره تسعیر گزارش نشده است و بر اساس روایات، آن حضرت به رغم درخواست برخی از مردم، از این امر امتناع کردند.

حکم موضوع تسعیر در سه فرض بررسی می‌شود: در شرایط عادی، در صورت احتکار کالا، و در فرض فروش کالا با بهایی کمتر از قیمت بازار. امروزه با پیشرفت در تولید کالاها و شیوه فروش آنها مسائلی جدیدی به وجود آمده که نیازمند بررسی و تحقیق است. از یک سو، قیمت‌گذاری کالاها و اشیای مختلف، تابع اراده طرفین عقد است و «تراضی» یا رضایت اطراف معامله یکی از ارکان اساسی هر عقدی است. ولی می‌توان بنا به دلایلی، از این اصل عدول کرد و عامدانه وارد قیمت‌گذاری کالاها شد. در تحقیق زیر به شروط جواز تسعیر و نهاد مرتبط با قیمت‌گذاری پرداخته می‌شود.

### ب) اهمیت و ضرورت تحقیق

اهمیت پرداختن به بحث قیمت‌گذاری کالاها به ویژه در عصر کنونی به دلیل ابتلای جوامع بدان است؛ چه، خاصیت و فایده بازار این است که مردم نیازهای زندگی خود را از طریق آن برآورده سازند. موانعی که ممکن است در راه استفاده از این خاصیت قرار گیرد، گاهی طبیعی و خارج از اختیار است؛ مانند اینکه به دلیل

خشکسالی برخی از فرآورده‌های کشاورزی کمیاب باشد. اما، گاهی اوقات، موانع غیر طبیعی و ساختگی بشر باعث می‌شود که مردم نتوانند مایحتاج خود را در بازار تهیه کنند. این مورد خود دو صورت دارد: یا از این روست جنس مورد نظر، گرچه واقعاً وجود دارد، اما در دسترس مردم نیست، بلکه در انبارهای توانگران و طمعکاران است. صورت دوم اینکه: کالای مورد نظر هم وجود دارد و هم در دسترس است، اما به دلیل گرانی قیمت‌ها، مردم نمی‌توانند بخوبی از آن بهره‌گیرند. مباحث «احتکار» و «قیمت‌گذاری یا تسعیر»، با پیشینه‌ای که در فقه دارند، بر پایه دفع مفسده مطرح شده‌اند. به گونه‌ای که قیمت‌گذاری مانع اول را مرتفع می‌سازد. از همین روست که این دو بحث در میان مباحث مربوط به نظارت محتسب، همچون بازوی اجرایی حکومت اسلامی در بازار، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند.

### ج) اهداف تحقیق

پژوهش حاضر بر آن است تا با نگاه میان‌رشته‌ای، از منظر فقه و اقتصاد، قیمت‌گذاری دولت بر کالاها و خدمات را بررسی نماید. هدف اصلی آن، بررسی جواز یا عدم جواز قیمت‌گذاری در ظروف و شرایط مختلف است و می‌کوشد تا جایی که می‌تواند، برای مسایل مستحده که در زمینه احکام تسعیر رخ می‌دهد، پاسخ‌های مستند و منطقی بیابد و از رهگذر نقد و بررسی اقوال فقهای مذاهب اسلامی اعم از موافقان و مخالفان، افزون بر تنقیح و تهذیب این نظریات، بتواند مجموعه‌ی کاملی احکام فقهی در خصوص قیمت‌گذاری کالاها و خدمات را نظام اقتصادی اسلام را در اختیار خوانندگان قرار دهد.

### د) سؤالات تحقیق

این پایان‌نامه در پی دستیابی به جواب سؤالاتی است که می‌توان آن‌ها را در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. آرای فقهای گذشته و متأخر در مورد حکم تسعیر چیست و رأی راجح کدام است؟

۲. تسعیر در چه کالاهایی و در چه شرایطی صورت می‌گیرد؟

۳. کیفیت تسعیر چگونه است؟

## هـ) فرضیه‌های تحقیق

با توجه به سولاتی که مطرح شد می‌توان چنین گفت:

۱. به طور کلی در مورد تسعیر، از سوی فقهای مذاهب اسلامی سه دیدگاه حرمت مطلق، جواز مطلق، جواز ارائه شده است.

۲. تسعیر کالا در شرایطی که وضعیت بازار عادی نیست و مسائلی چون احتکار، تبانی، اجحاف در فروش و ... پدید آمده در قوت و خوراکی‌های اصلی صورت می‌گیرد.

۳. کیفیت و جزئیات نرخ‌گذاری میان فقهای مذاهب اسلامی مورد اختلاف است.

## و) پیشینه تحقیق

در حد اطلاع نگارنده پایان‌نامه یا کتابی که در برگزیده تمام مسایل گذشته و امروزه باشد، تا کنون در ایران نوشته نشده و تنها پیشینه این موضوع را می‌توان در لابلای کتابهای فقهی و فتاوی‌های علمای معاصر و برخی پایان‌نامه‌های کشورهای عربی یافت. به طور اجمالی باید به مقاله «التسعیر فی الفقه الاسلامی» نوشته: احمد حسن اشاره کرد که در مجله دانشگاه دمشق منتشر گردیده، همچنین پایان‌نامه‌ای با مشخصات زیر وجود دارد: فریده حسن طه ظاهر، الرقابة على السلع و الاسعار فى الفقه الاسلامى، نابلس: جامعة النجاح. در ایران عبدالله بهمن پوری و محمدحسن حائری مقاله‌ای، تحت عنوان «نقد و بررسی ادله فقهی عدم جواز تسعیر» نوشته‌اند که بسیار خلاصه بوده و بیشتر اقوال علمای معاصر امامیه را ذکر کرده است. همچنین مقاله‌ای تحت عنوان «تنظیم التسعیر فی الاسلام» توسط عبدالمنعم راجح در نشریه منبرالاسلام در رجب ۱۴۰۲ به چاپ رسیده. کتاب‌هایی نیز در این زمینه نوشته شده است که بیشتر به جنبه حقوقی و یا اقتصادی مطلب پرداخته‌اند و آنچنان که باید بررسی فقهی مستقلی صورت نگرفته است.

## ز) قلمرو تحقیق

قلمرو پژوهش حاضر در حوزه فقه و اقتصاد را شامل می‌شود. بدین ترتیب که احکام تسعیر و تفصیلات آن با استفاده از آرای مذاهب اسلامی اعم از حنفیه، مالکیه، شافعیه، حنابله، ظاهریه و امامیه و بیان نظریات اقتصاد

دانان تبیین شده است. و از رهگذر گزارش، بررسی و مقایسه‌ی دیدگاه‌های فقهای مذاهب اسلامی به همراه نقد و تحلیل، سعی شده است معتبرترین و مستدل‌ترین اقوال فقهای مذاهب اسلامی در زمینه احکام تسعیر گزارش شود.

### ح) روش تحقیق

روش تحقیق در رساله حاضر، توصیفی - تحلیلی می‌باشد که در آن اطلاعات مورد نیاز در کتابخانه و از طریق فیش برداری گردآوری شده است و تلاش گردیده تا از قرآن کریم، احادیث نبوی و از منابع معتبر و دست اول فقه اسلامی، اعم از نظریات پیشوایان مذاهب اسلامی و تألیفات سایر بزرگان دینی در این زمینه استفاده و مطالب مرتبط گردآوری و مورد نقد و بررسی قرار داده شود. در زمینه استفاده از منابع از نرم افزار «المکتبة الشاملة» استفاده شده است.

### ط) ساختار تحقیق

مطالب تحقیق در یک مقدمه و دو فصل و نتیجه‌گیری به شرح ذیل تنظیم شده است: در مقدمه، مسائل اولیه تحقیق مانند طرح مسأله، ضرورت، اهداف و روش تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. در فصل اول کلیات و مفاهیم و از جمله تاریخچه بازار در تمدن اسلامی، مفهوم تسعیر در لغت و اصطلاح فقها و اقتصاددانان، الفاظ مرتبط با تسعیر، موافقان و مخالفان تسعیر، فروش مختلف تسعیر و ... مورد بررسی و پژوهش واقع شده است. در فصل دوم که در اصل، هسته پژوهش حاضر است، شرایط جواز تسعیر و کیفیت آن به همراه فلسفه مشروعیت تسعیر بررسی شده است؛ مطالبی همچون موارد نرخ‌گذاری، وظایف حاکم و نهاد حسبه در نظارت بر بازار، از مباحث اصلی این فصل می‌باشند. در پایان به جمع‌بندی و نتیجه‌گیری پرداخته شده و بدین ترتیب، پژوهش حاضر با ذکر منابع و مآخذ به اتمام رسیده است.



# ۱. فصل اول:

## مفهوم قیمت‌گذاری و احکام آن

## ۱-۱. تاریخچه بازار

واژه «بازار» در زبان پهلوی به صورت «واچار»، و در فارسی میانه به صورت «وازار» آمده است که پسوند «زار» در فارسی میانه دری مجموعاً به معنا جایگاه دادوستد می‌باشد. بیشتر زبان‌های اروپایی مانند فرانسه، انگلیسی، آلمانی، اسپانیایی، ایتالیایی و روسی این واژه از زبان پرتغالی، و خود پرتغالی‌ها آن را از ایرانیان گرفتند.<sup>۱</sup> پس این واژه فارسی است و سوداگران پرتغالی در قرون وسطی آن را از ایرانیان گرفته و در منابع و مآخذ تاریخی خویش به کار برده‌اند. واژه «بازار» اکنون در بیشتر سرزمین‌های آسیایی و اروپایی به کار می‌رود. عرب‌زبان‌ها بازار را «سوق» می‌گویند که به معنا خیابان، و از زبان بابلی قدیم به یادگار مانده است.<sup>۲</sup> در روایات و فقه نیز از همین تعبیر برای بازار استفاده شده است.

دانشمندان اقتصاد، تعاریف بسیاری از بازار به دست داده‌اند که به بعضی از آنها اشاره می‌شود:

بازار به مفهوم مکان مبادله: بازار مکان یا موقعیتی است که در آن خریداران و فروشندگان، کالاها، خدمات، و منابع را خرید و فروش می‌کنند. برای هر کالا، خدمت، و منبعی که در اقتصاد خرید و فروش می‌شود، بازاری وجود دارد.<sup>۳</sup> بازار به معنای سازوکار مبادله: بازار فرایندی است که در آن، رویارویی خریداران و فروشندگان با یکدیگر قیمت و مقدار کالا را تعیین می‌کند.<sup>۴</sup>

اکنون به پیشینه و جایگاه بازار در تمدن اسلامی می‌پردازیم

## ۱-۱-۱. بازار در تمدن اسلامی

نقل شده است که پیامبر اکرم-صلی الله علیه و سلم-، قبل از رسالت، خود بازرگانی امین و درستکار بوده است. با شکل‌گیری نظام اسلامی در مدینه، از همان روزهای نخست، پیامبر بزرگوار اسلام الگوی بازار را تعیین کردند. ایشان وارد بازار بسیط شدند، به آن نگاهی انداختند و فرمودند: این بازار مناسب شما نیست. سپس به بازار دیگری رفتند، نظارتی بر آن کردند و مجدداً فرمودند: این بازار مناسب شما نیست. سرانجام وارد بازار

۱. معین، فرهنگ معین، ص ۲۱۸.

۲. شفق، بازار بزرگ اصفهان، ص ۳۵.

۳. دومینیک سالواتوره، نظریه اقتصاد خرد، ترجمه حسن سبحانی، ص ۱۰.

۴. پل سامونلسن، علم اقتصاد، ترجمه علی رضا نوروزی و محمد ابراهیم جهان دوست، ص ۸۰.

دیگری شدند و پس از ارزیابی فرمودند: این بازار مناسب شماسه؛ از آن کم نکرده و خراجی بر شما بسته نمی‌شود.<sup>۱</sup>

فضای رویارویی عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان در تمدن اسلامی همان بازار سرپوشیده‌ای است که در شهرهای اسلامی شکل گرفته و در نوع خود، از حیث ساختاری، بی‌نظیر است. در این الگو، بازار به دلیل ویژگی‌های منحصر به فردش تنها محل کسب سود نیست؛ بلکه جلوگاه اخلاق، مهرورزی، باور و ارزش‌های اسلامی نیز به شمار می‌رود.

مجموعه بازار یا سوق، یکی از بزرگ‌ترین دستاوردهای تمدن دوره اسلامی است؛ نه در مشرق‌زمین باستان نظیری داشته است، نه در یونان و روم قدیم، و نه در اروپای قرون وسطا. زمانی که اسلام بر بخش بزرگی از جهان حاکم شد، بازار نیز به عنوان یکی از وجوه اشتراك شهرهای تحت قلمرو آن گسترش یافت. بنابراین، یکی از ویژگی‌های اصلی شهر در دوره اسلامی - همانا - ساختارهای بازرگانی آن است که در فضایی فشرده، به صورت مجموعه‌ای یک‌دست و به هم پیوسته، در میان شهر جای دارد.<sup>۲</sup>

در شهرهای اسلامی، بازارها به مساجد جامع آن شهرها متصل می‌شدند و کاخ‌های اقتصاد و حکومت در کنار یکدیگر قرار می‌گرفتند. اما این بدان معنا نیست که بازار نقش اجتماعی ندارد؛ بلکه هر جا که انسان‌هایی دور هم جمع شوند، بدون شك، برخورد افکار مختلف به وجود خواهد آمد و فعالیت‌های اجتماعی - سیاسی شکل خواهد گرفت.<sup>۳</sup>

بازار به عنوان مظهر و نمود روشنی از مظاهر دنیا می‌تواند بسیار فریبا باشد و انسان را از یاد خداوند بازدارد و از ارزش‌های انسانی تهی ساخته و او را به دنیاگرایی محض در همه عرصه‌های زندگی سوق دهد. در عین حال، جامعه بدون تجارت و خرید و فروش نمی‌تواند به حیات اجتماعی خود ادامه دهد. پس، از یک سو، افراد در بازار به جایگاهی تکیه زده‌اند که هر آن، احتمال سقوط و انحطاط مالی و اخلاقی می‌رود و از سوی دیگر، حیات اجتماعی و اقتصادی جامعه به آن بسته است.

---

۱. ابن ماجه، سنن ابن ماجه، ص ۷۵۱، حدیث ۲۲۳۳.

۲. کتانی، نظام الحکومة النبویة المسمی التراتیب الاداریة، ج ۲، ص ۳۴.

۳. شفق، بازار بزرگ اصفهان، ص ۴۵.

## ۱-۱-۲. شفافیت بازار

شفافیت یا اطلاعات کامل به سبب تأثیری که بر کارآیی بازار دارد، مورد توجه اقتصاددانان بوده است. در علم اقتصاد، شفافیت به مفهوم «جریان به موقع و قابل اتکای اطلاعات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و در دسترس بودن آن برای همه ذی‌نفعان بازار» تعریف شده است.

همچنین، نبود شفافیت را این‌گونه تعریف کرده‌اند: «مانعت عمده از دسترسی به اطلاعات، ارائه نادرست اطلاعات یا ناتوانی بازار در کسب اطمینان از کفایت مربوط بودن و کیفیت اطلاعات ارائه شده.»<sup>۱</sup> با تأمل در ابواب روایی و فقهی، می‌توان گفت: شفافیت از جمله ویژگی‌های بازار اسلامی است.

در مورد فضای حاکم بر قرارداد، در ابواب روایی و فقهی، با عناوینی چون: صداقت، اعتماد، تراضی، آشنایی با محیط، کتابت و تدوین قرارداد، شهود قرارداد، آشکارسازی کالا و منع احتکار مواجه هستیم. در مورد نوع و موضوع قرارداد نیز با مجموعه‌ای از مباحث روبه‌رو هستیم که ثمره آنها معلوم بودن عنوان قرارداد، معلوم بودن نوع و مقدار کالا، معلوم بودن قیمت، دقیق بودن ابزار سنجش، و مشخص بودن زمان قبض و اقباض می‌باشد.<sup>۲</sup>

پس، نظریه بازار اسلامی بر آشکار بودن مباحث مربوط به مبادله، و ابهام‌زدایی از مسائلی که به نحوی منافع طرفین معامله در آنهاست، تأکید می‌کند. همچنین، در مورد طرفین قرارداد، افزون بر لزوم شرایط بلوغ و عقل در طرفین، مالکیت و محترم بودن طرفین آشنایی آنان با احکام نیز خواسته شده است. لزوم قبض و اقباض کامل برای تحقق قرارداد و در اختیار گرفتن فرصت برای ارزیابی معامله پس از قبض و اقباض و وجود انواع خیارها از جمله خیار عیب برای آشکار شدن عیوب پنهانی و ایجاد فرصت برای جبران آن، همه شفافیت بازار اسلامی را می‌رساند.<sup>۳</sup>

۱. دومینیک سالواتوره، نظریه اقتصاد خرد، ترجمه حسن سبحانی، ص ۱۳.

۲. زحیلی، الفقه الاسلامی و ادلته، ج ۷، ص ۳۴۱۵.

۳. شربینی، مغنی المحتاج، ج ۳، ص ۳۶۳-۳۷۵.