

اصول اخلاقی اقتصاد اسلامی و رفع چالش‌های موجود در اقتصاد متعارف، با تأکید بر اندیشه‌های آیت‌الله مهدوی کنی (ره)

محمدصادق ذوقی*

مهدی قاضیان**

چکیده

ضرورت پرداختن به اندیشه اقتصادی اسلام از آن جهت است که امروزه عرصه فعالیت‌های کلان اقتصادی دچار چالش‌ها و بحران‌هایی شده است و ایده‌های اقتصادی اسلام، راهکاری مفید برای برون‌رفت از این مسائل ارائه می‌کند که در پژوهش حاضر هم به این چالش‌ها اشاره شده است و هم راهکارهای پیشنهادی اسلام مورد تأکید قرار گرفته است. در این بین سؤال‌هایی از این قبیل مطرح می‌شود: «اصول اخلاق اقتصادی در اندیشه اسلامی چیست؟ مؤلفه‌های اخلاقی در بازاریابی اسلامی شامل چه مواردی می‌شود؟ چالش‌های موجود در اقتصاد متعارف و راهکار برون‌رفت از آن‌ها در اندیشه اسلامی چه می‌باشد؟». روش پژوهش جاری نیز مبتنی بر مطالعه تطبیقی اندیشه اسلامی و اندیشه‌های اخلاقی - اقتصادی آیت‌الله مهدوی کنی (ره) و اقتصاد مدرن است. مهم‌ترین نوآوری این پژوهش نیز پاسخ‌گویی به چالش‌های اقتصاد مدرن بر اساس اندیشه اسلامی است و با توجه به این‌که آیت‌الله مهدوی کنی (ره) در حوزه مسائل اقتصادی و فقه حکومتی اندیشه‌ها و ایده‌های نوینی داشته‌اند، در این پژوهش در تلاش بوده‌ایم که بر آراء و اندیشه‌های ایشان در حوزه اقتصاد اسلامی تأکید کنیم.

واژگان کلیدی

آیت‌الله مهدوی کنی (ره)، اخلاق اقتصادی، اقتصاد مدرن، چالش‌های اقتصادی، عدالت اقتصادی.

* کارشناسی ارشد فقه و مبانی حقوق اسلامی دانشگاه امام صادق (ع) (نویسنده مسئول)

zoghims.313@gmail.com

** کارشناسی ارشد فقه و مبانی حقوق اسلامی دانشگاه امام صادق (ع)

mhd.qazian@gmail.com

طرح مسئله

امروزه اقتصاد و مؤلفه‌های اقتصادی در بسیاری از عرصه‌ها از اهمیت و توجه فراوانی برخوردار است و مبنای رفتار و تصمیم‌گیری بسیاری از افراد، مسائل اقتصادی می‌باشد؛ افراد بر اساس وضعیت اقتصادی خود اقدام به خرید و فروش می‌کنند و بر اساس آینده اقتصادی، یک‌رشته تحصیلی را انتخاب می‌کنند و یا بر اساس وضعیت مطلوب اقتصادی رشته خود را تغییر می‌دهند. پدران و مادران بر اساس سطح درآمد خود برای فرزندان، امکانات رفاهی و تفریحی فراهم و حتی آموزش و تحصیل افراد نیز از وضعیت اقتصادی آن‌ها متأثر می‌باشد؛ خانواده‌هایی که سطح درآمد بیشتری دارند بهتر و بیشتر می‌توانند برای فرزندان خود امکانات آموزشی فراهم و آن‌ها را در مدارس و مؤسسات آموزشی خصوصی ثبت‌نام نمایند، ولی خانواده‌های محروم که وضعیت مطلوب اقتصادی ندارند نه تنها نمی‌توانند برای فرزندان خود امکانات مطلوب فراهم کنند، بلکه در بسیاری موارد فرزندان این خانواده‌ها به دلیل مشکلات مالی از آموزش و تحصیل انصراف می‌دهند و ترک تحصیل می‌کنند.

اقتصاد و مسائل اقتصادی جلوه‌های مهم زندگی افراد را دست‌خوش تغییر قرار می‌دهد و تأثیرات مهمی بر آینده و زندگی و معیشت افراد می‌گذارد. لذا مسائل اقتصادی موضوعی مهم و غیرقابل‌انکار و ازجمله واقعیت‌های زندگی بشر است و نمی‌توان این موضوع را به‌هیچ‌وجه انکار کرد یا نادیده گرفت.

باوجود اهمیت مسائل اقتصادی و غیرقابل‌انکار بودن این‌گونه موضوعات باید گفت، وضعیت اخلاق اقتصادی حاکم بر مسائل اقتصادی در سراسر دنیا در بحران به سر می‌برد و به‌هیچ‌وجه قابل‌قبول و مطلوب جامعه جهانی نیست. امروزه اقتصاد به‌عنوان هدف و غایت افراد در زندگی قرار گرفته و افراد هدفی جز اقتصاد و بیشتر کردن سود و درآمد خود ندارند. انسانی که برای اهداف بسیار متعالی خلق شده و استعدادهای گوناگون و متنوعی در او نهاده شده تا با این استعدادها سعادت ابدی خود را رقم بزند، امروزه به اندازه‌های محدود و کوچک فکر کرده و هدفی جز اقتصاد و درآمد ندارد و از آن اهداف متعالی و والا که در اسلام برای انسان تبیین شده، هیچ اثری باقی نمانده است. چیزی که در سیره و سخن بزرگانی چون آیت‌الله مهدوی کنی خلاف آن

را مشاهده می‌کنیم. چنین بزرگانی با وسیله دانستن اقتصاد و درآمد و با داشتن اهداف عالی، سبک زندگی متناسب با جهان خلقت را برای خود برگزیدند. این تغییر گرایش و روش در نهاد انسان‌ها و هدف قرار گرفتن مسائل مالی و اقتصادی را می‌توان در حوزه‌های مختلف اقتصادی اعم از تولید، خرید، فروش و بازاریابی مشاهده کرد.

در عرصه تولید هدف اصلی کسب سود و درآمد است، لذا دلیلی ندارد که کالایی باکیفیت مناسب و بالا تولید شود، بنابراین اگر تولیدکننده‌ای در وضعیت انحصاری قرار داشته باشد سعی او در این مرحله چیزی جز افزایش قیمت و فروش نیست و تا می‌تواند از این فرصت حداکثر استفاده را می‌نماید، فارغ از این که اخلاق اقتصادی و انسانی در چنین موقعیتی چه حکمی می‌کند و انسان را به چه چیزی رهنمود می‌کند.

در عرصه خرید هم این تغییر گرایش به‌وضوح خودنمایی می‌کند، اگر بنا باشد انسان صرفاً برای رفع نیازهای ضروری اقدام به خرید نماید، باید بسیاری از انگیزه‌های غیراخلاقی خرید کالا را کنار گذاشته و صرف‌نظر کند، انگیزه‌های مانند تفاخر که یکی از مهم‌ترین دلایل خرید و فروش کالا و به‌خصوص کالاهای لوکس و تجملی این دسته از انگیزه‌ها می‌باشد، به‌وضوح می‌دانیم که این نوع انگیزه‌ها کاملاً مذموم و غیراخلاقی بوده و انسان باید این نوع رفتارها را ترک و با رفتارهای متعالی و اخلاقی انسانی جایگزین نماید.

یکی از این تغییر سیاست‌های مهم را می‌توان در اخلاق بازاریابی مشاهده نمود، زمانی که هدف از تجارت و فروش صرفاً افزایش سود و درآمد باشد برای یافتن بازار مناسب و افزایش مشتری به هر روش و ترفند غیراخلاقی متوسل شده و تولیدکنندگان و فروشندگان ضرورتی نمی‌بینند که به اخلاق فروش پایبند باشند، بنابراین در این فرایند به هر رفتار غیراخلاقی اعم از دروغ، پنهان کردن عیوب کالا و ... متوسل می‌شوند.

یکی از اندیشمندان مسلمان در حوزه مسائل اقتصاد اسلامی، آیت‌الله مهدوی کنی بودند که در حوزه مسائل اقتصادی نظرات قابل‌تأملی دارند. ایشان در مورد اقتصاد اسلامی دغدغه‌های فراوانی حتی پیش از انقلاب اسلامی داشتند. سخنرانی‌های آقای مهدوی درباره اقتصاد اسلامی از آذرماه ۱۳۴۶ آغاز شد و ایشان از افراد علاقه‌مند به

کسب آگاهی در زمینه واقعیت اقتصاد اسلامی، دعوت کرد که در همه جلسات تشکیل شده در مورد اقتصاد اسلامی که در مسجد جلیلی برگزار می‌شد، حاضر باشند. لذا اکنون ضرورت بازخوانی اندیشه‌های ایشان در حوزه مسائل اقتصادی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

در ادامه مؤلفه‌های اخلاقی بازاریابی اسلامی را مبتنی بر اصول اخلاقی ذکر شده در مرحله قبل بیان می‌کنیم و توضیح می‌دهیم که بر اساس اصول ذکر شده در مرحله قبل و مبتنی بر ساختار کلی اقتصاد اسلامی، در نظام بازاریابی صحیح و مطلوب انسانی و اخلاقی چه مؤلفه‌هایی باید رعایت گردد، نکته قابل توجه این است که مؤلفه‌هایی که در مورد بازاریابی و اخلاق بازاریابی ذکر می‌شوند، مؤلفه‌هایی هستند که بر اساس اصول ذکر شده، استخراج شده و در تمام این موارد برای توضیح و تأیید نکات ذکر شده از آیات قرآن استفاده می‌شود.

در مورد پیشینه پژوهش‌های انجام‌شده در موضوع اخلاق اقتصادی باید بیان کرد که این پژوهش در موضوع مورد بحث و نظراتی که بیان می‌کند دارای نوآوری‌هایی است که مقالات دیگر در این حوزه به این نحو وارد نشده‌اند. در ابتدا به بیان چند نمونه از پژوهش‌های موجود در زمینه اقتصاد و اخلاق اقتصادی اشاره می‌گردد و در ادامه به نوآوری و تمایز این پژوهش اشاره می‌شود.

۱. نظام اقتصادی اسلام (میرمعزی، ۱۳۷۸): این کتاب در دو فصل می‌باشد، که در فصل اول به تبیین اهداف نظام سرمایه‌داری پرداخته و در فصل دوم اهداف نظام اقتصاد اسلامی را تبیین می‌نماید و مفاهیم بنیادین در این موضوع را بیان می‌کند. از نظر جامعیت در تبیین اصول و مفاهیم اصلی و بنیادین در موضوع اهداف نظام اقتصادی اسلام، این کتاب جامع و کامل می‌باشد، ولی در موضوع تبیین جداگانه و روشن مؤلفه‌های بازاریابی اسلامی ناقص می‌باشد. همچنین یکی از مشکلات اساسی امروز اقتصاد در جامعه جهانی، چالش‌ها و ناهنجاری‌های موجود در این زمینه است که لازم است در این موضوع هم جداگانه بحث و تبیین و بیان شود که چگونه اخلاق اقتصادی اسلام می‌تواند این چالش‌ها و نیازهای اساسی جامعه انسانی را حل کند.

۲. مبانی اقتصاد اسلامی (سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی و دانشگاهها (سمت). پژوهشکده، ۱۳۷۴): این کتاب نسبت به کتاب قبلی از انسجام و جامعیت بیشتری برخوردار است و در موضوع اقتصاد اسلامی مبانی اقتصادی را به نحو کامل‌تر مورد بررسی و تبیین قرار داده، همچنین در موضوع اهداف اقتصاد و مؤلفه‌های دیگری که در دانش اقتصاد مطرح می‌باشد مانند عدالت اجتماعی، مالکیت، دولت، نکات قابل توجهی را بیان کرده است. با وجود جامعیت ذکر شده، باید گفت نقص این پژوهش در تبیین اختصاصی مؤلفه‌های بازاریابی اسلامی و همچنین بیان چالش‌های فعلی اقتصادی و نحوه پاسخ دادن و رفع این چالش‌ها می‌باشد.

۳. فعالیت‌های اقتصادی ممنوع در اسلام (اسحاقی، ۱۳۸۴ (الف)):

این مقاله از دیگر پژوهش‌های انجام شده در موضوع اقتصاد اسلامی است و مولف در این پژوهش صرفاً به تبیین فعالیت‌های اقتصادی نامشروع و ممنوع در اسلام پرداخته است، فعالیت‌هایی مانند رشوه‌خواری، فروش اسلحه به دشمنان، قماربازی و برخی فعالیت‌های دیگر. در صورتی که دو نقیصه اصلی دارد، اولاً به اصول اقتصادی اسلام اشاره‌ای نکرده و بیان نکرده است که در اسلام، اقتصاد حول چه محورهایی در حال حرکت و پیشرفت می‌باشد، ثانیاً نه چالش‌ها و بحران‌های موجود در فعالیت‌های اقتصادی را بیان کرده و نه راه‌حل آن‌ها را بر اساس مؤلفه‌های اقتصاد اسلامی بیان نموده است.

۴. مشخصات اقتصاد اسلامی (حجتی کرمانی، ۱۳۴۶): از دیگر پژوهش‌ها و مقالات نگارش شده در موضوع اقتصاد اسلامی می‌توان این مقاله را نام برد. این پژوهش به بررسی مؤلفه‌ها و اصول توزیع ثروت در اندیشه اسلامی پرداخته است و نحوه مطلوب توزیع ثروت را در اقتصاد اسلامی بیان کرده است. در حالی که دو مؤلفه مهم در موضوع اقتصاد اسلامی، بحث مبانی و اصول اندیشه اقتصادی اسلام و موضوع کارآمدی این مبانی در رفع چالش‌های موجود اقتصادی است که باید این دو موضوع را جداگانه مورد بررسی قرار می‌داد.

۵. اخلاق کار اسلامی (نصر و موثقی، ۱۳۷۸): از دیگر پژوهش‌های حوزه اقتصاد اسلامی می‌توان به این مقاله اشاره نمود که تأکید بیشتر این مقاله در موضوع اخلاق کار

اسلامی است و موضع اقتصاد اسلامی و نسبت آن با کار را مورد بررسی قرار داده است، نکات و نقص‌هایی که در مقالات قبلی وجود داشت در این مقاله نیز مشاهده می‌گردد.

لذا با توجه به پیشینه ذکر شده و خلأ موجود در موضوع اقتصاد اسلامی و اخلاق اقتصادی اسلام ضرورت این‌که این موضوع را اختصاصاً مورد بررسی قرار دهیم احساس می‌شود. لذا طرح این پژوهش را بر بنیانی مبتکرانه بنا نهاده و درصدد هستیم که موضوع اقتصاد اسلامی را مبتنی بر اصول اساسی در اقتصاد اسلامی تبیین نماییم، در ابتدا به ذکر محورهای اساسی و چارچوب کلی در اقتصاد اسلامی پرداخته و در ادامه مؤلفه‌های بازاریابی اسلامی را بر اساس اصول ذکر شده در مرحله قبل بیان می‌نماییم، در مرحله بعد نیز آسیب‌ها و چالش‌های موجود در اقتصاد متعارف که در دنیای معاصر در جریان می‌باشد را بیان می‌کنیم و توضیح می‌دهیم که اخلاق اقتصادی اسلام چه گونه می‌تواند این بحران‌ها را سامان بخشیده و اصلاح نماید.

۱. اهمیت اخلاق در اقتصاد از دیدگاه اسلام

دین مقدس اسلام، به صورت مستقیم و غیرمستقیم با اقتصاد پیوند دارد. در پیوند مستقیم اسلام با اقتصاد، سلسله مقررات اقتصادی درباره مالکیت، تجارت و مجازات مالی وجود دارد که به طور مستقیم و آشکار به این موضوع پرداخته است. برای نمونه می‌توان به حرام و ممنوع بودن دادوستد ابزار لهو و لعب، آلات قمار و کتاب‌های گمراه‌کننده اشاره کرد.

پیوند غیرمستقیم اسلام با اقتصاد از راه اخلاق است. از پیشوایان دین، روایت‌های فراوانی درباره رعایت کردن راست‌گویی، درستکاری و امانت‌داری در تجارت بیان شده است. اقتصاد اسلامی، ابزاری برای حفظ ارزش‌های انسانی، عدالت و کرامت و عزت و شرافت است. اخلاقیات و اصول اخلاقی از جمله مباحثی است که به‌کارگیری آن در جامعه مورد تأکید اسلام می‌باشد. قرآن در موارد گوناگون بر امور اخلاقی تأکید می‌کند (حدید: ۷؛ انعام: ۱۵۲؛ انفال: ۳؛ کهف: ۱۶) و دستورات اخلاقی را برای هر دو بخش خصوصی و دولتی مطرح می‌کند (رسولی شریانی و مریدسادات، ۱۳۹۵)؛ یعنی نه تنها

افراد جامعه باید در معاملات و مبادلات اقتصادی خود این مؤلفه‌ها و آموزه‌های اقتصادی اسلام را سرلوحه کار خود قرار دهند، بلکه باید دولت و حکومت هم در فعالیت‌های اقتصادی خود با افراد جامعه و همچنین دولت‌های دیگر به این اصول و اخلاق پایبند باشد.

۲. مفهوم اخلاق و اقتصاد

اخلاق جمع «خُلُق» و «خُلُق» می‌باشد، این دو واژه در اصل دارای یک ریشه هستند. خُلُق به معنی هیئت و شکل و صورتی است که انسان با چشم می‌بیند و خُلُق به معنی قوا و صفات درونی است که با چشم دل می‌بیند (رسولی‌شربیانی و مریدسادات، ۱۳۹۵). اخلاق دو شاخه دارد، اخلاق نفسانی و اخلاق رفتاری (مهدوی کنی، ۱۳۷۹ (ب)، ص ۲۱۹)، که تأکید ما در این پژوهش بیشتر قسم دوم از اخلاق می‌باشد. علاوه بر این از جهتی دیگر، اخلاق را می‌توان به نظری، تطبیقی و عملی (مهدوی کنی، ۱۴۲۳ق، ص ۸) نیز تقسیم نمود که در این تقسیم نیز تأکید بیشتر در این پژوهش در اخلاق عملی می‌باشد. بنابراین مراد ما از اخلاق اقتصادی و مؤلفه‌های اخلاقی اقتصادی در این پژوهش، صفات، ویژگی‌ها و دستورهایی است که اسلام برای بهتر انجام شدن و اصلاح روابط اقتصادی جامعه در نظر گرفته است.

آیت‌الله مهدوی کنی (ره) تعریف جامعی از اقتصاد ارائه داده‌اند: «اقتصاد در لغت مشتق از کلمه (ق ص د) و بر وزن افتعال است. قصد در لغت به معنای توجه به یک هدف است بدین‌سان توجه به هدف مستقیمی را میان قاصد و هدف ترسیم می‌کند، زیرا انسان معمولاً هدف را روبروی خود قرار می‌دهد؛ لذا به این اعتبار در کلمه قصد، معنای استقامت ملحوظ شده است. استقامت نیز به معنای درست و راست بودن است، از این رو واژه قصد با میانه‌رو بودن، به بیراهه نرفتن و در نتیجه نزدیک‌ترین راه با انتخاب کردن و به سمت تعادل رفتن است» (مهدوی کنی، ۱۳۷۹ (الف)، ص ۱۱).

۳. اصول اخلاق اقتصادی اسلام

اخلاق اقتصادی در اسلام مبتنی بر دو مؤلفه اساسی می‌باشد و شاکله اقتصاد مطلوبی که مدنظر اسلام و اندیشه اسلامی می‌باشد متشکل از این دو مؤلفه است. اگر این دو عنصر

اساسی در اقتصاد و نظام اقتصادی جامعه نهادینه شده باشد و افراد یک جامعه به سمت آن پیش روند، می‌توان امید این را داشت که اقتصاد به سمت نظام مطلوب پیش می‌رود. فعالیت اقتصادی و تولیدی، عملی بسیار شایسته و خوب است ولی باید دقت شود که این عمل به نحوی باشد که از نوع اعمال شایسته پایدار باشد (مهدوی کنی، ۱۳۹۰ الف)، ص ۱۸). عناصر اساسی در اقتصاد مطلوب اسلامی را می‌توان در دو مؤلفه و عنصر اساسی خلاصه کرد و تمام مؤلفه‌ها و آموزه‌های دیگر را به این دو عنصر بازگرداند و به‌نوعی نشأت گرفته از این دو مؤلفه دانست؛ این دو مؤلفه یکی وسیله بودن اقتصاد (در مقابل هدف نبودن) و دیگری عنصر عدالت است. در این مرحله به نحو مختصر جایگاه این دو مؤلفه تبیین و در ادامه تبیین تفصیلی آن‌ها خواهد آمد.

مؤلفه اول، یک عنصر کاملاً بینشی و اندیشه‌ای می‌باشد، به این معنا که بیشتر ناظر به نوع نگرش و جایگاه اقتصاد در جهان‌بینی اسلامی است و جامعه انسانی و اجتماع را به این سمت رهنمود می‌شود که اقتصاد را مبنا و هدف اصلی و غایی خود قرار ندهند مؤلفه دوم بیشتر یک عنصر عملیاتی و کارکردی می‌باشد و ناظر به این است که شکل و ساختار کلی یک اقتصاد باید به چه نحوی باشد تا اقتصادی مطلوب و مبتنی بر اصول اخلاقی صحیح باشد، این مقصود دوم عدالت است. یک نظام مطلوب اقتصادی باید درصدد تحقق کامل عدالت در جامعه باشد و این عدالت اشکال گوناگون دارد که باید در تمام سطوح و در تمام اقشار، عدالت اجتماعی نهادینه شود.

۳-۱. وسیله بودن اقتصاد

مهم‌ترین و مبنایی‌ترین تفکر اسلام در مورد اقتصاد را می‌توان در این مؤلفه مشاهده کرد. مهم‌ترین تفاوت نظام اخلاق اقتصادی اسلام را می‌توان در نوع نگرش به اقتصاد مشاهده کرد. اخلاق اقتصادی اسلام از آن جهت که هدف نهایی انسان را رشد و سعادت می‌داند، به مؤلفه‌های دیگر که در مسیر انسان قرار می‌گیرد اصالت نمی‌دهد و به آن‌ها صرفاً به دید یک وسیله در مسیر سعادت انسان نگاه می‌کند. یکی از این وسیله‌ها اقتصاد است.

آیت‌الله مهدوی کنی (ره) در مورد وسیله بودن اقتصاد و اهداف اصلی زندگی می‌فرماید: «نکته دیگر آن‌که زندگی را به این چندروزه دنیا و مسائل شخصی محدود ندانید که این دلیل بی‌همتی یا کم‌همتی شما خواهد بود. بلکه خود را وقف خدا و در خدمت جامعه، اسلام و امام زمان (عج) قرار دهید... گرچه پول از نیازهای ضروری زندگی دنیا است، ولی رکن اصلی زندگی چیز دیگری است. همیشه به قله بیندیشید و از تأثر نفس‌ها غافل نشوید. انفاس قدسیه شما ارواح ملکوتی و قدسی پرورش می‌دهد، چنانکه نفس‌های آلوده نیز الواح پلید می‌سازد» (مهدوی کنی، ۱۳۹۰ (ج)، ص ۲۷۶).

بنابراین اقتصاد وسیله است، نه هدف؛ و در تحکیم بنیادهای اقتصادی، اصل، رفع نیازهای انسان در جریان رشد و تکامل اوست، نه همچون دیگر نظام‌های اقتصادی تمرکز و تکاثر ثروت و سودجویی؛ زیرا که در مکاتب مادی، اقتصاد خود هدف است و بدین‌جهت، در مراحل رشد، اقتصاد عامل تخریب و فساد و تباهی می‌شود؛ ولی در اسلام، اقتصاد وسیله است و از وسیله انتظاری جز کارایی بهتر در راه وصول به هدف نمی‌توان داشت. با این دیدگاه، برنامه اقتصاد اسلامی فراهم کردن زمینه مناسب برای بروز خلاقیت‌های متفاوت انسانی است و بدین‌جهت، تأمین امکانات مساوی و متناسب و ایجاد کار برای همه افراد و رفع نیازهای ضروری جهت استمرار حرکت تکاملی او، بر عهده حکومت اسلامی است (محقق، ۱۳۸۴).

پس مهم‌ترین ثمره این نوع نگرش اخلاقی به اقتصاد را می‌توان در تلاش برای تحقق این هدف دانست. حال اگر مبنا و هدف اقتصاد نباشد، فعالان و کارگزاران اقتصادی تمام تلاش‌های خود را بر بیشینه کردن و افزایش سود اقتصادی قرار نمی‌دهند و در مسیر تحقق اهداف اقتصادی از هر وسیله نامشروعی استفاده نمی‌کنند.

۲-۳. مفهوم کار

یکی از سؤال‌های مهم و اساسی در تمام نظام‌های اقتصادی، پاسخ به این مسئله است که مبنای ارزش و تولید فایده چه می‌باشد؟ به عبارت دیگر در مقابل چه امری می‌توان انتظار دریافت وجه و ثمن داشت و با واقع شدن چه اتفاقی می‌توان انتظار دریافت ارزش و وجه داشت. پاسخ به این مسئله را باید به عرف حواله داد و عرف است که

مصدق تعیین اموری که قابلیت دریافت وجه و ثمن دارد را بیان می‌کند و با تدقیق در امور عرفی این امر روشن می‌شود که یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها برای تولید ارزش و دریافت وجه و ثمن، انجام کار می‌باشد. با این توضیح که افراد با انجام کاری که مفید و مطلوب طرف مقابل می‌باشد، می‌توانند انتظار دریافت وجه داشته باشند.

در این مرحله سؤالی که مطرح می‌شود این است که کار چه مفهوم دارد و اصولاً به چه معنا می‌باشد، در این مورد آیت‌الله مهدوی کنی (ره) بیان می‌کنند: «از مجموعه فقه و نظام اقتصادی اسلام فهمیده می‌شود که مقصود از کار، فعالیت مفید و ارزش‌آفرین است که آن ارزش در اسلام محترم و مطلوب می‌باشد. از نظر کمونیسیم که اصل را بر تولید می‌گذارد، کار خدماتی از آن جهت که در خدمت تولید است، دارای ارزش است... لیکن از نظر اسلام، ارزش تنها آن نیست که به تولید برگردد، بلکه ارزش به مفید بودن آن برای جامعه بستگی دارد. لذا اگر فردی، عملی را انجام دهد که به نحوی برای جامعه مفید بوده و از نظر اسلام نیز پذیرفته است باشد، می‌تواند منشأ مالکیت تلقی گردد ولی اگر فردی متحول زحمت و تلاشی شود که از نظر اسلام مردود باشد - مثل ساختن شراب- این فعالیت نمی‌تواند عامل مالکیت باشد» (مهدوی کنی، ۱۳۷۹ الف)، ص ۱۵۶.

۳-۳. عدالت اقتصادی

قبل از تبیین عدالت اقتصادی و مؤلفه‌های آن، لازم است که به تفاوت قسط و عدل اشاره شود. در این مورد باید گفت که قسط به معنای عدل و عدم ظلم است. عدل به معنای متعادل بودن و میانه‌روی است و قسط به معنای ادا کردن سهم می‌باشد (مهدوی کنی، ۱۳۷۹ الف)، ص ۱۰۵. یکی دیگر از تفاوت‌های این دو آن است که قسط در امور اجرایی و اقتصادی استعمال می‌شود ولی عدالت معنای گسترده‌تری داشته و امور اعتقادی و معنوی را نیز شامل می‌شود (مهدوی کنی، ۱۳۷۹ الف)، ص ۱۰۵. عدالت اقتصادی از مهم‌ترین اهداف و مؤلفه‌های اخلاقی اقتصادی اسلام است (میرمعزی، ۱۳۷۸). عدالت از جمله مهم‌ترین فضائل انسانی می‌باشد که مربوط به روابط انسان با خدا و خلق می‌باشد (مهدوی کنی، ۱۳۸۶، ص ۱۵۳)، که شایسته است انسان در تمام

ابعاد درصدد تحقق این مهم باشد. آیت‌الله مهدوی کنی (ره) در توصیف عدالت می‌فرماید: «خداوند در آیه شریفه فرموده است؛ «ظهر الفساد فی البر و البحر بما کسبت ایدی الناس» (فصلت: ۴۱). به واسطه کارهای ناشایسته‌ای که انسان‌ها انجام می‌دهند، خشکی و دریا فاسد می‌شود. آلوده کردن محیط‌زیست، دریاها، هوا و ... به ضرر خود ما است. ما باید حق دوسویه و متبادل را رعایت کنیم، این، عدالت است؛ عدالت یعنی تمام حقوقی که در جامعه و در عالم هستی، میان انسان و خدا، میان مردم و میان اعضای بدن نسبت به یکدیگر وجود دارد، باید مراعات شود» (مهدوی کنی، ۱۳۹۰ ج)، ص ۱۷۸). همچنین ایشان در جای دیگر می‌فرمایند: «اگر بخواهیم عدالت اقتصادی به معنای خاص خود را در فرهنگ قرآن پی بگیریم از واژه قسط می‌توانیم استفاده کنیم؛ اگرچه در لغت برخی بین عدل و قسط مساوات برقرار کرده‌اند اما باملاحظه و تتبع در موارد استعمال قسط در قرآن استفاده می‌شود که قسط بیشتر در روابط اجتماعی و ادای حقوق دیگران است و کمتر در مورد داوری و امثال آن به کار رفته است ولی واژه عدل و عدالت گسترده‌تر است» (مهدوی کنی، ۱۳۷۹ الف).

مراد از عدالت در موضوع مورد بحث این است که تبعیض‌ها و تفاوت‌های ناروا رفع و برابری همگان در برابر قانون، همچنین برخورداری یکسان افراد از امتیازها و نا امتیازها حاصل شود (توتونچیان و عیوضلو، ۱۳۷۹). بنا بر تعریف یاد شده عدالت اقتصادی در اسلام الگویی است با سه مؤلفه اساسی:

۱. سهم‌بری بر اساس میزان مشارکت در فرایند تولید.

سهم‌بری بر اساس میزان مشارکت در فرایند تولید (توتونچیان و عیوضلو، ۱۳۷۹) به این معنا که هر یک از افراد جامعه به نحو مساوی و برابر با یکدیگر حق مشارکت در تولید و فعالیت‌های اقتصادی را داشته باشند و وضعیت بازار و اخلاق اقتصادی به نحوی نباشد که افراد کم‌درآمد و سطح پایین جامعه از انجام فعالیت‌های اقتصادی که برای آن‌ها مقدور می‌باشد، محروم شوند و ممانعت از ورود ایشان به این عرصه‌ها شود. لذا عدالت اقتصادی از مؤلفه‌های مهم اقتصادی در نظام اخلاق اقتصادی اسلام می‌باشد و اگر عدالت اقتصادی نهادینه شود، افراد از حرص و طمع فراوان در این عرصه پرهیز می‌کنند و حتی در بسیاری از موارد سود و منفعت جمعی را بر منفعت فردی خود

ترجیح می‌دهند. آیت‌الله مهدوی کنی (ره) در جای دیگری از کتاب اقتصاد اسلامی خود تأکید دارند که یکی از مصداق‌های عدالت، عدالت میان کارگر و کارفرما می‌باشد (مهدوی کنی، ۱۳۷۹ (الف)، ص ۱۱۱)، بنابراین لازم است که به این بعد از اقتصاد نیز توجه شود که و کارگر و کارفرما به میزان فعالیت و مشارکتی که در تولید داشته‌اند، از آورده اقتصاد بهره‌مند شوند.

۲. حق برخورداری برابر.

اخلاق اقتصادی مطلوب اسلام حکم می‌کند که افراد در جامعه به نحو یکسان و برابر، از آورده‌ها و مزایای اقتصادی بهره‌مند شوند و فرایند گردش پول و ارزش اقتصادی به نحوی نباشد که افراد محدودی تمام منابع اقتصادی را تحت تسلط داشته و موجب محرومیت افراد دیگر از مزایای اقتصادی شوند، بنابراین یکی از مؤلفه‌های مهم اقتصاد اسلامی، حق برخورداری برابر (توتونچیان و عیوضلو، ۱۳۷۹) می‌باشد. لذا بر عهده دولت است که این موجبات تحقق برخورداری برابری افراد جامعه را فراهم آورده و سیاست‌های اقتصادی جامعه را به نحوی مدیریت کند که همگان بتوانند از مزایای اقتصادی آن بهره‌مند گردند.

۳. بهره‌مندی صحیح از منابع مالی اسلامی

از منظر آیت‌الله مهدوی کنی (ره) باید برای انواع موارد مصرف موردنیاز جامعه، به نحوی متناسب، از منابع مالی تقسیم بودجه نمود. از نظر ایشان، یکی از ارکان مهم اقتصاد اسلامی آن است که مبنای این نظام اقتصادی نه مانند نظریات سرمایه‌داری است و نه چیزی شبیه نظریات مارکسیستی، بلکه چیزی بین این دو است. ایشان در یکی از مطالبی که در جزواتشان در مسجد جلیلی بیان نمودند می‌فرمایند: «پولی که از راه مالیات یا خمس و زکات در اختیار حکومت اسلامی قرار می‌گیرد، نباید تماماً صرف حفظ حکومت و سیاست دولت اسلامی گردد. بلکه باید بخشی از آن صرف بهبود وضع عمومی و امور عام‌المنفعه شود» (مرکز بررسی اسناد تاریخی، ۱۳۸۸).

از دیگر ابعاد و نکته‌هایی که در بهره‌مندی صحیح از منابع مالی باید لحاظ کرد، جایز نبودن کنز مال صامت (مهدوی کنی، ۱۳۷۹ (الف)، ص ۱۹۷) و در حقیقت اقتصاد اسلامی تأکید بر این مسئله دارد که منابع مالی باید پیوسته در حال گردش و تولید کالا

و خدمات و فعالیت تولیدی باشد و در حقیقت نحوه صحیح بهره‌مند شدن از منابع مالی اسلامی با تأکید بر این اصل اقتصادی است.

۴. توازن نسبی ثروت و درآمد:

از دیگر آموزه‌های مهم اخلاق اقتصادی اسلام که می‌توان از ثمرات عدالت اقتصادی دانست، توازن نسبی ثروت و درآمد (توتونچیان و عیوضلو، ۱۳۷۹) است. توضیح این‌که وضعیت مطلوب اقتصادی در اسلام این است که افراد به میزانی که آورده اقتصادی دارند، به نسبت همان درآمد اقتصادی داشته باشند و وضعیت اقتصادی جامعه به نحوی نباشد که افرادی با سرمایه اندک، ولی به دلیل وصل بودن به رانت‌های اطلاعاتی بتوانند درآمدهای هنگفت داشته باشند و درعین‌حال افراد دیگری با وجود تلاش و زحمت زیاد و آورده فراوان به سود مطلوب خود نائل نشوند، فقط به این دلیل که ایشان به بانک‌ها و رانت‌های اطلاعاتی مرتبط نیستند.

۴. مؤلفه‌های اخلاقی در بازاریابی اسلامی

۴-۱. صداقت

بازاریابان باید در برخورد با مشتریان و سهامداران صادق و صریح باشند. برای دستیابی به این هدف باید تلاش کنند تا همواره و در تمام موقعیت‌ها صادق باشند و محصولی را به مشتری عرضه کنند که موردتوافق هر دو بوده است. همچنین اگر محصولات عرضه‌شده، مزایای مورد ادعا را در هنگام فروش عاید مشتری نکند، آن کالا را از مشتری پس بگیرند، درواقع به تعهدات و وعده‌های ضمنی و صریح خودشان عمل نمایند (رسولی شریبانی و مریدسادات، ۱۳۹۵).

در اسلام به طرق مختلفی بر صادق بودن در معامله، همچنین در تبلیغات تأکید شده است. آیات متعددی در قرآن کریم به درستی مکیال و میزان و وفاداری در استفاده از پیمان‌ها جهت جدا کردن کالا و خدمات برای مشتریان تأکید کرده، که حاکی از اهمیت زیاد این موضوع در اسلام است. نقطه مقابل صداقت در اندیشه اسلامی دروغ و خلاف واقع بیان کردن است که یکی از آفت‌های زبان (مهدوی کنی، ۱۳۶۵، ص ۵) و از رذایل اخلاقی می‌باشد.

نکته مهمی که در اخلاق بازاریابی اسلامی وجود دارد و امروزه شرکت‌های معتبر اقتصادی به آن اهمیت می‌دهند، موضوع اعتمادسازی است. اگر مشتری بعد از خرید کالا از این خرید خود احساس رضایت کند و از خرید خود راضی باشد، مهم‌ترین سرمایه برای یک تاجر و فعال اقتصادی فراهم شده و آن اعتبار نزد مشتری است. اگر اعتماد مشتری به یک کالا و شرکت جلب شود، می‌تواند مقدمه‌ای برای خریدهای بیشتر شود و این‌گونه است که ثروتی که از این طریق حاصل می‌شود بسیار قابل توجه بوده و نسبت به حالتی که شرکت صرفاً یکبار موفق به فروش می‌شود بهتر است و مهم‌ترین ثمره صداقت در تجارت را می‌توان اعتمادسازی بین مشتری و فروشنده دانست.

۴-۲. مسئولیت‌پذیری

از مهم‌ترین ثمرات اصول اخلاقی اسلام، اصل مسئولیت‌پذیری را بیان کرد. بازاریابان باید پیامدهای اتخاذ تصمیمات و راهبردهایشان را بپذیرند. اسلام بر احساس مسئولیت کردن نسبت به بخش‌های آسیب‌پذیر بازار مانند کودکان، سالمندان، فقیران، افراد بزرگسال بی‌سواد و دیگرانی که ممکن است به‌طور فراوان ای محروم باشند، تأکید دارد (رسولی‌شربیانی و مریدسادات، ۱۳۹۵). بازاریاب مسلمان که اقتصاد را نه هدف اصلی و نهایی بلکه وسیله‌ای برای رفع نیازهای خود و خدمت به افراد دیگر جامعه می‌داند، در امر بازاریابی یکی از مؤلفه‌های مهمی که مدنظر قرار می‌دهد اصل مسئولیت است و نسبت به تبلیغ و توزیعی که انجام می‌دهد حداکثر مسئولیت را از خود نشان می‌دهد و در صورت وجود عیب و نقص و سعی بر جبران نقص وارد شده را دارد.

۴-۳. پرهیز از بزهکاری

فرد مسلمانی که درصدد است بر اساس اصول اخلاقی بازاریابی اسلامی، اقدام به فروش کالای تجاری خود نماید، از بسیاری از اعمال ناپسند و غیراخلاقی پرهیز می‌کند؛ به‌عنوان مثال از تبلیغات گمراه‌کننده و فریبنده برای فروش محصولاتش اجتناب می‌نماید. از دست‌کاری در محصول و اعمال تکنیک‌های فروشی که به اعتماد مشتری آسیب می‌زند و نیز تاکتیک‌هایی مانند تثبیت قیمت، قیمت‌گذاری غارتگرانه و

قیمت‌گذاری تبعیضی دوری می‌نماید. از اطلاعات خصوصی و علایق مشتریان، کارمندان و همکاران محافظت می‌کند. گرفتن سود بالا از مشتریان از مواردی است که در اسلام نهی شده و باعث نوعی ظلم به افراد می‌شود (رسولی شریانی و مریدسادات، ۱۳۹۵). بنابراین از جلوه‌های زیبای اخلاق اقتصاد اسلامی می‌توان کاهش بزهکاری‌ها و ناهنجاری‌های اخلاقی در حوزه اقتصاد را بیان کرد که این امر علاوه بر این که موجب تحقق یک اقتصاد صادقانه و اخلاق مدار می‌شود، به کاهش جرائم و دعاوی حقوقی نیز منجر می‌شود. توضیح این که امروزه یکی از حوزه‌های مهم و وسیع پرونده‌های حقوقی، پرونده‌هایی است که مربوط به تجارت‌های خرد و کلانی است که در آن فروشنده یا خریدار از بیان واقعیت و حقیقت پرهیز و در تبلیغ کالای خود متوسل به دروغ شده و اقدام به اخذ سودهای هنگفت نموده‌اند که در این موارد فرد متضرر اقدام به اقامه دعوا علیه فرد مقابل می‌نماید؛ درحالی که عمل به مؤلفه‌های اخلاقی اسلام در حوزه اقتصاد، این نوع قانون‌گریزی‌ها و ناهنجاری‌ها را نداشته و افراد در مبادلات اقتصادی خود صحیح‌تر و سالم‌تر عمل می‌نمایند.

۴-۴. احترام

از دیگر مؤلفه‌های بازاریابی اسلامی که مبتنی بر اصول اخلاقی اسلام می‌باشد اصل احترام است. بازاریاب‌هایی که مبتنی بر اخلاق اسلامی عمل می‌کنند لازم است که در دو مورد اصل احترام را ملاک عمل برای خود قرار دهند؛ یکی در برخورد خود با خریداران و دیگری با رقبای خود (رسولی شریانی و مریدسادات، ۱۳۹۵). فعالان اقتصادی اولاً باید در روابط و رفتار خود با خریداران و مشتریان اصل مراعات را رعایت کنند و موردتوجه قرار دهند. این نکته در تمام فروشندگان و فعالان اقتصادی صادق است به‌خصوص در فروشندگانی که فروشنده انحصاری در یک موضوع می‌باشند، چون این فروشندگان دلیلی بر همدلی و همراهی با مشتری ندارند. علاوه بر این باید اصل احترام را در رفتار با رقبا هم رعایت کرد. فعالان اقتصادی نباید در رفتار خود با دیگر رقبا از اصول اخلاقی تجاوز و برای افزایش تولید و فروش خود از رفتارهای غیراخلاقی اقتصادی استفاده کنند.

۴-۵. کنترل تبلیغات تجاری

از دیگر عرصه‌های مهم اقتصادی امروز، عرصه تبلیغات تجاری است. امروزه تمام فروشندگان و تولیدکنندگان برای یافتن بازار بهتر برای کالای خود اقدام به تبلیغ و بازاریابی برای کالاهای خود می‌نمایند که روش‌ها و فنون خاص خود را می‌طلبند و غالب این روش‌ها از اصول اخلاقی انسانی به دور است؛ روش‌هایی مانند؛ خوب جلوه دادن کالا، گفتن خصوصیتی که در کالا وجود ندارد، تخریب رقیب در این فرایند. تولیدکننده و نیز فروشنده حق دارد با تبلیغ کالای خود به رقابت و یافتن مشتری برای خود دست بزند و بکوشد توجه مصرف‌کنندگان را جلب نماید. درعین‌حال، این کار نباید موجب شکستن مرزهای اخلاقی بازار باشد و دولت باید قوانینی وضع نماید که اولاً؛ تبلیغات هر فروشنده در حدی باشد که موجب تخریب رقیب وی نشود، از علامت تجاری دیگران استفاده نکند و تبلیغات او نشان‌دهنده محتوا و کیفیت کالای وی باشد نه اینکه در آن گزاره‌گویی و اغراق شده باشد. همان‌طور که بیان شد، پیامبر اکرم(ص) از چیدن خرما به‌گونه‌ای که ظاهر و باطن آن متفاوت باشد، نهی کرده‌اند. ثانیاً؛ تبلیغ کالا موجب زیر پا گذاشتن ارزش‌های اخلاقی و موجب تهییج امیال افراد جامعه نیز نباشد و آن‌ها را به مصرف‌گرایی کاذب ترغیب ننماید (امامی، ۱۳۸۵). لذا یکی دیگر از جلوه‌های مهم اخلاق اقتصاد اسلامی را می‌توان در موضوعات بازاریابی و تبلیغات مشاهده کرد.

۴-۶. حفظ محیط‌زیست

از دیگر مؤلفه‌های مهم اخلاق اسلامی در اقتصاد می‌توان موضوع حفظ محیط‌زیست و منابع اولیه تولید را بیان کرد. امروزه تولیدکنندگان برای تولید هر چه بیشتر کالا بدون توجه به حق آیندگان و دیگر انسان‌ها در منابع اولیه تولید، محیط‌زیست را تخریب و خسارات غیرقابل‌جبران به بار می‌آورند. درحالی‌که این اتفاق از ثمرات ناگوار اقتصاد سودمحور می‌باشد و مخالف اخلاق اقتصادی اسلام است. استفاده از منابع طبیعی در جریان تولید کالا و خدمات به‌وسیله بخش خصوصی، به حفظ محیط‌زیست مشروط است. حاکمیت اسلامی مسئولیت سلامت زیست‌محیطی و شرایط استمرار آن را برای نسل‌های آینده به عهده دارد؛ بنابراین صیانت محیط‌زیست و استفاده بهینه از منابع

طبیعی تجدید ناپذیر بر اساس قاعده نفی ضرر و اضرار به حق عام صورت می‌پذیرد (نظری، ۱۳۸۳).

۵. مشروع بودن فعالیت اقتصادی

مشروع بودن فعالیت اقتصادی (مهدوی کنی، ۱۳۹۰ (ب)، ص ۳۲۰) از مؤلفه‌های مهم اخلاقی در اقتصاد اسلامی می‌باشد که در روایات نیز بازتاب فراوانی دارد. به‌عنوان مثال، امام علی (ع) می‌فرماید: «و اصل الامور فی الانفاق طلب الحلال لما ینفق و الرفق فی الطلب». اساس کار در انفاق و هزینه کردن ثروت و مال دو چیز است: نخست تحصیل مال از راه مشروع و حلال، دوم دوری از حرص و طمع‌ورزی. مردم بر دو دسته‌اند: گروهی انفاق و هزینه کردن را اصل می‌دانند و تحصیل مال را فرع می‌شمارند. این گروه از هر راهی و به هر کیفیتی به دنبال تحصیل مال می‌روند. گروه دیگر آن‌هایی هستند که انفاق را اساس کار نمی‌شمارند، بلکه به کیفیت کار و شیوه تحصیل مال با دقت می‌نگرند. بنا بر فرموده امیر المومنین (ع) نخست بایستی از طریق مشروع و خداپسند به دنبال مال رفت، دیگر آنکه در این راستا با میانه‌روی و اقتصاد گام برداشت و سپس مال را در مسیر صحیح انفاق کرد. ظاهراً مقصود از انفاق مطلق هزینه کردن و خرج کردن مال، اعم از مصارف شخصی و خانوادگی و مصارف عمومی و کارهای عام‌المنفعه و مساعدت بر دیگران است. چنانکه در قرآن کریم در سوره فرقان آمده است: «و عباد الرحمن الذین یمشون علی الارض هونا و اذا خاطبهم الجاهلون قالوا سلاما؛ و الذین یبیتون بربههم سجدا و قیاما» (فرقان: ۶۳-۶۴)، همچنین «و الذین اذا انفقوا لم یسرفوا و لم یقتروا و کان بین ذالک قواما» (فرقان: ۶۷). «انفاق» در آیه به معنی هزینه کردن مال است، خواه هزینه کردن در زندگی شخصی و خواه برای دیگران. بنابراین، اصل در انفاق، طلب مال حلال و دوری از حرص و آز است. پس‌از آن، هزینه کردن مال، به‌گونه‌ای که خالی از اسراف و بخل باشد. حتی اگر بخواهی آن را در راه خیر انفاق کنی، باید بدانی از کجا به دست آمده است. متأسفانه هستند کسانی که مال را از طریق حرام به دست می‌آورند؛ اما مسجد می‌سازند، یا خمس و زکات واجب را نمی‌دهند، ولی به دیگران کمک‌های تبرعی می‌کنند.

۵-۱. کارایی اقتصادی

کارایی اقتصادی، از مهم‌ترین مؤلفه‌های اقتصادی می‌باشد که در مسائل بازاریابی جلوه‌گر می‌شود. فعالیت اقتصادی مطلوب باید به نحوی باشد که درصد رفع یک نیاز باشد و به نحوی باشد که علاوه بر رفع نیاز تولیدکنندگان، نیاز واقعی موجود در جامعه را پاسخ دهد. نه اینکه به نحوی باشد که هیچ‌یک از ضرورت‌های فعلی جامعه را پاسخ نداده و برای این که بازار مناسب را پیدا نماید به روش‌های غیرانسانی متوسل شود و به بازاریابی غیراخلاقی و ایجاد نیازهای کاذب در افراد روی‌آورد و از این طریق نه تنها یک نیاز و ضرورت را پاسخ ندهند بلکه نیازهای کاذب جدیدتر و غیرضروری برای جامعه انسانی فراهم آورند.

۵-۲. پرهیز از احتکار

از دیگر روش‌های ناپسند و غیراخلاقی که با هدف کسب سود و منفعت بیشتر انجام می‌شود، احتکار کالا به قصد افزایش قیمت و یافتن بازار بهتر برای فروش است. احتکار به معنی جمع و حبس و انبار کردن ارزاق و کالاهای مورد نیاز مردم با هدف کمبود و افزایش قیمت است. احتکار عملی غیراخلاقی است. این نوع فعالیت به علت خارج کردن کالاها از چرخه توزیع و پدید ساختن کمبود مصنوعی در عرضه به بازار است و باعث افزایش قیمت کالاها می‌شود؛ به همین جهت احتکار کالاها نوعی فعالیت اقتصادی ناپسند در قلمرو توزیع است که باعث ضرر به مسلمانان می‌شود (توکلی و کریمی، ۱۳۹۳). از آن جهت که اقتصاد در اسلام هدف و مقصود اصلی نیست و یکی از نیت‌های افراد در اقدام به کارهای اقتصادی، رفع نیازهای مردم و خدمت به خلق می‌باشد، بنابراین، انسان مسلمان درصدد است به اصول اخلاقی اسلام پایبند باشد و به هیچ‌وجه برای افزایش سود خود اقدام به احتکار برای افزایش سود خود نمی‌کند.

۶. چالش‌های موجود در اقتصاد متعارف

در این مرحله درصدد هستیم که به برخی آسیب‌هایی که در نظام اقتصادی بین‌المللی وجود دارد اشاره و کارآمدی مؤلفه‌های اخلاقی اسلام را در رفع و اصلاح این آسیب‌ها نشان دهیم.

۶-۱. کم‌فروشی

کم‌فروشی (توکلی و کریمی، ۱۳۹۳) یکی از عادات بد اقتصادی امروز تجار است که در انواع روابط تجاری خودنمایی می‌کند. امروزه در تجارت‌های خرد و کلان و به انواع شکل‌های ممکن شاهد این موضوع هستیم که تجار برای افزایش سود خود اقدام به کم‌فروشی می‌کنند و این روش، ریشه در این دارد که اقتصاد را مبنا و هدف در زندگی بدانیم در صورتی که این مبنا و این روش صحیح نیست و اسلام آن را ممنوع می‌داند. لذا یکی از ثمرات مفید اخلاق اقتصادی اسلام در فعالیت‌های تجاری را می‌توان داشتن یک معامله سالم و شفاف دانست.

۶-۲. تخریب محیط‌زیست و منابع اولیه

امروزه همان‌طور که می‌دانیم فرایند استفاده از منابع اولیه و محیط‌زیست برای تولید کالا در وضعیت نابسامانی است و تولیدکنندگان با هدف کسب سود بیشتر و منفعت بالاتر، بدون توجه به خسارات جبران‌ناپذیری که به محیط‌زیست وارد می‌کنند به تولید کالا می‌پردازند، درحالی که این روش و گرایش در اقتصاد بسیار مذموم و اندیشه اخلاقی اسلام این موضوع را انکار می‌کند. در اسلام، فرایند تولید محصولات باید با توجه به معیارهای ارزشی و تأثیری که محصول می‌تواند بر رفاه و سلامت جامعه داشته باشد، هدایت گردد به عبارتی، فرایند تولید محصولات باید از ابتدا تا پایان، پاک و بدون ضرر و زیان باشد. در واقع تولیدکننده مسلمان باید تولید کالاهای باکیفیت و ایمن را سرلوحه فعالیت اقتصادی خود قرار دهد.

موضوعی که امروزه به دغدغه‌ای جهانی برای بسیاری از کشورها تبدیل شده، افزایش آلودگی‌های زیست‌محیطی و بهره‌برداری ناصحیح از منابع طبیعی می‌باشد؛ به‌گونه‌ای که برخی از کشورها قوانین بسیاری را برای مبارزه با این معضل وضع نموده‌اند و در کنار آن، پژوهشگران در زمینه تحقیقات بازاریابی نیز رویکردهای مختلفی، همچون بازاریابی سبز و بازاریابی محیط‌زیست دوستانه برای سازگار نمودن فعالیت‌های کسب‌وکار شرکت‌ها با محیط‌زیست مطرح نموده‌اند. این در حالی است که در دین اسلام چنین قوانین و رویکردهایی به‌وضوح در آیات و روایات مشهود است و این نشان می‌دهد حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی، اهمیت

بسیار بالایی در اسلام دارد. بر اساس اندیشه اسلامی، شایسته است که مسلمانان، محیطزیست را امانت الهی بدانند و به حفظ و آلوده نکردن آن اهمیت بدهند و آن را وظیفه لازم خود بدانند. بنابراین هرگاه یک واحد تولیدی برای حیات و بهداشت مردم ضرر داشته باشد - مثل آلودگی هوا و محیطزیست - باید متوقف گردد یا به جای دیگری منتقل شود و در صورت امکان باید مقدار ضرر به حداقل کاهش یابد و بقیه خسارات به نوعی جبران گردد (مصلح و الهیاری، ۱۳۹۴). علاوه بر این، اسلام حق بهره‌برداری از منابع طبیعی را تا حد اعتدال مجاز می‌داند و استفاده بیش از مقدار ضرورت از منابع طبیعی را اسراف می‌داند. اگر استفاده از منابع طبیعی موجب ضرر و زیان جامعه گردد، می‌توان جلوی آن را گرفت؛ بنابراین میزان بهره‌گیری از منابع طبیعی برای افراد نامحدود نیست؛ بلکه حکومت اسلامی حق دارد در هر زمان و هر منطقه، حدود و ضوابطی برای آن تعیین نماید. این امر را می‌توان در آیات متعددی (اعراف: ۳۱؛ غافر: ۴۳؛ ذاریات: ۳۴) از قرآن کریم مشاهده نمود (مصلح و الهیاری، ۱۳۹۴).

۶-۳. ربا

از دیگر ثمرات مفید اصول اخلاقی اسلام که جامعه انسانی را زنده می‌کند و اقتصاد جامعه را متحول می‌کند، موضوع پرهیز از اخذ ربا می‌باشد. توضیح اینکه در زندگی اجتماعی و اقتصادی ممکن است بنا به دلایلی هر انسانی مقداری سرمایه و پول داشته باشد که دیگری از این سرمایه محروم باشد و در عین حال به آن نیاز داشته باشد، در این‌گونه موارد که اقدام به قرض گرفتن می‌کند، قرض دهنده نباید از قرض دادن پرهیز کند و یا شرایط غیرانسانی قرار دهد و از قرض گیرنده بخواهد که بسیار بیشتر از چیزی که قرض گرفته پرداخت کند که به این عمل در اسلام ربا گویند و به شدت از این کار نهی شده است.

در قرآن کریم در چند مرحله با رباخواری مبارزه شده است (اسحاقی، ۱۳۸۴ (ب)): در مرحله اول ربا و رباخواری مورد نکوهش قرار گرفته و توجه به نیازهای اجتماعی و کوشش در جهت رفع نیاز مستمندان بدون سودجویی مورد تأکید قرار گرفته است

مانند آیه: «و ما اتیتم من ربا لیربوا فی اموال الناس فلا یربوا عند الله و ما آتیتم من زکاة تریدون وجه الله فاولئک هم المضعفون» (روم: ۳۹)؛ در مرحله بعد، رباخواران مورد مذمت قرار گرفته‌اند، زیرا با وجود نهی دینی باز هم مرتکب این کار زشت می شدند: «و أخذهم الربوا و قد نهوا عنه و أکلهم أموال الناس بالباطل و أعتدنا للكافرين منهم عذاباً أليماً» (نساء: ۱۶۱)؛ در مرحله سوم، از ربای فاحش و بهره مضاعف نهی کرده و ترک آن را مایه رستگاری می‌شمارد: «یا أيها الذین آمنوا لا تأکلوا الربوا أضعافاً مضاعفةً و اتقوا الله لعلکم تفلحون» (آل عمران: ۱۳۰)؛ در مرحله چهارم، پس از آنکه رباخواری را نوعی بیماری روانی و جنون می‌داند، آن را اعلان جنگ خدا و رسول او با انسان به حساب آورده و بازگرداندن آنچه از این راه به دست آمده را از شرایط ایمان می‌شمارد: «الذین یأکلون الربوا لا یقومون إلا كما یقوم الذی یتخبطه الشیطان من المس ذلك بانهم قالوا إنما البیع مثل الربوا و أحل الله البیع و حرم الربوا... یمحق الله الربوا و یربى الصدقات» (بقره: ۲۷۵). ربا موجب تباهی اموال شده و ثروت را در یک قطب جامعه متمرکز و تعادل اقتصادی را بر هم می‌زند و زمینه را برای ایجاد فاصله طبقاتی فراهم می‌آورد.

۶-۴. اکل مال به باطل

از دیگر چالش‌های موجود در مسائل اقتصادی، اکل مال به باطل می‌باشد. در اسلام، یکی از اصول مهم اقتصادی، مشروع بودن درآمد و منشأ آن است. در حالی که امروزه بسیاری از درآمدها از مصادیق اکل مال به باطل محسوب می‌شود. علاوه بر این، در نقل و انتقال‌ها نیز، باید جایز بودن آن‌ها لحاظ شود و نقل و انتقال‌ها نیز جایز بوده و باطل نباشد. مواردی که از مصادیق انتقال مال به باطل هستند؛ مثل قمار، خرید و فروش مسکرات (مهدوی کنی، ۱۳۷۹ (الف)، ص ۱۲۱).

۶-۵. تولید کالای کم کیفیت

از دیگر ثمرات اندیشه اسلامی در اخلاق تجاری می‌توان موضوع کیفیت کالا را بیان کرد. فعالان اقتصادی امروزه غالباً بدون توجه دقیق به اینکه کالای تولیدشده از چه کیفیتی برخوردار می‌باشد، به تولید و عرضه کالاهای خود می‌پردازند در صورتی که این

روش در اندیشه اسلامی صحیح نیست. فرد مؤمن به مکتب اسلام، خود را در تولید هرگونه محصول با هر کیفیتی، آزاد نمی‌داند؛ بلکه در برابر افراد جامعه و سلامت آنها، خود را مسئول می‌داند و سعی در تولید محصولاتی دارد که منطبق با الزامات دین مبین اسلام باشد. در واقع اهمیت محصولی که یک فرد مسلمان باید تولید و مصرف نماید، به قدری است که در آیات مختلف قرآن مجید به ویژگی‌های آن اشاره شده است. در آیات مختلفی، از جمله ویژگی‌هایی که باید در تولید و مصرف محصولات در نظر گرفته شود، عدم ضرر و زیان آن برای فرد و جامعه و همچنین ارزشمند بودن آن محصول برای بدن انسان است. علاوه بر این، مرغوبیت مواد تشکیل‌دهنده محصول نیز بسیار مورد توجه دین اسلام است و هرگونه تقلب در کیفیت و کمیت محصولات ممنوع است و در این مورد از عبارت «غش» استفاده شده است. در حدیثی معتبر آمده که پیامبر اسلام (ص) از آب در شیر ریختن و فروختن آن به مردم بسیار نهی کرده‌اند. خداوند نیز در آیه‌ای از قرآن کریم (سبأ: ۱۱)، خطاب به حضرت داود (ع) درباره رعایت دقت در کیفیت و کمیت در مصنوعات می‌فرماید: «أَنْ أَعْمَلَ سَابِغَاتٍ وَ قَدَّرُ فِي السَّرْدِ وَ أَعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ»؛ (مصلح و الهیاری، ۱۳۹۴).

۶-۶. سودجویی

از دیگر ثمرات اخلاق اقتصادی اسلام می‌توان مسئله مهم قیمت‌گذاری و قیمت فروش را بیان کرد. اقتصادی که اسلام بنیان‌گذاری می‌کند، اقتصادی خدمت محور است که بر مبنای رفع نیاز تولیدکننده و خریدار می‌باشد، نه اقتصادی که طرفین به انگیزه سودجویی و چپاول یکدیگر اقدام به مبادله اقتصادی نمایند. بله قاعدتاً در این فرایند طرفین نیازهایی مالی و اقتصادی که دارند را برطرف می‌نمایند، هم فروشنده به سود مالی می‌رسد و هم خریدار نیازهای خود را رفع می‌کند، ولی باید توجه کرد که این رابطه به نحوی نیست که طرفین بیش‌ازحد معمول و نه با انگیزه رفع نیاز بلکه به قصد سودجویی حداکثری و چپاول دیگری اقدام به مبادله نمایند. لذا موضوع قیمت‌گذاری عادلانه را از دیگر ثمرات مثبت اخلاق اقتصادی اسلام می‌توان بیان کرد.

سیستم اقتصادی زمانی در تعادل خواهد بود که قیمت محصولات و خدمات در بازار، در حالت تعادل قرار داشته باشد و در مقابل آن، اعمال سیاست‌های سودمحورانه در قیمت‌گذاری محصولات، نتیجه‌ای جز بر هم زدن تعادل اقتصادی و به‌ویژه رویگردانی مشتریان را در پی نخواهد داشت. از آنجاکه اسلام دین اعتدال و تعادل است، در قیمت‌گذاری محصولات نیز بر تعادل قیمت‌ها تأکید داشته و مؤمنان را از سودجویی و گران‌فروشی در معاملات نهی نموده است. در واقع یکی از ویژگی‌های بازار اسلامی، محدود بودن سود است؛ به عبارتی، قیمت‌ها نمی‌تواند نامحدود و بی‌قید و شرط افزایش یابد و باید در حدود قیمت طبیعی و متعارف تثبیت شود. محدودیت سود از نظر کمی، مشخص و تعریف شده نیست؛ بلکه با شرایط موجود متناسب است؛ یعنی همان‌طور که در اسلام در تمام شرایط برای فقیر و غنی، شاخص معینی تعریف نشده و تابع شرایط و عرف است و در مقایسه افراد با یکدیگر معنا می‌یابد، سود نیز چنین است و مفهومی نسبی دارد. در اسلام بر رویکردی تأکید می‌شود که در آن، افزایش رفاه افراد و جامعه مدنظر باشد، نه صرفاً به حداکثر رساندن سود (مصلح و الهیاری، ۱۳۹۴).

۶-۷. کلاهبرداری

از دیگر ثمرات مفید اقتصاد اسلامی می‌توان به موضوع پرهیز از کلاهبرداری اشاره کرد. زمانی که اقتصاد در اندیشه یک جامعه و افرادی هدف نباشد و اقتصاد را صرفاً وسیله‌ای برای رفع نیازهای خود و خدمت به انسان‌های دیگر بدانند، دیگر دلیلی بر انجام اعمال خلاف و ناهنجاری‌های اقتصادی، بخصوص کلاهبرداری وجود ندارد و افراد در هر شرایط اقتصادی که باشند به انجام فعالیت اقتصادی می‌پردازند انسان نمی‌تواند از راه فریب و نیرنگ، خیانت در معامله، مال و ثروت به دست آورد. مقصود از غش در معامله آن است که جنس بد را داخل جنس خوب نماید یا به‌جای جنس خوب معامله کند و یا عیب جنس خود را بپوشاند (اسحاقی، ۱۳۸۴ (ب)). از دیگر مصادیق امروزی کلاهبرداری می‌توان به عدم ایفای امانت یاد کرد، اینکه افراد

در فعالیت‌های اقتصادی خود آن‌گونه که باید، امانت‌دار نمی‌باشند باوجود این‌که امانت‌داری از اهم واجبات می‌باشد (مهدوی کنی، ۱۳۷۳، ص ۳۲۷).

۶-۸. ثروت‌اندوزی

از دیگر ثمرات مفید اخلاق اقتصادی اسلام می‌توان پرهیز از ثروت‌اندوزی و جمع‌آوری بی‌هدف و بی‌رویه ثروت و مال دانست. انسانی که هدف و مقصد زندگی را رشد و سعادت دنیا و آخرت می‌داند و اقتصاد را وسیله‌ای برای رشد و پیشرفت و خدمت می‌داند، دلیلی ندارد که ثروت‌ها و سرمایه‌های موجود خود را بی‌هدف و بی‌ثمر در یکجا راکد بگذارد. بلکه باید از این سرمایه موجود حداکثر استفاده ممکن را بنماید و یا در یک فعالیت تولیدی استفاده کند یا به فعالان اقتصادی که نیازمند سرمایه هستند اعطا کند.

در قرآن کریم از جمع کردن اموال و دور کردن آن از گردش اقتصادی به شدت نکوهش شده و به عاملان آن وعده عذاب داده شده است: «وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يَنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ» (توبه: ۳۴). اسلام در عین پذیرش مالکیت فردی، از تجمع بی‌رویه ثروت جلوگیری می‌کند.

۷. نظارت بر بازار در تمدن اسلامی

با وجود نکات یاد شده در مورد اصول اخلاقی اسلام و همچنین ثمرات مفید آن در داشتن اقتصادی سالم باید گفت که در بسیاری موارد شاهد این موضوع هستیم که به این نکات عمل نمی‌شود و فعالان اقتصادی از عمل به این دستورات و آموزه‌ها تخطی می‌کنند. لذا برای حل این مسئله لازم است که حکومت و دولت در امر اقتصاد وارد شده و مقدمات اصلاح فعالیت‌های اقتصادی را فراهم آورد. از ویژگی‌های احکام اسلامی، فراگیری شرایط و احوال مختلف و جزئیات امور می‌باشد که از جمله آن‌ها مسائل مربوط به مبادلات مالی است. لازمه اجرای مقررات و نیل به اهداف و انتظارات به نحوی فعال، سازنده و نتیجه‌بخش، نظارت و کنترل دقیق، هوشیارانه و فراگیر را ایجاب می‌کند. در صدر اسلام مأموری را که عهده‌دار نظارت بر بازارها می

گردید عامل بازار نامیده می‌شد و از وظایف مهم او رسیدگی به اوزان و پیمانها و گردآوری مالیاتی بود که بر دکان‌ها و صنعتگران وضع می‌گردید (اکرمی، ۱۳۷۵).

نتیجه‌گیری

اقتصاد در اسلام مبتنی بر دو مؤلفه اساسی و ساختاری مهم می‌باشد. مؤلفه اول، وسیله دانستن اقتصاد است. اسلام اقتصاد را صرفاً به‌عنوان ابزاری برای رفع نیازهای جامعه انسانی می‌داند تا بتواند مقدمات حرکت به سمت رشد و پیشرفت فردی و اجتماعی را آماده کند، نه اینکه اقتصاد را مانند بسیاری از نظام‌های اقتصادی غیرانسانی، هدف و مقصد افراد بداند و افراد را در جهت این هدف غیر متعالی سوق دهد. مؤلفه دوم، عدالت اقتصادی است، این ویژگی، ساختار و شکل عملیاتی اقتصاد مطلوب در جامعه اسلامی را بیان می‌کند. یک ساختار خوب اقتصادی باید به نحوی باشد که عدالت حداکثری را برای جامعه به ارمغان آورد. بعد از بیان اصول کلی اقتصاد اسلامی باید تأثیر این دو اصل را در اخلاق اقتصادی اسلام نشان داد. اخلاق بازاریابی اسلامی، پرنمودترین جلوه اقتصاد اسلامی است. در بازاریابی اسلامی نکات اخلاقی مهمی مشاهده می‌شود. مؤلفه‌هایی مانند؛ مسئولیت‌پذیری تولیدکنندگان، صداقت در فروش، مسئولیت‌پذیری، پرهیز از بزهکاری، احترام به مشتری و رقبا از جلوه‌های زیبای اخلاقی اقتصادی اسلام به شمار می‌روند.

کتابنامه

- قرآن کریم.
- اسحاقی، سید حسین (۱۳۸۴ الف)، «فعالیت‌های اقتصادی ممنوع در اسلام»، رواق اندیشه، شماره ۴۹.
- اسحاقی، سید حسین (۱۳۸۴ ب)، «فعالیت‌های اقتصادی ممنوع در اسلام»، رواق اندیشه، شماره ۴۹.
- اکرمی، ابوالفضل (۱۳۷۵)، «بازار در تمدن اسلامی»، دین و ارتباطات، شماره ۳.
- امامی، محمد (۱۳۸۵)، «بررسی نظارت بر بازار در آموزه‌های نبوی و علوی»، الهیات و حقوق، شماره ۲۱ و ۲۲.

- توتونچیان، ایرج؛ و عیوضلو، حسین (۱۳۷۹)، «کاربرد نظریه عدالت اقتصادی در نظام اسلامی توزیع ثروت و درآمد»، تحقیقات اقتصادی، شماره ۵۷.
- توکلی، محمد جواد؛ و کریمی، سعید (۱۳۹۳)، «شاخص اخلاق تجارت از دیدگاه اسلام»، اقتصاد اسلامی، شماره ۵۳.
- حجتی کرمانی، علی (۱۳۴۶)، «اسلام آیین زندگی ۱۶، مشخصات اقتصاد اسلامی: اسلام و توزیع ثروت ۲»، درسهایی از مکتب اسلام، شماره ۹۲.
- رسولی شریبانی، رضا؛ و مریدسادات، حسین (۱۳۹۵)، «بررسی نقش اخلاق در بازاریابی از دیدگاه فرهنگ ایرانی اسلامی»، پژوهشهای جدید در مدیریت و حسابداری، شماره ۲.
- سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی و دانشگاهها (سمت)، پژوهشکده، (۱۳۷۴)، مبانی اقتصاد اسلامی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت).
- مجاهدی نسب، علیرضا (۱۳۸۴)، روشهای قیمت‌گذاری، تهران: رادان تحریر.
- محقق، محمدجواد (۱۳۸۴)، «نظام اقتصادی از منظر قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران»، معرفت، شماره ۸۹.
- مرکز بررسی اسناد تاریخی (۱۳۸۸)، مسجد جلیلی به روایت اسناد ساواک، تهران: وزارت اطلاعات، مرکز بررسی اسناد تاریخی.
- مصلح، عبدالمجید؛ و الهیاری بوزنجانی، احمد (۱۳۹۴)، «اخلاق در بازاریابی: ارزش های اخلاقی مورد تأکید اسلام در مدیریت فعالیت های بازاریابی». پژوهش نامه اخلاق، شماره ۲۸.
- مهدوی کنی، محمدرضا (۱۳۶۵)، «اخلاق اسلامی ۹: حفظ زبان»، تربیت، شماره ۱۵.
- مهدوی کنی، محمدرضا (۱۳۷۳)، نقطه های آغاز در اخلاق عملی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- مهدوی کنی، محمدرضا (۱۳۷۹ الف)، اصول و مبانی اقتصاد اسلامی در قرآن، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- مهدوی کنی، محمدرضا (۱۳۷۹ ب)، بیست گفتار در اخلاق عملی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- مهدوی کنی، محمدرضا (۱۳۸۶)، بیست و دو گفتار، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- مهدوی کنی، محمدرضا (۱۳۹۰ الف)، دوازده گفتار؛ مجموعه بیانات آیت الله محمدرضا مهدوی کنی، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

اصول اخلاقی اقتصاد اسلامی و ...، با تأکید بر اندیشه‌های آیت‌الله مهدوی کنی (ره) ۱۰۷

مهدوی کنی، محمدرضا (۱۳۹۰ ب)، عقل و دین؛ بیست گفتار در شناخت ابعاد معنوی حیات عقلانی انسان، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

مهدوی کنی، محمدرضا (۱۳۹۰ ج)، علم و عمل ایمانی؛ بیست و دو گفتار در شناخت ابعاد کاربردی دین، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

مهدوی کنی، محمد رضا (۱۴۲۳ ق)، *البدایه فی الاخلاق العملیه*، بیروت: دار الهمادی.

میرمعزی، حسین (۱۳۷۸)، نظام اقتصادی اسلام، تهران: موسسه فرهنگی دانش.

نصر، سیدحسین؛ و موقفی، سیداحمد (۱۳۷۸)، «*اخلاق کار اسلامی*» کار و جامعه، شماره ۳۱.

نظری، حسن آقا (۱۳۸۳)، «*عدالت اقتصادی از نظر افلاطون، ارسطو و اسلام*»، اقتصاد اسلامی،

شماره ۱۴.