

## A Systematic Review of Studies on Factors Affecting Market Governance

Abbas Yaghoobzadeh Mojarad<sup>1</sup> , Mousa Shahbazi Ghiyathi<sup>1b</sup>

Jafar Koushki Foroushani<sup>2b</sup> , Morteza Jahanshahi<sup>4</sup>

Mohammad Hossein Khaleghpour<sup>5b</sup> , Mohammad Mahdi Shirafkan<sup>6</sup>

1. PhD Candidate in Islamic Economics, Research Institute of Hawzah and University (RIHU), Qom, Iran  
(Corresponding Author).

[yaghoobzadeh@rihu.ac.ir](mailto:yaghoobzadeh@rihu.ac.ir)

2. Assistant Professor, Research Center of the Islamic Consultative Assembly (Majlis), Tehran, Iran.

[shahbazymusa@gmail.com](mailto:shahbazymusa@gmail.com)

3. Level-4 Seminarian, Qom Seminary, Qom, Iran.

[mesbah1367@gmail.com](mailto:mesbah1367@gmail.com)

4. Professor of Advanced Islamic Jurisprudence, Qom Seminary, Qom, Iran.

[morteza1j@chmail.ir](mailto:morteza1j@chmail.ir)

5. Level-4 Seminarian, Qom Seminary, Qom, Iran.

[Mho3ein750@gmail.com](mailto:Mho3ein750@gmail.com)

6. PhD Candidate in Islamic Economics, Research Institute of Hawzah and University (RIHU), Qom, Iran.

[shirafkan@rihu.ac.ir](mailto:shirafkan@rihu.ac.ir)

Received: 2025/09/26; Accepted 2025/11/22

### Extended Abstract

**Introduction and Objectives:** Conventional economic theory, primarily concerned with the optimal allocation of scarce resources through exchange mechanisms, traditionally



Authors retain the copyright. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

presents the competitive free market as an efficient institution for achieving price equilibrium. Within this framework, core assumptions—such as a large number of market participants, freedom of entry and exit, and parametric prices independent of individual behavior—facilitate the Walrasian tâtonnement process, ultimately satisfying both the subjective equilibrium condition (individual utility maximization given equilibrium prices) and the objective equilibrium condition (equality of supply and demand). From this perspective, prices function as decentralized informational signals that coordinate economic activities without the need for centralized intervention. Hayek, in particular, emphasizes that the price system, if left unimpeded, ensures spontaneous order and social coordination.

Despite its analytical coherence, this theoretical construct encounters serious limitations when confronted with empirical realities. Market failures—such as monopoly power, externalities, asymmetric information, rent-seeking behavior, and the incompleteness of markets—challenge the universality of the competitive market paradigm and undermine its normative claims. Consequently, contemporary economic and policy debates have increasingly shifted toward the concept of market governance, which extends beyond abstract market models and focuses on institutional arrangements, regulatory mechanisms, and ethical constraints aimed at correcting inefficiencies and ensuring socially desirable outcomes.

Parallel to this development, governance studies over the past two decades have moved away from a state-centered conception of authority toward a more pluralistic understanding of power distribution. Governance is now understood as a networked system involving state institutions, non-state actors, intermediary organizations, professional guilds, civil society, and citizens. This approach rejects the rigid dichotomy between “state” and “market” and highlights the regulatory role of intermediate structures in coordinating economic behavior. Regulation, as a core function of governance, seeks to exercise public oversight over economic actors to safeguard public interest, fairness, and efficiency.

From the standpoint of Islamic economics, the market is not merely an arena of self-interested exchange governed solely by supply and demand. Rather, it is an ethically embedded institution shaped by moral norms, jurisprudential rules, and spiritual motivations. Islamic teachings emphasize principles such as justice (‘Adl), fairness in exchange, leniency in transactions (Samāḥah), the desirability of rescinding regretful transactions

(Iqālat al-Nādim), and the prohibition of exploitative practices. Within this framework, price formation is not morally neutral; instead, it is constrained by the concept of a just price (al-Si'r al-Ādil), which transcends pure market relativity and is bounded by divine and ethical considerations.

Against this background, the present study aims to systematically review Persian-language scholarly literature grounded in Islamic economics and jurisprudence in order to identify, extract, and categorize the key factors affecting desirable market governance. The ultimate objective is to provide a comprehensive macro-framework that can inform future research and policy design for market governance in Iran's economy based on Islamic teachings.

**Method:** This research employs a systematic review methodology based on transparent, replicable, and bias-reducing procedures. The central research question guiding the study is:

“What are the key factors and components influencing desirable market governance from the perspective of Islamic economics?”

The review process was conducted in five structured stages:

1. Formulation of the research question and methodological protocol, including the definition of scope and analytical categories.
2. Specification of inclusion and exclusion criteria. Included sources comprised scientific–research journal articles, doctoral dissertations, and Persian-language books with an explicit Islamic economic or jurisprudential approach, published up to the end of 1403 SH (2024/2025) and available in full text. Excluded materials included master's theses, conference papers, promotional publications, duplicate records, and sources lacking full-text access.
3. Systematic literature search using 36 core keywords related to market, governance, pricing, justice, and Islamic jurisprudence across major Iranian databases, including Noormags, SID, Magiran, IranDoc, and the Comprehensive Portal of Humanities. This stage yielded an initial pool of 223 sources.
4. Two-stage screening and eligibility assessment, consisting of title–abstract screening followed by full-text evaluation, resulting in the final selection of 63 eligible sources (56 journal articles, 3 PhD dissertations, and 4 books).
5. Data extraction and synthesis, using a standardized reporting form capturing infor-

mation on research objectives, methodology, theoretical arguments, identified gaps, and relevance to the main research question.

Adherence to systematic review principles ensured methodological rigor, minimized selection bias, and enhanced the reliability of the synthesized findings.

**Results:** The systematic analysis of 63 valid sources led to the identification of ten core elements influencing desirable market governance from the perspective of Islamic economics:

1. Market competitiveness, including the prohibition of monopoly (Ihtikār), hoarding, and collusion, alongside policies facilitating free entry and exit;
  2. Justice and fairness, encompassing the concept of the just price (al-Si'r al-'Ādil), prohibition of excessive fraud (Ghabn al-Fāḥish), prohibition of usury (Ribā), and protection of consumer rights;
  3. Property rights, based on comprehensive bundles of ownership, the rule of dominion (Qā'idat al-Taslīt), the no-harm principle (Lā Ḍarar), and liability guarantees (Ḍamān);
  4. Transparency and information symmetry, achieved through prohibitions against uncertainty (Gharar), deception (Tadlīs), artificial price inflation (Najsh), and pre-emptive buying (Talqī al-Rukbān) across production, exchange, distribution, and consumption markets;
  5. Facilitation and regulation, including the reduction of transaction costs, empowerment of market participants, and benevolent regulatory interventions;
  6. Supervision, emphasizing the revival of the Hisbah institution in both civic and sovereign forms, adapted to contemporary technological contexts;
  7. Market resilience, focusing on securing essential goods, implementing the principle of preventing domination (Nafy al-Sabīl), and strengthening resistance to economic shocks;
  8. Market platforms, encompassing both physical infrastructures and digital trading environments;
  9. A comprehensive pricing system, addressing fair pricing mechanisms and clarifying the legitimate scope of state intervention;
  10. Business ethics, including honesty, fairness, leniency, and religious culture-building among economic agents.
8. Market platform (physical infrastructure and virtual trading platforms);
  9. Comprehensive pricing system (regulations for fair pricing and the scope of govern-

ment intervention);

10. Business ethics (honesty, fairness, leniency, and religious culturalization).

Figure: Key Elements of Desirable Market Governance in Islamic Economics

These elements were analyzed using Williamson's (2000) four-level framework: the level of social embeddedness (religious and ethical norms), the institutional environment (formal laws and anti-monopoly regulations), the governance structure (regulatory institutions and modern hisbah), and the level of resource allocation and employment (the actual behavior of actors).



These elements were subsequently analyzed within Williamson's (2000) four-level institutional framework, consisting of: (1) social embeddedness, (2) institutional environment, (3) governance structures, and (4) resource allocation and employment.

**Discussion and Conclusion:** By systematically reviewing Persian Islamic economic literature, this study provides, for the first time, a comprehensive and integrated framework of factors shaping desirable Islamic market governance. The findings demonstrate that the Islamic market model is neither an unregulated free market nor a fully state-controlled system. Rather, it represents an ethics-oriented, justice-centered, and efficiency-seeking institutional arrangement in which system-building jurisprudence (Fiqh al-Nizām) functions as the primary architectural foundation.

Mapping the identified elements onto Williamson's four-level model reveals that the distinctive strength of Islamic economics lies in the "deep layers" of institutional design. At the level of social embeddedness, values such as justice, prohibition of usury, *Lā Ḍarar*, and *Nafy al-Sabīl* generate trust and social capital—prerequisites for institutional sta-

bility. At the institutional environment level, jurisprudential rules governing contracts, pricing, fraud, monopoly, and liability operate as formal “rules of the game,” many of which predate modern economic regulation by centuries. At the governance structure level, the Hisbah institution emerges as a historically grounded yet fully adaptable regulatory mechanism. Finally, at the resource allocation level, religious motivations and ethical norms guide economic agents toward honest conduct, fair competition, and social responsibility.

The central implication of this research is that Islamic market governance is not a merely idealistic construct; rather, its operational foundations are deeply embedded in Islamic jurisprudential and historical sources. However, these capacities remain underutilized due to insufficient systematic integration. Key gaps persist in market design, modern regulatory frameworks, practical revitalization of Hisbah, and precise delineation of state intervention. Addressing these gaps requires interdisciplinary research grounded in primary Islamic sources, with the aim of developing a coherent, practical, and value-consistent model of market governance that simultaneously satisfies economic efficiency and public interest

**Acknowledgements:** The authors gratefully acknowledge the support of the Manat Think Tank (New Discussions in Balanced Ijtihad), which provided the intellectual and organizational platform for conducting this research.

**Conflict of Interest:** The authors declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this article.

**JEL Classification:** A11; Z12; B59; D40.

**Keywords:** Systematic Review; Market Governance; Market Design; Just Price.

---

**Cite this article:** Yaghoobzadeh Mojarad, Abbas, Shahbazi Ghiyathi, Mousa, Koushki Foroushani, Jafar, Jahanshahi, Morteza, Khaleghpour, Mohammad Hossein, and Shirafkan, Mohammad Mahdi (2025). A Systematic Review of Studies on Factors Affecting Market Governance. *Journal of Economic Essays; an Islamic Approach*, 22(48): 213-264.

---

## مرور نظام‌مند بر مطالعات مربوط به عوامل مؤثر در حکمرانی بازار

عباس یعقوب‌زاده مجرد<sup>۱</sup> ، موسی شهبازی غیائی<sup>۲</sup>  
جعفر کوشکی فروشانی<sup>۳</sup> ، مرتضی جهانشاهی<sup>۴</sup>  
محمدحسین خالق‌پور<sup>۵</sup> ، محمد مهدی، شیرافکن<sup>۶</sup>

۱. دانشجوی دکتری اقتصاد اسلامی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران (نویسنده مسئول).

[yaghoobzadeh@rihu.ac.ir](mailto:yaghoobzadeh@rihu.ac.ir)

۲. استادیار مرکز پژوهش‌های مجلس، تهران، ایران.

[shahbazymusa@gmail.com](mailto:shahbazymusa@gmail.com)

۳. دانش‌پژوه سطح ۴ حوزه علمیه، قم، ایران.

[mesbah1367@gmail.com](mailto:mesbah1367@gmail.com)

۴. استاد سطوح عالی حوزه علمیه، قم، ایران.

[morteza1j@chmail.ir](mailto:morteza1j@chmail.ir)

۵. دانش‌پژوه سطح ۴ حوزه علمیه، قم، ایران.

[Mho3ein750@gmail.com](mailto:Mho3ein750@gmail.com)

۶. دانشجوی دکتری اقتصاد اسلامی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران.

[shirafkan@rihu.ac.ir](mailto:shirafkan@rihu.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۰۴؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۰۱

## چکیده گسترده

**مقدمه و اهداف:** علم اقتصاد متعارف، با تمرکز بر تخصیص بهینه منابع کمیاب در چهارچوب مبادله، بازار آزاد رقابتی را به عنوان سازوکاری کارآمد برای دستیابی به تعادل قیمتی معرفی می کند. در این مدل، ویژگی هایی نظیر کثرت بازیگران، آزادی ورود و خروج، و قیمت های پارامتری (مستقل از رفتار فردی)، فرآیند آزمون و خطای والراسی را برمی انگیزد تا شرط ذهنی تعادل (حداکثرسازی رفاه فردی براساس قیمت های تعادلی) و شرط عینی تعادل (برابری عرضه و تقاضا) محقق شود. هایک بر نقش قیمت ها به عنوان نشانگرهای اطلاعاتی تأکید دارد که بدون مداخلات قیمتی یا کنترلی، هماهنگی خودانگیخته میان تلاش های افراد را تضمین می کنند. باوجوداین، این انگاره ها، هرچند تحلیلی منسجم ارائه می دهند، در مواجهه با نواقص بازار -از جمله انحصار، آثار خارجی، اطلاعات نامتقارن، و فقدان بازارهای کاملناتوان می مانند و تعابیر جهان شمول از آنها محل تردید است. رویکرد حکمرانی بازار، فراتر از مدل های ساده مفهومی، به دنبال بهره گیری از این درک برای مواجهه با ناکارایی ها و خلأهای ساختاری است.

در دو دهه اخیر، ادبیات سیاست گذاری از تمرکز بر دولت به عنوان تنها منبع اقتدار ملی به مفهوم حکمرانی گذار کرده است؛ نظام توزیع شده قدرت که ظرفیت های اجتماعی را برای پیشبرد امور عمومی بسیج می کند. این انتقال، ریشه در انتقاد به دوگانگی مصنوعی دولت-بازار دارد و نقش سطوح میانی-نظیر اصناف، سازمان های مردم نهاد و شهروندان را در ساختارهای متکثر برجسته می کند. حکمرانی، مجموعه ای از ظرفیت ها برای اعمال قدرت بر فعالان دولتی و غیردولتی است و تنظیم گری به عنوان کارکرد کلیدی آن، کنترل عمومی بر ارائه دهندگان خدمات را برای تضمین منفعت عمومی فراهم می آورد.

از منظر اقتصاد اسلامی، بازار نه تنها رقابتی مبتنی بر نفع طلبی فردی، بلکه ساختاری اخلاق محور است؛ با ویژگی هایی مانند استحباب اقاله نادم، رعایت انصاف و عدل، مسامحه در معاملات، و انگیزه های شرعی که قیمت را فراتر از نسبیّت عرضه-تقاضا، به قیمتی عادلانه و مقید به چهارچوب های الهی تبدیل می کند. این مطالعه، با مرور نظام مند ادبیات موجود، عوامل مؤثر بر حکمرانی بازار را از مطالعات اسلامی استخراج و دسته بندی می کند تا چهارچوبی کلان برای نگرش نظام مند به بازار و حکمرانی آن در اقتصاد ایران فراهم آورد؛ چهارچوبی که بستری برای پژوهش های آینده و سیاست گذاری های مبتنی بر آموزه های اسلامی باشد.





نوع مقاله: پژوهشی

**روش:** پژوهش حاضر با روش مرور نظام‌مند و بر پایه دستورالعمل شفاف و تکرارپذیر انجام شده است. سؤال اصلی تحقیق عبارت است از: «عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر حکمرانی مطلوب بازار از منظر اقتصاد اسلامی چیست؟»

فرایند در پنج مرحله اجرا شد:

۱. تدوین سؤال و دستورالعمل پژوهش؛

۲. تعیین معیارهای ورود (مقالات علمی-پژوهشی، رساله دکتری و کتاب‌های فارسی تا پایان ۱۴۰۳ با رویکرد اسلامی و دسترسی به متن کامل) و خروج (پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مقالات ترویجی و همایشی، منابع تکراری یا بدون متن کامل)؛

۳. جستجوی نظام‌مند با ۳۶ کلیدواژه اصلی در پایگاه‌های نورمگز، SID، مگیران، ایرانداک و پورتال جامع علوم انسانی (ابتدا ۲۲۳ منبع شناسایی شد)؛

۴. غربالگری دو مرحله‌ای و گزینش نهایی ۶۳ منبع (۵۶ مقاله علمی-پژوهشی، ۳ رساله دکتری، ۴ کتاب)؛

۵. استخراج داده با فرم گزارش‌نویسی استاندارد شامل عنوان، روش، مسئله، استدلال‌ها، خلأ پژوهشی و ارتباط با سؤال اصلی؛

این روش‌شناسی با رعایت اصول شفافیت، کاهش سوگیری و تکرارپذیری، جامع‌ترین شواهد موجود را گردآوری کرده و چهارچوب معتبری برای شناسایی عوامل حکمرانی مطلوب بازار اسلامی و زمینه‌سازی تحقیقات آتی فراهم آورده است.

**نتایج:** بررسی نظام‌مند ۶۳ منبع معتبر (۵۶ مقاله علمی-پژوهشی، ۳ رساله دکتری و ۴ کتاب) منتشرشده تا پایان ۱۴۰۳، ده عنصر کلیدی مؤثر بر حکمرانی مطلوب بازار از منظر اقتصاد اسلامی را استخراج نمود:

۱. رقابت‌پذیری بازار (منع انحصار، احتکار و تبانی، تسهیل ورود و خروج)؛

۲. عدالت و انصاف (قیمت عادلانه، منع غبن فاحش، حرمت ربا و حمایت از حقوق مصرف‌کننده)؛

۳. حقوق مالکیت (بسته‌های جامع حقوق مالکیت، قاعده تسلیط، لاضرر و ضمانات)؛

۴. شفافیت و تقارن اطلاعات (منع غرر، تدلیس، نجش و تلقی رکیان در چهار بستر بازار)؛

۵. تسهیل و تنظیم‌گری (کاهش هزینه‌های مبادله، توانمندسازی بازیگران و مداخلات خیرخواهانه)؛

۶. نظارت (احیای نهاد حسبه به‌صورت مردمی و حاکمیتی در بستر فناوری نوین)؛

نوع مقاله: پژوهشی

۷. تاب‌آوری بازار (تأمین کالای ضروری، قاعده نفی سیل و مقاوم‌سازی در برابر شوک‌ها)؛
۸. بستر بازار (زیرساخت‌های فیزیکی و سکوهای مجازی معاملات)؛
۹. نظام قیمتی جامع (ضوابط قیمت‌گذاری عادلانه و محدوده دخالت دولت)؛
۱۰. آداب کسب‌وکار (صداقت، انصاف، مسامحه و فرهنگ‌سازی دینی).



### عناصر کلیدی در حکمرانی بازار مطلوب در مطالعات پیشین

این عناصر با استفاده از چهارچوب چهارسطحی ویلیامسون (۲۰۰۰م) تحلیل شدند: سطح ریشه‌های اجتماعی (هنجارهای دینی و اخلاقی)، محیط نهادی (قوانین رسمی و ضد انحصار)، ساختار حاکمیتی (نهادهای نظارتی و حاسبه مدرن) و سطح عملیاتی (رفتار واقعی بازیگران).

**بحث و نتیجه‌گیری:** این پژوهش با مرور نظام‌مند ۶۳ منبع معتبر فارسی، برای نخستین بار چهارچوبی جامع از عوامل مؤثر بر حکمرانی مطلوب بازار اسلامی در مطالعات پیشین ارائه کرد. ده عنصر کلیدی استخراج‌شده (رقابت‌پذیری، عدالت و انصاف، حقوق مالکیت، تقارن اطلاعات، تسهیل و تنظیم‌گری، نظارت، تاب‌آوری، بستر بازار، نظام قیمتی و آداب کسب‌وکار) نشان داد که بازار مطلوب اسلامی نه یک بازار آزاد بی‌قید و شرط و نه یک بازار کاملاً کنترل‌شده، بلکه سامانه‌ای اخلاقی‌محور، عدالت‌محور و کارا است که فقه نظام‌ساز در آن نقش معمار اصلی را ایفا می‌کند. وقتی این عناصر در مدل چهارسطحی ویلیامسون قرار گرفتند، مشخص شد که قدرت واقعی فقه اسلامی در «لایه‌های عمیق» است:

- در سطح ریشه‌های اجتماعی، ارزش‌هایی مانند عدالت، حرمت ربا، لاضرر و نفی سیل، پیش‌نیاز اعتماد و سرمایه اجتماعی‌اند و بدون آنها هیچ قاعده نهادی پایدار نمی‌ماند.

نوع مقاله: پژوهشی

• در سطح محیط نهادی، احکام و قواعد فقهی (تسلیط، ضمان، منع غرر، احتکار، نجش، خیارات و...) دقیقاً همان «قواعد رسمی بازی» هستند که بازار متعارف به دنبال آن می‌گردد؛ اما اسلام قرن‌ها پیش آنها را وضع کرده است.

• در سطح ساختار حاکمیتی، نهاد حسبه به عنوان یک نهاد تنظیم‌گر ترکیبی (مردمی + حاکمیتی) کاملاً مدرن و قابل احیاست.

• در سطح عملیاتی، رفتار عاملان اقتصادی تحت تأثیر انگیزه‌های اخروی و فرهنگ‌سازی دینی به سمت رقابت سالم، صداقت و مسامحه سوق داده می‌شود.

مهم‌ترین پیام پژوهش این است که ادعای «حکمرانی بازار اسلامی» یک آرمان‌گرایی انتزاعی نیست؛ بلکه ظرفیت‌های عملیاتی آن در منابع فقهی و تاریخی ما موجود است، فقط هنوز به صورت نظام‌مند کنار هم قرار نگرفته‌اند. خلأهای بزرگ در طراحی بازار، تنظیم‌گری نوین، احیای عملی حسبه و تعیین دقیق محدوده دخالت دولت، دقیقاً همان مواردی هستند که پژوهش‌های نسل بعدی باید ناظر به آن باشد. این تحقیق پیشنهاد می‌دهد که با تمرکز بر منابع دست‌اول اسلامی و بررسی بین‌رشته‌ای، لازم است تحقیقاتی ناظر به الگوی جامع و کاربردی برای حکمرانی بازار مطلوب انجام گیرد که نه تنها پاسخگوی نیازهای اقتصادی، بلکه هم‌راستا با ارزش‌های اسلامی و منافع عمومی باشد.

تقدیر و تشکر: با تشکر از اندیشکده مناطق (مباحث نو در اجتهاد تراز)، که بستر تحقیق حاضر را فراهم نمود.

تعارض منافع: این مقاله عاری از هرگونه تعارض منافع است.

طبقه‌بندی JEL: A11، Z12، B59، D40

واژگان کلیدی: مرور نظام‌مند، حکمرانی بازار، طراحی بازار، قیمت عادلانه.

استناد: یعقوب‌زاده مجرد، عباس، شهبازی غیاثی، موسی، کوشکی فروشانی، جعفر، جهان‌شاهی، مرتضی، خالق‌پور، محمدحسین، و شیرافکن، محمدمهدی (۱۴۰۴). مرور نظام‌مند بر مطالعات مربوط به عوامل مؤثر در حکمرانی بازار. مجله جستارهای اقتصادی با رویکرد اسلامی ۲۲(۴۸): ۲۶۴-۲۱۳.

## مقدمه

علم اقتصاد متعارف، با هدف درک شیوه تخصیص بهینه منابع در چهارچوب مبادله، بازار آزاد رقابتی را به عنوان سازوکاری برای دستیابی به تعادل قیمتی معرفی می‌کند (لانگه، ۱۳۸۵). علم اقتصاد به دنبال درک شیوه تخصیص بهینه منابع و موقعیت‌ها در چهارچوب مقوله مبادله است. تخصیص بهینه کالا به معنای آن است که با توزیع مجدد آن بین افراد نتوان به سطح رفاه بالاتری دست یافت. تخصیص بهینه منابع (نیروی انسانی و سرمایه) نیز به معنای آن است که با تخصیص مجدد آنها بین موارد استفاده مختلف نتوان سطح تولید را افزایش داد (رضایی و همکاران، ۱۴۰۱، ص ۳۲-۳۳).

در بازار رقابتی، که ویژگی‌هایی مانند کثرت بازیگران، آزادی ورود و خروج، و قیمت‌های پارامتری (مستقل از رفتار فردی) دارد، تعادل قیمتی از طریق فرایند آزمون و خطا (والراس) و براساس دو شرط محقق می‌شود: شرط ذهنی تعادل، که افراد براساس قیمت‌های تعادلی به حداکثر رفاه خود دست می‌یابند، و شرط عینی تعادل، که تقاضا با عرضه برابر است (لانگه، ۱۳۸۵). هایک تأکید دارد که آزادی عمل در تولید، خرید و فروش، بدون مداخلات قیمتی یا کنترلی، هماهنگی مؤثری بین تلاش‌های افراد ایجاد می‌کند؛ زیرا قیمت‌ها به عنوان سیگنال‌های اطلاعاتی، تصمیم‌گیری‌ها را هدایت می‌کنند (هایک، ۱۴۰۲، ص ۸۴).

در مواجهه نخست به نظر می‌رسد نظریه قیمت از طریق سازوکار عرضه و تقاضا و تأکید بر مفهوم قیمت نسبی به ارائه تحلیلی منسجم و تبیینی قابل دفاع می‌پردازد؛ اما تعابیر جهان‌شمول از این انگاره‌ها از جانب طراحان بازار محل تردید قرار گرفته است. در بیشتر موضوعات مورد مطالعه در حکمرانی بازار، سازوکار قیمت از انجام همه کارها ناتوان است. هدف اصلی نیز بهره‌گیری از این درک به منظور مواجهه با نواقص در بازار و حتی مواجهه با فقدان بازارهاست. از این رو، نکته مهم در رویکرد حکمرانی بازار عدم اتکای صرف به مدل‌های مفهومی ساده موجود در مجموعه مطالعات علم اقتصاد است (رضایی و همکاران، ۱۴۰۱، ص ۳۶).

هم‌زمان با افزایش توجه به تنظیم‌گری در محافل دانشگاهی و در بین سیاست‌گذاران، در دو دهه اخیر ادبیات سیاست‌گذاری شاهد یک انتقال مفهومی از تمرکز بر «دولت» به مثابه تنها منشأ اقتدار ملی و اعمال سیاست‌های عمومی به مفهوم «حکمرانی» به معنای نظام توزیع قدرت اعمال حاکمیت و استفاده

از تمام ظرفیت‌های اجتماعی جهت پیشبرد امور عمومی بوده است. این انتقال مفهومی ابتدا از رشد انتقادات به تفکیک مصنوعی و دوگانه دولت-بازار در علوم سیاسی و اجتماعی شکل گرفت؛ به گونه‌ای که بسیاری از منتقدین به خلأ تحلیل قوانین علوم اجتماعی در پرداختن به سطوح میانی و نقاط مشترک از جمله نهادهای اجتماعی و مؤسسات غیردولتی اشاره کرده‌اند (استرم، ۱۹۹۰).

گفتنی است حکمرانی لزوماً توسط دولت یا حکومت اعمال نمی‌شود و ممکن است در یک ساختار قدرت توزیع شده و متکثر، کارکردهای حکمرانی توسط سایر بازیگران مانند اصناف، سازمان‌های مردم‌نهاد و یا حتی آحاد مردم انجام شود. حکمرانی مجموعه گسترده‌ای از ظرفیت‌ها و منابع برای اعمال قدرت بر دامنه گسترده‌ای از فعالین دولتی، غیردولتی و فراملی است و تنظیم‌گری فرایندی است که زمینه را برای اعمال حکمرانی فراهم می‌کند و تنظیم‌گری یکی از کارکردهای اصلی نظام حکمرانی نوین بوده که هدف از این مداخلات، ایجاد «کنترل عمومی» بر ارائه‌کنندگان خدمات برای تضمین «منفعت عمومی» است (امامیان و همکاران، ۱۳۹۷).

درعین حال، ظرفیت زیادی، که در آموزه‌های اسلامی مرتبط با بازار وجود دارد، نیازمند توجه گسترده به مفهوم حکمرانی بازار با رویکرد اقتصاد اسلامی دارد. بازار مورد نظر از منظر فقه اسلامی دارای تفاوت‌هایی ساختاری با بازار آزاد رقابتی است. مواردی از قبیل استحباب اقاله نادم، رعایت انصاف و عدل، مسامحه و آسان‌گیری در خرید و فروش و رعایت سایر مسائل اخلاقی حاکی از اصالت رویکرد الهی در اندیشه‌های این عالمان در باب بازار است. بدین ترتیب، قیمتی که در این ساختار نهادی با ویژگی‌های شرعی و اخلاقی دینی منحصر به خود شکل می‌گیرد، صرفاً یک قیمت رقابتی مبتنی بر نفع‌طلبی شخصی نیست، بلکه افزون‌بر آن حاوی انگیزه‌های اخلاقی و مقید به چارچوب‌های شرعی است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۹).

این مطالعه با هدف مرور نظام‌مند مطالعات موجود، به دنبال استخراج و دسته‌بندی عوامل مؤثر در حکمرانی بازار در مطالعات پیشین اسلامی است. مطالعات بسیار متعددی حول بازار و مباحث مرتبط با آن در اقتصاد اسلامی صورت گرفته و ویژگی‌های متنوعی برای بازار اسلامی در تحقیقات اسلامی لحاظ شده است؛ ولی درعین حال توجه به مفهوم حکمرانی بازار، نیازمند مرور نظام‌مند ادبیات موجود می‌باشد. این مقاله به دنبال آن است تا با بررسی و واکاوی مطالعات پیشین، یک چهارچوب کلان

از عوامل مؤثر در حکمرانی بازار برگرفته از مطالعات صورت گرفته در حوزه اقتصاد اسلامی را فراهم آورد تا ضمن بسترسازی برای مطالعات آینده، چهارچوب مفهومی از نگرش نظام‌مند به موضوع بازار و حکمرانی آن در اقتصاد ایران ارائه نماید.

## ۱. روش تحقیق

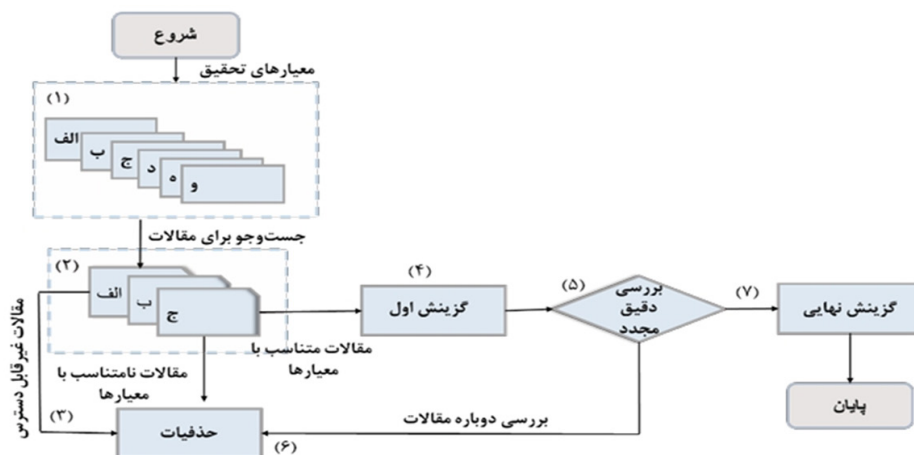
برای زمینه‌سازی تحقیقات آینده نسبت به حکمرانی مطلوب بازار، لازم است در نخستین گام مطالعات پیشین را با زاویه دید حکمرانی بازار، مورد کنکاش قرار داد. استفاده از روش مرور نظام‌مند برای انعکاس عوامل مؤثر در حکمرانی بازار یکی از مناسب‌ترین روش‌های موجود در مطالعات کیفی پر حجم است. یک مرور نظام‌مند با هدف گردآوری شواهد برای پاسخ به یک سؤال تحقیقاتی از پیش تعریف شده انجام می‌شود. این موضوع شامل شناسایی تمام تحقیقات اولیه مرتبط با سؤال مروری تعریف شده، ارزیابی انتقادی این تحقیق و ترکیب یافته‌هاست (Gough and et.al, 2012).

با توجه به تمرکز تحقیق حاضر بر عوامل مؤثر در حکمرانی بازار، بررسی و واکاوی پیشینه مطالعات انجام شده در این حوزه حائز اهمیت است. از این رو، پژوهش پیش‌رو درصدد ارائه چهارچوب مؤلفه‌ها و ارکان مرتبط با مقوله بازار از منظر حکمرانی است که از روش «مرور نظام‌مند» استفاده نموده است. در روش «مرور نظام‌مند» بر یک پرسش اصلی تمرکز می‌شود و در طول مقاله سعی می‌شود با ارائه شواهد و تجزیه و تحلیل موضوع به آن پرسش اولیه پاسخ داده شود. مرور نظام‌مند خلاصه‌ای است از بهترین شواهد موجود که به پرسش‌های دقیق پاسخ می‌دهد و دارای ویژگی‌هایی همچون تنظیم شیوه‌نامه، جستجوی جامع، معیارهای ورود و خروج، ارزیابی انتقادی و ترکیب است (Aveyard, ۲۰۲۰م، ص ۳۳-۳۶).

مقالات مرور نظام‌مند به دلایل مختلف از جمله بررسی جامع تحقیقات قبلی، شناسایی شکاف‌های تحقیقاتی و روش‌شناسی ساختاریافته، می‌توانند پایه‌ای قوی برای تحقیقات پیش‌روی محققان ایجاد کنند. این مقالات با پیروی از یک روش‌شناسی شفاف و دقیق، به کاهش سوگیری و ارائه شواهد علمی معتبر کمک می‌کنند و اغلب به عنوان مرجع مهم در تصمیم‌گیری‌های تحقیقاتی به کار می‌روند. همچنین، بهترین شروع برای کار تحقیقاتی پژوهشگران، نگارش یک مقاله مروری نظام‌مند است. مرور نظام‌مند

دو هدف عمده را دنبال می‌کند که شامل خلاصه‌سازی مطالعات از طریق شناسایی الگوها، مضامین و مسائل و کمک به شناسایی محتوای مفهومی در یک حوزه و توسعه نظریه‌ها می‌باشد (سورینگ و مولز، ۲۰۰۸م).

فرایند تحقیق حاضر از پنج مرحله کلی صورت می‌گیرد: در ابتدا پس از تعیین سؤال تحقیق، معیارهای تحقیق تدوین می‌گردد و براساس آن معیارها جستجوی نظام‌مند آغاز می‌شود. پس از جستجوی منابع، مجدداً ارزیابی کیفی صورت می‌گیرد و در مرحله آخر، براساس گزینش نهایی صورت پذیرفته، تحلیلی جامع از مطالعات انجام گرفته پیرامون سؤال اصلی تحقیق، ارائه می‌شود.



شکل ۱. فرایند روش مرور نظام‌مند (منبع: مقاله زیوری و همکاران، ۱۳۹۹)

همان‌طور که ذکر شد، مرحله اول، تدوین دقیق مسئله اصلی تحقیق می‌باشد. سؤال اصلی تحقیق حاضر، کشف و استنباط عوامل مؤثر در حکمرانی بازار از منظر اقتصاد اسلامی است. در مرحله دوم، لازم است دستورالعملی برای روش تحقیق طراحی شود. در این دستورالعمل مواردی همچون معیارهای ورود مطالعات، معیارهای خروج مطالعات، کلیدواژه‌ها، سایت‌های مرجع، راهبردهای جستجو تعیین می‌شود که گزارش آن بدین صورت است:

الف) معیارهای ورود مطالعات: مطالعاتی که تا اسفندماه سال ۱۴۰۳ در قالب کتاب، رساله و مقالات به زبان فارسی در داخل کشور ایران پیرامون عوامل مؤثر در حکمرانی بازار با رویکرد اسلامی

نگارش شده باشد و متن آنها در دسترس باشد، مورد توجه قرار می‌گیرد. چنانچه متنی علمی از سوی مراجع تقلید و فقهای عظام یافت شود، به موارد مطالعه اضافه می‌شود.

ب) معیارهای خروج مطالعات: کتاب‌ها و رساله‌های دکتری که مقالات محتوایی کافی از آنها استخراج شده باشد، فقط به همان مقالات مستخرج اکتفا شده و منبع اصلی (کتاب یا رساله) مورد بررسی قرار نمی‌گیرد. جهت ارتقای کیفیت پاسخ به سؤال اصلی مقاله، پایان‌نامه‌های مقطع کارشناسی ارشد از محل مورد مطالعه خارج می‌شوند. همچنین، مقالات ترویجی، تخصصی و همایشی نیز حذف می‌شوند. چنانچه متن کامل مطالعات در دسترس قرار نگرفته باشد، از محدوده مطالعات کنار می‌رود.

ج) کلیدواژه‌ها: کلیدواژه‌های مورد استفاده عبارت‌اند از: طراحی بازار، نااطمینانی، نجش، مالکیت، مالیت، بی‌ثباتی قیمتی، قیمت‌گذاری، ارزش‌گذاری، تبانی، کم‌فروشی، احتکار، بازار اسلامی، تنظیم‌گری، بازار صدر اسلام، آثار جانبی، عرضه و تقاضا، شکست بازار، حکمرانی بازار، قاچاق کالا، قیمت عادلانه، بلابای طبیعی، کم‌بایی، تلقی رکیبان، عام‌المجاعه (قحطی)، اطلاعات نامتقارن، دخالت دولت، کنز، کالای عمومی، کالای ضروری، اختیارات، انحصار، کالای ممنوعه، ضوابط قیمتی، بازار طبیعی، بازار رقابتی.

د) وبگاه‌های مرجع: پورتال جامع علوم انسانی، پایگاه مرکز علمی اطلاعات جهاد دانشگاهی، بانک اطلاعات نشریات کشور (مگیران)، پایگاه مجلات تخصصی نور، ایران‌داک (گنج).

ه) راهبردهای جستجو: جستجوی کتاب‌ها در سایت‌های معتبر و همچنین فضای عمومی گوگل صورت می‌گیرد. رساله‌های دکتری در سایت ایران‌داک (گنج) انجام می‌شود. مقالات علمی پژوهشی معتبر نیز از پورتال جامع علوم انسانی و نورمگز و جهاد دانشگاهی به دست می‌آید.

مرحله سوم، جستجوی نظام‌مند است که براساس دستورالعمل مذکور صورت می‌گیرد. فرایند جستجوی نظام‌مند بدین ترتیب است که کلیدواژه‌های انتخاب شده در سایت‌های معتبر علمی، کتب مرتبط، رساله‌های علمی و مقالات علمی-پژوهشی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در جستجوی صورت گرفته و پالایش آن به منظور استفاده بهینه جهت پاسخ به مسئله اصلی، براساس کلیدواژه‌ها منابع احتمالی به تعداد ۱۴۸ مقاله، ۶۸ رساله و ۷ کتاب یافت شد.

در مرحله چهارم، گزینش نهایی حاصل می‌شود. مطالعه چکیده‌های مطالعات جستجو شده نشان



داد که برخی از منابع یافت شده به محل سؤال، ارتباطی ندارد یا آنکه از محل سؤال اصلی دور است و واسطه‌های زیادی برای ارتباط با سؤال اصلی دارد. همچنین، تعدادی از مقالات و کتب یافت شده نیز تکراری بودند که آن موارد نیز حذف شد و به تعداد ۱۰۹ مقاله، ۳۳ رساله و ۷ کتاب تقلیل یافت. بعد از بررسی اولیه تک‌تک منابع یافت شده، کتاب‌ها و رساله‌های دکتری که مقاله جامع و کافی نسبت به آن مستخرج شده بودند و به نوعی از حیث محتوایی، تکراری بودند، کنار گذاشته شدند. پایان‌نامه‌های مقطع کارشناسی ارشد نیز حذف شد و همچنین، مقالات ترویجی، تخصصی و همایشی نیز کنار رفت. البته در این مرحله برخی موارد مرتبط نیز یافت شد که کلیدواژه‌های انتخاب شده، توانایی کشف آنها را نداشتند. حاصل آن که در نهایت ۵۶ مقاله، ۳ رساله و ۴ کتاب گزینش نهایی شد.<sup>۱</sup>

مرحله پنجم مربوط به گزارش و تحلیل جامع از منابع مطالعاتی می‌باشد. جهت استفاده بهتر از منابع یافت شده، لازم شد همه منابع مطالعاتی طبق یک نمونه فرم گزارش واحد، به صورت یکپارچه به سؤال اصلی تحقیق کمک کنند. در فرم پیشنهادی مواردی همچون موضوع، عنوان، نام نویسندگان، سال انتشار، نام مجله چاپ شده، روش پژوهش به کار رفته، مسئله اصلی و پاسخ‌ها، استدلال موافقین و مخالفین آن مسئله، خلا پژوهشی و همچنین ارتباط با سؤال اصلی تحقیق برای هر منبع مطالعاتی، مدرج و تکمیل شد. در نهایت براساس فرم‌های گزارش نهایی هر منبع، عنصر مؤثر در حکمرانی بازار استخراج می‌شود.

---

۱. فهرست مطالعات انجام شده در منابع پایانی مورد استناد قرار خواهد گرفت.



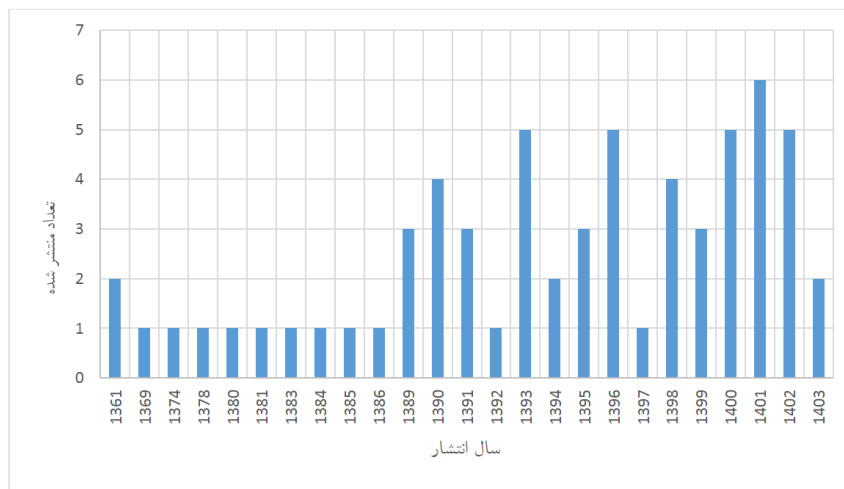
شکل ۲. مراحل روش مرور نظام‌مند (Pollock & Berge, 2017)

## ۲. یافته‌های تحقیق

### ۲-۱. گزارش توصیفی یافته‌ها

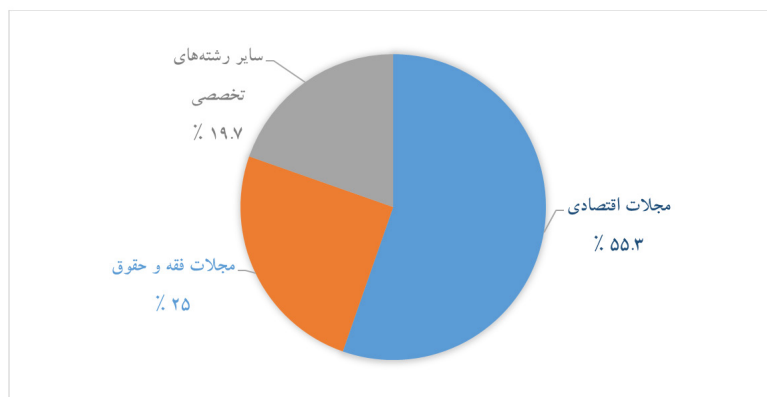
در نمودار ۱ توزیع مطالعات گزینش شده براساس سال انتشار در پژوهش حاضر مشخص شده است. شروع مطالعات به سال ۱۳۶۱ برمی‌گردد که البته مباحث فقهی مرتبط با تنظیم بازار می‌باشد و تا سال ۱۴۰۳ مجموعاً به ۶۳ اثر منتهی می‌شود. همان‌طور که روشن است از دهه ۹۰ مطالعات اسلامی مربوط

به بازار کاملاً رشد بیشتری پیدا کرده و در سال‌های ابتدایی دهه ۱۴۰۰ نیز به رشد خود ادامه داده است؛ به گونه‌ای که بیشترین تعداد مطالعات منتشر شده در سال ۱۴۰۱ به تعداد ۶ پژوهش رسیده است. با توجه به آنکه برخی آثار نهایی سال ۱۴۰۳ ممکن است هنوز در دسترس عموم قرار نگرفته باشد و به مرحله چاپ نرسیده باشد، به احتمال زیاد روند مطالعات در سال ۱۴۰۳ هم صعودی خواهد بود.



### نمودار ۱: توزیع مطالعات انجام شده براساس سال انتشار

از مجموع ۵۶ مقاله چاپ شده در مجلات، ۳۱ مقاله در مجلات تخصصی اقتصاد و مدیریت، ۱۴ مقاله در مجلات تخصصی فقه و حقوق و ۱۱ مقاله نیز در سایر مجلات منتشر شده‌اند که فراوانی آن در نمودار ۲ ترسیم شده است. همان‌طور که روشن است بیشتر مقالات مرتبط با رشته اقتصاد می‌باشد و مجله اقتصاد اسلامی و مطالعات اقتصاد اسلامی بیشترین مقالات مرتبط با حکمرانی بازار را منتشر نموده‌اند؛ اما در عین حال با توجه به ماهیت بین‌رشته‌ای مسئله حکمرانی بازار، حدود نیمی از مقالات مورد مطالعه، مربوط به تخصص‌هایی غیر از اقتصاد می‌باشد که البته جایگاه مباحث فقهی در آن پررنگ‌تر است. حکمرانی بازار نیازمند تحقیق و بررسی از ابعاد گوناگون می‌باشد که آمارها نیز حاکی از همین توجه می‌باشند.



## نمودار ۲: توزیع مقالات منتشر شده در مجلات بر حسب رشته و تخصص

پژوهش‌های صورت گرفته براساس کلیدواژه‌های انتخابی از حیث فراوانی در نمودار ۳ مشخص شده است. از میان کلیدواژه‌های اولیه مطرح شده، تنها کلیدواژه‌هایی همچون طراحی بازار، نجش، مالکیت، مالیت، احتکار، مؤلفه‌های بازار اسلامی، تنظیم‌گری، بازارهای صدر اسلام، شکست بازار، قاچاق کالا، قیمت عادلانه، قیمت‌گذاری، تلقی رکبان، دخالت دولت، کالای ضروری، تقارن اطلاعات، حسبه؛ دارای مقالات متعددی مرتبط با حکمرانی بازار بوده‌اند.

## جدول ۱. فراوانی مطالعات انجام شده نسبت به کلیدواژه‌های انتخابی

| کلیدواژه انتخابی       | تعداد پژوهش‌ها | کلیدواژه انتخابی   | تعداد پژوهش‌ها |
|------------------------|----------------|--------------------|----------------|
| طراحی بازار            | ۱              | قاچاق کالا         | ۱              |
| نجش                    | ۲              | قیمت عادلانه       | ۲              |
| مالکیت                 | ۳              | قیمت‌گذاری         | ۱۰             |
| مالیت                  | ۲              | تلقی رکبان         | ۱              |
| احتکار                 | ۷              | دخالت دولت         | ۳              |
| مؤلفه‌های بازار اسلامی | ۱۰             | بازارهای صدر اسلام | ۸              |
| تنظیم‌گری              | ۱              | تقارن اطلاعات      | ۷              |
| کالای ضروری            | ۱              | حسبه               | ۲              |
| آثار جانبی             | ۱              |                    |                |

همان‌طور که روشن است مباحث مرتبط با قیمت‌گذاری، ویژگی‌های بازار اسلامی، بازارهای صدر اسلام، احتکار و تقارن اطلاعات از عمده‌ترین مباحثی هستند که در پژوهش‌های پیشین به آن پرداخته شده است و قابلیت استخراج مطالعات بیشتر را داراست.

## ۲-۲. گزارش محتوایی یافته‌ها

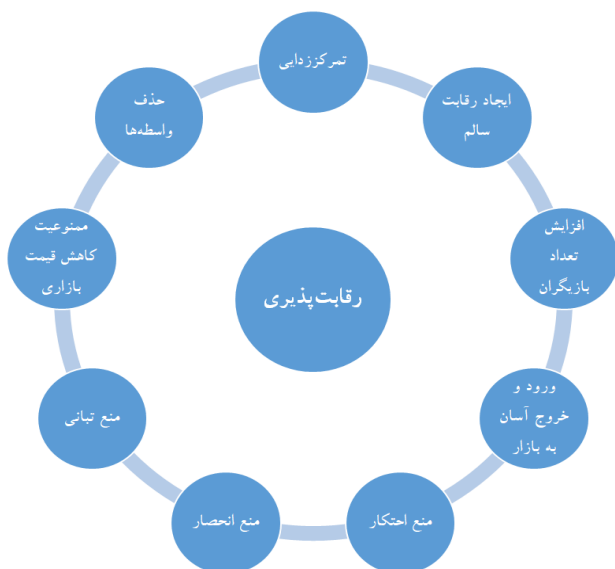
با بررسی آموزه‌های موجود در مطالعات پیشین به روش مرور نظام‌مند، می‌توان عناصر اساسی حکمرانی بازار را در مطالعات انجام شده به دست آورد. توضیح آنکه در ابتدا مؤلفه‌های فرعی و سپس مفاهیم اصلی بازار مرتبط با دسته‌ای از مؤلفه‌های هم‌سنخ، از مجموع گزاره‌های جزئی موجود در مطالعات پیشین، به‌طور مستقیم یا به دلالت التزامی استخراج می‌شود. در نهایت، از کنار هم قرار دادن مفاهیم اصلی مرتبط و شبکه‌سازی آنها، تلاش می‌شود عنصر اساسی مرتبط با آن شبکه مفاهیم اصلی استنباط شود. مطابق با این دستورالعمل، ده عنصر کلیدی ناظر به حکمرانی بازار از مجموع مطالعات سابق به دست آمده است که توضیح هریک از آنها در ادامه تقدیم می‌شود.

### ۲-۲-۱. رقابت‌پذیری بازار

از مطالعات انجام شده گزاره‌های متنوعی به دست آمده است که می‌توان مفهوم واحد رقابت‌پذیری را از آن استخراج نمود. هرچند این عنوان در اقتصاد خرد متعارف، مفهوم روشنی دارد که برای بنگاه، صنعت یا منطقه به کار می‌رود، اما مراد از رقابت‌پذیری در تحقیقات ناظر به حکمرانی بازار به ایجاد شرایطی برای بازار اشاره دارد که در آن بازیگران بازار بتوانند آزادانه براساس کرامت انسانی با یکدیگر رقابت کنند. از این‌رو، تعدد عوامل بازار و حذف موانع ورود و خروج، رقابت‌پذیری بازار را تسهیل می‌کند. البته هدف از رقابت در مطالعات اقتصاد اسلامی منحصر در کارایی نیست و افزون‌بر آن، عدالت و حقوق رقابت نیز جایگاه ویژه‌ای دارد؛ زیرا بازار به‌عنوان بستر حقوق رقابت، واقعیتی اجتماعی است که از سایر عوامل و پدیده‌های اجتماعی تفکیک‌ناپذیر است (مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۵).

گزاره‌ها و مقولاتی همچون تمرکززدایی، ایجاد رقابت سالم، افزایش تعداد بازیگران، ورود و خروج آسان به بازار، منع احتکار، منع انحصار، منع تبانی، ممنوعیت کاهش قیمت بازاری، حذف واسطه‌ها، در

مطالعات صورت گرفته درواقع، می‌تواند مفهوم رقابت‌پذیری در فضای سالم اسلامی را تقویت و بازسازی نماید.<sup>۱</sup> گزاره‌های مؤثر در کشف عنصر رقابت‌پذیری را می‌توان در شکل ۳ مشاهده نمود.



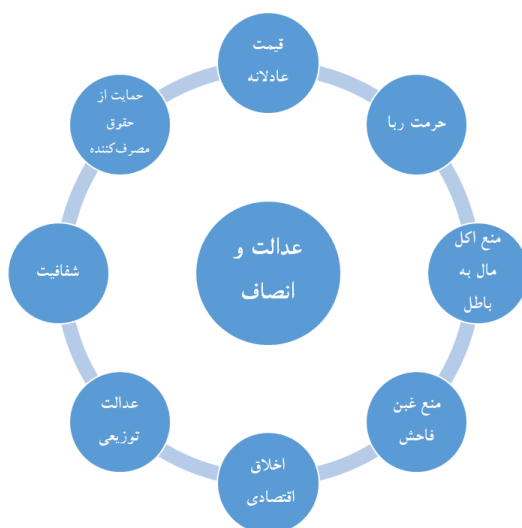
شکل ۳. عنصر کلیدی رقابت‌پذیری (منبع: یافته‌های تحقیق)

## ۲-۲-۲. عدالت و انصاف

عدالت و انصاف عنصر کلیدی دیگر در حکمرانی بازار اسلامی است که در مطالعات انجام شده مورد توجه قرار گرفته است. به مفاهیم مختلفی همچون قیمت عادلانه، منع غبن فاحش، حرمت ربا، منع اکل مال به باطل، عدالت توزیعی، اخلاق اقتصادی، شفافیت و حمایت از حقوق مصرف‌کننده در مطالعات مختلف اشاره شده که به نوعی دربردارنده عنصر کلیدی عدالت در حکمرانی بازار است. حمایت از

۱. قلیچ، ۱۴۰۱؛ تقوی، ۱۳۹۶؛ نظری و همکاران، ۱۳۹۱؛ نظریور، ۱۳۸۰؛ کروشاوی‌زاده، ۱۴۰۲؛ صدر، ۱۳۷۴؛ نوری، ۱۴۰۱؛ یوسف‌زاده، ۱۳۸۸؛ عسگر‌مکی، ۱۴۰۲؛ معصومی‌نیا، ۱۳۸۳؛ زراء‌نژاد، ۱۳۸۱؛ رجایی، ۱۳۹۴؛ قنوتی و جعفری، ۱۳۹۹؛ جعفری و همکاران، ۱۳۹۸؛ طرفدار، ۱۳۹۳؛ اخوان، ۱۳۷۸؛ عزتی، ۱۳۹۳؛ توحیدی، ۱۳۹۸؛ مکارم شیرازی، الف ۱۳۶۱؛ صنوبر و همکاران، ۱۳۹۵؛ فرزندوش و همکاران، ۱۳۹۱؛ علیزاده، ۱۳۹۹.

حقوق مصرف‌کننده، خود برگرفته شده از احکامی همچون منع قراردادهای ناشی از اضطرار، نهی از نجش (تبلیغات دروغین) و ایجاد شرایط قیمت عادلانه برای مصرف‌کننده می‌باشد.<sup>۱</sup> شکل ۴ حاکی از آن است که عدالت و انصاف از چه مفاهیمی در مطالعات استنباط می‌شود.



شکل ۴. عنصر کلیدی عدالت و انصاف (منبع: یافته‌های تحقیق)

## ۲-۲-۳. حقوق مالکیت

حقوق مالکیت شاید یکی از مهم‌ترین عناصر اصلی در طراحی بازار اسلامی به شمار آید؛ زیرا در موضوعات گوناگون به آن پرداخته شده است. حقوق مالکیت از مفاهیمی مانند بسته‌های حقوق مالکیت، تعیین قواعد داد و ستد، توازن ارزش افزوده با سود و قواعد مالکیت مربوط به آثار جانبی اخذ شده است و نقش تعیین‌کننده در طراحی و حکمرانی بازار ایفا می‌کند.

۱. قلیچ، ۱۴۰۱؛ تقوی، ۱۳۹۶؛ نظری و همکاران، ۱۳۹۱؛ کروشای زاده، ۱۴۰۲؛ نظر پور، ۱۳۸۰؛ صدر، ۱۳۷۴؛ یوسف زاده، ۱۳۸۸؛ مکارم شیرازی، ب ۱۳۶۱؛ نامی، ۱۴۰۰؛ موسوی بجنوردی و مهدیان، ۱۳۹۴؛ رجایی، ۱۴۰۱؛ زراء نژاد، ۱۳۸۱؛ رجایی، ۱۳۹۴؛ بخردیان، ۱۳۹۷؛ رجایی، ۱۳۸۹؛ دلافکار و همکاران، ۱۳۹۹؛ جعفری و همکاران، ۱۳۹۸؛ طرفدار، ۱۳۹۳؛ اخوان، ۱۳۷۸؛ مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۵؛ صنوبر و همکاران، ۱۳۹۵؛ فرزین‌وش و همکاران، ۱۳۹۱؛ حسینی و همکاران، ۱۳۹۱؛ امین‌ناجی و همکاران، ۱۴۰۱.

می‌توان هریک از مقولات یادشده را به‌ترتیب از نظر مفهومی تبیین نمود. بسته‌های حقوق مالکیت در حقیقت شامل حقوقی همچون حق تصاحب، حق استفاده، حق مدیریت، حق درآمد (منافع ناشی از آن)، حق سرمایه، حق امنیت، قدرت به ارث گذاشتن، فقدان مدت و ممنوعیت استفاده زیان‌بار می‌باشد. قواعد مهم مربوط به داد و ستد در احکام و قواعد فقهی منعکس شده است. قاعده تسلیط و مالکیت، وجود عنصر مالیت به‌عنوان رکن معاملات، مکاسب محرمه و غیره حاکی از وجود قوانین متناظر حکمرانی بازار است که ضوابطی را برای معاملات در نظر گرفته است. در مورد رفع مشکلات مربوط به آثار جانبی نیز مباحث حقوقی جایگاه ارزشمندی ایفا می‌کنند. قاعده لاضرر، ضمانات و انواع مختلف آن، ضمان مالیت و احترام مال مؤمن از آموزه‌هایی هستند که در اقتصاد اسلامی برای عنصر مالکیت در حل مشکلات آثار جانبی قابل استفاده می‌باشد. همچنین توازن ارزش افزوده با سود نیز برگرفته شده از مفاهیمی مثل منع سود حاصل از اضطرار و اجبار (مانند احکام بیع مضطر و منع احتکار)، سود بدون ما به ازای واقعی (مانند حرمت قمار، حرمت ربا، منع اکل مال به باطل)، منع سود حاصل از اطلاعات کاذب (حرمت نجش) و منع سود حاصل از فقدان اطلاعات (منع تلقی رعبان) قابل نتیجه است.<sup>۱</sup> جدول ۲ نحوه استنباط عنصر مالکیت در حکمرانی بازار را نشان می‌دهد.

---

۱. قلیچ، ۱۴۰۱؛ باقری و عزیزالهی، ۱۳۹۸؛ صدر، ۱۳۷۴؛ کروشاوی‌زاده، ۱۴۰۲؛ نوری، ۱۴۰۱؛ یوسف‌زاده، ۱۳۸۸؛ عسگررمکی، ۱۴۰۲؛ مکارم شیرازی، الف ۱۳۶۱؛ زراء‌نژاد، ۱۳۸۱؛ بخردیان، ۱۳۹۷؛ جعفری و همکاران، ۱۳۹۸؛ توحیدی، ۱۳۹۸؛ مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۵؛ صنوبر و همکاران، ۱۳۹۵؛ فرزین‌وش و همکاران، ۱۳۹۱؛ نظریور، ۱۳۸۰؛ انصاری، ۱۳۹۰؛ شکری، ۱۴۰۱؛ علیزاده و عزتی، ۱۴۰۳؛ کرمی و گودرزی، ۱۴۰۳؛ موسوی بجنوردی و مهدیان، ۱۳۹۳، موسوی بجنوردی و صباغی، ۱۳۹۳.



جدول ۲. عنصر کلیدی حقوق مالکیت

| عنصر کلیدی  | مفاهیم اصلی                     | مؤلفه‌ها                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| حقوق مالکیت | بسته‌های حقوق مالکیت            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• حق تصاحب</li> <li>• حق استفاده</li> <li>• حق مدیریت</li> <li>• حق درآمد (منافع ناشی از آن)</li> <li>• حق سرمایه</li> <li>• حق امنیت</li> <li>• قدرت به ارث گذاشتن</li> <li>• فقدان مدت و ممنوعیت استفاده زیان بار</li> </ul>                                                     |
|             | تعیین ضوابط حقوقی داد و ستد     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• قاعده تسلیط و مالکیت</li> <li>• معرفی مالیت به‌عنوان رکن معاملات</li> <li>• معرفی مکاسب محرمه</li> </ul>                                                                                                                                                                         |
|             | ضرورت توزان ارزش افزوده با سود  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• منع سود حاصل از اضطراب و اجبار (بیع مضطر، احتکار)</li> <li>• منع سود بدون مابه‌ازای واقعی (حرمت قمار، اکل مال به باطل، حرمت ربا)</li> <li>• عدالت توزیعی</li> <li>• منع سود حاصل از اطلاعات کاذب (حرمت نجش)</li> <li>• منع سود حاصل از فقدان اطلاعات (منع تلقی رکنان)</li> </ul> |
|             | ضوابط حقوقی مرتبط با آثار جانبی | <ul style="list-style-type: none"> <li>• قاعده فقهی لاضرر</li> <li>• وجود ضمانات در آثار جانبی</li> <li>• ضمان مالیت</li> <li>• احترام مال مؤمن</li> </ul>                                                                                                                                                                |

منبع: یافته‌های تحقیق

## ۲-۴. شفافیت و تقارن اطلاعات

یکی دیگر از عناصر مهمی که در پژوهش‌های صورت گرفته می‌توان احراز نمود، وجود شفافیت و تقارن اطلاعات در حکمرانی بازار است که از مطالعات زیادی قابل استنباط است. احکام و آموزه‌های فقهی مختلف، وجود چنین عنصری را در طراحی بازار ضروری و لازم دانسته است. عنصر تقارن اطلاعات را می‌توان در ۴ بستر (زمینه‌ساز بازار، ورودی بازار، فرایند بازار، جبرانی بازار) ترسیم نمود. در هریک از این ۴ بستر، شفافیت جزء، لازمه و یا هدفی از آموزه‌های فقهی می‌باشد که به‌عنوان عنصر کلیدی دیگر در طراحی و حکمرانی بازار معرفی می‌شود.<sup>۱</sup> در جدول ۳ تلاش شده است تصویر کلی از آن منعکس شود.

جدول ۳. عنصر شفافیت و تقارن اطلاعات

| مراحل بازار     | مفاهیم اصلی                                                                 | مؤلفه‌ها                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| زمینه‌ساز بازار | ضرورت کسب علم و آگاهی نسبت به معاملات                                       | • شناخت حقوق و احکام مبتلابه                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ورودی بازار     | بازیگران بازار باید آگاهانه و با اراده و اختیار قدرت تصمیم‌گیری داشته باشند | • شرطیت قصد جدی در معامله<br>• اهلیت متعاملین (بالغ، عاقل، رشید)<br>• رضایت متعاملین                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| فرایند بازار    | در فرایند بازار لازم است اطلاعات به درستی و کامل در اختیار همگان قرار گیرد  | • منع القای اطلاعات غلط در بازار که از حرمت نجش قابل استفاده است.<br>• منع سوء استفاده از فقدان اطلاعات که برگرفته شده از احکام همچون منع سمساری، حرمت تلقی رکیبان، منع غرر، حرمت اکل مال به باطل، منع تبانی و انحصار، حرمت غش، حرمت تدلیس، حرمت کذب می‌باشد.<br>• منع مخفی کردن میزان عوضین که از حرمت کم‌فروشی اخذ می‌شود.<br>• ایجاد بازارهای تخصصی متمرکز که از مفاهیمی مثل دسترسی آسان به اطلاعات و رفتن به سمت اطلاعات کامل گرفته شده است.<br>• ممنوعیت معاملات با اطلاعات پنهان که شامل انواع معاملات غری است. |

۱. قلیچ، ۱۴۰۱؛ تقوی، ۱۳۹۶؛ نظری و همکاران، ۱۳۹۱؛ نظر پور، ۱۳۸۰؛ کروشای زاده، ۱۴۰۲؛ صدر، ۱۳۷۴؛ توحیدی، ۱۳۹۸؛ صنوبر و همکاران، ۱۳۹۵؛ مدرسی یزدی، ۱۳۶۹؛ حسینی، ۱۳۸۴؛ آهنگران، ۱۳۹۹؛ وفاپی، ۱۳۹۸؛ موسویان و قراملکی، ۱۳۸۹؛ یوسفی، ۱۳۸۵؛ فاضل و همکاران، ۱۳۹۶؛ حسینی و همکاران، ۱۳۹۹؛ حیدری، ۱۴۰۰؛ بهمن‌پوری و حائری، ۱۳۸۹؛ صادقی و خانزاده، ۱۳۹۵؛ صالح‌نیا و همکاران، ۱۳۹۶؛ صالح‌نیا و نصرهرندی، ۱۴۰۱؛ صالحی و حیدری، ۱۳۹۶؛ کیخا و همکاران، ۱۳۹۹.

| مراحل بازار  | مفاهیم اصلی                                                                                          | مؤلفه‌ها              |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| جبرانی بازار | چنانچه ضروری از سوی<br>عدم شفافیت ایجاد شود،<br>لازم است ابزار جلوگیری و<br>جبران آن وجود داشته باشد | • وجود انواع اختیارات |

منبع: یافته‌های تحقیق

## ۲-۵. تسهیل و تنظیم‌گری

تسهیل و تنظیم‌گری یکی دیگر از عناصر کلیدی در حکمرانی بازار مطلوب است. کارکرد تسهیل‌گری و توسعه‌ای شامل مجموعه اقداماتی است که با هدف توانمندسازی بازیگران مختلف برای فعالیت اثربخش و ایجاد هم‌افزایی میان آنها صورت می‌پذیرد. یکی از ابعاد اصلی تسهیل‌گری فراهم آوردن زیرساخت مناسب برای فعالیت بازیگران است. تسهیل‌گری توسط دولت و یا نهادهایی مانند اصناف و سازمان‌های ترویجی، آموزشی و توسعه‌ای صورت می‌پذیرد و عموماً در ارتباط مستقیم با فراهم‌آوردندگان کالا و خدمات قرار دارد (امامیان و همکاران، ۱۳۹۷).

تنظیم‌گری نیز برای ایجاد یک نظام حکمرانی مناسب و کارا ضروری است. تنظیم‌گری به معنای اعم، به تمام مکانیسم‌های کنترل اجتماعی از سوی نهادهای دولتی و غیردولتی اشاره دارد و شامل تمام مکانیسم‌های کنترل اجتماعی نظیر فرایندهای آگاهانه و غیرآگاهانه در دولت و خارج از آن می‌شود. در این شرایط دولت برای تمام مسائل اقتصادی و تولیدی و اجتماعی قانون و محدودیت وضع می‌کند و همه ملزم به رعایت این مسائل هستند. کارکرد تنظیم‌گری شامل «مجموعه مداخلات حاکمیتی در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی با استفاده از ابزارهای مختلف حقوقی، اقتصادی، اجتماعی و... با هدف تحقق سیاستها و یا منافع عمومی است». گفتنی است که بر این اساس تنظیم‌گری بر مبنای اهداف خیرخواهانه و نه رانتجویی گروه‌های ذینفع تعریف می‌شود (امامیان و همکاران، ۱۳۹۷). عنصر تسهیل و تنظیم‌گری در آموزه‌های اسلامی قابل استنباط است.<sup>۱</sup> در جدول ۴ می‌توان روند استنباطی این عنصر را از گزاره‌های به دست آمده از مطالعات انجام شده مشاهده نمود.

۱. تقوی، ۱۳۹۶؛ نظری و همکاران، ۱۳۹۱؛ نظریور، ۱۳۸۰؛ کروشای زاده، ۱۴۰۲؛ صدر، ۱۳۷۴؛ رجایی، ۱۳۹۴؛ خلیلیان، ۱۳۹۰؛ دلفکار و همکاران، ۱۳۹۹؛ مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۵؛ صنوبر و همکاران، ۱۳۹۵؛ نظریور، ۱۳۸۰

#### جدول ۴. عنصر تسهیل و تنظیم‌گری

| عنصر کلیدی        | مفاهیم اصلی           | مؤلفه‌ها                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| تسهیل و تنظیم‌گری | کاهش هزینه‌های مبادله | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تبیین و افشاء جزئیات مربوط به حقوق مالکیت</li> <li>• ساخت مغازه‌های بازار توسط حاکمیت در صدر اسلام</li> <li>• عدم اخذ اجرت بر مغازه‌های ثابت در صدر اسلام</li> <li>• طراحی مکان بازار در مسیر تجار در صدر اسلام</li> <li>• حذف واسطه‌های زائد مثل منع سمساری و تلقی رکیان</li> </ul> |
|                   | قانون‌گذاری در بازار  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• معافیت‌های مربوط به خراج و مالیات در صدر اسلام</li> <li>• مقررات مربوط به تنظیم بازار</li> <li>• قوانین مرتبط با تجارت آزاد با بازارهای موازی</li> <li>• قاعده سبق در بازارهای موقت</li> </ul>                                                                                       |

منبع: یافته‌های تحقیق

#### ۲-۲-۶. نظارت

نظارت یکی از عناصر کلیدی در حکمرانی بازار بوده و گزاره‌های زیادی پیرامون آن در مطالعات وجود دارد. عنصر نظارت با کلیدواژه‌های مختلف در مطالعات انجام شده قابل رصد است. به‌طورخاص، نهاد حسبه فرایند بازار را تسهیل کرده و به‌عنوان بازوی عمل‌کننده و قوای اجرایی تسهیل بازار در رونق داوستد نقش ویژه‌ای ایفا می‌کند (مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۵). نظارت بازار در تاریخ صدر اسلام دارای گزارش‌های زیادی است و سابقه طولانی در ساختار بازار مسلمین دارد و حتی در تاریخ ایران نیز به شکل حسبه از آن روایت شده است.<sup>۱</sup> شبکه مفاهیم مرتبط با نظارت بازار را می‌توان در جدول ۵ مشاهده نمود.

۱. قلیچ، ۱۴۰۱؛ تقوی، ۱۳۹۶؛ نظری و همکاران، ۱۳۹۱؛ نظرپور، ۱۳۸۰؛ کروشوی‌زاده، ۱۴۰۲؛ صدر، ۱۳۷۴؛ نوری و همکاران، ۱۴۰۱؛ یوسف‌زاده، ۱۳۸۸؛ نامی، ۱۴۰۰؛ موسوی یجنوردی و مهدیان، ۱۳۹۴؛ باقری و صادقی، ۱۳۹۲؛ رجایی، ۱۴۰۱؛ خلیلیان، ۱۳۹۰؛ جعفری و همکاران، ۱۳۹۸؛ طرفدار، ۱۳۹۳؛ اخوان، ۱۳۷۸؛ توحیدی، ۱۳۹۸؛ مکارم شیرازی، ب ۱۳۶۱؛ مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۵؛ صنوبر و همکاران، ۱۳۹۵؛ خسروی، ۱۳۹۵؛ نصیری‌زاده و سعیدی‌نیا، ۱۳۹۳؛ وحدت‌پور و همکاران، ۱۴۰۲.

## جدول ۵. عنصر نظارت

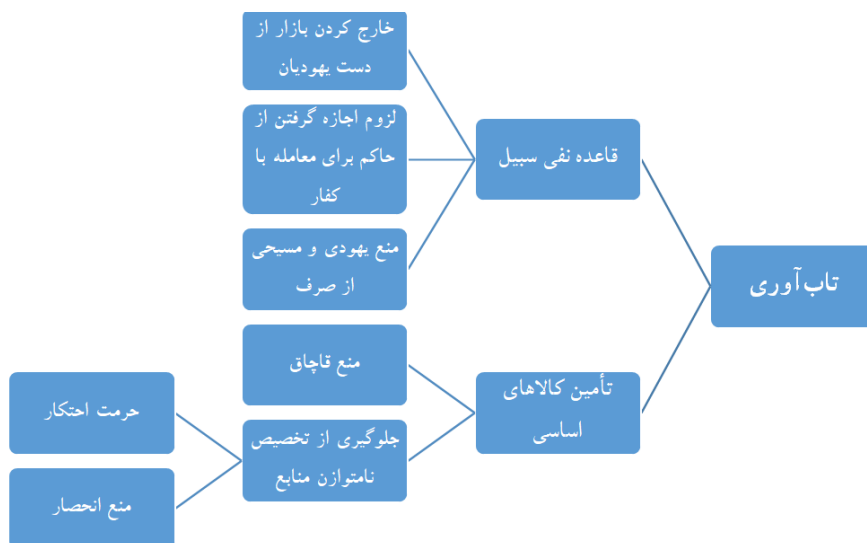
| عنصر کلیدی  | مفاهیم اصلی                 | مؤلفه‌ها                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| نظارت بازار | ابزارهای نظارت<br>بر بازار  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• نهاد حسبه: این نهاد به دو شکل حاکمیتی و مردمی فعال بوده است.</li> <li>• تعیین ناظر بازار: ناظر بازار وظیفه جلوگیری از تقلب در بازار، جلوگیری از کم‌فروشی و جلوگیری از احتکار دارد.</li> </ul>                                                                                                                                 |
|             | حفظ امنیت و<br>سلامت بازار  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• رسیدگی به امور تجار</li> <li>• تأمین امنیت راه‌های بازرگانی و تجاری توسط حاکمیت</li> <li>• جلوگیری از اختلال در عرضه و تقاضا:</li> <li>مثل اخراج افراد مخّل در بازار</li> <li>برخورد با محتکرین</li> <li>مقابله با ربا به‌عنوان تعطیل‌کننده کسب‌وکارها</li> <li>• ضمانت اجرایی ذاتی که از درون مسلمان نشئت می‌گیرد</li> </ul> |
|             | کنترل و نظارت بر<br>قیمت‌ها | <ul style="list-style-type: none"> <li>• شرایط تحقق قیمت عادلانه</li> <li>• منع بیع حاضر للباد (بیع شهرنشین برای روستایی) که در واقع با ورود روستاییان به بازار شهری، قیمت‌ها تعدیل می‌شود.</li> <li>• مقابله با افزایش مصنوعی قیمت کالاها از طریق مقابله با احتکار</li> </ul>                                                                                         |

منبع: یافته‌های تحقیق

## ۷-۲-۲. تاب‌آوری

عنصر تاب‌آوری را می‌توان از گزاره‌های دینی مرتبط با بازار در مطالعات پیشین برداشت نمود. این مفهوم به‌طور مشخص در قواعد فقهی همچون قاعده نفی سبیل و همچنین وظایف دولت در تأمین کالای اساسی برای فقرا کاملاً هویداست.<sup>۱</sup> انعکاس مقاوم‌سازی بازار و تاب‌آوری آن را می‌توان در شکل ۵ مشاهده نمود.

۱. تقوی، ۱۳۹۶؛ نظری و همکاران، ۱۳۹۱؛ نظریور، ۱۳۸۰؛ عسگررمکی، ۱۴۰۲؛ مکارم شیرازی، ب ۱۳۶۱؛ نامی، ۱۴۰۰؛ عابدیان و ارمک، ۱۳۹۶.



شکل ۵. عنصر تاب‌آوری (منبع: یافته‌های تحقیق)

## ۲-۲-۸. بستر بازار

بستر بازار، زیرساخت‌های نهادی و فیزیکی برای تسهیل معاملات است. تاریخ صدر اسلام مملو از گزارش‌هایی پیرامون نوع ساختار بازار و نحوه شکل‌دهی آن در جامعه است. قواعد مرتبط با ساخت بازار و حقوق افراد نیز می‌تواند منبع قابل تاملی برای تحقیق و بررسی ساختار و بستر بازار باشد. با توجه به تحولات فضای مجازی، احیای بازار در بستر سکوها، یکی دیگر از موضوعاتی است که اندیشمندان اقتصاد اسلامی بدان پرداخته‌اند.<sup>۱</sup> جدول ۶ نمایشگر مباحث مرتبط با بستر بازار است.

۱. تقوی، ۱۳۹۶؛ نظرپور، ۱۳۸۰؛ صدر، ۱۳۷۴؛ جعفری و همکاران، ۱۳۹۸؛ نصرالهی و صالح‌نیا، ۱۴۰۱.

جدول ۶. عنصر بستر بازار

| عنصر کلیدی | مفاهیم اصلی       | مؤلفه‌ها                                                                                                                                                                                                                    |
|------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| بستر بازار | طراحی مکان بازار  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• تأسیس و تغییر مکان بازار</li> <li>• تعیین حریم بازار</li> <li>• رعایت حریم شخصی</li> <li>• ممنوعیت بنای شخصی</li> <li>• بازارهای موقت و دائمی</li> <li>• نزدیکی به مسجد</li> </ul> |
|            | شکل برگزاری بازار | <ul style="list-style-type: none"> <li>• شکل‌گیری سکوه‌های مجازی</li> <li>• ضرورت مدیریت خرید و فروش آنلاین</li> </ul>                                                                                                      |

منبع: یافته‌های تحقیق

## ۲-۲-۹. نظام جامع قیمت

نظام قیمتی نیز یکی از عناصر کلیدی در حکمرانی بازار محسوب می‌شود. پیرامون نظام قیمتی نظرات گوناگونی وجود دارد. یکی از مهم‌ترین مسائل آن جواز یا عدم جواز قیمت‌گذاری کالا و خدمات است. محدوده دخالت دولت در قیمت‌گذاری، قلمروی انواع کالاها، مورد قیمت‌گذاری، شرایط و ضوابط قیمت‌گذاری در مطالعات مختلف مورد توجه قرار گرفته است. فتوای مشهور فقها به عدم جواز قیمت‌گذاری با گزاره‌های مسلمی همچون رعایت عدالت و عدم اجحاف به طرفین، سبب شده است، اقوال جدیدتری از فقهای متاخر متناسب با شرایط و حالات مختلف شکل بگیرد.<sup>۱</sup> مفاهیم مرتبط با نظام قیمتی در جدول ۷ نشان داده شده است.

۱. نظری و همکاران، ۱۳۹۱؛ نظریور، ۱۳۸۰؛ کروشاوی‌زاده، ۱۴۰۲؛ صدر، ۱۳۷۴؛ رجایی، ۱۴۰۱؛ رجایی، ۱۳۸۹؛ دلافکار و همکاران، ۱۳۹۹؛ جعفری و همکاران، ۱۳۹۸؛ طرفدار، ۱۳۹۳؛ اخوان، ۱۳۷۸؛ عزتی، ۱۳۹۳؛ مدرسی یزدی، ۱۳۷۳.

## جدول ۷. عنصر نظام قیمتی

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• جواز یا عدم جواز قیمت‌گذاری در شرایط طبیعی</li> <li>• جواز یا عدم جواز قیمت‌گذاری در شرایط غیرطبیعی همچون احتکار، انحصار و تئانی</li> <li>• قلمروی انواع کالاها: کالاهای خصوصی، کالاهای ضروری، کالاهای عمومی، انفال</li> <li>• رعایت عدالت و عدم اجحاف به طرفین معامله</li> <li>• نحوه شکل‌گیری قیمت در بازار اسلامی</li> </ul> | نظام جامع قیمتی |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|

منبع: یافته‌های تحقیق

## ۲-۱۰. آداب کسب‌وکار

یکی دیگر از عناصر مهم در طراحی بازار اسلامی توجه به مفاهیم اخلاقی و آداب رفتاری است. یکی از شاخص‌های آداب کسب‌وکار در بازار، شاخص صداقت است. صداقت در بازار به این است که عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان، نوع برخورد هریک با دیگری، فضای فیزیکی، نورپردازی، چینش کالا و فضای حاکم بر بازار به‌طور پایدار، واقع‌نما باشد؛ به‌گونه‌ای که انحراف از حقیقت یا وارونه‌سازی به هر نوع ممکن صورت نگیرد، و اگر به هر دلیلی انحرافی از واقعیت صورت پذیرد، بازار انعطاف‌پذیری لازم برای جبران آن را داشته باشد. روش قرآن و اهل‌بیت (علیهم‌السلام) توجه به انگیزه‌های درونی و بیرونی به صورت توأمان است و لذا در جهت استفاده از انگیزه‌های درونی انسان‌ها برای اصلاح نقایص و مشکلات بازارها، فرهنگ‌سازی، آموزش عمومی و تعمیق باورهای دینی با استفاده از ابزارهای رسانه‌ای، نظام آموزش رسمی پیشنهاد شده است. به این مطلب در برخی منابع توجه شده است که نکات آن در جدول ۸ منعکس می‌شود.<sup>۱</sup>

۱. رجایی و کاظمی، ۱۳۹۰؛ رجایی، ۱۳۸۶؛ کاظمی و همکاران، ۱۳۹۱؛ جعفری و همکاران، ۱۳۹۸؛ صدر، ۱۳۹۱

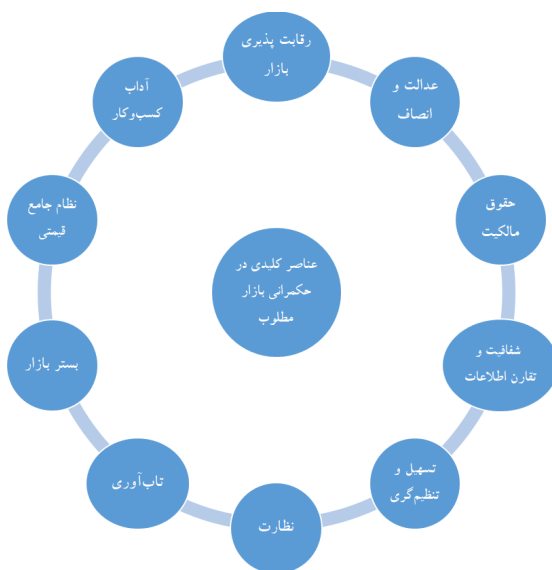


جدول ۸. عنصر آداب کسب‌وکار

| عنصر کلیدی    | مفاهیم اصلی | مؤلفه‌ها                                                                                                           |
|---------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| آداب کسب‌وکار | صداقت       | ممنوعیت تبلیغات کاذب، برچسب‌های خلاف واقع، دروغ، فریب، غش، تبانی، خلف وعده، خیانت در امانت، بی انصافی، وفای به عهد |
|               | معنویت      | کنترل درونی، رضایت الهی، اعتقاد به آخرت، کمال الهی، ایثار، رفتار خیرخواهانه                                        |

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به مباحث مطرح شده می‌توان همه عناصر کلیدی در حکمرانی و طراحی بازار در مطالعات پیشین اقتصاد اسلامی را در شکل زیر خلاصه نمود:



شکل ۶. عناصر کلیدی در حکمرانی بازار مطلوب

### ۳. تجزیه و تحلیل یافته‌ها در مدل چهار سطحی ویلیامسون

به‌منظور ارائه گزارشی کاربردی از عناصر مؤثر در حکمرانی بازار براساس مطالعات پیشین اقتصاد اسلامی در حیطه بازار، نیاز به یک منطقی برای دسته‌بندی و ارائه گزارش جامع وجود دارد. در این خصوص ویلیامسون منطقی را برای دسته‌بندی سطوح تحلیل یک مسئله ارائه می‌دهد که می‌توان از این منطق و روش برای انعکاس مطالعات پیشین بهره‌برداری نمود. ویلیامسون اقتصاددان نهادگرا، هر موضوعی را که بتوان از منظر نهادی آن را تحلیل نمود، در چهار سطح تحلیل اجتماعی بررسی می‌کند (متوسلی و فتح‌اللهی، ۱۳۸۹).

**سطح اول، سطح ریشه‌دار اجتماعی است.** نهادهای غیررسمی، هنجارها، رسوم، استانداردهای اجتماعی و اخلاقی، سنت‌ها و برخی جنبه‌های زبان و معرفت در این سطح جای دارند. بنابراین مذهب نقش تعیین‌کننده‌ای در این سطح ایفا می‌کند. اگرچه تحلیل سطح یک توسط برخی اقتصاددانان تاریخی انجام شده است، اما بیشتر اقتصاددانان نهادی، آن را داده شده فرض می‌کنند. از آنجاکه تغییرات در سطح یک، مستلزم تغییرات فرهنگی است، تحول در این سطح بسیار آرام صورت می‌گیرد و ممکن است قرن‌ها و یا حتی یک هزاره به طول انجامد.

**سطح دوم، محیط نهادی است و شامل قواعد رسمی بازی مانند قانون اساسی، حقوق مالکیت، تشکیلات سیاسی، نهادهای اولیه مالی و سایر قوانین عادی می‌شود.** درواقع، براساس هنجارها و رسوم ایجادشده در سطح یک، یکسری قوانین وضع می‌شود که این قوانین قاعده بازی محسوب می‌شوند. تغییرات عمده در این قواعد بازی طی دهه‌ها یا قرن‌ها امکان‌پذیر است و قطعاً برای اینکه تغییرات، پایدار باشد، این قواعد باید برآمده از نهادهای سطح یک باشد. البته این امکان هم وجود دارد که به دلیل وجود حکومت‌های استبدادی و دست‌نشانده قواعد بازی متناسب با فرهنگ و آداب و رسوم (سطح یک) نباشد و از طریق یک دگرگونی کلی (مانند انقلاب) تغییر قواعد بازی امکان‌پذیر شود؛ اما چنین تغییراتی را نمی‌توان قاعده محسوب نمود. برعکس حالت یادشده، زمانی اتفاق می‌افتد که قواعد بازی متریقی‌تر از نهادهای سطح یک از خارج از مرزها آورده شود. در این مورد هم به دلیل عدم انطباق این قواعد با فرهنگ مردم، اجرای این قوانین با مشکل مواجه می‌شود. هرچند انتظار می‌رود در صورت تضمین اجرای آنها به مرور، فرهنگ جامعه نیز متناسب با آن متحول شود. یعنی با شروع تحول در سطح دو، سرعت تغییرات

سطح یک را تشدید نمود. با این دیدگاه، نیاز به برنامه‌ریزی و حضور فعال حاکمیت برای هدایت این مسیر وجود دارد.

در سطح سوم نهادی، آنچه اهمیت دارد ایجاد ساختار حاکمیتی و مدیریتی است؛ به گونه‌ای که از اجرای قواعد، اطمینان حاصل شود. مواردی نظیر آیین‌نامه‌های اجرایی و سازمان‌های رسمی که برای اطمینان از اجرای قوانین تأسیس شده‌اند، همگی مثال‌هایی از سطوح سوم نهادی هستند. ارتباط بین این سطوح دوطرفه است و بین آنها بازخورد نیز وجود دارد.

سطح چهارم، لایه‌ای است که بازیگران با فرض ثابت انگاشتن قواعد و درجه‌ای که قواعد مورد قبول واقع می‌شوند، اقدام به تخصیص منابع می‌کنند. در اینجا وجه تمایز رویکرد نهادگرا با بهینه‌سازی‌های متداول روشن می‌شود؛ زیرا پیش از آنکه یک سیستم اقتصادی بخواهد تخصیص منابع بدهد و خود را بهینه‌کند، ابتدا باید به این پرسش پاسخ دهد که قواعد حاکم بر بازی، بستر را برای کارایی بالاتر آماده کرده است یا خیر؟ برای مثال قیمت‌گذاری منابع، کالاها و خدمات و انگیزه‌های بخش‌های دولتی، تعاونی و خصوصی در تعاملات اقتصادی جزء این سطح است.

براساس سطوح تحلیل ارائه‌شده در بالا با عنوان «تحلیل نهادی» می‌توان با یک بازتعریف و متناسب‌سازی سطوح نهادی با چهارچوب نظام بازار مطلوب، چهار سطح تحلیل مربوط به حکمرانی و طراحی بازار مطلوب را ارائه نمود (Williamson، ۲۰۰۰م، ص ۵۹۷).



شکل ۷. سطوح تحلیل نهادی مربوط به حکمرانی بازار مطلوب (Williamson، ۲۰۰۰م، ص ۵۹۷)

براساس این چهار سطح تحلیل نهادی، می‌توان عناصر استخراج شده از مجموع مطالعات پیشین را دسته‌بندی نمود. عنصر رقابت‌پذیری بازار براساس گزاره‌ها و مقولاتی مانند تمرکززدایی، ایجاد رقابت سالم، افزایش تعداد بازیگران، ورود و خروج آسان به بازار، منع احتکار، منع انحصار، منع تبانی، ممنوعیت کاهش قیمت بازاری، حذف واسطه‌ها، در سطح محیط نهادی و قانونی قرار می‌گیرد؛ زیرا با وضع قوانین ضدانحصار و فراهم نمودن بستر مناسب بازار، تلاش دارد رقابت‌پذیری را توسعه دهد. البته رقابت‌پذیری در سطح چهارم که سازوکار عملیاتی است، بروز دارد؛ زیرا نوع رفتار بازیگران بازار را براساس رقابت تفسیر و تبیین می‌کند و ابزارهای به کار گرفته شده به دنبال حذف تبانی و احتکار است.

عدالت نیز به عنوان یک هنجار و ارزش اسلامی و اجتماعی یک عنصر ریشه‌دار است. در سطح ریشه‌دار اجتماعی، ارزش‌های اسلامی رفتارها را هدایت می‌کنند و ارزش‌های اخلاقی همچون رعایت انصاف و عدالت به عنوان یک ارزش غیررسمی مورد اتفاق همگان است، البته فرهنگ احتکار این هنجارها را تاحدی تضعیف کرده است. از این رو، در سطح نهادی و قانونی نیز عدالت و انصاف یک راهبرد تلقی می‌شود و در تلاش است حقوق مصرف‌کننده و شفافیت را در قوانین دنبال نماید.

حقوق مالکیت، چهارچوبی برای تعریف تصاحب، استفاده، و انتقال دارایی‌ها ارائه می‌دهد. در چهارچوب ویلیامسون، حقوق مالکیت از جمله حق تصاحب، حق استفاده، حق مدیریت، حق درآمد (منافع ناشی از آن)، حق سرمایه، حق امنیت، قدرت به ارث گذاشتن، فقدان مدت و ممنوعیت استفاده زیان بار؛ و قواعدی همچون قاعده تسلیط، مالکیت، لاضرر و همچنین قوانین مربوط به دادوستد، غالباً در سطح محیط نهادی (قوانین مالکیت) قرار می‌گیرد تا حقوق بازیگران اقتصادی را تعیین نماید، البته از منظر احترام مال مؤمن ریشه در سطح مبنایی مذهبی نیز دارد و به نوعی هنجار اجتماعی شناخته شده محسوب می‌شود. تقارن اطلاعات، دسترسی برابر به اطلاعات دقیق برای کاهش اصطکاک‌های نهادی است. این عنصر در سطح محیط نهادی به عنوان رکن مهم برای شفافیت قوانین عمل می‌کند و نقش پررنگی در سامان‌دهی نهادی دارد. شفافیت در فرایند بازار، اطلاعات را به درستی و کامل در اختیار همگان قرار می‌دهد. همچنین، در سطح عملیاتی و ابزاری، رفتار بازیگران اقتصادی عمدتاً براساس نقصان یا عدم اطلاعات شکل می‌گیرد و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی براساس شفافیت در راستای عدم سوءاستفاده بازیگران از یکدیگر به کار گرفته می‌شود.

تسهیل و تنظیم‌گری، کاهش هزینه‌های معاملات و هدایت رفتارها به سمت کارایی را هدف قرار می‌دهد. در چهارچوب ویلیامسون، این عنصر در سطح محیط نهادی (قوانین تنظیم بازار) و سطح ساختار حاکمیتی (اجرای قوانین) قرار می‌گیرد. در سطح محیط نهادی، قوانین باید هزینه‌ها را کاهش دهند و سیاست‌گذاری باید با قانون‌گذاری شفاف، تسهیل را تقویت کند. همچنین در سطح ساختار حاکمیتی، پلتفرم‌های مجازی معاملات را تسهیل می‌کنند و نهاد تنظیم‌گر، به دنبال مداخلات لازم برای روان‌سازی امور مربوط به بازار است.

نظارت، کنترل رفتارها برای تضمین انصاف و کارایی است. حفظ امنیت و سلامت بازار، کنترل و نظارت بر قیمت‌ها همگی در سطح ساختار حاکمیتی قرار می‌گیرد. ناظر بازار وظیفه جلوگیری از تقلب در بازار، جلوگیری از کم‌فروشی و جلوگیری از احتکار دارد و ضامن اجرای قوانین نهادی است. تاب‌آوری بازار نیز یک عنصر مؤثر در سطح محیط نهادی است. قوانین مربوط به بازار باید به گونه‌ای تنظیم شوند که قدرت استقامت در برابر شوک‌های خارجی و تهدیدها را داشته باشد. تأمین کالاهای اساسی نیز در راستای همین مقاوم‌سازی بازار در شرایط بحرانی است. هرچند نفی سبیل به‌عنوان یک ارزش الهی، ریشه در مذهب و فرهنگ اسلامی دارد، اما ظهور آن در اقتصاد بازار، به‌عنوان یک راهبرد مقاومتی در سطح نهادی منعکس می‌شود.

بستر بازار، زیرساخت‌های نهادی و فیزیکی برای تسهیل معاملات است. در چهارچوب ویلیامسون، بستر بازار در سطح محیط نهادی (قوانین زیرساختی) و سطح ساختار حاکمیتی (مدیریت بازار) قرار می‌گیرد. در سطح محیط نهادی، قوانینی مثل نحوه ساخت بازار، انواع معافیت‌های مالیاتی باید زیرساخت‌ها را تقویت کنند. در سطح ساختار حاکمیتی، پلتفرم‌های مجازی معاملات را تسهیل می‌کنند و سیاست‌گذاری از طریق بازارهای متمرکز، بستر بازار را بهبود می‌بخشد.

نظام قیمتی نیز سازوکاری برای تعیین قیمت‌های منصفانه و پایدار است. نظام قیمتی در سطح محیط نهادی (قوانین و شرایط قیمت‌گذاری) و سطح عملیاتی (رفتار بازیگران) قرار می‌گیرد. در سطح محیط نهادی، قوانین باید قیمت‌های عادلانه را تضمین کنند. قلمروهای کالاهای مختلف باید متناسب با نوع بازار خود، ضوابط و شرایط قیمت‌گذاری داشته باشند. در سطح عملیاتی نیز بازیگران اقتصادی متناسب با نوع نظام قیمتی در آن قلمروی کالایی، رفتار مناسب را اتخاذ می‌کنند.

اخلاق اقتصادی به عنوان یک روح کلی بر تمامی رفتارهای عوامل بازار سایه انداخته و توجه به معنویت و توحید، کسب رضابت الهی در بازار به عنوان مؤلفه اصلی در تمایز با بازار سرمایه داری است. آخرت گرایی و ایمان به رزق حلال و برکت نگاهی متفاوتی را به تمام انواع فعالیت های بازار تزریق می نماید. براساس مباحث یاددشده می توان سطوح مختلف چارچوب ویلیامسون را در جدول ۹ نمایش داد.

**جدول ۹. گزارش عناصر کلیدی در حکمرانی بازار در قالب سطوح ویلیامسون**

| سطح حکمرانی             | عناصر مرتبط                                                                                                               | توضیح مختصر                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>مبنایی و اجتماعی</b> | عدالت و انصاف اخلاق<br>اقتصادی<br>حقوق مالکیت<br>تاب آوری                                                                 | هنجارهای اسلامی و ارزش های اخلاقی اجتماعی (باورهای دینی و اخلاق اقتصادی، حق مالکیت، عدالت اجتماعی، حرمت ربا، عدم تسلط کفار به بازار مسلمین، ممنوعیت ضرر و حفظ احترام مال یکدیگر) رفتارهای اقتصادی را هدایت کرده و سرمایه اجتماعی را تقویت می کنند. به بیان دیگر رفتارها و مدل های نهادهای اقتصادی به شدت از مؤلفه های فرهنگی تأثیر می پذیرد.                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>محیط نهادی</b>       | رقابت پذیری<br>عدالت و انصاف<br>حقوق مالکیت<br>تقارن اطلاعات<br>تسهیل و تنظیم گری<br>تاب آوری<br>بستر بازار<br>نظام قیمتی | براساس هنجارها و رسوم سطح یک، قوانینی وضع می شود که در واقع قواعد بازی هستند. قوانین رسمی همچون منع انحصار، منع احتکار، حمایت از حقوق مصرف کننده، تبیین دقیق حقوق مالکیت بازیگران اقتصادی در دادوستد و مسئله آثار جانبی اقتصادی، شفافیت قوانین و افشای اطلاعات در فضای نااطمینانی، تسهیل گری در کسب و کار، تنظیم گری نهادهای ذی ربط و کنترل تعارض منافع، مقاوم سازی بازار در برابر شوک ها، مبارزه با قاچاق کالاها، تضمین قیمت عادلانه و تبیین شرایط لازم در قیمت گذاری کالاها، خاص، قوانین نهادی را تنظیم می کنند. محیط نهادی مسئله بسیار اساسی در شکل گیری قیمت عادلانه بازار است و ضوابط آن نقش تعیین کننده دارد. |

| سطح حکمرانی                 | عناصر مرتبط                                | توضیح مختصر                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ساختار حاکمیتی و مدیریتی    | تسهیل و تنظیم‌گری<br>نظارت<br>بستر بازار   | ساختارهای حاکمیتی و مدیریتی به دنبال تضمین اجرای قواعد طراحی شده هستند. به خصوص نهادهای نظارتی نقش تعیین کننده در این رابطه دارند. عنصر نظارت به دو صورت مردمی و حاکمیتی با استفاده از محیط تکنولوژی مناسب، قابلیت احیای نهاد حسبه را خواهد داشت. همچنین حاکمیت با تسهیل و تنظیم‌گری نهادهای اقتصادی، فرایند بازار را در بستر مناسب خود مدیریت می‌کند.              |
| عملیاتی و ابزار سیاست‌گذاری | رقابت‌پذیری<br>تقارن اطلاعات<br>نظام قیمتی | رفتار بازیگران تحت تأثیر قواعد نهادی، کارایی بازار را تعیین می‌کند. براساس قوانین تعیین شده، بازیگران رفتارهایی از جمله رقابت یا تبانی، استفاده از تبلیغات دروغین یا صداقت، احتکار برای مدیریت قیمت یا اجبار به عرضه در بازار، کنش‌گری در قیمت مشخص شده یا رقابت براساس آزادی قیمت‌ها را از خود بروز می‌دهند. سیاست‌ها غالباً می‌تواند رفتار بازیگران را تغییر دهد. |

منبع: یافته‌های تحقیق

#### ۴. جمع‌بندی و پیشنهادات

این پژوهش با هدف شناسایی و دسته‌بندی عوامل مؤثر بر حکمرانی بازار از منظر مطالعات اقتصاد اسلامی پیشین، با استفاده از روش مرور نظام‌مند، به گزارش جامع منابع موجود پرداخته است. نتایج نشان‌دهنده وجود ظرفیت‌های قابل توجه در آموزه‌های اسلامی برای طراحی و مدیریت بازارهایی است که نه تنها به کارایی اقتصادی توجه دارند، بلکه عدالت، انصاف و شفافیت را در اولویت قرار می‌دهند. عناصر کلیدی استخراج شده شامل رقابت‌پذیری بازار، عدالت و انصاف، حقوق مالکیت، شفافیت و تقارن اطلاعات، تسهیل و تنظیم‌گری، نظارت، تاب‌آوری، بستر بازار، نظام قیمتی و آداب کسب‌وکار است که در چهارچوب تحلیلی ویلیامسون، نشان‌دهنده پیوند عمیق بین هنجارهای اجتماعی-دینی و قواعد نهادی در بازار اسلامی هستند. این عناصر، از سطح ریشه‌های اجتماعی (مانند ارزش‌های

اخلاقی و دینی) تا سطح عملیاتی (رفتار بازیگران اقتصادی)، چارچوبی منسجم برای حکمرانی بازار ارائه می‌دهند.

در سطح ریشه‌های اجتماعی (سطح اول)، ارزش‌های اسلامی مانند عدالت، حرمت ربا، احترام به مال دیگران، حقوق مالکیت و قاعده نفی سبیل، رفتارهای اقتصادی را هدایت کرده و سرمایه اجتماعی را تقویت می‌کنند. این هنجارها که تغییرات در آنها کند و در بازه‌های زمانی طولانی رخ می‌دهد، مبنای قواعد نهادی در سطوح بعدی هستند. زیرا مبنای اعتماد در معاملات را تشکیل می‌دهد و می‌تواند تسهیل‌گر و تنظیم‌گر نهادهای اقتصادی باشد.

محیط نهادی (سطح دوم) شامل قواعد رسمی بازی، مانند قوانین مالکیت، تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری است که براساس هنجارهای سطح اول شکل می‌گیرند. قوانین ضد انحصار، منع احتکار، و حذف واسطه‌های غیرضروری رقابت‌پذیری را تقویت می‌کنند؛ قوانین حمایت از حقوق مصرف‌کننده و قیمت‌گذاری عادلانه عدالت را تضمین می‌کنند؛ قواعد حقوقی مانند قاعده تسلیط و لاضرر حقوق مالکیت را تبیین می‌کنند؛ قوانین شفافیت و منع نجش و غرر، تقارن اطلاعات را تأمین می‌کنند؛ قوانین کاهش هزینه‌های مبادله و تنظیم‌گری فرایندهای اقتصادی را روان‌سازی می‌کنند؛ و قوانین مقاوم‌سازی و زیرساختی، تاب‌آوری و بستر بازار را تقویت می‌کنند.

ساختار حاکمیتی (سطح سوم) به ساختارهای مدیریتی و نظارتی برای اجرای قواعد نهادی اختصاص دارد. در این سطح، نهادهای تنظیم‌گر و نهاد حسبه (مردمی و حاکمیتی) در بستر پلتفرم‌های مجازی و فناوری نوین اجرای قواعد را تضمین می‌کنند. نظارت از طریق جلوگیری از تقلب، کم‌فروشی و احتکار، و مدیریت بازارهای متمرکز (فیزیکی و مجازی) کارایی را افزایش می‌دهد.

سطح عملیاتی (سطح چهارم) به رفتار بازیگران اقتصادی در چارچوب قواعد نهادی و ساختارهای حاکمیتی اختصاص دارد. براساس قوانین تعیین شده، بازیگران رفتارهایی از جمله رقابت یا تبانی، استفاده از تبلیغات دروغین یا صداقت، احتکار برای مدیریت قیمت یا اجبار به عرضه در بازار، کنش‌گری در قیمت مشخص شده یا رقابت براساس آزادی قیمت‌ها را از خود بروز می‌دهند. براساس بررسی و تحلیل مطالعات انجام شده درخصوص حکمرانی بازار می‌توان نکاتی را مدنظر قرار داد:

۱. اکثر مطالعات اقتصاد اسلامی که به‌طور مستقیم به بازار توجه داشته‌اند، به مسئله جواز یا عدم



جواز قیمت‌گذاری و شرایط و ضوابط لازم آن پرداخته‌اند. مرور نظام‌مند مطالعات انجام شده حاکی از آن است که مسئله حکمرانی و طراحی بازار اسلامی به تازگی مورد پژوهش قرار گرفته و سهم بسیار ناچیزی در حجم مطالعات انجام شده دارد. نکته قابل توجه آن است که هرچند مقالات مرتبط با عدم جواز قیمت‌گذاری، گستردگی و تنوع بیشتری دارند، اما مباحث به همین سطح اکتفا شده و عنوان مدیریت و طراحی بازار ولو در فرض آزادی قیمت‌ها مغفول مانده است. این درحالی است که ادبیات طراحی و حکمرانی بازار در مباحث روز دنیای اقتصاد، طرفداران زیادی دارد. البته مقالات مرتبط با طراحی بازار در مطالعات داخلی وارد شده (مقصودی و همکاران، ۱۴۰۱)، اما از حیث اقتصاد اسلامی بسیار نادر است و به پژوهش‌های بیشتری نیاز دارد.

۲. تحلیل مرور نظام‌مند مطالعات صورت گرفته، حاکی از آن است که برخی از عناصر استخراج شده مؤثر در حکمرانی بازار، اساساً در مجلات غیراقتصادی به چاپ رسیده است. این عناصر معمولاً به‌طور تک عاملی در مقالات مختلف و بدون توجه به حکمرانی بازار و صرفاً به‌عنوان یک مسئله فقهی حقوقی مورد توجه واقع شده و استخراج آنها به‌عنوان عناصر مؤثر حکمرانی بازار اسلامی، به کمک نویسندگان تحقیق حاضر شکل گرفته است. این گزاره حاکی از آن است که اولاً مسئله حکمرانی بازار یک مقوله بین‌رشته‌ای می‌باشد که نیازمند بررسی از ابعاد مختلف است و نباید آن را در علم اقتصاد منحصر نمود و ثانیاً ظرفیت استنباط عناصر مؤثر در حکمرانی بازار در منابع اسلامی و آموزه‌های فقهی وجود دارد و ادعای حکمرانی بازار مطلوب اسلامی، ادعای گزافی نیست؛ زیرا بروز آن در مطالعات انجام شده حاکی از آن است که چنین ظرفیتی در منابع دست اول اسلامی نیز وجود دارد. ازاین‌رو، واکاوی منابع دست اول، یک امر ضروری اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

۳. مرور نظام‌مند پیشینه مطالعاتی، نشان می‌دهد مسائلی همچون احتکار، ویژگی‌های اخلاقی بازار اسلامی، بازارهای صدر اسلام و تقارن اطلاعات از غالب مباحثی هستند که در پژوهش‌های پیشین به آن پرداخته شده است، اما خلأ پژوهشی در مسائلی همچون طراحی بازار اسلامی، تنظیم‌گری و تسهیل بازار، مدیریت آثار جانبی در بازار اسلامی، جایگاه حقوق مالکیت در بازار، شکل‌گیری قیمت عادلانه، محدوده دخالت دولت و احیای نهاد حسبه کاملاً روشن و هویداست. هر یک از مسائل یادشده می‌تواند قطعه‌ای از حکمرانی بازار را کامل نماید، به شرطی که با زاویه دیدگاه حکمرانی بازار مورد بررسی مجدداً قرار گیرد.

با وجود مطالعات انجام شده، خلأهای پژوهشی در زمینه‌هایی مانند طراحی بازار اسلامی، تنظیم‌گری و تسهیل، مدیریت آثار جانبی، حقوق مالکیت، احیای نهاد حسبه و محدوده دخالت دولت، برای تکمیل و ارتقای عناصر مؤثر در حکمرانی بازار وجود دارد. این تحقیق پیشنهاد می‌دهد که با تمرکز بر منابع دست‌اول اسلامی و بررسی بین‌رشته‌ای، لازم است تحقیقاتی ناظر به الگوی جامع و کاربردی برای حکمرانی بازار مطلوب انجام گیرد که نه تنها پاسخگوی نیازهای اقتصادی، بلکه هم‌راستا با ارزش‌های اسلامی و منافع عمومی باشد.

## منابع

- اخوان، حمید (۱۳۷۸). ابن خلدون و حدود دخالت دولت در اقتصاد مقایسه با آرای آدم اسمیت. برنامه‌ریزی و بودجه، ۴۶ و ۴۷، ۷۳-۱۰۴.
- امامیان، سید محمدصادق، ذوالفقاری، امیراحمد، و محمدزاده، احسان (۱۳۹۷). مفهوم تنظیم‌گری و ارتباط آن با نظام حکمرانی. مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره ۱۵۹۴۰.
- امین ناجی، محمدهادی، اشرفی امین، یونس، دلشاد تهرانی، مصطفی، و محمدی، ناصر (۱۴۰۱). چگونگی برقراری عدالت اقتصادی در نظام بازار با تأکید بر آموزه‌های نهج البلاغه. مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی، ۲۱، ۱۱۱-۱۳۸.
- انصاری، علی (۱۳۹۰). سوءاستفاده از اضطراب با رویکردی بر اندیشه فقهی امام خمینی رحمته‌الله. پژوهشنامه متین، ۵۳، ۲۵-۵۰.
- آهنگران، روح‌الله (۱۳۹۹). قواعد و فواید تسعیر اختیاری در بازار اسلامی با انطباق بر فقه المکاسب. مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، ۲۱، ۵۳-۶۴.
- باقری، علی، و عزیزالهی، محمد مهدی (۱۳۹۸). ضمان مالیت از دیدگاه فقه و حقوق موضوعه. پژوهش‌های فقهی، ۱، ۱۴۱-۱۶۳.
- باقری، محمود، و صادقی، محمد (۱۳۹۲). حسبه ابزار حقوق اقتصادی اسلامی در نظارت و کنترل بازارهای رقابت‌پذیر و رقابت‌ناپذیر، دانشنامه حقوق اقتصادی، ۴، ۷۸-۱۰۳.
- بخردیان، داریوش (۱۳۹۷). واکاوی و بررسی مبانی فقهی مزایده و دستکاری قیمت. فقه حقوق و علوم جزا، ۱۰، ۱۰۸-۱۱۷.
- بهمن‌پوری، عبدالله، و حائری، محمدحسن (۱۳۸۹). نقد و بررسی ادله فقهی عدم جواز تسعیر، فقه و مبانی حقوق اسلامی، ۲، ۶۷-۸۰.
- تقوی، هدیه (۱۳۹۶). شیوه‌های مدیریتی پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم در همگرا کردن بازار مدینه با آموزه‌های اقتصادی اسلام، تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی، ۲۷، ۷-۲۶.
- توحیدی، محمد (۱۳۹۸). بررسی و تحلیل معاملات مبتنی بر اطلاعات نهانی براساس موازین فقه امامیه. تحقیقات مالی اسلامی، ۱۶، ۲۲۳-۲۵۳.

- جعفری، ابوالفضل، بهرمن، حمیدرضا، و نصیری، امید (۱۳۹۸). تحلیل مضمون تصویر بازار از منظر اسلام. اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۲۹، ۱۷۱-۱۹۴.
- حسینی، سیدرضا (۱۳۸۴). قیمت‌گذاری از دیدگاه فقه و اقتصاد. جستارهای اقتصادی، ۴، ۸۱-۱۱۲.
- حسینی، سیدعقیل، بهمن‌پوری، عبدالله، و حیدری خوراسگانی، محمدرضا (۱۳۹۹). تحلیل فقهی اقتصادی قیمت و قیمت‌گذاری (تسعیر) با تکیه بر دیدگاه علامه حلی. معرفت اقتصاد اسلامی، ۲۲، ۱۴۳-۱۵۴.
- حسینی، سیدعقیل، و عیوضلو، حسین (۱۳۹۱). آیا قیمت‌بازاری، عادلانه است؟ تحلیل تطبیقی نگرش فلاسفه یونان، علمای اسکولاستیک و فقهای مسلمان به قیمت عادلانه. مطالعات اقتصاد اسلامی، ۸، ۱۱۹-۱۶۴.
- خسروی، منوچهر (۱۳۹۵). بررسی نهاد حسبه از صدر اسلام تا پایان ایلخانان. تهران: ناشر سنجش و دانش.
- خلیلیان اشکذری، محمدجمال (۱۳۹۰). شاخص‌های ارزیابی تسهیل مبادلات در بازار اسلامی. معرفت اقتصاد اسلامی، ۴، ۱۲۷-۱۵۲.
- رجایی، سیدمحمدکاظم (۱۳۸۶). تقاضای بازار اسلامی در مقایسه با بازار رقابت کامل. جستارهای اقتصادی، ۸، ۶۵-۹۸.
- رجایی، سیدمحمدکاظم (۱۳۸۹). ویژگی‌های بازار اسلامی در نظریه و عمل. معرفت اقتصاد اسلامی، ۳، ۹۳-۱۱۸.
- رجایی، سیدمحمدکاظم (۱۳۹۴). درآمدی بر شکل‌گیری قیمت و تعیین مقدار تولید در بازار اسلامی. معرفت اقتصاد اسلامی، ۱۲، ۴۵-۶۶.
- رجایی، سیدمحمدکاظم (۱۴۰۱). بازار اسلامی کالای ضروری. جستارهای اقتصادی ایران، ۳۷، ۲۶۵-۲۹۰.
- رجایی، سیدمحمدکاظم، و کاظمی، مصطفی (۱۳۹۰). شاخص ترکیبی صداقت در بازار اسلامی. معرفت اقتصاد اسلامی، ۵، ۱۱۷-۱۴۶.
- رضایی، محمدجواد، نصیری اقدم، علی، و موحدی بک‌نظر، مهدی (۱۴۰۱). طراحی بازار. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه السلام).

- زرانژاد، سیدمنصور (۱۳۸۲). تأملی در ویژگی‌های بازار از نظر اسلام و تاریخ مسلمانان. پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)، ۷ و ۸، ۱-۲۴.
- زیوری، امینه، محمدی، محسن و مذهری، رضا (۱۳۹۹). مروری نظام‌مند بر عوامل مؤثر در دسترسی به تامین مالی فعالیت‌های کارآفرینی. سیاست‌نامه علم و فناوری، ۱۰(۳)، ۷۴-۵۵.
- شکری، محمد (۱۴۰۱). مبانی توسعه و تسری حکم احتکار در حکومت اسلامی. حکومت اسلامی، ۱۰۳، ۸۷-۱۱۶.
- صادقی سقدل، حسین، و خانزاده، یاور (۱۳۹۵). اطلاعات نامتقارن و جایگاه آن در اقتصاد اسلامی. مطالعات اقتصاد اسلامی، ۱۶، ۱۹۹-۲۲۶.
- صالح‌نیا، نفیسه، ابراهیمی، تقی، و پویا، علیرضا (۱۳۹۶). تأثیر اختیارات بر کاهش عدم تقارن اطلاعات در بازار. اقتصاد اسلامی، ۶۷، ۱۲۱-۱۳۹.
- صالح‌نیا، نفیسه، و نصرهرندی، محمد مهدی (۱۴۰۱). شناسایی پیامدهای عدم تقارن اطلاعات در بازارهای برخط و ارائه راهکارهایی براساس آموزه‌های اسلامی. اقتصاد اسلامی، ۸۵، ۱۰۵-۱۳۴.
- صالحی، زهره، و حیدری، محمدرضا (۱۳۹۶). الگوی نظام مبادله در اقتصاد اسلامی (با پافشاری بر تقارن اطلاعات). اقتصاد اسلامی، ۶۵، ۱۱۹-۱۴۷.
- صدر، سیدکاظم (۱۳۸۷). اقتصاد صدر اسلام. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- صنوبر، ناصر، صادقی، سیدکمال، متفکر آزاد، محمدعلی، و قنبری، اکرم (۱۳۹۵). درآمدی بر سیاست‌های مهار قیمت‌ها و کنترل بیکاری در صدر اسلام با رویکرد نهادی. تحقیقات بنیادین علوم انسانی، ۳، ۱۶۹-۱۹۲.
- طرفدار، محسن (۱۳۹۰). نقش دولت در تعیین قیمت کالاها و خدمات در نظام اقتصادی اسلام. مطالعات اقتصاد اسلامی، ۷، ۴۹-۶۶.
- عابدیان، سیدحسن، و ارمک، محمدرضا (۱۳۹۶). بررسی احکام فقهی خرید و فروش کالای قاچاق از منظر ایجاد اختلال نظام. حکومت اسلامی، ۸۳، ۳۳-۵۸.
- عزتی، مرتضی (۱۳۹۳). الگوی رفتار تولیدکننده باورمند به زندگی پس از مرگ. اقتصاد اسلامی، ۵۴، ۷۲-۳۵.

- عسگر رمکی، جمشید (۱۴۰۲). بررسی فقهی حقوقی مصادیق احتکار در پرتو دخالت دولت در بازار. مطالعات فقه اقتصادی، ۱، ۱۸۶-۲۰۴.
- علیزاده، سعیده، و عزتی، مرتضی (۱۴۰۳). بررسی تطبیقی مالکیت در قرآن و دیدگاه‌های اندیشمندان مسلمان. اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۱۳، ۴۹-۷۴.
- علیزاده، علیرضا (۱۳۹۹). بررسی فقهی ارزان‌فروشی و قیمت‌گذاری تهاجمی در حقوق رقابت ایران. دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام) - دانشکده الهیات معارف اسلامی و ارشاد.
- فاضل، محمدصادق، خدابخشی، حسن، و عربیان، اصغر (۱۳۹۶). حکم فقهی قیمت‌گذاری در بازار اسلامی. فقه حقوق اسلامی، ۲۰، ۶۹-۸۷.
- فرزین‌وش، اسداله، و محبی، محمدتقی (۱۳۹۱). نقش عنصر زمان در کارایی بازار مسلمین. مطالعات اقتصاد اسلامی، ۹، ۱۴۱-۱۶۷.
- قنواتی، جلیل، و جعفری‌هرندی، مهشید (۱۳۹۹). مبانی ممنوعیت‌ها در حقوق رقابت (قانون سیاست‌های اجرایی اصل ۴۴ قانون اساسی). مطالعات فقه و حقوق اسلامی، ۲۲، ۳۴۵-۳۷۲.
- کرمی اسفه، محمدحسین، و گودرزی، سعید (۱۴۰۳). آثار جانبی بازارها؛ تبیین دیدگاه‌ها و بررسی آنها با نگرش اسلامی. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- کروشاوی‌زاده، عاطفه (۱۴۰۲). جایگاه و نقش بازار در جامعه اسلامی از صدر اسلام تا دوران امامت امام صادق (علیه‌السلام)، تهران: اساتید دانشگاه.
- کیخا، محمدرضا، سامانی، احسان، و مرادی، یوسف (۱۳۹۹). بررسی فقهی حقوقی نجش در معاملات و انطباق سنجی آن با غبن. دانش حقوق مدنی، ۱۷، ۸۳-۹۳.
- لانگه، اسکار (۱۳۸۵). عملکرد سیستم قیمت‌ها: مقایسه نظام سرمایه‌داری با سوسیالیسم، ترجمه فرشاد مؤمنی. مجله اقتصاد سیاسی، ۲، ۳۰-۴۵.
- متوسلی، محمود، و فتح‌اللهی، جمال (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر نظریات ویلیامسون و کاربرد آن در تحلیل مسائل توسعه ایران. پژوهش‌های اقتصادی، ۱۰ (۳)، ۲۵-۵۲.
- مدرسی یزدی، محمدرضا (۱۳۷۳). قیمت، نرخ‌گذاری و دودن‌نرخ شدن کالاها و خدمات. معرفت، ۹، ۴۹-۵۳.

- معصومی‌نیا، علی (۱۳۸۳). بازار مطلوب، رقابت کامل. اقتصاد اسلامی، ۱۵، ۵۵-۸۰.
- مقصودی، حمیدرضا، بهرامی، حسین، سعیدی، علی، و احسان‌فر، ابوالفضل (۱۴۰۱). بررسی نقش و اثرات نظریه طراحی بازار در حکمرانی اقتصادی با رویکرد اسلامی. مطالعات اقتصاد اسلامی، ۲۹، ۲۸۵-۳۲۰.
- مکارم شیرازی، ناصر (الف ۱۳۶۱). تلقی رکنان و حذف واسطه‌ها. درس‌هایی از مکتب اسلام، ۶، ۱۲-۱۵.
- مکارم شیرازی، ناصر (ب ۱۳۶۱). طرز قیمت‌گذاری اموال محتکرین و موارد احتکار. درس‌هایی از مکتب اسلام، ۴، ۱۱-۱۵.
- موسوی بجنوردی، سیدمحمد، و مهدیان کرانی، افسانه (۱۳۹۳). احتکار با رویکردی بر آرای امام خمینی رحمته‌الله. مبانی فقهی حقوق اسلامی، ۱۳، ۱۰۳-۱۲۶.
- موسوی بجنوردی، سیدمحمد، و صبغی ندوشن، مریم (۱۳۹۳). شرط مالیت عوضین در صحت معاملات با رویکردی بر نظر امام خمینی رحمته‌الله. پژوهشنامه متین، ۶۵، ۴۵-۶۶.
- موسوی بجنوردی، سیدمحمد، و مهدیان کرانی، افسانه (۱۳۹۴). نقش زمان و مکان در تعمیم مصادیق احتکار با رویکردی به آرای امام خمینی رحمته‌الله. پژوهشنامه متین، ۶۹، ۵۳-۷۲.
- موسویان، سیدعباس، و بهاری قراملکی، حسن (۱۳۸۹). ضوابط قیمت‌گذاری از منظر فقه امامیه. معرفت اقتصاد اسلامی، ۲، ۱۰۹-۱۳۶.
- مؤمنی، فرشاد، قاسمی، عبدالرسول، شکوهی، محمدرضا، و عظیم‌زاده آرانی، محمد (۱۳۹۵). تحلیل مقایسه‌ای اقتصاد تنظیم‌گری با توجه به موضوع حقوق رقابت از دیدگاه اقتصاد اسلامی و اقتصاد متعارف. مطالعات اقتصاد اسلامی، ۱۷، ۱۴۹-۱۷۶.
- نامی، علیرضا، و نامی، حسین (۱۴۰۰). احتکار، شرایط اثبات و مصادیق آن. اندیشه حقوقی معاصر، ۶، ۸۲-۹۷.
- نصراللهی، محمد مهدی، و صالح‌نیا، نفیسه (۱۴۰۱). شناسایی پیامدهای عدم تقارن اطلاعات در بازارهای برخط و ارائه راهکارهایی براساس آموزه‌های اسلامی. اقتصاد اسلامی، ۸۵، ۱۰۵-۱۳۴.
- نصیری‌زاده، حمیدرضا، و سعیدی‌نیا، سعیده (۱۳۹۳). بازار اسلامی: مولود نظام اقتصادی صدر اسلام. سیاست‌گذاری اقتصادی، ۱۱، ۱۴۹-۱۶۸.

- نظریور، محمدتقی (۱۳۸۰). امام علی (علیه السلام)؛ حکومت و بازار، کتاب نقد، ۱۹، ۲۲۲-۲۷۲.
- نظری، روح‌الله، و سلیمی‌فر، مصطفی، و فتحی، بهرام (۱۳۹۱). دولت و بازار در دوره پیامبر اسلام. پژوهشنامه تاریخ، ۲۷، ۱۵۵-۱۹۶.
- نوری، سیدحسین، و نوری، سیدعباس (۱۴۰۱). احتکار در فقه اسلامی و سیره علوی و بررسی قول مشهور در سعه و ضیق موارد آن. پژوهش‌های فقهی، ۳، ۸۰۷-۸۳۸.
- وحدت‌پور، شعله، مهدیزاده سراج، فاطمه، و محمدمرادی، اصغر (۱۴۰۲). واکاوی نظام‌های عملکردی و کالبدی بازارهای تاریخی اسلامی بر مبنای احکام و مفاهیم دینی. فرهنگ معماری و شهرسازی اسلامی، ۱۳، ۱۰۶-۱۲۲.
- هایک، فریدریش (۱۴۰۲). راه بردگی، ترجمه فریدون تفضلی و حمید پاداش. تهران: نگاه معاصر.
- یوسفی، احمدعلی (۱۳۸۵). رفتار پیامبر ﷺ و امامان (علیهم‌السلام) در برابر نوسان قیمت‌ها. اقتصاد اسلامی، ۲۴، ۳۹-۷۰.

## References

- Abedian, S. H., & Armak, M. R. (2017). Jurisprudential rulings on buying and selling smuggled goods from the perspective of disrupting the economic system (Ahkām-e fiqhī bar kharid va forush-e kālā-ye smuggled az didgāh-e takhālof-e nezām-e eqtesādī). *Islamic Government*, 83, 33–58. [In Persian]
- Ahangaran, R. A. (2020). Rules and benefits of discretionary price-setting (Tas'ir) in the Islamic market in accordance with the jurisprudence of transactions (Qavānīn va mafāyed-e tanzīm-e gheymat dar bāzār-e eslāmī bar asās-e fiqh-e mo'āmelāt). *Applied Studies in Management and Development Sciences*, 21, 53–64. [In Persian]
- Akhavan, H. (1999). Ibn Khaldun and the limits of government intervention in the economy: A comparison with Adam Smith's views (Ibn Khaldun va mahnūdīyat-hā-ye mīān-garī-ye dolat dar eqtesād: Moghāyese ba didgāh-hā-ye Adam Smith). *Planning and Budgeting*, 46–47, 73–104. [In Persian]
- Alizadeh, A. (2020). A jurisprudential examination of underpricing and predatory pricing in Iranian competition law (Barrasi-ye fiqhī-ye gheymat-hā-ye zīr va gheymat-hā-ye predatory dar qānun-e moqābele-ye eqtesādī-ye Irān) [Unpublished master's thesis]. Imam Sadiq University. [In Persian]



- Alizadeh, S., & Ezzati, M. (2024). A comparative study of the concept of ownership in the Qur'an and the views of Muslim thinkers (Motāle'e-ye moghāyese-ī bar mabnī-ye malīkiyat dar Qur'ān va didgāh-hā-ye motafakkerān-e eslāmī). *Islamic Economics and Banking*, 13, 49–74. [In Persian]
- Amin Naji, M. H., Ashrafi Amin, Y., Delshad Tehrani, M., & Mohammadi, N. (2022). Establishing economic justice in the market system with emphasis on Nahj al-Balaghah (Tashkhīs-e 'adl-e eqtesādī dar nezām-e bāzār ba ta'kīd bar Nahj al-Balāgha). *Studies in the Islamic-Iranian Model of Progress*, 21, 111–138. [In Persian]
- Ansari, A. (2011). Abuse of necessity (Istighlāl al-Idṭirār) with an approach to Imam Khomeini's jurisprudential thought (Estighlāl-e qarūrat ba ravesh-e tafakkur-e fiqhī-ye Imam Khomeini). *Matin Research Journal*, 53, 25–50. [In Persian]
- Asgar-Ramaki, J. (2023). A jurisprudential–legal examination of hoarding (Iḥ-tikār) in light of government intervention (Barrasi-ye fiqhī-huquqī-ye ihtikār dar zamine-ye mīān-garī-ye dolat). *Studies in Economic Jurisprudence*, 1, 186–204. [In Persian]
- Bagheri, A., & Azizollahi, M. M. (2019). Guarantee of value (Ḍamān al-Māliyyah) from the perspectives of jurisprudence and positive law (Zamānat-e māli az didgāh-hā-ye fiqhī va qānūn-e mosbat). *Jurisprudential Research*, 1, 141–163. [In Persian]
- Bagheri, M., & Sadeghi, M. (2013). Ḥisbah as an instrument of Islamic economic law in supervising markets (Hisbah be onvān-e abzar-e qānūn-e eqtesādī-ye eslāmī dar nezārat bar bāzār-hā). *Encyclopedia of Economic Law*, 4, 78–103. [In Persian]
- Bahmanpouri, A., & Haeri, M. H. (2010). Critique and analysis of the jurisprudential evidence for the impermissibility of price-setting (Tas'īr) (Naqd va tahlil-e dalāyl-e fiqhī bar qeyr-e ja'ez bodan-e tanzīm-e gheymat). *Jurisprudence and Foundations of Islamic Law*, 2, 67–80. [In Persian]
- Bakherdian, D. (2018). Analysis and investigation of the jurisprudential foundations of auctions and price manipulation (Tahlil va barrasi-ye mabnī-hā-ye fiqhī bar mīrās va tasir-e gheymat). *Jurisprudence, Law, and Criminal Sciences*, 10, 108–117. [In Persian]

- Emamian, S. M. S., Zolfaghari, A. A., & Mohammadzadeh, E. (2018). The concept of regulation and its relation to the governance system (Mafhūm-e tanzīm va ertebāt-e ān bā nezām-e hodūd-gozarī). Parliamentary Research Center, Report No. 15940. [In Persian]
- Ezzati, M. (2014). The behavioral model of a producer who believes in the afterlife (Model-e raftāri-ye toolid-konandeh-ī ke be ākhirat āqed dārad). *Islamic Economics*, 54, 35–72. [In Persian]
- Farzin Vash, A., & Mohebbi, M. T. (2012). The role of time in the efficiency of Muslim markets (Naqshe zamān dar kārāmādī-ye bāzār-hā-ye eslāmī). *Islamic Economics Studies*, 9, 141–167. [In Persian]
- Fazel, M. S., Khodabakhshi, H., & Arabiyan, A. (2017). Jurisprudential ruling on price-setting in the Islamic market (Ahkām-e fiqhī bar tanzīm-e gheymat dar bāzār-e eslāmī). *Islamic Jurisprudence and Law*, 20, 69–87. [In Persian]
- Ghanavati, J., & Jafari Harandi, M. (2020). Foundations of prohibitions in competition law (Bonyādh-hā-ye mahdūdīyat dar qānun-e moqābele). *Studies in Islamic Jurisprudence and Law*, 22, 345–372. [In Persian]
- Hayek, F. A. (2023). The road to serfdom (Rāh-e be ensār; F. Tafazzoli & H. Padash, Trans.). Negah-e Moaser. (Original work published 1944). [In Persian]
- Hosseini, S. A., & Eivazlou, H. (2012). Is the market price just? (Āyā gheymat-e bāzār ‘adlī ast?). *Islamic Economics Studies*, 8, 119–164. [In Persian]
- Hosseini, S. A., Bahmanpouri, A., & Heidari Kurasgani, M. R. (2020). An economic–jurisprudential analysis of price-setting (Tahlil-e eqtesādī-fiqhī bar tanzīm-e gheymat). *Islamic Economic Knowledge*, 22, 143–154. [In Persian]
- Hosseini, S. R. (2005). Pricing from the perspectives of jurisprudence and economics (Tanzīm-e gheymat az didgāh-hā-ye fiqh va eqtesād). *Economic Essays*, 4, 81–112. [In Persian]
- Jafari, A., Bahreman, H. R., & Nasiri, O. (2019). Thematic analysis of the image of the market from an Islamic perspective (Tahlil-e mozu’ī az tasvir-e bāzār az didgāh-e eslāmī). *Islamic Economics and Banking*, 29, 171–194. [In Persian]
- Karami Asfeh, M. H., & Goodarzi, S. (2024). Market externalities from an Islamic perspective (Asār-e khārejī bāzār az didgāh-e eslāmī). Research Institute of Hawzah and University. [In Persian]

- Karushavizadeh, A. (2023). The position of the market in Islamic society from early Islam to the era of Imam Sadiq (Moqām va naqshe bāzār dar jāmī'e eslāmī az avvalī-ye eslām tā doran-e emāmat-e Imam Sadiq). University Professors Press. [In Persian]
- Keykha, M. R., Samani, E., & Moradi, Y. (2020). Puffery (Najsh) in transactions (Najsh dar mo'āmelāt). *Civil Law Knowledge*, 17, 83–93. [In Persian]
- Khalilian Ashkezari, M. J. (2011). Indices for evaluating facilitation of transactions (Shenākhteh-hā barāye arzyābī-ye fasilat-e mo'āmelāt). *Islamic Economic Knowledge*, 4, 127–152. [In Persian]
- Khosravi, M. (2016). The institution of Hisbah in Islamic history (Mo'assese-ye Hisbah az avvalī-ye eslām tā payān-e dōwṛān-e Ilkhānī). Sanjesh va Danesh. [In Persian]
- Lange, O. (2006). The functioning of the price system (Kārāmādī-ye nezām-e ghey-mat; F. Momeni, Trans.). *Political Economy Journal*, 2, 30–45. [In Persian]
- Makarem Shirazi, N. (1982a). Talaqqī al-Rukbān and elimination of intermediaries (Talaqqī al-Rukbān va hazf-e vasāt). *Lessons from the School of Islam*, 6, 12–15. [In Persian]
- Makarem Shirazi, N. (1982b). Pricing hoarded goods (Tanzīm-e ghey-mat-e kālā-hā-ye ihtikārī). *Lessons from the School of Islam*, 4, 11–15. [In Persian]
- Maqsoudi, H. R., Bahrami, H., Saeidi, A., & Ehsanfār, A. (2022). Market design theory and economic governance (Nazariye-ye tarh-e bāzār va hodūd-gozarī-ye eqtesādī). *Islamic Economics Studies*, 29, 285–320. [In Persian]
- Masoumi Nia, A. (2004). Ideal market and perfect competition (Bāzār-e ideal va moqābele-ye kāmel). *Islamic Economics*, 15, 55–80. [In Persian]
- Modarresi Yazdi, M. R. (1994). Price and dual pricing (Ghey-mat va tanzīm-e do-ghey-matī). *Ma'rifat*, 9, 49–53. [In Persian]
- Momeni, F., Ghasemi, A., Shokouhi, M. R., & Azimzadeh Arani, M. (2016). Comparative analysis of regulatory economics (Tahlil-e tatbiqī-ye eqtesād-e nezām-gar). *Islamic Economics Studies*, 17, 149–176. [In Persian]
- Motevasseli, M., & Fathollahi, J. (2010). Introduction to Williamson's theories (Mo'arrefī-ye nazariye-hā-ye Williamson). *Economic Research*, 10(3), 25–52. [In Persian]

- Mousavi Bojnourdi, S. M., & Mahdian Karani, A. (2014). Hoarding with emphasis on Imam Khomeini's views (Ihtikār ba ta'kīd bar didgāh-hā-ye Imam Khomeini). *Jurisprudential Foundations of Islamic Law*, 13, 103–126. [In Persian]
- Mousavian, S. A., & Bahari Gharamaleki, H. (2010). Pricing regulations in Imami jurisprudence (Qavānīn-e tanzīm-e gheymat az didgāh-e fiqh-e Imāmī). *Islamic Economic Knowledge*, 2, 109–136. [In Persian]
- Nasrollahi, M. M., & Salehnia, N. (2022). Information asymmetry in online markets (Asymmetry-ye etelā'āt dar bāzār-hā-ye online). *Islamic Economics*, 85, 105–134. [In Persian]
- Rajaei, S. M. K. (2022). The Islamic market for essential goods (Bāzār-e eslāmī barāye kālā-hā-ye zarūrī). *Iranian Economic Essays*, 37, 265–290. [In Persian]
- Williamson, O. E. (2000). The new institutional economics: Taking stock, looking ahead. *Journal of Economic Literature*, 38(3), 595–613.
- Yousefi, A. A. (2006). Behavior of the Prophet and Imams toward price fluctuations (Raftār-e Peyghambar va Emāmān dar moghābele-ye neshānāt-e gheymat). *Islamic Economics*, 24, 39–70. [In Persian]
- Zaranezhad, S. M. (2003). A reflection on market characteristics from the Islamic and Muslim historical perspective (Tāfakorī dar vazāye-ye bāzār az didgāh-e eslāmī va tārikh-e mosalmānī). *Pazhūheshhā-ye Eqtesādi (Roshd va Towse'e-ye Pāydār)*, 7–8, 1–24. <https://sid.ir/paper/365143/fa> [In Persian]
- Ziyari, A., H., & others (2020). A systematic review of factors affecting access to financing for entrepreneurial activities (Barrasi-ye nezāmī-ye 'avāmil-e mo'athir bar dastresī be tāmīn-e māli barāye fa'āliyat-e karfarīnī). *Siyāsatnāme-ye 'Elm va Fanāvāri*, 10(3), 55–74. [https://stpl.ristip.sharif.ir/article\\_21824.html](https://stpl.ristip.sharif.ir/article_21824.html) [In Persian]