

Systematic Review of Studies on Factors Affecting Market Governance

Abbas Yaghoobzadeh Mojarad, PhD Candidate in Islamic Economics, Research Institute of Hawzah and University (RIHU), Qom, Iran; yaghoobzadeh@rihu.ac.ir

Mousa Shahbazi Ghiyathi, Assistant Professor, Research Center of the Islamic Consultative Assembly (Majlis), Tehran, Iran; shahbazymusa@gmail.com

Jafar Koushki Foroushani, Level-4 Seminarian, Qom Seminary, Qom, Iran; mesbah1367@gmail.com

Morteza Jahanshahi, Professor of Advanced Islamic Jurisprudence, Qom Seminary, Qom, Iran; morteza1j@chmail.ir

Mohammad Hossein Khaleghpour, Level-4 Seminarian, Qom Seminary, Qom, Iran; Mho3ein750@gmail.com

Mohammad Mahdi Shirafkan, PhD Candidate in Islamic Economics, Research Institute of Hawzah and University (RIHU), Qom, Iran; shirafkan@rihu.ac.ir

Keywords: Systematic Review, Market Governance, Market Design, Just Price.

Introduction and Objectives

Mainstream economics, focusing on the optimal allocation of scarce resources within the framework of exchange, presents the perfectly competitive free market as an efficient mechanism for achieving price equilibrium. In this model, characteristics such as numerous agents, free entry and exit, and parametric prices trigger a Walrasian tâtonnement process, satisfying both the subjective equilibrium condition (individual utility maximization at equilibrium prices) and the objective condition (equality of supply and demand). Hayek emphasizes the role of prices as information signals that, without price or quantity interventions, spontaneously coordinate individual efforts. Nevertheless, these constructs, while analytically coherent, prove inadequate when confronting market failures—including monopoly, externalities, asymmetric information, and missing markets—casting doubt on their universal applicability. The market governance approach transcends simplistic conceptual models by leveraging this understanding to address inefficiencies and structural gaps.

Over the past two decades, policy literature has shifted from viewing the state as the sole source of national authority to the concept of governance—a distributed power system that mobilizes all social capacities to advance public affairs. This transition stems from critiques of the artificial state-market dichotomy and highlights the role of intermediate levels (guilds, NGOs, and citizens) in pluralistic structures. Governance encompasses a broad set of capacities to exercise power over state, non-state, and transnational actors, while regulation, as a core function of modern governance, establishes public control over service providers to safeguard the public interest.

From an Islamic economic perspective, the market is not merely a competitive arena driven by individual self-interest but an ethically oriented structure incorporating features such as the recommendation of rescinding contracts for the repentant (iqālat al-nādim), observance of fairness and justice, leniency in transactions, and religiously motivated incentives that elevate price beyond mere supply-demand relativity to a just price constrained by divine norms. The present study, through a systematic review of existing literature, extracts and categorizes factors influencing market governance from Islamic studies, thereby providing a macro-framework for a systematic approach to market and its governance in the Iranian economy—a framework that serves as a foundation for future research and Islamic-based policymaking.

Method

This research employs a systematic review methodology based on a transparent and replicable protocol. The main research question is: “What are the factors and components influencing desirable market governance from the perspective of Islamic economics?”

The process was conducted in five stages:

1. Formulating the research question and protocol
2. Defining inclusion criteria (peer-reviewed articles, doctoral dissertations, and Persian books up to the end of 2025 with an Islamic approach and full-text access) and exclusion criteria (master’s theses, promotional/conference papers, duplicates, or inaccessible texts)
3. Systematic search using 36 primary keywords across databases including Noormags, SID, Magiran, IranDoc, and Ensani.ir (initially identifying 223 sources)
4. Two-stage screening and final selection of 63 sources (56 peer-reviewed articles, 3 doctoral dissertations, 4 books)

5. Data extraction using a standardized reporting form covering title, methodology, core issue, arguments, research gaps, and relevance to the main question.

This methodology, adhering to principles of transparency, bias reduction, and replicability, has compiled the most comprehensive available evidence and established a credible framework for identifying factors of desirable Islamic market governance and paving the way for future studies.

Results

The systematic review of 63 credible sources (56 peer-reviewed articles, 3 doctoral dissertations, and 4 books) published up to the end of 1403/2025 extracted ten key elements influencing desirable market governance from an Islamic economic perspective:

1. Market competitiveness (prohibition of monopoly, hoarding, and collusion; facilitation of entry and exit)
2. Justice and fairness (just price, prohibition of excessive profiteering, prohibition of Ribā, consumer rights protection)
3. Property rights (comprehensive bundles of property rights, rule of Taṣalluṭ, lā Zarar, and guarantees)
4. Transparency and information symmetry (prohibition of Gharar, fraud, Najsh, and Talāqqī al-rukbān across four market arenas)
5. Facilitation and regulation (reduction of transaction costs, empowerment of actors, benevolent interventions)
6. Supervision (revival of the Hisbah institution in combined public-governmental form using modern technology)
7. Market resilience (securing essential goods, rule of Nafy al-sabīl, shock resistance)
8. Market infrastructure (physical infrastructure and virtual transaction platforms)
9. Comprehensive pricing system (rules for just pricing and boundaries of state intervention)
10. Business ethics and etiquette (honesty, fairness, leniency, and religious culture-building).

These elements were analyzed using Williamson's (2000) four-level framework: embeddedness (social-religious norms), institutional environment (formal rules and anti-monopoly laws), governance structures (regulatory institutions and modern Hisbah), and resource allocation (actual behavior of agents).



Figure: Key Elements of Desirable Market Governance in Islamic Economics

Discussion and Conclusion

This study, through a systematic review of 63 credible Persian sources, presents for the first time a comprehensive framework of factors influencing desirable Islamic market governance identified in prior research. The ten extracted elements demonstrate that the ideal Islamic market is neither an unregulated free market nor a fully controlled one, but rather an ethically oriented, justice-centered, and efficient system in which systematizing jurisprudence (*Fiqh nizāmī*) serves as the chief architect.

When placed within Williamson’s four-level model, the true power of Islamic jurisprudence emerges in its “deep layers”:

- At the level of embeddedness, values such as justice, prohibition of *Ribā*, *lā Zarar*, and *Nafy al-sabīl* constitute prerequisites for trust and social capital.
- At the institutional environment level, jurisprudential rules (*Taşlīṭ*, *Zamān*, prohibition of *Gharar*, hoarding, *Najsh*, *Khiyārāt*, etc.) are precisely the “formal rules of the game” that conventional market design has long sought—yet Islam codified them centuries ago.
- At the governance structure level, the *Hisbah* institution functions as a fully modern hybrid regulator (public + governmental).
- At the operational level, agents’ behavior is directed toward healthy competition, honesty, and leniency through other-worldly incentives and religious culture-building.

The most important message of this research is that the claim of “Islamic market governance” is not an abstract idealism; its operational capacities already exist in our jurisprudential and historical sources—they simply have not yet been systematically integrated. The major gaps in market design, modern regulation, practical revival of *Hisbah*, and precise delineation of state intervention boundaries are exactly where the next generation of research must focus. This study recommends that future investigations, concentrating on primary Islamic sources and

adopting an interdisciplinary approach, develop a comprehensive and practical model for desirable market governance that not only meets economic needs but also fully aligns with Islamic values and the public interest.

Acknowledgments

We express our gratitude to the Manat Think Tank (New Discussions in First-Rate Ijtihad) for providing the platform for this research.

Conflict of Interest

The authors declare no conflict of interest.

مرور نظام‌مند بر مطالعات مربوط به عوامل مؤثر در حکمرانی بازار

¹ عباس یعقوب‌زاده مجرد

² موسی شهبازی غیائی

³ جعفر کوشکی فروشانی

⁴ مرتضی جهانشاهی

⁵ محمدحسین خالق‌پور

⁶ محمد مهدی، شیرافکن

مقدمه و اهداف

علم اقتصاد متعارف، با تمرکز بر تخصیص بهینه منابع کمیاب در چارچوب مبادله، بازار آزاد رقابتی را به‌عنوان سازوکاری کارآمد برای دستیابی به تعادل قیمتی معرفی می‌کند. در این مدل، ویژگی‌هایی نظیر کثرت بازیگران، آزادی ورود و خروج،

1. دانشجوی دکتری اقتصاد اسلامی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران: yaghoobzadeh@rihu.ac.ir

<https://orcid.org/0009-0005-0228-1066>

2. استادیار مرکز پژوهش‌های مجلس، تهران، ایران: shahbazymusa@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-6479-1273>

3. دانش‌پژوه سطح 4 حوزه علمیه، قم، ایران: mesbah1367@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0007-8146-338X>

4. استاد سطوح عالی حوزه علمیه، قم، ایران: morteza1j@chmail.ir

<https://orcid.org/0009-0005-3589-6382>

5. دانش‌پژوه سطح 4 حوزه علمیه، قم، ایران: Mho3ein750@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0008-6149-0927>

6. دانشجوی دکتری اقتصاد اسلامی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران: shirafkan@rihu.ac.ir

<https://orcid.org/0000-0002-5610-9924>

تاریخ پذیرش: 1404/09/01

تاریخ دریافت: 1404/07/04

و قیمت‌های پارامتری (مستقل از رفتار فردی)، فرایند آزمون و خطای والراسی را برمی‌انگیزد تا شرط ذهنی تعادل (حداکثرسازی رفاه فردی براساس قیمت‌های تعادلی) و شرط عینی تعادل (برابری عرضه و تقاضا) محقق شود. هایک بر نقش قیمت‌ها به‌عنوان سیگنال‌های اطلاعاتی تأکید دارد که بدون مداخلات قیمتی یا کنترلی، هماهنگی خودانگیخته میان تلاش‌های افراد را تضمین می‌کنند. با این حال، این انگاره‌ها، هرچند تحلیلی منسجم ارائه می‌دهند، در مواجهه با نواقص بازار -از جمله انحصار، آثار خارجی، اطلاعات نامتقارن، و فقدان بازارهای کامل- ناتوان می‌مانند و تعابیر جهان‌شمول از آنها محل تردید است. رویکرد حکمرانی بازار، فراتر از مدل‌های ساده مفهومی، به دنبال بهره‌گیری از این درک برای مواجهه با ناکارایی‌ها و خلأهای ساختاری است.

در دو دهه اخیر، ادبیات سیاست‌گذاری از تمرکز بر دولت به‌عنوان تنها منبع اقتدار ملی به مفهوم حکمرانی گذار کرده است؛ نظامی توزیع‌شده قدرت که ظرفیت‌های اجتماعی را برای پیشبرد امور عمومی بسیج می‌کند. این انتقال، ریشه در انتقاد به دوگانگی مصنوعی دولت-بازار دارد و نقش سطوح میانی -نظیر اصناف، سازمان‌های مردم‌نهاد و شهروندان- را در ساختارهای متکثر برجسته می‌سازد. حکمرانی، مجموعه‌ای از ظرفیت‌ها برای اعمال قدرت بر فعالان دولتی و غیردولتی است و تنظیم‌گری به‌عنوان کارکرد کلیدی آن، کنترل عمومی بر ارائه‌دهندگان خدمات را برای تضمین منفعت عمومی فراهم می‌آورد.

از منظر اقتصاد اسلامی، بازار نه تنها رقابتی مبتنی بر نفع‌طلبی فردی، بلکه ساختاری اخلاق‌محور است؛ با ویژگی‌هایی چون استحباب اقاله نادم، رعایت انصاف و عدل، مسامحه در معاملات، و انگیزه‌های شرعی که قیمت را فراتر از نسبیت عرضه-تقاضا، به قیمتی عادلانه و مقید به چارچوب‌های الهی تبدیل می‌کند. این مطالعه، با مرور نظام‌مند ادبیات موجود، عوامل مؤثر بر حکمرانی بازار را از مطالعات اسلامی استخراج و دسته‌بندی می‌کند تا چارچوبی کلان برای نگرش نظام‌مند به بازار و حکمرانی آن در اقتصاد ایران فراهم آورد؛ چارچوبی که بستری برای پژوهش‌های آینده و سیاست‌گذاری‌های مبتنی بر آموزه‌های اسلامی باشد.

روش

پژوهش حاضر با روش مرور نظام‌مند (Systematic Review) و بر پایه پروتکل 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:

1. تدوین سؤال و پروتکل پژوهش
2. 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)

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

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

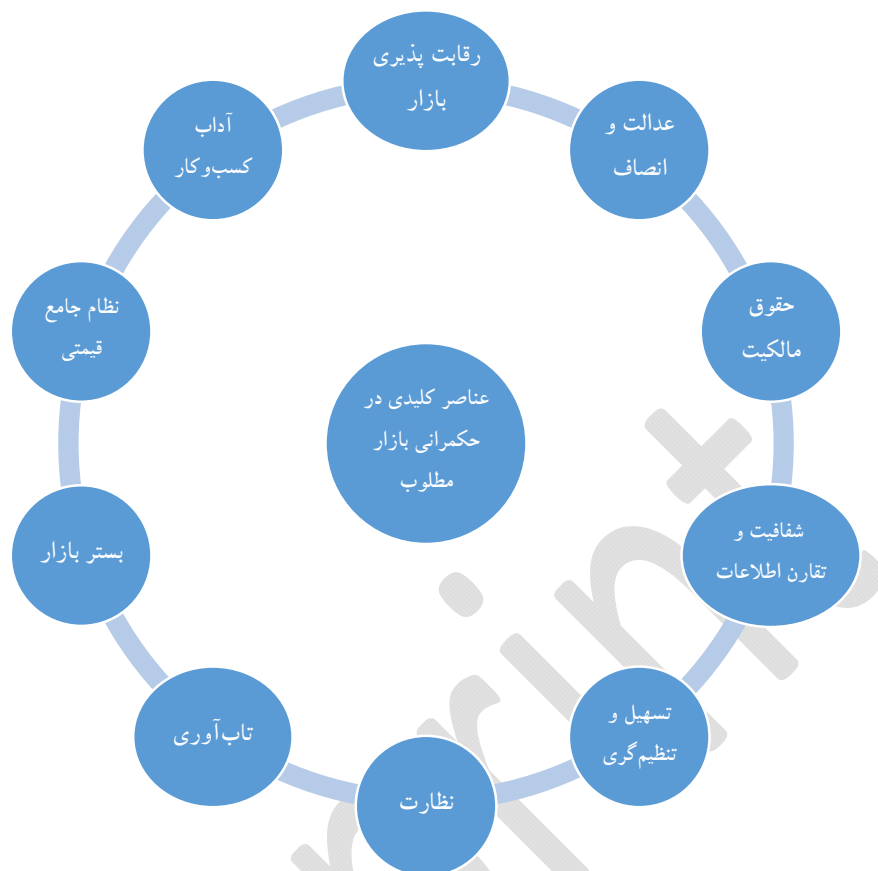
5. استخراج داده با فرم گزارش نویسی استاندارد شامل عنوان، روش، مسئله، استدلال‌ها، خلأ پژوهشی و ارتباط با سؤال اصلی.

این روش‌شناسی با رعایت اصول شفافیت، کاهش سوگیری و تکرارپذیری، جامع‌ترین شواهد موجود را گردآوری کرده و چارچوب 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:

1. رقابت‌پذیری بازار (منع انحصار، احتکار و تبانی، تسهیل ورود و خروج)
2. عدالت و انصاف (قیمت عادلانه، منع غبن فاحش، حرمت ربا و حمایت از حقوق مصرف‌کننده)
3. حقوق مالکیت (بسته‌های جامع حقوق مالکیت، قاعده تسلیط، لاضرر و ضمانات)
4. شفافیت و تقارن اطلاعات (منع غرر، تدلیس، نجش و تلقی رکنان در چهار بستر بازار)
5. تسهیل و تنظیم‌گری (کاهش هزینه‌های مبادله، توانمندسازی بازیگران و مداخلات خیرخواهانه)
6. نظارت (احیای نهاد حسبه به‌صورت مردمی و حاکمیتی در بستر فناوری نوین)
7. تاب‌آوری بازار (تأمین کالای ضروری، قاعده نفی سبیل و مقاومت‌سازی در برابر شوک‌ها)
8. بستر بازار (زیرساخت‌های فیزیکی و پلتفرم‌های مجازی معاملات)
9. نظام قیمتی جامع (ضوابط قیمت‌گذاری عادلانه و محدوده دخالت دولت)
10. آداب کسب‌وکار (صداقت، انصاف، مسامحه و فرهنگ‌سازی دینی).



شکل: عناصر کلیدی در حکمرانی بازار مطلوب در مطالعات پیشین

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

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با مرور نظام‌مند ۶۳ منبع معتبر فارسی، برای اولین بار چارچوبی 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 اخلاق‌محور، 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 چون عدالت، حرمت ربا، لاضرر و نفی سبیل، پیش‌نیاز اعتماد و سرمایه اجتماعی‌اند و بدون آنها هیچ قاعده نهادی پایدار نمی‌ماند.
 - 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 به‌عنوان 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 به‌صورت 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 مناط (مباحثات 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.

Perprint

علم اقتصاد متعارف، با هدف درک شیوه تخصیص بهینه منابع در چارچوب مبادله، بازار آزاد رقابتی را به عنوان سازوکاری برای دستیابی به تعادل قیمتی معرفی می‌کند (لانگه، 1385). علم اقتصاد به دنبال درک شیوه تخصیص بهینه منابع و موقعیت‌ها در چارچوب 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، نصیری اقدم و موحدی، 1401، ص 32-33). 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، 1385). 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، 1402، ص 84).

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 تعبیر جهان شمول از این انگاره‌ها از جانب طراحان بازار محل تردید قرار گرفته است. در اکثر 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 این‌رو نکته مهم در رویکرد حکمرانی بازار عدم اتکای صرف به مدل‌های مفهومی ساده موجود در مجموعه مطالعات علم اقتصاد است (رضایی، نصیری اقدم و موحدی، 1401، ص 36).

همزمان با افزایش توجه به تنظیم‌گری در محافل آکادمیک 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، 1990). شایان ذکر است که 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 احاد 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، 1397).

در عین 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 علاوه بر آن حاوی انگیزه‌های اخلاقی و مقید به چارچوب‌های شرعی است (حسینی و همکاران، 1399).

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 در عین 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 چارچوب 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، چارچوب مفهومی از نگرش نظام‌مند به موضوع بازار و حکمرانی آن در اقتصاد ایران ارائه نماید.

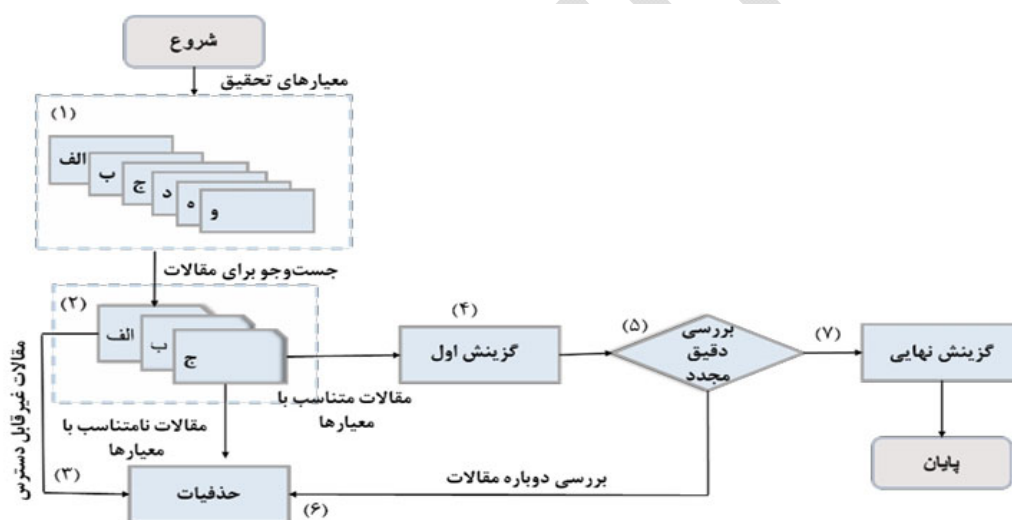
1. روش تحقیق

برای زمینه‌سازی تحقیقات آینده نسبت به حکمرانی مطلوب بازار، لازم است در اولین 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 شامل شناسایی تمام تحقیقات اولیه مرتبط با سؤال مروری تعریف شده، ارزیابی انتقادی این تحقیق و ترکیب یافته‌ها است (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 این‌رو پژوهش پیش‌رو درصدد ارائه چارچوب 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, 2010، ص 33-).

36). 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 به‌عنوان 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، 2008م).

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 می‌گردد.



شکل 1: فرایند روش مرور نظام‌مند (منبع: مقاله زیوری و همکاران، 1399)

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 گردد. 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 1403 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 گردد، 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 عبارتند 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، بلایای طبیعی، کم‌یابی، تلقی رکبان، عام‌المجاءه (قحطی)، اطلاعات نامتقارن، دخالت دولت، کنز، کالای عمومی، کالای ضروری، اختیارات، انحصار، کالای ممنوعه، ضوابط قیمتی، بازار طبیعی، بازار رقابتی.

د) سایت‌های 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 148 مقاله، 68 رساله و 7 کتاب یافت گردید.

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 گردید و به تعداد 109 مقاله، 33 رساله و 7 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 گردید که کلیدواژه‌های انتخاب شده، توانایی کشف آنها را نداشتند. حاصل آن که در نهایت 56 مقاله، 3 رساله و 4 کتاب گزینش نهایی گردید.¹

مرحله پنجم مربوط به گزارش و تحلیل جامع از منابع مطالعاتی می‌باشد. جهت استفاده بهتر از منابع یافت شده، لازم گردید 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، خلأ پژوهشی و همچنین ارتباط با سؤال اصلی تحقیق برای هر منبع مطالعاتی، مدرج و تکمیل گردید. در نهایت براساس فرم‌های گزارش نهایی هر منبع، عنصر مؤثر در حکمرانی بازار استخراج می‌گردد.

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



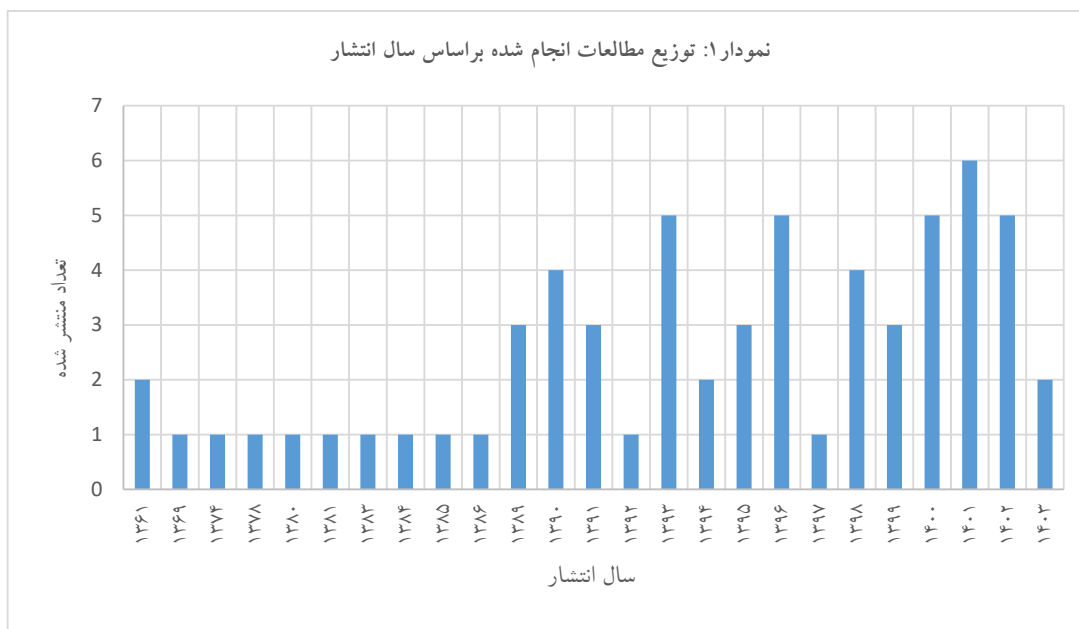
شکل 2: مراحل روش مرور نظام‌مند (Pollock & Berge، 2017م)

2. یافته‌های تحقیق

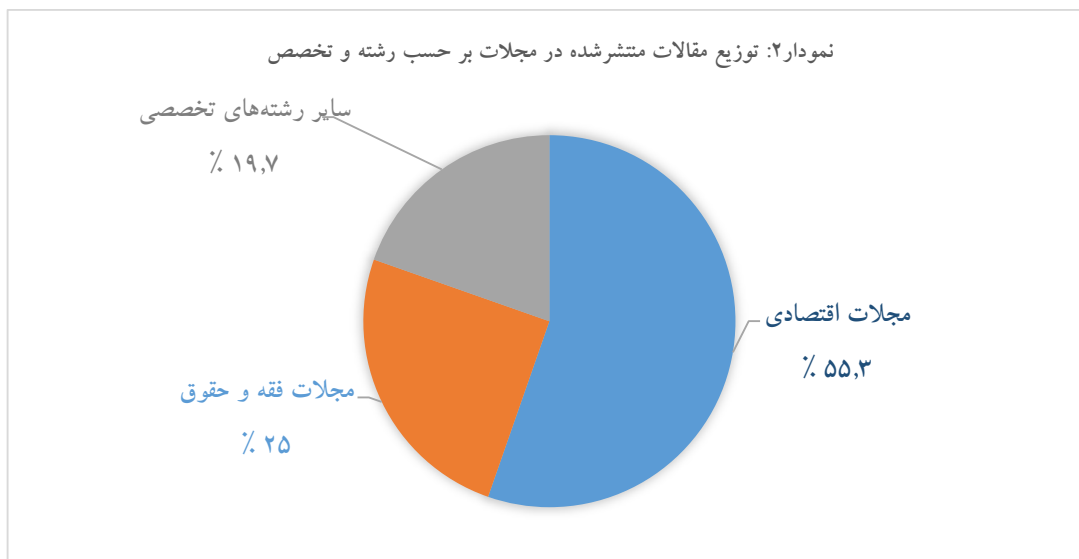
1-2. گزارش توصیفی یافته‌ها

در نمودار 1 توزیع مطالعات گزینش شده براساس سال انتشار در پژوهش حاضر مشخص شده است. شروع مطالعات به سال 1361 برمی‌گردد که البته مباحث فقهی مرتبط با تنظیم بازار می‌باشد و تا سال 1403 مجموعاً به 63 اثر منتهی می‌شود. همان‌طور که روشن است از دهه 90 مطالعات اسلامی مربوط به بازار کاملاً رشد بیشتری پیدا کرده و در سال‌های ابتدایی دهه 1400 نیز به رشد خود ادامه داده است، به‌گونه‌ای که بیشترین تعداد مطالعات منتشر شده در سال

1401 به تعداد 6 پژوهش رسیده است. با توجه به آنکه برخی آثار نهایی سال 1403 ممکن است هنوز در دسترس عموم قرار نگرفته باشد و به مرحله چاپ نرسیده باشد، به احتمال زیاد روند مطالعات در سال 1403 هم صعودی خواهد بود.



از مجموع 56 مقاله چاپ شده در مجلات، 31 مقاله در مجلات تخصصی اقتصاد و مدیریت، 14 مقاله در مجلات تخصصی فقه و حقوق و 11 مقاله نیز در سایر مجلات منتشر شده‌اند که فراوانی آن در نمودار 2 ترسیم شده است. همان‌طور که روشن است اکثر 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.



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.

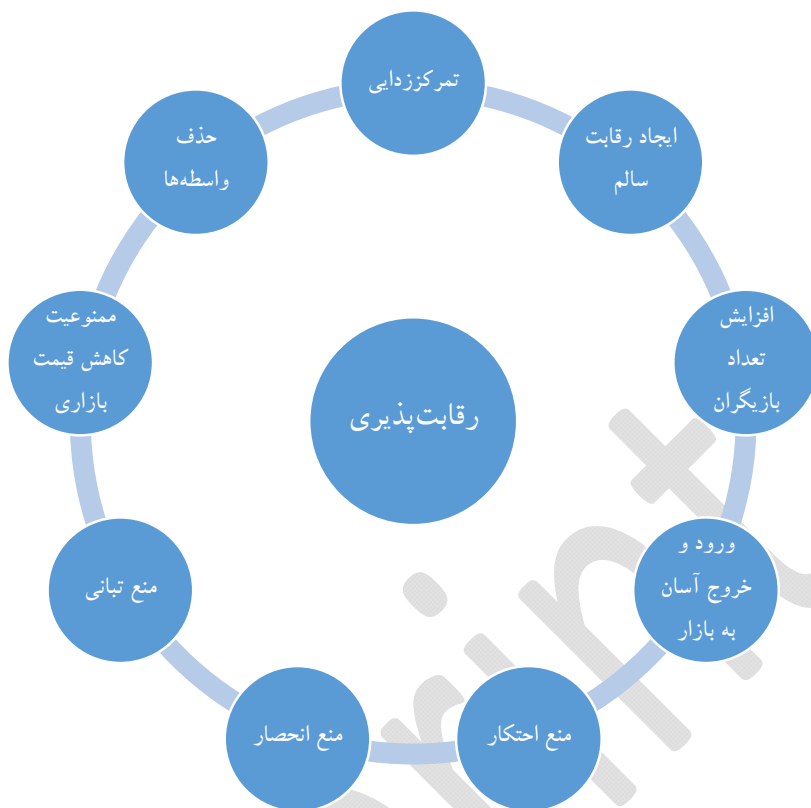
2-2. گزارش محتوایی یافته‌ها

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 گردد. 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.

1-2-2. 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 علاوه بر آن، عدالت و حقوق رقابت نیز جایگاه ویژه‌ای دارد. چراکه بازار به‌عنوان بستر حقوق رقابت، واقعیتی اجتماعی است که از سایر عوامل و پدیده‌های اجتماعی تفکیک‌ناپذیر است (مؤمنی و همکاران، 1394)

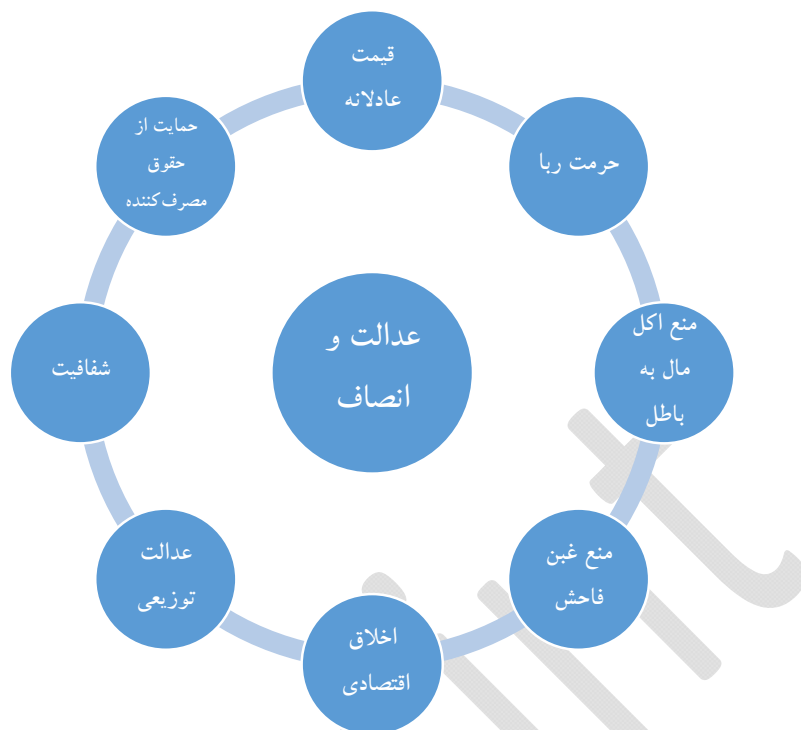
گزاره‌ها و مقولاتی همچون تمرکززدایی، ایجاد رقابت سالم، افزایش تعداد بازیگران، ورود و خروج آسان به بازار، منع احتکار، منع انحصار، منع تبانی، ممنوعیت کاهش قیمت بازاری، حذف واسطه‌ها، در مطالعات صورت گرفته در واقع می‌تواند مفهوم رقابت‌پذیری در فضای سالم اسلامی را تقویت و بازسازی نماید (قلیچ، 1401؛ تقوی، 1396؛ نظری و همکاران، 1391؛ نظری‌پور، 1380؛ کروشاوی‌زاده، 1402؛ صدر، 1374؛ نوری، 1401؛ یوسف‌زاده، 1388؛ عسگررمکی، 1402؛ معصومی‌نیا، 1383؛ زراء‌نژاد، 1381؛ رجایی، 1394؛ قنواتی و جعفری، 1399؛ جعفری و همکاران، 1398؛ طرفدار، 1393؛ اخوان، 1378؛ عزتی، 1393؛ توحیدی، 1398؛ مکارم شیرازی، الف 1361؛ صنوبر و همکاران، 1395؛ فرزین‌وش و همکاران، 1391؛ علیزاده، 1399). گزاره‌های مؤثر در کشف عنصر رقابت‌پذیری را می‌توان در شکل 3 مشاهده نمود.



شکل 3: عنصر کلیدی رقابت پذیری (منبع: یافته‌های تحقیق)

2-2-2. 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 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 (قلیچ، 1401؛ تقوی، 1396؛ نظری و همکاران، 1391؛ کروشاوی‌زاده، 1402؛ نظری‌پور، 1380؛ صدر، 1374؛ یوسف‌زاده، 1388؛ مکارم شیرازی، ب 1361؛ نامی، 1400؛ موسوی بجنوردی و مهدیان، 1394؛ رجایی، 1401؛ زراءنژاد، 1381؛ رجایی، 1394؛ بخردیان، 1397؛ رجایی، 1389؛ دلافکار و همکاران، 1399؛ جعفری و همکاران، 1398؛ طرفدار، 1393؛ اخوان، 1378؛ مؤمنی و همکاران، 1395؛ صنوبر و همکاران، 1395؛ فرزین‌وش و همکاران، 1391؛ حسینی و همکاران، 1399). شکل 4 حاکی از آن است که عدالت و انصاف از چه مفاهیمی در مطالعات استنباط می‌شود.



شکل 4: عنصر کلیدی عدالت و انصاف (منبع: یافته‌های تحقیق)

3-2-2. حقوق مالکیت

حقوق مالکیت شاید یکی از مهم‌ترین عناصر اصلی در طراحی بازار اسلامی به شمار آید. چراکه در موضوعات گوناگون به آن پرداخته شده است. حقوق مالکیت از مفاهیمی همچون 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.

می‌توان هریک از مقولات مذکور را به ترتیب 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 محرمة 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 رکبان) قابل نتیجه است (قلیچ، 1401؛ صدر، 1374؛ کروشای زاده، 1402؛ نوری، 1401؛ یوسف زاده، 1388؛ عسگر مکی، 1402؛ مکارم شیرازی، الف 1361؛ زراء نژاد، 1381؛ بخردیان، 1397؛ جعفری و همکاران، 1398؛ توحیدی، 1398؛ مؤمنی و همکاران، 1395؛ صنوبر و همکاران، 1395؛ فرزین‌وش و همکاران، 1391؛ نظرپور، 1380؛ صدر، 1374). جدول 2 نحوه استنباط عنصر مالکیت در حکمرانی بازار را نشان می‌دهد.

جدول 2: عنصر کلیدی حقوق مالکیت

عنصر کلیدی	مفاهیم اصلی	مؤلفه‌ها
حقوق مالکیت	بسته‌های حقوق مالکیت	• 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
	تعیین ضوابط حقوقی داد و ستد	• قاعده تسلیط و مالکیت • معرفی مالیت به عنوان رکن معاملات • معرفی مکاسب محرمة
	ضرورت توزان ارزش افزوده با سود	• منع سود حاصل از اضطرار و اجبار (بیع مضطر، احتکار) • منع سود بدون مابه‌ازای واقعی (حرمت قمار، اکل مال به باطل، حرمت ربا) • عدالت توزیعی • منع سود حاصل از اطلاعات کاذب (حرمت نجش) • منع سود حاصل از فقدان اطلاعات (منع تلقی رکبان)
		• قاعده فقهی لاضرر

ضوابط حقوقی مرتبط با آثار جانبی	- وجود ضمانات در آثار جانبی - ضمان مالیت - احترام مال مؤمن
---------------------------------	--

منبع: یافته‌های تحقیق

2-2-4. 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 4 بستر (زمینه‌ساز بازار، ورودی بازار، فرایند بازار، جبرانی بازار) ترسیم نمود. در هریک از این 4 بستر، شفافیت جزء، لازمه و یا هدفی از آموزه‌های فقهی می‌باشد که به‌عنوان عنصر کلیدی دیگر در طراحی و حکمرانی بازار معرفی می‌گردد (قلیچ، 1401؛ تقوی، 1396؛ نظری و همکاران، 1391؛ نظری، 1380؛ کروشای زاده، 1402؛ صدر، 1374؛ توحیدی، 1398؛ صنوبر و همکاران، 1395؛ مدرسی یزدی، 1369؛ حسینی، 1384؛ آهنگران، 1399؛ وفایی، 1398؛ موسویان و قراملکی، 1389؛ یوسفی، 1385؛ فاضل و همکاران، 1396؛ حسینی و همکاران، 1399؛ حیدری، 1400؛ بهمن‌پوری و حائری، 1389). در جدول 3 تلاش شده است تصویر کلی از آن منعکس گردد.

جدول 3: 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 - اهلیت متعاملین (بالغ، عاقل، رشید) - رضایت متعاملین
		- منع القای اطلاعات غلط در بازار که از حرمت نجش قابل استفاده است. - منع سوء استفاده از فقدان اطلاعات

فرایند بازار	در فرایند بازار لازم است اطلاعات به درستی و کامل در اختیار همگان قرار گیرد	که برگرفته شده از احکام همچون منع سمساری، حرمت تلقی رکبان، منع غرر، حرمت اکل مال به باطل، منع تبانی و انحصار، حرمت غش، حرمت تدلیس، حرمت کذب می باشد. • منع مخفی کردن میزان عوضین که از حرمت کم فروشی اخذ می شود. • ایجاد بازارهای تخصصی متمرکز که از مفاهیمی مثل دسترسی آسان به اطلاعات و رفتن به سمت اطلاعات کامل گرفته شده است. • ممنوعیت معاملات با اطلاعات پنهان که شامل انواع معاملات غرری است.
جبرانی بازار	چنانچه ضرری از سوی عدم شفافیت ایجاد شود، لازم است ابزار جلوگیری و جبران آن وجود داشته باشد	• وجود انواع اختیارات

منبع: یافته های تحقیق

5-2-2. تسهیل و تنظیم گری

تسهیل و تنظیم گری یکی دیگر از عناصر کلیدی در حکمرانی بازار مطلوب است. کارکرد تسهیل گری و توسعه ای شامل مجموعه اقداماتی است که با هدف توانمندسازی بازیگران مختلف برای فعالیت اثربخش و ایجاد هم افزایی میان آنها صورت می پذیرد. یکی از ابعاد اصلی تسهیل گری فراهم آوردن زیرساخت مناسب برای فعالیت بازیگران است. تسهیل گری توسط دولت و یا نهادهایی مانند اصناف و سازمان های ترویجی، آموزشی و توسعه ای صورت می پذیرد و عموماً در ارتباط مستقیم با فراهم آوردن کالای خدمات قرار دارد (امامیان و همکاران، 1397).

تنظیم گری نیز برای ایجاد یک نظام حکمرانی مناسب و کارا ضروری است. تنظیم گری به معنای اعم، به تمام مکانیزم های کنترل اجتماعی از سوی نهادهای دولتی و غیردولتی اشاره دارد و شامل تمام مکانیزم های کنترل اجتماعی نظیر فرایندهای آگاهانه و غیر آگاهانه در دولت و خارج از آن می شود. 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 (بالدوین و همکاران، 1400، ص 14-16). 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». شایان ذکر است که بر این اساس تنظیم‌گری بر مبنای اهداف خیرخواهانه و نه رانتجویی گروه‌های ذینفع تعریف می‌شود (امامیان و همکاران، 1397).

عنصر تسهیل و تنظیم‌گری در آموزه‌های اسلامی قابل استنباط است (تقوی، 1396؛ نظری و همکاران، 1391؛ نظریور، 1380؛ کروشاوی‌زاده، 1402؛ صدر، 1374؛ رجایی، 1394؛ خلیلیان، 1390؛ دل‌افکار و همکاران، 1399؛ مؤمنی و همکاران، 1395؛ صنوبر و همکاران، 1395؛ نظریور، 1380). در جدول 4 می‌توان روند استنباطی این عنصر را از گزاره‌های به دست آمده از مطالعات انجام شده مشاهده نمود.

جدول 4: عنصر تسهیل و تنظیم‌گری

عنصر کلیدی	مفاهیم اصلی	مؤلفه‌ها
تسهیل و تنظیم‌گری	کاهش هزینه‌های مبادله	- تبیین و افشاء جزئیات مربوط به حقوق مالکیت - ساخت مغازه‌های بازار توسط حاکمیت در صدر اسلام - عدم اخذ اجرت بر مغازه‌های ثابت در صدر اسلام - طراحی مکان بازار در مسیر تجار در صدر اسلام - حذف واسطه‌های زائد مثل منع سمساری و تلقی رکبان
	قانون‌گذاری در بازار	- معافیت‌های مربوط به خراج و مالیات در صدر اسلام - مقررات مربوط به تنظیم بازار - قوانین مرتبط با تجارت آزاد با بازارهای موازی - قاعده سبق در بازارهای موقت

منبع: یافته‌های تحقیق

2-2-6. 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. به‌طور خاص 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، 1395). 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 (قلیچ، 1401؛ تقوی، 1396؛ نظری و همکاران، 1391؛ نظریور، 1380؛ کروشاوی‌زاده، 1402؛ صدر، 1374؛ نوری و همکاران، 1401؛ یوسف‌زاده، 1388؛ نامی، 1400؛ موسوی بجنوردی و مهدیان، 1394؛ باقری و صادقی، 1392؛ رجایی، 1401؛ خلیلیان، 1390؛ جعفری و همکاران، 1398؛ طرفدار، 1393؛ اخوان، 1378؛ توحیدی، 1398؛ مکارم شیرازی، ب 1361؛ مؤمنی و همکاران، 1395؛ صنوبر و همکاران، 1395؛ خسروی، 1395). شبکه مفاهیم مرتبط با نظارت بازار را می‌توان در جدول 5 مشاهده نمود.

جدول 5: عنصر نظارت

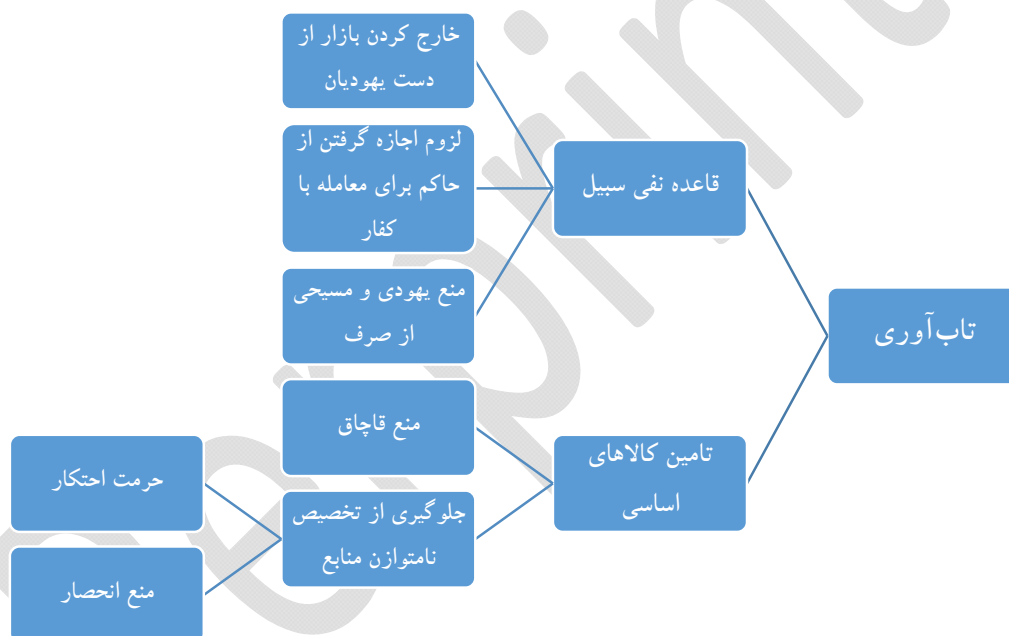
عنصر کلیدی	مفاهیم اصلی	مؤلفه‌ها
نظارت بازار	ابزارهای نظارت بر بازار	• نهاد حسبه: این نهاد به دو شکل حاکمیتی و مردمی فعال بوده است. • تعیین ناظر بازار: ناظر بازار وظیفه جلوگیری از تقلب در بازار، جلوگیری از کم‌فروشی و جلوگیری از احتکار دارد.
	حفظ امنیت و سلامت بازار	• رسیدگی به امور تجار • تأمین امنیت راه‌های بازرگانی و تجاری توسط حاکمیت • جلوگیری از اختلال در عرضه و تقاضا: - مثل اخراج افراد مخلّ در بازار - برخورد با محتکرین - مقابله با ربا به‌عنوان تعطیل‌کننده کسب‌وکارها • ضمانت اجرایی ذاتی که از درون مسلمان نشات می‌گیرد
	کنترل و نظارت بر قیمت‌ها	• شرایط تحقق قیمت عادلانه • منع بیع حاضر للباد (بیع شهرنشین برای روستایی) که در واقع با ورود روستاییان به بازار شهری، قیمت‌ها تعدیل

می‌شود.		
• مقابله با افزایش مصنوعی قیمت کالاها از طریق مقابله با احتکار		

منبع: یافته‌های تحقیق

2-2-7. 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 هویدا است (تقوی، 1396؛ نظری و همکاران، 1391؛ نظریور، 1380؛ عسگررمکی، 1402؛ مکارم شیرازی، ب 1361؛ نامی، 1400). انعکاس مقاوم‌سازی بازار و تاب‌آوری آن را می‌توان در شکل 5 مشاهده نمود.



شکل 5: عنصر تاب‌آوری (منبع: یافته‌های تحقیق)

2-2-8. 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 قابل‌تأملی برای تحقیق و بررسی ساختار و بستر بازار باشد. با توجه به تحولات فضای مجازی، احیای بازار در بستر پلفرم‌های آنلاین، یکی دیگر از موضوعاتی است که اندیشمندان اقتصاد اسلامی بدان پرداخته‌اند (تقوی، 1396؛ نظریور، 1380؛ صدر، 1374؛ جعفری و همکاران، 1398). جدول 6 نمایشگر مباحث مرتبط با بستر بازار است.

جدول 6: عنصر بستر بازار

عنصر کلیدی	مفاهیم اصلی	مؤلفه‌ها
بستر بازار	طراحی مکان بازار	• تأسیس و تغییر مکان بازار • تعیین حریم بازار • رعایت حریم شخصی • ممنوعیت بنای شخصی • بازارهای موقت و دائمی • نزدیکی به مسجد
	شکل برگزاری بازار	• شکل‌گیری پلتفرم‌های مجازی • ضرورت مدیریت خرید و فروش آنلاین

منبع: یافته‌های تحقیق

9-2-2. 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 کالاهای 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 (نظری و همکاران، 1391؛ نظریور، 1380؛ کروشاوی‌زاده، 1402؛ صدر، 1374؛ رجایی، 1401؛ رجایی، 1389؛ دلفکار و همکاران، 1399؛ جعفری و همکاران، 1398؛ طرفدار، 1393؛ اخوان، 1378؛ عزتی، 1393). مفاهیم مرتبط با نظام قیمتی در جدول 7 نشان داده شده است.

جدول 7: عنصر نظام قیمتی

نظام جامع قیمتی	• جواز یا عدم جواز قیمت‌گذاری در شرایط طبیعی • جواز یا عدم جواز قیمت‌گذاری در شرایط غیرطبیعی همچون احتکار، انحصار و تبانی • قلمروی انواع کالاها: کالاهای خصوصی، کالاهای ضروری، کالاهای
-----------------	--

عمومی، انفال	
• رعایت عدالت و عدم اجحاف به طرفین معامله • نحوه شکل‌گیری قیمت در بازار اسلامی	

منبع: یافته‌های تحقیق

10-2-2. آداب کسب‌وکار

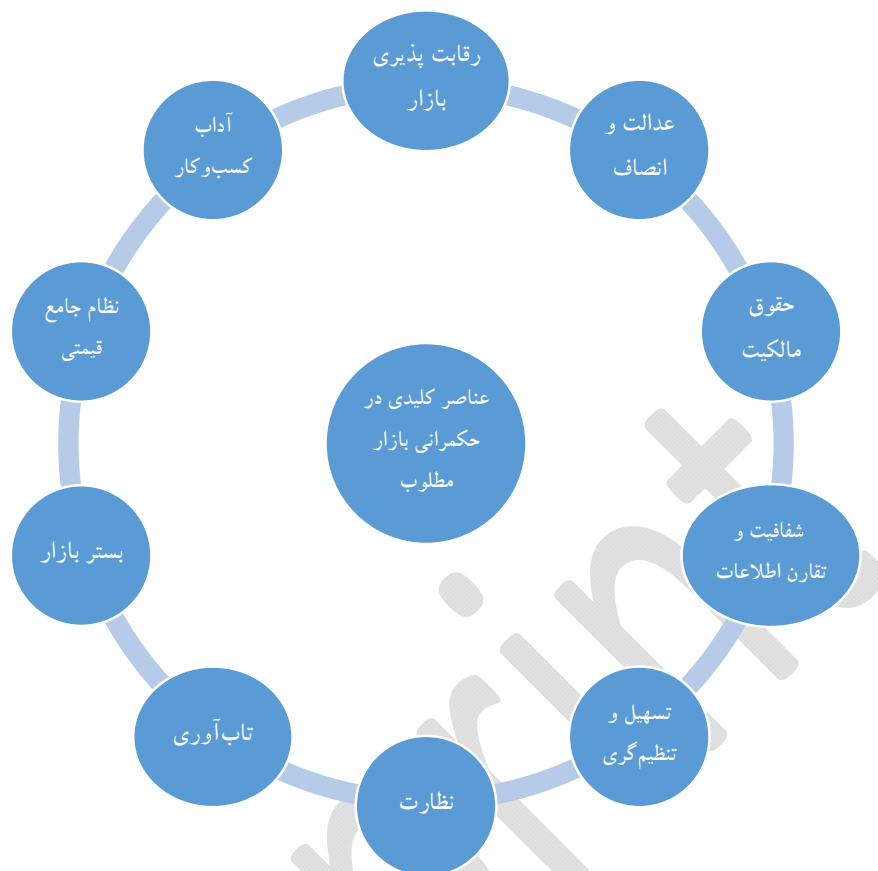
یکی دیگر از عناصر مهم در طراحی بازار اسلامی توجه به مفاهیم اخلاقی و آداب رفتاری است. یکی از شاخص‌های آداب کسب‌وکار در بازار، شاخص صداقت است. صداقت در بازار به این است که عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان، نوع برخورد هریک با دیگری، فضای فیزیکی، نورپردازی، چینش کالا و فضای حاکم بر بازار به‌طور پایدار، واقع‌نما 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 اهل‌بیت³ 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 8 منعکس می‌شود (رجایی و کاظمی، 1390؛ کاظمی و همکاران، 1391؛ جعفری و همکاران، 1398؛ صدر، 1391).

جدول 8: 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، بی‌انصافی، وفای به عهد
	معنویت	کنترل درونی، رضایت الهی، اعتقاد به آخرت، کمال الهی، ایشار، 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 6: عناصر کلیدی در حکمرانی بازار مطلوب

3. تجزیه و تحلیل یافته‌ها در مدل چهار سطحی ویلیامسون

به منظور 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، 1389).

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. در واقع 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 فوق، 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 بهینه سازد، 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 چارچوب نظام بازار مطلوب، چهار سطح تحلیل مربوط به حکمرانی و طراحی بازار مطلوب را ارائه نمود (Williamson،

2000م، ص 597)

سطح اول: مبنایی و اجتماعی

سطح دوم: محیط نهادی و قانونی

سطح سوم: ساختار حاکمیتی و مدیریتی

سطح چهارم: ابزارها و سازوکارهای عملیاتی

شکل 7: سطوح تحلیل نهادی مربوط به حکمرانی بازار مطلوب (Williamson، 2000، ص 597)

براساس این چهار سطح تحلیل نهادی، می‌توان عناصر استخراج شده از مجموع مطالعات پیشین را دسته‌بندی نمود. عنصر رقابت‌پذیری بازار براساس 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 سطح محیط نهادی و قانونی قرار می‌گیرد. چراکه 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، چراکه 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 به‌عنوان 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 به‌عنوان یک ارزش غیررسمی مورد اتفاق همگان است، البته فرهنگ احتکار این هنجارها را تا حدی تضعیف کرده است. از این‌رو 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، چارچوبی برای تعریف تصاحب، استفاده، و انتقال دارایی‌ها ارائه می‌دهد. در چارچوب 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 چارچوب 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 مقاومت‌سازی بازار در شرایط بحرانی است. هرچند نفی سبیل به عنوان یک ارزش الهی، ریشه در مذهب و فرهنگ اسلامی دارد، اما ظهور آن در اقتصاد بازار، به عنوان یک راهبرد مقاومتی در سطح نهادی منعکس می‌شود.

بستر بازار، زیرساخت‌های نهادی و فیزیکی برای تسهیل معاملات است. در چارچوب 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 مذکور می توان سطوح مختلف چارچوب ویلیامسون را در جدول 9 نمایش داد.

جدول 9: گزارش عناصر کلیدی در حکمرانی بازار در قالب سطوح ویلیامسون

سطح حکمرانی	عناصر مرتبط	توضیح مختصر
مبنایی و اجتماعی	عدالت و انصاف اخلاق اقتصادی حقوق مالکیت 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 نهادی اقتصادی به شدت از مؤلفه های فرهنگی تأثیر می پذیرد.
محیط نهادی	رقابت پذیری عدالت و انصاف حقوق مالکیت تقارن اطلاعات تسهیل و تنظیم گری تاب آوری بستر بازار 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 کالاهای خاص، تضمین قیمت عادلانه و تبیین شرایط لازم در قیمت گذاری کالاهای 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.
ساختار حاکمیتی و مدیریتی	تسهیل و تنظیم گری نظارت 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 تنظیم گری نهادهای اقتصادی، فرایند بازار را در بستر مناسب خود مدیریت می کند.
عملیاتی و ابزاری سیاست گذاری	رقابت پذیری تقارن اطلاعات نظام قیمتی	رفتار بازیگران تحت تأثیر قواعد نهادی، کارایی بازار را تعیین می کند. 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، کنش گری در قیمت مشخص شده یا رقابت براساس آزادی قیمت ها را از خود بروز می دهند. سیاست ها غالباً می تواند رفتار بازیگران را تغییر دهد.

منبع: یافته های تحقیق

4. جمع بندی و پیشنهادات

این پژوهش با هدف شناسایی و دسته بندی عوامل مؤثر بر حکمرانی بازار از منظر مطالعات اقتصاد اسلامی پیشین، با استفاده از روش مرور نظام مند، به گزارش جامع منابع موجود پرداخته است. نتایج نشان دهنده وجود ظرفیت های قابل توجه در آموزه های اسلامی برای طراحی و مدیریت بازارهایی است که نه تنها به کارایی اقتصادی توجه دارند، بلکه عدالت، انصاف و شفافیت را در اولویت قرار می دهند. عناصر کلیدی استخراج شده شامل رقابت پذیری بازار، عدالت و انصاف، حقوق مالکیت، شفافیت و تقارن اطلاعات، تسهیل و تنظیم گری، نظارت، تاب آوری، بستر بازار، نظام قیمتی و آداب کسب و کار است که در چارچوب تحلیلی ویلیامسون، نشان دهنده پیوند عمیق بین هنجارهای اجتماعی-دینی و قواعد نهادی در بازار اسلامی هستند. این عناصر، از سطح ریشه های اجتماعی (مانند ارزش های اخلاقی و دینی) تا سطح عملیاتی (رفتار بازیگران اقتصادی)، چارچوبی منسجم برای حکمرانی بازار ارائه می دهند.

در سطح ریشه های اجتماعی (سطح اول)، ارزش های 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 می کنند. 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 در خصوص حکمرانی بازار می‌توان نکاتی را مدنظر قرار داد:

1. 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 در حالی 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، اما از حیث اقتصاد اسلامی بسیار نادر است و به پژوهش‌های بیشتری نیاز دارد.

2. 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. چراکه بروز آن در مطالعات انجام شده حاکی از آن است که چنین ظرفیتی در منابع دست اول اسلامی نیز وجود دارد. از این‌رو واکاوی منابع دست اول، یک امر ضروری اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

3. 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 مذکور می‌تواند قطعه‌ای از حکمرانی بازار را کامل نماید، به شرطی که با زاویه دیدگاه حکمرانی بازار مورد بررسی مجدد 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 دست اول 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 فارسی

- اخوان، حمید (1378)، ابن خلدون و حدود دخالت دولت در اقتصاد مقایسه با آرای آدام اسمیت، برنامه‌ریزی و بودجه، شماره 46 و 47، ص 73-104.
- امامیان، سید محمدصادق و همکاران (1397)، مفهوم تنظیم‌گری و ارتباط آن با نظام حکمرانی، مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره 15940.
- امین ناجی، محمدهادی، اشرفی امین، یونس، دلشاد تهرانی، مصطفی، و محمدی، ناصر (1401). چگونگی برقراری عدالت اقتصادی در نظام بازار با تأکید بر آموزه‌های نهج‌البلاغه، مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی، شماره 21، ص 111-138.
- انصاری، علی (1390). سوءاستفاده از اضطرار با رویکردی بر اندیشه فقهی امام خمینی ع، پژوهشنامه متین، شماره 53، ص 25-50.
- آهنگران، روح‌الله (1399). قواعد و فواید تسعیر اختیاری در بازار اسلامی با انطباق بر فقه المکاسب، مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، شماره 21، ص 53-64.
- باقری، علی، و عزیزالهی، محمد مهدی (1398)، ضمان مالیت از دیدگاه فقه و حقوق موضوعه، پژوهش‌های فقهی، شماره 1، ص 141-163.
- باقری، محمود، و صادقی، محمد (1392). حاسبه ابزار حقوق اقتصادی اسلامی در نظارت و کنترل بازارهای رقابت‌پذیر و رقابت‌ناپذیر، دانشنامه حقوق اقتصادی، شماره 4، ص 78-103.
- بخردیان، داریوش (1397)، واکاوی و بررسی مبانی فقهی مزایده و دستکاری قیمت، فقه حقوق و علوم جزا، شماره 10، ص 108-117.
- بهمن‌پوری، عبدالله، و حائری، محمدحسن (1389). نقد و بررسی ادله فقهی عدم جواز تسعیر، فقه و مبانی حقوق اسلامی، شماره 2، ص 67-80.
- تقوی، هدیه (1396). شیوه‌های مدیریتی پیامبر ۷ در همگرا کردن بازار مدینه با آموزه‌های اقتصادی اسلام، تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی، شماره 27، ص 7-26.
- توحیدی، محمد (1398). بررسی و تحلیل معاملات مبتنی بر اطلاعات نهانی براساس موازین فقه امامیه، تحقیقات مالی اسلامی، شماره 16، ص 223-253.
- جعفری، ابوالفضل، بهرمن، حمیدرضا، و نصیری، امید (1398). تحلیل مضمون تصویر بازار از منظر اسلام، اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره 29، ص 171-194.
- حسینی، سیدرضا (1384). قیمت‌گذاری از دیدگاه فقه و اقتصاد، جستارهای اقتصادی، شماره 4، ص 81-112.

- حسینی، سیدعقیل، بهمن‌پوری، عبدالله، و حیدری خوراسگانی، محمدرضا (1399). تحلیل فقهی اقتصادی قیمت و قیمت‌گذاری (تسعیر) با تکیه بر دیدگاه علامه حلی، معرفت اقتصاد اسلامی، شماره 22، ص 143-154.
- حسینی، سیدعقیل، و عیوضلو، حسین (1391). آیا قیمت بازاری، عادلانه است؟، تحلیل تطبیقی نگرش فلاسفه یونان، علمای اسکولاستیک و فقهای مسلمان به قیمت عادلانه، مطالعات اقتصاد اسلامی، شماره 8، ص 119-164.
- خسروی، منوچهر (1395). بررسی نهاد حسبه از صدر اسلام تا پایان ایلخانان، تهران: ناشر سنجش و دانش.
- خلیلیان اشکذری، محمدجمال (1390). شاخص‌های ارزیابی تسهیل مبادلات در بازار اسلامی، معرفت اقتصاد اسلامی، شماره 4، ص 127-152.
- رجایی، سیدمحمدکاظم (1386). تقاضای بازار اسلامی در مقایسه با بازار رقابت کامل، جستارهای اقتصادی، شماره 8، ص 65-98.
- رجایی، سیدمحمدکاظم (1389). ویژگی‌های بازار اسلامی در نظریه و عمل، معرفت اقتصاد اسلامی، شماره 3، ص 93-118.
- رجایی، سیدمحمدکاظم (1394). درآمدی بر شکل‌گیری قیمت و تعیین مقدار تولید در بازار اسلامی، معرفت اقتصاد اسلامی، شماره 12، ص 45-66.
- رجایی، سیدمحمدکاظم (1401). بازار اسلامی کالای ضروری، جستارهای اقتصادی ایران، شماره 37، ص 265-290.
- رجایی، سیدمحمدکاظم، و کاظمی، مصطفی (1390). شاخص ترکیبی صداقت در بازار اسلامی، معرفت اقتصاد اسلامی، شماره 5، ص 117-146.
- رضایی، محمدجواد، نصیری اقدم، علی، و موحدی بک‌نظر، مهدی (1401). طراحی بازار، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق(ع).
- زرانژاد، سیدمنصور (1382). تأملی در ویژگی‌های بازار از نظر اسلام و تاریخ مسلمانان، پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)، شماره 7 و 8، ص 1-24.
- زیوری، امینه و همکاران (1399). مروری نظام‌مند بر عوامل مؤثر در دسترسی به تامین مالی فعالیت‌های کارآفرینی، سیاست‌نامه علم و فناوری، دوره 10، شماره 3، ص 55-74.
- شکری، محمد (1401). مبانی توسعه و تسری حکم احتکار در حکومت اسلامی، حکومت اسلامی، شماره 103، ص 87-116.
- صادقی سقدل، حسین، و خانزاده، یاور (1395). اطلاعات نامتقارن و جایگاه آن در اقتصاد اسلامی، مطالعات اقتصاد اسلامی، شماره 16، ص 199-226.

- صالح‌نیا، نفیسه، ابراهیمی، تقی، و پویا، علیرضا (1396). تأثیر خیارات بر کاهش عدم تقارن اطلاعات در بازار، اقتصاد اسلامی، شماره 67، ص 121-139.
- صالح‌نیا، نفیسه، و نصرهرندی، محمدمهدی (1401). شناسایی پیامدهای عدم تقارن اطلاعات در بازارهای برخط و ارائه راهکارهایی براساس آموزه‌های اسلامی، اقتصاد اسلامی، شماره 85، ص 105-134.
- صالحی، زهره، و حیدری، محمدرضا (1396). الگوی نظام مبادله در اقتصاد اسلامی (با پافشاری بر تقارن اطلاعات)، اقتصاد اسلامی، شماره 65، ص 119.
- صدر، سیدکاظم (1387). اقتصاد صدر اسلام، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- صنوبر، ناصر، صادقی، سیدکمال، متفکر آزاد، محمدعلی، و قنبری، اکرم (1395). درآمدی بر سیاست‌های مهار قیمت‌ها و کنترل بیکاری در صدر اسلام با رویکرد نهادی، تحقیقات بنیادین علوم انسانی، شماره 3، ص 169-192.
- طرفدار، محسن (1390). نقش دولت در تعیین قیمت کالاها و خدمات در نظام اقتصادی اسلام، مطالعات اقتصاد اسلامی، شماره 7، ص 49-66.
- عابدیان، سیدحسن، و ارمک، محمدرضا (1396). بررسی احکام فقهی خرید و فروش کالای قاچاق از منظر ایجاد اختلال نظام، حکومت اسلامی، شماره 83، ص 33-58.
- عزتی، مرتضی (1393). الگوی رفتار تولیدکننده باورمند به زندگی پس از مرگ، اقتصاد اسلامی، شماره 54، ص 35-72.
- عسگررمکی، جمشید (1402). بررسی فقهی حقوقی مصادیق احتکار در پرتو دخالت دولت در بازار، مطالعات فقه اقتصادی، شماره 1، ص 186-204.
- علیزاده، سعیده، و عزتی، مرتضی (1403). بررسی تطبیقی مالکیت در قرآن و دیدگاه‌های اندیشمندان مسلمان، اقتصاد و بانکداری اسلامی، دوره 13، ص 49-74.
- علیزاده، علیرضا (1399). بررسی فقهی ارزان‌فروشی و قیمت‌گذاری تهاجمی در حقوق رقابت ایران، دانشگاه امام صادق (ع) - دانشکده الهیات معارف اسلامی و ارشاد.
- فاضل، محمدصادق، خدابخشی، حسن، و عربیان، اصغر (1396). حکم فقهی قیمت‌گذاری در بازار اسلامی، فقه حقوق اسلامی، شماره 20، ص 69-87.
- فرزین‌وش، اسداله، و محبی، محمدتقی (1391). نقش عنصر زمان در کارایی بازار مسلمین، مطالعات اقتصاد اسلامی، شماره 9، ص 141-167.
- قنواتی، جلیل، و جعفری‌هرندی، مهشید (1399). مبانی ممنوعیت‌ها در حقوق رقابت (قانون سیاست‌های اجرایی اصل 44 قانون اساسی)، مطالعات فقه و حقوق اسلامی، شماره 22، ص 345-372.

- کرمی اسفه، محمدحسین، و گودرزی، سعید (1403)، آثار جانبی بازارها؛ تبیین دیدگاه‌ها و بررسی آنها با نگرش اسلامی، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- کروشاوی‌زاده، عاطفه (1402). جایگاه و نقش بازار در جامعه اسلامی از صدر اسلام تا دوران امامت امام صادق (ع)، تهران: اساتید دانشگاه.
- کیخا، محمدرضا، سامانی، احسان، و مرادی، یوسف (1399). بررسی فقهی حقوقی نجش در معاملات و انطباق سنجی آن با غبن، دانش حقوق مدنی، شماره 17، ص 83-93.
- لانگه، اسکار (1385). عملکرد سیستم قیمت‌ها: مقایسه نظام سرمایه‌داری با سوسیالیسم، ترجمه فرشاد مؤمنی، مجله اقتصاد سیاسی، شماره 2.
- متوسلی، محمود، و فتح‌اللهی، جمال (1389)، مقدمه‌ای بر نظریات ویلیامسون و کاربرد آن در تحلیل مسائل توسعه ایران، پژوهش‌های اقتصادی، سال دهم، شماره 3، ص 25-52.
- مدرسی یزدی، محمدرضا (1373). قیمت، نرخ‌گذاری و دو نرخی شدن کالاها و خدمات، معرفت، شماره 9، ص 49-53.
- معصومی‌نیا، علی (1383). بازار مطلوب، رقابت کامل، اقتصاد اسلامی، شماره 15، ص 55-80.
- مقصودی، حمیدرضا، بهرامی، حسین، سعیدی، علی، و احسان‌فر، ابوالفضل (1401). بررسی نقش و اثرات نظریه طراحی بازار در حکمرانی اقتصادی با رویکرد اسلامی، مطالعات اقتصاد اسلامی، شماره 29، ص 285-320.
- مکارم شیرازی، ناصر (الف 1361). تلقی رکنان و حذف واسطه‌ها، درس‌هایی از مکتب اسلام، شماره 6، ص 12-15.
- مکارم شیرازی، ناصر (ب 1361). طرز قیمت‌گذاری اموال محتکرین و موارد احتکار، درس‌هایی از مکتب اسلام، شماره 4، ص 11-15.
- موسوی بجنوردی، سید محمد، و مهدیان کرانی، افسانه (1393). احتکار با رویکردی بر آرای امام خمینی (ع). مبانی فقهی حقوق اسلامی، شماره 13، ص 103-126.
- موسوی بجنوردی، سید محمد، و صباغی ندوشن، مریم (1393). شرط مالیت عوضین در صحت معاملات با رویکردی بر نظر امام خمینی (ع). پژوهشنامه متین، شماره 65، ص 45-66.
- موسوی بجنوردی، سید محمد، و مهدیان کرانی، افسانه (1394). نقش زمان و مکان در تعمیم مصادیق احتکار با رویکردی به آرای امام خمینی (ع). پژوهشنامه متین، شماره 69، ص 53-72.
- موسویان، سیدعباس، و بهاری قراملکی، حسن (1389). ضوابط قیمت‌گذاری از منظر فقه امامیه، معرفت اقتصاد اسلامی، شماره 2، ص 109-136.

- مؤمنی، فرشاد، قاسمی، عبدالرسول، شکوهی، محمدرضا، و عظیم‌زاده آرانی، محمد (1395). تحلیل مقایسه‌ای اقتصاد تنظیم‌گری با توجه به موضوع حقوق رقابت از دیدگاه اقتصاد اسلامی و اقتصاد متعارف، مطالعات اقتصاد اسلامی، شماره 17، ص 149-176.
- نامی، علیرضا، و نامی، حسین (1400). احتکار، شرایط اثبات و مصادیق آن، اندیشه حقوقی معاصر، شماره 6، ص 82-97.
- نصراللهی، محمدمهدی، و صالح‌نیا، نفیسه (1401). شناسایی پیامدهای عدم تقارن اطلاعات در بازارهای برخط و ارائه راهکارهایی براساس آموزه‌های اسلامی، اقتصاد اسلامی، شماره 85، ص 105-134.
- نصیری‌زاده، حمیدرضا، و سعیدی‌نیا، سعیده (1393). بازار اسلامی: مولود نظام اقتصادی صدر اسلام، سیاست‌گذاری اقتصادی، شماره 11، ص 149-168.
- نظرپور، محمدتقی (1380). امام علی‌ف. حکومت و بازار، کتاب نقد، شماره 19، ص 222-272.
- نظری، روح‌الله، و سلیمی‌فر، مصطفی، و فتحی، بهرام (1391). دولت و بازار در دوره پیامبر اسلام، پژوهشنامه تاریخ، شماره 27، ص 155-196.
- نوری، سیدحسین، و نوری، سیدعباس (1401). احتکار در فقه اسلامی و سیره علوی و بررسی قول مشهور در سعه و ضیق موارد آن، پژوهش‌های فقهی، شماره 3، ص 807-838.
- وحدت‌پور، شعله، مهدیزاده سراج، فاطمه، و محمدمرادی، اصغر (1402). واکاوی نظام‌های عملکردی و کالبدی بازارهای تاریخی اسلامی بر مبنای احکام و مفاهیم دینی، فرهنگ معماری و شهرسازی اسلامی، شماره 13، ص 106-122.
- هایک، فریدریش (1402). راه بردگی، ترجمه فریدون تقضلی و حمید پاداش، تهران: نگاه معاصر.
- یوسفی، احمدعلی (1385). رفتار پیامبر v و امامان β در برابر نوسان قیمت‌ها، اقتصاد اسلامی، شماره 24، ص 39-70.

References

- Abedian, S. H., & Armak, M. R. (1396). Jurisprudential rulings on buying and selling smuggled goods from the perspective of disrupting the economic system. *Hokūmat-e eslāmi*, 83, 33-58. https://mag.rcipt.ir/article_90876.html [in Persian]
- Ahangaran, R. A. (1399). Rules and benefits of voluntary pricing in the Islamic market with reference to Fiqh al-Makāsib. *Motāle'āt-e karbordi dar 'olūm-e modiriyat va towse'e*, 21, 53-64. <https://doi.org/10.225/qjrl.2025.339.1028> [in Persian]
- Akhavan, H. (1378). Ibn Khaldun and the limits of government intervention in the economy: A comparison with Adam Smith's views. *Barnameh-rizi va boudjeh*, 46-47, 73-104. <https://jpbud.ir/article-1-735-fa.html> [in Persian]
- Alizadeh, A. (1399). Jurisprudential examination of predatory pricing and dumping in Iranian competition law (Doctoral dissertation). Imam Sadiq University, Tehran. <https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/a28700021a6fa842e7b1f57117ce1d4f> [in Persian].
- Alizadeh, S., & Ezzati, M. (1403). Comparative study of ownership in the Qur'ān and the views of Muslim thinkers. *Eqtesād va bānk-dāri-ye eslāmi*, 13, 49-74. <http://mieaoi.ir/article-1-1707-fa.html> [in Persian]

- Amin Naji, M. H., Ashrafi Amin, Y., Delshad Tehrani, M., & Mohammadi, N. (1401). How to establish economic justice in the market system with emphasis on the teachings of Nahj al-Balāgha. *Motāle'āt-e olgū-ye pishraft-e eslāmi-ye irāni*, 21, 111-138. https://www.ipoba.ir/article_144259.html [in Persian]
- Ansari, A. (1390). Abuse of necessity with an approach to Imam Khomeini's jurisprudential thought. *Pazh-nāmeḥ-ye Matīn*, 53, 25-50. [in Persian]
- Asgar-Ramaki, J. (1402). Jurisprudential-legal examination of hoarding cases in light of government intervention in the market. *Motāle'āt-e feqh-e eqteṣādi*, 1, 186-204. https://matin.ri-khomeini.ac.ir/article_61906.html [in Persian]
- Aveyard, H. (2020). *Doing a literature review in health and social care: A practical guide* (4th ed.). Open University Press.
- Bagheri, A., & Azizollahi, M. M. (1398). Guarantee of value (māliyyat) from the perspective of jurisprudence and positive law. *Pazhūheshhā-ye feqhi*, 1, 141-163. [10.22059/jorr.2019.254242.1008007](https://doi.org/10.22059/jorr.2019.254242.1008007) [in Persian]
- Bagheri, M., & Sadeghi, M. (1392). Ḥisbah as an instrument of Islamic economic law in supervising competitive and non-competitive markets. *Dāneshnāmeḥ-ye hoqūq-e eqteṣādi*, 4, 78-103. doi.org/10.22067/le.v20i4.39698 [in Persian]
- Bahmanpouri, A., & Haeri, M. H. (1389). Critique and review of jurisprudential proofs for the impermissibility of price control. *Feqh va mābāni-ye hoqūq-e eslāmi*, 2, 67-80. https://jfil.ut.ac.ir/article_28425.html [in Persian]
- Bakherdian, D. (1397). Analysis and review of jurisprudential foundations of auctions and price manipulation. *Feqh, hoqūq va 'olūm-e jazā*, 10, 108-117. <https://joce.ir/user/articles/2672> [in Persian]
- Emamian, S. M. S., et al. (1397). The concept of regulation and its relationship with the governance system (Report No. 15940). Research Center of the Islamic Consultative Assembly, Tehran. [in Persian]
- Ezzati, M. (1393). Behavioral model of a producer who believes in the hereafter. *Eqteṣād-e eslāmi*, 54, 35-72. https://eghtesad.iict.ac.ir/article_14346.html [in Persian]
- Farzinvas, A., & Mohebbi, M. T. (1391). The role of time in the efficiency of Muslim markets. *Motāle'āt-e eqteṣād-e eslāmi*, 9, 141-167. [10.30497/ies.2012.1449](https://doi.org/10.30497/ies.2012.1449) [in Persian]
- Fazel, M. S., Khodabakhshi, H., & Arabiyan, A. (1396). Jurisprudential ruling on price control in the Islamic market. *Feqh va hoqūq-e eslāmi*, 20, 69-87. <https://www.sid.ir/paper/212172/en> [in Persian]
- Ghanavati, J., & Jafari Harandi, M. (1399). Foundations of prohibitions in competition law (Executive regulations of Article 44 of the Constitution). *Motāle'āt-e feqh va hoqūq-e eslāmi*, 22, 345-372. [10.22075/feqh.2019.15125.1627](https://doi.org/10.22075/feqh.2019.15125.1627) [in Persian]
- Gough, D., Oliver, S., & Thomas, J. (2012). *An introduction to systematic reviews*. SAGE Publications.
- Hayek, F. (1402). *The road to serfdom* (F. Tafazzoli & H. Padash, Trans.). Tehran: Negah-e Moaser. (Original work published 1944) [in Persian]
- Hosseini, S. A., & Eivazlu, H. (1391). Is the market price just? A comparative analysis of Greek philosophers, Scholastic scholars, and Muslim jurists. *Motāle'āt-e eqteṣād-e eslāmi*, 8, 119-164. [10.30497/ies.2012.1105](https://doi.org/10.30497/ies.2012.1105) [in Persian]
- Hosseini, S. A., Bahmanpouri, A., & Heidari Khorasgani, M. R. (1399). Jurisprudential-economic analysis of price and pricing (tas'ir) relying on 'Allāma Ḥilli's view. *Ma'refat-e eqteṣād-e eslāmi*, 22, 143-154. <https://www.sid.ir/paper/1038927/en> [in Persian]
- Hosseini, S. R. (1384). Pricing from the perspective of jurisprudence and economics. *Jostārḥā-ye eqteṣādi*, 4, 81-112. <https://sid.ir/paper/108895/en> [in Persian]
- Jafari, A., Bahrman, H. R., & Nasiri, O. (1398). Thematic analysis of the image of the market from an Islamic perspective. *Eqteṣād va bānk-dāri-ye eslāmi*, 29, 171-194. <https://mieaoi.ir/article-1-900-en.html> [in Persian]
- Karami Asfeh, M. H., & Goodarzi, S. (1403). Market externalities: Explanation of views and their examination from an Islamic perspective. Qom: Research Institute of Hawzah and University. [in Persian]
- Karushavizadeh, A. (1402). The status and role of the market in Islamic society from early Islam to the Imamate of Imam Ṣādiq (a). Tehran: University Professors Press. [in Persian]
- Keykha, M. R., Samani, E., & Moradi, Y. (1399). Jurisprudential-legal examination of najsh in transactions and its comparison with ghubn. *Dānesh-e hoqūq-e madani*, 17, 83-93. [10.30473/clk.2020.51184.2701](https://doi.org/10.30473/clk.2020.51184.2701) [in Persian]

- Khalilian Ashkezari, M. J. (1390). Indices for evaluating facilitation of transactions in the Islamic market. *Ma' refat-e eqtesād-e eslāmi*, 4, 127-152. <https://marefateeetesadi.nashriyat.ir/node/52> [in Persian]
- Khosravi, M. (1395). Examination of the hisbah institution from early Islam to the end of the Ilkhanid period. Tehran: Sanjesh va Dānesh. [in Persian]
- Lange, O. (1385). The functioning of the price system: Comparing capitalism and socialism (F. Momeni, Trans.). *Eqtesād-e siyāsi*, 2. <https://alefbalib.com/Metadata/113271> [in Persian]
- Makarem Shirazi, N. (1361a). Talaqqī al-rukḅān and elimination of intermediaries. *Dars-hā-ye az makteb-e Eslām*, 6, 12-15. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/65434> [in Persian]
- Makarem Shirazi, N. (1361b). Pricing of hoarded goods and cases of hoarding. *Dars-hā-ye az makteb-e Eslām*, 4, 11-15. hawzah.net/fa/Article/View/92487 [in Persian]
- Maqsoodi, H. R., Bahrami, H., Saeidi, A., & Ehsanfar, A. (1401). Examining the role and effects of market design theory in economic governance with an Islamic approach. *Motāle'āt-e eqtesād-e eslāmi*, 29, 285-320. [10.30497/ies.2023.244353.2144](https://doi.org/10.30497/ies.2023.244353.2144) [in Persian]
- Masoumi Nia, A. (1383). Ideal market and perfect competition. *Eqtesād-e eslāmi*, 15, 55-80. <https://ensani.ir/fa/article/30283> [in Persian]
- Modarresi Yazdi, M. R. (1373). Price, price control, and dual pricing of goods and services. *Ma' refat*, 9, 49-53. <https://marifat.nashriyat.ir/node/76> [in Persian]
- Momeni, F., Ghasemi, A., Shokouhi, M. R., & Azimzadeh Arani, M. (1395). Comparative analysis of regulatory economics with regard to competition rights from Islamic and conventional perspectives. *Motāle'āt-e eqtesād-e eslāmi*, 17, 149-176. [10.30497/ies.2016.1901](https://doi.org/10.30497/ies.2016.1901) [in Persian]
- Motevasseli, M., & Fathollahi, J. (1389). An introduction to Williamson's theories and their application in analyzing Iran's development issues. *Pazhūheshhā-ye eqtesādi*, 10(3), 25-52. https://ecor.modares.ac.ir/article_13053.html?lang=en [in Persian]
- Mousavi Bojnourdi, S. M., & Mahdian Karani, A. (1393). Hoarding with an approach to Imam Khomeini's opinions. *Mabāni-ye feqhi-ye hoqūq-e eslāmi*, 13, 103-126. <https://sanad.iau.ir/Journal/jijl/Article/812884/FullText> [in Persian]
- Mousavi Bojnourdi, S. M., & Mahdian Karani, A. (1394). The role of time and place in extending cases of hoarding according to Imam Khomeini. *Pazhūheshnāme-ye Matīn*, 69, 53-72. https://matin.ri-khomeini.ac.ir/article_47913_en.html [in Persian]
- Mousavi Bojnourdi, S. M., & Sabaghi Nedoushan, M. (1393). The condition of value (māliyyat) of exchanged items in validity of transactions according to Imam Khomeini. *Pazhūheshnāme-ye Matīn*, 65, 45-66. https://matin.ri-khomeini.ac.ir/article_58394.html?lang=en [in Persian]
- Mousavian, S. A., & Bahari Gharamaleki, H. (1389). Rules of pricing from the perspective of Imami jurisprudence. *Ma' refat-e eqtesād-e eslāmi*, 2, 109-136. <https://marefateeetesadi.nashriyat.ir/node/18> [in Persian]
- Nami, A., & Nami, H. (1400). Hoarding, conditions of proof, and its instances. *Andishe-ye hoqūqi-ye mo'āser*, 6, 82-97. [10.22034/lth.2021.248595](https://doi.org/10.22034/lth.2021.248595) [in Persian]
- Nasirizadeh, H. R., & Saeidiniya, S. (1393). Islamic market: Offspring of the economic system of early Islam. *Siyāsatgozāri-ye eqtesādi*, 11, 149-168. https://ep.yazd.ac.ir/article_419.html [in Persian]
- Nasrollahi, M. M., & Salehnia, N. (1401). Identifying consequences of information asymmetry in online markets and presenting solutions based on Islamic teachings. *Eqtesād-e eslāmi*, 85, 105-134. https://eghtesad.iict.ac.ir/article_252752_en.html [in Persian]
- Nazarpoor, M. T. (1380). Imam Ali (a), governance, and the market. *Ketāb-e naqd*, 19, 222-272. <https://www.sid.ir/paper/516518/fa> [in Persian]
- Nazari, R., Salimi Far, M., & Fathi, B. (1391). Government and market during the Prophet's era. *Pazhūheshnāme-ye tārikh*, 27, 155-196. <https://sanad.iau.ir/journal/history/Article/517621?jid=517621> [in Persian]
- Nouri, S. H., & Nouri, S. A. (1401). Hoarding in Islamic jurisprudence and 'Alawī tradition and examination of the majority view on its scope. *Pazhūheshhā-ye feqhi*, 3, 807-838. [10.22059/jorr.2021.320755.1009063](https://doi.org/10.22059/jorr.2021.320755.1009063) [in Persian]
- Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge University Press.

- Pollock, A., & Berge, E. (2018). How to do a systematic review. *International Journal of Stroke*, 13(2), 138-144. <https://doi.org/10.1177/1747493017743796>
- Rajaei, S. M. K. (1386). Demand in the Islamic market compared to perfect competition. *Jostārḥā-ye eqtešādi*, 8, 65-98. https://iee.rihu.ac.ir/article_289.html [in Persian]
- Rajaei, S. M. K. (1389). Characteristics of the Islamic market in theory and practice. *Ma'ṛefat-e eqtešād-e eslāmi*, 3, 93-118. <https://www.ensani.ir/file/download/article/20130115083400-9710-18.pdf> [in Persian]
- Rajaei, S. M. K., & Kazemi, M. (1390). Composite honesty index in the Islamic market. *Ma'ṛefat-e eqtešād-e eslāmi*, 5, 117-146. <https://marefateeqtasadi.nashriyat.ir/node/62> [in Persian]
- Rajaei Ramsha, S. M. K. (1394). An introduction to price formation and output determination in the Islamic market. *Ma'ṛefat-e eqtešād-e eslāmi*, 12, 45-66. <https://marefateeqtasadi.nashriyat.ir/node/136> [in Persian]
- Rajaei, S. M. K. (1401). Islamic market for essential goods. *Jostārḥā-ye eqtešādi-ye Irān*, 37, 265-290. [10.30471/iee.2021.6198.1870](https://doi.org/10.30471/iee.2021.6198.1870) [in Persian]
- Rezaei, M. J., Nasiri Aghdam, A., & Movahedi Bakhshandeh, M. (1401). *Market design*. Tehran: Imam Sadiq University Press. [in Persian]
- Sadeghi Saghdel, H., & Khanzadeh, Y. (1395). Asymmetric information and its place in Islamic economics. *Motāle'āt-e eqtešād-e eslāmi*, 16, 199-226. [10.30497/ies.2016.1803](https://doi.org/10.30497/ies.2016.1803) [in Persian]
- Sadr, S. K. (1387). *Economy of early Islam*. Tehran: Shahid Beheshti University Press. [in Persian]
- Salehnia, N., Ebrahimi, T., & Pouya, A. (1396). The effect of khiyārāt on reducing information asymmetry in the market. *Eqtešād-e eslāmi*, 67, 121-139. https://eghtesad.iict.ac.ir/article_28692.html [in Persian]
- Salehnia, N., & Nasr Harandi, M. M. (1401). Identifying consequences of information asymmetry in online markets and presenting solutions based on Islamic teachings. *Eqtešād-e eslāmi*, 85, 105-134. https://eghtesad.iict.ac.ir/article_252752.html [in Persian]
- Salehi, Z., & Heidari, M. R. (1396). The model of exchange system in Islamic economics (with emphasis on information symmetry). *Eqtešād-e eslāmi*, 65, 119. https://eghtesad.iict.ac.ir/article_25127.html [in Persian]
- Sanobar, N., Sadeghi, S. K., Motaffaker Azad, M. A., & Ghanbari, A. (1395). An introduction to price control and unemployment policies in early Islam with an institutional approach. *Tahqīqāt-e bonyādī-ye 'olūm-e ensāni*, 3, 169-192. [file:///C:/Users/WIN/Downloads/secsr-frh-v2n2p169-fa.pdf](https://www.researchgate.net/publication/354111111) [in Persian]
- Seuring, S., & Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1699-1710. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2008.04.020>
- Shakari, M. (1401). Foundations for extending the ruling of hoarding in the Islamic government. *Hokūmat-e eslāmi*, 103, 87-116. https://mag.rcipt.ir/article_154634.html [in Persian]
- Tarafdard, M. (1390). The role of government in determining prices of goods and services in the Islamic economic system. *Motāle'āt-e eqtešād-e eslā mānkīnd*, 7, 49-66. [10.30497/ies.2011.1097](https://doi.org/10.30497/ies.2011.1097) [in Persian]
- Taghavi, H. (1396). Prophet's managerial methods in aligning Medina's market with Islamic economic teachings. *Tārikh-e farhang va tamaddon-e eslāmi*, 27, 7-26. <https://tarikh.maaref.ac.ir/article-1-206-fa.html> [in Persian]
- Vahdatpour, Sh., Mehdizadeh Saraj, F., & Mohammadmoradi, A. (1402). Analysis of functional and physical systems of historical Islamic bazaars based on religious rules and concepts. *Farhang-e me'māri va shahrsāzi-ye eslāmi*, 13, 106-122. [10.52547/ciauj.7.1.469](https://doi.org/10.52547/ciauj.7.1.469) [in Persian]
- Williamson, O. E. (2000). The new institutional economics: Taking stock, looking ahead. *Journal of Economic Literature*, 38(3), 595-613. <https://doi.org/10.1257/jel.38.3.595>
- Yousefi, A. (1385). Behavior of the Prophet (s) and Imams (a) toward price fluctuations. *Eqtešād-e eslāmi*, 24, 39-70. https://eghtesad.iict.ac.ir/article_16649_bd896f3dbc16b0042625fbf0a8ab8b3a.pdf?lang=e [in Persian]
- Zara'nezhad, S. M. (1382). A reflection on market characteristics from the Islamic and Muslim historical perspective. *Pazhūheshhā-ye eqtešādi (roshd va towse'e-ye pāydar)*, 7-8, 1-24. <https://sid.ir/paper/365143/fa> [in Persian]
- Ziyari, A., et al. (1399). A systematic review of factors affecting access to financing for entrepreneurial activities. *Siyāsatnāmeḥ-ye 'elm va fanāvāri*, 10(3), 55-74. https://stpl.ristip.sharif.ir/article_21824.html [in Persian]