

علل کم فروشی در جامعه

محقق: سعیده فیضی

چکیده

کم فروشی از مهم ترین مصادیق تضییع حقوق دیگران است. این مفهوم اساساً به اخلاق حرفه ای تعلق دارد. بر خلاف نظر مشهور که کم فروشی را محدود به امور قابل کیلی و وزن دانسته اند، این مفهوم دامنه بسیار گسترده دارد و شامل هر گونه نقصان در ارایه خدمات یا تولید و فروش کالا، اعم از کمیت و کیفیت می شود. کم کاری نیز یکی از مصادیق کم فروشی است. آیات قرآنی توحید و برقراری قسط و عدل را دو هدف عمده برای انبیا ترسیم می کنند. عدالت اجتماعی بدون اجتناب از کم فروشی قابل تحقق نیست. تحلیل آثار کم فروشی که به اجمال در آیات و به تفصیل در روایات آمده است نشان می دهد که کم فروشی موجب دوری از رحمت الهی و سبب تباهی و فساد در جامعه می شود. بنابراین، پیشگیری و درمان کم فروشی در مشاغل اعم از افراد و سازمانها، از وظایف مهم و اخلاقی مدیران ارشد جامعه است .

طرح مسأله

رعایت حقوق دیگران یکی از اصول در اخلاق کسب و کار است. عده‌ای عدالت را رعایت حقوق فرد و جامعه می‌دانند: «عدالت بر پایه حقوق واقعی و فطری استوار است. فرد حق دارد، اجتماع حق دارد. عدالت از اینجا پیدا می‌شود که حق هر فرد به او داده شود. عدالت رعایت همین حقوق است». عده‌ای بر اصل رعایت حقوق دیگران به گونه‌ای تأکید می‌کنند که آن را از مقومات مفهومی اخلاق حرفه‌ای می‌شمارند و فیلسوفان و جامعه‌شناسانی چون کارل رینهورت فراتر از حقوق، رعایت و منافع دیگران را نیز در تعریف اخلاق اخذ می‌کنند. کم فروشی و کم کاری از مصادیق بارز ضرر رساندن به منافع دیگران و یا تعدی به حقوق دیگران است به گونه‌ای که برخی مفسران و فقها مانند (شیخ طوسی، 460) کم کردن حق طرف مقابل داد و ستد (پایمال کردن حق) را به منزله جنس در تعریف کم فروشی اخذ می‌کنند. کم فروشی چیست و دارای چه ابعادی است؟ کم کاری با کم فروشی چه نسبتی دارد؟ آثار اجتماعی کم فروشی و کم کاری چیست؟ چگونه می‌توان این آسیب اجتماعی در اخلاق حرفه‌ای را پیشگیری و درمان کرد؟ تحقیق حاضر با رهیافت درون دینی و با مراجعه به آیات و روایات به تحلیل مفهوم کم فروشی و پاسخ به مسائل یاد شده می‌پردازد. قرآن کریم از طرفی یکی از اهداف مهم انبیاء را برقراری قسط و عدل می‌داند (حدید/ 25) و مردم را به ادای حق پیمانه و سنجش از روی عدالت فرا می‌خواند (انعام/ 152) و رعایت عدالت در سنجش و وزن را هم ردیف عدالت در نظام آفرینش قلمداد می‌کند (رحمن، 87) و به این ترتیب رعایت عدل در سنجش را جزئی از اصل عدالت و نظم کلی حاکم بر سراسر عالم هستی به حساب می‌آورد. اخلاق کسب و کار در محیط جهانی که تحت تأثیر جهانی شدن، تحول و پیچیدگی فراوانی یافته است، (18) سبب به میان آمدن مفهوم موسع از کم فروشی شده است مفهومی که علاوه بر کم فروشی در معاملات و مبادلات شامل ارایه خدمات، تولید کالا، توزیع کالا در دنیای حقیقی و مجازی نیز می‌شود. بر اساس مفهوم سازی

نوین، بنگاههای خدماتی، سازمانهای آموزشی، پژوهشی، بنگاههای صنعتی و سازمانهای بازرگانی همه در معرض آسیب کم فروشی قرار دارند. و از طرف دیگر در مواضع مختلف اختصاصاً به یکی از مصادیق ظلم یعنی کم فروشی می‌پردازد و آن را سخت نکوهش کرده و کم فروشان را مورد تهدید و توبیخ قرار می‌دهد هدف از تحقیق حاضر تحلیل مبانی و آثار کم فروشی با جهت گیری اخلاق حرفه‌ای است. اگر چه به اختصار به احکام تکلیفی و وضعی آن نیز اشاره می‌شود اما تحلیل مبانی فقهی احکام کم فروشی محتاج مقاله دیگری است که به امید خداوند منتشر خواهد شد.

تحلیل مفهومی کم فروشی

کم فروشی یا کم گذاردن از واژه‌های روشن است. قرآن این معنا را عمدتاً در آیات مشتمل بر مشتقات «بخس» و وفایی به کیل و میزان (هود/84، شعراء/183) و «تطفیف» (مطففین/1) مطرح می‌کند و در متون فقهی احکام آن تحت عنوان «تطفیف مورد بحث قرار گرفته است. از آنجا که برخی تطفیف را کم کردن در کیل و وزن گرفته و برخی چون محقق یزدی آن را مطلق کم کردن دانسته‌اند، کم فروشی را با دو تعبیر می‌توان به کار برد :

تعبیر مضیق و با دامنه محدود:

در این تعبیر کم فروشی که در فقه از آن با «تطفیف» تعبیر می‌شود، صرفاً در داد و ستد (بیع و شری) در مفهوم خاص کلمه به کار می‌رود. مراد از کم فروشی در این مفهوم کم گذاشتن و نقصان کالای مورد فروش یا مبادله از میزان مورد توافق خریدار است. خواه کم فروشی توسط صاحب کالا صورت بگیرد یا توسط کسی که سنجش اجناس مردم را برای خود شغل قرار داده و به نفع فروشنده کم فروشی می‌کند. و لذا جمعی از فقها آن را در مورد کالایی که خرید و فروش آن با کیل و وزن است، به کار می‌برند. به گفته محقق یزدی گویا از نظر آنان کم

فروشی (تطفیف) در عرف به نقص و کم گذاردن در کیل و وزن اختصاص دارد. (بر مبنای آنان اگر چه کم دادن کالای عددی و متری موضوعاً کم فروشی نیست ولی حکماً ملحق به کم فروشی است. و در هر صورت حرام و موجب ضمان است. کم فروشی در این مفهوم خاص ابعاد مختلفی دارد و شامل فروشنده و صاحب مکیال و میزان می گردد. در متون فقهی در خصوص احکام کیلی و وزن و آداب تجارت مباحث دقیق و مرتبط با اخلاق کسب و کار مطرح است. که نوشتار حاضر مجال بحث آن را ندارد.

فقها در بیان حکم کم فروشی در مبادله دو کالای هم جنس نیز گونه های مختلفی از مبادله را تمایز می دهند: یک، معاوضه بر کالای معین خارجی. به عنوان مثال فروشنده خطاب به مشتری گوید: این گندم را (که پنج کیلو است) در برابر گندم شما (که ده کیلو است) فروختم.

دو، معامله بر وزن معینی کلی (کلی در ذمه) نه بر موزون معینی در خارج. فرد صد کیلو گرم گندم به صورت کلی در ذمه بفروشد و ثمن را از مشتری اخذ و به جای آن نود کیلو گرم گندم تحویل دهد. سه، فروشنده با اشاره به گندم معین گوید: این صد کیلو گرم گندم را در برابر صد کیلو گرم گندم به تو فروختم در حالیکه گندم مورد اشاره نود کیلو گرم بوده است. در چنین معامله ای اختلاف بین عنوان و معنوی وجود دارد. بررسی احکام صور سه گانه خارج از موضوع این نوشتار است.

مراد از اوزان و مکیال محدود به آنچه در زمان صدر اسلام رایج بوده، نیست بلکه شامل هر گونه ابزار تعیین وزن و پیمان می شود.

تعبیر موسّع:

در این تعبیر کم فروشی (تطفیف) به معنای مطلق کم کردن است. چنانچه گذشت مفهوم کم فروشی در آیات قرآنی و متون فقهی تحت عنوان «تطفیف» و «بخس» قرار دارد. از موارد کاربرد این دو واژه و مشتقات آنها در برخی آثار کهن واژه شناسی و دیگر منابع استفاده می شود که دو واژه «تطفیف» و «بخس» به معنای مطلق کم کردن و ناقص دادن حق، به نحو خائنانه و ظالمانه است. با این تفاوت که واژه «تطفیف» و مشتقات آن برخلاف واژه «بخس» غالباً همراه با کیل و وزن بکار رفته است. و احتمالاً همین امر باعث برداشت معنای مضیق از تطفیف برای برخی فقها بوده است تا چنین تلقی کنند که تطفیف در عرف به تنقیص در کیل و وزن اختصاص دارد ولی برخی محققین چون محقق یزدی و آیه اله خویی معنای اصطلاحی این دو واژه را جدای از معنای لغوی ندانسته و ذکر کیل و وزن در آیه قرآنی و غیر آن را از باب مثال یا استعمال غالبی تلقی کرده اند. کم فروشی به این معنا هم شامل کم کردن در کیل و وزن است و هم شامل نقص در کالاهای عددی و متری، بلکه با استفاده از الغای خصوصیت شامل تمام مواردی است که شخصی کار یا جنس یا وقت را ناقص و ناتمام کند و از آن بکاهد. بنابراین اگر تولیدکننده از جنس (استاندارد) یا کارگر و کارمند از کار و وقت خود چیزی فروتر از معمول و قرارداد بکاهد، عملی او مصداقی از تطفیف و کم فروشی است که از نظر فقهی محکوم به حرمت و موجب ضمان است.

اخلاق کسب و کار در محیط جهانی که تحت تأثیر جهانی شدن، تحول و پیچیدگی فراوانی یافته است، (18) سبب به میان آمدن مفهوم موسع از کم فروشی شده است مفهومی که علاوه بر کم فروشی در معاملات و مبادلات شامل ارایه خدمات، تولید کالا، توزیع کالا در دنیای حقیقی و مجازی نیز می شود. بر اساس مفهوم سازی نوین، بنگاههای خدماتی، سازمانهای آموزشی، پژوهشی، بنگاههای صنعتی و سازمانهای بازرگانی همه در معرض آسیب کم فروشی قرار دارند. در این مفهوم کم کاری نیز نوعی کم فروشی در ارایه خدمات است چه آنکه آن خدمات،

فساد در زمین:

فساد نقیض صلاح به معنای تباهی، خرابی و بی اعتباری است. (50) در سوره هود از زبان حضرت شعیب در خطاب با قومش می خوانیم که پس از تحذیر از کم فروشی می فرماید: «ولا تعثوا فی الارض مفسدین» تعبیر «فساد در زمین» به جای «فساد در جامعه» می تواند یادآور مفهوم امروزی global باشد که در اصل به معنای سیاره ای است و در ترجمه آن جهانی را می آورند. فساد در تعبیر قرآنی معنای خاصی دارد که بر حسب موارد استعمال متفاوت است ولی در هر صورت برگشت همه به تباهی و ویرانی و بی اعتباری است. اعتماد آفرینی نقش مهمی در موفقیت شغلی دارد. سازمانهای کسب و کار باید اعتماد مشتری، کارکنان، تأمین کنندگان مؤسسه های مالی و اعتباری را جلب کنند. ایجاد اعتماد راسخ، فراگیر، پایدار، اصیل سبب موفقیت سازمانی است. فساد ناشی از نقص در کیل و وزن به اینست که بردن مال مردم از طریق کم فروشی حسن تدبیر زیان دیده را اعم از افراد و سازمانها از بین می برد و آنان را در مسیر زندگی به سرگشتگی و حیرت می کشاند و از آنجا که یک نوع دزدی پنهانی و غالباً بی صدا و به دور از دسترس قانون و تعقیب است زمینه شیوع آن در کل جامعه هموار می گردد و آثار زیانبار آن همه را فرا می گیرد و به هر جانب گسترده می شود و اساس زندگی اجتماعی را متزلزل می گرداند، اعتماد و امنیت عمومی را زایل می کند، منشأ کینه ها و عقده ها و نزاع های اجتماعی می گردد و این همان فساد در زمین است.

فقدان امنیت اجتماعی:

قوام معشیت اجتماعی بر پایه داد و ستد و مبادله استوار است انسانی که در جامعه زندگی می کند چیزی از اجتماع می گیرد و از مواهب آن بهره مند می گردد اما در مقابل کاری و مسئولیتی به عهده دارد که باید آن را انجام دهد

وقتی بنا شود که هر کس آنچه باید پردازد کم بگذارد و در آنچه می‌گیرد تمام و کمال بگیرد چیزی نمی‌پاید که وثوق و اطمینان و اعتماد بر یکدیگر از میان می‌رود در نتیجه امنیت عمومی و اجتماعی زایل می‌گردد. لذا برخی آیات یاد شده تباهی همه افراد را اعم از صالح و غیر صالح و کم فروش و غیر آن را بطور یکسان فرا می‌گیرد. (52) به همین دلیل می‌فرماید: وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوتُمْ بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا (اسری/35)

اعتماد ستیزی:

اعتماد آفرینی نقش مهمی در موفقیت شغلی دارد. سازمانهای کسب و کار باید اعتماد مشتری، کارکنان، تأمین کنندگان مؤسسه‌های مالی و اعتباری را جلب کنند. ایجاد اعتماد راسخ، فراگیر، پایدار، اصیل سبب موفقیت سازمانی است. هر کسی با سازمان کسب و کار ارتباط پیدا می‌کند نوعی سرمایه گذاری می‌کند. سرمایه گذاری یعنی تخصیص نقد سرمایه به امید سود در آینده. سرمایه اعم از پول، فرصت اشتغال، تجارب و مهارت شغلی و... است. اعتماد به سازمان سرمایه بزرگ آن است و اعتماد اجتماعی نیز از سرمایه‌های اجتماعی است. کم فروشی موجب از بین رفتن چنین سرمایه‌ای می‌شود.

از دست دادن بازار در محیط جهانی:

کم فروشی سبب مشتری گریزی است. امروزه به دلیل ارتباط آسان هر مشتری ناراضی بیش از بیست مشتری را از سازمان فراری می‌دهد. شرکتهایی که در کسب و کار جهانی کم فروشی می‌کنند نه تنها بازار خود را از دست

می دهند بلکه جایگاه ملی و منافع ملی را نیز نابود می کنند و ملتی را بی اعتبار می سازند و از فضیلت و منزلت آنان می کاهند چرا که چنین ملتی در نظر جهانیان گمراه کننده و زیانکار است. کم فروشی نه تنها برند شرکت کم فروش را تهدید می کند بلکه اعتبار ملی را نیز تهدید می کند .

دوری از رحمت خدا:

این معنا از اشاره به مطففین با واژه «اولئک» استفاده می شود «الا یظن اولئک انهم مبعثون لیوم عظیم» چرا که این واژه در ادبیات عرب برای اشاره به دور وضع شده است. علامه طباطبائی می فرماید: این به خاطر آنست که بفهماند کم فروشان از رحمت خدا بدورند.

نتیجه گیری

کم فروشی صرفاً مختص اشیاء قابل مکیال و میزان نیست بلکه مفهومی موسع دارد و هر گونه کم نهادن در تعامل فرد و سازمان را در حرفه ها و مشاغل شامل می شود. هر گونه نقصان، کمی یا کیفی، در تولید و فروش کالا یا ارائه خدمات مصداقی از کم فروشی است. آیات و روایات به شیوه های مختلف از کم فروشی تحذیر می کنند. رواج کم فروشی سبب اعتماد ستیزی، فساد در زمین، فقدان امنیت اجتماعی، ضرردهی و خسران، از دست دادن بازار و فرصتهای کسب و کار در محیط جهانی و دوری از رحمت خدا می شود .

منابع و ماخذ :

اصفهانى، سید ابوالحسن، وسیله النجاه، مع تعالیک الامام الخمینى، موسسه تنظیم و نشر آثار الامام الخمینى،

1390.

انصاری، شیخ مرتضی، کتاب المکاسب، مؤسسه الهادی، لجنه تحقیق التراث، 1415هـ.

الحسینی العاملی، سید محمد جواد، مفتاح الکرامه فی شرح قواعد العلامه، به تحقیق شیخ محمد باقر خالصی،

قم، مؤسسه النشر الاسلامی التابعه لجماعه المدرسین به قم، 1398 ق.

الحلی، ابوالقاسم نجم الدین جعفر بن الحسن، مختصر النافع، مؤسسه مطبوعات دینی، 1368هـ ش.

الخاروف، محمد احمد اسماعیل، اوزان و مکاییل و مقایس اسلامی و مقایسه آنها با اوزان و مکاییل و مقایس

بین المللی کنون، پایان نامه دکتري دانشکده الهیات دانشگاه تهران، 1393.

صدوق، محمد بن بابویه، (1398) علل الشرايع، به تحقیق سید محمد صادقی، بحر العلوم، منشورات المكتبة

الحیدریه.

طالقانی، سید محمود، پرتوی از قرآن، جلد آخر، قسمت اول، شرکت سهامی انتشار، 1390 هـ ش.

طباطبائی، علامه سید محمد حسین، المیزان فی تفسیر القرآن، I، دار الکتب الاسلامیه 1391هـ.

فرامرزی قراملکی، احد، اخلاق حرفه‌ای، تهران، نشر مجنون، چاپ سوم، 1396.

فرامرزی قراملکی، احد، سازمانهای اخلاقی در کسب و کار، تهران، نشر مجنون، چاپ دوم، 1398.

فیروزآبادی، مجدالدین محمد بن یعقوب، القاموس المحيط، دار احیاء التراث العربی، الطبعة الولی، بیروت، لبنان،

1397هـ 1991م.

کلینی، محمد بن یعقوب، الکافی، دارالکتب الاسلامیه، به تصحیح و تعلیق علی اکبر غفاری، تهران، 1395.

مغنیه، محمد جواد، التفسیر الکاشف، ج 7، دارالعلم للملایین، بیرون چاپ اول، 1397م.

یزدی، السید کاظم طباطبائی، حاشیه المکاسب، مؤسسه اسماعیلیان، قم، 1395.

