

نشریه علمی پژوهشی
پژوهشنامه ادبیات تعلیمی
سال نهم، شماره سی و پنجم، پاییز ۱۳۹۶، ص ۱۷۹-۲۰۸

اخلاق تجاری در ادب فارسی

دکتر محمود بشیری* - علی سلیمانی**

چکیده

از آنجا که بازرگانان، تجار و اهل کسب در گذشته نقش مهمی در جهت ارتقای رفاه اقتصادی و سطح کیفی جامعه ایفا می کردند، از زبان بزرگان ادبی و تاریخی، توصیه‌ها و تعالیمی پراکنده در خلال متون منظوم و منثور زبان فارسی، درباره آن‌ها به چشم می خورد. با جمع آوری و دسته بندی این تعالیم و توصیه‌ها، نه تنها می توان با چگونگی خرید و فروش بازرگانان در جامعه گذشته و نحوه تعامل مردم و پادشاه با آن‌ها آشنا شد، بلکه می توان سمت و سوی این توصیه‌ها و تعالیم را نیز دریافت. بر مبنای این پژوهش که تا قرن هشتم را در بر می گیرد، دریافتیم که قداما و بزرگان ما با امر و نهی خودشان، دو جنبه «فردی» و «تجاری» را مدنظر داشته اند که یکی برای تعالی روح و تهذیب نفس بازرگانان و دیگری برای پیشرفت در کار و دوری از ضرر و زیان مفید است. از این رو

* دانشیار زبان و ادبیات فارسی دانشگاه علامه طباطبایی تهران zrpbashiri2001@yahoo.com
** دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی دانشگاه قم (نویسنده مسئول) alisoleimani1369@yahoo.com

تاریخ پذیرش ۱۳۹۶/۴/۲۶

تاریخ وصول ۱۳۹۵/۱۲/۱۴

در کلام آن‌ها بایدهای فردی و تجاری‌ای همچون خوش اخلاق بودن، هشیار و قانع و امانت‌دار بودن، شرایط خریدار و فروشنده، کیفیت و چگونگی کالاها، آگاهی از نیاز شهرها و... دیده می‌شود. علاوه بر این موارد، نیایدهای فردی و تجاری‌ای مانند کم‌فروشی و گران‌فروشی نکردن، سوگند نخوردن و دروغ نگفتن، نسبه ندادن، شریک نداشتن و... نیز در گفتار آن‌ها وجود دارد که با رعایت آن‌ها، دنیا و آخرت بازرگانان و تجار بهبود می‌یابد.

واژه‌های کلیدی

اخلاق، تجارت، بازرگان، ادب تعلیمی، بایدها و نیایدها.

۱. مقدمه

واژه «بازار» در پارسی باستان به صورت «آباکاری» آمده که بخش نخست آن به معنی «اجتماع» و جزء دوم مصدر کاری به معنی «چربیدن» است (دهخدا، ۱۳۷۷: ذیل بازار؛ به نقل از دارمستتر، تبعات ایرانی: ۱۲۹-۱۳۱). از این رو بازار^۱ به محل اجتماع مردم و گشت‌وگذار برای دادوستد گفته می‌شود. از خلال متون کهن فارسی می‌توان فهمید که در گذشته هر بازار مسئولیت پخش و توزیع یک نوع کالای خاص را بر عهده داشته است. به همین دلیل قدما در آثار خود در ادامه واژه بازار، مشخصاً نام کالایی را که در آنجا دادوستد می‌شد، ذکر می‌کردند؛ مانند بازار سرآجان، بازار گندم‌فروشان، بازار مسگران، بازار خیاط‌ها، بازار آهنگران، رسته گوهرفروشان، رسته بزآزان و... . واژه «بازرگان» نیز که مخفف «بازارگان» است، مرکب است از لفظ «بازار» و پسوند «گان» که برای نسبت است (مشکور، ۱۳۶۶: ۳۰۱؛ مهرآوران، ۱۳۹۶: ۲۴۱). در این صورت بازرگان کسی است که با بازار نسبت دارد. به هر حال در گذشته، بازرگانان یکی از

مهم‌ترین گروه‌هایی بودند که نقش مؤثری در تأمین بسیاری از نیازهای مردم، رونق و رفاه اقتصادی و مرتب شدن احوال دنیا داشتند. صاحب *معراج السعاده* می‌نویسد: «بندگان در روی بسیط زمین، متفرق و منتشر بودند و از هر طایفه بسیاری از آنچه به آن محتاج‌اند دور بود، بلکه بیابان‌ها و دریاها و کوه‌های عظیمه فاصله بود. لهذا خداوند حکیم حرص مال و شوق سود را بر ارباب تجارت مسلط ساخت و ایشان را مسخر گردانید تا متحمل زحمت‌ها و محنت‌ها گردند و سفرهای دور و دراز کنند و سرما و گرما را بر خود قرار دهند و بیابان‌ها و دریاها را قطع نمایند و مایحتاج مردمان را از مشرق تا به مغرب و از مغرب تا به مشرق نقل کنند» (نراقی، ۱۳۸۷: ۶۸۶). قاضی بلخ نیز در اثر خود چنین آورده: «سفر تجارت، سفری مبارک و میمون است و حرکتی محمود و موزون و احوال دنیا بدو مرتب می‌شود و مرد در او مجرب و مهذب می‌گردد. صید منازل از وی به شست آید و مال حلال از وی به دست آید» (بلخی، ۱۳۹۴: ۳۹). این اهمیت نه تنها در ملل متمدن بلکه در نزد اقوام بدوی و بیابان‌نشین نیز به چشم می‌خورد. به طوری که چنگیزخان مغول «یاسا داده که هرکس از بازرگانان که آنجا رسند، ایشان را به سلامت بگذرانند و از متاع‌ها چیزی که لایق خان باشد با صاحب آن، به نزدیک او فرستند» (جوینی، ۱۳۸۵، ج ۱: ۱۶۶). این نقش مهم، گاه رنگ خیرخواهانه نیز به خود می‌گیرد؛ چنان‌که در *تاریخ بیهقی* می‌بینیم که «عبویه بازرگان آن مرد پارسای باخیر» بعد از تباهی پل بامیان توسط سیل، اثری نیکو از خود باقی می‌گذارد و با مرمت و بازسازی پل، مشکل تردد خلق خدا را رفع می‌کند (بیهقی، ۱۳۷۴، ج ۲: ۴۱۰-۴۱۱). وجود چنین نقش و اهمیتی منجر شده است تا در خلال متون منثور و منظوم، به ویژه متون تعلیمی، گفته‌ها و نصیحت‌های پراکنده‌ای از زبان ادیبان و تاریخ‌نویسان و شاعران دیده شود که روی سخن مستقیماً به سوی تجار، بازرگانان و دکان‌داران است. محتوای این گفته‌ها و نصیحت‌ها، توصیه تجاری، اخلاقی و تعلیمی

است. لذا در این پژوهش بر آنیم که از طریق بررسی تحلیلی توصیفی، نخست اشاره‌ای به توصیه‌های ادبا در باب چگونگی رفتار با بازرگانان داشته باشیم و سپس نگاهی بر چگونگی خرید و فروش بازرگانان در جامعه بیفکنیم و در پایان نیز توصیه‌های اخلاقی و تعلیمی‌ای که بزرگان ما به صورت پراکنده، چه در قالب اخلاق فردی و چه در قالب اخلاق تجاری در باب تجارت بازرگانان کرده‌اند، آورده شود. شایان ذکر است که به دلیل محدودیت مقاله، نویسندگان فقط به بررسی این موضوع تا قرن هشتم پرداختند و از بازگو کردن مثال‌های قرون دیگر که در بسیاری از موارد تکرار همان سخنان قدماست، خودداری کردند. همچنین باید یادآور شد که در این پژوهش، اصطلاح بازرگان گاه در معنای مطلق بازرگان، و گاه در معنای بقال، دکان‌دار و اهل کسب استفاده شده است. گرچه مقالاتی مانند «سفارش‌های اقتصادی سعدی در بوستان و گلستان» (پرنیان و حسینی آبیاریکی، ۱۳۹۱) و «بازتاب اوضاع اقتصادی و رفاه اجتماعی قرن پنجم در سفرنامه ناصر خسرو» (تجلی اردکانی و قبادی حبیب‌آباد، ۱۳۹۵) نزدیک به موضوع مورد بحث این پژوهش است، اما در این مقاله‌ها نگاهی که نویسندگان این پژوهش به متون کهن ادبی داشته‌اند، به چشم نمی‌خورد. از این رو رویکرد اخلاق تجاری این مقاله، در نوع خود بکر و جدید است و مسبوق به سابقه نیست.

۲. چگونگی رفتار با بازرگانان

با نگاهی به متون ادبی، این نکته مستفاد می‌گردد که دو گروه «پادشاهان» و «بیاعان» طرف معامله بازرگانان هستند. پادشاهان برای تأمین کالاهای مورد نیاز لشکریان، درباریان و حتی ذخیره کردن آذوقه برای کشور در زمان جنگ و غیرجنگ، با بازرگانان ارتباط داشتند. علاوه بر این، این ارتباط گاهی به دلیل «ارتاق»، «هنباز»، «انباز» و شریک تجاری بودن بازرگان^۲ با پادشاه اتفاق می‌افتاد که مهم‌ترین شرط در سهم بودن سود

این مشارکت، بقای سرمایه بود (دهخدا، ۱۳۷۷: ذیل ارتاق). طرف دیگر معامله بازرگانان، بیاعان یا دکان‌داران هستند که این گروه نیز وظیفه تأمین نیازهای مردم را بر عهده دارند. تأمین نیازهای مردم باعث رفاه جامعه و فراهم شدن جامعه‌ای آرام و بی‌آشوب و فتنه خواهد شد. از این رو می‌توان گفت که مصرف‌کننده واقعی کالاهای بازرگانان، «پادشاه» و «مردم» هستند؛ و به همین دلیل است که سعدی شیرازی به‌عنوان مصلح اجتماعی، توصیه‌هایی به این دو گروه در باب چگونگی رفتار با بازرگانان کرده است. او در بوستان معتقد است که بازرگان چون در خیری است که باعث رونق کار مردم و لشکری می‌گردد و بر پادشاهان توصیه می‌کند که از آزردن و آسیب رساندن بر آنان دوری کنند؛ چراکه علاوه بر بدنامی پادشاه، منجر به محروم شدن خود و دیگران از خیر خواهد شد:

شهشه که بازارگان را پخست در خیر بر شهر و لشکر بیست
 نکو بایدت نام و نیکی قبول نکو دار بازارگان و رسول
 (سعدی، ۱۳۸۶: ۱۹۵)

همچنین سعدی، مملکت پادشاهی را که بر بازرگانان ظلم و ستیز روا می‌دارد، «بوم بی‌هنر» می‌خواند و معتقد است که این عمل باعث دوری بازرگانان از آن مملکت خواهد شد و نتیجه‌ای جز سوختن کاروبار زراعی و به تنگنا افتادن رعیت نخواهد داشت:

شنیدند بازارگانان خبر که ظلم است در بوم آن بی‌هنر
 بردند از آنجا خرید و فروخت زراعت نیامد، رعیت بسوخت
 (همان: ۲۱۱)

از دیگر توصیه‌های اخلاقی سعدی بر پادشاهان، طمع نداشتن بر مال بازرگان مرده است. وی دست بردن بر مال بازرگان را «خساست» می‌خواند و پادشاه را از دل دردمند

طفلک بازرگان و ملقب شدن به «ظالمی» می‌ترساند:

چو بازرگان در دیارت بمرد به مالش خساست بود دستبرد
 کز آن پس که بر وی بگریند زار به هم باز گویند خویش و تبار
 که مسکین در اقلیم غربت بمرد متاعی کزو ماند ظالم ببرد
 بیندیش از آن طفلک بی‌پدر وز آه دل دردمندش حذر
 (همان: ۲۰۲)

از این موارد به خوبی می‌توان نقش مهم بازرگانان را به عنوان واسطه انتقال کالا، افزونی نعمت در جامعه و فراهم ساختن رفاه اقتصادی جامعه دریافت. از این روست که سعدی، پادشاهان را از ظلم کردن و دست‌درازی بر مال بازرگانان بر حذر می‌دارد؛ چراکه نبود این گروه مهم، باعث برهم خوردن نظم و رفاه و امنیت اجتماعی می‌شود و در نهایت به زیان پادشاهان به عنوان راعی مردم خواهد شد. علاوه بر «پادشاهان»، سعدی توصیه‌هایی نیز به «مردم» در چگونگی برخورد با بازرگانان دارد. در بوستان سعدی، حکایتی به چشم می‌خورد که زنی پیش شوی از ثقلب و ازدحام مگس بقال کوی گلایه کرده و شوی خود را به خریدن کردن از آن مکان و رفتن به بازار گندم‌فروشان تحریک می‌کند. اما به اقتضای اخلاق مردان حق و نیک‌مردان آزاده، شوی زن تقاضای او را رد کرده و به نفع و سود بقال کوی می‌اندیشد و به خرید از دکان بی‌رونق سفارش می‌کند:

بزارید وقتی زنی پیش شوی که دیگر مخر نان ز بقال^۳ کوی
 به بازار گندم‌فروشان گرای که این جو فروشی ست گندم‌نمای
 نه از مشتری، کز زحام مگس به یک هفته رویش ندیده‌ست کس
 به دلداری آن مرد صاحب‌نیاز به زن گفت کای روشنایی بساز
 به امید ما کلبه اینجا گرفت نه مردی بود نفع از او واگرفت

ره نیک مردان آزاده گیر چو استاده‌ای دست افتاده گیر
 بیخشای کانان که مرد حقند خریدارِ دکان بی‌رونقند
 جوانمرد اگر راست خواهی ولی است کرم پیشه‌شاه مردان علی است
 (همان: ۲۷۱)

۳. چگونگی خرید و فروش بازرگانان در جامعه

کار دشوار تجارت بسان هر شغل دیگر مانند دیوان استیفا و رسالت، در قدیم برای خود نظم و سیاق خاصی داشته است. با نگاهی بر متون منثور و منظوم می‌توان مواردی را یافت که نشانگر این نظم و سیاق است. ناصر خسرو در سفرنامه خود به ذکر واقعه‌ای متعجبانه می‌پردازد که توانسته است با نامه‌ای از سوی دوست بازرگان مستقر در شهر اسوان خود، در شهر عیذاب حاجات خود را برطرف سازد: «در وقتی که من به شهر اسوان بودم دوستی داشتم، او را ابو عبدالله محمد بن فلیج می‌گفتند. چون از آنجا به عیذاب همی آمدم نامه نوشته بود به دوستی یا وکیلی که او را به شهر عیذاب بود، که آنچه ناصر خواهد به وی دهد و خطی بستاند تا وی را محسوب باشد. من چون سه ماه در این شهر عیذاب بماندم و آنچه داشتم خرج کرده شد، از ضرورت آن کاغذ را بدان شخص دادم. او مردمی کرد و گفت: والله او را پیش من چیز بسیار است، چه می‌خواهی تا به تو دهم؟ تو به من خط ده. من تعجب کردم از نیک‌مردی او که بی‌سابقه با من آن همه نیکویی کرد؛ و اگر مردی بی‌باک بودمی و روا داشتمی، مبلغی مال از آن شخص، به واسطه آن کاغذ بستیدمی. غرض، من از آن مرد صد من آرد بستدم و آن مقدار آنجا عزتی تمام داشت و خطی بدان مقدار به وی دادم، و او آن کاغذ که من نوشته بودم به اسوان فرستاد و پیش از آنکه من از شهر عیذاب بروم، جواب آن محمد فلیج باز رسید، که: آن چه مقدار باشد؟ هر چند که او خواهد و از آن من موجود باشد بدو ده، و اگر از آن خویش بدهی، عوض با تو دهم» (خسرو قبادیانی، ۱۳۳۵: ۸۴-۸۵).

این بخش از سفرنامه ناصر خسرو نمایانگر این مطلب است که میان تجار شهرهای مختلف، قوانین و مقررات تجاری منظمی حاکم بوده است. همچنین نامه‌نوشتن محمد فلیح به تاجر شهر عیذاب و نیز به وکیل خود در آن شهر، نشانگر چند نکته است: اول اینکه از سوی تاجران، وکیل و عاملانی در شهرهای مختلف وجود داشته است. همچنین در آن زمان گویا نامه، خط و سند و به قول عنصرالمعالی «حجت»هایی به عنوان نشانه و مدرک وجود داشته که طبق آن سند و رابطه موجود میان تجار، فرد مورد خطاب موظف بوده است مطالبه آورنده کاغذ را ادا کند و حجت را نزد خود نگاه دارد. همچنین فرد تأمین کننده کالا و مورد خطاب نامه موظف بوده است از آورنده کاغذ و تحویل گیرنده کالا، دستخطی بگیرد و این رسید را به فرد نویسنده نامه ارسال کند تا طبق آن رسید، مبلغ کالای داده شده پرداخت گردد. همچنین از جمله «از آن من موجود باشد بدو ده»، می‌توان دریافت که بازرگانان کالاهای تجاری خود را فقط در مکان اقامتی خود نگاه نمی‌داشتند، بلکه مقداری از آن کالاها را به همراه وکیلی در شهرهای دیگر قرار می‌دادند^۴ که وکیلان علاوه بر انجام کارهای مربوط به بازرگان در خرید و فروش، وظیفه محافظت از آن‌ها را نیز بر عهده داشتند.

از جمله موارد دیگر قابل ذکر، چگونگی فروش اجناس توسط بازرگانان است. پیش‌تر اشاره کردیم که قدرتمندترین و بزرگ‌ترین خریدار کالای بازرگانان، پادشاهان هستند. از این رو مواردی از چگونگی این دادوستد در متون تاریخی قابل رؤیت است. در بخشی از تاریخ جهانگشای جوینی به سخنی برمی‌خوریم که نشانگر دستگاه منظم خزانه پادشاهی در دادوستد با بازرگانان است: «تجار چند طایفه‌اند: قومی آن‌اند که از خزانه بالش گرفته‌اند و قرار نهاده که سال به سال چقدر با خزانه رسانند، و آنچه به تازگی ارتاق می‌شوند [...] گروهی آن‌اند که متاع آورده‌اند تا با خزانه پادشاه [منکوقآن] معامله کنند و این جمع نیز چند صنف‌اند: بعضی جواهر را قیمت کنند و طایفه‌ای

جامه را و چند کس حیوانات را برین قیاس. و قومی آن باشند که جامه‌هایی که در ممالک مقرر است ایشان بازخواهند و محافظت نمایند و جمعی فرویات و دو سه‌ای نقود را از زر و نقره و همچنین جداجا جهت التمغا زدن و پایزه دادن و زرادخانه و خیلی به کار پرندگان و دوندگان شکار و اصحاب آن و یک دو کس کار ائمه و سادات و فقرا و نصاری و اخیار هر ملتی می‌سازند» (جوینی، ۱۳۸۵، ج ۳: ۶۸۸). از این سخن جوینی نمایان می‌شود که در دربار بسیاری از پادشاهان، افراد زبده و متخصصی در هر نوع کالا بوده‌اند که با بررسی متاع بازرگانان، قیمت‌گذاری می‌کردند. با توجه به بیتی^۵ از عبدالرحمن جامی در *سلسله الذهب*، می‌توان نام این گروه را «جنس‌شناس» نهاد که وظیفه تمیز سره از ناسره و قیمت‌گذاری را بر عهده داشتند. همچنین در ذیل «ذکر سبب قصد ممالک سلطان» تاریخ جهانگشا آمده است که افرادی چون احمد خجندی، پسر امیرحسین و احمد بالجیح با بضاعتی از ثیاب مذهب و کرباس و زندنیجی، روی به سوی چنگیزخان مغول آورده بودند. «چون متاع بازگشاده است و عرض داده، جامه‌هایی که هریک غایت ده دینار یا بیست دینار خریده بود، سه بالش زر بها گفته. چنگزخان از قول گزاف او در خشم شده است» (همان، ج ۱: ۱۶۶). با توجه به این سخن جوینی معلوم می‌شود که قیمت‌گذاری اولیه توسط خود بازرگانان صورت می‌گرفته اما گویا در نهایت فرد والا مقام (پادشاه) و جنس‌شناس بوده که با نگاه دقیق بر کالا، قیمت واقعی آن را تعیین می‌کردند. در جای دیگر این کتاب دیده می‌شود که کیوک‌خان همانند قرار پدر خود با بازرگانان معامله می‌کند. هرچند گاه نیز دیده می‌شود که پادشاه بهای مضاعفی بر متاع می‌پردازد، اما آن را نمی‌توان ناشی از قیمت آن کالا دانست، بلکه بخشش پادشاهانه منجر به چنین عملی می‌شده است (همان، ج ۱: ۳۰۹).

در ادامه بدین مطلب خواهیم پرداخت که چگونه بزرگان ما علاوه بر توصیه‌ها و تعالیم مفید در باب تجارت، تاجرین و اهل کسب را به ادب و تهذیب نفس و کمال

اخلاقی و نفسانی فرامی خوانند. به دلیل محدود بودن مقاله، نویسندگان در ارائه شواهد تلاش کردند تا بیشتر از منابعی استفاده کنند که با جامعیت نسبی داشتن، بتوانند بایدها و نبایدهای اخلاقی را نشان دهند. از این رو از اضافه نمودن شواهد تکراری خودداری شد.

۴. اخلاق تجاری

۴-۱. بایدها

مراد از «بایدها»، تعلیمی است که در کتب ادبی در باب تجارت بیان شده است و بازرگانان را به رعایت آن توصیه نموده‌اند. این بایدها خود در دو دسته جای می‌گیرند: دسته نخست توصیه‌ها و تعلیمی هستند که مربوط به «اخلاق فردی» بازرگان در هنگام تجارت و دادوستد است. دسته دوم «نکات تجاری» و راهنمایی‌هایی است که چگونگی راه و روش تجارت را به بازرگان تعلیم می‌دهد؛ به عبارتی، تعلیم و توصیه‌هایی است که باعث ارتقای سطح کیفی تجارت و افزایش سود و کاهش زیان بازرگانان خواهد شد.

۴-۱-۱. اخلاق فردی

الف. تواضع و خوش اخلاق بودن

یکی از بایدهای تجاری‌ای که در ادب فارسی از زبان بزرگان بیان شده، تواضع و خوش اخلاقی است: «تا چیزی همی فروشی با خریدار، به دوست و به جان برادر و بار خدای گفتن و تواضع نمودن تقصیر مکن تا از تَلَطْفِ تو، خریدار از مکاس کردن شرم دارد» (عنصرالمعالی، ۱۳۸۵: ۲۴۱). جالب اینجاست که عنصرالمعالی علت این رفتار را در این می‌داند که به واسطه این خوشرویی، خریدار از مکاس و چانه‌زدن و تخفیف خواستن شرم می‌دارد. حال آنکه ما در سخنی دیگر از وی می‌بینیم که چانه‌زدن و صرفه‌جویی را نیمی از تجارت می‌داند (همان: ۱۲۰). به نظر می‌رسد صاحب قابوس‌نامه در هنگام خرید خواستار چانه‌زدن و تخفیف خواستن است اما در هنگام

فروش خوشرویی را توصیه می‌کند تا مانع چانه‌زدن خریدار و در نهایت کسب سود بیشتر گردد.

ب. راستی و امانت‌دار بودن

یکی از مهم‌ترین ابزارهای کار هر بازرگانی، صدق گفتار و امانت‌داری است. بزرگان ادب فارسی معتقد بوده‌اند که «سداد و امانت مردان، به دادوستد بتوان شناخت» (منشی، ۱۳۸۸: ۲۴۸). صاحب *قابوس‌نامه* بازرگانی را دلیری می‌خواند، اما آن را کافی نمی‌داند و اذعان می‌دارد که راستی و امانت و دیانت است که در رونق و برکت کار و معاملات بازرگان نقش مؤثری ایفا می‌کند: «بازرگانی دلیری است و نباکی بر مال و تن و با دلیری باید که راستی و امانت دارد و طریق دیانت سپرد و از بهر سود خویش، زیان دیگران نخواهد و به طمع سود، سوزش دل خلق نجوید» (عنصرالمعالی، ۱۳۸۵: ۱۶۷). در جای دیگر چنین می‌گوید: «اما سرمایه بازرگانی، راستی و دیانت شناختن بود و در خرید و فروخت جلد باش و امین و راست‌گوی و بسیارخر و بسیارفروش باش» (همان: ۱۷۰). در سخنی دیگر داشتن مروّت را برای جاه و مقام بازرگان مفید می‌خواند (همان: ۱۶۸).

ج. دقیق بودن حساب

از دیگر توصیه‌های قدما در باب اخلاق فردی بازرگانان، حساب‌رس بودن و گرفتن تمام و کمال حساب است. چنانچه صاحب *قابوس‌نامه* از زبان بازرگانی در خلال داستان، این عمل را شرط بازرگانی دانسته و مغبون شدن در آن را با تعبیر مغبون شدن در نیم عمر آورده است: «روزی بازرگانی بود بر دکان بیاع به هزار دینار معامله کرده بود. چون معامله به پایان رسید، میان بیاع و تاجر در حسابی خلاف بود به قیراطی زر. بیاع گفت: ترا بر من دیناری زر باقی است. تاجر گفت: دیناری و قیراطی باقی است. بر این حدیث از بامداد تا نماز پیشین شمار کردند و تاجر صداع می‌داد و بانگ همی داشت. بیاع ضجر شد و دیناری و قیراطی بدو داد. مرد بستد و برفت. شاگرد بیاع از

پس تاجر بدوید و گفت: ای خواجه شاگردانه من بده! تاجر آن زر جمله بدان کودک داد. مرد عاجز گشت و با خود گفت: ای سبحان الله! این مرد بدین بخیلی این سخا چرا کرد؟ بر اثر بازرگان برفت و گفت: آن صداع چه بود و این سخا چیست؟ مرد گفت: ای خواجه عجب مدار که من مردی بازرگانم و در شرط بازرگانی چنان است که در وقت بیع و تصرف، اگر به یک درم کسی مغبون گردد، چنان بود که به نیم عمر مغبون گردد و اگر در وقت مروت از کسی بی مروتی آید، چنان بود که بر ناپاکی اصل خویش گواهی داده بود. پس من مغبونی عمر خواستم و نه ناپاکی اصل» (همان: ۱۶۸-۱۶۹).

د. هشیاری در معامله

از دیگر تعالیم اخلاقی فردی، هشیاری در معامله برای جلوگیری از فریب است: «در معاملات به حجت دادن و ستدن هشیار باش که چون حجت بخواهی دادن، تا نخست حق به دست نگیری، حجت از دست مده» (همان: ۱۷۳).

ه. قانع بودن به سود کم

این مورد هم از دیگر توصیه‌های اخلاقی‌ای است که باید هر فرد بازرگان و یا به قول صاحب *نقشه المصدور*، هر «بارسالاری» (زیدری، ۱۳۸۹: ۱۰۲) بدان عمل نماید؛ چراکه طمع سود، در بیشتر مواقع باعث هدر رفتن سود قبلی نیز می‌شود. از سوی دیگر ماندن و ثبات سرمایه منجر به کاسته شدن ارزش سرمایه می‌شود. از این روست که چنین توصیه‌هایی از زبان قدما دیده می‌شود: «نیک معامله و خوش ستد و داد باش که تا ده یازده کنی یک بار، دوبار ده نیم توان کرد» (عنصرالمعالی، ۱۳۸۵: ۱۷۳) یا: «به کم مایه سود قناعت کن که تا به یک بار، ده یازده کنی، دوبار ده نیم توان کردن» (همان: ۲۴۱).

۴-۱-۲. نکات تجاری

الف. شرایط فروشنده

یکی از شرایط مهم و بنیادین فروشنده، خوب رویی و اخلاق نیک اوست. اهمیت

این نکته بیشتر برای دکان‌داران و صاحبان مغازه است؛ چراکه این گروه با عموم مردم در ارتباط‌اند و زیبایی و خوی نیک آنان می‌تواند در جلب خریدار و رونق بازار صاحب‌پیشه مؤثر باشد. این مطلب از نگاه نافذ و تیزبین شیخ اجل در بوستان به دور نمانده و در ضمن حکایتی بدین نکته اشاره کرده است:

شکر خنده‌ای انگبین می‌فروخت	که دل‌ها ز شیرینی‌اش می‌بسوخت
نباتی میان‌بسته چون نیشکر	بر او مشتری از مگس بیشتر
گر او زهر برداشتی فی‌المثل	بخوردندی از دست او چون عسل
گرانی نظر کرد در کار او	حسد بُرد بر گرم‌بازار او
دگر روز شد گرد گیتی دوان	عسل بر سر و سرکه بر ابروان
بسی گشت فریاد خوان پیش و پس	که نشست بر انگینش مگس
شبانگه چو نقدش نیامد به دست	به دل‌تنگ رویی به کُنجی نشست
چو عاصی تُرش کرده روی از وعید	چو ابروی زندانیان روز عید
زنی گفت بازی‌کنان شوی را	عسل تلخ باشد تُرش‌روی را

(سعدی، ۱۳۸۶: ۲۷۱)

ب. شرایط خریدار

از دیگر نکات تجاری‌ای که می‌توان از آن یاد کرد، شرایط خریدار و طرف معامله است. در این مورد نیز می‌توان دید که قدما فرد بازرگان را از معامله با افرادی که دارای شرایط خاصی نیستند، برحذر می‌دارند. یکی از این موارد، معامله با زیردستان و افراد کم‌مقام‌تر از بازرگان است؛ چراکه فرد بزرگ و الوامقام، به‌علت افزونی جاه و مقام می‌تواند در معامله غش کند و زیانی بزرگ بر بازرگان وارد سازد. به همین دلیل توصیه می‌کنند که با این گروه معامله نشود و در صورت انجام دادوستد، بهتر است با افراد دارای دیانت و مروت، این کار انجام شود. مردم، از دیگر گروهی است که به چگونگی

معامله با آنان توصیه می‌شود. از این رو بزرگان در تعالیم خود، با انجام غربالی در این گروه، به فکر دور بودن بازرگانان از درکوب هستند. دوری از مردم بی‌بضاعت و سفیه و فریبنده و بی‌بصیر، اساسی‌ترین شرایط خریدار را تشکیل می‌دهد. طبیعتاً بی‌بضاعتی خریدار، باعث هدر رفتن سرمایه بازرگان و سفیه بودن، باعث ابطال معامله می‌گردد؛ چراکه یکی از شرایط خریدار، بالغ بودن است. بی‌بصیر بودن و فریبنده بودن نیز باعث صداع بازرگان خواهد شد و مزاحمت‌هایی را برای او ایجاد خواهد کرد. به همین دلیل بزرگان در عمل دادوستد خود نیز شرایطی را برای طرف مقابل در نظر داشتند، تا از دردهای بعدی در امان بمانند: «معامله با آن گروه کند که زیردست او باشند و اگر با بزرگ‌تر از خود کند، با کسی کند که دیانت و مروّت دارد و از مردم فریبنده پرهیزد و با مردمی که متاع بصارت ندارد، معامله نکند تا از درکوب ایمن باشد و با مردم تنگ‌بضاعت و سفیه معامله نکند و به طمع بیشتری، به نسبه معامله نکند که بسیار بیشتری بود که کمی بار آورد» (عنصرالمعالی، ۱۳۸۵: ۱۶۷).

ج. کیفیت و نوع کالا

از دیگر نکات تجاری‌ای که بدان اشاره شده، نوع کالایی است که مورد معامله و ذخیره قرار می‌گیرد. از آنجا که قدما ارزش ویژه‌ای برای نام نیک قائل بوده‌اند، پیوسته این دغدغه در ذهن آنان بوده است که مبدا قدم در معامله‌ای گذارند که نتیجه آن نام بد و نیت بد باشد. «غله» یکی از این کالاهایی است که منجر به چنین نتیجه‌ای می‌شده است. در روزگاری که غله تأمین‌کننده اساسی نیازهای مردم بوده است، طبیعتاً جمع‌آوری و احتکار این کالای ضروری، منجر به بدنامی و نیت بد احتکارکننده در نزد مردم خواهد شد. از سوی دیگر خرید و فروش گندم و جو و مانند این‌ها از معاملات مکروه به حساب می‌آید که در دین اسلام بدان اشاره شده است. بر همین مبناست که توصیه می‌شود: «و از غله خریدن به امید سود پرهیزد که غله‌فروش مادام بدنام باشد و

بدنیت» (همان: ۱۶۷). علاوه بر این مورد، بزرگان ادبی ما کیفیت کالا را نیز مدنظر داشتند و از خرید کالایی که با گذر زمان در آن تغییراتی پیدا می‌شود و از بین می‌رود، بر حذر می‌دارند و بیان می‌کنند که بخت‌آزمایی بر این موارد نتیجه‌ای جز ندامت و از دست دادن سود و سرمایه نخواهد داشت: «و به نو سرمایه‌گی متاعی نخرد که وی را خرج بسیار افتد و چیزی نخرد که تغیر در وی آید و چیزی مُرده و کشته نخرد و بر سرمایه، بخت‌آزمایی نکند، مگر که داند که اگر زیانی بود بیش از نیم سرمایه نبود» (همان: ۱۶۸).

د. آگاهی از نیاز شهرها

از دیگر بایدهایی که لازم است یک فرد بازرگان هنگام تجارت بدان توجه نماید، مکان‌سنجی و شناخت مکانی است که قصد معامله در آن را دارد. چنانچه شیخ اجل در گلستان، از زبان بازرگانی در کیش، به بیان کالاهایی در شهرها و کشورهای مختلف اشاره می‌کند که ارزش بیشتری دارند. این مطلب همان مکان‌سنجی است که بازرگانان گذشته و اکنون باید بدان توجه داشته باشند. طبیعتاً زیره به کرمان بردن، آب در هاون کوبیدن است و کمتر فردی را می‌توان یافت که چنین عملی را انجام دهد. این مکان‌سنجی تنها در خرید و فروش کالا منحصر نمی‌شود، بلکه ما می‌توانیم مواردی را ببینیم که بازرگان را از رفتن به شهرهای بسیار دوری که تا به حال بدان جا نرفته است، بر حذر می‌دارند. این بیان ناشی از بی‌اطلاعی وضعیت آن مکان است. بازرگانی خطر کردن در مال و جان است و ممکن است بازرگان در شهر غریبی که هیچ شناختی از وضعیت آن ندارد، دچار این خطر شود. از این رو در این تعالیم سخنانی دیده می‌شود که فرد بازرگان را از شهر غریب بر حذر می‌دارند و در صورت اجبار به رفتن، به داشتن بارنامه و همراه شدن با فرد محتشم و نگهبانان توصیه می‌کنند تا هم کمتر دچار خطر شوند و هم به علت مشهور بودن همراه، کالای او خریداری گردد: «و اگر چه بازرگان

باشی، به شهری که هیچ زفته باشی، با بارنامه و محتشمی رو و به تعریفِ خویش
اگر حاجت آید به به و اگر نه زیانت نبود، نتوان دانست که حال چون بود» (همان:
۱۷۳). این مکان سنجی تجاری به مکان سنجی شخصی نیز توسع می یابد. چنانچه
می توان دید که عنصرالمعالی با اخلاق خاص و منحصر به فرد خود از فرزندش گیلان‌شاه
می خواهد که از خرید خانه در همسایگی برخی از افراد و بُن کوچه و کناره شهر
خودداری کند و در کویی مبادرت به خرید خانه کند که توانگرتر کسی او باشد و
مردمانی مصلح در همسایگی داشته باشد: «و چون بر سر شری و بیع رسیدی، اگر
خواهی که خانه خری، در کویی خر که مردم مُصلح باشند و به کناره شهر مخر و اندر
بن بارو مخر و از بهر ارزانی خانه ویران مخر و البته به همسرایگی علویان و دانشمندان
و خادمان مخر و جهد کن تا به کویی خری که اندر آن کوی، توانگرتر کسی تو باشی»
(همان: ۱۲۱).

ه. شناخت زمان خرید و فروش کالا

زمان سنج بودن و فهمیدن زمان خرید و فروش کالا از دیگر نکات تجاری است که
باید هر فرد بازرگان بدان آگاه باشد: «هر چه خری، در وقت کسادِ خَر و آنچه
فروشی، در وقت روایی فروش» (همان: ۱۲۰).

و. آگاه بودن از قیمت و نرخ کالا

سعدی در گلستان، از زبان بازرگانی در کیش چنین می گوید: «گوگردِ پارسی خواهم
بُردن به چین، که شنیدم قیمتی عظیم دارد و از آنجا کاسه چینی به روم آرم و دیبای
رومی، به هند و فولاد هندی به حلب و آبگینه حلبی به یمن و بُردِ یمانی به پارس و
زان پس، ترک تجارت کنم و به دکانی بنشینم» (سعدی، ۱۳۸۶: ۹۸). این سخنان در
واقع نشانگر ارزشمند بودن کالاها در مکان‌های مختلف است. همچنین از قابوس‌نامه،
می توان به نکته تجاری مهم دیگری یعنی آگاه بودن از قیمت و نرخ کالا در دیار و شهر

مقصد بازرگان پی برد؛ چراکه کالاها در شهرهای مختلف به قیمت متفاوت دادوستد می‌شده‌اند. از این رو عنصرالمعالی در توصیه‌های خود به فرزندش گیلان‌شاه چنین می‌گوید: «و هرچه بخواهی خریدن، نادیده و ناموده مخر و آنچه بخواهی فروختن، از نرخ نخست آگاه باش و به شرط و پیمان فروش تا آخر آن، از گفت‌وگوی رسته باشی» (عنصرالمعالی، ۱۳۸۵: ۱۷۳).

ز. شرط کردن در معامله

یکی دیگر از نکات تجاری مهم شرط کردن سه روزه در معامله است. چنین شرطی مانع فریب و ضرر می‌گردد. امام محمد غزالی می‌نویسد: «هر دو [خریدار و فروختگار] را اختیار بود در فسخ بیع، تا سه روز یا کم از آن و بیشتر از آن روا نبود» (غزالی، ۱۳۸۰، ج ۱: ۳۳۴). مولانا نیز در دفتر سوم مثنوی و در داستان «حیلۀ دفع مغبون شدن در بیع و شری»، با تأثیر پذیرفتن از حدیث «اذا بايعت فقل لا خلا به، ولی الخیار ثلاثة الايام» (فروزانفر، ۱۳۷۰: ۱۱۸)، به شرط سه روزه اشاره کرده است:

آن یکی یاری پیمبر را بگفت که: منم در بیع‌ها با غبن جفت
مگر هرکس کاو فروشد یا خرد همچو سحر است و ز راهم می‌برد
گفت: در بیعی که ترسی از غرار شرط کن سه روز خود را اختیار
که تائی هست از رحمان یقین هست تعجیلت ز شیطان لعین
(مولوی، ۱۳۸۹، ج ۳: ۳۴۹۲-۳۴۸۹)

۲-۴. نبایدها

مراد از «نبایدها» ممنوعیت‌ها و نهی‌هایی است که عمل کردن بدان را در تجارت جایز نمی‌دانند و به پرهیز از آن توصیه می‌کنند. در این بخش نیز همانند بخش بایدها، برخی از تعالیم و سفارش‌ها مربوط به «اخلاق فردی» بازرگان است و برخی از این موارد به دوری از عمل کردن آن در کار تجارت اختصاص دارد.

۴-۲-۱. اخلاق فردی

الف. فریبنده نبودن

همان‌گونه که از خلال متون ادبی می‌توان مواردی را یافت که بدان توصیه شده است، مواردی نیز در اخلاق و نکات تجاری هست که باید از آن دوری کرد. این نبایدها هم در رونق کار فرد بازرگان و هم در رضایت باری تعالی و پُربركت شدن کسب‌وکار مفید است. یکی از مهم‌ترین مواردی که تجار باید از آن دوری کنند، فریب در معامله است که هم شرعاً و هم عرفاً جایز نیست. وقتی نجم رازی چنین بیان می‌دارد که «متاع را در آن وقت که خرد، نکوهش نکند و در آن وقت که فروشد، مدح نگوید و عیب آن پنهان نکند و هنری که آن را باشد، فرا ننماید» (رازی، ۱۳۶۵: ۵۲۶)، بر دوری از فریب تأکید می‌کند. همچنین سخنانی دیده می‌شود که در آن بر ترک فریب زنان و کودکان توصیه می‌شود. غریبان نیز از دیگر گروهی هستند که دوری از فریب آن‌ها توصیه شده است و گویا بیشتر این توصیه‌ها بدین دلیل است که منجر به بدگویی از آن شهر و اهالی آن می‌گردد: «و با زنان و کودکان در معامله فزونی مجوی و از غریبان بیشی مخواه» (عنصرالمعالی، ۱۳۸۵: ۲۴۱). این فریب دادن فقط مربوط به خریدار نمی‌شود بلکه خود بازرگان نیز باید هشیار باشد تا فریفته نشود: «بکوش که فریبنده نباشی و حذر کن که فریفته نشوی، خاصه در سند و دادی که در شهوت بسته باشد» (همان: ۱۱۰).

ب. کم‌فروشی نکردن

از دیگر نکات تعلیمی که پیوسته عمل بدان را منع نموده و آن را در دادوستد جائز نشمده‌اند، کم‌فروشی است. قاضی بلخ در مقامه «فی السمرقند» بیان می‌کند: «آفرین بر شهری باد که معده در رسته او به آرزو نرود و در بازار او خیانت ترازو نبود» (بلخی، ۱۳۹۴: ۱۷۷). در باب هفتم بوستان نیز سعدی، غیبت سه گروه پادشاه ظالم، فرد بی‌حیا

و کژترازوی ناراست‌خوی را بدون مشکل می‌داند. بیان این مطلب باعث می‌شود تا سعدی با بیان حکایت ذیل بر عمل ناجوانمردانه بقالان در کم‌فروشی اشاره کند:

شنیدم که دزدی درآمد ز دشت به دروازه سیستان برگذشت
 بدزدید بقال ازو نیم دانگ برآورد دزد سیه‌کار بانگ
 خدایا تو شبرو به آتش مسوز که ره می‌زند سیستانی به روز
 (سعدی، ۱۳۸۶: ۳۰۹)

اظهار شگفتی دزد شبرو، از دزدی آشکار بقال و دعای گرفتار نشدن دزد در عذاب خدا، نشانگر پستی و منفور بودن این عمل در نزد سعدی و روزگار زندگی وی است. خداوند باری تعالی نیز در قرآن کریم با آیاتی چون: «وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ * الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ * وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ» (مطففین: ۱-۳) بارها به زشتی این مطلب اشاره کرده است.^۶

ج. دوری از گران‌فروشی

از دیگر نیایدهای اخلاقی می‌توان به گران‌فروشی اشاره کرد. در این صورت خریدار ممکن است با شنیدن نرخ کالا از خرید خودداری کند. به قول جامی:

نرخ کالا ز حد چو درگذرد رغبت از جان مشتری ببرد
 (جامی، ۱۳۷۸: ب ۴۸۴۶)

از این رو نجم رازی در *مرصادالعباد* توصیه می‌کند که نباید متاعی را به قیمت افزون به فرد بی‌اطلاع از قیمت بفروشد: «چون کسی را یابد که در آن حرفت نداند و بهای آن متاع نشناسد، بر وی اسب ندواند و به قیمت افزون بدو نفروشد، الا به همان که به شناسنده فروشد» (رازی، ۱۳۶۵: ۵۳۹).

د. سخت نگرفتن در معامله

یکی از توصیه‌های مفید در هر معامله‌ای، سهل‌گیری در قیمت آن است. شکی

نیست که بسیاری از خریداران، کمتر با فروشنده لجباز و فریب‌کار دادوستد می‌کنند. وجود این نکته اخلاقی در بازرگانان و اهل کسب، منجر به کاسته شدن مشتریان و کم شدن روزی می‌گردد. از این رو عنصر المعالی چنین توصیه‌ای می‌کند: «پس حریف را مگریزان به مکاس و لجاج بسیار تا در پیشه‌وری مرزوق باشی و مردم بیشتر ستد و داد با تو کنند» (عنصرالمعالی، ۱۳۸۵: ۲۴۱).

ه دروغ نگفتن و سوگند نخوردن

طبق احکام دین مبین اسلام، قسم راست خوردن مکروه است و اگر در دادوستدی قسم دروغ خورده شود، حرام است. از این رو دیده می‌شود که قسم دروغ نخوردن از دیگر نیایدهای اخلاقی است که پیوسته بدان اشاره شده است. عیدالله زاکانی، منتقد و طنزنویس قرن هشتم، با بیان حکایت «شیطان را پرسیدند که کدام طایفه را دوست‌تر می‌داری؟. گفت دلالان را. گفتند: چرا؟ گفت: از بهر آنکه من بر سخن دروغ از ایشان خرسند بودم. ایشان سوگند دروغ نیز بدان افزودند» (زاکانی، ۱۳۸۳: ۱۶۷)، بر زشتی این موضوع و دوری از آن تأکید می‌کند. همچنین وقتی نجم رازی بدین عمل غیراخلاقی می‌رسد، از آن با لقب «دشمن خدا» یاد می‌کند: «در بیع و شری سوگند به راست و دروغ نخورد که حق تعالی بایع حلف را دشمن دارد» (رازی، ۱۳۶۵: ۵۲۵). این نکته نیز از ذهن و زبان عنصرالمعالی به دور نمانده و راست‌گویی را علت برکت معاملات می‌داند: «خریده مگوی و اگر گویی، راست گوی تا خدای تعالی بر معاملات تو برکت دهد» (عنصرالمعالی، ۱۳۸۵: ۱۷۳).

و. دوری از کسب حرام

از مهم‌ترین و برجسته‌ترین توصیه‌هایی که هم در کتب اسلامی و دینی ما و هم در دیگر کتب بدان اشاره شده، دوری از کسب نامشروع و حرام است. در ادب فارسی، این‌گونه بیان‌ها بیشتر در کتب تعلیمی، اخلاقی و عرفانی نمود می‌یابند. چنانچه نصرالله

منشی چنین می نویسد: «مذلت درویشی نیکوتر از عز توانگری از کسب حرام» (منشی، ۱۳۸۸: ۱۷۶) و نیز می گوید: «هیچ پرهیزکاری، چون باز بودن از کسب حرام و هیچ حساب چون خوش خویی و هیچ توانگری چون قناعت نیست» (همان: ۱۷۸). نجم رازی نیز در *مرصادالعباد* با نگرش عرفانی بر این موضوع به صراحت بازگو می کند که «با کسی که مال او حرام باشد، معامله نکنند، مگر که ندانند» (رازی، ۱۳۶۵: ۵۳۹). البته این دید فقط در میان عرفا نیست که نمود می یابد، بلکه در سخنان دبیران و نویسندگان نیز چنین است. علت بیان چنین سخن هایی در اعتقادی است که این بزرگان در سایه اسلام ناب محمدی به دست آورده اند و کسب روزی حرام را در نابودی آخرت و رسیدن به شقاوت ابدی مؤثر می دانند و از آن به بی برکتی جان و مال تعبیر می کنند: «بسیار باشد که به سبب قوت خویش و نفقه عیال، مضطر شود به طلب روزی از وجه نامشروع و تبعیت آن، حجاب نعیم آخرت گردد و شقاوت ابدی حاصل آید» (منشی، ۱۳۸۸: ۱۷۴).

ز. خیانت نکردن

درستی و عمل به آن چنان در میان قدما رواج داشته که پیوسته از آن سخن می گفتند و افراد را از خیانت ورزیدن بر حذر می کردند. این خیانت کردن نه فقط در روابط با افراد، بلکه در معامله نیز دیده می شود و معتقد بودند خیانت در معامله، خیانت بر دیگران نیست، بلکه خیانت بر خود است و مانع اعتماد دیگران می گردد (عنصرالمعالی، ۱۳۸۵: ۱۷۲). در داستانی از *قابوس نامه* می توان خیانت خواجه ای را دید که بر شیر گوسفندان آب می افزود تا عاقبت آن آب ها جمع گشتند و گوسفندان را با خود بردند (همان: ۱۷۲). و از اینجاست که می توان این نباید را نیز ذکر کرد که در اخلاق فردی باید بدان عمل کرد.

۴-۲-۲. نکات تجاری

الف. دوری از سفرهای مخاطره آمیز

یکی از بر حذرهای تجاری، نشستن در دریا و تجارت دریایی است. علت این

مطلب بیشتر در حفظ جان از خطرات و دوری از خطر بسیار برای سود اندک است: «در دریا منشین که سود دریا تا کعب بود و زیانش تا گردن. نباید که به طمع اندک مایه سود، سرمایه بزرگترین بر باد دهی. بر خشک، اگر واقعه‌ای بیفتد که مال بشود، اگر مال بشود، مگر جان بماند و مال را عوض بود، جان را عوض نبود» (همان: ۱۷۱). سعدالدین وراوینی برخلاف عنصرالمعالی، تجارت را جسارت می‌خواند و تاجر ترسو را محروم از سود و زیان می‌داند و بر تجارت دریایی ترغیب می‌کند: «سه کار است که در مباشرت آن اندیشه نباید کرد و جز به تبادر و تجاسر به جایی نرسد و الا به شرط مثابرت و مصابرت در پیش نتوان گرفت: یکی در تجارت دریا وَ التَّاجِرُ الْجَبَانُ مَحْرُومٌ» (وراوینی، ۱۳۸۸: ۴۷۰).

ب. شریک نداشتن

از دیگر نکات تجاری، نداشتن شریک است؛ به‌ویژه اگر فرد بازرگان، دارای سرمایه کم باشد. علت این امر در بی‌اعتمادی و ترس از اعتماد به شریک است. از آنجا که عنصرالمعالی فرد محافظه‌کاری است، فرزند خود را از شریک داشتن بر حذر می‌کند و در صورت مجبور بودن بر این امر، توصیه می‌کند که هنباز او فرد غنی و با مروت و شرمگین هم از خدای تعالی و هم از مردم باشد تا به هنگام ستم، بتواند مال خود را از او برگیرد: «اما بازرگانی که کم‌سرمایه بود، باید که از هنبازی پرهیز کند و اگر هنبازی کند، با کسی غنی و با مروت کند و شرمگین، تا وقت حیف از او حیف برگیرد و بر وی حیف نکند» (عنصرالمعالی، ۱۳۸۵: ۱۶۹).

ج. نسیه ندادن

نسیه ندادن از دیگر نیایدهای تجاری است که به عللی چون درد سر داشتن، پشیمانی و منجر به زیان شدن، از آن بر حذر شده است. قدما معتقدند با گروهی نباید به نسیه دادوستد کرد: «تا بتوانی به نسیه دادوستد مکن. پس اگر کنی با چند گونه مردم

مکن: با مردم کم‌چیز و با مردم نوکیسه و با علوی و با کودک و با دانشمند و با وکیلان قاضی و با مفتیان شهر و با خادمان. و هرکه با این قوم ستد و داد کند، از دردسر و زیان و پشیمانی نرهد» (همان: ۱۷۰). این افراد یا به دلیل بی‌بضاعتی، قادر به پرداخت نسیه خود نیستند؛ مانند نوکیسگان، کودکان و خادمان. و یا به علت برتری جاه و قدرت، نسیه خود را پرداخت نخواهند کرد؛ مانند وکیلان قاضی و مفتیان. و یا به علت جایگاه والای این گروه در نزد مردم و شرم از مطالبه نسیه، نمی‌توان طلب خود را از آنان گرفت؛ مانند علویان و دانشمندان.

د. از سرمایه نخوردن

یکی دیگر از توصیه‌ها و نیایدهای مهم، از سرمایه نخوردن است. صاحب *قابوس‌نامه* سفارش می‌کند که بزرگ‌ترین زیان فرد بازرگان، استفاده از اصل سرمایه به جای سود آن است: «اصل تباهی بازرگانی در باتصرفی است؛ تا از تصرف بتوان خوردن، از مایه نباید خوردن که بزرگ‌تر زبانی بازرگان را از سرمایه خوردن است» (همان: ۱۶۷).

۵. نتیجه‌گیری

در این پژوهش دریافتیم که بازرگانان در جامعه گذشته، به دلیل تأمین نیازهای اساسی مردم و ایجاد رفاه و آرامش نسبی و فراهم کردن رونق اقتصادی و... نقش بسیار مهم و تأثیرگذاری هم بر زندگی مردم و هم بر نحوه اداره یک مملکت از سوی پادشاه داشته‌اند؛ و به همین دلیل است که در آثار ادبی و تاریخی، شاهد وجود تعالیمی در چگونگی برخورد «پادشاهان» و «مردم» با بازرگانان هستیم. علاوه بر این مورد، از خلال متون ادبی و تاریخی می‌توان به «بایدها» و «نبایدهای» اخلاقی و تجاری‌ای دست یافت که روی سخن این بزرگان، مستقیماً با تاجران و بازرگانان است و نقش مهمی هم در

تهذیب نفس و کمال اخلاقی و نفسانی، و هم در رونق کسب و کار و جلوگیری از زیان کردن آن‌ها ایفا می‌کند.

مراد از «بایدها» تعالیمی است که بازرگانان را به رعایت آن توصیه کرده‌اند و خود شامل دو دسته می‌شود. دسته نخست، توصیه‌ها و تعالیم مربوط به «اخلاق فردی» بازرگان؛ مانند تواضع و خوش اخلاق بودن، راست‌گویی و امانت‌دار بودن، دقیق بودن حساب، هشیاری در معامله و قانع بودن به سود کم، که فرد بازرگان بایستی در هنگام معامله و دادوستد آن‌ها را رعایت کند. دسته دوم «نکات تجاری» و راهنمایی‌هایی است که باعث ارتقای سطح کیفی تجارت و افزایش سود و کاهش زیان بازرگانان می‌شود؛ مانند شرایط فروشنده و خریدار، کیفیت و نوع کالا، آگاهی از نیاز شهرها، شناخت زمان خرید و فروش کالا، آگاه بودن از قیمت اجناس و شرط کردن در معامله. مراد از «نبایدها» نیز تعالیمی است که عمل کردن بدان را در تجارت جایز نمی‌دانند و به پرهیز از آن توصیه می‌کنند. در این بخش نیز همچون «بایدها»، برخی از تعالیم و سفارش‌ها مربوط به «اخلاق فردی» بازرگان است که بازرگان را از انجام دادن آن‌ها بر حذر می‌دارند؛ مانند فریبده نبودن، کم‌فروشی نکردن، دوری از گران‌فروشی، سخت‌نگرفتن در معامله، دروغ‌نگفتن و سوگند دروغ نخوردن، دوری از کسب حرام و خیانت نکردن. برخی دیگر از این موارد تعالیمی، «نکات تجاری» ای است که بازرگان را توصیه به انجام ندادن آن می‌کنند؛ مانند دوری از سفرهای مخاطره‌آمیز، شریک نداشتن، نسبه ندادن و از سرمایه استفاده نکردن. با نگاهی بر این موارد می‌توان دریافت که تمامی روی سخن بزرگان ما بر این هدف متمرکز است که با رعایت این بایدها و نبایدها ضمن خارج نشدن از مسیر اخلاق انسانیت، بتوان بیشتر سود و کمتر زیان کرد. به عبارتی، این تعالیم هم جنبه اخروی و هم جنبه دنیایی دارند و در تعالی دو دنیا مفید و مؤثرند.

پی‌نوشت‌ها

۱. جز این معنا، برای واژه «بازار» معانی دیگری همچون «اعتبار، بها، حرمت، اهمیت»، «رونق و رواج و گرمی»، «رفتار، روش، کردار، وضع، معامله»، «تشویش و اضطراب» و... نیز آمده است (دهخدا، ۱۳۷۷: ذیل مدخل). جدا از این معانی ذکرشده، معنای دیگری نیز از این واژه مستفاد می‌گردد که لغت‌نامه‌نویسان آن را ذکر نکرده‌اند. فردوسی در داستان پیشدادیان وقتی که دیوان از سواری دادن به طهمورث خسته می‌شوند و فریب نقشه قتل او را می‌کشند، از کلمه بازار استفاده کرده است:

چو دیوان بدیدند کردار اوی کشیدند گردن ز گفتار اوی
شدند انجمن دیو بسیار مر که پردخته مانند از او تاج و فر
چو طهمورث آگه شد از کارشان برآشفت و بشکست بازارشان
(فردوسی، ۱۳۶۶، ج ۱: ۳۶-۳۷)

شارحان شاهنامه «بازار شکستن» را کنایه از بی‌رونق کردن و از رواج انداختن، ختنی کردن تلاش کسی (کزازی، ۱۳۹۲، ج ۱: ۳۱۰؛ فردوسی، ۱۳۹۱: ۱۵۴) دانسته‌اند که صحیح نمی‌آید؛ چراکه دیوان در این زمان در نهایت بدبختی و فلاکت بوده‌اند و کارشان رونقی نداشته است که طهمورث بخواهد رونق آن‌ها را از بین ببرد. به نظر می‌رسد واژه «بازار» در اینجا به معنای «فریب» است. علاوه بر این مورد در داستان ضحاک، زمانی که ابلیس در شکل آشپزی درصدد فریب ضحاک برمی‌آید، باز این واژه در این معنا به چشم می‌خورد:

خورشگر بدو گفت: کای پادشا همیشه بزنی شاد و فرمانروا
مرا دل سراسر پر از مهر توست همه توشه جانم از چهر توست
یکی حاجتستم به پیروز شاه وگر چه مرا نیست این پایگاه
که فرمان دهد تا سر کتف اوی ببوسم، بمالم بر او چشم و روی
چو ضحاک بشنید گفتار اوی نهانی ندانست بازار اوی...
(فردوسی، ۱۳۶۶، ج ۱: ۵۰)

- این معنای بیان شده، دارای پشتوانه‌ای از زبان مردم نیز هست و در لهجه‌های فارسی نیز به چشم می‌خورد؛ چنان‌که هم‌اکنون نیز در غرب مازندران، ترکیباتی چون «شیطان بازار» و «بازار مکاره» در گفتار مردم این منطقه رایج است که واژه بازار در معنای فریب استفاده می‌شود.
۲. بازرگانان علاوه بر پادشاهان، گاه با بازرگانان دیگر و گاه با بنده درم‌خرید خودشان نیز (نک عوفی، ۱۳۸۶: ۱۴۱) شریک می‌شدند.
۳. قابل ذکر است که بقال در بیت نخست از واژه «بَقْل» به معنای «تره و سبزی فروش» که برخی از شارحان بدان اذعان کرده‌اند (نک: خزائلی، ۱۳۵۳: ۱۷۱)، نیست. بلکه بَقَال به معنای «غله فروش» بوده و در این معنا ظاهراً همان «بدال» است. همچنین به مجاز مایکون مراد از نان در بیت نخست، گندم است. از این رو زن از مرد تقاضای خریدن گندم از بازار گندم‌فروشان دارد.
۴. چنان‌که سعدی در گلستان از زبان تاجر اهل کیش می‌گوید: «بازرگانی را شنیدم که صدوپنجاه شتر بار داشت و چهل بنده خدمتکار. شبی در جزیره کیش مرا به حجره خویش درآورد. همه شب نیارمید از سخن‌های پریشان گفتن که فلان انبازم به ترکستان و فلان بضاعت به هندستان است و این قبالة فلان زمین است» (سعدی، ۱۳۸۶: ۹۸).
۵. «سی شتر از نفایس و اجناس / جمله نادر به چشم جنس شناس» (جامی، ۱۳۷۸: ب ۴۸۷۰).
۶. «تجار که از اقطار و اقصای و ادانی عالم جمع شده بودند و نفایس و طرایف آورده، فرمود تا تمامت آن را بر آن قرار که در عهد پدرش بود، قیمت می‌کردند» (جوینی، ۱۳۸۵، ج ۱: ۳۰۳).
۷. برای آگاهی بیشتر از آیات کم‌فروشی در قرآن می‌توانید به سوره‌های هود (۸۴-۸۵)، اعراف (۸۵)، الرحمن (۸-۹) و... رجوع کنید. حضرت مولانا نیز در مثنوی معنوی در داستان گل‌خواری عطار از سنگ ترازو، به کم‌فروشی اشاره کرده است (برای اطلاعات بیشتر نک: مولوی، ۱۳۸۹، ج ۴: ۶۲۵-۶۴۳).

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. بلخی، حمیدالدین ابوبکر (۱۳۹۴)، مقامات حمیدی، تصحیح رضا انزابی‌نژاد، چ ۴.

- تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۳. بیهقی، ابوالفضل (۱۳۷۴)، *تاریخ بیهقی*، به کوشش خلیل خطیب رهبر، چ ۴، تهران: مهتاب.
۴. پرنیان، موسی، و آرمان حسینی آباریکی (۱۳۹۱)، «سفارش‌های اقتصادی سعدی در بوستان و گلستان»، *پژوهشنامه ادبیات تعلیمی*، شماره ۱۶، ۱۵۹-۱۸۸.
۵. تجلی اردکانی، اطهر، و عشرت قبادی حبیب‌آباد (۱۳۹۵)، «بازتاب اوضاع اقتصادی و رفاه اجتماعی قرن پنجم در سفرنامه ناصر خسرو»، *مجله مطالعات ایرانی*، سال پانزدهم، شماره ۳۰، ۴۱-۶۲.
۶. جامی، نورالدین عبدالرحمن (۱۳۷۸)، *مثنوی هفت اورنگ*، تصحیح جابلقا داد علیشاه و دیگران، ۲ جلد، چ ۱، تهران: دفتر نشر میراث مکتوب.
۷. جوینی، عطاملک (۱۳۸۵)، *تاریخ جهانگشا*، به اهتمام شاهرخ موسویان بر اساس تصحیح محمد قزوینی، ۳ جلد، چ ۱، تهران: دستان.
۸. خزائلی، محمد (۱۳۵۳)، *شرح بوستان*، چ ۲، تهران: جاویدان.
۹. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷)، *لغت‌نامه*، چ ۲، تهران: دانشگاه تهران.
۱۰. رازی، نجم‌الدین (۱۳۶۵)، *مرصادالعباد*، به اهتمام محمدامین ریاحی، چ ۲، تهران: علمی و فرهنگی.
۱۱. زاکانی، عبید (۱۳۸۳)، *رساله دلگشا به انضمام رساله تعریفات*، رساله پند و رساله نوادر الامثال، تصحیح، ترجمه و توضیح علی‌اصغر حلبی، چ ۱، تهران: اساطیر.
۱۲. زیدری نسوی، محمد (۱۳۸۹)، *نفثة المصدور*، تصحیح و توضیح امیرحسین یزدگردی، چ ۳، تهران: توس.
۱۳. سعدی، مصلح‌الدین (۱۳۸۶)، *کلیات سعدی*، تصحیح محمدعلی فروغی، به کوشش بهاء‌الدین خرمشاهی، چ ۵، تهران: دوستان.

۱۴. عنصرالمعالی، کیکاووس بن اسکندر (۱۳۸۵)، قابوس نامه، به اهتمام و توضیح غلامحسین یوسفی، چ ۱۴، تهران: علمی و فرهنگی.
۱۵. عوفی، سدیدالدین محمد (۱۳۸۶)، جوامع الحکایات و لوامع الروایات، مقابله و تصحیح امیربانو مصفا (کریمی)، چ ۲، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۶. غزالی طوسی، ابوحامد محمد (۱۳۸۰)، کیمیای سعادت، به کوشش حسین خدیوچم، چ ۹، تهران: علمی و فرهنگی.
۱۷. فردوسی، ابوالقاسم (۱۳۶۶)، شاهنامه، به کوشش جلال خالقی مطلق و همکاران، چ ۱، نیویورک و کالیفرنیا: بنیاد میراث ایران.
۱۸. ----- (۱۳۹۱)، شاهنامه، تصحیح انتقادی و شرح یکایک ابیات از مهری بهفر، چ ۱، تهران: نشر نو.
۱۹. فروزانفر، بدیع الزمان (۱۳۷۰)، مأخذ قصص و تمثیلات مثنوی، چ ۴، تهران: امیرکبیر.
۲۰. قبادیانی، ناصر خسرو (۱۳۳۵)، سفرنامه، به کوشش محمد دبیرسیاقی، چ ۱، تهران: زوآر.
۲۱. کزازی، میرجلال الدین (۱۳۹۲)، نامه باستان (ویرایش و گزارش شاهنامه فردوسی)، تهران: سمت.
۲۲. مشکور، محمدجواد (۱۳۶۶)، دستورنامه در صرف و نحو زبان پارسی، چ ۱۲، تهران: مؤسسه مطبوعاتی شرق.
۲۳. منشی، نصرالله (۱۳۸۸)، کلیله و دمنه، تصحیح مجتبی مینوی تهرانی، چ ۳۳، تهران: امیرکبیر.
۲۴. مولوی، جلال الدین محمد (۱۳۸۹)، مثنوی معنوی، تصحیح رینولد الین نیکلسون، چ ۱، تهران: هیوامهر.

۲۵. مهرآوران، محمود (۱۳۹۶)، سامان سخن، چ ۳، قم: مرکز بین‌المللی ترجمه و نشرالمصطفی.

۲۶. نراقی، احمد (۱۳۸۷)، معراج السعادة، چ ۲، قم: وحدت بخش.

۲۷. وراوینی، سعدالدین (۱۳۸۸)، مرزبان‌نامه، به کوشش خلیل خطیب‌رهبر، چ ۱۴، تهران: صفی‌علیشاه.

Arhive of SID

Arhive of SID