

## قیمت‌گذاری از دیدگاه فقه و اقتصاد

سید رضا حسینی\*

### چکیده

تعیین قیمت و سیاست قیمت‌گذاری مسئله مهمی است که هم در متون فقهی و روایی و هم در علم اقتصاد مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. این مقاله با رویکرد میان رشته‌ای می‌کوشد از دو حوزه معرفتی فقه و اقتصاد و از افقی ویژه، قیمت‌گذاری دولت بر کالاها و خدمات را بررسی نماید. هدف اصلی مقاله اثبات عدم جواز قیمت‌گذاری حتی در شرایط احتکار و انحصار توسط دولت است. اما برای تکمیل بحث و دستیابی به شناخت جامع‌تر نسبت به آن ماهیت قیمت و جایگاه قیمت‌ها در نظام اقتصادی را نیز مورد مطالعه قرار می‌دهد.

واژگان کلیدی:

قیمت، قیمت‌گذاری، دولت، بازار و احتکار.

طبقه‌بندی JEL:

R۴۸

## مقدمه

در سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی، دولت سیاستهای مختلفی در زمینه کنترل قیمتها اعمال نموده است. اگر سیاست تعیین حداقل دستمزدها و قیمت خرید تضمینی برخی کالاها را که به منظور حمایت از اقشار مختلف جامعه صورت می‌پذیرد، از دایره بحث خارج کنیم، می‌توانیم بگوییم اختلاف سیاستها در زمینه قیمت‌گذاری به‌منظور کنترل تورم و گرانی، به‌طور عمده به دلیل اختلاف در مبانی نظری این سیاستها بوده است. این اختلاف، هم در نظریه‌های علمی اقتصاد و هم در نظریه‌های فقهی قابل مشاهده است. در این مقاله چگونگی تعیین قیمت یک کالا، نظریه‌های قیمت‌گذاری دولت و کنترل سطح عمومی قیمتها در علم اقتصاد و متون فقهی و روایی را بررسی می‌نماییم.

از آنجا که این مسئله هم‌زمان در متون فقهی و روایی و متون علم اقتصاد مورد بررسی قرار گرفته و در هر یک از این دو حوزه معرفتی دیدگاه‌های متفاوتی درباره آن ارائه شده است، مطالعه میان رشته‌ای آن می‌تواند دامنه اختلاف دیدگاه‌ها را کاهش و شناخت بهتری از آن ارائه دهد.

آنچه که مطالعه تطبیقی یک موضوع را از منظر دو رشته مختلف حایز اهمیت می‌سازد، وجود مشابهت‌ها و نوع پیوندهای میان آن دو رشته در خصوص موضوع است. پیوند فقه و اقتصاد در موضوع قیمت‌گذاری را به‌طور خلاصه در چند محور می‌توان ذکر نمود:

**الف. رابطه تفسیری و توضیحی:** بخشی از گزاره‌های فقهی و متون روایی مورد استناد، به عبادات و رابطه انسان با خدا اختصاص دارند که ملاک و معیار آنها اغلب در دسترس عقل انسان نیست. اما در مورد عقود، معاملات و احادیث ناظر بر مسائل اقتصادی، احکام و معارفی که از ناحیه شارع بیان می‌شوند، نوعاً در تأیید، رد یا

اصلاح و تکمیل شیوه‌ها یا باورهایی است که عقلای عالم در زندگی اجتماعی خود به آنها عمل می‌کنند و ملاک و معیار آنها، همان معیارهای عقلایی است. از این‌رو در فهم احادیث اقتصادی، به‌ویژه روایاتی که ممکن است در هاله‌ای از رموز قدسی بیان شده باشند، توجه به تبیینهای علمی که مبتنی بر معیارهای عقلایی است بسیار راهگشا خواهد بود.

برای نمونه تبیینهای علم اقتصاد از چگونگی تعیین قیمت یک کالا می‌تواند به فهم و تفسیر روایاتی که تعیین قیمت را به خداوند یا فرشته مخصوص او نسبت می‌دهند کمک نماید.

**ب. رابطه تأییدی:** یافته‌ها و پژوهشهای اقتصادی در تأیید، تثبیت و ترویج آموزه‌های فقهی و حدیثی مورد استفاده قرار می‌گیرند. مثلاً از یافته‌های علم اقتصاد در مورد عواقب دخالت دولت در قیمت‌های بازار می‌توان برای تأیید و ترویج دیدگاه‌های فقهی مبتنی بر عدم جواز قیمت‌گذاری دولت استفاده نمود.

**ج. رابطه استنباطی:** برای دریافت حکم و استنباط موضع شارع در زمینه پدیده‌ها، موضوعات و مسائل مطرح در علم اقتصاد می‌توان به فقه و متون دینی مراجعه کرد. مثلاً کاهش ارزش پول می‌تواند مورد بررسی و مطالعه فقهی قرار گیرد تا آثار و احکام شرعی آن مانند جواز، عدم جواز، ضمان و... استنباط شود.

**د. رابطه تبیینی:** برخی گزاره‌های دینی بیانگر وجود یک رابطه عینی میان دو یا چند متغیر است. این‌گونه گزاره‌ها را می‌توان به‌روش علم اقتصاد با قرار دادن یک متغیر به‌عنوان متغیر مستقل و دیگری به‌عنوان متغیر تابع مورد مطالعه قرار داد و نوع رابطه میان آنها را به‌صورت منطقی و با نظمی گویا تبیین نمود. مثلاً این گزاره مستفاد از آیات و روایات که «ربا موجب فساد اموال می‌شود» را می‌توان با چنین روشی مورد مطالعه قرار داد.

**ه. رابطه روش‌شناختی:** برای ارایه یک نظریه در علم اقتصاد سه مرحله انتخاب فروض، ساختن فرضیه و آزمون فرضیه پیموده می‌شود. مفاهیم، احکام و ارزشهای دینی در انتخاب فروض و ساختن فرضیه‌های اقتصادی کاربرد دارند. افزون بر این،

چنانچه به لحاظ مبانی معرفت‌شناختی، منابع معرفت علمی را به وحی هم تعمیم دهیم، می‌توانیم در مرحله ارزیابی فرضیه‌ها نیز به نصوص دینی استناد کنیم. بنابراین گزاره‌ها و نصوص دینی در سلسله علل گزاره‌های علمی کاربرد دارند. متقابلاً گزاره‌های علمی نیز در استنباط برخی از احکام فقهی به‌ویژه احکام فقه حکومتی کاربرد دارند. مثلاً چنانکه خواهیم دید برخی از فقیهان برای اثبات جواز قیمت‌گذاری دولت به ادله‌ای مانند «قاعده لاضرر» و لزوم جلوگیری از ظلم و مصلحت جامعه استناد کرده‌اند؛ با استفاده از یافته‌های علم اقتصاد می‌توان صحت استناد به این ادله را مورد ارزیابی قرار داد.

رابطه فقه و اقتصاد محدود به این موارد نیست، ولی برای موضوع مورد بررسی ما در حد یک مقاله همین مقدار کافی است. نکته‌ای که در اینجا لازم به ذکر است، حساسیت و پیچیدگی مطالعات میان رشته‌ای از این نوع است که نخست: مستلزم آشنایی کافی محقق با علم اقتصاد و برخورداری از قدرت استنباط صحیح از روایات و دوم: پرهیز از جمودگرایی و فرو کاستن معارف عمیق دینی به برداشتهای سطحی و ظاهری است و چه بسا غفلت از اقتضائات خاص شرایط صدور روایات و تعمیم ناصحیح آن به شرایط تحول یافته معاصر و یا تلقی دیدگاه یک اقتصاددان به‌عنوان موضع علم اقتصاد موجب برداشتهای ناصواب شود.

#### ۱. نظریه‌های تبیین قیمت مبادله در علم اقتصاد

واژه «قیمت یا بها» در اصطلاح اقتصادی به معنای مبلغی است که هنگام فروش کالا یا خدمتی درخواست می‌شود (گلرین، ۱۳۶۸، ص ۴۱۷). اقتصاددانان نظریه‌های مختلفی درباره چگونگی تعیین قیمت یک کالا و عوامل مؤثر بر آن ارائه نموده‌اند. از قدیمی‌ترین نظریه‌ها، نظریه «تعیین قیمت کالا برحسب ارزش استعمالی» است. ارزش استعمالی عبارتست از میزان فایده‌مندی کالا و رضایت‌خاطری که از مصرف کالا برای انسان حاصل می‌شود (مانند ارزش یک قطعه نان برای انسان گرسنه و یا یک لیوان آب برای فرد تشنه). ارسطو یکی از اصول مهم اقتصاد یعنی تمایز بین ارزش

مبادله و ارزش استعمالی را مطرح ساخت (تفضلی، ۱۳۵۶، ص ۲۱). آدام اسمیت این سؤال را مطرح کرد که «چرا آب با وجود ارزش استعمالی زیاد در مقایسه با الماس که ارزش استعمالی بسیار کمتری دارد، دارای ارزش مبادله‌ای کمتری است؟» وی علت این امر را کمیابی الماس دانست. در نظریه اسمیت، ارزش استعمالی و فایده‌مندی کالا در تعیین ارزش مبادله‌ای آن نقشی ندارد؛ بلکه ارزش مبادله‌ای تمام کالاها برحسب مقدار کاری که برای تهیه آن انجام می‌گیرد تعیین می‌شود. از این نظر، کار هم معیار ارزش مبادله‌ای و هم مبنای آن قرار می‌گیرد. البته در صورتی که برای تولید یک کالا علاوه بر کار، سرمایه و عوامل طبیعی هم به کار رفته باشد، باید گفت این هزینه تولید آن کالا است که قیمت مبادله‌ای آن را تعیین می‌کند. «ریکار دو» نیز همین نظریه را با تأکید بیشتر بر نقش کار در ارزش کالا پذیرفته است. نظریه مارکس به عنوان «نظریه ارزش - کار» نیز که ارزش کالا را به مقدار کار اجتماعاً لازم برای تولید آن می‌داند در همین دسته قرار می‌گیرد. «استوارت میل» معتقد بود برای هر کالایی یک قیمت پایه وجود دارد که هزینه تولید آن کالا است. اگر در بازار به دلیل فزونی تقاضا بر عرضه قیمت بیشتری پرداخت شود، پس از مدتی تولید آن افزایش می‌یابد تا مقدار عرضه کالا برابر تقاضای آن شود. بدیهی است هرگاه قیمت بازار پایین‌تر از قیمت تمام شده باشد تولیدی صورت نخواهد گرفت. به این ترتیب عدم برابری عرضه و تقاضا نوسانات کوتاه‌مدتی در قیمت تعادلی کالا که برحسب هزینه تولید آن تعیین می‌شود به وجود خواهد آورد.

نظریه ارزش استعمالی با بیان دیگری توسط اقتصاددانان نئوکلاسیک مجدداً احیاء شد. «جونز» می‌گوید: «تفکر و تحقیق زیاد مرا به عقیده جدیدی رهنمون ساخته است، بدین مضمون که ارزش مبادله کاملاً به مطلوبیت بستگی دارد» (تفضلی، ۱۳۵۶، ج ۲، ص ۲۳) از این رو کار و اثر هزینه کالا بر تولید که در عقاید اسمیت، ریکاردو و مارکس معیار ارزش مبادله است، در نظریه نئوکلاسیکها، فقط نقش غیرمستقیمی در تعیین ارزش مبادله دارد. بدین معنی که با عنایت به نزولی بودن مطلوبیت نهایی مصرف کالا، عرضه بیشتر یک کالا فقط باعث کاهش مطلوبیت آخرین واحدهای

مصرف شده می‌شود و در نهایت این مطلوبیت کالا است که قیمت آن را تعیین می‌نماید.

در واقع نظریه «ارزش - کار» فقط به نقش طرف عرضه و نظریه «مطلوبیت»، فقط بر نقش طرف تقاضا در تعیین قیمت تأکید می‌نماید. «مارشال» با تلفیق این دو نظریه، نظریه کاملتری درباره چگونگی تعیین قیمت مبادله‌ای ارائه می‌کند. وی معتقد است:

«عرضه از یک طرف و تقاضا از طرف دیگر، قیمت را در بازار تعیین می‌نمایند. پشت منحنی عرضه، هزینه نهایی و پشت منحنی تقاضا مطلوبیت نهایی قرار دارد. منحنی تقاضای بازار از جمع افقی منحنی‌های تقاضای انفرادی به وجود می‌آید. همچنین منحنی عرضه بازار مساوی جمع افقی منحنی‌های عرضه انفرادی می‌باشد. از تقاطع عرضه و تقاضا سطح تعادل قیمت و مقدار به دست می‌آید» (تفضلی، ۱۳۵۶، ج ۲، ص ۷۵).

مارشال در پاسخ به چگونگی تعیین قیمت کالا، به دو عامل اساسی عرضه و تقاضای بازار اشاره می‌کند که هر کدام از آنها تحت عوامل متعددی مانند شرایط و عوامل طبیعی عرضه کالا، رفتار تولیدکنندگان، ارزش استعمالی کالا و رفتار مصرف‌کنندگان و... تعیین می‌شوند.

بدیهی است تغییر یا اختلال در هریک از این عوامل، قیمت تعادلی بازار را تغییر خواهد داد. مثلاً در شرایط خشک‌سالی و کاهش تولید یک محصول کشاورزی یا خودداری فروشندگان از عرضه یک کالا، قیمت آن افزایش خواهد یافت. همان‌گونه که کاهش ارزش استعمالی و مطلوبیت یک کالا (به دلیل وارد شدن کالایی با کیفیت و قیمت مناسب‌تر) یا کاهش تقاضای ناشی از کاهش درآمد مصرف‌کنندگان، قیمت آن را کاهش خواهد داد. نظریه‌های قیمت توسط متفکران مسلمان نیز بحث شده است. شهید مطهری (ره) در این باره می‌فرماید:

«ارزش، مفید بودن یا ملایمت است که یک صفت اضافی است ولی در عین حال عین مفید بودن و ملایمت نیست؛ زیرا مفید بودن و ملایمت با انسان قابل کم و بیش و بالا و پایین رفتن نیست، اما ارزش این‌طور نیست. ارزش و قیمت و مالیت و بها یا هرچه دیگر اسم بگذاریم نوساناتی پیدا می‌کند و مسلماً این نوسانات مربوط به مفید بودن نیست. درجه مفید بودن نوسان پیدا نمی‌کند. عرضه و تقاضا در مفید بودن تأثیری ندارد ولی در ارزش و قیمت اثر دارد.» (مطهری، ۱۴۰۳، ص ۵۱).

شهید «سید محمد باقر صدر» پس از نقد و بررسی نظریه نئوکلاسیک درباره نقش

ارزش استعمالی در قیمت کالا می‌فرمایند:

«فایده استعمالی اگرچه پایه اصلی مطلوبیت می‌باشد ولی به تنهایی نسبت مطلوبیت شیئی را معین نمی‌کند؛ زیرا نسبت مطلوبیت در هر کالایی مستقیماً با اهمیت فایده‌ای که کالا می‌رساند متناسب می‌باشد. از این رو هرچه کالا بیشتر منشأ فایده قرار گیرد نسبت مطلوبیت آن بیشتر می‌شود. همچنین نسبت مطلوبیت به‌طور معکوس با حدود امکان دست‌یابی به کالا متناسب می‌باشد. لهذا هرچه امکانات دست‌یابی به کالا بیشتر شود نسبت مطلوبیت آن کاهش می‌یابد و مآلاً ارزش کالا تنزل می‌کند» (صدر، ۱۳۵۰، ص ۲۳۱).

در نظریه شهید مطهری و شهید صدر، گرچه بر نقش اصلی فایده‌مندی و مطلوبیت کالا در قیمت آن تأکید شده است؛ ولی دیدگاه آنها از دو جهت با نظریه قیمت نئوکلاسیکها تفاوت دارد: نخست: در نظریه آنها مفهوم مطلوبیت نهایی که با مقادیر مختلف مصرف یک کالا در ارتباط است، مورد توجه قرار نگرفته؛ بلکه به‌جای آن بر مطلوبیت اجتماعی کالا که می‌تواند ره‌آورد عوامل سیاسی، دینی، فکری یا عوامل دیگر باشد تأکید شده است و دوم به‌درستی بین مفهوم ارزش مصرفی و مفهوم قیمت تفاوت قائل شده‌اند و به‌همین جهت آنها در تعیین قیمت کالا علاوه بر فایده‌مندی امکانات دست‌یابی به کالا (عرضه) را نیز مؤثر می‌دانند.

با دقت در نظریه‌های ارائه شده درباره تبیین قیمت کالاها و خدمات همگی آنها در این پیش فرض اساسی توافق دارند که قیمت، یک متغیر اقتصادی است که از متن جریان اقتصادی جامعه و عوامل مؤثر در عرضه و تقاضای کالا و خدمات به‌دست می‌آید. اختلاف تنها در چگونگی تأثیرگذاری این عوامل و نقش هریک از آنها در تعیین قیمت است که هر یک از نظریه‌ها به‌گونه خاصی آن را تبیین کرده‌اند.

## ۲. جایگاه قیمت‌ها در نظامهای اقتصادی

قیمت‌ها در نوع کارکرد یک نظام اقتصادی و میزان دست‌یابی به اهداف آن نقش بسیار مهمی ایفا می‌کنند. از این رو تحلیل عملکرد قیمت‌ها، مسئله اصلی و مهم‌ترین شاخه علم اقتصاد یعنی اقتصاد خرد به شمار می‌رود. تا آنجا که بسیاری از عناوین کتابهای



اقتصاد خرد، از این علم به عنوان «نظریه‌های قیمت» نام می‌برند.

در تبیین چگونگی تعیین قیمت یک کالا، دیدیم که نظریه رایج و غالب بر تعیین قیمت، توسط عوامل تأثیرگذار بر عرضه و تقاضای آن کالا تأکید می‌نماید. اما اینکه آیا حاکمیت چنین فرآیندی در سطح عمومی اقتصاد و از دیدگاه اهداف و مصالح اقتصادی مانند کارآیی، تخصیص بهینه منابع و عدالت توزیعی، چه مقدار قابل دفاع به نظر می‌رسد، مسئله‌ای است که دو دیدگاه کلی درباره آن وجود دارد که در داخل هر یک از آنها نیز طیفهایی وجود دارند. در نظامهای سرمایه‌داری به‌جز موارد خاص مانند کالاهای عمومی که مکانیسم بازار و عرضه و تقاضا قادر به تخصیص بهینه منابع نیست، از آزادی قیمت‌ها و تعیین آن توسط مکانیسم بازار رقابتی دفاع می‌شود. در حالی که در نظامهای سوسیالیستی بر تعیین قیمت با ارشاد یا دخالت مستقیم دولت تأکید می‌شود. هر یک از این دو دیدگاه برای اثبات مدعای خود به شواهد و دلایلی استناد نموده‌اند که در ذیل به برخی از آنها اشاره می‌شود.

#### ۱-۲. طرفداران نظریه قیمت بازار

الف. قیمت، مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را به انتخاب صحیح هدایت می‌کند. افزایش قیمت نشان‌دهنده فزونی تقاضا بر عرضه است که این از سوی مصرف‌کنندگان را به جایگزین کردن کالاهای جانشین و کاهش مصرف و از سوی دیگر تولیدکنندگان را به افزایش عرضه راهنمایی می‌کند تا جایی که مجدداً عرضه و تقاضا برابر شوند. همچنین کاهش قیمت، عکس این واقعیت را نشان می‌دهد. قیمت بازار مانند چراغ نقطه جوش اتومبیل است که اطلاعات ذی‌قیمتی را به راننده می‌دهد؛ دخالت دولت در تعیین قیمت کالاها و خدمات تلاشی است در جهت خاموش کردن این چراغ که موجب عدم تعادل در عرضه و تقاضای بازار خواهد شد.

ب. قیمت بازار بهترین راهنما برای تخصیص بهینه عوامل تولید و سرمایه‌گذاری است. افزایش قیمت و وجود سودآوری در بازار یک کالا نشان می‌دهد که منابع تولید باید به تولید آن کالا اختصاص یابند؛ چنانکه کاهش قیمت و زیان‌ده بودن تولید یک

کالا عکس این مطلب را نشان می‌دهد. بنگاه‌های اقتصادی در شرایطی که قیمت‌ها در بازار رقابتی تعیین می‌شوند، برای افزایش سوددهی و توان رقابتی خود ناگزیر از کاهش هزینه‌ها هستند و برای این منظور به‌طور مداوم به دنبال کشف شیوه‌های جدیدی هستند که با استفاده از مواد اولیه کمتر و ارزان‌تر محصول با کیفیت‌تری تولید کنند که این امر موجب استفاده کارآ از عوامل تولید خواهد شد. در مقابل، پایین بودن غیرواقعی قیمت توسط دولت موجب اسراف در مصرف و اتلاف منابع خواهد بود. از این‌رو تعیین قیمت توسط دولت تخصیص بهینه عوامل تولید را مختل خواهد ساخت.

ج. مکانیسم قیمت بازار، نظام خودجوشی است که با کمترین هزینه از منافع جامعه حفاظت می‌کند. وقتی دولت می‌خواهد به‌عنوان متولی امور مردم بر کالاها قیمت تعیین نماید و از رعایت آنها توسط بنگاه‌های اقتصادی مطمئن شود، باید به این منظور نهادهای گسترده‌ای با هزینه‌های بسیار سنگین تأسیس نماید که این امر هزینه بسیار زیادی را بر جامعه به‌خصوص مصرف‌کنندگان تحمیل خواهد نمود؛ درحالی‌که هیچ‌گاه چنین توفیقی نخواهد داشت.

د. قیمتی که از برابری عرضه و تقاضا در بازار رقابتی حاصل می‌شود، حداکثر رفاه اجتماعی به‌ویژه رفاه مصرف‌کنندگان را به‌دست می‌دهد. زیرا قیمت‌ها در پایین‌ترین سطح قرار می‌گیرند و کالاها با کمترین هزینه و بهترین کیفیت تولید می‌شوند.

## ۲-۲. دلایل طرفداران تعیین قیمت توسط دولت

الف. نظام قیمت‌ها در خصوص کالاها و خدمات عمومی<sup>۱</sup> مانند خدمات دفاعی و کالاهای دارای پیامد خارجی<sup>۲</sup> کارآ نمی‌باشد. در چنین مواردی قیمت‌گذاری دولت ضرورت می‌یابد.

ب. توان خرید کالاها و خدمات در نظام قیمت‌ها بستگی به درآمد افراد دارد؛

<sup>۱</sup> - Public goods.

<sup>۲</sup> - Externalities.

بنابراین چنین نظامی نمی‌تواند منافع افراد کم درآمد را تأمین نماید. دولت برای حمایت از منافع اقشار محروم و مستضعف باید در تعیین قیمت‌ها دخالت کند.

ج. شرط اساسی کارآمدی نظام قیمت‌ها وجود شرایط رقابتی، کارآمدی بخش خصوصی، بازار سالم و عدم وجود حالت‌های اضطراری مانند جنگ و... است. در فقدان چنین شرایطی عدم دخالت دولت در قیمت‌ها موجب رشد تورم و هزینه‌های جبران‌ناپذیر اجتماعی است.

امروزه پس از شکست تجربه قیمت‌گذاری دولت در نظام‌های سوسیالیستی، دیدگاه مبتنی بر حاکمیت دولت بر نظام قیمت‌ها، طرفدار چندانی ندارد و اکثریت قریب به اتفاق اقتصاددانان از نظریه قیمت‌های بازار حمایت می‌کنند. اما از آنجا که مکانیسم بازار به تنهایی قادر به تأمین همه اهداف اجتماعی نیست و در مواردی مانند کالاهای عمومی به لحاظ اقتصادی هم کارآیی لازم را ندارد، اجماً اصل دخالت دولت برای کنترل و هدایت قیمت‌ها نیز پذیرفته شده است. آنچه که در این زمینه هنوز جای بحث و بررسی دارد شیوه‌های مناسب کنترل و هدایت قیمت‌ها توسط دولت است که در بحث بعدی به آن خواهیم پرداخت.

### ۳. کنترل و نظارت بر قیمت‌ها در علم اقتصاد

تردیدی وجود ندارد که اگر مکانیسم بازار در شرایط کاملاً طبیعی و به دور از رفتارهای انحصارگرایانه عرضه‌کنندگان یا خریداران عمل نماید و قیمت‌های قابل قبولی برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ارائه کند مجالی برای بحث از چگونگی نظارت و کنترل دولت و سایر نهادهای اجتماعی و اقتصادی بر قیمت‌های بازار به وجود نمی‌آید. اما زمانی که بازار به دلایلی مانند احتکار یا تبانی تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان یا پدیده خشک‌سالی، جنگ و افزایش ناگهانی تقاضا، با قیمت‌های غیرطبیعی مواجه می‌شود، این سؤال به وجود می‌آید که برای پیش‌گیری یا مقابله با چنین حالتی چه سیاست‌هایی باید اتخاذ شود؟ این مسئله، هم در سطح اقتصاد خرد و برای یک بازار خاص و هم در سطح کلان و برای سطح عمومی قیمت‌ها مطرح شده است. از این‌رو

اقتصاددانان برای شناخت عوامل مؤثر بر بروز اختلال در قیمت‌های بازار و راه‌حل مقابله با آن نظریه‌های مختلفی ارائه کرده‌اند.

در اقتصاد کلان درباره علت بروز تورم دو نظریه اصلی مطرح است: عده‌ای دلیل اصلی تورم را فشار تقاضا می‌دانند که آن هم در نظریه نئوکلاسیکها ناشی از افزایش پول در گردش و در نظریه کینزینها ناشی از بالا بودن هزینه‌های دولت است. در مقابل، عده دیگری ریشه تورم را در شوکهای جانب عرضه می‌دانند که به دلیل افزایش قیمت کالاهای وارداتی، مواد اولیه و دستمزدها می‌باشد.

برای مهار تورم سه راه‌حل کلی پیشنهاد شده است: **راه‌حل اول**، اعمال سیاست پولی به منظور کنترل حجم پول، متناسب با رشد تولید؛ **راه‌حل دوم**، اعمال سیاست مالی به منظور کاهش هزینه‌های دولت و **راه‌حل سوم**، اعمال سیاست درآمدی به منظور تثبیت قیمت‌ها و دستمزدها یا جلوگیری از افزایش آن است.

سیاست‌های پولی و مالی به‌گونه‌ای غیرمستقیم به تنظیم قیمت‌ها می‌پردازند و موفقیت آنها در صورتی که با ملاحظه همه جوانب و شرایط باشد کمتر مورد تردید قرار می‌گیرد. اما سیاست درآمدی که طی آن، دولت به‌طور مستقیم از عوامل اقتصادی (نیروی کار) می‌خواهد، دستمزدها و قیمت‌ها را در سطح معینی ثابت نگه دارند همواره مورد تأمل بوده است. چنانکه برانسون می‌گوید:

«بیشتر تلاشها در مورد سیاست درآمدی ناموفق بوده است. در اقتصاد آمریکا در سال ۱۹۷۱، دولت نیکسون کنترل‌های قیمت و دستمزد را وضع کرد، ولی تحریکات بسیار زیاد تقاضا به دوره دیگری از تورم منجر شد به‌گونه‌ای که در سال ۱۹۷۳ کنترل قیمت‌ها از حیثه قدرت جامعه خارج شد» (برانسون، ۱۳۷۴، ج ۲، ص ۶۰۶).

در اقتصاد خرد، کنترل قیمت‌ها در شرایط انحصار و برای کنترل انحصارگر مطرح می‌شود که برای آن سه راه حل پیشنهاد شده است: وضع قوانین ضد انحصار، کنترل شرایط انحصار تا رسیدن به انحصار طبیعی یا انحصار کنترل شده (قیمت‌گذاری) و کنترل توسط مالیات.

در مورد وضع قوانین ضد انحصار، لازم است دولت ضمن دخالت در این مسئله

از محدودیت عرضه و افزایش قیمت‌ها که منجر به توزیع نامناسب و غلط عوامل تولید می‌شود جلوگیری کند. تولید انحصاری کمتر از حد توان تولیدی بنگاه است؛ بنابراین با اعمال فشار بر عوامل تولید انحصاری و خارج کردن آنها از بازار انحصار به سوی سایر تولیدات باید با این مشکل مبارزه کرد. وضع قوانین ضد انحصار و قانون تشویق تجارت از سوی دولت جهت نیل به اهداف زیر در بسیاری از کشورها طرح و اجرا شده است:

الف. رفع محدودیتهای عملی تجارت و ثبات قیمت‌ها؛ ب. کاهش اثر قراردادهای سهمیه‌بندی بازار؛ ج. حذف روشهای ناپسند و غلط در رقابت؛ د. از بین بردن مالکیت‌های بزرگ در بازار؛ هـ. جلوگیری از تبعیض قیمت نامناسب بین مصرف‌کنندگان مختلف؛ و. جلوگیری از ادغام شرکتها به منظور تسلط بر بازار و ز. جلوگیری از توافقه‌های انحصاری بین تولیدکننده و خرده‌فروشی‌ها به منظور متضرر کردن سایر تولیدکنندگان.

کنترل شرایط انحصارگر (قیمت‌گذاری) به این هدف است که حداکثر قیمت در سطحی کمتر از قیمت انحصاری تعیین شود. مشکل اساسی این روش این است که تعیین قیمت براساس هزینه نهایی ممکن است به زیان تولیدکننده تمام شود. مگر آنکه زیان او با یارانه یا معافیت مالیاتی جبران شود. تعیین قیمت بالاتر به نحوی که انحصارگر سود عادی خود را ببرد نیز به دلیل مشکل محاسبه تقاضا و هزینه‌های نهایی و تعیین بازده مناسب سرمایه‌گذاری ثابت انحصارگر، کار آسانی نیست. کنترل انحصارگر با روش وضع مالیات بر تولید نیز کارآیی چندانی ندارد؛ زیرا از نظر انحصارگر وضع مالیات به معنی افزایش هزینه متوسط تولید است که برای جبران آن، باید تولید کاهش و قیمت افزایش یابد (کالوو و ...، ۱۳۷۸، ص ۲۵۳-۲۵۸).

نتیجه آنکه، براساس نظریه‌های رایج در علم اقتصاد، کنترل قیمت‌ها، نخست: محدود به بروز شرایط غیرطبیعی در بازار، مانند انحصار و تورم شدید است و دوم: وظیفه دولت به هنگام وجود چنین شرایطی این است که با وضع قوانین ضد انحصار از شکل‌گیری انحصار جلوگیری نماید یا با اتخاذ سیاستهای پولی و مالی مناسب به

مقابله با تورم بپردازد. اما سیاست درآمدی و کنترل مستقیم قیمت با مشکلات فراوانی مواجه است و در عمل نیز چنانچه در بحث بعدی خواهیم دید، توفیق چندانی نداشته است.

#### ۴. نتایج اجرای سیاست قیمت‌گذاری در کشورهای در حال توسعه

سیاست قیمت‌گذاری به‌طور عمده در کشورهای در حال توسعه اجرا شده است. بنابراین با مطالعه تجربه این کشورها در اجرای این سیاست می‌توان درک و شناخت خوبی نسبت به آثار و نتایج عملی این سیاست به‌دست آورد.

اهداف مختلفی در سیاست قیمت‌گذاری کشورهای در حال توسعه دنبال شده است که مهم‌ترین آن توزیع درآمد و کنترل تورم است. هدف توزیعی سیاست قیمت‌گذاری بدین معنی است که باید با ایجاد نفع بیشتر برای طبقه کم درآمد نسبت به طبقه مرفه، نابرابری موجود در درآمدهای واقعی در سطح کل را کاهش داد. اکثر دولتها برای تحقق این هدف، سیاست تعیین قیمت پایین مواد غذایی را دنبال کرده‌اند. اما اجرای این سیاست نتیجه متضادی داشته است؛ زیرا نتایج این سیاست به نفع جامعه شهری که مصرف‌کننده مواد غذایی هستند و به زیان جامعه روستایی که تولیدکننده این مواد هستند تمام می‌شود؛ درحالی‌که تمامی کشورهای در حال توسعه، درآمد متوسط جمعیت شهری بیش از جمعیت روستایی و بعضی اوقات چند برابر آن می‌باشد. بنابراین باید توجه داشت، اهداف توزیعی که به‌طور نامعین یا با ابهام تعریف شده‌اند، ممکن است نتایج کاملاً متضاد و خلاف آنچه مورد نظر بوده به بار آورد (پاکرت، ۱۳۷۱، ص ۱۲).

اهداف ضد تورمی قیمت‌گذاری وقتی در دستور کار قرار می‌گیرند که بیم سوء استفاده شرکت‌های تولیدی، صنعتی از موقعیت انحصاری خود وجود داشته باشد. با اینکه وجود انحصارات همه جانبه، مشکلات زیادی مانند تورم را به بار می‌آورد، باید گفت که استفاده از سیاست کنترل قیمت‌ها به‌عنوان وسیله‌ای برای مبارزه با آن به‌هیچ وجه کار درستی نبوده است؛ زیرا اگر دولت بخواهد فقط با تکیه بر سیاست

قیمت‌گذاری، تورم را مهار نماید، در این صورت نه تنها با این کار قادر به کنترل تورم نیست؛ بلکه ممکن است موجب کمیابی کالا و ایجاد بازار سیاه و در نتیجه افزایش بیش از پیش قیمت‌ها شود. «پاکرت» درباره نتایج اجرای سیاست کنترل قیمت‌ها در کشورهای در حال توسعه می‌گوید:

« این سیاست حتی در بهترین شرایط ممکن، به‌هیچ وجه مؤثر نبوده و در بدترین شرایط نیز باعث جابجایی در منابع اقتصادی شده و به‌همراه خود زیانهای تولیدی و سایر نتایج نامطلوب توزیعی را به ارمغان می‌آورد» (پاکرت، ۱۳۷۱، ص ۲۴).

یکی از آثار نامطلوب قیمت‌گذاری، بروز انحراف در قیمت‌ها است. در وضعیت انحراف قیمت‌ها، قیمت‌های واقعی پرداختی با قیمت‌های تعیین شده توسط مکانیسم بازار تفاوت پیدا می‌کند. براساس مطالعه‌ای که توسط بانک جهانی در ۳۱ کشور در حال توسعه در دهه ۱۹۷۰ انجام شده است؛ «نرخ رشد اقتصادی در کشورهایی که شاخص انحراف در آنها در سطح پایین قرار داشته است، بیش از ۲ برابر نرخ رشد کشورهایی بوده که در آنها، شاخص انحراف در حد بالایی قرار داشته است. افزون بر این، در مورد هر یک از شاخص‌های موفقیت اقتصادی (نرخ رشد سالانه تولید ناخالص داخلی، نسبت پس‌انداز به درآمد داخلی، افزایش تولید در هر واحد سرمایه‌گذاری، نرخ رشد سالانه کشاورزی، نرخ رشد سالانه صنعت و نرخ رشد سالانه حجم صادرات) کشورهایی که در گروه پایین شاخص انحراف قرار داشتند از عملکرد اقتصادی بسیار بالایی برخوردار بوده‌اند و به‌دنبال این کشورها به‌ترتیب گروه با انحراف متوسط و انحراف بالا جای داشته‌اند (پاکرت، ۱۳۷۱، ص ۶۰ - ۶۵).

افزون بر اثرات اقتصادی سیاست قیمت‌گذاری که در بالا به آن اشاره شد، باید گفت که اعمال این‌گونه سیاست‌ها با توجه به ایجاد انحراف در مکانیسم قیمت و در نتیجه تخصیص نادرست منابع، باعث ایجاد هزینه‌های اجتماعی (زیان ایجاد شده در رفاه اجتماعی که به‌شکل کاهش درآمد ملی منعکس می‌گردد) نیز می‌شود. برآورد مربوط به این زیان اجتماعی به‌صورت درصدی از تولید ناخالص ملی برای گروهی از کشورها و برخی از کالاهای انتخابی در سال ۱۹۷۶ نشان می‌دهد درحالی‌که کشورهای توسعه‌یافته مانند فرانسه، آلمان غربی و انگلستان، زیانی معادل چند صدم

درصد را متحمل شده‌اند؛ کشورهای در حال توسعه، زیان بیشتری را متحمل شده‌اند که این رقم در مورد پاکستان بین ۱ تا ۳ درصد و در مصر بین ۳/۵ تا ۱۰/۵ درصد تولید ناخالص ملی بوده است (پاکرت، ۱۳۷۱، ص ۷۸).

پاکرت در صفحه ۸۱ کتاب خود «سیاست قیمت‌گذاری در کشورهای در حال توسعه» می‌گوید:

«مطالعاتی که در این کتاب مورد بررسی قرار گرفته‌اند، و همچنین سایر بررسی‌های جزئی دیگری که مبنای مطالعه حاضر را تشکیل می‌دهند، همگی دقیقاً این موضوع را که سیاست‌های قیمت‌گذاری (مخصوصاً سیاست قیمت‌گذاری محصولات کشاورزی) دارای اثرات بسیار نامساعد بر رشد اقتصادی، توزیع درآمد بین مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، موازنه پرداختها و اشتغال کشاورزی داشته‌اند متذکر شده‌اند. اثرات نامساعد و ناخوشایند مربوط به سیاست‌های قیمت‌گذاری، مخصوصاً سیاست‌هایی که در مجموعه کشورهای آفریقای شمالی در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ اجرا شده است، مورد تایید تمام پژوهشگرانی که در این زمینه مطالعاتی داشته‌اند واقع شده است. هنگامی که نوعی مخالفت در مقابل نفی سیاست‌های قیمت‌گذاری مشاهده می‌شود، این مخالفت اغلب به صورت مستقیم عنوان نمی‌شود، بلکه عمدتاً به شکل بار اشتباه ناشی از سیاست‌های قیمت‌گذاری و همچنین به صورت انتقاد بر راه حل‌های مناسب برای سیاست‌گذاری عنوان می‌شود».

در اقتصاد ایران، قیمت‌گذاری و کنترل قیمت‌ها پیش از انقلاب نیز وجود داشت، اما پس از انقلاب به دلیل مشکلات ناشی از جنگ تحمیلی و تحریم اقتصادی غرب گسترش یافت. در سال ۱۳۶۸ هم‌زمان با برنامه اول توسعه اقتصادی، به خاطر اجرای سیاست تعدیل، این سیاست به طور موقت متوقف شد. ولی پس از شکست سیاست تعدیل، از سال ۱۳۷۳ دوباره سیاست قیمت‌گذاری فعال شد و تاکنون نیز ادامه دارد. شورای اقتصاد، ستاد پشتیبانی تنظیم بازار، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، ستاد کنترل و بررسی قیمت‌ها، سازمان تعزیرات حکومتی و... تهیه فهرست کالاهای مشمول قیمت‌گذاری، کنترل قیمت و نظارت بر قیمت‌های بازار را بر عهده دارند. کنترل تورم، حمایت از اقشار آسیب‌پذیر، اهداف توزیعی و اهداف اجتماعی از جمله اهداف سیاست قیمت‌گذاری در ایران بوده‌اند.

به اعتقاد اکثر اقتصاددانان و کارشناسان، سیاست قیمت‌گذاری در ایران گرچه در کوتاه‌مدت به خصوص در سالهای جنگ، قابل توجیه بوده و از دامنه تورم و تنش‌های



اجتماعی تا حدودی کاسته است؛ ولی به دلیل آنکه تورم ایران ریشه‌های دیگری چون رشد نقدینگی، کسری بودجه، دولت بزرگ، معضل تولید، پایین بودن سطح بهره‌وری و... داشته، این سیاستها هرگز نتوانسته معضل تورم را حل نماید و در عوض، دوگانگی در قیمت‌های رسمی و قیمت‌های واقعی و ایجاد بازار سیاه، فساد اقتصادی و... موجب عدم بهره‌مندی مستضعفان از سیاست قیمت‌گذاری و بهره‌مندی واسطه‌گران و افراد مرفه شده است.<sup>۱</sup>

وزیر سابق بازرگانی ایران می‌گوید: دید عمومی این است که دولت به‌عنوان متولی مردم وظیفه‌اش این است که ۷۰ هزار قلم کالا و خدمات موجود در بازار را مورد نظارت قرار دهد؛ ولی ما می‌گوییم که مسئله قیمت یک موضوع اقتصادی است که آثار تبعی بر رفتار مصرف‌کننده، تولیدکننده، تخصیص بهینه عوامل تولید و سرمایه‌گذاری دارد و هرگونه اقدام نسنجیده در مورد اعمال ضوابط قیمت‌گذاری و نظارت و کنترل، می‌تواند عواقب ناخوشایندی در سبب هزینه خانوارها داشته باشد. اما پس از کنترل می‌بینیم که عوامل تولید به‌سمت تولید آن کالا نیامدند، سرمایه‌گذاری در مورد آن انجام نشد و در نهایت عرضه آن کالا کاهش یافت، تعادل بازار به هم خورد و کار ما نتیجه‌ای معکوس داشت و فشار بیشتری بر هزینه خانوارها تحمیل گردید» (روزنامه کیهان، ۷۷/۸/۲۸).

##### ۵. قیمت‌گذاری توسط دولت در نظریه‌های فقهی

مسئله قیمت‌گذاری دولت بر کالاها و خدمات به دلیل آنکه نصوص روایی نسبتاً زیادی در خصوص آن وارد شده، از دیرباز در علم فقه مورد بحث قرار گرفته است. جایگاه

<sup>۱</sup> - ر.ک: ماهنامه اقتصاد ایران، شماره ۵۳، تیرماه ۱۳۸۲؛ نظام قیمت‌گذاری، ماهنامه بررسی‌های بازرگانی شماره ۱۲۹؛ قیمت و قیمت‌گذاری، روزنامه ابرار اقتصادی ۷۸/۹/۱۳؛ مبانی قیمت‌گذاری کالاها و خدمات، و ۱۳۸۱/۲/۱۶ نبود شفافیت در قیمت‌گذاری از موانع خصوصی‌سازی است؛ روزنامه اخبار، ۷۸/۹/۱۰، میزان تأثیر سیاست‌های قیمت‌گذاری؛ روزنامه قدس ۲۷ و ۲۸ و ۳۱/۵/۷۷، به انگیزه اجرای طرح ساماندهی اقتصادی درباره قیمت‌گذاری کالاها و نظارت مستمر دولت بر قیمت‌ها با روزنامه کیهان، ۲۷ و ۲۸/۸/۷۷، گزارشی از طرح جدید قیمت‌گذاری؛ روزنامه توسعه، ۳۰/۱۰/۸۱ قیمت‌گذاری و نتایج آن در ایران.

اصلی این بحث در فقه دولت است. اما از آنجا که برخی نصوص مربوط، ناظر به شرایط احتکار و کمیابی کالا است، بسیاری از فقیهان، این بحث را در ذیل بحث احتکار مطرح نموده‌اند. مسئله اساسی که فقیهان در این موضوع دنبال نموده‌اند، این است که آیا بر مبنای ادله اجتهاد شرعی<sup>۱</sup>، می‌توان حکم به جواز قیمت‌گذاری حاکم اسلامی<sup>۲</sup> بر کالاها و خدمات صادر نمود یا چنین عملی جایز نیست؟ با ملاحظه مجموعه اقوال فقها در این زمینه می‌توان گفت گرچه به لحاظ برخی جزئیات و نحوه استدلال، آراء متعددی ارائه شده است، اما با اغماض از این جزئیات، همه آنها را می‌توان در سه دسته کلی به شرح ذیل دسته‌بندی نمود:

#### ۱-۵. نظریه عدم جواز قیمت‌گذاری به طور مطلق

در میان مذاهب اهل سنت اکثریت شافعیه (به جز نووی) و مالکیه (بنابر روایت مشهور) و اکثر حنابله، به طور کلی قیمت‌گذاری دولت را در تمامی شرایط حرام شمرده‌اند. بهوتی از فقهای حنبلی می‌گوید:

«حرام است (حاکم) به فروشنده‌ای که احتکار نکرده است بگوید: مانند مردم بفروش، زیرا الزام به چیزی است که الزامی نیست، و این مستلزم عدم جواز الزام بر هرگونه قیمتی حتی قیمت‌المثل است (قیمت بازار)» (شمس الدین، ۱۹۹۸، ص ۲۳۹ - ۲۴۰).

گروهی از فقیهان شیعه نیز قیمت‌گذاری را غیرمجاز دانسته‌اند. از جمله شیخ طوسی در صفحه ۳۷۴ نهاییه و صفحه ۱۹۵ جلد دوم مبسوط؛ ابن‌زهره در غنیه (الجوامع الفقهیه، ص ۵۲۸)؛ محقق در صفحه ۲۱ جلد دوم شرایع؛ علامه در صفحه ۱۳۲

<sup>۱</sup> - منابع اجتهاد شرعی به طور عام عبارتند از: کتاب، سنت، عقل و اجماع، اما در فقه دولت به ویژه در مواردی که ممکن است شارع، حکم ثابت معینی قرار نداده باشد، غالباً به قواعد عمومی فقه که متخذ از اهداف و مقاصد کلی شارع هستند (مانند عدالت، عزت و مصلحت مسلمین و...) و همچنین عناوین ثانویه (مانند قاعده ضرر، حرج، نفی سبیل و...) استناد می‌شود.

<sup>۲</sup> - منظور از حاکم اسلامی، متولی امور دینی و دنیوی جامعه است. اما روشن است که حاکم اسلامی به تنهایی نمی‌تواند تمامی امور را شخصاً عهده‌دار شود؛ بلکه برای اداره امور جامعه به قوای متعدد (مقننه، مجریه و قضاییه) و نهادهای تحت پوشش هریک از آنها (وزارتخانه‌ها، شهرداری‌ها، سازمانهای نظارتی و...) نیازمند است. از این رو گرچه در این بحث از حاکم اسلامی سخن به میان می‌آید ولی ملاک بحث، شامل تمامی نهادها و قوای وابسته به حکومت اسلامی نیز می‌شود (ر.ک: منتظری، ۱۴۰۸ ه. ق، ج ۲، ص ۲۵).

جلد اول قواعد و مختصر. حسین عاملی در صفحه ۱۲۰ مفتاح الکرامه این نظر،  
اجماعی دانسته شده و دلیل آن چنین آمده است:

« به دلیل اجماع و خبرهای متواتر، آن گونه که در سرائر آمده؛ و نبودن اختلاف میان مسلمانان در این  
مسأله، چنان که در مبسوط آمده؛ و نبودن اختلاف میان شیعیان در این مسأله، آن سان که در تذکره  
آمده است.»

### ۲-۵. نظریه عدم جواز قیمت گذاری در حالت کلی و الزام به فروش براساس قیمت بازار در موارد خاص

برخی از فقهای اهل سنت مانند مالک (بنا بر یک قول) و بعضی از فقهای حنبلی این  
نظریه را اختیار کرده اند (شمس الدین، ۱۹۹۸، ص ۲۳۹ - ۲۴۰). آیه الله خویی پس از  
فتوا به جایز نبودن قیمت گذاری می گوید:

«آری؛ اگر فروشنده در قیمت گذاری اجحاف کند، چندان که گونه ای از احتکار شمرده شود، حاکم  
اسلامی از آن جلوگیری می کند تا مالک کالا به قیمت بازار یا قدری بیشتر که در حدّ توان خرید  
مردم باشد، آن کالا را بفروشد. مثلاً اگر بهای یک کیسه گندم صد فلس باشد و احتکارکننده آن را  
به دو دینار بفروشد، این کار نیز نوعی احتکار است، چنانکه پوشیده نیست» (توحیدی، ۱۴۱۲، ج ۵،  
ص ۵۰۰).

### ۳-۵. نظریه جواز تعیین قیمت توسط حاکم در صورت مصلحت

این نظریه در این جهت که در شرایط عادی اصل بر عدم دخالت حاکم در قیمت های  
بازار است با نظریه قبلی توافق دارد. ولی رعایت این اصل را از ابتدا محدود به  
تضمین مصلحت جامعه می داند. از این رو در شرایطی که مصلحت جامعه اقتضا کند  
به حاکم اجازه می دهد بلکه بر او واجب می کند که رأساً به تعیین قیمت بر فروشندگان  
کالا اقدام نماید.

نووی ( از فقهای شافعیه) در جامع (شرح المهدب) قیمت گذاری را به دو نوع تقسیم  
می کند: یک قسم چیزی که ظلم و حرام است (در حالت عادی بازار و شرایط تنگنای  
طبیعی) و قسمی که عدالت است و جایز شمرده می شود (در صورت امتناع  
فروشندگان از فروش)، (شمس الدین، ۱۹۹۸، ص ۲۳۹ - ۲۴۰). حسنی از محققان  
معاصر اهل سنت می گوید:

«نظریه صحیح آن است که گفته شود؛ اصل اساسی در سیاست دولت، عدم قیمت گذاری است

و لکن بر دولت واجب است (نه اینکه فقط حق دارد) بر جمیع کالاها و چیزهایی که مورد نیاز ضروری مردم است قیمت‌گذاری کند. به‌خاطر دفع مشقت از مردم، «(حسنی، ص ۴۸).  
شیخ مفید در صفحه ۹۶ مقنعه؛ ابن حمزه در صفحه ۷۴۵ وسیله الجوامع الفقہیہ؛ شهید در صفحه ۳۳۲ دروس قیمت‌گذاری را مجاز شمرده‌اند. در صفحه ۱۰۹ جلد چهارم مفتاح الکرامه آمده است:

«در کتب وسیله، مختلف، ایضاح، دروس، لمعه، مختصر و تنقیح آمده که حاکم شرع به قیمت‌گذاری می‌پردازد، اگر فروشنده قیمت را ظالمانه تعیین کند، زیرا این کارش موجب ضرر رسانی به دیگران است که شرع آن را نپذیرفته است»، (منتظری، ج ۲، ص ۶۶۰).  
از کتابهای «وسيله»، «مختلف»، «ایضاح»، «دروس»، «لمعه»، «مختصر» و «تنقیح» نقل شده است:

«در صورتی که محتکر در قیمت جنس اجحاف نماید، نرخ معینی برای او تعیین می‌گردد. زیرا تجاوز از حد متعارف، اضرار بر مشتری است و در شریعت اسلام اضرار نفی شده است» (منتظری، ۱۳۶۷، ص ۹۷-۹۸).

امام خمینی (ره) می‌فرماید:

«و اما قیمت‌گذاری در ابتدا جایز نیست؛ لیکن اگر فروشنده اجحاف کند، مجبور می‌شود، که قیمت را کاهش دهد؛ وگرنه، حاکم شرع او را ناچار می‌کند که کالا را به قیمت آن سرزمین یا به صلاحدید حاکم بفروشد. پس روایات دلالت‌کننده بر جایز نبودن قیمت‌گذاری، شامل این قبیل نمونه‌ها نمی‌شوند؛ زیرا در این حال، قیمت نگذاشتن به احتکار منجر می‌شود همان‌گونه که اگر فروشنده برای فرار از فروش کالا، قیمت را چنان تعیین کند که هیچ کس نتواند آن را بخرد. بدون اشکال حاکم شرع حق تصمیم‌گیری دارد؛ و آن روایات شامل این حالت نمی‌شود» (امام خمینی، ج ۳، ص ۴۰۶).

یکی از فقیهان معاصر می‌گوید:

«و اما در صورت به‌وجود آمدن قدرتهای انحصاری اقتصادی، ناگزیر از مداخله حکومت و الزام بر تعدیل نرخ به مقدار ضرورت است و افزون بر مقدار ضرورت، جایز نیست، زیرا حرمت مال مومن، مانند خون اوست و مردم به حکم عقل و شرع بر اموال خود مسلط‌اند و تصرف در مال غیر، جایز نیست مگر به اجازه او، یا به تجارت و مبادله‌ایکه بر پایه تراضی طرفین باشد. پس بنابراین قواعد و اصول، بیشتر از اندازه ضرورت اجتماعی که عقل و شرع به رعایت آن حکم می‌کنند، نمی‌توان اجبار کرد. و گاهی ضرورت مذکور فقط، الزام به بیرون آوردن متاع و عرضه آن به مردم مرتفع می‌شود و

زمانی حاکم با اجحاف مالک در قیمت‌گذاری روبرو می‌شود به‌گونه‌ای که تحمل چنان اجحافی بر مردم، دشوار است. در این صورت حاکم باید او را از اجحاف و اضرار به مردم جلوگیری و منع کند و گاهی مشکل اجحاف و اضرار به مردم جز با قیمت‌گذاری حاکم برطرف نمی‌شود و در این صورت حکومت در قیمت‌گذاری دخالت نماید».

از جمع‌بندی آراء فقها می‌توان گفت: اجماع فقهای شیعه و سنی بر این است که در حالت عادی و شرایط طبیعی بازار، اصل بر عدم دخالت در قیمت‌های بازار است و برای این منظور افزون بر نصوصی که در بخش بعدی می‌آید، به قواعدی چون «النهی عن اكل المال بالباطل الا ان تكون تجاره عن تراض»، «عدم حل مال المسلم الا عن طيب نفسه»، «الناس مسلطون على اموالهم» استدلال شده است. گروهی از فقها از این اصل کلی فقط در شرایط خاصی مانند احتکار و کالاهای ضروری مردم و ممانعت صاحب کالا از فروش، عدول کرده‌اند و در این صورت، اجبار فروش به قیمت بازار را بر دولت تجویز می‌کنند. اما گروه سوم علاوه بر این، در موارد بروز ظلم، ضرر و یا حرج بر مصرف‌کنندگان و یا اقتضای مصلحت عمومی جامعه، قیمت‌گذاری دولت را نیز تجویز می‌کنند.

مستندات روایی فتاوی فقهای را در بخش بعدی بررسی خواهیم نمود. اما درباره مستندات گروه دوم و سوم مانند قاعده‌های «لاضرر»، «منع از ظلم» و... آنچه اجمالاً در این مجال مختصر می‌توان گفت این است که استدلال به این‌گونه قواعد گرچه در شرایط اقتصاد بسته و سنتی گذشته که بازارها بسیار محدود و گردش اطلاعات بسیار کند بود و این امکان وجود داشت که کالایی منحصراً در اختیار یک فروشنده باشد و اثر احتکار او و همچنین قیمت‌گذاری حاکم فقط در محیط کاملاً محدودی ظاهر شود؛ موجه به نظر می‌رسید. اما امروزه با گسترش بازارها به سوی جهانی شدن و گردش سریع اطلاعات و سرعت نقل و انتقال کالاها و تأثیر گسترده سیاست‌های اقتصادی دولت، استناد به این قواعد به‌لحاظ تشخیص مصادیق ضرر، حرج، مصلحت، عدالت و مانند آن بسیار پیچیده است و قطعاً بدون استفاده از یافته‌های علم اقتصاد، ناقص خواهد بود. درحالی‌که در مباحث قبلی مشاهده شد، سیاست قیمت‌گذاری در بلندمدت به‌هیچ وجه به‌نفع مصالح ملی نخواهد بود.

## ۶. قیمت‌گذاری در احادیث

برای قضاوت دربارهٔ صحت و سقم نظریه‌های فقهی دربارهٔ قیمت‌گذاری دولت، باید نصوص روایی و مستند این نظریه‌ها را بررسی نماییم. این نصوص را می‌توان به دو دسته تقسیم نمود:

دسته اول نصوصی هستند که ناظر بر چگونگی تعیین قیمت کالاها در شرایط عادی‌اند و دسته دوم نصوصی که درباره قیمت‌گذاری حاکم در شرایط غیر عادی مانند وجود احتکار، پدیده خشک‌سالی و قحطی، گرانی و... وارد شده‌اند.

### ۱-۶. روایات تعیین قیمت در شرایط عادی

شیخ صدوق در صفحه ۲۶۸ جلد سوم «من لایحضره الفقیه» و صفحه ۳۸۸ «توحید» نقل می‌کند:

«قيل لرسول(ص): «لو سَعَرَت لَنَا سَعْرًا فَانَّ الاسْعَارَ تَزِيدُ وَ تَنْقُصُ! فَقَالَ(ص) مَا كُنْتُ لَالِقَى اللَّهِ تَعَالَى بِيَدَعِهِ لَمْ يَحْدِثْ إِلَيَّ فِيهَا شَيْئًا، فَدَعَا عِبَادَ اللَّهِ يَأْكُلُ بَعْضُهُمْ مِنْ بَعْضٍ»  
«به پیامبر خدا(ص) گفته شد: «خوب است برای ما قیمت‌گذاری؛ زیرا قیمت‌ها بالا می‌روند و پایین می‌آیند. فرمود: من چنان نیستم که خدا را دیدار کنم در حالی که بدعتی نهاده‌ام که او مرا در آن مجاز نفرموده است، پس اجازه دهید که بندگان خدا از(داد و ستد با) یکدیگر روزی بخورند».

خطیب بغدادی در صفحه ۵۰ جلد هشتم «تاریخ بغداد»، روایت دیگری از پیامبر اکرم(ص) نقل می‌کند که مضمون این روایت را تأیید می‌کند:

«الغلاء و الرّخص جندان من جنود الله تعالى، يسمّى احدهما: الرّغبة، و الاخر: الرهبة. فاذا اراد الله تعالى أن يغلبه قذف الرّغبة في صدور التجار فرغبوا فيه فحبسوه و اذا اراد أن يرخسه قذف الرهبة في صدور التجار فاخرجوه من ايديهم»

«گرانی و ارزانی دو سپاه از سپاهیان خدای تعالی هستند: یکی از آنها «خواستاری» نامیده می‌شود و دیگری «بیمناکی». پس هرگاه خدای تعالی بخواهد کالایی را گران کند، خواستاری آن را در دل‌های بازرگانان می‌اندازد و ایشان در آن رغبت می‌ورزند و در بندش می‌کشند؛ و هرگاه خواهد آن را ارزان سازد، بیمناکی از آن را در دل‌های بازرگانان می‌اندازد و ایشان آن را از کف خویش برون می‌کنند».

براساس این دو روایت، رسول خدا(ص) نوسانات قیمت در شرایط عادی را نتیجهٔ کنش نیروهای موجود در بازار می‌دانند و خواهان آن هستند که در چنین شرایطی، نیروهای موجود در بازار آزاد گذاشته شوند تا به دور از دخالت دولت و هر نهاد

دیگری قیمت‌ها را تعیین نمایند. در روایات دیگری، حضرت چنین قیمت‌گذاری را، قیمت‌گذاری خدایی معرفی نموده‌اند. سمرقندی در صفحه ۱۹۲ «تنبيه الغافلین» از پیامبر اکرم (ص) نقل می‌کند:

«إنا لا اسعُر؛ فان الله تعالى هو المسعُر»

«من قیمت تعیین نمی‌کنم؛ که همانا قیمت‌گذار، خدا است.»

کلینی در صفحه ۱۶۳ جلد پنجم «الکافی» و شیخ صدوق در صفحه ۲۶۸ جلد سوم «من لایحضره الفقیه» و صفحه ۳۸۹ «توحید» روایتی از امام سجاد (ع) نقل می‌کنند که اینگونه قیمت‌گذاری را به فرشته خدا نسبت می‌دهد.

«إِنَّ اللَّهَ وَ كُلَّ مَلَكٍ يَدْبِرُهُ بِأَمْرِهِ»

«همانا خداوند، فرشته‌ای را کارگزار قیمت کرده است که آن را به امر او، تدبیر می‌کند.»

مضمون این حدیث در روایت دیگری که کلینی در «الکافی» (ج ۵، ص ۱۶۳) نقل می‌کند نیز تکرار شده است.

«إِنَّ اللَّهَ عَزَّوَجَلَّ وَ كُلَّ مَلَكٍ بِالْإِسْعَارِ مَلَكًا يُدْبِرُهَا.»

«همانا خداوند، فرشته‌ای را بر قیمت‌ها گمارده تا آنها را تدبیر کند.»

سند روایت شیخ صدوق معتبر است و مجموعه این روایات با توجه به قرائن به‌گونه‌ای است که اطمینان به اعتبار سندی آنها پیدا می‌شود. در توضیح مفاد این روایات باید گفت: استناد قیمت‌گذاری براساس کنشهای طبیعی بازار، به خداوند یا فرشته او حاکی از مبنای اعتقادی و فلسفی پذیرش قیمت بازار در اقتصاد اسلامی است که از مبنای فلسفی قیمت بازار در اقتصاد متعارف به‌طورکامل متمایز است. اندیشه فلسفی‌ای که فیزیوکرات‌ها و سپس کلاسیک‌ها را به کشف نظام خودجوش طبیعی و تعادل خودکار مکانیکی سوق داد، تفکر «دئیسم» بود که خدا را همانند یک معمار بازنشسته و یا ساعت‌ساز لاهوتی فرض می‌نمود که پس از خلق جهان، ممنوع از تصرف در آن است و تدبیر جهان تنها براساس قوانین نهفته در طبیعت به بهترین وجه انجام می‌شود. این تفکر کاملاً در نقطه مقابل جهان‌بینی توحیدی قرار دارد که براساس آن همه پدیده‌های عالم، اعم از آنکه انسان در آن نقشی داشته یا نداشته باشد در نهایت منتسب به علت‌العلل عالم یعنی ذات مقدس خداوند است. در این

جهان‌بینی پدیده قیمت‌ها، یکی از پدیده‌های این جهان است که همانند سایر پدیده‌های آن از سرچشمه عالم هستی؛ خداوند متعال نشأت می‌گیرد و با تدبیر همیشگی او جریان می‌یابد. بنابراین تأثیرپذیری قیمت‌ها از نیروهای موجود در بازار مانند عرضه و تقاضا، تمایلات مصرف‌کنندگان و عرضه‌کنندگان و... مستقل از اراده الهی نیست بلکه تمامی این علل و عوامل در یک سلسله مراتبی از نظام علت و معلولی به اراده خداوند باز می‌گردد. از این‌رو هرگاه براساس کنش و واکنشی نیروهای بازار و به دور از دخالت‌های دولت و یا عوامل مخل بازار مانند احتکار، تبانی فروشندگان، انحصار و ایجاد بازار سیاه، قیمتی حاصل شود، می‌توان این قیمت را قیمت خدایی دانست. به بیان دیگر، هر کالایی دارای قیمتی برآمده از زمینه‌های واقعی ایجاد و تولید آن کالا و عملکرد عادی بازار است. پس آنچه حاصل میزان هزینه‌های تولید و تمایلات مصرف‌کنندگان و وضع عادی بازار است، در قیمت طبیعی جلوه می‌یابد که به موجب این احادیث، از جانب خداوند سبحان است و چنانچه عوامل غیرطبیعی به میان نیاید همین قیمت در بازار رواج می‌یابد.

## ۲-۶. روایت قیمت‌گذاری در شرایط غیرعادی

روایات دسته اول در شرایط عادی، قیمت مطلوب را همان قیمت بازار معرفی نمودند که دولت مجاز به دخالت در آن نیست. اکنون ببینیم، وظیفه دولت در شرایط غیرعادی چیست؟ شرایط غیرعادی دو گونه‌اند: شرایطی که منشأ و ریشه طبیعی دارند و شرایطی که از وجود عوامل اختلال در بازار ناشی می‌شوند.

در احادیث برای شرایط غیرعادی که از عوامل طبیعی ریشه می‌گیرند مانند پدیده خشک‌سالی که باعث کاهش عرضه محصولات و گرانی قیمت‌ها می‌شود مجوزی برای دخالت دولت در قیمت بازار، یافت نمی‌شود.

ابن اثیر جزیری در صفحه ۳۴۳ جلد ششم «أسد الغابه» از ابن نضله روایت می‌کند:

«أَنَّهُمْ قَالُوا لِلنَّبِيِّ (ص) فِي عَامِ سَنَةٍ: سَعَرَ لَنَا يَا رَسُولَ اللَّهِ، فَقَالَ: لَا يَسَأُ لَنِي اللَّهُ عَنِ سَنَةِ أَحَدْتِهَا

فِيكُمْ لَمْ يَأْمُرَنِي بِهَا، وَلَكِنْ سَلَوُا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ»

«در سال قحطی، ایشان به پیامبر(ص) گفتند: ای رسول خدا! برای ما قیمت تعیین کن. فرمود:

خداوند مرا به سبب برنهادن سنتی در میان شما که مرا به آن نفرموده، بازخواست نخواهد کرد؛



لیکن فضل خدا را طلب کنید تا قحطسالی از شما بگذرد».

ترمذی (ج ۳، ص ۶۰۵) و ابی داود (ج ۳، ص ۲۷۲) و ابن ماجه (ج ۲، ص ۷۴۱) و دارمی (ج ۲، ص ۶۹۹) در کتابهای سنن خود، روایتی از انس بن مالک نقل می‌کنند که همین مضمون را تأیید می‌کند:

«غلا السَّعْرَ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ (ص) فَقَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ سَعَّرَ لَنَا، فَقَالَ: إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَسْعَرُ، الْقَابِضُ الْبَاسِطُ، الرَّزَاقُ، وَ إِنِّي لَأَرْجُو أَنْ يَأْتِيَ رَجُلًا مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمُظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَ لِمَالٍ»  
«در روزگار پیامبر خدا (ص) نرخها بالا رفت، گفتند: ای رسول خدا! برای ما قیمت تعیین کن، فرمود: همانا خداوند قیمت‌گذار است و همو است که روزی‌ها را برمی‌بندد و می‌گشاید و رزق می‌بخشد. و هر آینه من امید دارم که خدا را دیدار کنم، درحالی که هیچ یک از شما در خون یا مال، از من دادخواهی نکند».

مضمون این دو روایت علاوه بر آنکه مطابق اصل اولی «عدم جواز دخالت دولت» است با روایات دسته اول نیز موافق است و با اطمینان اجمالی به صدور آنها می‌توان گفت در شرایطی که گرانی قیمت‌ها در اثر عوامل طبیعی و زمینه‌های واقعی عرضه کالا به وجود آمده باشد دولت حق ندارد، قیمت‌ها را در حدی کمتر از قیمت بازار تعیین نماید؛ زیرا چنین کاری در حقیقت ستم به تولیدکننده و آسیب‌زدن به جریان تولید است.

تا به اینجا یعنی در فرض وجود شرایط عادی و یا بروز شرایط غیرعادی به دلیل عوامل طبیعی و زمینه‌های واقعی، مجوزی برای دخالت دولت در قیمت‌ها نیافتیم و توجیه این عدم جواز نیز کار دشواری نیست. اما در شرایط غیرعادی بازار که به دلیل وجود انحصار یا احتکار و تبانی عرضه‌کنندگان، قیمت کالا در سطحی بسیار بالاتر از قیمت طبیعی آن تعیین می‌شود، مسئله از پیچیدگی بیشتری برخوردار است. زیرا چنین قیمتی را دیگر نمی‌توان قیمتی خدایی دانست؛ بلکه باید آن را ساخته دست دلالان و سودجویانی بدانیم که به خاطر منافع شخصی خود، بازار مطلوب خدایی را به بازار سیاه مبدل نموده‌اند. آیا در این شرایط، می‌توان دولت را مجاز به قیمت‌گذاری دانست و یا باید دنبال راه حل دیگری بود؟ روایات در این شرایط نیز، قیمت‌گذاری را راه حل مناسب و مشروعی معرفی نمی‌کنند.

شیخ طوسی در صفحه ۱۶۱ جلد هفتم «تهذیب الاحکام» و شیخ صدوق در صفحه

۲۶۵ جلد سوم «من لایحضره الفقیه» و صفحه ۳۸۸ «توحید» از امام علی(ع) نقل

نموده‌اند:

«رفع الحديث إلى رسول الله(ص) أنه مرَّ بالمحتكرين فأمر بحكرتهم أن تخرج إلى بطون الأسواق و حيث تنظر الأبصار إليها، فقل لرسول الله(ص): لوقومت عليهم! فغضب رسول الله(ص) حتى عرف الغضب في وجهه، فقال: أنا أقوم عليهم؟! إنما السعير إلى الله يرفعه إذا شاء و يخفضه إذا شاء.»

«سخن به رسول خدا(ص) کشیده شد که وی به احتکارکنندگان برگذشت و فرمان داد تا آنچه را احتکار کرده‌اند به میان بازار آورده شود، به گونه‌ای که تماشاگران آن را ببینند. سپس به رسول خدا(ص) گفته شد: خوب بود، برای آنان قیمت تعیین می‌کردی! وی به خشم درآمد چندان که غضب در چهره‌اش نمود یافت و فرمود: من برای آنان قیمت تعیین کنم؟ قیمت‌گذاری تنها از آن خدا است؛ هرگاه خواهد، بالایش برد و هر گاه خواهد، پایینش آورد.»

کلینی در صفحه ۱۶۴ جلد پنجم «الکافی» و شیخ طوسی در صفحه ۱۵۹ جلد هفتم

«تهذیب الاحکام» مشابه این روایت را از امام صادق(ع) چنین نقل می‌کنند:

«نقد الطعام على عهد رسول الله(ص)، فاتاه المسلمون فقالوا: يا رسول الله، قد نفذ الطعام و لم يبق منه شيء إلا عند فلان، فمره يبيعه الناس. قال: فحمد الله و أتى عليه، ثم قال: يا فلان، إن المسلمين ذكروا أن الطعام قد نفذ إلا شيئاً عندك، فأخرجه و بعه كيف شئت، ولا تحبسه.»

«در دوران پیامبر خدا(ص)، یک بار خوراک نایاب شد. مسلمانان نزد وی آمدند و گفتند: ای رسول خدا، خوراک نایاب شده و هیچ چیز از آن باقی نمانده، مگر نزد فلانی؛ او را فرمان ده تا آن را به مردم فروشد. {راوی} گفت: پس، پیامبر سپاس و ستایش خدای را به‌جای آورد و سپس فرمود: ای فلانی! مسلمانان گفته‌اند که خوراک نایاب شده جز مقداری که نزد تو است؛ پس آن را برون آور و هرگونه که خواهی بفروش و آنرا دربند نکن.»

سند این دو روایت معتبر است و به‌وضوح دلالت می‌کند که پذیرش قیمت بازار در اسلام به‌هیچ‌وجه به‌معنای عدم مسئولیت دولت در سالم‌سازی بازار و تنظیم اختلالات آن نیست. از این‌رو دولت اسلامی موظف است در صورت مشاهده احتکار یا هرگونه عامل اخلاص‌کننده‌ای که عملکرد صحیح و آزاد بازار را در معرض تهدید قرار دهد با آن مقابله کند. چنانکه پیامبر اکرم(ص) با پدیده احتکار مبارزه کردند. اما با این‌حال همین روایات، حتی در چنین شرایطی نیز قیمت‌گذاری حاکم را روا نمی‌دارند و وظیفه

دولت را تنها محدود به برطرف نمودن عوامل آسیب‌زا می‌دانند. تنها روایتی که ممکن است مستند جواز قیمت‌گذاری دولت پنداشته شود، فرمان امام علی(ع) به مالک اشتر در نهج‌البلاغه (نامه ۵۳) است که وی را مأمور به برقراری قیمت‌های عادلانه می‌نماید. در این فرمان آمده است:

«فَمَنْعَ مِنَ الْإِحْتِكَارِ؛ فَإِنَّ رَسُولَ اللَّهِ (ص) مَنَعَ مِنْهُ. وَلِيَكُنَّ الْبَيْعُ بَيْعاً سَمِحاً؛ بِمَوَازِينِ عَدْلِ، وَأَسْعَارٍ لَا تُجْجِفُ بِالْفَرِيقَيْنِ»

«پس، از احتکار بازدار که رسول خدا(ص) آن را منع فرمود. باید خرید و فروش آسان و بر موازین عدل باشد با قیمت‌هایی که نه به فروشنده زیان رساند و نه به خریدار.»

اما این روایت نیز بر جواز قیمت‌گذاری حاکم دلالت نمی‌کند. بلکه مضمون آن چنانکه خود امام(ع) تصریح می‌نمایند، تأکید بر سنت رسول خدا(ص) در پیشگیری از احتکار است. امام(ع) قیمت عادلانه را قیمتی می‌دانند که نه به فروشنده ظلم شود و نه به خریدار؛ ولی راهکار رسیدن به چنین قیمتی را مبارزه با عوامل آسیب‌زای بازار مانند احتکار و سالم‌سازی آن از وجود این اختلالات و فراهم آوردن زمینه‌هایی می‌دانند که کالا به قیمت طبیعی خود عرضه شود. به همین جهت امام به وی فرمان نداده تا قیمت‌ها را پایین آورد؛ بلکه خواهان کنترل غیرمستقیم قیمت‌ها از طریق منع احتکار شده‌اند.

روایت دیگری که برداشت ما از این روایت را تأیید می‌کند. فرمان امام (ره) به «رفاعه بن شداد» است که می‌فرمایند:

« انه عن الحكره فمن ركب النهي فأوجعه ثم عاقبه باظهار ما احتكر»

« از احتکار نهی کن، پس هر کس که مرتکب تخلف گردید او را دردناک گردان، سپس با اجبار به آشکار کردن کالای احتکار شده او را مجازات کن » (نوری، ۱۴۰۷، ج ۱۳، ص ۲۲۷ ح ۱۵۳۴۶).

نعمان‌بن محمد در صفحه ۳۶ جلد دوم «دعائم الاسلام» روایتی از امام صادق(ع) نقل می‌کند که در آن ضمن تصریح به خودداری امام علی(ع) از قیمت‌گذاری، به نمونه دیگری از این نوع کنترل‌ها اشاره شده است:

«الإمام الصادق(ع) - حين سئل عن التسعير - : ما سَعَرَ أمير المؤمنين(ع) على احدٍ، ولكن من نَقَصَ عن بيع الناس قيل له: بع كما يبيع الناس و إلا فارتفع من السوق، إلا ان يكون طعامه أطيب من

طعام الناس»

«امام صادق(ع) - در پاسخ سؤالی دربارهٔ قیمت‌گذاری: امیرالمؤمنین (ع) برای هیچ کسی قیمت‌گذاری نکرد؛ اما هر کسی در مقایسه با معاملات {رایج} مردم، فروگذاری می‌کرد، به وی گفته می‌شد: همان‌گونه که مردم خرید و فروش می‌کنند، عمل کن؛ وگرنه از بازار کناره‌گیر! مگر آنکه خوراک (و کالای وی) بهتر از خوراک (و کالای) دیگران بود».

بدین ترتیب در میان نصوص، مستندی برای فتوا به جواز قیمت‌گذاری دولت وجود ندارد؛ بلکه بر عکس این نصوص حتی در شرایط احتکار و انحصار نیز اجازه چنین کاری را به دولت نمی‌دهند. ممکن است گفته شود عدم جواز تعیین قیمت موجب می‌شود که محتکر کالای خود را به قیمتی به فروش بگذارد که کسی حاضر به خرید آن نباشد و از این طریق به هدف خود برسد. پاسخ این است که در این صورت این عمل نوعی احتکار محسوب می‌شود و حاکم موظف است از راه‌های مناسب مانند تعزیرات حکومتی از عمل او جلوگیری نماید.

مسئله‌ای که باقی می‌ماند این است که اگر محتکر برای کالای خود قیمت ظالمانه‌ای تعیین نماید که موجب ضرر رساندن به خریداران شود، آیا می‌توان گفت نصوص عدم جواز قیمت‌گذاری از شمول چنین موردی انصراف دارد و در این صورت، چنانکه از فرمان امیرالمؤمنین (ع) به مالک اشتر نیز استفاده می‌شود، دولت موظف است با تعیین قیمت عادلانه، از اجحاف به خریداران جلوگیری نماید.

در پاسخ این مسئله باید گفت: تردیدی نیست که اصولاً فلسفه وجودی دولت برقراری عدالت و جلوگیری از وقوع ظلم است و از فرمان امیرالمؤمنین(ع) نیز استفاده می‌شود که آزاد گذاشتن عرضه‌کنندگان در احتکار و بالا بردن قیمت‌ها، از مصادیق ظلم است که دولت مکلف به مبارزه با آن شده است. اما نخست: چنین فرضی خارج از شمول روایات نیست؛ زیرا پاره‌ای از روایاتی که گذشت در موردی بیان شده بود که کالا به‌طورکلی در بازار کمیاب شده بود و فقط یک نفر آن کالا را در اختیار داشت که می‌توانست هرگونه قیمتی را برای کالای خود تعیین کند و مردم نیز از پیامبر اکرم(ص) تقاضای قیمت‌گذاری نمودند، با این حال آن حضرت به‌شدت از سخن آنان ناراحت شد و از قیمت‌گذاری امتناع فرمود. دوم: سنت پیامبر اکرم(ص) نشان می‌دهد،

راه حل مناسب جلوگیری از این ظلم فراهم نمودن زیرساختها و ساختار مناسب و کارآمد بازار و... کنترل غیرمستقیم قیمت با روشهایی مانند تنظیم بازار از طریق خرید کالا در هنگام وجود مازاد عرضه و فروش آن در مواقع کمیابی کالا در بازار، منع احتکار، منع انحصار، اتخاذ سیاستهای مؤثر توزیع درآمد و توزیع مجدد درآمد به منظور جلوگیری از به وجود آمدن قطبهای ثروت، مبارزه با رباخواری و رانت خواری و روشهای اخلاقی و... است. سوم: بر فرض اینکه دولت بخواهد نسبت به تعیین قیمت کالا اقدام کند، این کار نیازمند اطلاعات دقیقی از هزینه تمام شده کالا برای عرضه کننده است و چنانکه در بررسی نظریه های کنترل قیمت و کنترل انحصارگر در علم اقتصاد مشاهده نمودیم در عمل به دست آوردن چنین اطلاعاتی برای دولت مشکل است و ممکن است اقدام دولت به زیان تولیدکننده تمام شود و تجربه دولتها نیز موفقیت چنین سیاستی را نشان نداده است.

با این حال چنانچه دولت بتواند براساس اطلاعات دقیق، قیمت عادلانه را تشخیص دهد و برای جلوگیری از ظلم به خریداران نیز راه دیگری به جز قیمت گذاری باقی نمانده باشد، در این صورت با استفاده از عناوین ثانویه مانند قاعده لاضرر می توان قیمت گذاری را برای دولت تجویز نمود. اما باید توجه داشت که تحقق چنین شرایطی بسیار نادر و محدود به مواردی مانند زمان جنگ است و چنین راهحلی شاید ساده ترین راهحل باشد ولی هیچگاه نمی تواند صحیح ترین راهحل به حساب آید.

## ۷. نتیجه گیری

در این مقاله با بررسی مسئله چگونگی تعیین قیمت مبادله و کنترل قیمتتها توسط دولت در فقه و اقتصاد به نتایج زیر دست یافتیم:

الف. اقتصاددانان درباره عوامل مؤثر بر تعیین قیمت مبادله نظریه های مختلفی ارائه کرده اند. نظریه رایج، قیمت مبادله را معلول برآیند عرضه و تقاضای بازار می داند.

ب. قیمت گذاری، یکی از راهحلهای سیاستهایی است که اقتصاددانان برای کنترل قیمتتها در شرایط انحصار و تورم ارائه نموده اند ولی این راهحل در عمل توفیق چندانی

نداشته است.

ج. براساس روایات، در شرایط طبیعی هرکالایی قیمتی دارد که برخاسته از زمینه‌های واقعی ایجاد و تولید آن کالا و حالت طبیعی بازار است و چنانچه عوامل غیرطبیعی به‌میان نیایند، همین قیمت در بازار رواج می‌یابد. این قیمت به‌عنوان قیمت خدایی معرفی شده است.

د. فقیهان دربارهٔ جواز یا عدم جواز قیمت‌گذاری حاکم (دولت) سه نظریه مختلف ارائه کرده‌اند. این سه نظریه در اینکه در شرایط عادی، اصل بر عدم دخالت دولت در قیمت‌هاست اتفاق نظر دارند. اما گروهی از فقیهان در شرایط خاصی تعیین قیمت توسط دولت را مجاز شمرده‌اند.

ه. در شرایط غیرطبیعی مانند وجود احتکار، انحصار، تورم و... دولت موظف است با عوامل آسیب‌زا مبارزه و زمینه‌های فعالیت سالم بازار را فراهم نماید. اما از بررسی نصوص، شواهدی برای تأیید فتوا به جواز قیمت‌گذاری حاکم پیدا نشد.

و. هرچند که برخی از فقیهان با استناد به ادله عناوین ثانویه مانند قاعدهٔ لاضرر، فتوا به جواز قیمت‌گذاری داده‌اند؛ اما امروزه تشخیص مصداق این قاعده نیازمند اطلاعات دقیقی دربارهٔ هزینه‌های تولیدکننده است که به‌راحتی میسر نیست. در عمل سیاست‌های کنترل انحصارگر از طریق قیمت‌گذاری و سیاست قیمت‌گذاری به‌منظور کنترل تورم و اهداف توزیعی توفیق چندانی نداشته است و در بلندمدت موجب انحراف در تخصیص بهینه عوامل تولید، عدم تعادل در بازار، نهادینه شدن تورم، تشدید نابرابری در توزیع درآمد و.. نیز شده است.

## منابع و مأخذ

۱. ابن اثیر، الجزری علی بن ابی‌الکرم (۱۴۱۵)، *اسد الغابه فی معرفه الصحابه*، دارالکتب العلمیه، بیروت، الطبعة الاولى.
۲. ابن ماجه، محمد بن یزید (۱۳۹۵)، *سنن ابن ماجه*، داراحیاء التراث، بیروت، الطبعة الأولى.
۳. ابوداود سلیمان بن اشعث، *سنن ابی داود*، داراحیاء السنه النبویه، بیروت.
۴. برانسون، ویلیام (۱۳۷۴)، *تئوری و سیاستهای اقتصاد کلان*، مترجم: عباس شاکری، تهران، نشرنی.
۵. الترمذی، محمد بن عیسی، *سنن الترمذی*، داراحیاء التراث، بیروت.
۶. تفضلی، فریدون (۱۳۵۶)، *تاریخ عقاید اقتصادی*، تهران، دانشگاه ملی ایران.
۷. التمیمی المغربی، نعمان بن محمد (۱۳۸۹)، *دعائم الاسلام و ذکر الحلال و الحرام والقضایا و الاحکام*، دارالمعارف، مصر، الطبعة الثالثة.
۸. التوحیدی، محمد علی (۱۴۱۲)، *مصباح الفقاهه*، دارالهادی، الكويت، الطبعة الاولى.
۹. توکلی، احمد (۱۳۸۰)، *بازار، دولت، کامیابی‌ها و ناکامی‌ها*، تهران، سمت.
۱۰. حسنی، عباس، مقاله «السیاسیه المالیه للدوله الاسلامیه»، مجموعه مقالات اقتصادی گردآوری شده در پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۱۱. الحسینی العاملی، محمد جواد، *مفتاح الکرامه*، مؤسسه آل‌البیت لاحیاء التراث، قم.
۱۲. الخطیب بغدادی، احمد بن علی، *تاریخ بغداد أو مدینه السلام*، مکتبه السلفیه، المدینه المنوره.
۱۳. الخمینی، روح‌الله (۱۳۷۶)، *کتاب البیع*، مؤسسه تنظیم و نشر آثار الامام الخمینی، قم.
۱۴. الدارمی، عبدالله بن عبدالرحمن (۱۴۱۲)، *سنن الدارمی*، دارالقلم، بیروت، الطبعة الأولى.
۱۵. السمرقندی نصر بن محمد (۱۴۱۳)، *تنبيه العاقلین*، دار ابن کثیر، بیروت، الطبعة الأولى.
۱۶. الشریف الرضی محمد بن الحسین، *نهج البلاغه* (من کلام امیرالمؤمنین (ع)).
۱۷. شمس‌الدین محمد مهدی (۱۹۹۸)، *الاحتکار فی الشریعه الاسلامیه*، بیروت، الموسسه الدولیه، الطبعة الثانيه.
۱۸. الصدر، سید محمد باقر (۱۳۵۰)، *اقتصاد ما*، ترجمه محمد کاظم موسوی، جلد اول انتشارات

برهان اسلامی

۱۹. الصدوق محمد بن علی (۱۳۹۸)، *التوحید*، مؤسسه النشر الاسلامی، قم، الطبعة الأولى.
۲۰. الصدوق محمد بن علی، *من لا یحضره الفقیه*، مؤسسه النشر الاسلامی، قم، الطبعة الثانية.
۲۱. الطوسی محمد بن الحسن (۱۴۰۱)، *تهذیب الاحکام فی شرح المقنعه*، دارالتعارف، بیروت، الطبعة الأولى.
۲۲. فلیکس پاکرت (۱۳۷۱)، *سیاست های قیمت گذاری در کشورهای در حال توسعه*، ترجمه دکتر احمد جعفری صمیمی، دانشگاه مازندران
۲۳. پیتر، کالوو؛ فری راگ، ژنو (۱۳۷۸)، *اقتصاد خرد*، مترجم حمید رضا ارباب، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.
۲۴. الکلینی محمد بن یعقوب (۱۴۰۱)، *الکافی*، دارصعب و دارالتعارف، بیروت، الطبعة الأولى.
۲۵. گلریز حسن (۱۳۶۸)، *فرهنگ توصیفی لغات و اصطلاحات علوم اقتصادی*، مرکز آموزش بانکداری، چاپ اول.
۲۶. محمدی الری شهری محمد (۱۳۸۲)، *توسعه اقتصادی بر پایه قرآن و حدیث*، مترجم سید ابولقاسم حسینی، قم، مؤسسه علمی- فرهنگی دارالحدیث، چاپ اول.
۲۷. مطهری مرتضی (۱۴۰۳)، *بررسی اجمالی مبانی اقتصاد اسلامی*، انتشارات حکمت
۲۸. منتظری حسینعلی (۱۴۰۸)، *دراسات فی ولایه الفقیه و فقه الدوله الاسلامیه*، قم، المرکز العالمی للدراسات الاسلامیه.
۲۹. منتظری حسینعلی، ۱۳۶۷، «*احتکار و قیمت گذاری*» ترجمه محمدی گیلانی، انتشارات کیهان، چاپ اول
۳۰. نوری حسین، (۱۴۰۷) *مستدرک الوسائل*، قم، مؤسسه آل البيت الاحیاء التراث، الطبعة الاولى