

Contemporary Economic Law and Jurisprudence: Pricing of Goods and Services from the Perspective of Islamic Jurisprudence; Emphasizing the Position of Risk and the Passage of Time

Seyyed Ehsan Rafiei Alavi*
Mohaammad Sadegh Zoghi**

Received: 30/11/2019
Accepted: 17/05/2020

Abstract

Although the process of pricing goods and services is an economic process, but the components involved in it are in a way that necessitates the discussion of jurisprudential issues and dimensions. There are significant challenges in pricing; For example, are the government and the decision-making institutions and the Islamic government allowed interfering in pricing or not? What are the general pricing lines in Imami jurisprudence? Do risk and passage of time affect the pricing of goods and services or not? These are fundamental questions in the field of pricing that this study has sought to answer these questions and its findings are that in principle, governments are allowed to intervene. They do not have pricing except in cases of emergency, famine and hoarding. Pricing in Imami jurisprudence is subject to two models of economic justice and economic security. Regarding the impact of risk and time, it should be noted that the risk of production and sales will not have an effect on price increases, but time will be effective.

Keywords

Jurisprudence, Pricing, Government, Jurisprudence, Risk, Time.

* Assistant Professor of the Department of Jurisprudence, Baqer al Uloom University, Qom, Iran (Corresponding Author), rafiealavy272@mailfa.com

** PhD Student in Jurisprudence and Fundamentals of Islamic Law, University of Tehran and Researcher at the Center for Ideation of Islamic Humanities, Tehran, Iran, zoghims.313@gmail.com

حقوق و فقه مقارن اقتصادی: قیمت‌گذاری کالا و خدمات از منظر فقه اسلامی با تأکید بر جایگاه ریسک و مرور زمان

سید احسان رفیعی علوی*

محمدصادق ذوقی**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۹/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۲۸

چکیده

فرآیند قیمت‌گذاری کالا و خدمات، هرچند یک فرآیند اقتصادی می‌باشد ولی مؤلفه‌های دخیل در آن به نحوی می‌باشد که ضرورت بحث از مسائل و ابعاد فقهی را ایجاب می‌کند. در قیمت‌گذاری، چالش‌های مهمی وجود دارد؛ به‌عنوان مثال آیا اصولاً دولت و نهادهای تصمیم‌گیرنده و حکومت اسلامی جواز دخالت در قیمت‌گذاری را دارند یا خیر؟ خطوط کلی قیمت‌گذاری در فقه امامیه به چه صورت می‌باشد؟ آیا ریسک و مرور زمان در قیمت‌گذاری کالا و خدمات تأثیر دارد یا خیر؟ این سؤال‌ها، سؤال‌های اساسی می‌باشند که در حوزه قیمت‌گذاری مطرح می‌باشند که این پژوهش پاسخ به این مسائل را وجه همت خود قرار داده است و یافته‌های آن از این قرار می‌باشد که اصولاً دولت‌ها جواز دخالت در قیمت‌گذاری را ندارند مگر در موارد اضطرار، قحطی و احتکار. قیمت‌گذاری در فقه امامیه تابع دو الگوی عدالت اقتصادی و امنیت اقتصادی می‌باشد. در مورد تأثیر ریسک و مرور زمان نیز باید بیان کرد که ریسک تولید و فروش، تأثیری در افزایش قیمت نخواهند داشت ولی مرور زمان مؤثر خواهد بود.

واژگان کلیدی

فقه الاقتصاد، قیمت‌گذاری، دولت، فقه، ریسک، مرور زمان.

* استادیار گروه فقه مضاف، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، قم، ایران (نویسنده مسئول)

rafiealavy272@mailfa.com

** دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه تهران و پژوهشگر مرکز ایده پردازی علوم انسانی

zoghims.313@gmail.com

اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

بدون شک امروزه اقتصاد یکی از مهم‌ترین جلوه‌های زندگی انسان می‌باشد و بسیاری از رفتارها و کنش‌های فردی و اجتماعی او و حتی گرایش‌ها و علایق انسانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ از انتخاب رشته و محل سکونت گرفته تا بسیاری از رفتارهای کلان و تأثیرگذار اجتماعی مانند نحوه حضور در عرصه‌ی انتخابات و...، همگی برآمده از نوع گرایش‌ها و نگرش‌های اقتصادی می‌باشد.

در بین مسائل اقتصادی، یکی از مهم‌ترین مباحث، نظریه قیمت و ارزش‌گذاری می‌باشد (اوت، و بیضائی، ۱۳۶۷، ص. الف) و اهمیت این موضوع در چارچوب مباحث اقتصادی به حدی می‌باشد که هر تحول و پیشرفتی در آن به سرعت بر سایر زمینه‌های نظری و عملی علم اقتصاد تأثیر می‌گذارد و آن را نیز متحول می‌کند (اوت و دیگران، ۱۳۶۷، ص. الف).

علاوه بر تأثیرهای نظری و بنیادینی که نظریه ارزش‌گذاری در علم اقتصاد و علوم مشابه دارد، واقعیت خارجی نیز به نحوی است که مکانیزم ارزش‌گذاری بر کالا و خدمات منشأ اختلاف‌ها و نابسامانی‌های فراوانی در عرصه‌ی حقوق و اقتصاد شده است؛ از جهتی فروشندگان و تولیدکنندگان کالا و خدمات درصدد هستند که سود فعلی خود را به حداکثر برسانند، سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص دهند (مجاهدی نسب، ۱۳۸۴، ص. ۷) و درعین‌حال، خریداران نیز درصدد هستند که کالاهای موردنیاز خود را به قیمت هر چه کمتر خریداری کنند و هزینه کمتری پردازند و دراین‌بین اتفاق ناگواری که می‌افتد این است که چه بسیار کالاهای مرغوب و مقرون‌به‌صرفه‌ای که به دلیل ارزش‌گذاری غیر کارشناسی، از بین رفته‌اند و موجب خسارت‌هایی به تولیدکنندگان شده‌اند (مجاهدی نسب، ۱۳۸۴، ص. ۷). توجه عمیق و دقیق به مسئله قیمت‌گذاری و ارائه یک الگوی جامع و کارآمد در این زمینه ثمرات بسیار قابل‌توجهی خواهد داشت، مانند نهادینه شدن اعتماد بین تجار، جذب سرمایه‌های

خارجی، اجرای هر یک از متعاملین به تعهدات خویش، کاهش بیکاری و ارتکاب جرم (علی پور و یوسف نژاد، ۱۳۸۸ الف، ص. ۱۰۸) و در یک کلمه، تحقق عدالت و امنیت اقتصادی، منوط به داشتن یک الگو جامع و کارآمد در زمینه ارزش‌گذاری کالا و خدمات می‌باشد.

علاوه بر این، دعاوی بسیاری در دادگاه‌های عمومی حول موضوع اختلاف در ارزش‌گذاری بین اصناف، شورای رقابت و سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان جاری می‌باشد که منشأ اختلاف و دعوی نیز همین امر ارزش‌گذاری و کم کیف آن می‌باشد، از طرفی اصناف مختلف برای حفظ و افزایش سود شرکت‌ها و کارخانه‌های متبوع خود درصدد افزایش قیمت می‌باشند و درعین حال سازمان‌هایی مانند سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان با این امر مخالفت می‌کنند و به‌طور مختصر نیز اشاره شود که منشأ اصلی این اختلاف‌ها، ارزش‌گذاری انحصاری می‌باشد که تولیدکنندگان به آن امر مبادرت می‌کنند و پرواضح است که در شرایط قیمت‌گذاری انحصاری، منافع یک‌طرفه تولیدکننده لحاظ می‌شود، همین امر منشأ اختلاف می‌شود.

از سوی دیگر مرجع رفع این اختلافات و پاسخ به این مسائل، دو دانش اقتصاد و حقوق می‌باشد که دانش حقوق با تحدید حقوق و تکالیف دولت، مردم و تولیدکنندگان به‌صورت کلی و دانش اقتصاد با بررسی مسائل و مصادیق به‌صورت جزئی و مصداقی و این‌که کدام الگوی ارزش‌گذاری به عدالت نزدیک‌تر است و مقدمات رفع این اختلاف‌ها را فراهم می‌کند، وارد می‌شوند و این تعامل حقوق و اقتصاد در حل مسئله، مبتنی بر سنت و ادله اسلامی می‌باشد و ملاحظیات اسلامی و فقهی در هر دو این مسائل لحاظ می‌شود.

در این پژوهش درصدد هستیم مسئله ارزش‌گذاری کالا و خدمات را مبتنی بر فقه اسلامی موردبررسی و مذاقه قرار دهیم. با این توضیح که الگوی مطلوب ارزش‌گذاری کالا و خدمات را بر اساس فقه اسلامی تبیین نماییم، درعین حال به مبادی و مؤلفه‌های

دخیل در مکانیزم ارزش‌گذاری اشاره و نحوه و علت مداخله این مؤلفه‌ها را بیان می‌کنیم و در نهایت، درصد ارائه الگویی مطلوب برای ارتقا گفتمان فقه اقتصاد ارائه نماییم. از این رو، سؤالات زیر در این پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرند:

۱- خطوط کلی قیمت‌گذاری در فقه امامیه به چه صورت است (بخش اول پژوهش)؟

۲- برای طراحی الگوی کارآمد تعامل فقه و اقتصاد برای بازشناسی جایگاه ریسک و مرور زمان در قیمت‌گذاری چه مؤلفه‌هایی دخیل است (بخش دوم پژوهش)؟

۳- تأثیر ریسک و مرور زمان در قیمت‌گذاری در فقه امامیه به چه صورت است (بخش سوم پژوهش)؟

گفتنی است پژوهش حاضر مسئله ارزش‌گذاری را با تأکید بر دو مسئله مرور زمان و ریسک پی‌جویی می‌کند؛ و علت تأکید بر این دو مؤلفه از این جهت می‌باشد که در نظام اقتصادی روز، مرور زمان و ریسک را دخیل در ارزش‌گذاری می‌داند و برای آن اهمیت فراوانی قائل هستند، به‌خصوص در چند دهه اخیر به دلیل پیچیده‌تر شدن مبادلات اقتصادی، درحالی‌که جواز چنین امری در فقه امامیه مورد تردید می‌باشد که درصد بررسی و پاسخ به این مسئله هستیم.

در باب ضرورت پژوهش حاضر باید بیان کرد که همان‌طور که پیش‌تر نیز ذکر شد، در اقتصاد فعلی که مبتنی بر اقتصاد آزاد فعالیت می‌کند، طرفین درصد بیشینه کردن سود خود می‌باشند که در این فرآیند، در موارد انحصاری فعالیت‌های تولیدی، وضع قیمت‌های نامتعارف، اقتصاد را با مشکلاتی مواجه می‌سازد که در این فرآیند، تبیین خطوط کلی قیمت‌گذاری در اندیشه اسلامی ضرورت قابل ملاحظه‌ای دارد که این پژوهش این مهم را بر عهده دارد. از جهت دیگر، در بین نهادهای تصمیم‌گیرنده دولتی و حکومتی، در باب قیمت‌گذاری اختلاف نظر قابل ملاحظه‌ای وجود دارد که در این مورد نیز تبیین دیدگاه اندیشه اسلامی از اهمیت قابل ملاحظه‌ای برخوردار می‌باشد.

نکته مهمی که وجود دارد این است که منشأ بسیاری از این اختلافها، تأثیر یا عدم تأثیر ریسک و مرور زمان در قیمت‌گذاری کالا و خدمات بوده است که در تمام این فرآیند، پژوهش حاضر بررسی این مؤلفه‌ها را مد نظر دارد و با توجه به اهمیت و ضرورت مسائل مذکور، تبیین این مؤلفه‌ها بر اساس اندیشه اسلامی ضرورت قابل ملاحظه‌ای دارد.

۱. ضرورت عدم دخالت حکومت در قیمت‌گذاری در حالت اولیه

گاهی اوقات بالا رفتن قیمت‌ها مردم را به این فکر می‌انداخت که به رسول گرامی اسلام (ص) مراجعه نمایند و از حضرت بخواهند ایشان در جایگاه حاکم اسلامی با انجام قیمت‌گذاری و تعیین قیمت‌ها در معاملات، مانع از نوسانات قیمت‌ها شوند. حضرت از این کار خودداری می‌نمودند و آن را نوعی بدعت می‌شمردند. از این‌رو بسیاری از فقها معتقدند در حالت اولیه و حتی در حالت‌های بحرانی نیز تعیین قیمت‌ها بر عهده دو طرف معامله (و بازار معامله‌گران) است و حاکم اسلامی حق تعیین قیمت را ندارد ولی برخی از فقها در حالت‌ها و وضعیت‌های خاص بحرانی، برای حاکم اسلامی حق قیمت‌گذاری قائل شده‌اند. بنابراین همه فقها معتقد هستند که در شرایط عادی تعیین قیمت‌ها بر عهده دو طرف معامله‌گر و بازار معامله‌گران است (موسویان، ۱۳۹۰، ص. ۱۲۱).

حال به بیان روایات عدم جواز قیمت‌گذاری توسط حاکم اسلامی پرداخته و سپس نظرات برخی فقها پیرامون قیمت‌گذاری در شرایط خاص و بحرانی را مرور می‌نماییم.

۱-۱. روایات عدم جواز تعیین قیمت‌ها توسط حاکم

روایت اول. از امیرالمؤمنین علی (ع) نقل شده که رسول گرامی اسلام (ص) نزد محترکان آمدند و از آنان خواستند تا کالاهایشان را به بازار بیاورند. ناگهان توجه مردم به حضرت جلب شد و از ایشان خواسته شد که حضرت قیمت‌ها را نیز تعیین فرمایند. حضرت عصبانی شدند تا جایی که خشم در چهره ایشان آشکار گردید. پس حضرت با

تعجب فرمودند «من قیمت‌ها را تعیین کنم؟» همانا تعیین قیمت‌ها بر عهده خداوند است هرگاه خواست آن‌ها را بالا برده و هرگاه خواست پایین می‌آورد. (طوسی، ۱۴۰۷ق، ج ۷، ص. ۱۶۲). بر اساس این روایت، پیامبر گرامی اسلام (ص) قیمت‌گذاری و تحمیل قیمت توسط حاکم اسلامی بر معامله‌گران را نوعی بدعت شمرده‌اند و برای خود به‌عنوان حاکم اسلامی حق تعیین قیمت در معاملات را حتی در شرایط کمبود و قحطی قائل نشده‌اند. بنابراین مشخص است که به طریق اولویت در شرایط عادی حاکم اسلامی نباید به تعیین قیمت‌ها پردازد.

روایت دوم. از امام صادق (ع) نقل شده که در زمان رسول خدا (ص) طعام نایاب شد. پس مسلمانان به نزد حضرت آمدند و گفتند: «ای رسول خدا، همانا طعام نایاب شده و چیزی از طعام نمانده مگر در نزد فلانی. پس او را امر کنید که آن را بفروشد». حضرت پس از حمد و ثنای الهی فرمودند: «ای فلانی (ای صاحب طعام) مردم می‌گویند غیر از طعامی که در نزد تو است، دیگر طعامی باقی نمانده. پس برو و طعامت را خارج کن و هرگونه که خواستی بفروش ولی آن را حبس نکن» (طوسی، ۱۴۰۷ق، ج ۷، ص. ۱۵۹). در این روایت شریف نیز رسول گرامی اسلام فقط از محتکر خواسته‌اند که طعامش را عرضه کند و به‌صورت مشخص و واضح تعیین قیمت‌ها را بر عهده وی گذاشته‌اند. عبارت «وَبَعَهُ كَيْفَ شِئْتِ وَلَا تَحْبِسْهُ» یعنی «طعامت را حبس نکن و آن را هرگونه که خواستی بفروش» حکایت از آن دارد که تعیین قیمت بر عهده معامله‌گران است و در شرایط بحرانی حاکم اسلامی فقط حق دارد محتکر را مجبور به عرضه کالا کند و حق ندارد قیمت کالاها را نیز تعیین نماید.

روایت سوم. از رسول گرامی اسلام (ص) نقل شده که فردی از حضرت درخواست نمود تا ایشان قیمت‌ها را تعیین فرمایند زیرا قیمت‌ها دائماً بالا و پایین می‌روند. حضرت فرمودند نمی‌خواهم خداوند را در حالی ملاقات کنم که بدعتی ایجاد کرده باشم که در مورد آن خداوند متعال دستوری به من نداده باشد. پس بندگان خدا را رها

کنید تا با کمک یکدیگر روزی بخورند و هنگامی که به شما نصیحتی شد، پس اجابت کنید (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص. ۴۳۱). در این روایت شریف نیز رسول گرانقدر اسلام (ص) تعیین قیمت‌ها را توسط حاکم اسلامی نوعی بدعت شمرده‌اند و تصریح نموده‌اند که خداوند متعال دستوری بر تعیین قیمت‌ها توسط حاکم اسلامی صادر نفرموده است.

۲-۱. نظرات فقها پیرامون عدم جواز تعیین قیمت‌ها توسط حکومت در شرایط عادی

تمامی فقها معتقد هستند حاکم اسلامی در شرایط عادی حق تعیین قیمت‌ها را ندارد ولی در خصوص جواز قیمت‌گذاری توسط حاکم اسلامی در شرایط خاص دو نظر مطرح است:

الف) اکثر فقیهان با استناد به روایات عدم جواز قیمت‌گذاری معتقدند حتی در شرایط خاص چون احتکار، قیمت‌گذاری از سوی حاکم اسلامی ممنوع است و صاحب کالا حتی محتکر، به هر قیمتی که خواست می‌تواند کالای خود را بفروشد. برای مثال شیخ طوسی در مبسوط می‌نویسند: برای امام و نایب ایشان جایز نیست که بر کالاهای بازاریان قیمت‌گذاری کند، چه آن متاع گندم باشد یا غیر گندم و چه در زمان گرانی باشد یا ارزانی و خلافی در این مسئله نیست. (طوسی، ۱۳۸۷ق، ج ۲، ص. ۱۹۵) همچنین محقق حلی نیز در شرایع می‌نویسند: بر محتکر تعیین نرخ نمی‌شود. بعضی گفته‌اند که بر وی تعیین نرخ می‌شود، ولی اظهر عدم تعیین نرخ است (محقق حلی، ۱۴۰۸ق، ج ۲، ص. ۲۱).

ب) در نقطه مقابل نیز فقیهانی هستند که در شرایط عادی تعیین قیمت‌ها را بر عهده دو طرف معامله دانسته‌اند ولی با استناد به قواعد فقهی مانند قاعده لاضرر، در شرایط خاص، حق قیمت‌گذاری را برای حاکم اسلامی مجاز می‌شمارند. برای مثال شیخ مفید در مقنعه می‌فرماید: برای حاکم جایز است به آن‌گونه که مصلحت می‌بیند، بر کالاها نرخ‌گذاری کند. ولی طوری نباشد که باعث خسارت صاحبان کالا شود (مفید، ۱۴۱۳ق،

ص. ۹۶). صاحب مفتاح الکرامه از فقیهان زیادی نقل می‌کنند: در کتاب‌های وسیله، مختلف، ایضاح، دروس، لمعه، مختصر و تنقیح آمده است: در صورتی که محکمر در قیمت جنس اجحاف کند، نرخ معینی برای او تعیین می‌شود؛ زیرا تجاوز از حد متعارف، اضرار بر مشتری است و در شریعت اسلام اضرار نفی شده است (حسینی عاملی، ۱۴۱۹ق، ص. ۱۰۹).

شهید ثانی در مسالک بعد از حکم به اجبار محکمر بر فروش و عدم تعیین قیمت، می‌گویند: مگر در صورت اجحاف مالک، حاکم می‌تواند قیمت‌گذاری کند، وگرنه فایده‌ای در اجبار به فروش نیست؛ زیرا در صورت اجحاف مالک، اگر بگوییم حاکم نمی‌تواند نرخ‌گذاری کند، برای محکمر جایز خواهد بود قیمتی روی کالای خود بگذارد که مقدور مردم نیست و برای آنان زیان‌بار است و حال آنکه غرض از اجبار بر فروش، دفع ضرر از مردم است (شهید ثانی، ۱۴۱۳ق، ص. ۱۷۷).

آیت‌الله خویی پس از فتوا به جایز نبودن قیمت‌گذاری می‌گویند: آری؛ اگر فروشنده در قیمت‌گذاری اجحاف کند، چندان‌که گونه‌ای از احتکار شمرده شود، حاکم اسلامی از آن جلوگیری می‌کند تا مالک کالا به قیمت بازار یا قدری بیشتر که در حد توان خرید مردم باشد، آن کالا را بفروشد. مثلاً اگر بهای یک کیسه گندم صد فلس باشد و احتکار کننده آن را به دو دینار بفروشد، این کار نیز نوعی احتکار است، چنانکه پوشیده نیست (توحیدی، ۱۴۱۲ق، ص. ۵۰۰).

امام خمینی می‌گویند: قیمت‌گذاری ابتدائاً جایز نیست، ولی اگر فروشنده اجحاف کند، الزام می‌شود که قیمت را کاهش دهد وگرنه حاکم شرع او را وادار 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 هیچ‌کس نتواند آن را بخرد، بدون اشکال حاکم شرع حق

تصمیم‌گیری دارد و آن روایات شامل این حالت نمی‌شود (خمینی، ۱۳۷۵، ص. ۴۰۶؛ موسویان، ۱۳۹۰، صص. ۱۲۴-۱۲۶).

با توجه به مباحث انجام شده مشخص شد که بر اساس تعالیم فقه امامیه، در حالت عادی قیمت‌گذاری در عموم معاملات و از جمله معاملات به کار رفته در ساختار عقود با کارکرد تأمین مالی باید توسط خود معامله‌گران (تأمین مالی کننده و متقاضی تأمین مالی) انجام شود ولی در موارد ضرورت حاکم اسلامی می‌تواند رویه‌هایی برای قیمت‌گذاری معاملات و از جمله معاملات به کار رفته در ساختار عقود با کارکرد تأمین مالی تعیین نماید یا این‌که اقدام به قیمت‌گذاری نماید.

۲. خطوط کلی قیمت‌گذاری در فقه امامیه

قیمت‌گذاری نهایی بر کالا و خدمات برآمده از دو مؤلفه می‌باشد: مؤلفه اول، میزان هزینه‌هایی می‌باشد که تولیدکننده برای تولید کالا هزینه کرده است و حداقل قیمتی که برای کالا خود در نظر می‌گیرد و ممکن است در نظر بگیرد، قیمت به‌اندازه هزینه تولید است.^۱ مؤلفه دومی که در تعیین قیمت در قیمت‌گذاری دخیل می‌باشد، میزان سودی می‌باشد که تولیدکننده انتظار دارد از این تولید بهره‌مند شود. لذا مؤلفه‌ی متغیر در این فرایند، سود و روش بیشینه کردن آن می‌باشد که مبتنی بر این مسئله چند روش قیمت‌گذاری به وجود می‌آید:

یک. قیمت‌گذاری بر اساس نرخ‌های جاری (مجاهدی نسب، ۱۳۸۴، ص. ۵۰)؛ که در این روش تولیدکننده بر اساس نرخ‌های موجود در بازار و همچنین شرایط و کیفیتی که جنس عرضه‌شده دارد قیمتی را که هم فروش بیشتر و درعین‌حال سود بیشتر داشته باشد را تعیین می‌کند.

دو. قیمت‌گذاری بر اساس ذهنیت مخاطب: در این نوع قیمت‌گذاری تولیدکننده ابتدا با استفاده از تبلیغات و راهکارهای بازاریابانه مطلوبیت کالا را در ذهن مخاطب القا

می‌کند و مبتنی بر این ذهنیت ایجادشده، قیمت متناسب با این ذهنیت را تعیین می‌کند (مجاهدی نسب، ۱۳۸۴، ص. ۴۹).

برخی روش‌های دیگر قیمت‌گذاری مانند قیمت‌گذاری پیشنهاد (مناقصه/مزایده)، قیمت‌ویرانگر، قیمت‌گذاری بر اساس فایده مشتری (مجاهدی نسب، ۱۳۸۴) وجود دارد که فراتر از مقتضی این بخش است.

۱-۲. قیمت‌گذاری در حقوق خصوصی

در این نظریه، تأمین امنیت اقتصادی کنشگرهای اقتصادی از طریق تحقق مفهوم بازار آزاد در اقتصاد و سازوکارهای حقوق خصوصی (به معنای حضور حداقلی دولت در اقتصاد) در نظام حقوقی تأمین می‌شود.

در این نوع از بازار اقتصادی، قیمت‌ها در اثر روابط بین تقاضا و عرضه تغییر می‌کند و در مورد تولیدکنندگان یک نظام قیمت‌گذاری (اضافه بر هزینه تمام‌شده) حاکم است؛ بدین معنی که واحدهای تجاری ذی‌ربط قیمت فروش خود را از جمع قیمت تمام‌شده بعلاوه درصد معینی برای سود تعیین می‌کنند (رابینسون، ۱۳۶۵، ص. ۱۰۸).

از جهت دیگر در مورد سطح قیمت محصولات تولیدی صنایع باید بیان کرد که هزینه عمده در صنعت هزینه نیروی کار است لذا سطح قیمت محصولات تولیدی صنایع تحت تأثیر مناسبات نرخ دست‌مزد و کار آیی می‌باشد. (رابینسون، ۱۳۶۵، ص. ۱۰۸).

لازم به ذکر است که قیمت‌هایی که بدین‌صورت تعیین می‌شوند بدون اینکه هیچ تضمین برنامه‌ای برای مصرف‌کننده وجود داشته باشد او را از صحنه تعیین قیمت کنار می‌زند و او را بسیار محدود می‌کند و علاوه بر این، امروزه علاوه بر عوامل اساسی که ذکر شد، سیاست‌های دولت اعم از پولی، مالی و درآمدی در تعیین قیمت‌ها مؤثر می‌باشند و در واقع این سیاست‌ها در فرایند تصمیم‌گیری تولیدکنندگان و

مصرف‌کنندگان تأثیر قابل‌توجهی دارد و از این طریق وارد مکانیزم قیمت‌ها می‌شوند (عسگری، ۱۳۶۹، ص. ۶۴).

بنابراین مکانیزم‌هایی که در نظام اقتصادی سرمایه‌داری برای قیمت‌گذاری حاکم است، در مجموع به نحوی است که به سمت بیشینه کردن سود تولیدکنندگان می‌باشد. در مورد دخالت مسئله ریسک در قیمت‌گذاری در نظام سرمایه‌داری باید گفت که این نظام مسئله ریسک را به رسمیت می‌شناسد و دخیل در قیمت‌گذاری می‌داند و یکی از مؤلفه‌های مهم نظام سرمایه‌داری، وجود مؤلفه ریسک می‌باشد و این مسئله به حدی مهم و دخیل می‌باشد که برخی، یکی از عوامل بحران مالی سال ۲۰۰۸ را متأثر از این مسئله می‌دانند (منظور و حسینی، ۱۳۹۱، ص. ۳۴) و حتی برخی نظریات، با پیش‌فرض دانستن جواز وجود مسئله ریسک در این نظام اقتصادی، راهکارهایی برای مدیریت آن ارائه کرده‌اند که به‌عنوان مثال سعی شده است که ریسک را به‌صورت یک سازوکار، بین طرفین، تسهیم ضمنی کنند و بر طرفین ذی‌نفع و متعاملین تحمیل می‌شود (آرمان‌مهر، ۱۳۹۵، ص. ۱۷۳).

۲-۳. تعیین قیمت در نظام اقتصاد سوسیالیسم

در حقیقت منافع فردی که مورد تأکید و محور حق امنیت اقتصادی در نظریه حقوق خصوصی و نظام بازار بود؛ در این نظریه جای خود را به منافع عمومی داده است. تأمین امنیت اقتصادی و حق برخورداری از آن در این اندیشه رویکردی اجتماعی به خود گرفته است. در حقیقت مبارزه با انحصار در حقوق عمومی یکی از اساسی‌ترین ممیزه‌های حقوقی در نظریه منافع عمومی می‌باشد.

در مورد مکانیزم قیمت‌گذاری در این نظام اقتصادی باید بیان کرد که قیمت‌ها کم‌وبیش برنامه‌ریزی شده است و وابسته به دستگاه‌های برنامه‌ریزی می‌باشد (بتلهایم، ۱۳۵۸، ص. ۶۵) و مؤلفه اصلی دخیل در این قیمت‌گذاری در نزد نهادهای برنامه‌ریزی کننده، قواعد عینی اجتماعی می‌باشد (بتلهایم، ۱۳۵۸، ص. ۶۶) با این توضیح که در این

نظام اقتصادی قیمت‌ها در برنامه، جایگاه مشخصی دارند و قیمت‌ها بر اساس معیارهای پذیرفته‌شده که اغلب بسیار نزدیک به ارزش کار موجود در کالاها می‌باشد تعیین می‌گردد؛ تعیین قیمت‌ها در نظام‌های سوسیالیستی با برنامه‌ریزی متمرکز، قسمتی از امر برنامه‌ریزی محسوب می‌گردد. در نظام سوسیالیستی بنا به ضرورت امر برنامه‌ریزی قیمت‌ها و تعیین قیمت‌ها نیز جایگاه مشخص در این امر دارند و قیمت‌ها بر اساس برنامه و بر اساس ضوابط و ملاک‌های موردتوجه برنامه تعیین می‌گردند (عسگری، ۱۳۶۹، ص. ۶۶).

و اما در مورد اینکه دولت و نهادهای برنامه‌ریزی کننده بر اساس چه مؤلفه‌هایی مبادرت به برنامه‌ریزی و تعیین قیمت می‌کنند باید گفت که برای تعیین ارزش کالاها و خدمات، جمع هزینه‌های عوامل تولید که قیمت اجزا آنها هم توسط دولت تعیین گردیده است به اضافه درصدی از سود، پایه محاسبه قیمت‌ها را تشکیل می‌دهد (عسگری، ۱۳۶۹، ص. ۶۶).

۲-۳. قیمت‌گذاری در فقه امامیه

۲-۳-۱. تأسیس اصل

در این بخش درصدد هستیم که قیمت‌گذاری را در اندیشه اسلامی جایگاه شناسی کنیم که آیا اصولاً امر قیمت‌گذاری در شریعت و فقه یک امر قانونی است و بر عهده دولت و حکومت اسلامی می‌باشد و یا اینکه اصولاً بر عهده عرف و متعاملین می‌باشد و اصل بر این است که حکومت در این امر دخالت نداشته باشد مگر در شرایط غیرعادی و به‌عنوان حکم ثانوی مانند احتکار، مخمسه و مضیقه.

در پاسخ به این سؤال و تأسیس اصل شرعی در این موضوع باید به ادله شرعی رجوع کرد که در ادامه قول مختار و ادله آن ذکر می‌شود.

در مورد این مسئله اجماع بر این است که اصل اولی در قیمت‌گذاری، عرفی بودن این مسئله است و دولت و حکومت حق دخالت در این مسئله ندارد و ادله مختلفی بر

این امر ذکر می‌کنند، به عنوان مثال، برخی به قاعده تسلیط تمسک نموده‌اند و بیان می‌کنند که فقها این قاعده را برای اثبات مطلق تصرفات مالک در مال خود به کار می‌گیرند و آزادی افراد نسبت به اموال خود را اثبات می‌کنند و از آنجایی که تعیین قیمت بر کالای مالک با این آزادی عمل منافات دارد، بر اساس این قاعده، قیمت‌گذاری دولتی ممنوع خواهد بود (موسویان و بهاری‌قراملکی، ۱۳۸۹، ص. ۱۱۲). دلیل دیگری که ذکر می‌کنند، آیه ۲۹ سوره مبارکه نساء می‌باشد که می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ» (نساء: ۲۹)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اموال یکدیگر را به باطل نخورید، مگر آنکه تجارتي با تراضی از شما باشد. با این استدلال که بیان التزام به یک قیمت مشخص، منافات با رضایت طرفین دارد و نباید هیچ قیمتی به نحو الزامی بیان شود (موسویان و بهاری قراملکی، ۱۳۸۹، ص. ۱۱۲).

علاوه بر این ادله، برخی دیگر به روایات موجود در باب عدم ورود دولت در باب قیمت‌گذاری و یا روایات لزوم دخالت دولت در موارد اضطرار و احتکار استناد کرده‌اند؛ که در مورد دلالت این روایات و آیات مذکور و همچنین برخی ادله دیگری که ذکر شده است تردید وجود دارد.

بنابراین بهترین وجه و دلیلی که بر عرفی بودن مسئله قیمت‌گذاری می‌توان اقامه کرد، تقریر ائمه معصومین (ع) است، مسئله مبادله اقتصادی در تمام عصور و دوران حکومت پیامبر (ص) و حضرت امیر (ع) وجود داشت ولی در عین حال ایشان در مسئله قیمت‌گذاری ورود پیدا نمی‌کردند مگر در شرایط اضطراری. مردم به مبادله اقتصادی در جامعه می‌پرداختند و قیمت‌گذاری نیز توسط متعاملین انجام می‌شد و در عین حال، هیچ ردع و منعی از این روش وجود نداشت و در عین حال ائمه (ع) توان ردع و منع داشتند ولی با این وجود چون هیچ روایتی مبنی بر منع قیمت‌گذاری عرفی واصل نشده است،

دلالت بر این دارد که قیمت‌گذاری یک امر عرفی می‌باشد؛ بنابراین اصل اولی در شریعت اسلامی، عدم دخالت دولت و حکومت در امر قیمت‌گذاری می‌باشد.

۲-۳-۲. خطوط کلی قیمت‌گذاری

در ادامه به دو مؤلفه اساسی در امر قیمت‌گذاری در شریعت اسلامی اشاره می‌کنیم و وجه تبیین این دو مؤلفه از این باب است که فقه اسلامی با وجود اینکه قیمت‌گذاری را امری عرفی می‌داند ولی باین وجود لازم می‌داند که قیمت‌گذاری با لحاظ دو مؤلفه اساسی انجام شود و در صورت اختلال این دو مؤلفه می‌باشد که اصل اولی که عدم دخالت دولت در قیمت‌گذاری بود کنار گذاشته می‌شود و حکومت وارد میدان قیمت‌گذاری می‌شود:

الف) عدالت

یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های حیات بشری و به نوعی حلقه‌ی مفقوده‌ی زندگی فردی و اجتماعی انسان، عدالت و جنبه‌های مختلف این امر می‌باشد که لزوم این مؤلفه در قیمت‌گذاری نیز مشاهده و تأکید شده است. اهمیت این مؤلفه نه تنها در اندیشه اسلامی مورد تأکید قرار گرفته است بلکه در ادیان دیگر نیز از مؤلفه‌های اساسی تلقی می‌شود به عنوان مثال آگوستین، دانشمند قدیس مسیحی رعایت عدالت و رضایت طرفین را شرط صحت معامله دانسته تصریح می‌کرد که در معاملات نباید تقلب صورت گیرد، به نظر وی حرص، به کسب و کار خدشه وارد می‌کند. مهم‌ترین دلیل بر لزوم رعایت عدالت در قیمت‌گذاری، موضوع حرمت ظلم و ستم و لزوم رعایت قسط و عدل می‌باشد، علاوه بر این یکی از تعالیم اساسی فقه امامیه نهی از ظلم و تعدی به حقوق دیگران می‌باشد (علینقی لنگری، ۱۳۹۴، ص. ۱۶۵).

عدالت در مبادلات اقتصادی شامل به دو بخش عدالت توزیعی و عدالت تصحیحی تقسیم می‌شود.

عدالت توزیعی با این مسئله سروکار دارد که چگونه جامعه کالاهای عمومی‌اش را توزیع می‌کند و مراد از کالاهای عمومی کالاهایی است که در ساختن جامعه سهم دارند (عسکری، ۱۳۹۰، ص. ۱۷۲) که در مقابل عدالت تصحیحی وجود دارد که این نوع از عدالت با عدالت در مبادله سروکار دارد و با معاملات بین افراد محقق می‌شود و در این مورد، عدالت به‌اندازه‌ی ارزش‌ها شامل مبادله می‌باشد و تحقق این عدالت منوط به داشتن مقدار یکسانی از ارزش می‌باشد (عسکری، ۱۳۹۰، ص. ۱۷۳).

بنابراین در عدالت توزیعی، با توزیع کالاهایی سروکار داریم که توسط یک گروه تولید می‌شوند و بین اعضای همان گروه نیز توزیع می‌شوند اما عدالت تصحیحی با مبادله بین افراد سروکار دارند (عسکری، ۱۳۹۰، ص. ۱۷۴) و مراد از محور بودن عدالت در قیمت‌گذاری، هر دو قسم عدالت توزیعی و تصحیحی را شامل می‌شود. سؤالی که وجود دارد این است که مؤلفه‌های عدالت در قیمت‌گذاری چه می‌باشد و اصولاً چه زمانی می‌توان گفت که این قیمت‌گذاری مبتنی بر عدالت می‌باشد که در محور بعدی پژوهش به تفصیل در پاسخ از این سؤال بحث خواهیم نمود.

ب) امنیت

جستجوی امنیت از مهم‌ترین کشش‌ها و انگیزه‌های انسانی است. این کشش با جوهر هستی انسان پیوندی ناگسستنی دارد (Buzan, 1983). حفظ ذات و صیانت نفس از اساسی‌ترین میل‌های انسان است (جعفری، ۱۳۷۰، صص. ۳۶ به بعد). بنیان جامعه انسانی و تعالی آن در امنیت نهفته است. ساختاری نه صرفاً از یک تأمین مادی بلکه، ساختاری هدفمند و ارزش بنیان از امنیت که می‌کوشد تا همه اقتضائات حیات انسانی را تأمین نماید.

در تعریف امنیت باید گفت: امنیت یعنی مرز هنجاری حمایت ارزشی و قانونی از مبانی فرهنگی جامعه. گوشه‌ای از این امنیت هنجاری در حقیقت امنیت اقتصادی جامعه تلقی می‌شود (Ackaert & Craen, 2006, pp. 123-131).

به قرائتی دیگر انسان نیاز خود را در جامعه تأمین می‌کند و این اقتصاد نیاز به امنیت پایدار دارد... را محقق می‌کند. امنیت پایدار ممکن نیست مگر به آمیختگی آن با عدالت اجتماعی، زیرا هر نظم استبدادی بی‌تردید دچار انحطاط خواهد شد.

بی‌تردید اگر از زاویه دید هر یک از مکاتب و نظریه‌های مجموعه دانش اجتماعی، به موضوع امنیت در اقتصاد نگاه کنیم؛ باید به این سؤال که دولت مکلف به اقامه امنیت اقتصادی است اعتراف کنیم و پاسخ مثبت بدهیم^۲. طریقه اعمال هر حق و تکلیفی در این میان از گذار حقوقی خواهد بود؛ لذا اگر امنیت را به‌مثابه حق و تکلیفی اجتماعی بدانیم، طریقه اعمال آن نظام حقوقی خواهد بود و عامل این ساختاری بخشی اجتماعی دولت است.

از آنجایی که موضوع تکلیف امنیت اقتصادی، اصولاً دولت‌ها هستند، سؤال مهم و اساسی که طرح می‌شود این است که دولت‌ها در این فرایند ایجاد و تحقق امنیت اقتصادی در جامعه باید چه مؤلفه‌هایی را در نظر بگیرند و از چه الگویی در این زمینه باید تبعیت کنند؟ که پاسخ این سؤال را در محور بعدی پژوهش به تفصیل بیان خواهیم کرد (ذیل بحث مؤلفه‌های قیمت‌گذاری).

در پایان در مقام جایگاه شناسی دو مؤلفه عدالت و امنیت باید بیان کرد که تحقق عدالت در قیمت‌گذاری، منوط به مشارکت دولت و التزام عملی متعاملین و افراد در جامعه می‌باشد ولی تحقق امنیت اقتصادی در جامعه، منوط به سیاست‌های تقنینی دولت می‌باشد و دولت است که بازیگر اصلی و در بادی امر تنها عامل تحقق امنیت اقتصادی در جامعه می‌باشد.

۳. تأثیر ریسک و مرور زمان در قیمت‌گذاری

محور بعدی و پایانی پژوهش به جایگاه شناسی ریسک و مرور زمان در اقتصاد می‌پردازد و در پایان نیز جواز یا عدم جواز تأثیر این دو مؤلفه را در قیمت‌گذاری کالا و خدمات بررسی می‌کند؛ و تعیین حکم فقهی مرور زمان و ریسک مبتنی بر خطوط کلی

اقتصاد اسلامی (عدالت و امنیت) و مؤلفه‌های تأثیرگذار در قیمت‌گذاری (هزینه، تقاضا و سود) خواهد بود و بررسی خواهیم نمود که آیا مؤلفه‌ها و نکات بیان‌شده در محور قبلی پژوهش می‌تواند مسئله تأثیر مرور زمان و ریسک را در پژوهش بپذیرد یا خیر. در ابتدا به تعریف لغوی و اصطلاحی دو واژه ریسک و مرور زمان می‌پردازیم و بعد از جایگاه شناسی این دو مؤلفه در اقتصاد امروزی، حکم فقهی این دو مؤلفه را بیان خواهیم کرد.

۳-۱. ریسک

در تعریف ریسک گفته‌اند که: «اتفاق یا رویدادی که نتایج واقعی آن ممکن است با نتایج پیش‌بینی‌شده آن اختلاف داشته باشد» (نوروش و شیروانی، ۱۳۷۷، ص. ۴۹۶) و برخی دیگر بیان کرده‌اند که «چارچوبی که در آن، در یک رویداد می‌تواند با احتمالی خاص اتفاق افتد یا اینکه در آن اندازه رویداد دارای یک احتمال توزیعی است» (بانوک، بکستر، و دیویس، ۱۳۹۰، ص. ۳۳۲) و برخی دیگر گفته‌اند که: «یک حالت ریسک می‌تواند احتمال عدم بازپرداخت یک وام باشد» که این تعریف به صورت اختصاصی به جنبه‌ی خاصی از ریسک تأکید داشته است که اتفاقاً محل نظر ما در این پژوهش نیز می‌باشد که در ادامه بیشتر روشن می‌شود (نخعی آغمیونی و نجارزاده، ۱۳۸۲، ص. ۲۵۵).

تعریفی که بیشترین مناسبت را با پژوهش فعلی دارد، تعریفی است که سه مؤلفه را در ریسک دخیل می‌دانند، ویژگی اول ریسک، خطر احتمالی قصور است، با این توضیح که مدیون ممکن است که قصور کند و از پرداخت دیون خود استنکاف ورزد و یا اینکه عاجز شود و ویژگی دوم ریسک، خطر احتمالی معامله می‌باشد (توانایان فرد، ۱۳۸۵، ص. ۸۸۸) و اینکه اصولاً شاید معامله‌ای واقع نشود و کالا و خدمات تولیدشده بدون مشتری باقی بماند. ویژگی سومی که به این تعریف افزوده می‌شود، خطرات و

دشواری‌هایی است که در جریان تولید بر تولیدکنندگان متحمل می‌شود و این خطرات نیز در مجموع ریسک و خطرات کار را بالا می‌برند.

۳-۱-۱. جریان ریسک در اقتصاد

بنا بر نکاتی که در تعریف پایانی ذکر شد، ریسک در تولید کالا و خدمات در سه مورد جریان پیدا می‌کند:

مورد اول این است که یکی از متعاملین (در محل بحث این پژوهش تأکید بر خریدار است) به تعهدات خود عمل نکند و از پرداخت دیون و تعهدات مالی خود استنکاف ورزد که به این امر ریسک تسویه نیز اطلاق می‌شود^۳ (عبیدالله، بمانپور، و سیفلو، ۱۳۸۷، ص. ۵۵) که این نوع از ریسک زمانی به وجود می‌آید فروشنده هیچ کنترلی بر موضوع مورد معامله نداشته باشد (عبیدالله، بمانپور، و سیفلو، ۱۳۸۷، ص. ۵۵). این امر به نوبه خود در معاملات جاری است و ریسک معامله و تولید را افزایش می‌دهد.

مورد دوم خطر احتمالی معامله می‌باشد و اینکه شاید اصلاً کالای تولیدشده به فروش نرسد و یا اینکه با خسارت و کسر قیمت و کمتر از قیمت واقعی به فروش برسد، همچنین خطرات و آسیب‌هایی که در جریان فروش وجود دارد نیز از این قبیل محسوب می‌شوند مانند آتش‌سوزی و... (توانایان فرد، ۱۳۸۵، ص. ۸۸۸). علاوه بر این حالات، قسم دیگری از ریسک که در این مورد وجود دارد ریسک نکول مشتری می‌باشد (گستل و بیزنس، ۱۳۹۱، ص. ۳۹). همچنین ریسک تغییر قیمت‌ها نیز در این مورد می‌گنجد و نوسان در قیمت کالاها یک منبع مهمی برای ریسک کالاست و در مالی اسلامی، قراردادهایی که در خصوص خرید کالا یا تولید آن‌ها می‌باشند با ریسک قیمت کالا مواجه‌اند^۴ (آکیزیدیس و کهاندل‌وال، ۱۳۹۴، صص. ۲۲۰ و ۲۲۱) که این مورد نیز از مواردی است که شاهد وقوع ریسک در فرایند تولید و فروش هستیم که در این صورت نیز در معاملات اقتصادی ریسک وجود دارد.

مورد سوم، خطرات و دشواری‌هایی می‌باشد که در جریان تولید کالا و خدمات، تولیدکنندگان متحمل می‌شوند؛ چون برخی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی وجود دارند که نفس عمل در این فعالیت‌ها همراه با خطرات می‌باشد، مانند کار در معدن، ذوب‌آهن و مشاغل سنگین و پرخطر دیگر، علاوه بر این، ریسک مهم‌تری که در این موضوع قرار دارد، ریسک سرمایه است که در این فرآیند ریسک از بین رفتن سرمایه وجود دارد (سویلیم، ۱۳۸۶، ص. ۱۴۵).

حال درصدد هستیم که بررسی کنیم ریسک با این سه مؤلفه مذکور می‌تواند در امر قیمت‌گذاری تأثیر داشته باشد یا اینکه جریان این مؤلفه‌ها در قیمت‌گذاری جایز نیست و باید از سازوکار دیگری برای رفع این خسارت‌های احتمالی استفاده کرد.

۳-۱-۲. عدم تأثیر ریسک در قیمت‌گذاری

تأکید این پژوهش بر این است که ریسک به تمام اقسامی که ذکر شد تأثیری در قیمت‌گذاری کالا و خدمات ندارد و نمی‌توان به استناد وجود ریسک در فعالیت‌های تولیدی و فروش کالاهای تولیدشده، قیمت بیشتری را بر کالاها و خدمات تولیدشده وضع کرد؛ و در ادامه ادله این نظر ذکر می‌شود و از آن‌جهت که در بخش تأسیس اصل اشاره شد که قیمت‌گذاری یک امر عرفی می‌باشد و به نظر عرف محقق می‌شود، در ابتدا به نظر عرف پرداخته می‌شود (علینقی لنگری، ۱۳۹۴، ص. ۱۹) و بعد به موافقت یا مخالفت خطوط کلی قیمت‌گذاری در فقه اسلامی (عدالت و امنیت) و همچنین راهبردهای قیمت‌گذاری (هزینه، تقاضا و مطلوبیت) اشاره می‌شود.

۳-۱-۳. ادله

با مراجعه به عرف روشن و واضح می‌شود که عرف هیچ جایگاهی برای تأثیر ریسک با تمام اقسامی که دارد نمی‌شناسد و تأکید می‌کند که قیمت نهایی کالا و خدمات تولیدشده، همان هزینه‌هایی است که در جریان تولید صرف شده است بعلاوه ی مقدار معقولانه‌ای از سود، در غیر این صورت، عدم تعهد متعاملین به تعهدات مالی (مورد اول

ریسک)، خطرهای احتمالی معامله و قیمت (مورد دوم ریسک) و همچنین خطرهای احتمالی تولید و سختی کار (مورد سوم از ریسک) نمی‌تواند مؤثر در قیمت‌گذاری باشد.

علاوه بر این، عدالت و امنیت نیز با تأثیر ریسک تولید و فروش در قیمت‌گذاری مخالف‌اند و اتفاقاً این دو مؤلفه به وجه مخالف این امر تأکیددارند (عدم تأثیر ریسک در قیمت‌گذاری)، چون دخالت دادن ریسک تولید و فروش در قیمت‌گذاری به معنی افزایش قیمت سرسام‌آور در تمام کالاها و خدمات می‌باشد و همین امر به شدت امنیت بازار اقتصادی را تهدید می‌کند و خلاف عدالت نیز می‌باشد، چون ریسک به معنی احتمال وقوع خطر و ضرر می‌باشد و این احتمال همیشه عملی و محقق نمی‌شود و در بسیاری از موارد ضرری بر تولیدکننده و فروشنده تحمیل نمی‌شود، علاوه بر این مطلب، بسیاری از تولیدکنندگان و فروشندگان با استناد به این امر به افزایش قیمت کالاهای خود می‌پردازند که اختلال عدالت و امنیت بازار، ثمره این امر می‌باشد.

از جهت سوم مؤلفه‌های مذکور در باب قیمت‌گذاری، دلالتی بر مشروعیت لحاظ ریسک به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های قیمت‌گذاری ندارند. مؤلفه‌ی کارآمدی و مطلوبیت (مؤلفه سوم و چهارم) که دلالت و تأثیری در افزایش قیمت در صورت وجود ریسک ندارند، چون وجود ریسک در تولید یا فروش یک کالا نه کارآمدی و نه مطلوبیت آن را افزایش نمی‌دهد؛ مطلوبیت و کارآمدی امری می‌باشد که در نفس شی تولیدشده وجود دارد و عوامل خارجی مانند ریسک و خطرهای جانبی که در فرآیند تولید می‌باشد نمی‌توانند قیمت را افزایش دهند.

از جهت دیگر هزینه تولید و سود (مؤلفه اول و سوم) نیز نمی‌توانند فی‌نفسه موجب افزایش قیمت کالاها و خدمات شوند به این دلیل که صرف وجود ریسک و خطر در یک فعالیت تولیدی و اقتصادی به معنای وقوع آن خطر و زیان نمی‌باشد و چه بسیار

خطرهایی که در فعالیتهای تولیدی وجود دارد ولی واقع نمی‌شوند، بنابراین صرف وجود ریسک موجب افزایش هزینه تولید و بهره‌مند شدن از سود بیشتر نمی‌شود. مضاف بر ادله‌ی عرفی و عقلی‌ای که ذکر شد، این نوع از تأثیر ریسک در قیمت‌گذاری کالا و خدمات مسلماً از مصادیق قواعد فقهی منع اکل مال به باطل، منع ضرر و ضرار، منع غرر می‌باشد. با این توضیح که صرفاً به دلیل وجود احتمال خطر در تولید و فروش، با این فرض که بسیاری از این موارد ریسک، منجر به وقوع زیان نمی‌شود، قیمت اضافی دریافت شده، مال بدون وجه و اکل به باطل می‌باشد و علاوه بر این از مصادیق ضرر به خریدار می‌باشد و همچنین موجبات غرر خریدار را فراهم می‌کند.

بله برخی موارد وجود دارد که وجود ریسک در یک فعالیت موجب مبادرت به فعالیتهای احتیاطی و تهیه تکنولوژی‌های پیشرفته و صرف نیروی انسانی بیشتر می‌شود و در مجموع هزینه‌های تولید را افزایش می‌دهد و همچنین از آن جهت که نیاز به فعالیت و تلاش بیشتر می‌باشد، مسلماً این گونه اقدامات و فعالیت‌ها محترم می‌باشد و موجب افزایش هزینه تولید و سود می‌شود.

پس بنا بر خطوط کلی قیمت‌گذاری در فقه امامیه و همچنین مؤلفه‌های قیمت‌گذاری، ریسک در تولید و فروش کالاها و خدمات، تأثیری در قیمت‌گذاری ندارند نمی‌توان این مؤلفه را دخیل در قیمت‌گذاری دانست.

در پایان لازم است به این نکته اشاره شود که آنچه تا به حال اشاره و بحث شد، بحث از جنبه‌ای از ریسک بود که به ضرر و زیان منجر نشود ولی در واقع مواردی هم هست که ریسک و خطر موجود در کار، واقع می‌شود و تولیدکننده متحمل زیان می‌شود که در این حالت نیز نمی‌توان ضرر واقع شده را دخیل در قیمت‌گذاری کرد^۵ به دلیل محذور منافات با عدالت و امنیت.

با این توضیح که اگر برای جبران خسارات وارده، قیمت کالاها و خدمات به فروش نرسیده را افزایش دهیم، این امر مخالف عدالت می‌باشد و دلیل ندارد که هزینه‌ی بیشتری که در تولید کالاهای قبلی وارد شده است را بر کالاها و خریداران جدید متحمل کنیم و خلاف عدالت است و از طرف دیگر هم امکان این وجود ندارد که قیمت کالاهای به فروش نرفته‌ای که ضرر در تولید همان کالاها وارد شده است را افزایش دهیم چون این امر ثبات بازار و به تبع آن امنیت بازار را مختل می‌کند.

از طرف دیگر نمی‌توان خسارات وارده بر تولیدکنندگان و فروشندگان را نادیده گرفت و بی‌توجهی به ضررهایی که برخی تولیدکنندگان متحمل می‌شوند، این امر هم خلاف عدالت می‌باشد و حقوق تولیدکنندگان را نادیده گرفته‌ایم و هم امنیت بازار را نیز مختل می‌کند و تولیدکنندگان را نسبت به ادامه فعالیت دل سرد می‌کند و مقدمات برخی ناهنجاری‌های اقتصادی و تولیدی مانند تولید کالا با کیفیت پایین و... می‌شود بنا به راین لازم است که به طریقی دیگر مسئله ریسک و زیان‌های تولیدکنندگان را جبران کرد که این امر به تفصیل در کتب مدیریت تولید و فروش و مباحث مدیریت ریسک اشاره شده است که در این مختصر به اجمال به برخی از این راهکارها اشاره می‌شود.

پوشش ریسک برای خنثی‌سازی و حداقل سازی ریسک بکار می‌رود و اصولاً رسیدن به پوشش ریسک مشروع بدون مسیر، چالشی است که هم مالی اسلامی و هم مالی متعارف با آن روبرو می‌باشد (سویلیم، ۱۳۸۶، ص. ۷۱) که در ادامه به برخی از راهکارهایی که باروح اقتصاد اسلامی همخوانی داشته باشد و در تحقق عدالت و امنیت اقتصادی (محورهای کلی اقتصاد اسلامی) کمک کند اشاره می‌کنیم.

بنابراین در مورد مدیریت ریسک در موارد مختلف ریسک (سه مورد مذکور در ابتدای بحث) باید بیان کرد که برای تضمین ایفا تعهدات از طرف خریدار و از بین بردن ریسک تسویه (مورد اول ریسک) می‌توان از تعهدات و ضمانت اجراهای حقوقی

و قانونی استفاده کرد و بدون اینکه نیازی به افزایش قیمت کالاها و خدمات باشد، مقدمات ایفا تعهدات طرفین فراهم شود.

همچنین برای از بین بردن ریسک عدم فروش کالا، کسر قیمت و نوسان قیمت (مورد دوم از موارد ریسک) می‌توان از راهکارهای مدیریت بازار، فروش و شناخت بازار، بررسی و ایجاد فضاهای جدید کسب‌وکار (سلطانی و بهرامی، ۱۳۹۲، ص. ۵) و برنامه‌ریزی (رضائیان، ۱۳۶۹، ص. ۸۳) استفاده کرد. علاوه بر این راهکارها، برخی قراردادهای مالی دیگر نیز وجود دارند که می‌تواند در کاهش این ریسک و کم کردن تأثیر نوسانات بازار کمک کنند مانند قرارداد فروش باقیمت مؤجل یا «بیع الاجل» (سویلیم، ۱۳۸۶، ص. ۱۴۷) و یا قیمت مؤجل متنوع (سویلیم، ۱۳۸۶، ص. ۱۵۰) استفاده کنیم.

همچنین برای رفع خطرات و دشواری‌های تولید و فروش (مورد سوم از موارد ریسک) می‌توان از ادوات و ابزارها و تکنولوژی‌های پیشرفته استفاده کرد؛ و در مجموع راهکار کلی که در هر سه مورد می‌توان اتخاذ کرد، استفاده از نهاد بیمه و یا تأسیس اشکال جدیدی از بیمه که متناسب با رفع نیازهای مذکور باشد، مانند «تبدیل به اوراق بهادار کردن بیمه‌ای» (سلطانی و بهرامی، ۱۳۹۲، ص. ۱۰) که در این فرایند ریسک را به اوراق بهادار تبدیل می‌کنند و در صورت مناسب بودن سازوکار طراحی شده قطعاً با استقبال عمومی مواجه خواهد شد.

۲-۳. مرور زمان

چالش مهم دیگری که پیش روی اقتصاد در امر قیمت‌گذاری می‌باشد، مسئله مرور زمان است.

در ابتدا لازم است به معنای مختلف مرور زمان اشاره کرد. مسئله مرور زمان هم در حقوق و هم در دانش اقتصاد مطرح شده است که در هر دو دانش معنی مختلفی از آن اراده شده است.

در ابتدا به معنای مرور زمان در حقوق مدنی و کیفری اشاره می‌کنیم. ماده ۲۲۱۹ قانون مدنی فرانسه مرور زمان مدنی را چنین تعریف می‌کند که مرور زمان عبارت است از وسیله‌ای برای تملک یا برائت ذمه بر اثر گذشت مدتی معین و با شرایطی که قانون معین کرده است (دیلمی، ۱۳۸۴، ص. ۴۲) همچنین قانون آیین دادرسی مدنی سابق ایران مرور زمان را چنین تعریف می‌کند که مرور زمان عبارت از گذشت مدتی است که به موجب قانون پس از انقضای آن مدت، دعوا شنیده نمی‌شود (دیلمی، ۱۳۸۴، ص. ۴۳).

از جهت دیگر در حقوق کیفری نیز مرور زمان محل بحث می‌باشد با این تعریف که مدتی سپری شود که پس از آن از نظر قانونی اعلام شکایت، تعقیب، تحقیق، رسیدگی به دعوای عمومی و سرانجام اجرای مجازات امکان‌پذیر نیست (دیلمی، ۱۳۸۴، ص. ۱۳۰).

بنابراین در مجموع، مرور زمان در قانون مدنی و کیفری به معنای گذشت زمانی مشخص است که پس از این زمان دیگر دعوا مسموع نیست و مشخصاً در این پژوهش این معنا از مرور زمان مراد نمی‌باشد. بلکه مراد از مرور زمان در این پژوهش این است که در معامله زمانی سپری شود و ثمن یا مثن در اختیار طرف دیگر معامله قرار داده شود و طرف مقابل، عوضی دریافت نکرده باشد.

در مورد جایگاه مرور زمان در اقتصاد امروزی باید بیان کرد که در معاملات نقدی که دو طرف، عوضین را در مجلس عقد تحویل یکدیگر می‌دهند، مرور زمانی وجود ندارد و مسئله ارزش زمانی پول مطرح نمی‌باشد ولی هنگامی که یکی از عوضین پس از مدتی تحویل شود، تأخیر دریافت یکی از عوضین معامله برای دریافت‌کننده نامطلوب و برای پرداخت‌کننده مطلوب است چون در اختیار داشتن پول برای فرد مزایایی به دنبال دارد و در مجموع مزیت و ارزش در اختیار داشتن پول برای کسی که دیرتر پول را می‌دهد یا زودتر پول را تحویل می‌گیرد ارزش زمانی پول نام دارد (علینقی لنگری،

۱۳۹۴، ص. ۱۹۹). پس مسئله مرور زمان در اقتصاد امروزی از دو جهت دارای اهمیت می‌باشد: اولاً به دلیل مرور زمان، ارزش و قدرت خرید پول کاهش می‌کند و خریداری که به تعهدات خود عمل نمی‌کند یا عقدی که در آن خریدار متعهد شده است که قیمت کالا را در آینده پرداخت کند، در این بازه‌ی زمانی قبض کالا تا پرداخت ثمن، امکان کاهش ارزش پول وجود دارد و از این جهت به فروشنده خساراتی وارد شود و ثانیاً در صورت عدم کاهش ارزش پول، در این بازه‌ی زمانی که ثمن در دست خریدار بوده و در قبض فروشنده نشده است، فروشنده می‌توانست با این ثمن فعالیت تجاری انجام دهد در حالی که از این امر محروم شده است.

این مسئله در مباحث حقوقی نیز پدیده می‌باشد و به‌عنوان مسئله تورم و خسارت تأخیر تأدیه شناخته شده است و زمانی تحقق می‌یابد که متعهد در انجام تعهدات خود قصور و تقصیر انجام دهد و این قصور و تقصیر منجر به وارد آمدن خسارت بر متعهد له شود که در این موارد متعهد، ملزم به جبران خسارات می‌شود (باطنی، ۱۳۷۷، صص. ۹ و ۱۰).

حال سؤالی که وجود دارد این است که آیا مرور زمان در مبادلات اقتصادی و فعالیت‌های تجاری می‌تواند یکی از مؤلفه‌های مؤثر در قیمت‌گذاری کالا و خدمات قرار گیرد و به استناد اینکه در یک معامله مرور زمان وجود دارد و خریدار، ثمن را در آینده تحویل می‌دهد (مانند بیع نسبه) و یا اینکه فروشنده مبیع را در آینده تحویل می‌دهد (مانند معاملات سلم) در این موارد آیا می‌توان مرور زمان را دخیل در قیمت‌گذاری دانست یا نه؟ که در ابتدا عقود را که مسئله مرور زمان در آنها مطرح می‌باشد را به‌اجمال معرفی و تبیین می‌نماییم و در ادامه جواز یا عدم جواز تأثیر این مؤلفه را بیان می‌کنیم.

قراردادهایی که مبتلابه مسئله مرور زمان می‌باشند:

یک. بیع سلم: بیع سلم یا سلف، بیعی است که مبیع آن کلی و در ذمه است و برای تسلیم آن موعدی در عقد مقرر شده باشد. در این بیع ثمن می‌تواند عین خارجی و یا کلی باشد ولی باید در مجلس عقد به بایع تأدیه گردد (جعفری لنگرودی، بی‌تا، ص. ۴۶) که در این مورد، مبیع کلی در ذمه است و تعهد فروشنده در تسلیم مبیع مؤجل است اما تعهد خریدار مبنی بر پرداخت ثمن به صورت نقد می‌باشد (علیزاده، ۱۳۸۳، ص. ۵۶) و به‌طور خلاصه اینکه این بیع، کاملاً برعکس بیع نسبه می‌باشد، در بیع نسبه مبیع تحویل مشتری داده می‌شود و ثمن در آینده به فروشنده تحویل داده می‌شود در حالی که در این بیع در مجلس عقد ثمن به فروشنده تحویل داده می‌شود (علیزاده، ۱۳۸۳، ص. ۵۷) و مبیع در آینده به مشتری تحویل داده می‌شود.

جریان مرور زمان در این بیع به این نحو است که مشتری ثمن را در مجلس عقد تحویل داده است در حالی که فروشنده بناست که در آینده مبیع را تحویل دهد و سؤال این است که به خاطر این تأخیر در پرداخت مبیع به مشتری، آیا می‌توان قیمت کالای مورد بیع را افزایش داد یا خیر.

دو. بیع نسبه: برخلاف بیع سلم، بیع نسبه بیعی است که ثمن آن کلی در ذمه است و موعد دارد، بیع نسبه اخص از بیع اعتباری است (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۸، ج ۲، ص. ۱۰۱۲) به عبارت دیگر بیع نسبه بیعی است که ثمن آن کلی و برای تأدیه آن مدتی معین شده باشد و در این بیع ممکن است که مبیع عین شخصی باشد و می‌تواند کلی فی الذمه باشد و در اصطلاح دیگر آن را «بیع مؤجل» گویند (جعفری لنگرودی، بی‌تا، ص. ۴۷). جریان مسئله مرور زمان در این بیع نیز به این صورت است که آیا به دلیل اینکه ثمن معامله در آینده تحویل بایع داده می‌شود، می‌توان کالا را با ثمن و قیمت بیشتری فروخت یا اینکه چنین امری جایز نمی‌باشد.

سه. قرض: در تعریف قرض ماده ۶۴۸ ق.م.بیان می‌کند که: قرض عقدی است که به موجب آن احد طرفین، مقدار معینی از مال خود را به طرف دیگر تملیک می‌کند که

طرف مزبور مثل آن را از حیث مقدار و جنس و وصف رد نماید و در صورت تعذب رد مثل، قیمت یوم الرد را بدهد. عقد قرض را عقد مداینه و سلف هم نامیده‌اند (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۸، ج ۴، ص. ۲۹۰۰)؛ بنابراین در عقد قرض، قارض به مقتضای مبلغی وام می‌دهد و مقتضای نیز متعهد می‌شود که در زمان مقرر مبلغ قرض را برگرداند. در عقد قرض باید گفت که چون در عقد قرض آنچه بین طرفین ردوبدل می‌شود، پول می‌باشد و مسئله قیمت‌گذاری مطرح نمی‌باشد، لذا در مورد جریان مسئله مرور زمان در عقد قرض، این نکته موردنظر این پژوهش می‌باشد که آیا مرور زمان می‌توان مشروعیت افزایش دریافت را داشته باشد و مقتضای ملزم شود که مبلغ بیشتری از آنچه که دریافت کرده است را پرداخت کند یا خیر؟

چهار. خرید دین: خرید دین یا تنزیل، عبارت است از فروش طلب مؤجل به بهائی نازل‌تر از ارزش آن در سررسید (کشاوری معتمدی، ۱۳۸۶، ص. ۱۸۲) و مکانیزم آن نیز این‌گونه است که خریدار دین در زمان حال پولش را به تملیک فروشنده دین درمی‌آورد به این شرط که در سررسید دین، مدیون پولش را به تملیک خریدار دین درآورد (علینقی لنگری، ۱۳۹۴، ص. ۲۰۰) و چون در فاصله تملیک پول به فروشنده دین تا زمان دریافت پول از بدهکار، خریدار دین از امکان استفاده از پولش محروم می‌شود و مشمول مرور زمان می‌شود (علینقی لنگری، ۱۳۹۴، ص. ۲۰۰)، سؤالی که در این عقد نیز مطرح می‌شود این است که به دلیل جریان مرور زمان در این بیع، آیا می‌توان حکم کرد که خریدار دین، پول کمتری به طرف مقابل بپردازد؟

علاوه بر عقود مذکور، برخی از عقود مرکب و عقودی که مشتق از عقود مذکور می‌باشند نیز وجود دارد که مشمول جریان مرور زمان می‌باشند که جداگانه به ذکر و توضیح آن‌ها نمی‌پردازیم مانند جعاله نسبه که عامل در زمان حال، خدمتش را به تملیک جاعل درمی‌آورد به این شرط که جاعل در آینده پول را به تملیک عامل درآورد که در فاصله تملیک خدمت تا دریافت پول عامل از امکان استفاده از پولش محروم

می‌شود (علینقی لنگری، ۱۳۹۴، ص. ۲۰۰) که جریان مرور زمان و افزایش ارزش در این مورد نیز جاری می‌شود.

۳-۳. جواز جریان مرور زمان در قیمت‌گذاری

بخش پایانی در مبحث مرور زمان، پاسخ به سؤال اساسی این بحث می‌باشد که آیا مرور زمان در عقود ذکر شده جاری می‌باشد و آیا می‌توان به استناد وجود مرور زمان، قیمت کالا و خدمات را افزایش داد یا خیر. در این مرحله ابتدا پاسخ مسئله را مبتنی بر اصل تأسیس شده در قیمت‌گذاری (عرف) بیان می‌کنیم و بعد جریان تأثیر خطوط کلی شریعت و همچنین مؤلفه‌های تأثیرگذار در قیمت‌گذاری را بررسی می‌کنیم.

اصل تأسیس شده در قیمت‌گذاری، عرفی بودن امر قیمت‌گذاری بود و اینکه قیمت‌گذاری کالا و خدمات یک امر عرفی می‌باشد و شرع در موارد اضطرار و ضرورت به این امر مبادرت می‌ورزد؛ و عرف نیز در این موضوع قائل به جواز و تأثیر این مؤلفه در قیمت‌گذاری می‌باشد و در تمام انواع عقد مذکور (حتی قرض) عرف برای مسئله زمان و ارزش پول، اهمیت قائل است و تأکید دارد که در مدتی که مبیع یا ثمن در دست یکی از طرفین است درحالی‌که عوض قبض او نشده است، لازم است که به اندازه معقول و عادلانه در ارزش‌گذاری کالا و خدمات، قیمت را افزایش دهیم.

علت تأکید عرف بر مسئله مرور زمان از دو جهت می‌باشد: اولاً مرور زمان باعث کاهش ارزش پول می‌شود، ثمنی که قرار است چند ماه آینده پرداخت شود مسلماً ارزشی کمتر از ارزش فعلی دارد. ثانیاً پولی که در آینده پرداخت می‌شود، اگر در حال حاضر موجود بود، می‌توانست منشأ فعالیت‌های اقتصادی دیگر باشد و آورده‌های بیشتری داشته باشد و در حال حاضر که فرد از این آورده‌ها محروم شده است، عرف جایز می‌داند که در مقابل، ارزش بیشتری بر کالا او قرار داده شود.

در مورد تأثیر خطوط کلی فقهی (عدالت و امنیت) در قیمت‌گذاری نیز وضعیت مشابهی وجود دارد، چون هم مسئله عدالت در قیمت‌گذاری و هم امنیت بازار

اقتصادی، مسئله مرور زمان را جایز و مشروع می‌دانند، چون اولاً عدالت اقتصادی حکم می‌کند طرفی از معامله که از دریافت نقدی مبیع یا ثمن خود محروم شده و درعین حال عوض را در معامله پرداخت کرده است، جایز است که برای جبران این محرومیت ثمن بیشتری به او تعلق بگیرد و قیمت بیشتری برای کالا او تعیین شود. ثانیاً امنیت اقتصادی نیز حکم می‌کند که وجود چنین عقدهایی در جامعه ضروری می‌باشد (عقودی مانند بیع سلم، بیع نسبه، فروش اقساطی و...) و درعین حال اگر برای طرفی از معامله که از دریافت عوض محروم شده است، آورده‌ی بیشتری منظور نشود و حکم به افزایش قیمت برای او نداشته باشیم، امنیت بازار مختل خواهد شد و افراد از عقد چنین معاملاتی که لازمه بازار می‌باشد پرهیز می‌کنند.

در مورد تأثیر مؤلفه‌های تأثیرگذار در قیمت‌گذاری (هزینه تولید، کارآمدی، سود، مطلوبیت) نیز باید بیان کرد که صحیح است که مسئله مرور زمان به‌صراحت در این مؤلفه‌ها داخل نمی‌باشد و نمی‌توان مرور زمان را موجب افزایش کارآمدی یا مطلوبیت دانست (مؤلفه‌های دوم و چهارم) ولی به حکم عرف می‌توان کاهش ارزش پول و همچنین فرصت‌های از دست رفته به دلیل در دست نبودن پول را بخشی از هزینه‌های تولید تلقی کرد و در هر صورت به حکم عرف و خطوط فقه امامیه و مؤلفه‌های قیمت‌گذاری، مرور زمان در مسئله قیمت‌گذاری امری مشروع و قابل جریان می‌باشد.

علاوه بر حکم عرف که دلیل در قیمت‌گذاری می‌باشد، ادله شرعیه نیز بر این امر مؤید می‌باشند و دلالت بر جواز تأثیر مرور زمان دارند و آن را مشروع می‌دانند و مهم‌ترین دلیلی که بر این امر وجود دارد قاعده للاجل قسط من الثمن می‌باشد و به‌صراحت دلالت بر این دارد که مرور زمان دخالت در قیمت‌گذاری دارد و جایز است. اما استثنائی که از تأثیر مرور زمان وجود دارد، عقد قرض می‌باشد که در این مورد به دلیل خاص فقهی، چون منجر به ربا می‌شود، مرور زمان نمی‌تواند دخالت داشته باشد، به نحوی که قرض گیرنده در موعد مقرر بیش از مقداری که قرض گرفته است

را پرداخت کند. بنابراین در تمام عقود، مرور زمان امری مشروع می‌باشد به‌جز عقد قرض.

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

این پژوهش درصدد واکاوی مسئله ارزش‌گذاری کالا و خدمات مبتنی بر فقه اسلامی بود. با این توضیح که در تلاش بود، الگوی مطلوب ارزش‌گذاری کالا و خدمات را بر اساس فقه اسلامی تبیین نماید، درعین‌حال به مبادی و مؤلفه‌های دخیل در مکانیزم ارزش‌گذاری اشاره نمود و نحوه و علت مداخله این مؤلفه‌ها را بیان کرد و در نهایت، درصدد ارائه الگویی مطلوب برای ارتقا گفتمان فقه‌الاقتصاد بوده است.

خلاصه یافته‌های این پژوهش را می‌توان در نکات و مؤلفه‌های زیر مورد تأکید قرارداد:

- ۱- خطوط کلی ارزش‌گذاری در فقه امامیه با تأکید بر دو مؤلفه عدالت اقتصادی و امنیت اقتصادی شکل می‌گیرد.
- ۲- فقه اسلامی بر آزادی فعالیت‌های اقتصادی و مکانیزم ارزش‌گذاری توسط صاحب کالا و انجام معامله بر اساس رضایت طرفین تأکید دارد؛ مگر در شرایط اضطراری که دولت اسلامی تحت شرایطی ارزش‌گذاری را بر عهده می‌گیرد.
- ۳- در فرآیند ارزش‌گذاری، ریسک تأثیری در افزایش قیمت نخواهد داشت ولی مرور زمان می‌تواند در عین‌این‌که عدالت و امنیت اقتصادی را مختل نکند، در فرآیند قیمت‌گذاری دخیل باشد.

یادداشت‌ها

۱. البته برخی موارد نیز وجود دارد که تولیدکننده به دلیل انگیزه‌های مختلف اقتصادی، قیمت نهایی را بسیار کمتر از هزینه تولید شده در نظر می‌گیرد و حتی برخی موارد رایگان توزیع می‌کند؛ که صاحب نظران اقتصادی به این نوع قیمت‌گذاری، قیمت‌گذاری ویران‌گر می‌گویند

که انگیزه اصلی این نوع قیمت‌گذاری معمولاً برای حذف رقبا می‌باشد (مجاهدی نسب، ۱۳۸۴، ص. ۵۳).

2. See: Fukuyama, Francis (2004): *State Building. Governance and World Order in the Twenty-First Century*, Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.

3. Settlement risk

۴. ریسک در قیمت عوامل مختلفی دارد از جمله: ریسک قیمت، ریسک بها، ریسک نرخ تأثیر بازار، ریسک نرخ ارز، ریسک زمان و کمیت، ریسک تحول آینده، ریسک وارونگی قیمت (آکیزیدیس و کهاندل وال، ۱۳۹۴، ص. ۲۲۱).

۵. فرض کنیم که کالا و خدمات هنوز به فروش نرفته است و قیمت‌ها را افزایش دهیم و یا فروش رفته است ولی به اندازه‌ای که زیان بر تولید کننده وارد شده است، در بخشی از کالاهای تولید شده که فروخته نشده است، قیمت را افزایش دهیم تا زیان تولید کننده جبران شود.

کتابنامه

- ابونوری، عباسعلی (۱۳۸۸). *اقتصاد خرد*. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- آرمان‌مهر، محمدرضا (۱۳۹۵). تحلیل تاریخی تحولات اقتصاد شراکتی در نظام سرمایه داری. *راهبرد توسعه*، ۴۶(۰)، ۱۷۱-۲۰۱.
- آکیزیدیس، یوآنیس اس؛ و کهاندل وال، سونیل کومار (۱۳۹۴). *مدیریت ریسک مالی در بانکداری و مالی اسلامی (مهدی صادقی شاهدانی و حسین محسنی، مترجمان)*. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- اوت، آلفرد اویگن (۱۳۶۷). *مبانی نظریه قیمت (ابراهیم بیضائی، مترجم)*. همدان: دانشگاه بوعلی سینا.
- باطنی، سید محمد (۱۳۷۷). *بررسی فقهی و حقوقی تأثیر تورم در بازپرداخت دیون*. تهران: ساجد.
- بانوک، گراهام؛ بکستر، رن اریک؛ و دیویس، اون (۱۳۹۰). *فرهنگ واژگان اقتصاد (مهدی تقوی، مترجم)*. تهران: بازتاب.

- باهر، حسین (۱۳۷۴). تئوری عمومی تجهیز منابع اقتصادی در نظام اسلامی. *تازه‌های اقتصاد*، ۴۹(۱)، ۳۱-۴۳.
- بتلهایم، شارل (۱۳۵۸). *محاسبه اقتصادی و اشکال مالکیت* (سعید سجادیان، مترجم). تهران: پژواک.
- توانایان فرد، حسن (۱۳۸۵). *فرهنگ تشریحی اقتصاد: انگلیسی-فارسی*. تهران: شرکت نشر الکترونیکی و اطلاع‌رسانی جهان رایانه امین.
- جعفری لنگرودی، محمدجعفر (۱۳۷۸). *مبسوط در ترمینولوژی حقوق*. تهران: کتابخانه گنج دانش.
- جعفری لنگرودی، محمدجعفر (بی‌تا). *فرهنگ حقوق*. بی‌جا: معرفت.
- جعفری، محمدتقی (۱۳۷۰). *تحقیق در دو نظام حقوق جهانی بشر*. تهران: دفتر خدمات حقوقی بین الملل جمهوری اسلامی ایران.
- خورشیدی، غلامحسین (۱۳۹۴). *مبانی اقتصاد تولید*. تهران: کتاب مهربان نشر.
- دیلمی، احمد (۱۳۸۴). *مرور زمان (بررسی فقهی-حقوقی)*. قم: انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.
- رایسنون، جون (۱۳۶۵). *جنبه‌هایی از توسعه و توسعه نیافتگی* (حسن گلریز، مترجم). تهران: نشر نی.
- رضائی میرقائد، محسن (۱۳۷۱). *تئوری ارزش و قیمت*. تهران: امیرکبیر.
- رضائیان، علی (۱۳۶۹). *اصول مدیریت بازرگانی*. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها.
- روبین، آیزاک ایلچ (۱۳۸۸). *نظریه ارزش مارکس (حسن شمس‌آوری، مترجم)*. تهران: نشر مرکز.
- سلطانی، حامد؛ و بهرامی، امیر (۱۳۹۲). *راهکارهای مدیریت ریسک حوادث فاجعه آمیز و بلایای طبیعی در صنعت بیمه*. *تازه‌های جهان بیمه*، ۱۸۱(۱)، ۴-۲۱.
- سویلیم، سامی (۱۳۸۶). *پوشش ریسک در مالی اسلامی (محمد علیزاده اصل و محمدمهدی عسکری و مهدی حاجی رستم‌لو، مترجمان)*. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

- عبدالرضا علیزاده (۱۳۸۹). مبانی رویکرد اجتماعی به حقوق؛ جستاری در نظریه های جامعه شناسی حقوق و بنیادهای حقوق ایران. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- عبداللله، محمد؛ بمانپور، مسلم؛ و سیفلو، سجاد (۱۳۸۷). مهندسی مالی اسلامی. تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- عسگری، محمدمهدی (۱۳۹۰). دین و اقتصاد. تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- عسگری، علی (۱۳۶۹). قیمت و قیمت‌گذاری مبانی، روش‌ها و سیاست‌ها. تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- علی پور، مجید؛ و یوسف نژاد، علی (۱۳۸۸). امنیت اقتصادی. قم: نشر قضا.
- علیزاده، حسن (۱۳۸۳). قراردادهای پیش فروش آپارتمان. تهران: میثاق عدالت.
- علینقی لنگری، محمدمبین (۱۳۹۴). الگوی مطلوب سود بانکی در نظام بانکداری اسلامی بر اساس آموزه‌های فقه امامیه. تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- کشاوری معتمدی، سکینه (۱۳۸۶). آئین تنظیم قرارداد (بیع، فروش اقساطی، سلف و خرید دین). تهران: امیدان.
- گستل، تونی ون؛ و بیزنس، بارت (۱۳۹۱). مدیریت ریسک اعتباری (پریسا علیزاده، مترجم). تهران: پژوهشکده پولی بانکی.
- مجاهدی نسب، علیرضا (۱۳۸۴). روش‌های قیمت‌گذاری. تهران: رادان تحریر.
- ملاح، خسرو. (۱۳۴۳). تئوری تولید. بی‌جا: بی‌نا.
- منظور، داود؛ و حسینی، سید مجید (۱۳۹۱). ماهیت سیاسی اقتصادی بحران بازار آزاد؛ واکاوی بحران های مالی در نظام سرمایه داری با رویکرد اسلامی. پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، ۳(۲)، ۳۳-۵۹.
- موسویان، سیدعباس؛ و بهاری قراملکی، حسن (۱۳۸۹). ضوابط قیمت‌گذاری از منظر فقه امامیه. معرفت/اقتصاد اسلامی، ۲(۱)، ۱۰۹-۱۳۶.
- نخعی آغمیونی، منیژه؛ و نجارزاده، رضا (۱۳۸۲). واژه‌های کلیدی اقتصاد «خرد و کلان». تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

نواب اکبر، فیروزه؛ و منفرد، نوذر؛ و رضائی، علی‌رضا (۱۳۷۹). عوامل مؤثر بر کمیت و کیفیت تولید صنایع دستی مطالعه موردی: زنان عشایر نیمه اسکان یافته مرند افزر. *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، ۳۱(۸)، ۲۳۵-۲۶۰.

نوروش، ایرج؛ و شیروانی، رضا (۱۳۷۷). *فرهنگ حسابداری نوروش: فرهنگ انگلیسی-فارسی اصطلاحات حسابداری، مالی و مدیریت*. تهران: انتشارات ایمان.

Arry Buzan (1983). *People, States and Fear: The National Security Problem in International Relations*. Hempstead: Wheatsheaf Books.

Ackaert.J & Craen. V.M (2006). *Quality of Social Existence in Local Democracy*.