

معامله کالا به نرخ روز در خرده‌فروشی؛ بررسی اخلاقی و فقهی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۱۲

۱۸۹ علی اصغر محمدزاده*

چکیده

در این مقاله بعد از طرح یک مسئله از شاخه اخلاق کاربردی تجارت و اشاره به پیشینه عام آن، ادعا شده که لزومی ندارد خرده‌فروشان کالا را به قیمت خرید محاسبه کنند، بلکه آنها حق دارند و حتی گاهی واجب است دارای خود را به نرخ روز به فروش برسانند. در بیان ادله موافق، ابتدا با تعریف دارایی و ملاک ارزش اقتصادی سعی شده تا اثبات شود که اگر خرده‌فروش دارایی‌اش را به قیمت سابق محاسبه کند، متضرر می‌گردد. در مرحله بعد به سه اصل وجوب حفظ مال، لاضرر و قاعده طلایی استدلال شده تا اثبات شود که کاسب از نظر اخلاقی حق دارد کالا را به قیمت روز بفروشد، حتی ادعا شده بنا بر حکم قاعده طلایی و استفاده از حق سرمایه‌گذاری فرد می‌تواند تحت شرایطی بدون فرض ضرر، از فروش کالا به نرخ روز سود اضافی کسب کند. در تبیین استدلال‌های مخالف فرض گران‌فروشی و غبن در این نوع محاسبه قیمت مردود اعلام می‌شود. البته با تمسک به اصل ایثار در اخلاق اسلامی بیان شده که خوب است در صورت‌های خاص خرده‌فروش جنسش را به قیمت سابق بفروشد اما الزامی ندارد و بلکه گاهی منع می‌شود. دو نقد دیگر از مخالفین با تمسک به اصل زهد و انصاف بیان و پاسخ داده می‌شود. این مسئله از حیث اخلاقی بررسی شده و ارتباطی به جنبه حقوقی آن ندارد. ممکن است از نظر حقوقی بنا به مصالح جمعی جامعه قانونی وضع کنند که خرده‌فروشان حق محاسبه نرخ روز را نداشته باشند و مجبور گردند که کالا را به نرخ درج‌شده روی بسته‌بندی به فروش برسانند. روش پژوهش غیر از استدلال‌های عقلانی، تمسک به دلایل نقلی اسلامی را نیز شامل می‌گردد. گاهی از احکام فقهی موافق اخلاق، به عنوان شاهد استفاده می‌شود.

واژگان کلیدی: اخلاق تجارت، نرخ روز کالا، اصل وجوب حفظ مال، لاضرر، قاعده طلایی.
طبقه‌بندی JEL: E31, Z12

مقدمه

در جامعه‌ای که اقتصاد دچار تورم شده است و قیمت کالا به فاصله زمانی کوتاه مدت تغییر پیدا می‌کند، مردم زمانی که برای تهیه اقلام مصرفی روزانه خود به خرده‌فروشی‌ها مراجعه می‌کنند، با قیمت‌هایی مواجه می‌شوند که با قیمت سابق اختلاف پیدا کرده است. این اختلاف قیمت‌ها تحت تأثیر فاکتورهای مختلف اقتصادی رخ می‌دهد؛ از جمله ممکن است تقاضا نسبت به عرضه افزایش داشته یا هزینه‌های تولید، اعم از هزینه مواد اولیه، هزینه نیروی کاری، هزینه‌های جانبی کارخانه‌ها یا موارد دیگر افزایش پیدا کرده و تولیدکنندگان را وادار به افزایش نرخ کرده باشد. افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل و توزیع کالا نیز بر رشد روزافزون قیمت اجناس تأثیرگذار است که عمده‌فروشان و شرکت‌های پخش را وادار به افزایش نرخ کالا می‌کند. البته همیشه در این میان عده‌ای از موقعیت سوءاستفاده کرده و قیمت کالا را بیش از رشد هزینه‌ها افزایش می‌دهند که از موضوع این مقاله خارج است. خرده‌فروشان که آخرین واسطه در رسیدن کالا به دست مصرف‌کننده می‌باشند، در شرایط عادی درصد سود مشخصی را روی اجناس می‌کشند تا محلی برای کسب درآمد و تأمین مخارجشان باشد. در این میان گاهی خرده‌فروشان قیمت کالا را بیش از آن درصد متعارف نسبت به قیمت خرید خودشان، افزایش می‌دهند؛ این افزایش قیمت از طرف خرده‌فروشان ممکن است به سه صورت اتفاق بیافتد: ۱. نرخ کالا و هزینه‌های جانبی خرده‌فروشی مثل اجاره واحد تجاری هیچ افزایشی نداشته و خرده‌فروش تنها جهت سود بیشتر از موقعیت سوءاستفاده می‌کند و قیمت را افزایش می‌دهد، ۲. نرخ کالا افزایش پیدا نکرده ولی هزینه‌های جانبی خرده‌فروش افزایش داشته و او شخصاً قیمت را افزایش می‌دهد تا هزینه‌های جانبی را جبران کند، ۳. نرخ کالا افزایش حقیقی داشته اما خرده‌فروش آن را به قیمت سابق خریداری کرده و می‌خواهد آن را به نرخ روز بفروشد. دو مورد اول خارج از موضوع مقاله هستند. تنها قصد شده فرض سوم از لحاظ اخلاقی مورد بررسی قرار گیرد.

مناسب به نظر می‌رسد در ابتدای مقاله چند خطی در خصوص اخلاق تجارت و ارتباط این بحث با دانش اخلاق توضیح داده شود. بسیاری از مسلمانان با توجه به عقبه اخلاق فضیلت‌محور در کتب اخلاق اسلامی نگاشته شده توسط اندیشمندان مسلمان در گذشته (ر.ک: جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۹، صص ۲۹-۵۴) بر این باورند که دانش اخلاق، وظیفه

پرداختن به صفات انسان‌ها را دارد و در مقابل دانش فقه، حکم اعمال فرد مسلمان را مشخص می‌کند. از آنجایی که اخلاق برای پرورش صفات فرض می‌شود و پرورش صفات نفسانی به‌طور معمول عمل واجبی تلقی نمی‌گردد، گمان می‌شود که وقتی می‌گویند عملی اخلاقی نیست، صرفاً به این معناست که انجام آن برای کمال و پرورش نفس، ضرر دارد و شخص اختیار دارد که این کار را انجام بدهد یا خیر و فقط وظایف فقهی باید مورد تبعیت قرار گیرند.

اما با بررسی دقیق‌تر، متوجه خواهیم شد که دانش اخلاق جدای از پرداختن به پرورش صفات، وارد احکام عملی نیز می‌گردد. به‌طوری‌که فلاسفه اخلاق دو نوع نظریه اخلاقی عمل‌محور و فاعل‌محور را از یکدیگر تمییز می‌دهند (ر.ک: مصباح، ۱۳۹۴، ص ۲۶). جدای از این مسئله این‌طور نیست که دانش اخلاق صرفاً به مباحث غیرالزامی بپردازد و عمل به احکام اخلاقی همیشه عملی فراتر از وظیفه باشند. لذا اکثر فیلسوفان اخلاق مفاهیم الزامی مانند باید، نباید و وظیفه را در کنار مفاهیم ارزشی مانند خوب، بد، درست و نادرست، جزء محمول‌های اخلاقی می‌شمارند (ر.ک: هدایتی، ۱۳۹۵، ص ۱۸۵). البته این‌طور نیست که الزام‌های اخلاقی از نظر فقهی واجب باشند ولی در طرف مقابل هم این‌گونه نیست که محمول‌هایی مثل وظیفه یا الزام خارج از دایره دانش اخلاق باشند. از این جهت بسیاری از مباحث به صورت مشترک در دانش فقه و اخلاق مورد بررسی قرار می‌گیرند. به عنوان مثال دروغ‌گویی هم در اخلاق خطای لازم التکر است و هم در فقه حرام. همچنین وجوب یا الزام ظلم نکردن و رعایت عدالت و حقوق دیگران در هر دو دانش مورد بررسی قرار می‌گیرند. بررسی رابطه دقیق این دو دانش خارج از عهده این مقاله است.

با به وجود آمدن شاخه اخلاق کاربردی در قرون اخیر که سعی در کشف وظایف اخلاقی در چالش‌های پیش روی انسان در عرصه‌های مختلف دارد (جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۷، صص ۲۳-۲۸)، رفته‌رفته اهمیت اخلاق‌های عمل‌محور و تعیین الزام‌ها و باید و نبایدهای اخلاقی بیشتر نمایان شد. اخلاق کاربردی در گرایش‌ها و عرصه‌های مختلف زندگی وارد شد و شاخه‌های اخلاق محیط زیست، اخلاق فناوری، اخلاق سیاسی و... به وجود آمدند. در این میان شاخه اخلاق تجارت یا اقتصادی نیز به دوراهی‌های اخلاقی در مسائل تجاری و اقتصادی می‌پردازد. مسئله این مقاله در این شاخه از اخلاق کاربردی قرار

می‌گیرد که سعی دارد وظیفه اخلاقی داشتن یا نداشتن خرده‌فروشان در مسئله مذکور را معین کند. هر چند بنا به مناسبت گاهی به امور فراوظیفه نیز اشاره می‌شود؛ اموری که الزامی در رعایت آنها نیست ولی رعایتشان از لحاظ اخلاقی خوب یا بهتر است. با توجه به رابطه تنگاتنگ بین فقه و اخلاق اسلامی خصوصاً وقتی به صورت عمل‌محور فرض می‌شود، بنا به مناسبت به احکام فقهی مربوطه نیز به عنوان تأیید اشاره می‌گردد.

عموم مردم معتقدند چنین کاری از طرف خرده‌فروشان منفعت‌طلبانه بوده و خلاف انصاف و وظیفه اخلاقی می‌باشد. به عبارتی خرده‌فروش از لحاظ اخلاقی حق انجام چنین کاری را ندارد و این عمل نوعی ظلم به مصرف‌کننده می‌باشد. جدای از بحث اخلاقی چنین کاری از نظر قانونی هم منع شده است؛ اما قوانین حقوقی ممکن است با در نظر گرفتن مصالح خاصی وضع شده باشند که لزوماً با قانون اولی اخلاقی هماهنگی نداشته باشند. مراد این نیست که قانون حقوقی در این مورد مخالف اخلاق است، بلکه گاهی قانون مصلحتی اخلاقی را در نظر می‌گیرد که به عنوان حکم اولی اخلاقی نیست، مثل حفظ نظم جامعه یا موارد دیگر که بررسی آنها از عهده این مقاله خارج است. فرض را بر این می‌گذاریم که قانون جواز چنین کاری را صادر کرده است، آیا بنابراین فرض، باز هم چنین عملی غیراخلاقی می‌باشد، چنانچه عموم مردم باور دارند یا این باور عمومی خطاست؟

فرضیه این مقاله خطا بودن باور عمومی مبنی بر غیراخلاقی بودن فروش کالا به قیمت روز است. به نظر نویسنده فروشنده در چنین شرایطی حق دارد، متناسب با نرخ روز کالا، قیمت آن را افزایش دهد. اگر این کار را انجام ندهد، در واقع فداکاری کرده و چنین وظیفه‌ای ندارد. در پیشینه عام این مسئله در بخش اخلاق دادوستد به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های اخلاق اقتصادی اندیشمندان اخلاق کاربردی به اصول و حقوقی دست یافته‌اند که می‌توان در مصادیق مختلف آنها را تطبیق داد (ر.ک: جعفری سرشت؛ فرهانیان؛ طاهری، ۱۳۹۴، ص ۴۵ و ۱۵۹؛ ایروانی، ۱۳۹۰، ص ۱۴۱-۱۴۸؛ طباطبائی، ۱۳۸۲، ص ۱۰۳؛ صنعت‌کار، ۱۳۸۶، ص ۲۳؛ قانون کارگزاران بورس و اوراق بهادار، ۱۳۹۶، صص ۱۱۳-۱۵۵). برای اثبات مدعای مقاله به سه مورد از اصول مذکور در کتب اخلاق اقتصادی و فقهی تمسک می‌شود. سعی بر آن است که تطبیق این اصول بر مورد مسئله شرح داده شود

و بر اساس هر کدام استدلالی ارائه گردد. بعد پنج مورد تمسک به اصول اخلاق تجارت به عنوان دلیل مخالف پاسخ داده خواهند شد. در جست‌وجوها پژوهشی یافت نشد که مستقیماً مسئله این مقاله را مورد ارزیابی قرار داده باشد. در ادامه به مبحث قیمت عادلانه و ملاک قیمت‌گذاری در اخلاق تجارت به عنوان پیشینه عام اشاره‌ای کوتاه خواهد شد:

اشاره‌ای کوتاه بر نظریات مربوط به قیمت‌گذاری عادلانه

۱۹۳

فصلنامه علمی اقتصاد اسلامی / مقاله علمی پژوهشی / معامله کالا به نرخ روز در خرده‌فروشی ...

اگر بخواهیم نظریات در خصوص قیمت عادلانه را در طول تاریخ در دو دسته کلی جای‌گذاری کنیم، یک نظر بر وجود و امکان تصور چنین مفهومی تأکید دارد و نظر دیگر به‌طورکلی مفهوم قیمت عادلانه را انکار می‌کند؛ یعنی می‌گویند بحث عدالت در قیمت‌گذاری مطرح نیست. تنها فاکتور تعیین‌کننده قیمت عرضه و تقاضا است و بازار به صورت جبری قیمت را تعیین می‌کند. ایشان معتقدند که مفهوم قیمت عادلانه را اشخاصی ایجاد کردند که هیچ‌گونه تخصصی در اقتصاد نداشتند (See: Roover, 1958, p. 418).

در طرف مقابل اشخاصی که قائل به قیمت عادلانه می‌باشند، سعی می‌کنند فاکتورهایی غیر از عرضه و تقاضا در بازار را در قیمت‌گذاری تأثیرگذار بدانند (Hollander, 1965, p. 615). هر چند ممکن است برخی ارزش کالا را سرتاسر به فاکتورهایی مبتنی کنند که هیچ ارتباطی به عرضه و تقاضا نداشته باشد ولی این‌طور نیست که هر کس سهمی از ارزش‌گذاری کالا را به قیمت بازار (عرضه و تقاضا) اختصاص دهد، این فاکتور را به‌طور انحصاری پذیرفته باشد و اعتقادی به دیگر فاکتورها و مفهوم قیمت عادلانه نداشته باشد. از جمله فلاسفه‌ای که در خصوص مفهوم قیمت عادلانه در بین فلاسفه غرب بحث کرده‌اند، توماس آکوئیناس بود؛ هر چند در تبیین دقیق نظریه وی اختلاف وجود دارد (ibid, p. 616). چنین مفهومی در میان مسیحیان و دنیای غرب تا پیش از دوره مدرن قابل پذیرش بود اما در نظر اقتصاددانان نظام سرمایه‌داری در دوره مدرن، ملاک عرضه و تقاضا عامل اصلی قیمت‌گذاری محسوب می‌گردد (See: ibid, p. 615).

هر چند فقهای مسلمان نظریه کاملاً مستقلی در عرصه قیمت عادلانه ارائه ندادند (حسینی؛ عیوضلو، ۱۳۹۱، ص ۱۱۹)، ولی قطعاً مفهوم عدالت در قیمت‌گذاری را در برخی موارد پذیرفته‌اند؛ مثلاً اگر کسی شخصاً کالایی را احتکار کند تا عرضه کاسته شود و

بخواهد از این طریق کالا را گران‌تر بفروشد، در فقه اسلامی ناعادلانه و در نظر برخی فقها حرام (ر.ک: حلی، ۱۳۸۷ق، ص ۴۰۹) و بعضاً مکروه (طوسی، ۱۳۸۷ق، ص ۱۹۵) می‌باشد. اما اینکه بگوییم فقهای مسلمان بر خلاف مسیحیانی مثل توماس آکوئیناس قیمت بازاری یا عرضه و تقاضا را به هیچ عنوان ملاک نمی‌دانستند و ملاک اصلی را قیمت المثل می‌دانستند (حسینی؛ عیوضلو، ۱۳۹۱، ص ۱۱۹)، خطاست. چون قیمت المثل در واقع امری جز قیمت مثل کالا در بازار نیست. لذا برخی فقها تصریح کردند که متبادر از «پرداخت قیمت» قیمت بازار است (ر.ک: سبزواری، ۱۴۲۳ق، ص ۲۰۴). بعضی از فقهای بزرگ تصریح کردند که هیچ کس حق ندارد بر قیمت بازار اعتراض کند و حتی امام حق ندارد قیمت را برای اهل بازار تعیین کند (طوسی، ۱۳۸۷ق، ص ۱۹۵). بر فرض هم که فقها در بعضی از مواقع مداخلات اشخاص را ناعادلانه در نظر بگیرند، معنایش این نیست که ایشان به هیچ عنوان عرضه و تقاضا یا قیمت بازاری را در نظر نمی‌گیرند، حتی صورت احتکار را نیز برخی فقها تنها بر تعداد خاصی از مواد خوراکی اصلی در صورت کمیاب بودن، مکروه می‌دانند نه در تمام کالاها (مفید، ۱۴۱۳ق، ص ۶۱۶). به عبارتی در نظر برخی فقهای بزرگ مسئله احتکار بیش از جنبه سود ناعادلانه، به نیاز شدید مردم به کالای اساسی باز می‌گردد (طوسی، ۱۴۰۰ق، ص ۳۷۴). تنها کسی قیمت بازاری را مقابل قیمت عادلانه لحاظ می‌کند که قیمت بازار را تمام شرط در قیمت‌گذاری بداند.

فقها به‌طور معمول قیمت عرف بازار را لحاظ می‌کردند. گران‌فروشی در حد اجحاف به مردم، در نظر برخی فقها جایز نیست (خمینی، ۱۴۲۲ق، ص ۶۲). همچنین در صورتی که شخص بخواهد کالا را به بیشتر از قیمت مصوب دولتی بفروشد، نهی کرده‌اند (گلپایگانی، ۱۴۱۷ق، ص ۱۲۱). نهی ایشان بیشتر به خاطر مسائل حقوقی و تخطی از قوانین حکومت اسلامی است تا مسائل اخلاقی؛ اما اگر قیمت کالا بیش از قیمت بازار باشد و خریدار نسبت به قیمت‌ها ناآگاه باشد، مصداق غبن به حساب می‌آید و خریدار حق فسخ معامله را دارد (ابن ادریس، ۱۴۱۰ق، ص ۲۴۹).

ادله موافق فروش به قیمت روز

۱. اصل وجوب یا حق حفاظت از سرمایه و دارایی یا مال

در دانش حسابداری^۱ دارایی‌های یک واحد تجاری هر آن چیزی است که ارزش مالی داشته و در اختیار بنگاه تجاری باشد یا حداقل نسبت به آن حق داشته باشد؛ خواه سرمایه مالک آن واحد تجاری یا به عنوان بدهی به آن دسترسی داشته باشد (علی دوست، ۱۳۹۶، ص ۱۳). این دارایی‌ها ممکن است به صورت وجه نقد، مطالبات، کالا، اموال از هر نوعی باشد. برخی از دارایی‌ها ثابت و برخی جاری هستند (همان، ص ۱۰۴). دارایی جاری در خرده‌فروشی‌ها اقلامی هستند که فرد آنها را برای فروش عرضه کرده است. مبلغی که از فروش به دست می‌آید به دو قسم تبدیل می‌شود بخش عمده آن به تهیه مجدد کالا اختصاص داده می‌شود که معادل قیمت کالا در عمده‌فروشی‌ها است. قسم دوم، باقیمانده یا سود حاصل از فروش است که معمولاً خرج زندگی روزمره یا افزایش سرمایه و توسعه کسب‌وکار می‌کنند. هر انسانی حق دارد در هنگام دادوستد ارزش برابر با دارایی یا کالای خودش را دریافت کند. مفهوم ارزش در اقتصاد امری پیچیده است و بیان آن خارج از موضوع مقاله است. در دانش حسابداری معمولاً ارزش فعلی کالا به واحد پولی سنجیده می‌شود که فردی حاضر است در مقابل آن کالا یا دارایی پرداخت کند. این نوع سنجش ارزش را می‌توان برآورد قیمت کالا در بازار نامید. قیمت کالاها در طول زمان تغییر می‌کنند؛ گاهی زیاد و گاهی کم می‌شوند. مثلاً ملکی که شما بیست سال قبل خریده‌اید الآن به چندین برابر همان قیمت قابل فروش است. گاهی فقط قیمت یک یا چند کالای خاص تغییر می‌کند مثلاً ملک یا طلا گران می‌شود و گاهی تمام یا اکثر کالاها گران می‌شوند. در چنین حالتی در واقع قیمت یا ارزش کالاها افزایش نیافته است بلکه ارزش ارز یا پولی که بابت آن کالاها پرداخت می‌شود، کاهش پیدا کرده است. از آنجایی که ارزش را به‌طور معمول با پول معادلش می‌سنجند این برداشت می‌شود که ارزش کالا افزایش پیدا کرده است. لذا اگر ارزی که ملاک سنجش است را تغییر دهند مثلاً به جای تومان با دلار

۱۹۵

فصلنامه علمی اقتصاد اسلامی / مقاله علمی پژوهشی / معامله کالا به نرخ روز در خرده‌فروشی ...

^۱ تعریف‌های ارائه شده از سرمایه یا دارایی ممکن است با تعریف‌های آنها در مبانی اقتصاد تفاوت داشته باشد؛ لذا از قید «حسابداری» استفاده شده و برای رساندن مقصود این مقاله کافی می‌باشد.

بسنجند، روشن خواهد شد که ارزش حقیقی آن کالا تغییر نکرده بلکه ارزش تومان یا ارز رایج مملکت کاهش پیدا کرده است. این وضعیت در زمان تورم بسیار اتفاق می‌افتد و هر قدر شدت تورم بیشتر باشد، محسوس‌تر و سریع‌تر صورت می‌گیرد. پس در مسئله مورد بررسی دو حالت قابل تصور است یا قیمت کالا حقیقتاً افزایش پیدا کرده است یا ارزش پول رایج کم شده است. اثبات مدعا در مورد دوم ساده‌تر می‌باشد لذا ابتدا بیان می‌گردد:

الف) زمانی که ارزش ارز رایج کم شود

هر انسانی حق دارد صورت یا نوع دارایی‌اش را تغییر دهد. به عنوان مثال شما حق دارید، ملک خود را بفروشید و آن را به پول یا طلا یا کالا یا هر دارایی دیگری تبدیل کنید. به این کار خرید و فروش می‌گویند و در فقه اسلامی با عنوان بیع حلال می‌باشد (بقره: ۲۷۵؛ انصاری، ۱۳۸۸، ص ۵). هنگامی که قیمت یا ارزش فعلی یک دارایی کم می‌شود افراد صاحب آن دارایی معمولاً از این حق خود استفاده می‌کنند و نوع مال خود را تغییر می‌دهند تا ضرر نکنند یا کمتر متضرر گردند. وقتی که تورم زیاد است از لحاظ اقتصادی خطا می‌باشد که فرد سرمایه‌اش را به صورت پول نقد رایج نگهداری کند. فرض کنید شما پول-هایتان را در چنین وضعی به طلا یا ملک تبدیل می‌کنید، وقتی ارزش پول رایج کم شود و قیمت طلا در ظاهر افزایش پیدا کند، کسی حق ندارد شما را وادار کند که طلا را به قیمت سابق بفروشید چون متضرر می‌گردید. به اصطلاح شما حق دارید طلا را هنگام دادوستد به ارزش معادل آن در زمان فروش معامله کنید. این نه تنها یک حق بلکه گاهی واجب هم می‌باشد. اگر فردی مالش را بیهوده به هدر دهد، مورد مذمت قرار می‌گیرد. چون ممکن است بعدها به فقر دچار شود یا افراد تحت تکفلش به سختی بیفتند. لذا از نظر اخلاقی نیز اکثر اوقات واجب است فرد مالش را حفظ کند تا نیازمند دیگران نگردد (فارابی، ۱۴۱۳ق، ص ۲۴۱). این مسئله در اسلام هم پذیرفته شده است. در روایات متعدد بر عدم تلف مال تأکید شده است از جمله در روایتی امام باقر علیه السلام می‌فرمایند خداوند از افساد مال منع کرده و به آیه‌ای استدلال می‌کنند که در آن از اعطای مال به سفیهان نهی شده است (طوسی، ۱۳۶۵، ص ۲۳۱). حتی در روایات بیان شده که فرد می‌تواند برای حفظ مال نمازش را قطع کند (ابن بابویه، ۱۳۶۳، ص ۳۶۹). همچنین اگر کسی قوه حفظ مالش را

نداشته باشد، حداقل بنا بر نظر برخی فقها سفیه محسوب می‌گردد (گلبایگانی، بی‌تا، ص ۲۵).

حال یک خرده‌فروش را در نظر بگیرید که دارایی جاری‌اش کالاهایی می‌باشد که برای فروش گذاشته است. این سرمایه فرد است که با آن زندگی‌اش را می‌گذراند یا اگر تأمین باشد، به نوعی سرمایه‌گذاری کرده تا افزایش سرمایه داشته باشد. در زمان تورم شدید، قیمت کالا ممکن است هر روز تغییر کند. فرد همیشه حق دارد کالا را به قیمت روزش بفروشد تا متضرر نشود. توجه به این نکته بسیار ضروری است که در فرض مقاله شخص خرده‌فروش مسبب گرانی نبوده و بسیاری از عوامل مثل بالارفتن هزینه تولید و ... منجر به افزایش قیمت شده‌اند. ما نمی‌توانیم کسی را مجبور کنیم که کالایش را به نرخ سابق بفروشد. اگر این کار را بکنیم گویی به فرد این حق را نداده‌ایم که کالایش را تغییر دهد چون کالای او را به تومان حساب کرده‌ایم. به عنوان مثال به فرد می‌گوییم شما این کالا را هزار تومان خریداری کردی و باید هزار و صد بفروشی، تا ده درصد سود معقول کرده باشی حتی اگر کالا در حال حاضر دو هزار تومان قیمت داشته باشد. در واقع فرض کرده‌ایم که کالای او از ابتدا پول بوده است. درحالی‌که فرد کالایی غیر از پول داشته و حق دارد آن کالا را به ارزش روز برابر با تومان بفروشد تا ضرر نکرده باشد. آن قیمتی که روی برخی کالاهای مصرفی می‌زنند همیشه ارزش حقیقی کالا را نشان نمی‌دهد. هدف از درج قیمت روی کالا این است که در حالت عادی که قیمت حقیقی کالا افزایش پیدا نکرده، کاسبان گران‌فروشی نکنند و قیمت‌ها یکسان گردد. حال فرض کنید ما ارزش یا قیمت حقیقی فعلی کالا را در نظر نگیریم و فروشنده را ملزم کنیم به قیمت سابق بفروشد؛ فرض کنید فردی ده واحد از یک کالا داشته است. قبل از اینکه آنها را به فروش برساند، قیمت کالا دو برابر می‌شود؛ یعنی اگر این کالاها فروش برود و بخواهد آنها را جایگزین کند باید دو برابر پول بدهد. اگر او را وادار کنیم که به قیمت سابق بفروشد، دفعه بعد با همان پولی که به دست می‌آورد اگر سودش را کنار بگذارد، تنها می‌تواند پنج واحد از آن کالا خریداری کند. در واقع سرمایه فرد یا دارایی جاری‌اش نصف می‌شود. چون ما قیمت دارایی او را به تومان حساب کردیم و تومان کاهش ارزش داشته درحالی‌که فرد طبق حقی که داشته دارایی‌اش را به کالایی خاص تغییر داده تا حداقل متضرر نگردد. این خرده‌فروش

حق دارد مالش را حفظ کند و بلکه واجب است. اگر بخواهد همیشه به قیمت سابق بفروشد بعد از مدتی دارایی‌اش به شدت کاهش پیدا می‌کند، خصوصاً اگر تورم ناگهانی و در اجناس مختلف باشد. چون گاهی یک یا دو جنس گران می‌شود که شاید فرد بتواند به نوعی آن را جبران کند ولی اگر در یک بازه زمانی تعداد زیادی از اجناس گران شوند و فرد مدام به قیمت سابق بفروشد، به شدت متضرر می‌گردد و رفته‌رفته کالاهای واحد تجاری‌اش کاهش پیدا می‌کند. بسیاری از خرده‌فروش‌ها ناچارند تعداد خاصی از کالا را در مغازه نگهداری کنند و اگر مقدار کالایشان از فروش روزانه کمتر باشد، مشتریانشان را از دست می‌دهند. معمولاً واحدهای فروش مواد غذایی یا سوپرمارکت‌ها چنین حالتی دارند که اگر جنسشان تکمیل نباشد و مشتری چند بار مراجعه کند و کالای مورد نیازش را به دست نیاورد، دیگر از آن مغازه خرید نخواهد کرد. اگر یک سوپرمارکت که در یک بازه زمانی معین، معمولاً ده عدد از یک کالا می‌فروشد، بعد از مدتی تبدیل به پنج عدد گردد، مشتریانش را از دست خواهد داد.

ب) زمانی که قیمت کالای خاص افزایش پیدا کند

فرض کنید در یک زمان فقط یک یا چند کالای خاص گران شود ولی بقیه کالاها رشدی نداشته باشند. مثل طلا یا ملک که گاهی افزایش قیمت دارد، درحالی‌که بقیه اجناس به آن اندازه رشد ندارند. در چنین حالتی اگر شخصی طلا را به قیمت سابق بفروشد، شاید نگویند ضرر کرده بلکه عرفاً سود بیشتری نکرده است، هرچند نمی‌تواند برابر با سابق طلا بخرد اما می‌تواند کالاهای معادل دیگری با پولش خریداری کند. البته از لحاظ اقتصادی سود نکردن هم نوعی ضرر محسوب می‌شود چون زمان ارزش دارد و فرد می‌توانست این سرمایه را در محل دیگری سرمایه‌گذاری کند و سود ببرد، در واقع عدم رشد دارایی نوعی ضرر اقتصادی است. بر فرض که این را ضرر تلقی نکنیم و تنها بگوییم نوعی عدم سود است. به عنوان مثال ممکن است گاهی یک‌روزه قیمت طلا آنقدر افزایش پیدا کند و فردی تازه یک روز باشد که طلا خریداری کرده و زمان زیادی هم صرف نکرده که ضرر عدم سود در طول زمان به آن اطلاق گردد، حتی در این حال نیز بسیاری از خرده‌فروش‌ها اگر بخواهند به قیمت سابق بفروشند، ضرر می‌کنند چون آنها نمی‌توانند بگویند دیگر این

کالای خاص را نمی‌آوریم یا کمتر می‌آوریم و معادل آن را به تومان کالای دیگری خریداری می‌کنیم. چنانچه اشاره شد اکثر خریده‌فروش‌ها ناچارند مقداری از کالاهای مختلف را در زمان واحد داشته باشند تا از تعداد مشتریانشان به مرور زمان کاسته نشود. اگر فرد مبلغی که برای فلان کالای خاص بهداشتی کنار گذاشته و هر بار ده واحد از آن خریداری می‌کرده را با فروش به قیمت سابق ثابت نگاه دارد و دفعه بعد نتواند ده عدد از آن کالا بخرد، متضرر می‌شود چون با کمبود کالا مواجه شده و مشتریان را از دست می‌دهد. صاحبان فروشگاه‌ها بهتر می‌دانند که حتی یک برند از یک کالا نمی‌تواند جای برند دیگر را بگیرد، چه برسد به اینکه از یک نوع کالا کم بیاورد. فرد ناچار است با پولی که از فروش دیگر کالاها به دست می‌آورد، معادل همان کالاها را خریداری کند.

با توجه به مطالب مذکور استدلال زیر حاصل می‌شود:

فروش کالا به نرخ روز در خریده‌فروشی‌ها حفظ مال محسوب می‌گردد؛

حفظ مال اخلاقاً الزام دارد یا حداقل فرد حق دارد مالش را حفظ کند؛

نتیجه: خریده‌فروش اخلاقاً ملزم است یا حداقل حق دارد کالا را به نرخ روز بفروشد.

۲. اصل لا ضرر

یکی از اصول اخلاقی در اقتصاد که به‌طور کلی در اخلاق اسلامی (نراقی، بی‌تا، ص ۲۴۹؛ دراز، ۱۴۲۳ق، ص ۷۱۳) و در فقه به‌طور ویژه مورد توجه قرار گرفته، (خوئی، ۱۴۲۲ق، ص ۶۰۰) عدم ضرر غیرموجه است (کلینی، ۱۴۲۹ق، ج ۱۰، ص ۴۳۶). حداقل دایره این قاعده در اسلام، قواعد حقوقی و معاملات می‌باشد. البته گاهی حکم ضرری حتی در حقوق اسلامی وجود دارد اما همیشه توجیه عقلانی و اخلاقی دارد. فرض کنید اگر کسی در خواب دستش به مال دیگری برخورد کند و تلف شود، ضامن است (مکارم شیرازی، ۱۳۸۱، ص ۸۲). عرف می‌گوید فرد متضرر شده ولی توجیه آن مشخص می‌باشد. در مسئله این مقاله چنانچه در اصل اول توضیح داده شد، اگر فرد بخواهد به قیمت روز کالایش را بفروشد در بسیاری از موارد متضرر می‌گردد و طبق موازین اسلامی نباید چنین معامله ضرری را بر فرد تحمیل کرد. این اصل در موازین غیر اسلامی و عقلانی صرف نیز قابل اثبات می‌باشد.

با توجه به مطالب مذکور استدلال زیر حاصل می‌شود:

عدم محاسبه کالا به نرخ روز اضرار غیرموجه بر فروشنده محسوب می‌گردد؛

اضرار غیرموجه در اخلاق و فقه قبیح است؛

عدم محاسبه کالا به نرخ روز از نظر اخلاقی و فقهی قبیح است.

ممکن است در پاسخ به این استدلال بگویند که چنانچه ضرر کردن فروشنده قبیح است، ضرر خریدار نیز قبیح می‌باشد. اگر فروشنده به قیمت روز اجناس را محاسبه کند، خریداران متضرر می‌گردند. پاسخ این است که مقصر در ضرر خریدار در مورد مسئله، فروشنده نمی‌باشد. شرایط اقتصادی جامعه تورم را ایجاد می‌کند و فروشنده تنها جنس را به قیمت فعلی‌اش می‌فروشد و خرده‌فروش تقصیری در ایجاد تورم ندارد. شاید بگویند در صورت ضرر فروشنده نیز، خریدار مقصر نیست ولی این مقبول نمی‌باشد چون فروشنده در اینجا مطابق حق و اصول اولیه، معامله می‌کند. چنانچه بیان شد هر کسی حق دارد جنسش را به قیمت واقعی فعلی دادوستد کند و اجبار او به فروش به قیمت سابق، ضرر زدن به او محسوب می‌گردد.

گاهی استدلال می‌شود که اگر همه افراد جامعه در مقابل تورم بایستند و به قیمت سابق بفروشند، قیمت اجناس کمتر افزایش پیدا می‌کند و خرده‌فروشان هم از این قضیه سود خواهند کرد. چون آنها نیز برای تهیه دیگر اقلام مورد نیاز خود ناچارند به دیگران مراجعه کنند و اگر همه همکاری کنند، قیمت همه اجناس کاهش می‌یابد یا حداقل کمتر افزایش پیدا می‌کند و در نتیجه خرده‌فروش ضررش جبران می‌شود. چون همین ضرر را دیگران هم می‌پذیرند و در نهایت همه سود می‌کنند. مشکل اینجاست که بر فرض تأثیر چنین راهبردی، معمولاً به صورت صددرصدی در جامعه اجرا نمی‌شود تا اثرش را بگذارد. تعداد معدودی از جامعه پذیرای این حکم هستند. بقیه همکاری نمی‌کنند و این تعداد محدود دچار ضرر می‌گردند. فرض کنیم همین مقدار کم نیز تأثیر ناچیزی روی قیمت‌ها داشته باشد یا اگر تأثیر کلی نداشته باشد، شاید بتوان با تلاش کم‌کم این فرهنگ را گسترش داد یا حداقل با ارزان دادن یک خرده‌فروش، در یک مرتبه، فردی که آن را می‌خرد، کمتر متحمل فشار اقتصادی می‌گردد. پس رعایت چنین قانونی قطعاً خالی از فایده برای دیگران نیست،

منتها چون فرد در اکثریت موارد خودش ضرر می‌کند یا حداقل ریسک ضرر دارد، می‌توان آن را از مصادیق ایثار و فداکاری به حساب آورد که بحثش خواهد آمد.

۳. قاعده طلایی

قاعده طلایی یک اصل بنیادین است منتها مفهوم آن بسیار کلی می‌باشد و بسته به مورد تطبیقش دگرگون می‌شود. مطابق قاعده طلایی ما باید با دیگران طوری رفتار کنیم که انتظار داریم در شرایط برابر با ما آن‌گونه رفتار کنند. این قاعده در روایات اسلامی نیز بیان شده است (شریف الرضی، ۱۴۱۴ق، ص ۳۹۷). مطمئناً همیشه برابری، عادلانه نمی‌باشد اما هر کجا که دلیلی نابرابری را موجه جلوه ندهد، می‌توان گفت عدالت محقق نشده است. قاعده طلایی به فرد کمک می‌کند تا انطباق این نوع از عدالت را دریابد، به این وسیله که خودش را جای طرف مقابل قرار می‌دهد و می‌سنجد که آیا حاضر است، همین رفتاری را که با دیگران دارد، دیگران با خودش داشته باشند؟ یکی از رفتارهای ما با دیگران انتظاراتمان می‌باشد؛ وقتی من از فردی انتظار دارم در شرایطی خاص رفتاری خاص را انجام ندهد، خودم نیز نباید آن رفتار را در آن شرایط انجام دهم.

در مورد مسئله، ما از خرده‌فروش انتظار داریم که مال را به قیمت سابق بفروشد، آیا خودمان در شرایط مساوی همین کار را انجام می‌دهیم؟ فرض کنید خودرو یا ملک یا مقداری طلا خریداری کرده‌ایم، به فاصله چند روز قیمت آن کالا افزایش پیدا می‌کند، آیا حاضر هستیم آن جنس را به قیمت سابق بفروشیم؟ فرض کنید شما خودرویی دارید که می‌خواهید آن را معاوضه کنید تا خودرویی دیگر خریداری کنید. قیمت خودرو ناگهان افزایش پیدا می‌کند، اگر بخواهید خودروی خود را به قیمت سابق بفروشید، نمی‌توانید خودرویی معادل آن را مجدداً خریداری کنید. شما ناچارید به قیمت روز بفروشید تا بتوانید حداقل خودرویی معادل خریداری کنید. ما به‌طور معمول حاضر به تحمل چنین ضرری نیستیم اما از خرده‌فروشان انتظار داریم به قیمت سابق بفروشند و برای خرید مجدد همان مقدار جنس پول بیشتری پرداخت کنند تا معادل جنس سابق خود را به دست آورند.

در اصل شماره یک دو نوع فرض بیان شد؛ فرض دوم این بود که تنها قیمت یک جنس افزایش پیدا کند و بیان شد که در این صورت هم خرده‌فروش اگر بخواهد به قیمت

سابق بفروشد، متضرر می‌گردد. حال صورتی فرض خواهد شد که حتی اگر فرد متضرر هم نشود، حق داشته باشد، کالایش را به قیمت روز بفروشد. این ادعا با قاعده طلایی اثبات می‌شود. فرض کنید شما می‌خواهید طلای خود را بفروشید ولی نه برای اینکه طلای جدیدی خریداری کنید بلکه هدفتان سرمایه‌گذاری در بخش دیگری است. شما سود معمول را از طلایی که داشتید کرده‌اید ولی در روز آخر قیمت طلا به شدت زیاد می‌شود و باقی اجناس گران نشده‌اند و شما اگر طلا را به قیمت سابق بفروشید، متضرر نمی‌شوید بلکه سود کمتری می‌کنید، قصد هم ندارید دوباره طلا خریداری کنید، حتی می‌دانید که این افزایش قیمت طلا موقتی است و اگر شما بخواهید بعد از مدتی مجدداً طلا بخرید می‌توانید معادل همین مقداری که قصد فروشش را دارید، طلا خریداری کنید، در این حالت اگر کسی شما را مجبور کند که طلا را به قیمت سابق بفروشید، ناراحت نمی‌شوید؟ آیا نمی‌گویید این شانس یا مهارت پیش‌بینی اقتصادی من بوده که سرمایه‌ام افزایش پیدا کرده و من حق دارم آن را به قیمت روز بفروشم. آیا این کار خود را غیراخلاقی فرض می‌کنید؟ این خصوصیت بازار است. فرد در هر بخشی سرمایه‌گذاری کند، امکان سوددهی ناگهانی دارد. در فرض مسئله هم خرده‌فروش سرمایه‌اش را در کالایی خاص صرف کرده است که امکان دارد بنا به شرایطی افزایش قیمت داشته باشد، چرا او حق نداشته باشد، از این سرمایه‌گذاری‌اش سود ببرد؟ فرض کنید کالایی در فروشگاه مواد غذایی گران شده که اگر شخص آن را به قیمت سابق بفروشد متضرر نمی‌گردد چون آن برند آن‌قدر نایاب شده که دیگر هیچ‌کس آن را ندارد و نیازی نیست مجدداً از همان برند خریداری کند و با فروش به قیمت سابق می‌تواند به همان تعداد از برند دیگری خریداری کند. چون شرایط در دیگر فروشگاه‌ها برابر است، فرد مشتریانش را از دست نمی‌دهد. آیا او حق سود بردن ندارد؟

شاید بتوان به این استدلال پاسخ داد که موارد معامله گاهی متفاوت هستند. خودرو یا طلا یا ملک با اجناس مصرفی روزانه مثل اقلام فروشگاه‌های مواد غذایی فرق می‌کند. درست است که در حالت عادی انسان می‌تواند از فروش سرمایه‌اش به قیمت روز سود ببرد اما کسب این ارزش اقتصادی گاهی اخلاقاً صحیح نیست؛ مثل زمانی که سود ما موجب ضرر بیش از اندازه دیگران گردد. چون اگر هر خرده‌فروش مواد غذایی بخواهد چنین برخوردی داشته باشد، مردم از داشتن کالاهای اساسی محروم می‌گردند. اگر بتوان

چنین فرضی کرد، می‌توان اخلاقاً خرده‌فروش را از بردن سود اضافی منع کرد ولی در مورد خودمان نیز باید این‌گونه حکم کنیم. برخی از اجناسی که مردم عادی نیز از آنها سود می‌برند، گاهی بسیار ضروری می‌شوند مثل خودرو یا ملکی که اجاره داده می‌شود، حتی طلا نیز به ظاهر گران فروختنش تأثیری در زندگی روزمره مردم نمی‌گذارد. گاهی افزایش قیمت طلا تبعات سنگینی برای مردم به همراه دارد. اگر چنین مواردی تشخیص داده شود، ما نیز حق نداریم برای بردن سود بیشتر دارایی خود را به قیمت روز بفروشیم. این مقتضای قاعده طلایی است.

همین مطلب اخیر را می‌توان به صورت حق نیز بیان کرد. حق روی دیگر تکلیف است. اگر شرایط مشترکی وجود دارد که دو نفر هر دو از آن برخوردارند و حقی در آن شرایط فرض گردد، هر دو باید از آن حق برخوردار گردند مگر اینکه دلیلی خاص یکی را خارج کند. چنانچه توضیح داده شد همه افراد جامعه حق دارند، از ضرر مالی خود جلوگیری کنند و سرمایه و دارایی خود را حفظ کنند. فرض این حق در صورت مسئله بیان شد. مطابق قاعده طلایی چنانچه این حق را برای خود قائل هستیم، برای خرده‌فروشان نیز باید قائل باشیم. همچنین حقی وجود دارد که هر فردی می‌تواند از فروش دارایی‌اش به قیمت روز سود کند. اگر این حق را برای خود قائل هستیم، برای خرده‌فروش هم باید قائل باشیم.

این حقوق نیز گاهی استثنا می‌خورند؛ مثل جایی که فرد از قصد کالایی را به حجم زیاد ذخیره کند تا با افزایش قیمت سود ببرد. در فقه اسلامی به آن احتکار می‌گویند که از بحث این مقاله خارج است. شخص احتکار کننده از نظر اخلاقی خوب نیست جنسش را به قیمت روز بفروشد تا سود ببرد چون خودش مسبب این گرانی می‌باشد و نوعی سوءاستفاده است (مظاهری، ۱۳۸۷، ص ۲۱)، حتی اگر از نظر فقهی بعد از فروش مالک پول محسوب شود (علوی گرگانی، ۱۳۹۱، ص ۱۱۴).

از مطالب مذکور استدلال زیر حاصل می‌شود:

ما به‌طور معمول حاضر نیستیم با فروش کالایمان به قیمت سابق متضرر شویم یا سود نبریم؛ مطابق قاعده طلایی نباید انتظار داشته باشیم که خرده‌فروشان کالایشان را به قیمت سابق بفروشند و متضرر گردند یا سود نبرند.

در اینجا لازم است اشاره‌ای مختصر به فرض مقابل مسئله مقاله شود؛ یعنی فروشنده جنسی را به قیمت بالاتر خریداری کرده و قیمت روز آن کاهش یافته است. مطابق اصل طلایی و تبیین‌ها و استدلال‌های ذکر شده در مقاله اینجا خریدار از فروشنده انتظار دارد که کالا را به قیمت روز و ارزان‌تر از قیمت خریدش بفروشد. این تقاضای خریدار منطقی است. چون همان‌طور که فروشنده حق دارد کالایش را به قیمت روز بفروشد، خریدار نیز حق دارد کالا را به قیمت روز بخرد. اگر شخصی بگوید در این صورت فروشنده متضرر می‌گردد و به اصل لا ضرر تمسک کند، پاسخ این است که این ضرر از جانب خریدار بر فروشنده تحمیل نشده است و سازوکار بازار چنین امری را موجب می‌گردد. سود و ضرر جزئی از بازار آزاد است و مادامی که شخصی از قصد آن را به دیگری تحمیل نکند، اشکالی وجود ندارد. در حالت عادی قیمت اجناس مطابق عرضه و تقاضا معامله می‌شوند مگر در حالت‌های خاص مثل قحطی یا کمبود یک کالای اساسی که از فرض مقاله خارج هستند و باید جداگانه مورد ارزیابی قرار گیرند.

ادله مخالف فروش به قیمت روز

۱. قبح گران‌فروشی

گران‌فروشی از لحاظ اخلاقی قبیح است. اینکه شخص کالا را به قیمت ارزان خریداری کند و به مجرد اینکه متوجه گران شدن قیمت جنس گردد، آن را به چندین برابر قیمت بفروشد، از مصادیق گران‌فروشی و غیراخلاقی است. خصوصاً اگر آن کالا قیمت مصوب دولتی داشته باشد که در این صورت جایز نیست (گلپایگانی، ۱۴۱۷ق، ص ۱۲۱).

گران‌فروشی یعنی فروشنده شخصاً کالایی را بیشتر از قیمت بازار بفروشد، به عبارتی دخالت فروشنده در امر گران فروختن باید محرز گردد، درحالی‌که فرض مقاله این است که فروشنده دخالتی در افزایش قیمت کالا نداشته و چنین قصدی ندارد. خرده‌فروش می‌خواهد کالا را به قیمتی که در زمان معامله عرف بازار می‌باشد، به فروش برساند. این کار مثل این است که شخصی ملکی را در گذشته به قیمتی کمتر خریداری کرده و می‌خواهد آن را بعد از گذشت مدتی به قیمت روز آن ملک بفروشد. هیچ کس این کار را گران-فروشی محسوب نمی‌کند؛ اما فرضی که قیمت مصوب دولتی وجود دارد، خارج از موضوع

مقاله است چون چنانچه در مقدمه ذکر شد، فرض مقاله بر جواز قانونی فروش کالا به قیمت روز می‌باشد. فقهایی که گران‌تر فروختن از قیمت مصوب دولتی را اشکال گرفته‌اند، بیشتر به جنبه خلاف قانون بودن آن توجه داشتند (خمینی، ۱۴۲۲ق، ص ۶۲؛ گلپایگانی، ۱۴۱۷ق، ص ۱۲۲).

۲. ممنوعیت غبن

۲۰۵

اینکه شخص کالا را گران‌تر از قیمت عادی بفروشد، نوعی غبن در معامله به حساب می‌آید. از این رو خطا و غیراخلاقی است.

فرض غبن از دو جهت با مسئله مقاله سازگاری ندارد. اول اینکه در غبن در قیمت، فروشنده کالا را به گران‌تر از عرف بازار می‌فروشد (حلی، ۱۴۱۱ق، ص ۹۷)، و حال آنکه در فرض مقاله شخص کالا را به قیمت بازار در هنگام معامله، می‌فروشد. دوم اینکه در غبن خریدار قیمت حقیقی را نمی‌داند (همان)، حال آنکه فرض مقاله این نیست که خریدار قیمت را نداند؛ یعنی اگر فروشنده بگوید که کالا را به قیمت روز محاسبه می‌کند و در حال حاضر قیمت کالا نسبت به زمان خرید جنس افزایش پیدا کرده است، باز هم مسئله مقاله قابل طرح می‌باشد و قصد شده اثبات شود که چنین کاری خطا نیست.

۳. اصل ایثار به همراه توکل

اصل ایثار در اخلاق اسلامی، اثبات می‌کند که خوب است فرد کالا را به قیمتی که خریداری کرده محاسبه کند. قاعده ایثار حکم می‌کند که خوب است فرد منافع مالی دیگران را بر خود ترجیح دهد (الحشر: ۹؛ شیخ حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ص ۴۲۹). این اصل، فداکاری را در جامعه ترویج می‌دهد و به انسان می‌آموزد که گاهی باید از حقوق خود بگذرد تا دیگران بهتر زندگی کنند (غزالی، بی‌تا، ص ۴۷). توکل نیز سبب می‌شود فرد راحت‌تر ایثار را انجام دهد و نگران این مسئله نباشد که اگر به قیمت سابق بفروشد، سرمایه‌اش از دست می‌رود و به فقر دچار می‌گردد چون خداوند روزی‌رسان است و او را از فقر نجات می‌دهد (نوری، ۱۴۰۸ق، ص ۲۱۹).

این استدلال قابل پذیرش می‌باشد و قطعاً اگر صاحب کالا به قیمت سابق محاسبه کند، کار خوبی انجام داده است، اما ایثار یک وجوب یا وظیفه حتمی اخلاقی نیست؛ به عبارتی

اگر شخصی ایثار نکند، نمی‌گویند در انجام وظیفه اخلاقی اش کوتاهی کرده است. ایثار در اکثریت مواقع از نظر اخلاقی حکمی اختیاری و فراتر از وظیفه می‌باشد (فیض کاشانی، ۱۴۰۶ق، ص ۴۱۵). لذا در فقه نیز در اصل حکم استحباب دارد و تنها گاهی واجب می‌گردد (شاهرودی، ۱۳۸۲، ص ۷۴۳).

خوبی ایثار نیز مانند هر قاعده دیگری تخصیص بردار است. در برخی روایات از ایثاری که بعد فرد دچار فقر گردد و سربار جامعه شود و بعد از خدا طلب روزی کند [توکل بی- منطق] یا حق خانواده‌اش ضایع گردد، منع شده است (کلینی، ۱۴۲۹ق، ج ۹، ص ۵۰۹-۵۱۴؛ ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴ق، ص ۳۴۸-۳۵۰). پس چنانچه یک خرده‌فروش به این نتیجه برسد که اگر بخواهد مدام کالا را به قیمت سابق بفروشد و تورم شدید باشد، دچار فقر می‌گردد و محتاج دیگران می‌شود یا خانواده‌اش به سختی می‌افتند، حق ندارد بیش از اندازه این ایثار را انجام دهد. همچنین اگر به دیگران بدهی دارد و در صورت فروش به قیمت سابق نتواند بدهی‌اش را پرداخت کند، حق ایثار کردن ندارد.

۴. اصل زهد

مطابق قوانین اخلاقی، خصوصاً در اخلاق اسلامی خوب است انسان زهد داشته باشد؛ یعنی به متعلقات دنیا از جمله مال دل‌بستگی نداشته (کوفی اهوازی، ۱۴۲۹ق، ص ۹) و به فکر مال‌اندوزی نباشد. پس خرده‌فروش باید زاهدانه مالش را به قیمت سابق بفروشد و به دنبال ثروت‌اندوزی و فروش کالا به نرخ روز نباشد.

در پاسخ باید گفت مطابق زهد رفتار کردن نیز مانند ایثار در اکثر مواقع وظیفه عملی الزامی نیست و حتی اگر در این مورد صدق زهد کند، وظیفه عملی الزامی خرده‌فروش نمی‌باشد. مضاف بر آن صرف کسب ثروت با زهد منافاتی ندارد. چنانچه بیان شد، زهد یعنی دل‌نستن به دنیا. فروشنده ممکن است سود معقول بگیرد و کسب ثروت در حد متعادل داشته باشد ولی زهدش را حفظ کند. همچنین زهد نباید سبب شود که فرد از کسب روزی و تجارت باز بماند؛ طبق توضیحات ذکر شده در این مقاله اگر فرد بخواهد در تورم شدید کالایش را به نرخ سابق بفروشد، متضرر می‌گردد و احتمال دارد کسب‌وکارش با خطر مواجه گردد، خصوصاً اگر مخارج خانواده‌اش از محل این کسب تأمین شود.

۵. اصل انصاف

از اصول مهم اخلاق تجارت و کسب و کار، رعایت انصاف در برابر مشتری است. منصفانه نیست که جنسی را به قیمت سابق خریداری کند و به محض اینکه قیمتش افزایش پیدا کرد، به قیمت روز بفروشد.

این استدلال مخالف مردود است. انصاف در معامله یعنی به اندازه‌ای از منافع که کسب می‌کند، اعطا کند (مجموعه‌ای از نویسندگان، ۱۴۲۶ق، ص ۵۷۷). به عبارتی فرد منصف ۲۰۷ معادل ارزشی که تحویل می‌دهد، مال اخذ می‌کند. چنانچه توضیح داده شد، ارزش حقیقی مال به قیمت روزش محاسبه می‌گردد و خلاف انصاف نیست. به علاوه رعایت انصاف تنها وظیفه فروشنده نیست، بلکه هر دو طرف معامله باید انصاف را رعایت کنند. آیا این منصفانه است که خرده‌فروش کالایش را به زیر قیمت بفروشد و متضرر گردد یا سود نکند؟

البته می‌توان به اصل انصاف تمسک کرد و در برخی موارد حق اخلاقی فرد بر دریافت معادل کالا به ارزش روز را تخصیص زد. چون همه یا اکثر قاعده‌های اخلاقی تخصیص می‌خورند. چنانچه بیان شد در اقتصاد آزاد فرد می‌تواند کالایش را به بالاترین قیمتی که متقاضی دارد، بفروشد؛ یعنی هر مشتری که قیمت بیشتری پرداخت کند، ارزش اقتصادی حکم می‌کند که به او بفروشند. چون ارزش فعلی کالا بنا بر بالاترین قیمتی که در حال حاضر برای کالا پرداخت می‌شود، محاسبه می‌گردد. فرض کنید کالایی در حال کمیاب شدن است، فروشنده نمی‌تواند از موقعیت سوءاستفاده کند و جنس را به حراج بگذارد و به بالارفتن قیمت کمک کند، خصوصاً اگر کالای مورد معامله از مواد ضروری زندگی باشد. بلکه باید سعی کند کمترین سود را ببرد و متضرر نگردد. نباید به هر طریقی سعی کنند، به قیمت بالاتر بفروشد. فروشنده از نظر اخلاقی فقط می‌تواند به قیمتی بفروشد که بتواند معادل آن دوباره کالا تهیه کند و سود معمول را هم کرده باشد.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

این باور عمومی که خرده‌فروشان باید اجناس را مطابق قیمتی که خریداری کرده‌اند به فروش برسانند و حق اخلاقی محاسبه به قیمت روز را ندارند، اشتباه است. خرده‌فروشان

به اقتضای اصول و جوب حفظ مال، لا ضرر و قاعده طلایی می‌توانند کالا را به قیمت روز دادوستد کنند تا متضرر نگردند، حتی در شرایطی خاص مطابق قاعده طلایی آنها حق دارند، کالا را به نرخ روز بفروشند تا سود بیشتری حاصل کنند. مطابق اصل ایثار خوب است فرد کالا را به قیمت خرید محاسبه کند تا دیگران راحت‌تر زندگی کنند ولی وجوبی ندارد. حکم ایثار نیز گاهی تخصیص می‌خورد مثل اینکه از این کار خانواده‌اش بیش از اندازه متضرر گردند که در این صورت حق ایثار کردن هم ندارد و واجب است به قیمت روز حساب کند. محاسبه کالا به نرخ روز منافاتی با زهد و اصل انصاف ندارد و گران-فروشی و غبن محسوب نمی‌گردد. در طرف مقابل اگر نرخ روز کالا از قیمت خریداری شده توسط فروشنده کاهش پیدا کند، او باید به قیمت روز بفروشد و ضرری که در این بین متوجه فروشنده می‌گردد، متأثر از نوسانات بازار بوده و چون خریدار آن را تحمیل نمی‌کند، اشکالی ندارد.

منابع و مأخذ

۱. ابن ادریس، محمد بن منصور؛ *السرائر الحاوی لتحریر الفتاوی*؛ ج ۲، چ ۱، قم: انتشارات اسلامی، ۱۴۱۰ق.
۲. ابن بابویه، محمد بن علی؛ *من لا یحضره الفقیه*؛ تصحیح: غفاری، علی‌اکبر؛ ج ۱، قم: نشر اسلامی وابسته به جامعه مدرسین، ۱۳۶۳.
۳. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی؛ *تحف العقول*؛ تحقیق: غفاری، علی‌اکبر؛ چ ۲، قم: جامعه مدرسین، ۱۴۰۴ق.
۴. انصاری، مرتضی؛ *المکاسب*؛ شارح: شهیدی تبریزی، میرزا فتاح؛ ج ۲، چ ۱، قم: سماء قلم، ۱۳۸۸.
۵. ایروانی، جواد؛ *اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث*؛ چ ۲، مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ۱۳۹۰.
۶. جعفری سرشت، داود؛ فرهانیان، سید محمدجواد؛ طاهری، محمدحسین؛ *اخلاق حرفه‌ای در بازارهای سرمایه*؛ چ ۱، تهران: انتشارات بورس، ۱۳۹۴.

۷. جمعی از نویسندگان: اخلاق کاربردی: چالش‌ها و کاوش‌های نوین در اخلاق عملی؛ چ ۱، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۷.
۸. جمعی از نویسندگان؛ کتابشناخت اخلاق اسلامی؛ چ ۳، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۹.
۹. حسینی، سید عقیل؛ عیوضلو، حسین؛ «آیا قیمت بازاری عادلانه است؟ (تحلیل تطبیقی نگرش فلاسفه یونان، علمای اسکولاستیک و فقهای مسلمان به قیمت عادلانه)»؛ دو فصلنامه علمی - تخصصی مطالعات اقتصاد اسلامی، س ۴، ش ۲، ۱۳۹۱، صص ۱۱۹-۱۶۴.
۱۰. حلی، حسن بن یوسف؛ تبصرة المتعلمین فی أحكام الدین؛ تحقیق: یوسفی غروی، محمدهادی؛ چ ۱، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۴۱۱ق.
۱۱. حلی، محمد بن حسن بن یوسف؛ ایضاح الفوائد فی شرح مشکلات القواعد؛ تحقیق: موسوی کرمانی، سید حسین؛ اشتهاردی، علی پناه؛ بروجردی، عبدالرحیم؛ ج ۱، چ ۱، قم: موسسه اسماعیلیان، ۱۳۸۷ق.
۱۲. خمینی، سید روح‌الله موسوی؛ استفتانات؛ ج ۲، چ ۵، قم: انتشارات اسلامی، ۱۴۲۲ق.
۱۳. خوئی، ابوالقاسم؛ موسوعة الامام الخوئی (مصباح الاصول)؛ ج ۴۷، قم: موسسه احیاء الآثار الامام الخوئی، ۱۴۲۲ق.
۱۴. دراز، محمد عبدالله؛ دستور الاخلاق فی القرآن؛ تحقیق و تعلیق: عبدالصبور، شاهین؛ سامی، غیری؛ چ ۱، قم: دارالکتب الاسلامیه، ۱۴۲۳ق.
۱۵. سبزواری، محمدباقر بن محمد مؤمن؛ کفایة الاحکام؛ ج ۱، چ ۱، قم: دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۲۳ق.
۱۶. شریف الرضی، محمد بن حسین؛ نهج البلاغه؛ تحقیق: صبحی، صالح؛ چ ۱، قم: هجرت، ۱۴۱۴ق.
۱۷. شیخ حر عاملی، محمد بن حسن؛ وسائل الشیعه؛ ج ۹، چ ۱، قم: موسسه آل البيت، ۱۴۰۹ق.
۱۸. صنعت‌کار، حسن؛ اخلاق در بازار؛ چ ۴، قم: بوستان کتاب، ۱۳۸۶.
۱۹. طباطبائی، سید علی؛ اخلاق اقتصادی: تبیین نظام ارزشی اسلام در بعد فعالیت‌های اقتصادی؛ چ ۱، قم: مطبوعات دینی، ۱۳۸۲.

۲۰. طوسی، محمد بن حسن؛ **المبسوط فی فقه الإمامیة؛ تحقیق: کشفی، سید محمدتقی؛** ج ۲، ج ۳، تهران: المكتبة المرتضوية لإحياء الآثار الجعفرية، ۱۳۸۷ق.
۲۱. طوسی، محمد بن حسن؛ **النهاية فی مجرد الفقه و الفتاوى؛** ج ۲، بیروت: دارالكتاب العربي، ۱۴۰۰ق.
۲۲. طوسی، محمد بن حسن؛ **تهذیب الاحکام؛ تحقیق: خراسان، حسن؛ تصحیح: آخوندی، محمد؛** ج ۷، تهران: دارالکتب الاسلامیة، ۱۳۶۵.
۲۳. علوی گرگانی، محمدعلی؛ **آداب و احکام کسب و کار؛** گردآورنده: فاطمی مهر، امیرحسین؛ ج ۱، تهران: اول و آخر، ۱۳۹۱.
۲۴. علی دوست، مهدی؛ **حسابداری از مبتدی تا پیشرفته؛** ج ۱، تهران: آرنا، ۱۳۹۶.
۲۵. غزالی، محمد بن محمد؛ **احیاء علوم الدین؛ تحقیق: حافظ عراقی، عبدالرحیم بن حسین؛** ج ۱۰، ج ۱، بی جا: دار الكتاب العربي، بی تا.
۲۶. کانون کارگزاران بورس و اوراق بهادار؛ **راهنمای اصول اخلاقی و رفتار حرفه‌ای؛** ج ۲، تهران: انتشارات بورس، ۱۳۹۶.
۲۷. کلینی، محمد بن یعقوب؛ **الکافی؛** ج ۱، قم: دار الحدیث، ۱۴۲۹ق.
۲۸. کوفی اهوازی، حسین بن سعید؛ **الزهد؛ ترجمه و تحقیق: صالحی نجف‌آبادی، عبدالله؛** ج ۱، قم: سازمان تبلیغات، ۱۴۲۹ق.
۲۹. گلپایگانی، لطف‌الله صافی؛ **جامع الأحکام؛** ج ۲، ج ۴، قم: انتشارات حضرت معصومه، ۱۴۱۷ق.
۳۰. گلپایگانی، محمدرضا؛ **مجمع الرسائل؛** ج ۳، قم: دارالقرآن الکریم، بی تا.
۳۱. فارابی، محمد بن محمد؛ **الاعمال الفلسفية؛ تحقیق: آل یاسین، جعفر؛** ج ۱، بیروت: دارالمناهل، ۱۴۱۳ق.
۳۲. فیض کاشانی، محمد محسن بن شاه مرتضی؛ **الوافی؛** ج ۱۰، ج ۱، اصفهان: کتابخانه امام امیرالمؤمنین، ۱۴۰۶ق.

۳۳. مجموعه‌ای از نویسندگان؛ موسوعة نضرة النعيم في مكارم اخلاق الرسول الكريم؛ ناظر: ابن حمید، صالح بن عبدالله و ابن ملوح، عبدالرحمن بن محمد؛ ج ۳، چ ۴، جده: دارالوسيلة، ۱۴۲۶ق.

۳۴. مصباح، مجتبی؛ بنیاد اخلاق؛ چ ۱۰، قم: موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، ۱۳۹۴.

۳۵. مظاهری، حسین؛ حریم‌های اخلاق در آینه‌ی احکام؛ چ ۱، اصفهان: حدیث راه عشق، ۱۳۷۸.

۳۶. مکارم شیرازی، ناصر؛ کتاب النکاح؛ تهیه و تنظیم: حامدی، محمدرضا؛ مکارم، مسعود؛ ج ۳، چ ۱، قم: مدرسه امام علی، ۱۳۸۱.

۳۷. مفید (شیخ مفید)، محمد بن محمد؛ المقنعه؛ چ ۱، قم: کنگره جهانی هزاره شیخ مفید، ۱۴۱۳ق.

۳۸. نراقی، مهدی بن ابی‌ذر؛ جامع السعادات؛ تصحیح: کلانتر، محمد؛ ج ۲، چ ۱، بیروت: اعلمی، بی‌تا.

۳۹. نوری، حسین بن محمدتقی؛ مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل؛ ج ۱۱، چ ۱، قم: موسسه آل‌البیت، ۱۴۰۸ق.

۴۰. هاشمی شاهرودی، محمود؛ فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل‌بیت؛ ج ۱، چ ۱، قم: موسسه دائرةالمعارف فقه اسلامی، ۱۳۸۲.

۴۱. هدایتی، محمد؛ مناسبات فقه و اخلاق؛ چ ۱، تهران: نشر معاصر، ۱۳۹۵.

42. Hollander, Samuel; "On the Interpretation of the Just Price"; *kyklos*, Vol. 18, Issue 4, November 1965.

43. Roover, Raymond De; "The Concept of the Just Price: Theory and Economic Policy"; *The Journal of Economic History*, Vol. 18, No. 4, 1958, pp. 418-434.