

بررسی مشروعیت یا عدم مشروعیت قیمت‌گذاری کالا و خدمات در اسلام

محمدعارف نجفی^۱

چکیده

قیمت‌گذاری کالاها و خدمات یکی از موضوعات اقتصادی است. این موضوع در بین تمامی جوامع و نظام‌های اقتصادی مطرح است. موضوع قیمت‌گذاری در اسلام با الهام از آموزه‌ها و تعالیم نظام اقتصاد اسلامی مطرح شده است.

مطالعه دیدگاه‌ها و مستندات فقهای امامیه نشان می‌دهد که قیمت‌گذاری حاکم اسلامی تنها در صورتی جایز است که بازار در اثر احتکار کالا، انحصار و تبانی از حالت طبیعی خارج شود و کالاها و خدمات به‌طور نا عادلانه و با قیمت‌گزاف تعیین شود و در اثر آن، مردم با ضرر مواجه شوند. در این صورت، حاکم نخست مالکان را به عرضه کالا و کاهش قیمت ملزم می‌نماید و در صورت امتناع آنان، طبق مصلحت و با رجوع به نظر اهل‌خبره قیمت‌گذاری می‌نماید. با توجه به بررسی‌های حاصله، فقها و اندیشمندان اسلامی بر مبنای نیاز مردم به اجناس، قیمت‌گذاری حاکم را با تحقیق شرایط و رعایت مراتب، در تمامی اجناس جایز می‌دانند و قائل به حصر زدایی از مصادیق مذکور در اخبار حاصره هستند. هم‌چنین از دیدگاه اقتصاددانان مسلمان، به جهت پذیرش مالکیت مختلط در اسلام و توجه تعالیم اسلامی به مالکیت عمومی برای دفع ضرر از مردم و برقراری عدالت اقتصادی، دخالت حکومت در امور اقتصادی و نظارت بر بازار و کنترل قیمت‌ها با احترام به مالکیت خصوصی افراد پذیرفته شده است.

کلیدواژگان: مشروعیت، قیمت‌گذاری، کالا و خدمات، دولت، فقه، اسلام.

^۱ . دانش‌پژوه ارشد اقتصاد جامعه المصطفی (ص) العالمیه. Najafi@u@gmail.com

مقدمه:

موضوع قیمت‌گذاری در اقتصاد اسلامی، به ویژه در نزد فقه شیعه، از این موضوع مستثنی نیست، چرا که یکی از مباحث مهم در اقتصاد اسلامی کیفیت تعیین قیمت کالا و خدمات در بازار است، این مسأله آثار متعددی بر روی متغیرهای اساسی چون سرمایه‌گذاری، اشتغال، تولید، عرضه کالا و سطح عمومی قیمت‌ها در حال و آینده اقتصاد دارد و از همین رو از زمان صدر اسلام مورد توجه پیامبر^ص و ائمه اطهار^ع قرار گرفته است. در این بین، باتوجه به ادله‌های شرعی و در چارچوب اصول اقتصاد اسلامی، فقهای امامیه نیز به بررسی موضوع قیمت‌گذاری پرداخته‌اند و مباحث فقهی-اقتصادی متعددی راجع به قیمت‌گذاری و احکام آن ارائه نموده‌اند.

برای روشن شدن بحث، در این تحقیق سعی بر آن است تا از منظر فقه امامیه به تبیین زوایای مختلف قیمت‌گذاری کالاها و خدمات پردازیم. از این رو بررسی فقهی مفهوم تسعیر، تبیین مفهوم لغوی و فقهی احتکار و حکم تکلیفی آن، نقش و جایگاه دولت در قیمت‌گذاری در شکل‌گیری عدالت اقتصادی از منظر مکاتب مختلف امر مورد توجه است.

زیرا بعد از محصول، این قیمت‌گذاری درست و صحیح است که نقش مهم را در اقتصاد بازی کرده و به‌عنوان یک چراغ راهنما برای تولیدکننده و مصرف‌کننده عمل می‌کنند.

وقتی که تولیدکننده تصمیم به عرضه کالا در بازار می‌گیرد نخستین رفتار مباحث مربوط به قیمت‌گذاری کالاها و خدمات می‌باشد. چون یکی از موضوعات مهم در اقتصاد اسلامی کیفیت و چگونگی تعیین قیمت کالاها و خدمات در بازار است، و این تعیین قیمت آثار متعددی بر روی متغیرهای کلان اقتصادی یک جامعه دارد.

۱. بازار

ابتدا باید مشخص شود که عناصر بازار چه ارتباطی با یکدیگر دارند عدم اطلاع از بازار و ساختار آن و یا حتی نداشتن اطلاعات کافی از بازار، قدرت بازار، حدود آن و... بر نظر تصمیم‌گیران سیاسی و اقتصادی تأثیر مستقیم دارد. اگر بازار شناخته نشود چگونه

می‌توان مقررات تنظیم بازار را تدوین کرد؟ مهم‌تر آنکه میزان قدرت بازار و نقش دولت در آن از عمده‌ترین مباحث تعیین نظام اقتصادی است به نحوی که اقتصاد آزاد را اقتصاد بازار محور و اقتصاد سوسیالیستی را اقتصاد دولت محور می‌نامند. در این میان تعیین قیمت روی کالاها و خدمات از جایگاه مهم برخوردار است. ابتدا لازم است که در این جا تعریف از بازار داشته باشیم.

بازار به محلی گفته می‌شود که در آن داد و ستد صورت می‌گیرد. (رسای نیا، ۱۳۷۹، ص ۳۳) یا محل خرید و فروش کالا، محل اجتماع و دادوستد فروشندگان و خریداران، که دو رسته از دکان‌های بسیار در مقابل یکدیگر، آن دو رسته را به یکدیگر ببینند، میدان دادوستد، کوی سوداگران، مغازه، دکان و دگه، مثل بازار بزازها. (دهخدا، ۱۳۴۵، واژه بازار) در زبان عربی بازار (سوق) بیشتر به مکان‌های انجام مبادلات اطلاق می‌شود. (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۴۳۶) اعم از این که مکان دائمی مبادله باشد یا در زمان خاصی مبادلات انجام شود که به قسم اخیر، بازارهای موسمی اطلاق می‌شد. این بازارها عمدتاً در غیاب نهاد دولت بود زیرا بنا به استناد تاریخی نهاد دولت در این مناطق به دلیل شرایط خاص جغرافیایی وجود نداشت و عمدتاً قبایل بر این مناطق حاکم بودند. اما پس از ظهور اسلام به دلیل رونق کسب و کار و افزایش جمعیت منطقه مکه و مدینه، بازار به معنای امروزی شکل گرفت و دولت به معنای نهادی قدرتمند وارد سازوکار بازار شد. (ناصحی، ۱۳۹۴، ص ۹۵).

بنابراین، بازار در حقیقت هر نوع ترتیبی است که خریداران و فروشندگان اموال و دارایی‌های خود را مورد معامله قرار می‌دهند. از این جهت، بازار اعم از یک مکان خاص است. بازار شامل دو گروه خریداران و فروشندگان یک کالا یا خدمت خاص است که تولید یک کالا و قیمتی را که در آن فروخته می‌شود، تعیین می‌کند.

۱.۱. بازار از دیدگاه اقتصادی

از نظر اقتصادی نیز، بازار به شرایطی گفته می‌شود که برای یک کالا و یا عامل تولیدی، تقاضا و عرضه وجود داشته باشد و کالا یا عامل خاص در یک قیمت متناسب با عرضه و تقاضا مبادله شود. (طیبیان، ۱۳۶۸، ص ۸۹).

به عبارت دیگر، بازار عبارت است از سازوکاری که در آن خریداران و فروشندگان با یکدیگر تعامل دارند تا به تعیین قیمت و مقدار کالا و خدمات پردازند. (ساموئلسون، ۱۳۸۴، ص ۵۲) یعنی بازار در علم اقتصاد، ساز و کارهای مبتنی بر داد و ستد داوطلبانه و آزادی انتخاب است. بازار یا بهازار، جایی است که در آن قیمت‌ها ظاهر می‌شوند، اصطلاحی مانند گلزار یعنی جایی که گل‌ها ظاهر می‌شوند، پس بهازار، جایی است که در آن بها و قیمت ظاهر می‌شود. (نیلی و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۳۵).

البته منظور نگارنده از بازار تنها معنای لغوی آن نیست، بلکه دامنه بازار در اینجا وسیع و گسترده‌تر از آن چیزی است که در کتاب‌های لغوی آمده اند، به عبارتی بازار صرفاً مغازه‌ها و دادوستدهای انجام گرفته در درون این بازار بصورت فیزیکی و محل خاص که عرضه و تقاضای کالا در آن انجام می‌گیرد، نیست؛ بلکه «منظور از بازار، نهاد اجتماعی دادوستد داوطلبانه بین عرضه‌کننده یک کالا یا خدمت و تقاضاکننده آن براساس سازوکار قیمت است». (طیبیان، ۱۳۸۴، ص ۳۴) یعنی بازار یک نهادی است که خریداران و فروشندگان براساس اطلاعات لازم و نیازهای موجود اقدام به مبادله کالاها و خدمات می‌نمایند.

بنابراین بازار مجموعه‌ای از مؤسسات و افرادی هستند که به خاطر خرید و فروش کالاها و خدمات با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کند. هرچند لازم نیست تمام افراد موجود در بازار با یکدیگر ارتباط فیزیکی داشته باشد، بلکه فرد یا بنگاهی که در بازار است، حتی اگر با بخشی از افراد و مؤسسات دیگر ارتباط برقرار کند، بخشی از بازار تلقی می‌شود.

اهمیت مطالعه بازار به این خاطر است که در آن قیمت کالاها و خدمات گوناگون و عوامل تولید مختلف تعیین می‌شود و بررسی مسئله «قیمت‌گذاری» یکی از اصلی‌ترین مفهومی در سازوکار بازار است. و از طرف دیگر اهمیت قیمت‌ها نیز به خاطر این است که در پاسخ‌گویی به افراد جامعه نقش بسزایی دارند. زیرا برخی تولیدکننده و برخی مصرف‌کننده اند و قیمت‌ها در شکل‌گیری تخصیص منابع تولیدی جامعه، توزیع درآمد و توزیع کالا و خدمات مختلف نقش موثری دارند.

۱.۲. بازار از دیدگاه اسلام

در هر نظام اقتصادی، بازار نقش کلیدی و تعیین کننده را ایفاء می‌کند و در نظام اقتصاد آزاد، بازار است که تصمیم می‌گیرد چه کالاهایی تولید شود و آن را با چه قیمتی در بازار به فروش برساند. در واقع مصرف کننده حاکم بر بازار است و بازار در پاسخ به تقاضای او منابع خود را در بخش‌های مختلف تولیدی تخصیص می‌دهد. زیرا در اقتصاد بازار آزاد، بدون آنکه هیچ‌گونه دخالتی از ناحیه دولت به عمل آید؛ تولید، توزیع و مصرف را با مناسب‌ترین روش ارائه می‌کند.

در ابتدا که اسلام در شبه جزیره عربستان ظهور کرد، در این منطقه دولت به معنای واقعی کلمه که بتواند ساز و کارهای بازار را تنظیم کند به دلایل مختلف جغرافیایی، اقتصادی و اجتماعی وجود نداشت و بیشتر قبایل عرب، براساس قدرت خود در منطقه شان نفوذ داشتند. پس از ظهور اسلام عده‌ای زیادی از مردم به مکه و مدینه مهاجرت نمودند و در اثر این مهاجرت‌ها، فرهنگ عمومی مردم متناسب با مفاهیم دینی گسترش و توسعه پیدا کردند. (ناصحی، ۱۳۹۴، ص ۱۰۷).

از نظر اسلام سازوکار بازار باید به گونه‌ای باشد که زندگی متعارف و کارآ برای هر فرد تأمین شود. تولیدکنندگان نباید از قدرت بازاری خود برای انباشت سرمایه و احتکار کالا و خدمات استفاده کنند در غیر این صورت دولت در بازار مداخله خواهد کرد و از این امر ممانعت می‌نماید. لذا اسلام اعتقادی به دست نا مرئی ندارد و بازار را به حالت خودش رها نمی‌کند.

در بازار اسلامی باید ارائه کالاها و خدمات در شرایط متعارف و مساوی و با قیمت متعادل باشد و هیچ‌کس حق ندارد از قدرت بازاری خود برای گران فروشی و یاکم فروشی استفاده کند. (همان، ص ۱۱۴).

۲. بررسی جواز یا عدم جواز دخالت دولت اسلامی در قیمت گذاری

در این بخش به رابطه دولت و بازار پرداخته می‌شود، آیا دولت حق دخالت مستقیم در بازار را دارد یا نه؟ آیا قیمت‌های کالاها و خدمات را باید به عرضه و تقاضا واگذار نمود؟ یا منطق اقتصاد اسلامی چیزی دیگری است که براساس شرایط موجود بازار، و

نبود میزان کافی کالا و خدمات، و قیمت مناسب، دخالت دولت نیز متغیر است. لذا این بحث، یک بحث اساسی و بنیادی در تحلیل اقتصادی، چگونگی تعیین قیمت و دخالت دولت در امور قیمت‌گذاری در بازارهای مختلف است. زمانی که در توزیع کالاها و خدمات در بازار، نا‌رسانایی‌های به‌وجود می‌آید و موجودی کالاها مورد نیاز مردم در سطح شهر و جامعه در اثر احتکار و گران‌فروشی به حد اقل خود می‌رسد، و از طرف دیگر بازار هم توان حل و فصل این مشکل را ندارد تا ثبات اقتصادی قیمت عادلانه را در بین مردم برگرداند؛ در این صورت دخالت دولت همراه با قیمت‌گذاری روی کالاها و خدمات امر نسبتاً لازم و ضروری است و براساس فلسفه وجودی شان در حل مشکلات مربوطه مبادرت می‌نماید. «به‌طور کلی، تمام بازارها از نظر کارکرد و مکانیسم عمل، شبیه هم هستند. بدین ترتیب که در هر بازاری دوطرف وجود دارد. طرف عرضه و طرف تقاضا به‌طور طبیعی، نیروهای عرضه و نیروهای تقاضا در تعامل‌اند و از تعامل آن‌ها، قیمت محصولات و منابع و میزان تولید و مصرف هر کدام معین می‌شود. تجربه نشان داده است که گاهی در این عملکرد، اختلالاتی کوتاه‌مدت ایجاد می‌شود و لازم است که نهادی، این اختلالات و عدم تعادل را کنترل و محدود نماید» (بشارت و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۱). اما این‌گونه نیست که دخالت دولت در همه موارد و در هر زمان باعث بهبود وضعیت بازار و کنترل قیمت‌ها شود؛ بلکه در بعضی موارد این دخالت‌های دولت نه تنها لازم و ضروری نیست بلکه موجب از بین بردن ثبات و آرامش در بازار و سیستم قیمت‌گذاری کالاها و خدمات می‌شود. چنانچه این دخالت‌های غیر کارشناسی را در بازارهای اقتصادی ایران به وفور دیده ایم.

۲.۱. اصل اولی در قیمت‌گذاری

در مورد قیمت‌گذاری کالاها و خدمات، مطالب مختلفی را می‌توان مورد بررسی قرار داد از جمله حکم شرعی قیمت‌گذاری است. اکثر فقهای امامیه حکم اولی قیمت‌گذاری را حرمت می‌دانند. (محقق داماد، ۱۳۶۲، ص ۸۱) علاوه بر فقهای شیعه، فقهای اهل سنت نیز معتقدند که اصل حاکم بر روابط مبادله‌ای در بازار این است که ابتداءً حاکم اختیار قیمت‌گذاری را ندارد. (خمینی، ۱۴۱۵ق، ص ۴۱۶) گرچه برخی، هرگونه قیمت‌گذاری در

بازار را از سوی محتسب را رد می‌کنند، چه در خوراکی‌ها و چه در غیر آن و چه در زمان معمولی و چه در زمانی گرانی. (ابویعلی ماوردی، ۲۰۰۹م، ص ۲۵۶).

تصرف دولت و غیر مالکین در اموال دیگران به هر نحو ابتداءً درست نیست. زیرا این کار یک تصرف غُدوانی و تجاوزکارانه محسوب می‌شود. موارد زیادی از آیات و روایات را می‌توان برای اثبات آزادی افراد در تعیین قیمت کالاها و خدمات خود اقامه کرد، هم‌چون آیه تراضی (نساء، آیه ۲۹)، تجارت، حدیث امام صادق علیه السلام لَا يَجِلُّ مَالُ امْرِئٍ مُسْلِمٍ إِلَّا بِطَيْبَةِ نَفْسٍ مِنْهُ. (شیخ حرعاملی، ۱۳۷۶، ج ۲، ص ۴۵۴) برای هیچ مسلمانی جایز نیست که در مال دیگران بدون رضایتش دخل و تصرف نماید. و قیمت‌گذاری از طرف نهادهای دولتی بدون توجه به رضایت صاحبان کالا، دخل و تصرف در اموال شان محسوب گردیده و از این جهت مشمول این حدیث شریف قرار می‌گیرد.

نتیجه بدست آمده از بررسی این قواعد ممنوعیت تعیین قیمت بر کالاها و خدمات می‌باشد. خداوند در سوره نساء در باره تجارت می‌فرماید:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم 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.

براساس این آیه مبارکه، تصرف افراد در اموال یکدیگر بر مبنای تجارت صورت گیرد، و بالاتر از آن این تجارت باید همراه به رضایت‌مندی طرفین انجام شود، و در غیر این صورت اکل مال به باطل خواهد بود. «لذا دولت بدون دخالت در روابط صحیح قرار دادی طرفین به‌عنوان ناظر اجرای صحیح قوانین اسلامی بر بازار نظارت دارد.

اگر نهادهای دولتی و حاکمیتی، تعیین قیمت کالاها و خدمات را به‌صورت دستوری انجام دهد و فروشندگان را مجبور به ارائه کالاها و خدمات با سقف مشخص و معین از قیمت نماید، در این صورت قیمت‌گذاری باعث نا رضایتی فروشندگان شده و به مقتضای آیه کریمه نمی‌توان به جواز آن حکم داد. زیرا قیمت‌گذاری در این صورت با رضایت صورت نمی‌گیرد و معامله بدون رضایت محکوم به اکل مال به باطل است.

از این جهت، الزام کردن صاحب کالا به فروش آن به قیمتی که مورد رضایت وی

نباشد علاوه بر اینکه مخالف با تجارت رضایت‌مندانه و آیه شریفه می‌باشد؛ اکل مال به باطل نیز محسوب می‌شود زیرا بیع با ثمن اجباری و الزامی که بایع به آن راضی نباشد، صورت گرفته است. از طرف دیگر عدم تعیین قیمت‌گذاری از سوی دولت، ممکن است باعث اجحاف و سوء استفاده از شرایط بازار برای فرشتگان کالا فراهم آورد که این سوء استفاده دارندگان کالا نیز با فلسفه وجودی دولت و تشکیل حکومت اسلامی سازگاری ندارد.

وقتی حضرت امیرالمومنین علی^{علیه السلام}، مالک اشتر نخعی از یاران خود را به امارت مصر منصوب کرد، به او فرمانی در قالب یک نامه نوشت، این نامه بی تردید از مهمترین اسناد سیاسی حقوق اسلامی است.

در این نامه ویژگی‌های حکومت اسلامی، حاکم اسلامی، حقوق شهروندان، رابطه دولت با شهروندان بیان شده است. در یک بخش از نامه، در رابطه با قیمت‌گذاری کالاها آمده اند:

پس از احتکار منع کن که رسول الله^{صلی الله علیه و آله} از آن منع کرده است و باید خرید و فروش به آسانی صورت گیرد و بر موازین عدل، به گونه‌ای که در بها، نه فروشنده زیان بیند و نه بر خریدار اجحاف (کار بر کسی تنگ گرفتن) شود. پس از آنکه احتکار را ممنوع داشتی، اگر کسی باز هم دست به احتکار کالا زد، کیفرش ده و عقوبتش کن تا سبب عبرت دیگران گردد ولی کار به اسراف نکشد. (نهج البلاغه، نامه ۵۳) بر اساس فرموده حضرت علی^{علیه السلام} خرید و فروش کالا باید با قیمت عادلانه باشد و مالک اشتر نیز به عنوان نماینده حضرت امام علی^{علیه السلام} مسئولیت تعدیل قیمت‌ها و کنترل آن را دارد و اطلاق کلام مولا علی^{علیه السلام} شامل تمام کالاهای مورد نیاز مردم می‌شود. گرچه ایشان دستور مستقیم به قیمت‌گذاری کالاها را نداده ولی از بیانات شان معلوم می‌شود که قیمت‌گذاری کالاها جزء اهداف شان بوده که در این راستا دستور به تعدیل و کنترل آن را داده است.

اجحاف از نظر علماء بدین معنی است که: کالا آن قدر گران‌تر از قیمت بازار فروخته شود که در نظر عرف، ظلم به خریدار محسوب شود و این کار جایز نیست. در همین راستا، اجحاف نوعی ظلم و گناه است، اما گران‌فروشی اگر به حد اجحاف نرسد گناه

نیست، با این وجود شایسته است فروشنده، انصاف را رعایت نموده و فقط به اندازه نیاز زندگیش از مشتری سود دریافت نماید. گرچه اجحاف در مورد فروشندگان نیز متصور است.

مراجع تقلید در باره اجحاف این گونه پاسخ داده اند؛ متن سوال بدین شرح است: «با سلام؛ منظور از اجحاف در معامله و پرهیز از آن چیست؟ مثلاً اگر کالایی را یک میلیون بخریم و پنج میلیون بفروشیم، آیا اجحاف کرده ایم؟»

حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای (مد ظله العالی): اجحاف یک نوع ظلم محسوب می‌شود. سود گرفتن حدّ معینی ندارد، بنابراین تا وقتی که به حدّ اجحاف نرسیده و بر خلاف مقررات دولت هم نباشد، اشکال ندارد، ولی افضل بلکه مستحب آن است که فروشنده به آن مقدار سودی که هزینه‌هایش را تأمین می‌کند، اکتفا نماید.

حضرت آیت الله العظمی سیستانی (مد ظله العالی): مقدار سود شرعاً نسبت مشخصی ندارد اما بهتر است مراعات انصاف بشود و از مؤمن بیش از مقدار نیاز، سود گرفته نشود. حضرت آیت الله العظمی شبیری زنجانی (مد ظله العالی): فروش به قیمت روز گرانفروشی نیست و اشکالی ندارد. هر چند که مکروه است انسان بیش از مقداری که به آن نیاز دارد از برادر مؤمن خود سود بگیرد.

حضرت آیت الله العظمی مکارم شیرازی (مد ظله العالی): آری؛ این یک نوع اجحاف محسوب می‌شود. اجحاف گاهی حرام است و آن در جایی است که جنبه تدلیس داشته باشد و گاه مکروه است و آن در جایی است که خلاف انصاف محسوب شود.

حضرت آیت الله العظمی نوری همدانی (مد ظله العالی): معامله باید با انصاف باشد و تشخیص آن با عرف است.^۱

حضرت آیت الله هادوی تهرانی (دامت برکاته):

^۱ <http://www.islamquest.net/fa/archive/question/fa۹۰۵۵۴>

استفتا از دفاتر آیات عظام: خامنه‌ای، سیستانی، شبیری زنجانی، مکارم شیرازی و نوری همدانی (مد ظله‌هم العالی) توسط سایت اسلام کوئست.

۱. اجحاف در معامله آن است که جنس را به قدری گران یا ارزان بفروشد که عرف علی رغم ملاحظه تمام عوامل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی دخیل در شکل گیری قیمت کالا (هم چون: قیمت مواد اولیه، نرخ دستمزد، هزینه حمل و نقل، هزینه انبارداری، هزینه های قانونی، هزینه فناوری و دانش به کار رفته در تولید و توزیع، ثبات سیاسی و اقتصادی، امنیت سرمایه) فروختن آن کالا را به آن قیمت، ظالمانه و نوعی فشار شدید و غیر قابل تحمل بر خریدار یا فروشنده بداند.

۲. اجحاف در معامله، جایز نیست.

۳. ممکن است در برخی موارد با دخالت عواملی (سفته بازی، احتکار) قیمت بازار به گونه ای شکل بگیرد که طبق آنچه گفته شد، در حد اجحاف باشد. در این فرض فروختن یک کالا به قیمت بازار برای کسی که در شکل گیری این قیمت دخیل بوده است، اجحاف محسوب می شود و جایز نیست، اما برای کسی که دخالتی نداشته، جایز است.^۱

این قدامه معتقد است که قیمت گذاری در نهایت موجب افزایش قیمت و تضرر جامعه می شود زیرا کسانی که کالاها را به بازاها می آورند، اگر متوجه شوند که در بازار قیمت گذاری صورت می گیرد، به دلیل ناپسند دانستن قیمت تحمیلی، کالاهای شان را به آن بازار نمی آورند و دارندگان کالاها نیز از فروش آنها خودداری می کنند و آنها را پنهان می دارند. در این صورت عرضه محدود شده و تقاضا افزایش می یابد؛ لذا مصرف کنندگان حاضر می شوند برای دستیابی به کالاها بهای بیشتری را بپردازند و به این ترتیب قیمت ها افزایش پیدا می کنند. (عنایه، ۱۹۹۲م، ص ۶۴).

افزون بر این ها، احادیث زیادی در متون فقهی در باب قیمت گذاری (تسعیر) داریم مبنی بر اینکه قیمت گذاری را درست نمی داند، از جمله آن روایات حضرت پیامبرگرامی اسلام ﷺ نقل شده که می فرماید:

^۱ <http://hadavi.info/fa/archive/question/fa۶۶۸۱>

النَّاسُ مُسَلِّطُونَ عَلَىٰ أَمْوَالِهِمْ (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲، ص ۲۷۲). مردم در تصرف اموال خویش، سلطه و اختیار دارند.

این روایت که در ادبیات فقهی از آن به عنوان قاعده تسلیط یاد می‌شود، از مشهورترین قواعد فقهی در امور اقتصادی و اجتماعی بوده و از دیر باز مورد توجه فقها بوده است. لذا این روایت به خاطر جایگاه خاص اموال و مالکیت در زندگی بشر، و تثبیت کننده ارکان مالکیت، از برجستگی‌های خاصی در بین سایر موضوعات برخوردار است.

از این رو یکی از رایج‌ترین علل فقهی ذکر شده برای ممنوعیت قیمت‌گذاری، قاعده تسلیط و نافذ بودن اراده افراد درباره اموال خود است. (الماوردی، ۲۰۰۹م، ج ۵، ص ۴۰۹؛ حلی، ج ۲، ص ۵۱۵) این روایت گرچه ضعف سند دارد و از آن به عنوان روایت مرسله^۱ یاد می‌کند لکن ضعف سند با شهرت عمل فقها جبران شده است. فقیهان این روایت را برای اثبات مطلق تصرفات مالک در مال خود به کار می‌گیرند و آزادی افراد نسبت به اموال خود را اثبات می‌کنند. علامه حلی می‌فرماید: صحیح ترین اقوال این است که تسعیر مطلقاً جایز نیست، به خاطر رعایت حق مردم و تصرف نکردن در اموال مردم. (حلی، ۱۴۱۵ق، ج ۱، ص ۵۸۵) در جای دیگر می‌نویسد: اصل تحریم مال غیر، بدون رضایت و اذن او است. (حلی، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص ۱۰۰۸).

تعیین دستوری قیمت کالاها و خدمات با این قاعده فقهی منافات دارد و مالک آزادی کافی در تصرف اموال خود را ندارد و این خودش مصداق بارز مخدوش شدن این قاعده می‌باشد. که فروشنده در فروش اموال خویش حق تعیین قیمت را نداشته باشد.

بنابراین، اصل اولی در قیمت‌گذاری، حرمت است و در شرایط عادی و معمولی دولت و نهاد حاکمیتی حق دخالت در تعیین قیمت‌ها را ندارد. تنها در صورت بحران‌ها و بی‌ثباتی بازارها، دولت حق ورد به بازار را داشته و برای کالاها و خدمات تعیین قیمت نماید.

۱. روایت مرسله به روایتی اطلاق می‌شود که سلسله راویان آن کامل نیست و به معصوم^ع متصل نمی‌شود.

۲.۲. حکم ثانوی در قیمت‌گذاری

حکم ثانویه، در حقیقت حکم شرعی جدیدی است که به دلیل ایجاد شرایط خاصی مانند اضطرار و عُسر و حرج، جایگزین حکم اولی یک موضوع می‌شود؛ این حکم ثانوی در ادبیات فقهی از آن به عنوان مصلحت یاد شده است. در اینجا باید بررسی شود که حکم ثانویه برای قیمت‌گذاری چیست؟ زیرا تعیین قیمت روی کالاها و خدمات بر خلاف اصل اولیه است.

قواعدی که برای اثبات احکام ثانوی مورد توجه صاحبان فن قرار می‌گیرد، غالباً براساس مصلحت می‌باشد. این قواعد عبارتند از قاعده «لاضرر»، «لاحرج» و نیز قاعده «الاهم فالاهم» می‌باشد.

۱. قاعده لاضرر. کمتر قاعده‌ای به میزان قاعده لاضرر وجود دارد که در تمام ابواب فقه جاری باشد و فقها در خصوص آن تا این میزان بحث و بررسی کرده باشند. مبانی این قاعده علاوه بر آیات متعدد قرآن کریم^۱، روایت معروف «لَا ضَرَرَ وَ لَا ضِرَّارَ» از پیامبر ﷺ گرامی اسلام است که به حد تواتر نقل شده است. بنا بر نظریه برخی، «نهی در این جا، اعم از ضرر به خود و به دیگری است.» (اصفهان، ۱۴۰۶ق، ص ۲۵) حضرت امام خمینی رحمته الله اعتقاد دارند که مفاد قاعده لاضرر نهی الهی نیست بلکه نهی سلطانی یا به اصطلاح حکم حکومتی است که حاکم دستور می‌دهد به یکدیگر ضرر نزنید و در صورت ورود ضرر آن را جبران کنید. (خمینی، ۱۳۸۵، ص ۳۶).

به موجب این قاعده، دولت می‌تواند در خصوص تعیین قیمت‌گذاری در شرایط خاص و با توجه به حقوق فروشنده و مصرف کننده قیمت‌گذاری عادلانه را به اجرا بگذارد، و رفتار اقتصادی افراد صاحب کالا و خدمات را که متضمن ضرر باشد منع کند به این معنی که اگر فروشنده در مورد تمامی متقاضیان این کالای خاص چنین عملی انجام دهد

۱. لَا تُضَارُّ وَالِدَةٌ بَوْلِدَهَا وَلَا مَوْلُودٌ لَهٗ بَوْلِدِهِ. سوره بقره، آیه ۲۳۳.

به گونه‌ای که افراد طبقه درآمدی پایین نتوانند آن کالا را خریداری کنند یا اینکه این کار به یک رویه تبدیل شود و همه فروشندگان در مورد همه کالاها دست به اینکار بزنند یک ضرر و ضراری در جامعه به راه خواهد افتاد و حاکم باید جلو آن را بگیرد و معاملات احتکاری را ممنوع اعلام کند (حکم وضعی) و یا بر آن اثر تکلیفی مترتب کرده و برای عاملان آن مجازات تعیین نماید (حکم تکلیفی) و در نتیجه بازار را از شرایط نابسامانی به سوی شرایط پایدار سوق دهد.

نکته‌ای که وجود دارد این است که قاعده ضرار با قاعده «الناس مسلطون علی اموالهم» چگونه قابل جمع است؟ مطابق ادله قاعده تسلیط، مردم حق دارند هر وقت به هر اندازه و به هر نحوی که بخواهند در اموالشان تصرف کرده و قیمت‌های دلخواه خود را روی کالاهاشان اعمال کند و کسی حق مزاحمت برای آنان ندارد، لکن این قاعده مطلق نیست و توسط قاعده نفی ضرر مقید شده، قاعده تسلیط تا جایی امتداد دارد که ضرر متوجه دیگری نشود و در صورت وارد شدن ضرر دست از قاعده تسلیط بر میداریم. بنابراین هر جا سلطنت اعتباری مالک بر اموال خویش، منجر به ضرر و ضرار به دیگری گردد، نفی می‌شود. به عبارت دیگر، همانطور که قاعده نفی ضرر، ادله احکام اولیه را محدود می‌کند، قاعده تسلیط را نیز به همان ملاک محدود به موارد غیر ضرری می‌کند.

لذا قاعده لاضرر به عنوان معیار تنظیم کننده رفتار مردم در عرصه فعالیت‌های اقتصادی نه تنها مورد تردید نیست؛ بلکه به عنوان یک ابزار مهم برای کنترل بازار و تعیین قیمت‌های عادلانه در شرایط خاص می‌باشد.

۲. **قاعده نفی حرج**؛ یکی از مهم‌ترین قواعد فقهی است که در اکثر ابواب فقه اعم از عبادات، معاملات جاری می‌شود. از این جهت این قاعده یکی از مبانی فقهی حکم ثانویه در مباحث قیمت گذاری است. بر اساس این قاعده، سختی و حرجی در احکام دین وجود ندارد: **وَ مَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ**. (حج: ۷۸) و بر شما در دین هیچ مشقت و سختی قرار نداد. **يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَ لَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ** (بقره: ۱۸۵) خداوند برای شما حکم را آسان خواسته و تکلیف را مشکل نگرفته.

با توجه به اطلاق ادله نفی حرج، می‌توان گفت که اگر کمبود یا گرانی هر نوع کالایی

اعم از مواد غذایی یا دیگر کالاها موجب حرج و به سختی افتادن عامه مردم شود، شارع بدان راضی نیست و از آنجا که تسعیر و قیمت گذاری راهی برای جلوگیری از گرانفروشی است، لذا قلمرو آن محدود به مواد غذایی یا مکمل و موزون نمی‌شود و شامل هرکالایی می‌شود که مورد نیاز مردم است.

هر آنچه امر خرید و فروش مسلمین را معطل و مختل کند، مورد رضایت شارع نیست و شارع از آن منع نموده است. (کلینی، بی تا، ص ۳۸۷) تسعیر برخی از کالاها و رها کردن قیمت دیگر کالاهای مورد نیاز مردم، موجب اختلال در نظام عرضه و تقاضا و هرج و مرج در بازار مسلمین می‌شود و زمینه را برای سوء استفاده افراد فرصت طلب فراهم می‌آورد؛ لذا لازم است نسبت به کلیه کالاهای مورد نیاز مردم اگر مورد گرانفروشی واقع شوند، تسعیر و قیمت گذاری صورت گرفته تا بدین وسیله قوام بازار مسلمین و به تبع آن تعادل در معیشت مردم حفظ شود.

با توجه به اطلاق ادله نفی حرج، می‌توان به این نتیجه رسید که اگر کمبود کالا و یا گرانی کالاهای اساسی، موجب حرج و به مشقت افتادن مردم شود، شارع از آن راضی نیست و در نتیجه دولت و حاکمیت موظف است که در این مسئله ورود کرده و قیمت گذاری کالاها و خدمات براساس عدالت و حفظ حقوق مصرف کنندگان تعیین نماید. زیرا عدم دخالت دولت، باعث اختلال در نظام توزیع و بازار خواهد شد که به یقین از نظر شرع درست نیست.

لذا تعیین قیمت روی کالاها براساس حکم ثانویه و با توجه به شرایط حاکم جامعه صورت گیرد. از این رو این قیمت گذاری زاییده احتکار و بحران‌های اقتصادی جامعه و از همه مهم‌تر جلوگیری از سوء استفاده تولید کنندگان و فروشندگان و در راستای حمایت از مصرف کنندگان است.

۲.۳. شرایط جواز دخالت در قیمت گذاری

از مباحث گذشته به خوبی معلوم می‌شود که دخالت دولت و نهاد حاکمیتی در امر قیمت گذاری کالاها و خدمات، و کنترل و هدایت قیمت‌ها در شرایط خاص می‌باشد، طوری که قیمت‌ها به دلایل گوناگون به قیمت‌های اجحافی تبدیل شود. زیرا طمع، انسان‌ها

را وادرا می‌کند تا در بازار کالاها و خدمات ورود پیدا کرده و با خرید کالاها در پی احتکار و بالابردن قیمت‌ها و اجحاف به دیگران برای کسب سود بیشتر، باشند. بدیهی است که جلوگیری از این‌گونه امور بدون دخالت دولت امکان پذیر نخواهد بود.

گاهی اوقات ممکن است یک انحصارگر، در بازار با کاهش قیمت، تلاش کند رقبا را از صحنه‌ی اقتصادی خارج کند تا پس از مدتی، کنترل بازار را در دست بگیرند؛ آیا در بازار اسلامی این نوع انحصار و کارکرد رواست؟ و ظاهر مسئله نیز می‌تواند این باشد که در این صورت خریدار با قیمت کمتری می‌تواند کالاهای مورد نظر خود را تهیه کند و رفاه خود را با خرید بیشتر کالاها افزایش دهد. در پاسخ باید بیان داشت، اگر این کاهش قیمت به جهت بیرون راندن رقبا در مقطع خاصی باشد، همانگونه که گرانی کالا مورد پذیرش نیست ارزانی آن نیز مورد قبول نخواهد بود. از این رو، هرگاه، شخصی قیمت کالا و خدمات را پایین‌تر از سطح قیمت بازار عرضه کند باید بررسی شود که علت این امر چیست؟ همان‌طور که پیامبر اکرم ﷺ هنگام مشاهده‌ی فروشنده‌ای که کالای خویش را به قیمتی پایین‌تر عرضه می‌کرد، از انگیزه‌ی این کار، سوال نمود و از حسن نیت او اطمینان حاصل نمود.

رسول اکرم ﷺ در بازار بر مردی گذر کرد که کالایی را ارزان‌تر از قیمت متعارف آن به فروش می‌رساند، حضرت ﷺ به او فرمود، در بازار ما کالا را به قیمتی کمتر از نرخ بازار می‌فروشی؟ گفت: بله حضرت ﷺ فرمود آیا به جهت از خود گذشتگی و به حساب خداست؟ عرض کرد، آری حضرت ﷺ فرمود: بشارت بر تو باد. کسی که کالایی را به بازار ما می‌آورد مثل مجاهد در راه خداست و کسی که در بازار ما احتکار می‌کند همانند ملحد نسبت به کتاب خدا است. (خوش نویسنده، ۱۳۵۹، ص ۳۳۱؛ ری شهری، ۱۳۸۲، ص ۲۹۱).

سوال حضرت ﷺ نشانگر آن است که اگر فردی در پی سودجویی و بیرون راندن رقبا، از بازار نیست، این عمل، عمل مذمومی تلقی نمی‌گردد. گرچه در صورتی که این عمل منجر به ضرر و زیان و خروج فروشندگان زیادی که با سود قابل قبول تجارت می‌کنند شود و راه ضرر زدن به عموم مردم گشوده شود. آن نیز در این شرایط ممنوع می‌گردد. اما آنچه مسلم است اگر به قصد اضرار به دیگران کسی قیمت را کمتر از قیمت متعارف

بفروشد در این صورت باید از چنین کارکردی ممانعت به عمل آورد
دولت و نهاد حکومتی برای جلوگیری از آن، گشت زنی در بازارهای کالا و خدمات
را به اجرا گذاشته و با اقدامات به موقع به محض دیدن هرگونه تخلف از احکام و
مقررات تبیین شده و یا هرگونه تعدی و تجاوز به حقوق دیگران، نهاد حاکمیتی با قدرت
و شدت برخورد کرده و با اعمال قانون در طی این نظارت بازاری، قیمت گذاری ها روی
کالاها و خدمات را به صورت عادلانه به اجرا می گذارند.

چنانکه در روایت داریم، حضرت علی علیه السلام شخصاً بر امور بازار نظارت می کرد و
صبحگاه، بازارهای کوفه را یک به یک می گشت؛ در حالی که تازیانه ای با خود به همراه
داشت و بر سر هر بازار می ایستاد و ندا می کرد:

ای گروه بازرگانان!... سوگند را واگذارید و از دروغ دوری گزینید و ستم نکنید و در باره
ستمیدگان انصاف داشته باشید و به ربا نزدیک نشوید و پیمانان و ترازو را درست به کار برید
وَ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَ الْمِيزَانَ (انعام: ۱۵۲) وَ لَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَ لَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ
مُفْسِدِينَ (هود: ۸۵)، حق پیمانان و ترازو را به عدالت ادا کنید و بر اموال مردم عیب ننهید و از آن
نکاهید؛ آنگاه باز می گشت و برای حل مشکلات مردم می نشست. (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷،
ص ۳۸۲).

امام علی علیه السلام هرگاه متخلف بازاری را در بازار می دید، در صورت لزوم تنبیه می کرد. در
کتاب دعائم الاسلام آمده است:

وَ عَنْ عَلِيٍّ علیه السلام أَنَّهُ كَانَ يَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ وَ بِيَدِهِ دَرَّةٌ يَضْرِبُ بِهَا مَنْ وَجَدَ مِنْ مُطَفِّفٍ أَوْ غَاشٍ فِي
تِجَارَةِ الْمُسْلِمِينَ قَالَ الْأَصْبَغُ قُلْتُ لَهُ يَوْمًا أَنَا أَكْفِيكَ هَذَا يَا أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ وَ اجْلِسْ فِي بَيْتِكَ قَالَ
مَا نَصَحْتَنِي يَا أَصْبَغُ (ابوحنیفه، ۱۳۸۵، ج ۲، ص ۵۳۸). حضرت علی علیه السلام در بازار گشت می زد و در
دست شان تازیانه ای بود و با کم فروشان و متقلبان در معاملات برخورد می کرد و آن ها را با
تازیانه ای که به همراه داشت، می زد. اصبغ^۱ می گوید: عرض کردم: ای امیرمؤمنان! من این کار

۱. و هو أصبغ بن غياث الصحابي (القاموس).

را برای شما انجام می‌دهم؛ شما در خانه خود بنشینید. فرمود: مرا به نیکی دعوت نکردی ای اصغ!

بنابراین دخالت پیامبر ﷺ و حضرت علیؓ در کارکرد بازار و سازکارهای بازاری، نه تنها اکتفا به بیان حکم نبوده؛ بلکه در مواردی که مصلحت جامعه و مردم اقتضا می‌کردند مستقیماً در امور بازار دخالت می‌کردند.

۳. نتیجه‌گیری

در این پژوهش به بررسی مشروعیت یا عدم مشروعیت قیمت‌گذاری کالا و خدمات در اسلام پرداختیم، بعد از بررسی اقوال مختلف در باب قیمت‌گذاری و بررسی آیات و روایات در این باب، به این نتیجه رسیدیم که: از دیدگاه فقهای شیعه و اهل سنت، حاکم اسلامی در شرایط طبیعی بازار، حق قیمت‌گذاری روی کالاها و خدمات را ندارد و در این مورد تقریباً نظر مخالف وجود ندارد؛ اصل اولی نیز بر عدم قیمت‌گذاری است مگر این‌که مصلحت اقتضا کند که در این صورت براساس مصالح کلان جامعه، در شرایط خاص اقتصادی از قبیل احتکار، تبانی و انحصار، و همچنین در راستای تأمین عدالت اجتماعی و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، دولت باید روی کالاها و خدمات قیمت‌گذاری نماید. که به تفصیل روی این مباحث پرداخته شد و اقوال موافقین و مخالفین نیز مورد بررسی قرار گرفتند. همچنین بحث جواز و عدم جواز دخالت دولت در امور قیمت‌گذاری‌ها از مباحث دیگری بود که به آن پرداخته شد و در آخر به این نتیجه رسیدیم که در شرایط غیر طبیعی از قبیل تحریم و سیل و زلزله و کمبودی کالاها در بازار در اثر احتکار، دولت و حاکمیت به‌خاطر مصلحت جامعه و دفاع از حقوق مصرف‌کنندگان دست به قیمت‌گذاری عادلانه می‌زند و محتکران را مجبور به عرضه کالا و خدمات در بازارهای اسلامی می‌کند. زیرا یکی از اهداف به‌وجود آمدن دولت‌ها تأمین معیشت و تأمین نیازهای مادی و معنوی مردم می‌باشند و این امر بدون دخالت دولت در شرایط احتکار غیر ممکن خواهد بود.

فهرست منابع

❖ قرآن کریم

❖ نهج البلاغه

۱. ابن بابویه (شیخ صدوق)، محمد بن علی (۱۳۹۸ش) التوحید، جامعه مدرسین قم، چاپ اول.
۲. ابن ماجه، محمد بن یزید قزوینی (۱۴۲۴) سنن ابن ماجه تصحیح صدقی جمیل عطار، دارالفکر، بیروت
۳. ابوحنیفه، نعمان بن محمد بن منصور بن احمد بن حیون تمیمی مغربی (۱۳۸۵ش) دعائم الاسلام، ۲جلدی، قم: مؤسسه آل البيت چاپ دوم.
۴. ابویعلی ماوردی، محمد بن حسن (۱۴۰۶ق) الاحکام السلطانیه، الطبعة الثانية: قم، مکتب الاعلام الاسلامی.
۵. ایجی، میر سید شریف (۱۳۲۵ق) شرح المواقف، مصحح: نعسانی، بدر الدین، الشریف الرضی، افست قم، چاپ اول.
۶. بروجردی، آقا حسین (۱۳۸۶ش) جامع احادیث الشیعہ (للبروجردی)، تهران: انتشارات فرهنگ سبز، چاپ اول.
۷. بشارت، علی؛ پایتختی اسکوئی، سیدعلی (۱۳۹۲ش) اقتصاد دولت و دولت اقتصادی (جستارهای در اقتصاد بخش عمومی، مالیه عمومی، حقوق مالیه عمومی و بودجه و برنامه ریزی)، تبریز: نشر اختر، چاپ اول.
۸. تفتازانی، سعدالدین (۱۴۰۹ق) شرح المقاصد، با مقدمه، تحقیق و تعلیق: عمیره، عبد الرحمن، الشریف الرضی، افست قم، چاپ اول.
۹. حسین علی، منتظری (بی تا) رساله فی الاحتکار و التسعیر
۱۰. حسینی عاملی، سید محمد جواد (۱۳۹۱ش) مفتاح الکرامه، مؤسسه النشر الاسلامی.
۱۱. حکیمی، محمدرضا؛ علی، حکیمی و محمد حکیمی (۱۳۶۷ش) الحیاه، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۱۲. حلبی، ابوالصلاح تقی الدین (بی تا) الکافی فی الفقه، ایران، مکتبه الامام امیرالمؤمنین.
۱۳. خلاف، عبدالوهاب (۱۳۵۱م) السیاسه الشرعیه، المطبعه السلفیه، القاہره.
۱۴. خوش نویس، جعفر (۱۳۵۹ش) خطوط کلی اقتصاد در قرآن و روایات، ترجمه مهدی انصاری، اصفهان: انتشارات کتابخانه امام علی.

۱۵. دفتر همکاری حوزه و دانشگاه (۱۳۷۱ش) مبانی اقتصاد اسلامی، نشر سمت.
۱۶. دهخدا، علی اکبر (۱۳۴۵ش) لغت نامه دهخدا، دانشگاه تهران، دانشکده ادبیات، مهر.
۱۷. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲ق) المفردات فی غریب القرآن، به تحقیق صفوان عدنان داودی، بیروت: دارالعلم، الدار الشامیه.
۱۸. رشوند بوکانی، مهدی (۱۳۹۰ش) حقوق رقابت در فقه امامیه و حقوق ایران و اتحادیه اروپا، انتشارات دانشگاه امام صادق، چاپ اول.
۱۹. ساموئلسون، پل؛ هاوس، نورد (۱۳۸۴ش) اصول علم اقتصاد، ترجمه مرتضی محمدخان، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۲۰. شمس الدین، محمد مهدی (۱۹۹۸م) الاحتکار فی الشریعه الاسلامیه، بیروت، الموسسه الدولیه، الطبعة الثانی.
۲۱. شیخ الشریعه اصفهانی، فتح الله الغروی (۱۴۰۶ق) رساله لاضرر، قم: نشر اسلامی.
۲۲. شیخ حرعاملی، محمد بن حسن (۱۳۷۶ش) الفصول المهمه فی أصول الأئمة (تکملة الوسائل)، قم: موسسه معارف اسلامی امام رضا، چاپ اول.
۲۳. شیخ حرعاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹ق) وسائل الشیعه، قم: مؤسسه آل البیت، چاپ اول.
۲۴. شیخ طوسی، محمد بن حسن (۱۴۰۶ق) الاقتصاد فیما یتعلق بالاعتقاد، بیروت: دار الأضواء، چاپ دوم.
۲۵. شیخ طوسی، ابو جعفر محمد بن حسن (۱۳۸۷ق) المبسوط فی فقه الإمامیه، تهران: المکتبه المرتضویه لإحياء الآثار الجعفریه، چاپ سوم.
۲۶. شیخ مفید، محمد بن نعمان (۱۴۱۳ق) المقنعه، قم، کنگره جهانی هزاره شیخ مفید، چاپ اول.
۲۷. صدر، سید کاظم، احتکار از دیدگاه فقه و اقتصاد، تهران، انتشارات ۲۲ بهمن، ۱۳۶۲ش.
۲۸. طیبیان، محمد (۱۳۸۴ش) اقتصاد کلان، مؤسسه عالی پژوهش در برنامه ریزی و توسعه، تهران، انتشارات بازتاب، چاپ دوم.
۲۹. طیبیان، محمد (۱۳۶۸ش) مباحثی از اقتصاد خرد پیشرفته، تهران، انتشارات پیشبرد.
۳۰. علامه حلی، حسن بن یوسف (۱۹۸۲م) نهج الحق و کشف الصدق، بیروت: دارالکتاب اللبنانی، چاپ اول.
۳۱. علامه حلی، ابومنصور جمال الدین حسن بن یوسف بن مطهر (۱۴۱۵ق) مختلف الشیعه فی أحكام الشریعه، الطبعة الاولى، قم: مؤسسه النشر الاسلامی.

۳۲. علامه حلی، حسن بن یوسف (۱۴۱۲ق) منتهی المطلب فی تحقیق المذهب، مشهد: مجمع البحوث الإسلامیه.
۳۳. عنایه، غازی (۱۹۹۲م) ضوابط تنظیم الإقتصاد فی السوق الإسلامی، قم: دارالنفائس.
۳۴. فاضل مقداد (سیوری)، مقداد بن عبدالله (۱۳۶۵ش) کنزالعرفان فی فقه القرآن، تهران، انتشارات مرتضوی.
۳۵. قاضی عبد الجبار (۱۹۶۵-۱۹۶۲م) المغنی فی أبواب التوحید و العدل، الدار المصریة، قاهره.
۳۶. القرافی، احمد ابن ادیس (۱۳۴۴م) شرح تنقیح الفصول، مطبعة دار احیاء الکتب العربی.
۳۷. کلینی، محمد بن یعقوب بن اسحاق (۱۳۰۷ق) الکافی، تهران: دارالکتب الإسلامیه، چاپ چهارم.
۳۸. الماوردی، ابوالحسن (۲۰۰۹م) الحاوی الکبیر و هو شرح مختصر المزنی، بیروت: دارالکتب العلمیه، الطبعة الثالثة.
۳۹. مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۳ق) بحار الأنوار، بیروت: دار احیاء التراث العربی، چاپ دوم.
۴۰. محقق حلی (۱۴۱۴ق) المسلك فی أصول الدین و الرسالة الماتعیة، محقق: استادی، رضا، مجمع البحوث الإسلامیه، مشهد، چاپ اول.
۴۱. محقق حلی، ابوالقاسم نجم الدین جعفر بن حسن (۱۴۱۲ق). منتهی المطلب فی تحقیق المذهب، الخط و الإخراج الحافظ علاء البصری، مشهد، آستان مقدس رضوی.
۴۲. محقق حلی، ابوالقاسم نجم الدین جعفر بن حسن (۱۴۱۵ق) شرایع الاسلام فی مسائل الحلال و الحرام، تهران، انتشارات استقلال.
۴۳. محقق داماد، سید مصطفی (۱۳۶۲ش) تحلیل و بررسی احتکار از نظرگاه فقه اسلام، قم، اندیشه های نو در علوم اسلامی.
۴۴. محمدی ری شهری، محمد، و همکاران (۱۳۸۶ش) حکمت نامه پیامبر اعظم، قم: دارالحديث، چاپ اول.
۴۵. محمدی ری شهری، محمد (۱۳۸۲ش) توسعه اقتصادی بر پایه قرآن و حدیث، ترجمه: سید ابوالقاسم حسینی، قم: مرکز تحقیقات دارالحديث.
۴۶. مسعود، نیلی (۱۳۸۶ش) اقتصاد و عدالت اجتماعی، با همکاری موسی غنی نژاد، محمد طیبیان و غلامعلی فرجادی، تهران: نشرنی.
۴۷. موسوی خمینی، روح الله (۱۳۸۵ق) الرسائل، باتعلیقات آقا مجتبی طهرانی، قم: اسماعیلیان

۴۸. موسوی خمینی، روح‌الله (۱۴۱۵ق) کتاب‌البیع، مؤسسه‌النشرالاسلامی التابعه لجماعه المدرسین بقم المقدسه.

۴۹. ناصحی، علی (۱۳۹۴ش) مبانی حقوقی و فقهی رقابت، انتشارات مجد، چاپ اول.

۵۰. نجفی، محمدحسن (۱۳۶۵ق) جواهرالکلام فی شرح شرایع الاسلام، دارالکتب الاسلامیه.