فصلنامه علمی – ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره یازدهم، تابستان ۱۳۹۴- صفحه ۳۷ - ۵۲

بررسی مخاطرات اخلاقی هنگام احتکار و تحلیل آن توسط نظریه بازی‌ها

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۴/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۵/۵

نادر مهرگان*
هیمن نعمتی**

چکیده

بازار از نهادهای اصلی نظام اقتصادی اسلام می‌باشد که در آن داد و ستد انجام می‌پذیرد. می توان وجود اخلاق اسلامی که عامل اصلی رسیدن به مواردی چون آزادی ورود و خروج، وجود اطلاعات روشن، عدم وجود سازش (تبانی) برای افزایش قیمت‌ها و سود، عدم وجود انحصار می باشد را از ویژگی های بارز یک بازار اسلامی دانست. بخش کسب و کار و بازرگانی در اقتصاد اسلامی که در محیط بازار صورت می‌گیرد از ملاحظات و ملازمات اخلاقی بخصوصی برخوردار است و به این دلیل اسلام برای هر یک از معاملات حد و مرزی مشخص کرده که به عنوان قواعد و منهیات از آنها یاد می شود که یکی از آنها نفی احتکار است. بر اساس این قاعده انجام هر گونه معامله که منجر به خطری شود که ناشی از عدم اطلاعات روشن و سبب آن خطر اخلاقی باشد که بر قیمت ها و در نتیجه بر عرضه و تقاضای کالای مورد معامله تأثیر گذارد و احتمال بروز زیان وجود داشته باشد، ممنوع شده است.

در این مطالعه با استفاده از کاربرد نظریه بازی ها رابطه بین خریدار و فروشنده را به هنگام احتکار، که از مسائل مهم اقتصاد اسلامی است، مورد تحلیل قرار می دهیم. برای این بررسی یک معامله فرضی در قالب یک بازی با اطلاعات نامتقارن را بررسی می کنیم. به عنوان نتیجه می توان دریافت که بی توجهی به این موضوع مهم در جامعه که ناشی از مخاطرات اخلاقی است موجب هزینه های اضافی برای افراد و کاهش مطلوبیت کل جامعه می شود. با رفع مشکل اطلاعات ناقص و روشن کردن آن احتمال بروز معاملاتی که در آن احتکار باشد، کاهش می یابد.

واژگان کلیدی: *اقتصاد اسلامی، خطر اخلاقی، احتکار، اطلاعات نامتقارن*
طبقه‌بندی JEL: *Z12, D72, C73, D8*

* دانشیار دانشکده اقتصاد دانشگاه بوعلی سینا. Mehregannader@yahoo.com
** دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد دانشگاه بوعلی سینا،(نویسنده مسئول). Hemn.nemati@yahoo.com

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

مقدمه

همان طور که معلوم است معاملات و دادوستد، عناصر اصلی بازار و همچنین بخش جدایی ناپذیری از روابط بین افراد بوده و هست و دین مبین اسلام به این نیاز ضروری انسان توجه کافی کرده است. در فقه به عنوان بخشی از برنامه زندگی انسان بابی تحت عنوان معاملات وجود دارد که از آن با نام مکاسب یاد شده است. وجود اخلاق اسلامی در معاملات و دادوستد یا به طور کلی در بازرگانی سبب کاهش زیان برای طرفین معامله به حداقل می گردد و همچنین وجود این اخلاق در بازرگانی و کسب و کار نوعی اعتماد به وجود می آورد که خود سرمایه ای اجتماعی و ارزشمند است و موفقیتی بلندمدت را تضمین می کند. ارائه اطلاعات و آمار و گزارش های غلط و تبلیغ غیر واقعی در معاملات نمونه بی توجهی به اخلاق اسلامی کسب وکار است (دادگر، ۱۳۸۵).

احتکار پدیده ای مخرب است و نظام بازار را آشفته می سازد که از عدم وجود اخلاق اسلامی ناشی می شود. این پدیده یکی از مصادیق بارز تجاوز به حقوق اجتماعی است زیرا بهتر است نظام حکومتی برای جلوگیری از پیامدهای زیانبار و آثار مخرب آن در دو عرصه اقتصادی و حقوقی وارد عمل شود. این مساله از مصادیق تعارض حقوق می‌باشد زیرا از یک سو مالک کالا حق دارد در اموال خود تصرفات مالکانه داشته باشد و از سوی دیگر جامعه نباید در مضیقه و فشار معیشتی قرار گیرد، مع هذا ترجیح با یکی از این دو حق خواهد بود.

قاعده نفی احتکار یکی برجسته ترین قواعد در اقتصاد اسلامی بوده و هست و بررسی این موضوع و تبعات چنین دادوستد هایی به دلیل متضرر شدن یکی از طرفین معامله که نتیجه عدم وجود اطلاعات روشن در بازار است از اهمیت بسزایی برخوردار است. امروزه برای اثبات چنین مسائل و موضوعاتی می توان از تئوری ها و ابزارهای نوین که در اقتصاد کاربرد دارند استفاده کرد و برتری های قوانین و قواعد اسلامی را بر همگان ثابت کرد.

در زمان پیامبر(ص) احتکار در کالاهایی مانند گندم، جو، خرما، کشمش و روغن بود که از کالاهای ضروری آن زمان به شمار می آمد، اما کالاهای ضروری برای مناطق گوناگون متفاوت است، پس نمی توان انبار کردن هر کالایی به امید گران شدن آن را احتکار تلقی کرد. پیامبر(ص) افرادی را که کالاها را احتکار می کردند، مجبور به عرضه آن کالاها می کرد و تعیین قیمت برای عرضه کنندگان را امری الهی می دانست و خود در تعیین قیمت ها دخالت نمی کرد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

در این مطالعه سعی بر این است که با استفاده از کاربرد نظریه بازی ها قاعده نفی احتکار را مورد تحلیل قرار دهیم. برای این بررسی اول مسائل فقهی احتکار را با توجه بـه قـرآن، احادیـث اهل بیت و پیشوایان دینی مورد بررسی قرار می دهیم، سپس با ایجاد یک مدل فرضی و انجـام تحلیل ها روی آن، تعادل را به دست می آوریم و در نهایت مدل را به جامعه تعمیم می دهیم.

۱. تعریف احتکار

احتکار معمولاً به نگهداری و انبار کردن کالا، بیش از حد نیاز متعارف، به منظـور ایجـاد کمبـود مقطعی و عرضه و فروش آن در آینده به قیمتی بالاتر اطلاق می گردد (رنجبر، ۱۳۷۵).

تعریف لغوی: طبق معنای لغوی، احتکار به ذخیره کردن هرگونه طعام گفته می‌شود، بنابر نظـر اکثر فقها شرط تحقق احتکار در اصطلاح فقهی، نیاز مردم به آن کالاست ولی در معنـای لغـوی این قید وجود ندارد.

تعریف اصطلاحی: در اصطلاح فقهی، فقط به ذخیره کردن گندم، جـو، خرمـا، کشـمش و روغن احتکار گفته می شود و نه ذخیره هرگونه مواد غذایی.

۲. دلایل حرمت احتکار

مهمترین دلیل بر حرمت احتکار روایت صحیح سالم بن حناط است. او می گوید: امام صادق(ع) از من پرسید: شغلت چیست؟ گفتم گندم می فروشم، گاهی بازار پر رونق و گاهی کسـاد اسـت، در کسادی بازار کالایم را نگه می دارم و نمی فروشم. امام(ع) پرسید: آیا کسی دیگری هست که گندم بفروشد؟ گفتم: من به اندازه یک هزارم بازار مـی فروشـم. امـام صـادق(ع) فرمـود: عیبـی ندارد، مردی در قریش بود که به آن حکیم بن حزام می گفتند، هرگاه که گندم وارد شـهر مـی شد، او همه آن را می خرید. پیامبر(ص) بر او گذشت و فرمـود: ای حکـیم بـن حـزام بپرهیـز از اینکه احتکار کنی (حسینی حائری، ۱۳۸۹).

۳. شرایط احتکار

ملاک برای احتکار سه چیز است:

الف) نیاز مردم به کالای احتکار شده؛

ب) اینکه فروشنده و عرضه کننده دیگری نباشد که مردم بتوانند از او کـالای خـود را تهیـه کنند که در اصطلاح فقهی به آن شرط عدم باذل طعام گفته می شود؛

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

ج) شرط زمانی و مکانی.

چون در برخی روایات، مدت احتکار را برای زمانی که کالا فراوان است، چهل روز و برای زمانی که سختی و قحطی است، سه روز قرار داده اند، برخی گمان کرده اند کمتر از آن محسوب نمی شود.

۴. کالای مورد احتکار

کالای مورد احتکار در هر منطقه یا سرزمین نسبت منطقه یا سرزمین دیگر به اعتبار قوت غالب مردم متفاوت است. پس کالاهایی چون گندم، جو، خرما، کشمش، روغن با توجه به مناسبت حکم، به سرزمینی منصرف است که این موارد در آن متعارف است. با توجه به روایت صحیح حلبی: «شایسته نیست طعام را احتکار کند و مردم را بدون طعام گذارد»، می توان دریافت حرمت احتکار شامل آنچه تهیه طعام بر آن متوقف است، می باشد؛ مانند سوخت هایی چون نفت، گاز و هیزم.

۵. احتکار از دیدگاه امامان و پیشوایان

فرمان امیرالمؤمنین علی علیه السلام به مالک اشتر (فرماندار مصر) درباره ی احتکار:

در فرمان زمامداری مصر به مالک اشتر: با این همه، بدان که بسیاری از آنان - تجّار و صاحبان صنعت - در داد و ستد بیش از اندازه سختگیرند و بخل ورزی ناپسندی دارند و به منظور سود بیشتر کالا را احتکار می‌کنند و به دلخواه نرخ گران می‌بندند و این کار برای توده مردم زیانبار و برای حکمرانان عیب و ننگ است. بنابراین از احتکار جلوگیری کن، زیرا که رسول خدا (ص) از آن منع فرموده است.

امام‌صادق (ع) به نقل رسول‌خدا (ص) فرمود: "لا یحتکر الطعام الا خاطی"؛ خوراک مردم را کسی احتکار نمی کند مگر گناهکار.

۶. مدل تحقیق

برای بررسی مدل فرضی بازار رقابتی را مورد نظر قرار می دهیم که در آن یک نوع کالا وجود دارد و همچنین طرفین معامله یک خریدار و یک فروشنده می باشند. در بازار به علت وجود برخی مشکلات عرضه و تقاضای این کالا دچار اختلال شده است و در نتیجه این مشکلات

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

خریدار کالای مورد نظر را انبار کرده تا بتواند آن را با قیمت بیشتر به فروش برساند و سود بیشتری عایدش شود.

فرض کنیم شخصی به عنوان خریدار کالای مورد نیاز، به طور تصادفی به فروشنده‌ای مراجعه می کند که با احتمال p درصد از قیمت کالای مورد نظر اطلاع ندارد و با احتمال (1-p) درصد مقدار و قیمت کالا را می داند و در طرف دیگر معامله فروشندگان از کل موضوع (انبار کالا) آگاهی کامل دارند. در کل می توان دریافت یک طرف معامله (فروشنده) نسبت به طرف دیگر (خریدار) اطلاع بیشتری دارد. پس می توان نتیجه گرفت با یک مساله با اطلاعات نا متقارن مواجه هستیم.

به دلیل آنکه اطلاعات نامتقارن بین بازیکنان (خریدار و فروشنده) وجود دارد، انتقال اطلاعات از یکی به دیگری به وجود می آید که در آن فروشندگان علامت ها و سیگنال های مختلفی را جهت کمیت و مقدار کالای مورد نظر ارسال می کنند که با دادن پیشنهاد قیمت های بالا و پایین اقدام به ارسال اطلاعات می کند. این نوع علامت دهی چون فقط به صورت کلامی است پس بازی علامت دهی برای فروشنده بدون هزینه اما برای خریدار می تواند دارای هزینه فرصت باشد؛ پس می توان فهمید که باور علامت بسیار سخت خواهد بود لذا دانستن اطلاعات اضافی برای حریف مهم است.

بنابراین می توان مجموع استراتژی های فروشنده را به صورت زیر تعریف کرد:

۱) پیشنهاد قیمت بالا(HP)

۲) پیشنهاد قیمت پایین(LP)

در مقابل پیشنهاد فروشنده، خریدار می تواند پیشنهاد فروشنده را قبول (A) یا اینکه رد (R) نماید. چنان فرض می شود فروشنده از فروش کالای خود با قیمت بالا سود(Π) و با قیمت پایین سود (Π') را به دست می آورد که در آن ($\Pi > \Pi'$) است اما خریدار از خرید کالای با قیمت پایین مطلوبیت بیشتر از حالت قیمت بالا به دست نمی آورد چون برای اینکه با قیمت پایین خرید کند، باید اطلاعات اضافی را به دست آورد که باید هزینه C را بابت آن بدهد و بالا بودن یا بیشتر بودن مطلوبیت خریدار در دوحالت HP و LP به اندازه C بستگی دارد.

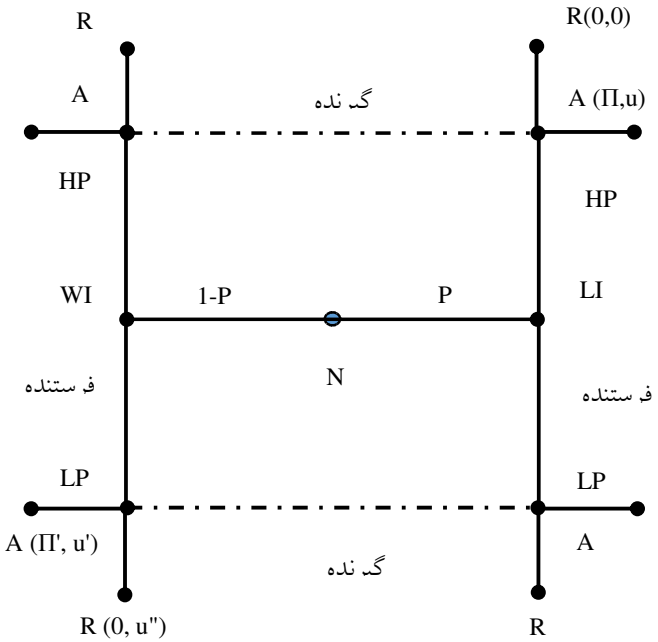
خریدار می تواند پیشنهاد قیمت بالا را قبول کند یا رد کند، در صورت قبول پیشنهاد به اندازه u مطلوبیت کسب می کند و اگر قیمت بالا را رد کند، مطلوبیت آن صفر خواهد شد چون کالایی را به دست نمی آورد؛ پس ($u_A > u_R$).

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

در صورت کسب اطلاعات اضافی و صرف هزینه C خریدار می تواند با چانه زنی فروشـنده را مجبور به فروش کالا با قیمت پایین (LP) نماید و در این صورت خریدار دو حالت دارد، یا قبول می کند (A) یا رد می کند (R). اگر پیشنهاد را قبول کند، مطلوبیت u' را بـه دسـت مـی آورد که همان (u-c) است و اگر رد کند، مطلوبیت وی از ایـن حالـت نیـز کمتـر مـی شـود و بـه u'' تبدیل می شود به دلیل اینکه هم هزینه c را برای کسب کالا متقبل شده اسـت و در نهایـت آن را نخواسته است؛ پس ($u_{LP,A} > u_{LP,R}$) یا ($u'' < u'$) است.

اما برای فروشنده قضیه به این صورت است که در حالت (LI) یـا عـدم اطلاعـات حریـف از کمیت کالا، اگر خریدار پیشنهادش را قبول کند حداکثر سود یعنی (Π) را بـه دسـت آورد و در صورت رد آن سودی عایدش نمی شود. (Π) برابر صفر خواهد بود. پـس ($\Pi_{HP,A} > \Pi_{HP,R}$) .و در صورتی که خریدار با چانه زنی و کسب اطلاعات اضافی موفق به کسـب قیمـت پـایین شـود یعنی (LP) که در شاخه (WI) قرار می گیرد، اگر پیشنهاد فروشنده را قبول کند، سود حـداقل یا (Π') و در صورت رد سود صفر را کسب می کنـد؛ پـس نتیجـه مـی شـود کـه ($\Pi_{WI,LP,A} < \Pi_{WI,LP,R}$).

از نوشته های بالا می توان نتیجه گرفت که به دلیل تعـارض بـین خریـدار و فروشـنده کـه برای کسب منافعی که وجود دارد که جریان اطلاعات از فروشنده به خریدار می باشـد کـه مـی توانیم این موضوع را در یک بازی با قالب بازی های علامت دهی با فرم بسـط یافتـه در نمـودار پایین نشان دهیم. $\Pi > \Pi'$ و $U > U' > U''$



[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

بایدتوجه کرد هنگامی که فروشنده بداند که خریدار از انبار کالا خبر ندارد یعنی شاخه LI قیمت پایین را پیشنهاد نمی کند، به امید آنکه خریدار در اثر بی اطلاعاتی HP را انتخاب می کند و همچنین خریدار نیز در حالتی که از انبار خبر دارد یعنی شاخه WI قیمت بالا HP را قبول نمی کند. پس دوشاخه (LI,LP) و (WI,HP) حذف می شود.

حال با توجه به تحلیل های فوق دو حالت (LP,HP) را مورد بررسی قرار می دهیم. بنابر این دو حالت را بررسی می کنیم که فروشنده در حالت اول با توجه عدم اطلاع خریدار از انبار کالا قیمت بالا (HP) را پیشنهاد می کند و در حالت دوم یعنی اطلاع خریدار از انبار کالا قیمت پایین (LP) را پیشنهاد می کند و خریدار علامت های ارسالی توسط فرستنده را باور می کند. اگر علامت (HP) توسط فروشنده ارسال شود و خریدار آن را قبول کند (A) فروشنده به طور قطع می داند که خریدار از انبار کالا که همان احتکار است، بی خبر است؛ پس P(HP|LI)=1 و اگر علامت (LP) توسط فروشنده ارسال گردد، فروشنده با یقین می داند که خریدار از انبار کالا برای افزایش قیمت و همچنان بالا بردن سود اطلاع دارد و خریدار آن را انتخاب می کند (A). پس P(LP|WI)=1 درنتیجه خرید در صورت دریافت هر علامتی (A) را انتخاب می کند.

پس فرض می کنیم فروشنده در حالت WI علامت LP و در حالت LI علامت HP را ارسال می کند، سپس در نتیجه این ارسال علامت ها داریم:

$$\text{سودفروشنده} = \pi^{S}(\text{LI}, \text{HP}, \text{A}) = \pi^{S}(\text{WI}, \text{LP}, \text{A}) = \pi'$$

که در آن $\pi > \pi'$ بنابراین (LI,HP) تعادل بازی فوق نیست چرا که به دلیل وجود انگیزه تخطی توسط بازیکنان تعارض منافع بین بازیکنان برای افزایش منفعت به وجود می آید که این افزایش منفعت همان بالا بردن سود توسط فروشندگان و افزایش مطلوبیت توسط خریداران است. فروشندگان تمایل دارند که علامت نادرست را ارسال کنند و خریداران این علامت ارسالی را باور کنند. در حالت بیان شده احتمال متضرر شدن طرفین معامله وجود دارد.

در صورت وجود اطلاعات فوق می‌توان عمل بازیکنان را نسبت به هم و به صورت زیر نوشت:

فروشنده: علامت درست را ارسال کند (پیشنهاد قیمت پایین LP) و یا علامت نادرست را ارسال کند (پیشنهاد قیمت بالا HP).

خریدار: قبول پیشنهاد A (قبول هر قیمتی که توسط فروشنده ارائه می شود) و یا رد پیشنهاد B (رد پیشنهاد قیمت بالا و تلاش برای کسب اطلاعات اضافی و قبول پیشنهاد قیمت پایین).

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

با توجه به موارد فوق می توان پیامدهای بازیکنان را برای استراتژی های ممکن بـه صـورت جدول (۱) نوشت.

(LI,A): فروشنده با احتمال P پیشنهاد قیمت بالا دهد و خریدار قبول کند، در نتیجه پیامد فروشنده π و پیامد خریدار u خواهد بود.

$$\text{فروشنده} = \pi^{S} = P\pi$$

$$\text{خریدار} = u_b = Pu$$

(WI,A): با احتمال (1-P) مقدار کالا معلوم و در نتیجه فروشنده برد π' و خریدار (u-c) یـا u' که $(u' = u - c)$را کسب می کند.

$$\pi^S = (1-p)\pi'$$
$$u_b = (1-p)u'$$

(LI,R): با احتمال P کمیت کالا نامعلوم است و خریدار قیمت پیشنهادی توسـط فروشـنده را رد می کند و پیامد خریدار و فروشنده صفر است که داریم:

$$\pi^S = 0$$
$$u_b = 0$$

(WI,R): با احتمال (1-P) مقدار کالا معلوم است و خریدار پیشنهاد فروشنده را رد می کند. پس این حالت بدتری حالت است چون خریدار با وجود صرف هزینه C (منجربـه زیـان شـده) پیشنهاد فروشنده را رد می کند پس داریم:

$$\pi^S = 0$$
$$u_b = (1-P)u''$$

پیامدهای انتظاری بازیکنان را در جدول زیر می نویسیم:

فروشنده \ خریدار	A(β)	R(1-β)
LI(λ)	0 , 0	$P\pi$, Pu_b
WI(1-λ)	0 , $(1-P)u_b''$	$(1-p)\pi'$, $(1-p)u'$

نمودار بازی علامت دهی را به جدول پیامدهای بازیکنان تبدیل کنیم و از جدول، کـه یـک استراتژی ترکیبی است، تعادل نش را به دست آوریم.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

۷. تعادل نش

حالتی را تعادل نش می‌گویند، هرگاه با ثابت بودن استراتژی انتخابی سایر بازیکنان، هیچ بازیکنی انگیزه ای برای تغییر استراتژی خود نداشته باشد یا اینکه استراتژی انتخاب شده توسط هر بازیکن بهترین پاسخ به استراتژی حریف باشد.

۷-۱. تعریف کلی تعادل نش

اگر $(s_1^*, s_2^*, \dots, s_n^*)$ برش خاصی از استراتژی‌های بازیکنان باشد، این استراتژی را تعادل نش گوییم که اگر برای هر بازیکن و برای هر استراتژی s_i' شرط زیر برقرار باشد:

$$u_i(s_1^*, s_2^*, \dots, s_i^*, \dots, s_n^*) \geq u_i(s_1^*$$

بنابراین بازیکن (i) هیچ انگیزه ای برای تغییر استراتژی (s_i^*) ندارد زیرا (s_i^*) بهتر از هر استراتژی دیگر است و در کل تعادل نش به معنی بهترین واکنش است.

باتوجه به یک بازی با فرم استراتژیک به صورت $s^* \equiv (s_1^*, s_2^*, \dots, s_n^*)$ است، تعادل نش نامیده می شود، اگر:

$$\forall i = 1,2, \dots, n \text{ و } \forall s_i \in S_i \text{ و}$$

باتوجه به تعاریف فوق برای رسیدن به تعادل نش باید توابع بهترین پاسخ بازیکنان را به دست آوریم

۷-۲. تابع بهترین پاسخ فروشنده

پیامد انتظاری فروشنده:

پیامد انتظاری فروشنده از انتخاب LI : $\beta P\pi$

پیامد انتظاری فروشنده از انتخاب WI: $\beta(1-P)\pi' = \beta\pi' - \beta P\pi'$

لذا فروشنده هنگامی بین LI و WI بی تفاوت می شود، اگر داشته باشیم:

$$E(\Pi^s) = \lambda\beta P\pi + \pi' - P\pi' - \lambda$$

$$\frac{\partial E(\Pi^s)}{\partial\lambda} = \beta P\pi - \pi' + P\pi' = 0 \implies \beta^* = \frac{\pi' - P\pi'}{P\pi}$$

$$\beta^* > 0$$

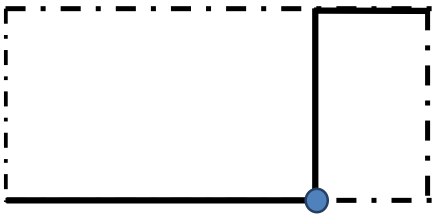
$$\Longrightarrow$$

بنابراین فروشنده در β^* به بی تفاوتی می رسد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

$$\beta \begin{cases} < \beta^* & S_1 < S_1 \\ = \beta^* & S_1 = S_1 \\ > \beta^* & S_1 > S_1 \end{cases} \quad \lambda \quad 0 < \lambda$$

λ



β

β^* 0

۳-۷. تابع بهترین پاسخ خریدار

پیامد انتظاری خریدار از انتخاب A: $\lambda Pu + (1-\lambda)(1-P)u'$

پیامد انتظاری خریدار از انتخاب R: $(1-\lambda)(1-P)u''$

پس برد انتظاری خریدار را می توان به صورت زیر نوشت:

$$E(u_b) = \lambda\beta Pu + \beta u' - \beta Pu' + \beta Pu'' + \lambda$$

$$\frac{\partial E(u_b)}{\partial \beta} = \lambda Pu + u' - Pu' - \lambda u' + \lambda Pu' - u'' + \lambda u'' + Pu'' - \lambda Pu'' = 0$$

$$\lambda = \frac{(1-P)(u''$$
$$Pu - u'(P-1) +$$

برد انتظاری خریدار از انتخاب A: $\lambda Pu + (1-\lambda)(1-P)u'$

برد انتظاری خریدار از انتخاب R: $(1-\lambda)(1-P)u''$

$$\Longrightarrow \lambda^* = \frac{u' - u''}{(-u'') - (u - u')}$$

چونکه $(u'' < u')$ پس λ منفی و کوچکتر از صفر است، بنابراین بهتـرین واکـنش خریـدار عبارت است از:

$$\lambda \begin{cases} < \lambda^* \\ = \lambda^* \\ > \lambda^* \end{cases}$$



[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

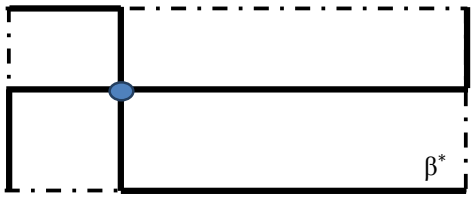
β

λ

0 λ^*

در نهایت با ترسیم منحنی های بهترین واکنش هر دو بازیکن می توان بهترین واکـنش همزمـان را به دست آورد که نقطه E است. بدین ترتیب می تـوان تعـادل نـش را بـه صـورت اسـتراتژی‌هـای ترکیبی تعیین نمود که در این مطالعه راه‌حل بـازی یـا تعـادل نـش بـه صـورت اسـتراتژی ترکیبـی $\lambda^* = \frac{u'-u''}{(-u'')-(u-u')}$ و $\beta^* = \frac{\pi'-P\pi'}{P\pi}$ به دست می‌آید.

β



0 λ^* λ

در کل برد انتظاری فروشنده $E(\Pi^s)$ برابر $\frac{\pi'-P\pi'}{P\pi}$ است و برد انتظاری خریدار $E(u_b)$ برابر با $\frac{u'-u''}{(-u'')-(u-u')}$ است که هر دو مثبت می‌باشند.

به عبارت دیگر λ^* بهترین واکنش فروشنده به β^* است و β^* بهترین واکنش خریـدار بـه λ^* است.

از آنجایی که برد انتظاری خریدار برابر $\frac{u'-u''}{(-u'')-(u-u')}$ و $u' = (u - c)$ یعنی u' بستگی بـه هزینه فرصت جست و جوی اطلاعات دارد، پس می توان تأثیر c را روی بـرد انتظـاری خریـدار تحلیل کرد، و با کاهش c برد انتظاری خریدار افزایش می یابد و بالعکس. این در حالی است که

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

تأثیری روی پیامد انتظاری فروشنده ندارد اما در کل می توان گفت پیامد کـل جامعـه افـزایش می یابد.

اگر بخواهیم تعادل را روی نمودار (۱) نشان دهیم، متوجه می شویم شاخه (A و HP و LI) که شاید به ظاهر تعادل جلوه دهد، تعادل نش ما نمی‌باشد چون حالتی ناپایدار است و احتمـال تخطی از آن توسط خریدار زیاد بوده که می توان گفـت کـه یـک حالـت کوتـاه مـدت اسـت و هرچند که احتمال بروز زیان در این حالت وجود دارد امـا زمـان زیـادی طـول نمـی کشـد کـه اطلاعات روشن می شود. خریدار با چانه زنی و راه های دیگر درخواست قیمت پایین کـه همـان قیمت استاندارد کالا می باشد، می کند و آن هم همان شاخه (A و LP و WI) می‌باشد. در این حالت که در آن قیمت همان قیمت استاندارد و سود فروشنده، سود استاندارد یعنی سود نرمـال است اما مطلوبیت خریدار به دلیل وجود هزینه c کمی پایین می آید (البته بسـتگی بـه کـم و زیاد بودن c دارد که با گذشت زمان c کاهش می یابد و همـان رفـع اطلاعـات نامتقـارن یـا بـه بیانی دیگر روشن شدن اطلاعات بازار است) و با گذشت زمان c کاهش یافته و به حالـت پایـدار می رسد و انگیزه تخطی از آن به حداقل می رسد و در نهایت می تـوان گفـت (A و LP و WI) همان تعادل نش بازی ماست، که یک تعادل بلند مدت خصوصاً در یک بازار رقابتی است.

در نظریه بازی های با اطلاعات نامتقارن راه هایی برای رهایی از مشکل اطلاعـات نامتقـارن وجود دارد که با به کار بردن این روش ها می توان تا حدی مشکلات به وجود آمـده کـه سـبب بروز احتکار می شود را برطرف کرد. در اینجا به طور مختصر به بیان این روش ها می پردازیم:

۸. علامت دهی

علامت دادن (signaling) اقدامی است که توسط فرد مطلع انجام می شود تا برای فـرد کمتـر مطلع در مبادله اطلاعات بفرستد تـا از ایـن طریـق از بـروز کژگزینـی جلـوگیری شـود. ماننـد کارگرانی که در موقع استخدام سعی می‌کنند تـا بـه کارفرمـا بفهماننـد کـه دارای توانـایی لازم هستند. حتی در مصاحبه استخدام سعی می‌کنند با ارائه مدارک مربوط به آمـوزش‌هـا در مـورد سابقه و تجربه خود به کارفرما علامت بدهند تا در کل مشکل کژگزینی رخ ندهد.

۹. غربال کردن

غربال کردن (screening) اقدامی‌است که توسط فرد غیر مطلع انجام می شود تا وی به تمام یـا بخشی از اطلاعاتی که فرد مطلع دارد، دست یابد. مانند خریدار ماشین دست دومی کـه قبـل از

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

خرید چند بار سوار ماشین می شود تا از کیفیت آن مطلع شود. بنـابراین افـرادی کـه اطلاعـات کمتری دارند و پس از غربال کردن، اطلاعات بیشتری کسب می‌کنند، چه بسـا از امضـا قـرارداد امتناع کرده یا شرایط آن را تغییر داده و یا مثلاً قیمت را تعدیل کنند.

جمع بندی و نتیجه گیری

وجود اخلاق اسلامی و به تبـع آن اخـلاق بازرگـانی بـه عنـوان ابـزاری جهـت افـزایش کـارآیی اجتماعی و اقتصادی باید محقق گردد و به دلیل سیستمی بودن اقتصاد اسلامی ابعاد کارآمـدی اخلاق بازرگانی از ابعاد ارزشی آن جدا نیسـت و هـر دو همـدیگر را تقویـت مـی کننـد. اخـلاق بازرگانی از دیدگاه اسلام، فضای بازار را از عدالت و اعتماد پر می کند و امنیـت اقتصـادی را در راستای افزایش کارآیی در بلندمدت به وجود می آورد.

با توجه به اینکه معاملات و دادوستدها بخش مهم و جدایی ناپذیری از زنـدگی اجتمـاعی را تشکیل داده اند و اینکه با توجه به خواسته ها و تمایلات انسان‌ها کـه بـه طـور غریـزی شـبیه یکدیگر هستند، می توان دریافت درگیری افراد برای کسب رفـاه و سـود بیشـتر همـواره وجـود داشته و خواهد داشت و جوامع، حکومت ها و دولتمردان برای جلوگیری از این نـزاع و برقـراری صلح و آرامش و امنیت یک جامعه درصدد قاعده و قانون مند کردن کارهـا و امـوراتی همچـون دادوستدها بودند تا اینکه منافع افراد را حفظ کنند.

اسلام و حکومت های اسلامی برای رفع مشکلات اجتماعی و اقتصـادی ماننـد بـی عـدالتی، رفع‌فقر و کاهش تضاد طبقاتی و ... قاعده نفی احتکار را وضع نموده اند که با ایـن قاعـده انجـام هر معامله ای که منجر به بروز زیان و متضرر شدن یکی از طرفین معامله در اثر جهالت یا عـدم اطلاعات شود، ممنوع کرده است.

ما با توجه به نظریه بازی ها و اقتصاد اطلاعات و استفاده از آن نشـان دادیـم کـه بـا شـفاف شدن اطلاعات در جامعه و بازار که یکی از ارکان بازار رقابتی است، هزینـه دسترسـی افـراد بـه اطلاعات اضافی کاهش می‌یابد و بروز معاملاتی که در آن احتکار وجود دارد و منجر به زیان می شود را به حداقل می رساند. لذا با روشی برای متقـارن کـردن اطلاعـات خریـدار و فروشـنده و روشن کردن آن هزینه فرصت کسب اطلاعات اضافی را به حداقل رساندیم تـا اینکـه بتـوانیم از وجود احتکار جلوگیری کنیم و به طور مختصر به بیـان دو روش علامـت دهـی و غربـال کـردن برای رفع مشکلات ناشی از اطلاعات نامتقارن پرداختیم.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

منابع

۱. عبدلی، قهرمان (۱۳۹۱)، نظریه بازی ها و کاربردهای آن، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول.

۲. سوری، علی (۱۳۹۱)، نظریه بازی ها و کاربردهای اقتصادی، انتشارات دانشگاه علوم اقتصادی، چاپ دوم.

۳. سوری، علی (۱۳۹۰)، اقتصادریاضی، روش ها وکاربرد ها، تهران: انتشارات سمت، چاپ پنجم.

۴. هاشمی پرست، سید مقتدی (۱۳۹۰)، نظریه بازی ها و کاربرد های آن، انتشارات دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی، چاپ اول.

۵. واریان، هال (۱۹۹۰)، تحلیل اقتصاد خرد، ترجمه حسینی، رضا، تهران: نشر نی، چاپ پنجم.

۶. لیارد، پی.آر.جی والترز (۱۳۹۱)، تئوری اقتصاد خرد، ترجمه شاکری، عباس، تهران: نشر نی، چاپ هفتم.

۷. شاکری، عباس (۱۳۸۹)، اقتصاد خرد۲: نظریه ها و کاربرد ها، تهران: نشر نی، چاپ پنجم.

۸. حسینی حائری، سید کاظم (۱۳۸۹)، احتکار، نشریه فقه و اهل بیت، شماره ۶۸.

۹. ولی پور، محمد طاهر، (۱۳۸۶) احتکار و مقابله با آن از دیدگاه روایات، نشریه فلسفه و کلام، سفیر.

۱۰.محمودی گلپایگانی، سیدمحمد (۱۳۸۴) بررسی حقوقی احتکار و نرخ گذاری، نشریه حقوق دانشکده علوم و حقوق سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۶۸ .

۱۱.مکارم شیرازی، ناصر، طرز قیمت گذاری اموال محتکرین و موارد احتکار، نشریه فلسفه و کلام، شماره ۴.

۱۲.صدر، سید کاظم (۱۳۸۴)، انتخاب کارآمد ابزارهای مالی اسلامی و اطلاعات نامتقارن، نشریه میان رشته ای نامه مفید، شماره ۴۸.

۱۳.خلیل عراقی، سید منصور و عبدلی، قهرمان (۱۳۸۴)، مشکل اطلاعات نامتقارن در کالاهای اعتباری و نشر آموزه های دینی در آن، نشریه اقتصاد، شماره ۱۷.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

۱۴.خلیل عراقی، سید منصور؛ نوبهار، الهام و قائمی دیزجی، آمنه (۱۳۹۲)، کاربردی از نظریه بازی ها در اقتصاد اسلامی، فصلنامه پژوهشهای اقتصادی، شماره ۳.

۱۵.عبدلی، قهرمان (۱۳۸۵)، اطلاعات نامتقارن و قراردادهای سازگار اطلاعاتی و کاربرد آنها در بیمه اتومبیل: مورد ایران، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۷۵.

۱۶.رنجبر، کمال الدین (۱۳۷۵)، نگاهی به ریشه ها و چاره های احتکار، تازه های اقتصاد، شماره ۵۵.

۱۷.رحمانی، تیمور (۱۳۷۷)، اطلاعات نامتقارن، مخاطرات اخلاقی و بیمه هزینه های حقوقی، پژوهشنامه بیمه، شماره ۴۹.

۱۸.ولی پور، محمد طاهر (۱۳۸۶)، احتکار و مقابله با آن از دیدگاه روایات، فلسفه و کلام سفیر، شماره ۲.

۱۹.دادگر، یدالله (۱۳۸۵)، اخلاق بازرگانی و کسب و کار از منظر اقتصاد و اقتصاد اسلامی، پژوهشنامه بازرگانی، شماره۳۸.

۲۰.میر معزی، سید حسین (۱۳۸۷)، رقابت و تعاون در نگرش اسلامی، فصلنامه اقتصاد اسلامی، شماره ۲۹.

۲۱.یوسفی، احمد علی (۱۳۸۵)، رفتار پیامبر(ص) و امامان(ع) در برابر نوسان قیمت ها، فصلنامه اقتصاد اسلامی، شماره۲۴.

۲۲.زراء نژاد، منصور (۱۳۸۱)، تأملی در ویژگی های بازار از نظر اسلام و تاریخ مسلمانان، پژوهشهای اقتصادی، شماره۵۶.

23. Cibbons, R. (1992) Games theory for applied Eonomics,princeton university press.
24. Vega-fredondo, F. (2003) Economics & the theory of games of Cambridge university press.
25. Fudenberg, Drew & D. Tirol (1992) Games theory, the MIT press.
26. Osborn, martin J. (2004) An Introduction to Game Theory, New York: Oxford University Press, chapter 4.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-22]