

نظریه ارزش

کرده است. مقیاس ارزش واقعی کالا مقدار کار صرفه‌جویی شده با خرید آن است (Smith, 1776: 32).

اما اسمیت معتقد بود که در نظام تولید سرمایه‌داری که کارگران نیروی کار خود را به سرمایه‌دار در ازای دستمزد می‌فروشند، فرض مبنایی، تعقیب سود بیشتر است. از این‌رو، سرمایه‌دار سرمایه تحت‌اختیار خویش - که از دیدگاه اقتصاددانان سیاسی کلاسیک برابر کل پول آورده‌شده به‌وسیله سرمایه‌دار است که برای خرید عوامل تولید اعم از نیروی کار ماشین‌آلات خرج می‌شود - را به‌سمت بخش‌های با سود بیشتر می‌برد. بنابراین اسمیت بیان می‌کند که مهم‌ترین ویژگی جامعه سرمایه‌داری، «جابه‌جایی سرمایه» است. از آنجا که اسمیت معتقد بود که سطح بلندمدت قیمت از طریق رقابت میان سرمایه‌داران تا برابری نرخ سود فعالیت‌های اقتصادی تعیین می‌شود، این قیمت را «قیمت طبیعی» نامید. این قیمت در برابر «قیمت بازاری» قرار دارد که از عوامل تصادفی و زودگذر و موقتی متأثر می‌شود. از این‌رو، اسمیت معتقد بود که مسئله اصلی «نظریه ارزش» تبیین عوامل تعیین‌کننده «قیمت طبیعی» است. در این نظریه ارزش، قیمت طبیعی از طریق حاصل جمع دستمزد طبیعی، اجاره طبیعی و سود طبیعی تعیین می‌شود (Foley & Mohun, 2016: 1087).

ریکاردو

مسئله اصلی مورد تمرکز ریکاردو مسئله توزیع بود برخلاف اسمیت که به مسئله تولید و انباشت ثروت توجه داشت و از این‌رو تفاوت‌هایی در رویکرد وی به ارزش وجود دارد. از دیدگاه ریکاردو ارزش مطلق (Absolute Value) یا ارزش واقعی (Real Value) یک کالا عبارت از ارزشی است که با یک «معیار تغییرناپذیر» (Invariable Measure) سنجیده می‌شود (Ricardo, 1891). از دیدگاه ریکاردو، اثرگذاری تغییرات توزیع بر قیمت‌ها صرفاً ناشی از فقدان چنین معیار تغییرناپذیری است و اگر چنین معیار ثابتی داشته باشیم تأثیر تغییرات توزیع ثروت بر روی ارزش کالاها و به‌عبارت دیگر

ماهیت ارزش و رابطه آن با قیمت بازاری همواره در تاریخ اندیشه اقتصادی محل نزاع و تعارضات فراوان بوده است. تلقی از ارزش در رویکردهای گوناگون متفاوت بوده است: به‌مثابه کیفیتی ذاتی؛ فایده‌مندی شیء؛ فایده‌مندی اجتماعی؛ مقدار کار لازم برای تولید کالا؛ و «قیمت بازاری».

در قرون میانه تمامی روابط اجتماعی و اقتصادی از طریق مفهوم ارسطویی-مسیحی «قانون طبیعی» (Natural Law) تفسیر می‌شد. بر این اساس مبادله باید در «قیمت عادلانه» (Just price) انجام شود، یعنی قیمتی که برای جبران هزینه‌های فروشنده مکفی باشد و به حفظ شأن و منزلت وی کمک کند. اما پس از رنسانس نظم اجتماعی سنتی فروپاشید و با تزلزل ارکان دینی جامعه و گسترش فردگرایی، مبادلات مدرن مبتنی بر نفع‌طلبی شخصی (Self-interest) و با هدف کسب پول در بستر بازار گسترش یافت. در چنین فضایی اقتصاد سیاسی کلاسیکی با هدف پاسخ به این مسئله که نیروهای اثرگذار بر قیمت‌های بازاری چیستند شکل گرفت (Foley & Mohun, 2016: 1084).

نظریه ارزش کلاسیک

اسمیت

اسمیت معتقد بود که در نظامات تولید غیرسرمایه‌داری، فرض جابه‌جایی نیروی کار باعث می‌شود که اگر کاری سودآورتر باشد، نیروی کار تا بدانجا بازتخصیص می‌شود که سودآوری مشاغل یکسان شود. در چنین محیطی، اگر برای تولید کالایی فقط نیروی کار لازم باشد، کالاها براساس تعداد ساعات کار لازم برای تولید آن‌ها با یکدیگر مبادله می‌شوند، یا اصطلاحاً «ارزش» کالا برابر «تعداد ساعات کار لازم برای تولید آن» تعیین خواهد شد. در واقع، ارزش کالا در مبادله برابر مقدار کاری است که فرد با فروش کالا از انجام آن خود را معاف می‌کند و آن را به دیگران تحمیل می‌کند و در واقع این کالا ما را از آن زحمت اضافی بی‌نیاز

بر روی قیمت طبیعی کالاها دیگر صرفاً صوری و ظاهری (apparent) خواهد بود نه امری واقعی (real) (Wright, 2009: 134). تغییرات در ارزش‌های نسبی دو کالا را می‌توان نتیجه‌ی خالص تغییری دانست که در ارزش مطلق یا واقعی یک یا هر دو کالای موردبررسی حادث می‌شود.

اما این معیار تغییرناپذیر بایستی چه صفاتی داشته باشد؟ یک مقیاس ارزش در صورتی کامل است و به عبارت دیگر تغییرناپذیر است که همواره مقدار کار یکسانی برای تولید آن لازم باشد. چنین مقیاسی علی‌القاعده نمی‌تواند از تغییرات دستمزد (تغییرات توزیع) متأثر شود. چنین مقیاسی صرفاً تغییرات ناشی از کار متبلور در کالا را در نظر می‌گیرد. از دیدگاه رونالد میک (Ronald Meek) (۱۳۵۸: ۱۴۳)، همواره در اعماق ذهن ریکاردو این نظر وجود داشت که کار انسانی نقشی بی‌همتا و بنیادی در فرآیند خلق ارزش ایفا می‌کند. از این دیدگاه، «کار» مقیاس مشترکی است که هم ارزش مطلق و هم ارزش نسبی را برآورد می‌کند. کار متبلور در کالا جوهر اصلی ارزش کالا را تشکیل می‌دهد و کالاها هیچ ارزشی جز کار صرف‌شده برای تولید آن‌ها ندارند. در نتیجه نسبت مبادله میان کالاها به وسیله نسبت کار متبلور در آن‌ها تعیین می‌شود. اما از اینجا همان تضاد دیرین پیش می‌آید که پس چرا در بازار چنین نسبت‌هایی الزاماً برقرار نیست (میک، ۱۳۵۸: ۱۴۳). از اینجا مسئله بغرنج تطور ارزش به قیمت (Transformation Problem) پیش می‌آید (Fine, 2013).

مارکس

گرچه مارکس از نظریه کار-ارزش ریکاردو متأثر بود اما هم مبانی اجتماعی و تاریخی متفاوتی داشت و هم جهت‌گیری متفاوتی را دنبال می‌کرد. نظریه ارزش مارکس هم نقطه شروعی برای تحلیل و درک اقتصاد سرمایه‌داری به‌عنوان

پیشرفته‌ترین فرم ظهور ارزش است، و هم نقطه بازگشتی است برای پالایش مفهوم ارزش در پرتو تحلیل‌های تاریخی و منطقی. از این منظر ارزش به عنوان یک «رابطه اجتماعی» بین تولیدکنندگان در نظر گرفته شود که گرچه دارای ابعاد کمی است اما در عین حال به محتوای فیزیکیلیستی و ابزاری فروکاسته نمی‌شود (Fine & Saad-Filho, 2010). بر این اساس فهم نظریه ارزش مارکس مستلزم کنار گذاشتن نگرش ابزاری به نظریه کار-ارزش است. مسئله مارکس این بود که تحت چه شرایطی ارزش در جامعه وجود خواهد داشت. نخست باید توجه داشت که نظریه ارزش مارکس جزء لاینفک روش دیالکتیک ماتریالیستی وی است. بر طبق این روش مفاهیم به‌کارگرفته شده بایستی برساخته محض با اهداف ابزاری (همانند کاربرد نظریه قیمت برای نئوکلاسیک‌ها و نئوریکاردویی‌ها) باشند، بلکه باید مطابق با چگونگی سازماندهی جامعه باشند. از دیدگاه مارکس، برای آنکه نظریه کار-ارزش صادق باشد باید مکانیسم‌های اجتماعی خاصی حکمفرما باشد که بر طبق آن‌ها، نیروی کار به‌عنوان ارزش به حساب آید و با یکدیگر تجمیع شوند. این مکانیسم‌ها صرفاً در یک جامعه تولید کالایی شکل می‌گیرند. علت این مسئله آن است که در تولید کالایی، کالا بر طبق ویژگی‌های اجتماعی و تاریخی‌اش محصول انواع گوناگونی از کار (به تعبیر مارکس، کار انضمامی) است که در بازار از طریق ارزش‌های مبادله‌ای‌شان با یکدیگر هم‌ارز می‌شوند. وقتی می‌گوییم که یک ماشین با بیست گوسفند هم‌ارز است، بازار ارزش‌های نسبی این دو کالا را در قالب ارزش‌های مصرفی آن‌ها تصریح کرده است. اما از طریق این مکانیسم بازاری، انواع گوناگون کار که برای تولید کالاها به‌کارگرفته می‌شوند نیز با یکدیگر هم‌ارز می‌شوند. اساس نظریه پول مارکس و همچنین نظریه وی درباره «بت‌وارگی کالا» (Commodity Fetishism) همین مسئله است: پول هم‌ارزی

مسئله پیش روی نظریه ارزش تعیین ارزش مبادله‌ای کالای نماینده (پول) است. ارزش مبادله‌ای تمامی کالاها برخلاف ارزش مصرفی هم‌سنخ است. هم‌سنخی ارزش مبادله‌ای انعکاس‌دهنده این واقعیت است که تولید هر کالایی مستلزم صرف مقدار مشخصی از «کل ساعات نیروی کار اجتماعاً لازم» است. این زمان کار در هر برهه‌ای صورت‌های انضمامی متفاوتی به خود می‌گیرد، اما خود کار امر یکسانی است. مارکس این کار هم‌سنخ که ارزش مبادله‌ای را تولید می‌کند «کار مجرد» می‌نامد که گاهاً در قالب «پول» بیان می‌شود. پس جوهر ارزش، کار است و برحسب واحد «زمان کار اجتماعاً لازم» (socially necessary labour time) سنجیده می‌شود. ارزش مبادله‌ای صورتی است که در آن کار مجرد خود را متجلی می‌سازد. از آنجاکه «قیمت» برحسب واحدهای پولی بیان می‌شود، پول نشان‌دهنده کار مجرد است (Foley & Mohun, 2016).

برخلاف نظریه ارزش نئوکلاسیکی که در آن مطلوبیت یک کالا به‌طور مستقیم قیمت آن را متأثر می‌سازد، در نظریه ارزش مارکس ارزش مصرفی به‌طور کامل مستقل از ارزش مبادله‌ای در نظر گرفته می‌شود. به تعبیر مارکس «تمایزی میان مطلوبیت یک شیء جهت مصرف و مطلوبیت همان شیء جهت مبادله شکل می‌گیرد. در این شرایط ارزش مصرفی از ارزش مبادله‌ای متمایز می‌گردد» (Marx, 1867: 91). از این‌رو، ارزش مصرفی نقشی در تعیین ارزش مبادله‌ای ندارد. دلیل این مدعا آن است که در سرمایه‌داری برخلاف نظام‌های اقتصادی پیشین، تولید نه با هدف رفع نیاز بلکه با هدف کسب سود انجام می‌شود. به تعبیر مارکس تولید در نظام‌های پیشین به‌صورت کالا-پول-کالا (C-M-C) می‌بود یعنی هدف از تولید کالا رفع نیاز بود. اما در نظام سرمایه‌داری هدف از تولید، کسب سود است و به این دلیل چرخه تولید به‌صورت پول-کالا-پول (M-C-M) تبدیل

میان کارهای انضمامی را می‌سازد و نتیجه چنین کاری تبدیل کالا به بت (نماد ارزش‌های پذیرفته‌شده همگانی) است.

ارزش مصرفی و ارزش مبادله‌ای

مارکس همچون سایر کلاسیک‌ها میان «ارزش مصرفی» (use value) و «ارزش مبادله‌ای» (exchange value) تمایز قائل شد:

«ارزش مصرفی» از ویژگی‌های کیفی محصول که آن را برای مصرف فرد مطلوب می‌سازد مشتق می‌شود. برای مثال، ارزش مصرفی صندلی ناشی از قابلیت نشستن روی آن است. وجه تمایز کالاها با یکدیگر ناشی از ارزش مصرفی متفاوت آن‌هاست. اشیای دارای ارزش مصرفی یا خود ارزش‌های مصرفی ذاتاً ناهمگن هستند. گفتنی است که ارزش مصرفی یک کالا یا یک محصول طبیعت «فایده‌مندی عینی» آن است که به نوع کاربرد کالا به‌وسیله مصرف‌کننده و نه «ارزش‌گذاری ذهنی» وی از کالا بستگی دارد. از این حیث نظریه ارزش مارکس در تقابل با نظریه ارزش نئوکلاسیکی قرار دارد که مفهوم مطلوبیت را متناظر با ارزش‌گذاری ذهنی کالا می‌دانند که بالضروره از فردی به فرد دیگر متفاوت است.

«ارزش مبادله‌ای» از این واقعیت مشتق می‌شود که به هنگام مبادله‌ی دو ارزش مصرفی (یا دو کالا) با یکدیگر، چیز هم‌ارزی در این دو کالا وجود دارد. در اقتصادهای پولی، مبادله از طریق پول انجام می‌شود. در این حالت ارزش یک کالا در قالب پول سنجیده می‌شود که «قیمت» نام دارد. از آنجاکه واحدهای پول همگن است، ارزش مبادله‌ای در قالب قیمت بیان می‌شود. براین‌اساس نظریه مبادله به‌طور همزمان نظریه تولید، نظریه قیمت و نظریه پول نیز است. هنگامی که شیء در رابطه مبادله قرار می‌گیرد (یعنی کالا)،

می‌شود؛ به این معنا که کارفرما با پول خویش کالا تولید می‌کند تا آن را در مقابل پول بیشتر (پول اولیه به اضافه ارزش اضافی) بفروشد. به عبارت دیگر در نظامات پیشین هدف از تولید کالا ارزش مصرفی آن بود ولی در نظام سرمایه‌داری هدف از تولید کالا ارزش مبادله‌ای آن و به‌طور خاص دستیابی به ارزش اضافی است (Keen, 2004: 1212). اما اگر یک سرمایه‌دار کالا را بر طبق ارزشش بخرد و بر طبق ارزشش بفروشد پس چگونه مازادی در این چرخه شکل می‌گیرد؟ (Marx, 1867: 163). از اینجا مارکس نتیجه می‌گیرد که ارزش اضافی ریشه در ارزش مصرفی یک کالای خاص دارد: «بنابراین ما ناچار از این نتیجه هستیم که این تغییر ریشه در ارزش مصرفی یک کالای خاص دارد ... کالایی که ارزش مصرفی آن دارای این ویژگی خاص است که منشأ ارزش است» (Marx, 1867: 188). مارکس استدلال کرد که این کالای دارای ویژگی خاص همان «نیروی کار» است. از دیدگاه مارکس لوازم معیشت به‌عنوان ارزش مبادله‌ای نیروی کار تلقی می‌شد که در قالب نیروی کار لازم برای تدارک سبد معیشتی سنجیده می‌شد. تعداد ساعات کار روزانه نیروی کار می‌تواند به‌عنوان ارزش مصرفی تلقی شود. همان گونه که در حالت کلی ارزش مصرفی یک کالا ارتباطی به ارزش مبادله‌ای آن ندارد، در مورد نیروی کار نیز وضع به همین منوال است. بنابراین، «ارزش نیروی کار و ارزشی که نیروی کار در فرآیند کار خلق می‌کند دو مقدار کاملاً متفاوتند» (Marx, 1867: 188). این تفاوت میان ارزش نیروی کار (ارزش مبادله‌ای آن) و ارزش مصرفی نیروی کار منشأ «ارزش اضافی» است (Keen, 2004: 1212).

در ادامه سنت اقتصاد سیاسی کلاسیک، روش ریکاردویی برای تعیین رانت در حالت «نهایی» (Marginal) را پی گرفتند و بدین ترتیب «مارژینالیست‌ها» نام گرفتند (Foley & Mohun, 2016: 1095). برخلاف اندیشمندان پیشین از قبیل ارسطو، اسکولاستیک‌ها و کلاسیک‌ها، که ارزش را یک ویژگی جوهری و ذاتی کالا می‌دانستند، مارژینالیست‌ها ارزش را یک ویژگی نسبی تلقی می‌کردند (Langholm, 1979: 86).

مارژینالیسم (Marginalism) مبتنی بر نوعی ذهنی‌گرایی (Subjectivism) است که بر طبق آن ارزش کالاها ناشی از نسبت و رابطه افراد با کالاهای منفرد تلقی می‌شود. جونز معتقد بود که منشأ ارزش به تخمین ذهنی افراد برمی‌گردد. مارژینالیست‌های اتریشی از اصطلاح «ارزش مبادله‌ای ذهنی» (exchange value Subjective) برای بیان ارزش یک کالا استفاده می‌کردند. از دیدگاه منگر ارزش یک کیفیت ذاتی کالا نیست بلکه نتیجه رابطه و نسبت میان نیازهای بشری و کالاهای در دسترس برای ارضای این نیازها است. ارزش یک کالا از کانون واقعی ارزش در «درون افراد» زاده می‌شود (Walsh & Lynch, 2003).

متعاقباً مارشال (Marshall) گام را فراتر نهاد و مدعی شد که نه امکان دارد و نه اساساً لازم است که در زمینه ارزش به یک ریشه علی دست یافت. از این‌رو، به‌زعم وی هم اقتصاددانان کلاسیک و هم مارژینالیست‌های متقدم از قبیل جونز به یک تلاش باطل دست زده‌اند. هیچ نیازی به جستجوی یک «عامل تعیین‌کننده ثابت و مستقل ارزش» وجود ندارد. چنان‌که پارتو گفته است: «به آواز بلند باید گفت که هر اقتصاددانی که در پی کشف علت ارزش است، نشان می‌دهد که هیچ چیز از پدیده پیچیده‌ای همانند تعادل اقتصادی نفهمیده است» (Pareto, 1909: 246). در حقیقت مارشال مسئله ارزش را حل نکرد بلکه آن را منحل کرد و

فروکاست ارزش به قیمت در اقتصاد نئوکلاسیک

در دهه ۱۸۷۰ ویلیام استنلی جونز (William Stanley Jevons)، کارل منگر (Carl Menger) و لئو والراس (Leo

- Pareto, V. (1909). *Manuel d'economie politique*, Paris.
- Ricardo, D. (1891). *Principles of political economy and taxation*, G. Bell.
- Saad-Filho, A. (2002). *The Value of Marx: Political Economy of Contemporary Capitalism*, London: Routledge.
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, (Vol. 1), Methuen.
- Sweezy, P. M. (1942). *The Theory of Capitalist Development*, New York: Oxford University Press.
- Walsh, A., & Lynch, T. (2003). *The Development of Price Formation Theory and Subjectivism about Ultimate Values*, 20(3).

سیدعقیل حسینی

گروه اقتصاد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران

صورت مسئله را پاک کرد. «تعیین» ارزش از دیدگاه مارشال از یک مسئله واقعی و ذاتی به یک مسئله ریاضی و صوری فروکاسته شد: صرفاً بایستی تعداد معادلات و مجهولات برابر باشد تا بتوان مسئله مبادله را حل و کمیت‌های اقتصادی مربوطه را به لحاظ ریاضی «تعیین» کرد (میک، ۱۳۵۸: ۳۴۵). بدین ترتیب از حل مسئله واقعی ارزش صرفنظر و مفهوم تعادل ریاضی جایگزین آن شد (برای نمونه مراجعه کنید به: Debreu, 1959).

کتاب‌شناسی

ر. (۱۳۵۸). پژوهشی در نظریه ارزش-کار، ترجمه م. سوداگر، تهران:

مؤسسه تحقیقات اقتصادی و اجتماعی پازند.

Debreu, G. (1959). *Theory of value: An axiomatic analysis of economic equilibrium*, Yale University Press.

Fine, B. (2012). 'Labour Theory of Value. In B. Fine, A. Saad-Filho, & M. Boffo (Eds.)', *The Elgar Companion to Marxist Economics*. Edward Elgar.

Debreu, G. (1959). *Theory of value: An axiomatic analysis of economic equilibrium*, Yale University Press.

Fine, B. (Ed.). (2013). *Value dimension: Marx Versus Ricardo and Sraffa* ([Nachdr. der Ausg.] 1986), Routledge.

Foley, D., & Mohun, S. (2016). 'Value and price. In G. Faccarello & H. D. Kurz (Eds.)', *Handbook of the History of Economic Analysis, Volume III: Developments in Major Fields of Economics* (pp. 589–610), Edward Elgar Publishing.

Marx, K. (1867). *Capital* (B. Fowkes, Trans.; Vol. 1), Penguin.

Ricardo, D. (1891). *Principles of political economy and taxation*, G. Bell.

Wright, I. (2009). 'On Nonstandard Labour Values, Marx's Transformation Problem and Ricardo's Problem of an Invariable Measure of Value', *Boletim Ciencias Economicas*, 52, 77.

Fine, B., & Saad-Filho, A. (2010). *Marx's capital* (5. ed), London: Pluto Press.

Foley, D., & Mohun, S. (2016). 'Value and price. In G. Faccarello & H. D. Kurz (Series Ed.)', *Handbook of the History of Economic Analysis, Volume III: Developments in Major Fields of Economics* (pp. 589–610), Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Keen, S. (2004). 'Use-value and Exchange-value. In P. A. O'Hara (Ed.)', *Encyclopedia of Political Economy*, London: Routledge.

Langholm, O. (1979). *Price and Value in the Aristotelian Tradition*, Bergen: Universitetsforlaget.

Marx, K. (1867). *Capital* (Vol. 1; B. Fowkes, Trans.), Harmondsworth: Penguin.

Marx, K. (1973). *Grundrisse*, Harmondsworth: Penguin.