



The Just Price as a Theological Institution: The Experience of Scholastic Thinkers and Implications for Islamic Economics

Mohammadhosein Bahmanpour-Khalesi: PhD Student in Economics, Imam Sadiq (pbuh) University, Tehran, Iran (Corresponding author).

m.bahmanpour@isu.ac.ir | 0000-0003-1021-6393

Mohammadjavad Sharifzadeh: Associate Professor of Economics, Imam Sadiq (pbuh) University, Tehran, Iran.

sharifzadeh@isu.ac.ir | 0000-0002-6952-182X

Abstract

The objective of this research is to undertake a reevaluation of the scholastic theory of the just price from a theological perspective. Despite prior studies, this study will put forth the notion that the just price is a theological concept that aids individuals in their faith journey toward happiness. The results of this research reveal that the just price is the product of a teleological approach to human happiness and its material needs. The scholastics recognized the importance of human fulfillment in appraising the value of goods from a scholastic perspective, which encompasses everything that contributes to human perfection. It is noteworthy that the scholastics not only elucidated the theoretical aspects of the just price but also endeavored to eliminate the practical challenges that individuals faced in implementing the just price institution. In this regard, the scholastics proposed practical solutions such as legal price, informed persons, costs, and joint agreement for the determination of just price in the market.

Keywords

Economic Theology, Just Price, Value theory, Scholastic Economics.

قیمت عادلانه به مثابه یک نهاد الهیاتی: تجربه متفکران مدرسی و رهیافت‌هایی برای اقتصاد اسلامی

محمدحسین بهمن‌پور خالصی: دانشجوی مقطع دکتری، علوم اقتصادی دانشگاه امام‌صادق علیه‌السلام، تهران،
ایران (نویسنده مسئول). M.bahmanpour@isu.ac.ir

محمدجواد شریف‌زاده: عضو هیئت علمی دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد دانشگاه امام‌صادق علیه‌السلام،
تهران، ایران. sharifzadeh@isu.ac.ir

چکیده

اغلب مطالعاتی که در زمینه‌ی نظریه قیمت عادلانه مدرسی انجام‌شده است بر مواجهه اقتصادی و یا اخلاقی با این نهاد برآمده از ادبیات مدرسی تأکید دارند. با این وجود به نظر می‌رسد قیمت عادلانه بیش از آنکه بخواهد محصول یک فضاوت اخلاقی و یا تحلیل اقتصادی باشد، ثمره یک نهادسازی در الهیات اقتصادی است. این مطالعه در تلاش است تا با بازخوانی نظریه قیمت عادلانه مدرسی به این نهاد از زاویه الهیاتی نظر افکند و در این راستا آن را به‌مثابه یک تلاش الهیاتی در راستای ساخت نهادی که بتواند به دین‌داری مردم کمک کند به اثبات برساند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که قیمت عادلانه ثمره نوعی نگرش غایت‌نگر نسبت به سعادت انسان و ملزومات آن در حیات مادی اوست. معرفی مؤلفه محوری نیاز و برآورد عمومی از آن نیز بیانگر اهمیت غایت انسانی در تعریف کالاهای مادی در ربط به سعادت انسان است؛ از این رو هرچه که بتواند به تحقق کمال انسانی کمک بیشتری نماید ارزشمندتر خواهد بود. مدرسین تنها به تبیین ابعاد نظری قیمت عادلانه بسنده نکردند؛ رفع چالش‌های عملی مؤمنان در راستا کاربری نهاد قیمت عادلانه یکی دیگر از تلاش‌های ایشان به‌حساب می‌آید. در این راستا قیمت قانونی، افراد مطلع، هزینه‌ها و توافق مشترک از جمله راهکارهای عملی مدرسین برای شناسایی قیمت عادلانه در بازار است. لزوم اتخاذ نگرش حداکثری نسبت به دین و منابع معرفتی دینی، ضرورت تکامل نهاد متناسب با تعالی کنشگران آن، لزوم ارزیابی واقعی عملکرد نهاد و نیز ضرورت کلیت و اطلاق آن جهت انطباق در شرایط مختلف از جمله رهیافت‌های این پژوهش برای اقتصاد اسلامی است.

واژگان کلیدی: الهیات اقتصادی، قیمت عادلانه، اقتصاد مدرسی، نظریه ارزش، قیمت‌گذاری.

مقدمه

با شکل گیری اتحاد مقدس اروپا با محوریت امپراتوری مقدس روم تحولات قابل توجهی در مناسبات دین و جامعه ایجاد گردید. شارلمانی از جمله مهم ترین پادشاهان این عصر به حساب می آمد که در راستای بهره برداری از ظرفیت های کلیسا برای تحقق آرمان اروپای متحد، حمایت قابل توجهی از نقش آفرینی دین در عرصه های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی نمود که از جمله آن می توان به رسمیت یافتن قوانین الهی به مثابه قوانین حکومتی در کنار سایر قوانین وضعی اشاره کرد. (Noonan, 1957, p. 15) در این راستا مجموعه ای از مدارس علمی با حمایت های این سلسله پادشاهی و نیز با مدیریت کلیسا ظهور یافت که از آن می توان به نخستین نهاد رسمی علمی در اروپا نیز یاد کرد. (ایلخانی، ۱۳۸۲، ص ۱۶۱) این نهاد در تلاش بود تا در قالب مدارس علمی به تبیین و ترویج الهیات مسیحی بپردازد. نقش محوری در تحقق این دستاوردها را می توان به متفکرین مدرسی نسبت داد. مدرسیان مجموعه ای از متکلمان دینی بودند که با پیدایش مدارس اروپا طبقه حاکم بر این مدارس را شامل می شدند. ایشان برخلاف رویه های موجود در کلیسا سعی بر ترویج الهیات مسیحی از قالب هایی متفاوت داشتند. ترویج الهیات در مدارس، شکل دهی به حلقات رهبانی، مواجهه تحلیلی با تحولات عملی معاصر و... از جمله تلاش های ایشان در راستای عملی سازی الهیات در اروپای قرون میانه بود.

اگرچه تاکنون مطالعات گوناگونی پیرامون نظریه قیمت عادلانه مدرسی - به مثابه یکی از مهم ترین دستاوردهای نظری مدرسیان (Hutchinson, 2016, p. 55) - صورت پذیرفته است؛ اما با این وجود اغلب این مطالعات نظریه قیمت عادلانه را به مثابه یک تجربه در الهیات عملی مورد توجه قرار نداده اند؛ دسته نخست از این مطالعات نظریه قیمت عادلانه را به مثابه نهادی دانسته اند که تنها برآمده از تحلیل های اقتصادی است. مثلاً رور (۱۹۵۱، p. 446)، بالدوین (۱۹۵۹، p. 76)، شومپتر (۲۰۰۶، p. 95)، چافون (۲۰۰۳، p. 83) و الگیدو (۲۰۰۹) و (۲۰۱۵) بدون توجه به مبانی ارزشی و چارچوب های اخلاقی مدرسی، قیمت در بازار رقابت کامل^۱ را همان قیمت عادلانه مدرسی دانسته اند. در همین راستا هولندر (۱۹۶۵) نیز معتقد است که قیمت عادلانه همان هزینه تولید در چارچوب عادلانه

1. Price in the competitive market

قرون میانه است که این می‌تواند با قیمت بازاری در زمان‌هایی برابر باشد. دسته دوم از این پژوهش‌ها قیمت عادلانه را حاصل قضاوتی اخلاقی پیرامون نهادی اقتصادی دانسته‌اند؛ مثلاً ویلسون (۱۹۷۵) قیمت عادلانه را مفهومی کاملاً هنجاری ارزیابی می‌کند که در زمان عدم عملکرد صحیح نیروهای بازار در تعیین قیمت، خودنمایی می‌کند. همچنین فریدمن (۱۹۸۰) قیمت عادلانه را قیمت داوری شده با اصول اخلاقی می‌داند که نوعی جایگزین جهت قیمت بازار رقابتی در شرایط رقابت ناقص به حساب می‌آید. در این راستا ملکویک (۲۰۱۹) نیز عدالت را چارچوبی اخلاقی جهت تحقق مبادله در بازار می‌داند. اگرچه اغلب مطالعات انجام‌شده پیرامون قیمت عادلانه را می‌توان حاصل رویکردهای اقتصادی و اخلاقی دانست؛ اما با این وجود برخی از پژوهش‌ها نیز بوده‌اند که به نظریه‌ی قیمت عادلانه از زاویه الهیاتی نظر افکنده‌اند. در این راستا پژوهش کهن و ویل بریت (۲۰۱۲) از جمله آن‌هاست. ایشان در مطالعه‌ای بدیع با تأکید بر مسئله فضیلت، قیمت عادلانه را از منظر آکوئیناس برآیند کنش انسان‌های عادل در قیمت‌گذاری کالاها در مبادله دانسته‌اند. بر این اساس ایشان قیمت عادلانه را قیمتی در راستای مصالح همه اعضای جامعه می‌پندارند که می‌تواند متناسب با هر تراکنش مصادیقی متفاوت داشته باشد. از این‌رو عامل محوری در نوسان قیمت عادلانه از منظر ایشان هزینه‌های تولید است. علی‌رغم این تلاش‌ها به نظر می‌رسد که اغلب پژوهش‌هایی که در دسته دوم جای گرفته‌اند قیمت عادلانه را منحصر در یک چارچوب اخلاقی مورد ارزیابی قرار داده‌اند و پژوهش پسین نیز تنها به ارائه تفسیری الهیاتی از نظریه قیمت عادلانه آکوئیناس اکتفا کرده است. به‌طوری که نمی‌توان آن را به سایر متفکرین مدرسی تعمیم داد. بر این اساس این مطالعه در تلاش است تا با استفاده از روش کتابخانه‌ای تحلیلی و با نگرشی پدیدارشناسانه به بازخوانی تجربه مدرسیان در راستای عملی سازی الهیات پردازد و نظریه‌ای سازگار با اندیشه‌های جریان اصلی مدرسی ارائه دهد. در این راستا نظریه قیمت عادلانه از ریشه‌های شکل‌گیری آن در حکمت عملی مدرسی تا سطحی‌ترین صورت آن به‌عنوان یک نهاد اقتصادی مورد بررسی قرار می‌گیرد تا از طریق آن بتوان به اثبات این مدعا پرداخت که نظریه قیمت عادلانه صرفاً به‌مثابه یک مسئله اقتصادی برای این متفکرین محل توجه نبوده است؛ بلکه به‌مثابه یکی از ارکان الهیات عملی اقتصادی مورد تأکید

ایشان قرار گرفته است. همچنین در کنار اثبات فرضیه اصلی سعی بر آن خواهد بود تا ضمن ارائه رهیافت‌هایی برای اقتصاد اسلامی به این سؤال فرعی نیز پاسخ داده شود که از منظر اندیشه مدرسی نسبت دولت‌ها با قیمت عادلانه چیست؟ همچنین از آنجایی که ادبیات قیمت عادلانه در اندیشه مدرسی بسیار گسترده است، تمرکز اصلی این پژوهش بر مسئله عدالت مبادله‌ای خواهد بود.

بر این اساس در ادامه این پژوهش بدین ترتیب سامان یافته است که نخست جایگاه نظریه قیمت عادلانه در الهیات اقتصادی مدرسی تشریح می‌گردد. سپس نظریه ارزش مدرسی به مثابه زمینه نظری قیمت عادلانه مورد بررسی قرار می‌گیرد. پس از آن به هستی‌شناسی قیمت عادلانه در الهیات عملی مدرسی و تحولات آن در واقعیت اجتماعی-اقتصادی قرون میانه پرداخته می‌شود تا در ضمن آن به سؤال فرعی پژوهش نیز پاسخ داده شود. در نهایت نیز رهیافت‌های بحث در زمینه‌ی تجربه متفکرین مدرسی در ساخت الهیات اقتصادی عملی برای اقتصاد اسلامی مورد توجه قرار می‌گیرد.

۱. جایگاه نظریه قیمت عادلانه در الهیات اقتصادی مدرسی

از منظر اندیشه مدرسی انسان‌ها موجوداتی غایت‌نگر هستند که تمامی افعال ایشان متناسب با غایات تعریف شده برای آن‌ها جهت‌دهی می‌شود. (Hirschfield, 2018, p. 68) غایت انسانی تحقق کمال اخیر او و به فعلیت رسیدن همه استعدادهایش است. از آنجایی که کمال اخیر انسان لقاء الهی- به مثابه مبدأ کمال هستی- است (Aquinas, [1270]1947, I, II, Q3) (۱) از این رو انسان‌ها در دنیا نیز می‌توانند با مشابهت به باری تعالی سطحی از کمالات را اکتساب کنند که در الهیات مدرسی از آن به غایت ناقص تعبیر می‌شود. (Aquinas, [1270]1947, I, II, Q4, A5-6) (۲) مدرسیان مشابهت در حیات دنیوی را در حقیقت در اکتساب ملکات و فضائل نفسانی می‌دانستند. (۲) در نگاه مدرسیان هرچه فضیلت آثار بیرونی بیشتری داشته باشد، ارزشمندتر خواهد بود؛ آکوئیناس در این راستا تأکید می‌کرد که "بزرگ‌ترین فضایل باید آن‌هایی باشد که بیشترین سود را برای افراد دیگر داشته باشد، زیرا فضیلت توانایی نیکی کردن به دیگران

است " از این رو عدالت به مثابه فضیلتی که آثار آن عمومیت زیادی دارد از جمله مهم ترین فضائل در اندیشه مدرسی به شمار می آید.^۱ الهیات مدرسی ضمن تشریح این مبادی، متوقف نشده و سعی در کاربردی سازی این فضیلت در زندگی مادی انسان ها می نماید. از این رو در ادامه آکوئیناس (1947, II, I, Q66) با تأکید بر نقش مبادله در ظهور عدالت در جامعه تصریح می کرد که " عدالت اول از همه و بیشتر در مبادلات داوطلبانه چیزها مانند خرید و فروش اعمال می شود که در آن این عبارات به درستی به کار می روند " بر این اساس عدالت مبادله ای برای متفکرین مدرسی محل توجه و سؤال می گردد.^۲

عدالت مبادله ای ریشه در برابری داده و ستاده داشت و این برابری نیز باید خود را در حقیقتی مشخص نمایان می کرد؛ از این رو مسئله ارزش به عنوان معیار برابری داده و ستاده در مبادلات به یکی دیگر از موضوعات تحلیلی مدرسیان مبدل گردید.^۳ اما از منظر مدرسیان ارزش نیز مفهومی انتزاعی بود که در نیاز افراد نسبت به کالاها (Aquinas, [1270]1947, II, I, Q66) و برآورد عمومی ایشان از آن (Lessius, [1605], 17, p. 2007) ریشه داشت؛ بر این اساس متفکرین مدرسی با معرفی نهاد قیمت عادلانه به مثابه نمود بازاری ارزش حقیقی چیزها در مبادلات سعی در عملی سازی مفهوم انتزاعی ارزش در راستای بسط عدالت در جامعه نمودند.^۴

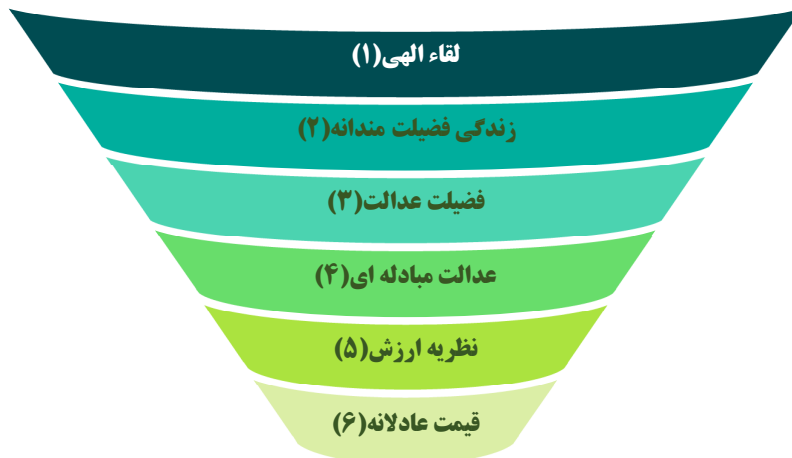
1. Commutative justice

۲. لوئیس ساراولا دل کاله نیز در تعابیر مشابهی می گفت که "قیمت عادلانه با استفاده از برآورد عمومی افراد از قیمت، متناسب با فراوانی کالا تعیین می شود نه بر اساس هزینه های کالا. میوه نوبرانه به نسبت میوه های بعدی به سبب هزینه بیشتر تهیه آن گران تر نیست بلکه به علت کمبود آن گران تر است و یا دو پارچه که کاملاً مشابه هم باشد ولی یکی دارای هزینه حمل بیشتری باشد در بازار به دو قیمت متفاوت به فروش نمی رسد " (Grice- Hutchinson, 1952, p. 82) همچنین لانگشتاین (1484, I, 191) در تعابیر مشابهی می گوید « اگر کار، مراقبت، نگرانی و خرج کسانی که چیزی را تولید می کنند موفقیت آمیز نباشد و خریدار از آن سودی نمی برد، فروش آن به خاطر کار و مخارج، معقول نیست. از طرف دیگر اگر آن ها موفق باشند، چیزها ممکن است با توجه به میزان موفقیت و نه با توجه به میزان مخارجی که متحمل می شوند، به فرد فروخته شوند، زیرا گاهی اوقات نیروی کار، مراقبت و هزینه زیادی صرف تولید یا حفظ کالا می شود که خیلی کم و یا هیچ چیز دیگری آن را برای خریدار مفیدتر نمی کند.»

۳. بر اساس نظریه مقداری پول (quantitative theory of money)

۴. متفکرین مدرسی دیگری نیز همچون سوتو و لانگشتاین دیدگاه مشابهی را اتخاذ کرده اند.

جدول ۱: مدل مفهومی شکل گیری نظریه قیمت عادلانه در الهیات اقتصادی مدرسی



مأخذ: یافته‌های پژوهش

۲. نظریه ارزش مدرسی

بر اساس آنچه گفته شد، قیمت عادلانه در راستای ضمانت عدالت مبادله‌ای در کنش اقتصادی معرفی گردید. اما آنچه معیار اساسی در تحقق عدالت مبادله‌ای است، برابری ارزش کالاها و خدمات است و از این رو مفهوم ارزش پیش از توجه به قیمت عادلانه برای مدرسیان مورد تأکید قرار گرفت. متفکرین مدرسی ارزش را مفهومی کاملاً انتزاعی و سابژکتیو تلقی می‌کردند که وابستگی زیادی به نیاز انسان‌ها داشت. (Aquinas, 2000, 5:9) در حقیقت این نیاز انسان‌ها و شدت آن بود که میزان ارزشمندی کالاها را تعیین می‌کرد. نیاز نیز تنها اشاره به یک مفهوم عینی از ضروریات آبژکتیو حیات انسانی نداشت؛ بلکه آنچه مدرسیان از نیاز مورد تأکید قرار می‌دادند همان ابعاد ذهنی آن بود که کاملاً وابسته به کنشگران و برآورد ذهنی ایشان از آن بود. (Rothbard, 2006, p. 88) از منظر متفکرین مدرسی اگرچه مطلوبیت و سودمندی عینی نیز می‌تواند به عنوان عاملی مؤثر در ارزشمندی چیزها به حساب آید ولی مسیر اثرگذاری سودمندی عینی نیز از طریق سودمندی ذهنی و برآورد مشترک است. از این رو اگر چه آب دارای سودمندی

عینی زیادی است اما در صورت فراوانی، برآورد مشترک مردم ارزش آن را به نسبت طلا کمتر ارزیابی می‌کنند. در این راستا پیتر جان اولیوی (۱۲۹۸-۱۲۴۸) در پاسخ به پارادوکس آب و طلا تصریح می‌کرد که آب هرچند برای زندگی انسان ضروری است اما به اندازه‌ای فراوان و به راحتی در دسترس است که ارزش پایینی در بازار دارد در حالی که طلا بسیار کمیاب‌تر و در نتیجه ارزشمندتر است و معمولاً کالاهای اولیه زندگی که مردم بیشتر به آن‌ها احتیاج دارند به سبب فراوانی ارزان‌تر برآورد می‌شوند. (Olivi, 2020, p. 42)

در راستای تبیین مؤلفه نیاز به مثابه عامل محوری در تعیین ارزش، بوردیان (2020, p. 47) در یک رویکرد غایت‌نگرانه تبیین قابل‌توجهی را از ارزش ارائه می‌دهد. او با توجه به زمینه‌های ذهنی اثرگذار بر نیاز و برآورد عمومی افراد از ارزش کالاها در بازار معتقد بود که هدف نهایی از تولید کالاها مؤلفه قابل‌توجهی در تعیین ارزش چیزها به شمار می‌آید. از منظر او نیاز افراد به کالاها در نسبت با اهداف تعیین‌شده برای آن کالاها شکل می‌گیرد و از این‌رو هرچه هدف تعیین‌شده برای کالایی اساسی‌تر و مهم‌تر باشد آن کالا رافع نیازهای مهم‌تری از افراد خواهد بود و از این‌رو نیاز بدان نیز بیشتر هست. از آنجایی که انسان‌شناسی مدرسی مبتنی بر غایت‌نگری و سعادت انسانی بود و در این راستا انسان‌ها نوع واحدی تلقی می‌شدند که دارای غایت هستند از این‌رو معرفی نیاز به عنوان عامل محوری در ارزش امری قابل پیش‌بینی در الهیات مدرسی بود. از منظر مدرسیان جهان مادی در راستای تمتع انسان‌ها جهت نیل به کمال اخیر ایشان آفریده شده بود و طبیعی بود که کالاهای مادی نیز در جهان‌بینی مدرسی ارزشی مستقل از انسان و کمال او نداشته باشند. بر این اساس جهان مادی تا آنجا می‌توانست ارزشمند باشد که بتواند انسان‌ها را در راستای نیل به سعادتشان یاری کند بنابراین ارزش نیز مبتنی بر مسئله سعادت و کمال انسانی معنا می‌یابد.

۳. مفهوم قیمت عادلانه در اقتصاد مدرسی

آن‌چنان که اشاره گردید، قیمت عادلانه از منظر مدرسیان چیزی جز ارزش حقیقی کالاها و خدمات در بازار نبود؛ از این‌رو آکوئیناس (1947, II, II, Q77) تأکید می‌کرد قیمتی که

بیش تر و یا کمتر از ارزش حقیقی کالاها در بازار باشد عادلانه نیست. همچنین هنری لانگشتاین (1484, I, 191:12) نیز در این رابطه تصریح می کرد که

بر اساس عدالت، چیزها را باید به همان اندازه که ارزش دارند خرید و فروش کرد. اگر کسی به طور زیرکانه چیزی را بیش از آنچه در زمان و مکان ارزش دارد بفروشد و یا کسی آن را مبلغ کمتری خریداری کند این کار نابرابر است و حتی اگر به او اجازه چنین کاری داده شود و شریکش که با او معامله می کند با اقدام او مخالفت نکند، چون یا از ارزش حقیقی کالا اطلاع ندارد و یا به دلیل نیاز به مبادله، این کار بازهم غیرعادلانه است.

اغلب مدرسیان به این حقیقت آگاه بودند که قضاوت ها و انگیزه های شخصی می تواند نگرش افراد پیرامون میزان نیاز و ارزش حقیقی کالاها را متأثر نماید. از این رو در کنار مؤلفه ساینزکینو نیاز، مفهوم برآورد عمومی نیز مورد تأکید مدرسیان قرار گرفت. لسیوس (2007, p. 3) در این زمینه تصریح می کرد که "قضاوت شخصی به خاطر عشق به سود، خطاپذیر و به آسانی منحرف می شود، در حالی که قضاوت مشترک کمتر در معرض خطا قرار می گیرد" همچنین لانگشتاین (۱۳۹۷-۱۳۲۵) نیز معتقد بود که "در یک مبادله نیاز این یا آن فرد معیار تعیین کننده ارزش نیست؛ بلکه نیاز عمومی افرادی که می توانند در یک مکان، شهر یا منطقه مبادله کنند مورد توجه است." (Langholm, 2008)

مدرسیان بر این باور بودند که قیمت عادلانه نهادی برآمده از الهیات اقتصادی بود که وظیفه بسط عدالت در تعاملات اقتصادی را عهده دار بود. ماهیت اجتماعی این نهاد و نقش برآورد عمومی در تعیین آن مانع از این می شد که مدرسیان مؤلفه های فردی و شخصی را در اثرگذاری بر این نهاد معتبر بدانند. این مسئله سبب مخالفت های جدی مدرسیان با رویکرد اسکوتوس پیرامون ارزش و قیمت عادلانه شد. اسکوتوس معتقد بود که قیمت ها باید هزینه های متحمل شده توسط یک تاجر در خرید، حمل و نقل و ذخیره سازی کالا به علاوه جبران مهارت، نیروی کار و ریسک وارد کردن کالاها به بازار را پوشش دهد. او مدعای خود را این گونه تشریح کرد که

... مبادله ای عادلانه است که علاوه بر آن که برای جامعه سودمند باشد، افراد بر اساس حزم و سخت کوشی، مشکلات و نیز مخاطرات متحمل شده جبران شوند. این بدان علت است کسانی که با خدمت صادقانه خویش به جامعه خدمت می کنند باید بتوانند

با فعالیت خود زندگی کنند. اما جابه‌جایی و ذخیره کالاها از جمله خدمات صادقانه و مفید برای جامعه به شمار می‌آیند که باید با کارشان زندگی کنند. از آنجایی که جابه‌جایی کالاها میان کشورهای مختلف با توجه به اقدامات تاجر دریافتن منابع و نیازهای کشورها از خلاقیت و مهارت زیادی نیازمند است؛ بنابراین یک تاجر ممکن است مبلغی را مطابق با کار انجام داده بیش از میزان مورد نیاز برای معیشت خود و کارگزارانش دریافت کند. این مسئله به خصوص زمانی که او بدون اهمال متحمل ضرر می‌شود بیشتر صادق است. (Dempsey, 1935)

آلبرتوس ماگنوس (Grice-Hutchinson, 1952, p. 26) و پدر و والنسیا (Grice-Hutchinson, 1952, p. 118) نیز در تعابیر مشابهی دیدگاه اسکوتوس را تایید کردند. با این وجود اغلب مدرسیان براساس معیار برآورد عمومی، معتقد بودند که قیمت عادلانه نمی‌تواند نتیجه قضاوت‌های شخصی افراد قرار گیرد. فرض متفکرین مدرسی بر آن بود که هزینه‌های تولید و کار، در برآورد عمومی مردم از ارزش و قیمت‌های کالاها قرار دارد؛ بنابراین هرچه در تولید کالایی به صورت معمول کار و هزینه بیشتری مصرف شده باشد، قطعاً مردم ارزش آن کالا را بیشتر ارزیابی خواهند کرد؛ اما با این وجود، لحاظ این مؤلفه به عنوان عاملی مستقل نه تنها ضرورت ندارد، حتی می‌تواند به دستاویزی برای سوءاستفاده عرضه‌کنندگان برای فروش گران‌تر کالاها مبدل گردد. در این راستا لسیوس (۲۰۰۷) تصریح می‌کرد که

اگر یک تاجر بیش از قیمت فعلی رایج که در آن هزینه‌ها لحاظ شده، کار و مخارج متحمل شده باشد، این بدشمنی‌اش است و قیمت مشترک را نمی‌توان به این دلیل افزایش داد، درست همان‌طور که نیازی به کاهش قیمت در شرایطی که تاجر هیچ هزینه‌ای را متحمل نشده باشد، نیست.^۴

از آنجا که مفهوم ارزش حقیقتی کاملاً انتزاعی از منظر مدرسیان بود، از این رو هر عاملی می‌توانست خواست و ذهنیت افراد را متأثر نموده و بر ارزش و به تبع آن بر قیمت عادلانه اثرگذار باشد. بر این اساس از منظر مدرسیان قیمت عادلانه تنها نهادی جزم و مطلق نبود بلکه می‌توانست متناسب با شرایط مختلف زمانی و مکانی و همچنین با توجه به تغییرات اجتماعی اقتصادی، سیاسی و... پویایی‌هایی را داشته باشد. توجه به پویایی‌های نهاد قیمت عادلانه سبب آن شد که متفکرین مدرسی برای قیمت عادلانه محدوده

مشخصی از نوسان را قائل شوند. در این زمینه توماس آکوئیناس معتقد بود که قیمت عادلانه چیزها یک مقدار مشخص نیست؛ بلکه شامل یک تخمین مشخص است. قیمت یک کالا با توجه به تفاوت در مکان، زمان، یا خطری که شخص در معرض آن قرار می‌گیرد از یک مکان به مکان دیگر تغییر می‌کند و این اختلاف قیمت عادلانه است که باعث می‌شود کالاها صادر شود. (Dempsey, 1935) بسیاری از متفکرین مدرسی همچون مولینا (Alonso-Lasheras SJ, 2011, p. 164) و لسیوس (۲۰۰۷) دامنه‌ای سه سطحی را برای قیمت عادلانه تعریف کردند که شامل قیمت عادلانه حداقلی، قیمت عادلانه میانه و نیز قیمت عادلانه حداکثری بود.

معرفی مفهوم قیمت عادلانه به مثابه برآورد عمومی افراد از نیاز به تنهایی برای شکل‌گیری عینی این نهاد که بازیگر اصلی تحقق فضیلت عدالت در مبادلات بود، کفایت نمی‌کرد. از طرف دیگر از آنجا که نیاز نیز مفهومی کاملاً سبژکتیو بود از این رو مؤلفه‌های عینی مختلفی می‌توانست بر آن اثرگذار باشد. بر این اساس مدرسیان اقدام به تشریح مجموعه‌ای از عوامل خارجی کردند که می‌توانست بر برآورد ذهنی افراد و به دنبال آن بر قیمت عادلانه در بازار اثرگذار باشد. فراوانی و کمیابی کالاها و پول، پدیده‌های تصادفی (مانند جنگ و قحطی)، توانایی و ظرفیت تولیدکنندگان (Lessius, [1605] 2007, p. 16)، مفید بودن و سودمندی و نیز آگاهی نسبت به کارایی کالا (Summenhart, 1580, III, 56: 262)، میل به کالا یا میزان لذتی که از آن حاصل می‌شود (Dempsey, 1935) و... از جمله مؤلفه‌های قابل توجه در تعیین ارزش و قیمت است که مدرسیان به آن پرداخته‌اند.

نکته قابل توجه در تشریح این عوامل، توجه هم‌زمان به مؤلفه‌های طرف عرضه و تقاضا در تعیین قیمت کالاهاست که در آثار برخی مدرسیان یافت می‌شود. مثلاً لسیوس (2007, p. 5) از جمله این متفکرین است که در تشریح مؤلفه‌های اثرگذار بر برآورد عمومی و قیمت کالاها اعتقاد داشت:

.. برخی از این شرایط با خود کالاها مرتبط هستند: کمیابی یا فراوانی آن‌ها، نیاز مشترک به آن‌ها و سودمندی ذهنی آن‌ها. سپس، شرایط مربوط به فروشنده وجود دارد: کار او، هزینه‌ها، ریسک‌ها و مخاطرات حمل و نقل و ذخیره کالاها که فروشنده متحمل می‌شود.

علاوه بر این، شیوه فروش نقش دارد، یعنی اینکه آیا کالاها خود به خود عرضه می‌شوند یا بر اساس تقاضا فروخته می‌شوند. عامل آخر خریداران هستند که تعداد آن‌ها مؤثر است.

۴. قیمت عادلانه در عمل

اگرچه قیمت عادلانه نهادی کامل در راستای تحقق هدف الهیات مدرسی برای توسعه فضیلت عدالت در جامعه بود؛ اما با این وجود تجربه عملی کاربست آن در قرون میانه نشان‌دهنده وجود چالش‌هایی عملی بود که سبب می‌گردید تا مدرسیان پیشنهادهای تکمیلی را ارائه دهند. نکته قابل توجه در این کنش تحلیلی آن بود که مدرسیان تنها به ارائه یک نظریه انتزاعی در مدارس بدون توجه به چالش‌های عملی آن اکتفا نکردند بلکه بسط عملی الهیات در جامعه مستلزم آن بود که چالش‌های واقعی پیش روی دینداران در استفاده از این نهاد الهیاتی نیز مورد توجه قرار گرفته و راهکارهایی برای آن ارائه شود. اما این چالش‌های عملی چه چیزی بود؟

در قرن پانزدهم نوسانات شدید قیمتی در بازارها و نیز افزایش قیمت مواد غذایی بحران قابل توجهی را در ارزشگذاری کالاها ایجاد کرد؛ این مسئله به‌خصوص در شهرها که برای تأمین نیازهای غذایی اولیه خود به مزارع و روستاها وابسته بودند چالش‌های جدی‌تری را ایجاد می‌کرد. از سویی مصرف‌کنندگان فرو دست به دلیل افزایش قیمت‌ها (تورم) و نوسانات شدید آن در تأمین مایحتاج اولیه زندگی خود در مضیقه بودند و از سوی دیگر کاهش تقاضای مصرف‌کنندگان (رکود) برای کالاها در قیمت‌های عمومی بازار، سبب نارضایتی فروشندگان گردیده بود. همچنین عیارکاهی و واردات نقره و طلا از آمریکا، (Monroe, 1924, p. 127) سبب تشدید این بحران در برخی از مناطق اروپا شده بود.

از سوی دیگر در قرون میانه بازارها به‌طور کامل در همه نقاط شکل نیافته بود و در مناطق غیرشهری نیز مبادلات اغلب در بازارهای موقت و مکاره انجام می‌پذیرفت. همچنین در شهرها نیز که از بازارهای منسجم و دائمی برخوردار بودند، عدم وجود اطلاعات کامل و نیز قیمت‌گذاری مبتنی بر قدرت - که از سنت‌های قدیمی قرون میانه

اولیه منبعث گردیده بود - چالش‌هایی را برای تقویم عملی کالاها مبتنی بر قیمت عادلانه ایجاد کرده بود. همچنین ابزارهای ارتباطی ضعیف، نا اطمینانی‌ها، مخاطرات تجارت و عرضه مایحتاج اولیه سبب گردیده بود تا خریداران و فروشندگان اغلب تحت شرایطی خاص با یکدیگر مبادله کنند که از قدرت چانه‌زنی نابرابری برخوردار باشند. (Langholm 1998, p. 86) در چنین شرایطی معیار برآورد عمومی و قیمت‌های بازاری به تنهایی نمی‌توانست در همه مبادلات کارایی لازم را داشته باشد.

بر این اساس مدرسیان با معرفی شاخص‌هایی عملی سعی در عینی سازی قیمت عادلانه و نیز ارائه راهکارهایی کردند تا فرایند قیمت‌گذاری را به الگوی بهینه قیمت عادلانه نزدیک کنند. در ادامه به تحلیل برخی از این ابتکارات می‌پردازیم.

۴-۱. قیمت قانونی

از جمله مهم‌ترین پیشنهادهای متفکرین مدرسی پیرامون تعیین قیمت عادلانه تقویم قانونی کالاها بود. بر این اساس بسیاری از متفکرین مدرسی اقدام به تفکیک قیمت عادلانه به قیمت طبیعی و قانونی کردند. قیمت طبیعی همان قیمتی بود که متناسب با برآورد عمومی از ارزش حقیقی یک چیز تعیین می‌گردید و قیمت قانونی قیمتی بود که توسط حکومت‌ها با توجه به اشرافی که بر کل بازار دارند و متناسب با مؤلفه‌های اثرگذار در ارزش کالاها و نیز مصالح عمومی اعلام می‌گردید. (Grice-Hutchinson, 1952, p. 85) اغلب انتظار آن می‌رفت که ورود دولت در تعیین قیمت قانونی از حیث جبران عدم تقارن اطلاعات در بازار و نه یک قیمت‌گذاری دستوری و مستقل باشد. از آنجا که قیمت عادلانه از منظر مدرسیان حاصل برآورد عمومی بود، از این رو در صورتی که در فرایند شناسایی برآورد عمومی خدشه ایجاد می‌شد، دولت‌ها با هدف رفع این خدشه وارد فرایند قیمت‌گذاری می‌شدند. بر این اساس قیمت‌گذاری حتی توسط مقامات حکومتی باید بر اساس مصالح عمومی و نیز مؤلفه‌های مؤثر بر ارزش حقیقی کالاها باشد و در نتیجه میل و یا منافع پادشاهان و ذی‌نفعان ایشان نباید در تعیین قیمت‌ها اثرگذار باشد؛ چون در آن صورت دیگر قیمت‌ها عادلانه نخواهد بود. در این زمینه لسیوس (2007, p. 4) در تشریح نحوه قیمت‌گذاری قانونی توسط پادشاه تصریح می‌کرد که «شاهزاده یا قاضی با در نظر گرفتن

تمام شرایطی که تخمین کالاها به آن بستگی دارد، قیمتی را که یک کالای خاص باید در آن فروخته شود تعیین می‌کنند تا مبدا خریداران فریب بخورند یا مجبور به تسلیم به امیال فروشندگان شوند. « در حقیقت قیمت قانونی نیز باید منعکس‌کننده ارزش حقیقی کالاها در بازار با توجه به مؤلفه‌های پیش‌گفته باشد و ورود دولت‌ها تنها برای جلوگیری از سوءاستفاده برخی فروشندگان از نوسانات شدید قیمت‌ها و نیز عدم تقارن اطلاعات برای فروش گران‌تر کالاها بود. از این‌رو لسیوس در ادامه تأکید می‌کرد که حتی اگر قیمت قانونی نیز منطبق بر ارزش حقیقی کالاها نباشد، مشروع و عادلانه نخواهد بود.^۶

قیمت قانونی و طبیعی همیشه با یکدیگر همگرا نبودند و گاهی اوقات اختلافاتی با یکدیگر داشتند. در صورتی که قیمت قانونی بر اساس مؤلفه‌های مؤثر در ارزش حقیقی چیزها تعیین می‌گردید، این قیمت نباید تفاوت زیادی را با قیمت طبیعی داشته باشد. با این وجود برخی از مدرسیان نیز بودند که اعتقاد داشتند دولت‌ها به خصوص در مورد کالاهای اولیه مورد نیاز مردم (کالاهای کم‌کشش) باید ملاحظات توزیعی و مصالح عمومی را نیز در قیمت‌گذاری کالاها لحاظ کنند. از سوی دیگر واکنش‌های تأخیری دولت‌ها به شرایط بازار (مانند تغییر تعداد خریداران یا فروشندگان، فراوانی یا کمیابی کالا در بازار و...) نیز یکی دیگر از عواملی بود که سبب این واگرایی می‌شد.

با وجود آنکه اغلب متفکرین مدرسی موافق تعیین قیمت‌های عادلانه از طریق تقویم قانونی بودند، اما برخی از ایشان نیز دلایلی را برای مخالفت با این شیوه تعیین قیمت عادلانه به خصوص زمانی که بیشتر بر اساس مؤلفه‌های عدالت توزیعی تعیین می‌شود، ارائه کردند؛ مثلاً مولینا (1759, disp. CCCLXIV, 4:385) و ویالوبوس (1637, sec. 334) در این راستا تصریح کردند که عادلانه نیست که فروشندگان را مجبور کنیم که کالاهایشان را به همان قیمت زمان فراوانی در زمان کمیابی به فروش برسانند. مولینا همچنین از زاویه عدالت توزیعی نیز به مخالفت با تقویم قانونی کالاها پرداخت. او معتقد بود که هزینه انجام اقدامات دولت در راستای مصالح عمومی جامعه باید بر عهده تمامی افراد جامعه باشد نه آنکه تنها بر فروشندگان با تعیین قیمت‌های قانونی تحمیل گردد. او همچنین معتقد بود در صورتی که عدالت مبادله‌ای اقتضای افزایش قیمت‌ها را دارد، کمک به طبقات فرودست باید از طرق دیگری همچون امور خیریه انجام شود نه آنکه به عدالت

مبادله‌ای برای حمایت از فقرا آسیب‌زده شود.

بر اساس این قسمت می‌توان به سؤال فرعی این مطالعه پیرامون نسبت دولت‌ها با قیمت عادلانه از منظر مدرسیان پاسخ داد. مدرسیان حقی در راستای قیمت‌گذاری برای دولت‌ها قائل نبودند؛ بلکه دولت‌ها در زمانی که مؤلفه برآورد عمومی دچار خدشه می‌شد، در راستای کمک به ایجاد تقارن اطلاعات وارد فرآیند قیمت‌گذاری می‌شدند. انتظار آن بود که قیمت قانونی اعلام شده توسط دولت‌ها نه یک قیمت جدید بلکه در حقیقت همان قیمت عادلانه‌ای باشد که به دلیل شرایط خاص بازار قابلیت تحقق عملی را ندارد.

۴-۲. افراد مطلع

یکی دیگر از راهکارهای پیشنهادی مدرسیان برای جبران عدم تقارن اطلاعات در بازار مراجعه به افراد عادل، مطلع و آگاه به شرایط بازار به‌عنوان مرجعی برای اعلام قیمت عادلانه (نه تعیین آن) بود. در این راستا مولینا با اشاره به این مرجع قیمت‌گذاری، عقیده داشت که ایشان باید افرادی باشند که خودشان در معامله ذی‌نفع نباشند. (Alonso, 2011, p. 238) لشیروس (Lasheras, 2007, p. 7) نیز در مواردی استفاده از افراد آگاه را برای قیمت‌گذاری مناسب می‌دید و در نگاهی متفاوت با مولینا معتقد بود که در صورتی که فروشنده به شرایط بازار آگاهی داشته باشد و انگیزه‌های درونیش را دخالت ندهد می‌تواند خود به‌عنوان مرجع آگاه اقدام به برآورد قیمت کالاهایش نماید البته به شرط آن که این برآورد با حسن نیت باشد.

۴-۳. هزینه‌ها

برخی دیگر از متفکرین مدرسی بر این عقیده بودند که هزینه‌ها نیز می‌توانست در غیاب وجود قیمت‌بازاری به‌عنوان مرجعی برای برآورد قیمت عادلانه مورد استفاده قرار گیرد. در نگاه سنت برناردین، در صورتی که قیمت شایع بازاری وجود نداشته باشد و یا سبب ضرر عرضه‌کننده شود، (البته بدون افعال عرضه‌کننده) محاسبه قیمت کالاها می‌تواند بر اساس هزینه تولید آن صورت پذیرد. (Gordon, 1975, p. 234) بسیاری از متفکران مدرسی آلمانی همچون سومنهارت، نایدر و متیو نیز با برناردین هم‌نظر بودند. (Langholm, 2008) از نظر ایشان در صورتی که قیمت‌های قانونی در بازار با شکست

مواجهه شود، عرضه‌کننده می‌تواند قیمت خرید و یا هزینه‌های تولیدش را به عنوان مبنای قیمت‌گذاری کالاها قرار دهد و در کنار آن مبالغی را برای امور خیریه و یا آینده خود علاوه بر هزینه‌ها طلب نماید. نکته قابل توجه در اینجا آن بود که از نگاه مدرسیان، هزینه‌ها لزوماً منحصر به هزینه‌های تولید نمی‌شد و سایر هزینه‌ها همچون هزینه‌های ریسک، حمل و نقل و.... را نیز شامل می‌شد. همچنین هزینه‌ها راهکاری با هدف تحقق عملی مؤلفه نیاز در تعیین ارزش حقیقی کالاها در بازار بود. از این‌رو مؤلفه هزینه‌های تولید معمولاً در جایی کاربرد داشت که نیاز به یک کالا نمی‌توانست نقش خود را به درستی در قیمت‌گذاری ایفا نماید؛ مثلاً در صورتی که یک کالا به‌تازگی به بازار ارائه شده بود و یا آنکه مردم اطلاعات کافی پیرامون کاربردهای آن نداشتند، میزان نیاز واقعی به آن کالا نمی‌توانست برای ایشان ملموس باشد. از این جهت در این شرایط از مؤلفه هزینه‌ها با هدف ترمیم عنصر نیاز در تقویم کالاها استفاده می‌شد.

۴-۴. توافق مشترک

توافق طرفین مبادله همان‌گونه که پیتر اولیوی می‌گوید، در صورتی که ناشی از اضطراب برای انجام مبادله و یا عدم آگاهی نسبت به قیمت‌ها نباشد، یکی دیگر از راهکارهای پیشنهادی متفکرین مدرسی برای تعیین عملی قیمت‌های عادلانه در بازار بود. این مؤلفه همچون سایر مؤلفه‌های پیشین اغلب برای پوشش چالش‌های عملی در نبود برآورد عمومی و قیمت‌های بازاری بود. در کنار اولیوی، اسکوتوس، والنسیا و آلبرتوس ماگنوس از جمله متفکرین مدرسی بودند که این شیوه را پیشنهاد نمودند. (Langholm, 1998, pp. 100-102)

اسکوتوس اصل توافق و رضایت متقابل را در قالب هدیه برای شرایطی که برابری کامل داده و ستانده صورت نمی‌پذیرفت توجیه می‌نمود. او معتقد بود در صورتی که مبادله به طرفین آن بر اساس عدالت، منفعتی نرساند شکل نمی‌یابد؛ از این رو طرفین مبادله تلاش می‌نمایند تا عنصر برابری ارزشی را در تعیین ارزش و در نتیجه تقویم کالاها برای جلوگیری از انحلال تبادل و رفع نیاز متقابل رعایت نمایند. حال در صورتی که برای یکی از طرفین مبادله بنا بر رضایت و توافق مازادی ایجاد شود - همان‌گونه که اسکوتوس در برخی از مبادلات مشاهده می‌کرد - آن را می‌توان به عنوان نوعی هدیه از

جانب طرف مقابل تلقی نمود تا بدین وسیله ضمن آنکه قیمت‌گذاری و مبادله را تسهیل نماییم به عدالت مبادله‌ای نیز آسیبی وارد نشود. (Langholm, 1998, pp. 102-104) در همین راستا هنری گان نیز برآورد مشترک در تعیین قیمت عادلانه را حاصل فرآیند چانه‌زنی طرفین مبادله برای رسیدن به قیمتی متوسط و مورد رضایت طرفین می‌دانست. با این وجود پدرو والنسیا شروطی را برای قیمت‌گذاری کالاها با استفاده از این رویکرد ارائه کرد؛ در این راستا او تاکید می‌کرد که این شیوه قیمت‌گذاری باید برای کالاهای غیرضروری مورد استفاده قرار گیرد. همچنین توافق باید بدون انحصار، فریب و نیز اجبار هر یک از طرفین برای معامله باشد.

۵. قیمت عادلانه، تجاری در الهیات اقتصادی و رهیافت‌هایی برای اقتصاد اسلامی

معرفی فضیلت به‌عنوان یکی از محوری‌ترین عناصر سعادت سبب گردید تا پیوند دین با عمل انسانی بیش از پیش برای مدرسیان موضوعیت یابد. همچنین این مسئله سبب خروج انزوای کلیسا و دین از اندیشه‌های کاملاً انتزاعی و درونی به اندیشه‌هایی مرتبط با حیات واقعی انسان‌ها شد که می‌توانست مسائل روزمره مردم را در نسبت با کمال و سعادت اخروی آن‌ها معنی‌دار کند. عدالت به‌مثابه یکی از محوری‌ترین فضائل انسانی می‌توانست پیوند الهیات را با موضوعات اقتصادی برقرار کند. اما سؤال اساسی در اینجا آن بود که آیا این پیوند تنها در بعد نظری شکل گرفته بود؟

مدرسیان ضمن آنکه سعی در ترویج و هدایت نظری کنش اقتصادی جامعه در راستای غایات شریعت و برای تحقق جهانی الهی داشتند اما تنها به تبیین الهیات اقتصادی در مدارس اکتفا نکردند. روند تغییر نهادهای اجتماعی و تحولات سریع آن نیازمند همراهی عالمان دینی در مسیر دین‌داری مؤمنان برای ایفای نقش بندگی ایشان و کمک به نیل به سعادت بود. در این راستا ایشان سعی در کاربردی‌سازی مفاهیم انتزاعی الهیات در قالب نهادهایی عینی برای زندگی اجتماعی نمودند که از جمله آن می‌توان به نهاد قیمت عادلانه اشاره کرد. بر این اساس قیمت عادلانه نتیجه یک کنش الهیاتی - و نه تنها برآیند کنشگران بازار در بازار رقابتی - بود. متفکر مدرسی با انگیزه بسط اخلاق و توسعه فضائل در کنشگران اجتماعی سعی نمود تا از مفاهیم کلی و انتزاعی الهیات نهادهایی عینی و متناسب

با کنش مادی انسان‌ها بسازد. همچنین در این ضمن، معرفی و ساخت این نوع از نهادها مجموعه‌ای از مسائل نظری را پیش روی ایشان قرار می‌داد که زمینه‌ساز شکل‌گیری نخستین تحلیل‌های علمی در ابعاد مختلف علوم انسانی گردید.

مبتنی بر این نگرش الهیاتی پیرامون قیمت عادلانه، می‌توان به تمایز جدی آن با مفهوم قیمت در بازار رقابت کامل نیز دست یافت. قیمت عادلانه حاصل یک رویکرد الهیاتی غایت‌نگر نسبت به حقیقت انسان و سعادت اوست. اگر سعادت انسان‌ها در گرو کسب فضائل باشد، کنش فضیلت‌مندانه می‌تواند به کنش انسانی در راستای غایت حیات ایشان معنا ببخشد. کاربست قیمت عادلانه در بازار می‌تواند نمایانگر کنش انسان‌هایی باشد که با معنا بخشیدن به فعالیت‌های اقتصادی خود در حقیقت به نمایش ملکات فضیلت خود در صحنه بازار می‌پردازند. اما برخلاف این نگرش، قیمت در بازار رقابت کامل حاصل کنش بازیگران خردی است که لزوماً غایت واحدی را دنبال نمی‌کنند. مفهومی کلی و به‌غایت تفسیرپذیر به‌عنوان مطلوبیت^۷ می‌توانست مجموعه‌ای از خواست‌ها و ترجیحات انسانی را بدون توجه به غایتی مشخص در راستای شکل‌دهی به انتظارات و تقاضای افراد در بازارهای رقابتی ایجاد کند. عدم امکان قضاوت‌پذیری این ترجیحات در ربط با غایت انسانی و نیز عدم امکان قضاوت‌پذیری پیرامون میزان نقش این ترجیحات در تحقق غایت، از ویژگی‌هایی است که قیمت بازار رقابت کامل را بیش از پیش با قیمت عادلانه متمایز می‌کند.

از سوی دیگر در طرف عرضه نیز آنچه به‌عنوان تنها هدف تولیدکنندگان در مدل‌های تصمیم‌گیری در بازار رقابت کامل تصور می‌شود، حداکثر سازی سود است. در حالی‌که آنچه از ادبیات مدرسی برمی‌آید آن است که غایت‌مندی انسان‌ها حقیقتی است که تنها در کمال جسمی خلاصه نمی‌شود؛ از این رو قیمت عادلانه به مثابه یک نهاد الهیاتی باید بتواند هم راستا با کمال اخروی انسان‌ها نیز نقش آفرینی کند. این مسئله سبب می‌شود که اگرچه اکتساب سود از منظر مدرسیان امری مضموم تلقی نگردد، اما باید غایتمند و در ربط با سعادت انسانی دارای جایگاه باشد. قدیس آکوئیناس (۱۳۹۳، ص ۴۷) کسب سود در هر شرایطی را رد می‌کند اما با این وجود معتقد است که سودی که از فعالیت تجاری ناشی بشود اگر با هدف استفاده در اموری همچون کمک به دیگران، رفع

احتیاجات خانواده و کشور و... باشد، نه تنها مشروع است، بلکه خود می تواند زمینه ای برای حکم به مشروعیت آن فعالیت تجاری نیز باشد.

اگر ملاک مشروعیت اکتساب سود تعالی انسانی باشد، در شرایطی که اکتساب سود در تنافی با غایت مشروعیت بخش خود عمل کند، دیگر نمی تواند به عنوان یک مولفه مقید کننده در مدل تصمیم گیری افراد در بازار برای تعیین قیمت ها نقشی اصیل داشته باشد. بر این اساس در شرایطی همچون جنگ، زلزله و... که امکان حداکثر سازی سود از طریق سوء نظر به نیاز طرف مقابل وجود دارد، قیمت عادلانه لزوماً برابر قیمتی نخواهد بود که در آن سود عرضه کننده حداکثر شود. از این رو قدیس آکوئیناس (1947، [1270] II, II, Q77) بر این باور است که

اگر کسی از چیزی که به دیگری تعلق دارد کمک زیادی بشود (نیاز زیادی را از او مرتفع سازد) و فروشنده نیز با از دست دادن آن آسیبی نمی بیند (ضرر نمی کند)، فروشنده نباید (آن چیز را) به قیمت بالاتری بفروشد؛ زیرا کارایی که (با استفاده از آن کالا) به خریدار می رسد ناشی از فروشنده نیست؛ بلکه ناشی از شرایط خاص خریدار (قحطی، زلزله، سیل و...) است.

با توجه به مطالب پیش گفته و در یک جمع بندی می توان گفت که نهاد قیمت عادلانه مبتنی بر این نگرش در راستای توسعه فضائل فرا مادی اما در کنش های مادی ابداع شد. همچنین بر اساس مطالب پیش گفته پیرامون تجربه الهیاتی مدرسی در ساخت یک نهاد اقتصادی، می توان رهیافت های زیر را برای الگو گیری مشابه در اقتصاد اسلامی ارائه نمود؛

۱. نخست آن که متفکران مدرسی رویکردی حداکثری نسبت به مبانی معرفتی دینی در نظام سازی اتخاذ کردند. اگرچه امروزه تمرکز اقتصاد اسلامی بر کاربست فقه در نظام سازی اقتصادی است؛ اما برخلاف این نگرش تک بعدی، مدرسیان سعی نمودند تا از همه ی ظرفیت های منابع مختلف دینی همچون الهیات، فقه، فلسفه و حتی تجربه - برای سنجش کارایی - بهره ببرند. در این راستا ضرورت ساخت نهاد قیمت عادلانه مبتنی بر منابع الهیاتی مدرسی بود (نظریه سعادت)، اما فهم ماهیت عدالت مبادله ای از منابع نقلی مدرسی ناشی می شد. این مسئله نمونه

خوبی از نحوه معاضدت منابع مختلف معرفتی در اقتصاد مدرسی است. این نگرش حداکثری تنها به معرفت‌شناسی مدرسی خلاصه نمی‌شد؛ بلکه شامل نحوه نگرش ایشان نسبت به دین و فضیلت - به مثابه غایت دنیایی حیات مؤمنانه انسان‌ها- نیز می‌شد. رویکرد حداکثری نسبت به دین سبب می‌شد تا مدرسیان دین و اخلاق را منحصر در برخی کنش‌های خاص انسانی ندیده و در تلاش باشند تا نفوذ دین را در همه ساحات حیات بشری که از جمله آن‌ها کنش‌های اقتصادی بود، بگسترانند. بر این اساس به نظر می‌رسد که از جمله الزامات ساخت نهادهای اقتصادی اسلامی وجود نگرش حداکثری نسبت به دین و معرفت‌شناسی دینی باشد.

۲. دوم آنکه متفکرین مدرسی به این حقیقت آگاه بودند که یک نهاد دینی باید ظرفیت تکامل با توجه به سطح دین‌داری کنشگران آن را داشته باشد؛ به طوری که هرچه سطح دینداری و توسعه ملکات فضیلت در انسان‌ها افزایش می‌یابد، نهاد نیز باید متوقف نشده و در هر مرتبه از دینداری بتواند در راستای تعالی کنشگرانش نقش‌آفرینی کند. در موضوع مورد مطالعه این پژوهش، قیمت عادلانه برای تحقق در جوامعی که از خلوص کافی دینداری و ملکات فضیلت برخوردار نیستند شاید نیازمند استفاده از همه ظرفیت‌های خارجی همچون مداخله دولت، افراد مطلع و... جهت جلوگیری از خدشه در عدالت مبادله‌ای باشد؛ اما در یک جامعه خالص قیمت عادلانه بدون نیاز به مداخلات بیرونی و تنها برابر با برآیند کنش مؤمنان عادل در بازار خواهد بود و حتی در مراحل بالاتر آن ملاحظات عدالت توزیعی نیز بدان افزوده می‌شود. در طی همه این مراحل نمی‌توان هیچ‌یک از قیمت‌های شکل‌گرفته را غیرعادلانه دانست؛ اما با این وجود این نهاد نیز متناسب با سطح خلوص مؤمنان همچون موجودی زنده ارتقاء و تعالی می‌یابد. با این وجود باید توجه کرد که مدرسیان بر این نکته التفات داشتند که کارکرد نهادها هرچند که الهیاتی باشند نباید منحصر به بخش خاصی از جامعه شود. تنظیم مناسبات جامعه نیازمند نهادهایی است که همه اقشار با هر سطح از ایمان بتوانند از آن بهره ببرند. اما با این وجود ماهیت تشکیکی آن نیز سبب می‌شد که

سطح بهره‌مندی افراد و نیز نمود عینی آن در کنش اصناف مختلف اجتماعی متفاوت باشد.^۱ البته در این راستا فهم واحد تحلیل اجتماعی در جهت بسط الهیات در کنش جمعی انسان‌ها نیز ضروری بود. در حقیقت یک الهی‌دان تنها زمانی می‌توانست به توسعه الهیات در ساحت عملی خود در جامعه بپردازد که فهم مناسبی از جامعه و الهیات اجتماعی انسان‌ها داشته باشد و آن‌ها را تنها در قالب‌های فردی و به‌مثابه امری فرا طبیعی تفسیر نکند. بنابراین به نظر می‌رسد که برای نظام سازی در اقتصاد اسلامی نیز باید به ماهیت پویای نهادها و نیز امکان بهره‌برداری از آن توسط همه اعضای جامعه توجه کرد. آنچنان که شهید صدر (ره) (۱۱۱-۱۱۳: ۱۴۳۲) نیز بر آن تاکید دارد با توجه به نقش درونمایه انسانی در حرکت‌های اجتماعی، تغییر و تحولات تابعی از سطح ایمان دینداری افراد جامعه است بر این اساس در یک الگوی پویای اقتصاد دینی نیز ضروری است تا نهادها منحصر به الگوهای رفتاری محدود نباشند و قابلیت تغییر و ارتقاء متناسب با سطح دینداری اعضای جامعه را داشته باشند.

۳. یکی دیگر از نکات قابل توجه این است که تجربه الهیاتی مدرسیان در نهادسازی تنها به معرفی نهادهای عینی ختم نمی‌شد. ارتباط مداوم با اصناف و طبقات مختلف اجتماعی در راستای افزایش قدرت موضوع شناسی نهادها و نظامات مدرن اقتصادی و نیز فهم نیازهای مورد ابتلا مؤمنین و دینداران در تعامل با این

۱. متأثر از مبنای فضیلت‌گرایانه مدرسی در تبیین غایت مادی انسان‌ها و از آنجا که فضیلت مسئله کنش انسانی و مرتبط با عقل عملی است، کهن و ویل بریت (۲۰۱۲) قیمت عادلانه را نیز به‌مثابه برآیند کنش انسان‌های عادل تفسیر کرده‌اند. اگرچه این تفسیر به‌مثابه حد کمال قیمت عادلانه می‌تواند محل توجه باشد اما همان‌گونه که از اندیشه مدرسی برمی‌آید یک متفکر مدرسی تنها به دنبال انحصار فضائل در طبقه خاصی از جامعه قرون میانه نبود؛ بلکه او همواره به دنبال ساده‌سازی و بسط این کمالات در همه اعضای جامعه بود؛ از این‌رو به نظر می‌رسد که می‌توان نوعی تفسیر مشکک از مفهوم قیمت عادلانه ارائه کرد؛ بر این اساس قیمت عادلانه نهادی برآمده از الهیات برای تمرین عملی فضیلت عدالت در جامعه بود. این نهاد در سطوح اولیه آن امری عمومی بود که همه اعضای جامعه می‌توانستند با تمسک به آن، مبادله‌ای عادلانه را رقم بزنند. اما با این وجود هرچه کنشگران خود به ملکه عدالت دست یابند عملاً اعمال ایشان نیز عادلانه خواهد شد و از این‌رو قیمت عادلانه در سطوح عالی آن می‌تواند مفهومی متأثر از برآیند کنش انسان‌های عادل باشد.

نهادها، از جمله دیگر تجارب این متفکرین بود. (مثلا نگاه کنید به 2014,266 [Molina 1597]) ایشان در راستای ایفای نقش خود ارتباط پیوسته با صحنه عمل در راستای رصد دائمی نیازهای دینداران و نحوه کاربست نهادهای برآمده از الهیات را نیز مورد توجه قرار دادند تا بتوانند کارایی این نهادها در عرصه حیات عملی انسان‌ها را نیز ارزیابی کنند. به‌طور مشخص در زمینه‌ی نهاد قیمت عادلانه، معرفی مؤلفه‌هایی چون قیمت قانونی، افراد مطلع، هزینه‌ها و توافق مشترک نتیجه این تعامل عملی بود. در صورتی که یک نهاد برای غایتی مشخص ایجاد شده باشد، هرچه که مؤمنان در تعامل با آن نهاد بتوانند به غایت تعیین شده نزدیک‌تر گردند، آن نهاد کارایی بهتری را نشان خواهد داد.

۴. رهیافت دیگر آن است که اگرچه ارزش‌ها به‌مثابه مجموعه‌ای از غایات میانی شریعت می‌توانند قابل توجه باشند، اما تحقق عملی آن‌ها در بستر جامعه نیازمند ساخت قواعد تعاملات انسان‌ها در عرصه‌های مختلف زندگی ایشان است. هرچه این قواعد و نهادها کلی‌تر و مطلق‌تر باشند، از پویایی و قابلیت انطباق بیشتری با پویایی‌های نظام‌های مختلف انسانی در طول زمان برخوردار خواهد بود. از این‌رو قیمت عادلانه مدرسی با بهره‌گیری از این نکته توانست موضوعیت خود را حتی قرن‌ها پس از ابداع آن حفظ کند به‌طوری که بتواند در بازارهای مدرن امروزه نیز قابل استفاده باشد. بر این اساس در اقتصاد اسلامی نیز در صورتی که به دنبال پویایی نهادهای اعتباری آن با اقتضائات مختلف زمانی و مکانی باشیم، ساخت قواعد تعاملاتی انسان‌ها برای کنش اقتصادی به صورت مطلق و در نسبت با غایات و اهداف شریعت می‌تواند یکی از پیشنهادات باشد.

۵. مسئله مشروعیت قیمت‌گذاری همواره یکی از پرسش‌های قابل توجه فقها در مواجهه با احکام بازار اسلامی بوده است که اغلب تحت عنوان «تسعیر» در کتب فقهی از آن یاد می‌شود. آن چنان که از اغلب ادله لفظی مرتبط با این مسئله بر می‌آید، نهی از قیمت‌گذاری حتی در شرایط خاص — مانند احتکار و انحصار — از جمله روشن‌ترین ظهور این ادله به شمار می‌آید. اگرچه اغلب روایات مرتبط با قیمت‌گذاری مرسله هستند، اما با این وجود در کتب اصلی روایی امامیه به

برخی از آن‌ها اشاره شده است مثلاً در روایتی از امام زین العابدین علیه السلام در این زمینه آمده است که «ان الله وكل بالسعر ملكا يدبره بامر...»^۱ (کلینی، ۱۴۰۸ق.، ج ۵: ۱۶۳) و یا در روایتی دیگر از رسول خدا صلی الله علیه و آله در پاسخ به درخواست اصحاب برای قیمت‌گذاری به دلیل افزایش و کاهش (نوسان) قیمت‌ها آمده است «ما كنت لالقي الله تعالى ببدعه لم يحدث الي فيها شيئاً فدعوا عباد الله ياكل بعضهم من بعض و اذا استنصحتهم فانصحو»^۲ (صدوق، ۱۴۱۳ق.م، ج ۳: ۲۶۸).

از سوی دیگر به نظر می‌رسد ادله عام قرآنی همچون «...اوفوا بالعقود...»^۳، «...لا تاكلوا اموالكم بينكم بالباطل الا ان تكون تجاره عن تراض منكم...»^۴، «...و احل الله البيع و...»^۵ و نیز شاهی بر تائید ظهور روایات شریفه پیرامون نهی از قیمت‌گذاری باشد. همچنان که این دیدگاه رویکرد اغلب فقها نیز بوده است کما اینکه شیخ طوسی (۱۳۸۷، ج ۲: ۱۹۵) در کتاب المبسوط خود ادعای اجماع بر آن را کرده است. با این وجود برخی از فقها نیز بوده‌اند که برخلاف نظر مشهور، در شرایط خاص، همچون احتکار، حکم به جواز قیمت‌گذاری کرده‌اند. (انصاری، ۱۳۷۸، ج ۴: ۳۷۳) به نظر می‌رسد در این رویکرد فقهی، دلالت ضمنی روایاتی همچون مرسله امام صادق علیه السلام بی‌تاثیر نبوده باشد که می‌فرمایند، «ما سعر امیر المومنین علی احد ولكن من نقص عن بيع الناس قیل له بع کما یبيع الناس و الا فارفع من السوق الا ان یکون طعامه اطیب من طعام الناس»^۶ (مغربی، ج ۲: ۳۶).

۱. همانا خداوند، فرشته‌ای را مأمور قیمت‌ها فرموده است که به فرمان او تدبیر می‌کند آن را (قیمت‌ها را)...

۲. حاضر نیستم خدا را با بدعتی ملاقات کنم؛ در حالی که چیزی به من ابلاغ نشده است. بندگان خدا را آزاد بگذارید تا بعضی از بعضی دیگر استفاده کنند...

۳. شریفه مائده آیه ۱

۴. شریفه نساء آیه ۲۹

۵. شریفه بقره آیه ۲۷۵

۶. امیرالمؤمنین علیه السلام هیچ گاه بر (کالای) کسی قیمت‌گذاری نکرد ولی هرکس که در بیع با مردم کم می‌گذاشت، (کم فروشی می‌کرد) به او گفته می‌شد همان طور که مردم می‌فروشند بفروش والا از بازار خارج شو، مگر در مواردی که غذای (کالای) او بهتر از غذای (کالای) دیگران (سایر فروشندگان) باشد.

حال با توجه به نظر مشهور پیرامون ممنوعیت قیمت‌گذاری توسط دولت و همچنین با توجه به اشارات برخی از روایات پیرامون نظارت و کنترل ائمه علیهم السلام بر قیمت‌ها سوال قابل توجه آن است که چگونه این دو مسئله را می‌تواند با یکدیگر جمع گردد؟ به نظر می‌رسد نگرش متفکران مدرسی به پیرامون نقش دولت در قیمت عادلانه بتواند دید روشنی را پیرامون رفع این تزاخم ظاهری به ما بدهد و همچنین راهکاری برای دخالت کم هزینه دولت‌ها در فرآیند قیمت‌گذاری بازاری در شرایط خاص ارائه دهد. آنچنان که اشاره شد، از منظر مدرسیان ورود دولت‌ها به قیمت‌گذاری لزوماً نه به عنوان تعیین قیمت عادلانه در بازار بود بلکه راهکاری در راستای جبران نواقص بازار و به طور مشخص عدم تقارن اطلاعات بود. در شرایط خاص همچون نوسان شدید قیمت‌ها، قحطی، تحریم و... احتمال افزایش عدم تقارن اطلاعات در بازار و نیز سوء استفاده برخی کنشگران از این شرایط وجود دارد. در چنین شرایطی دولت‌ها می‌توانند با اعلام قیمت‌های برآمده از برآورد عمومی جامعه به کاهش نواقص بازار و عملکرد کارا تر کنش‌گران آن کمک کنند. همچنین ایشان می‌توانند با نظارت بر عملکرد کنشگران، از انجام فعالیت‌های سوداگرانه و سوء استفاده از شرایط برونزای تحمیلی به بازار (مانند احتکار) جلوگیری به عمل آورند. همچون راهبرد قبل، این اقدام دولت لزوماً به معنای قیمت‌گذاری نیست اما می‌تواند به کاهش نواقص بازار و تحقق یک قیمت عادلانه که برآمده از برآورد کنشگران بازار است کمک نماید.

نتیجه‌گیری

برخلاف مطالعاتی که تاکنون انجام شده این پژوهش نشان داد که قیمت عادلانه نهادی برآمده از الهیات در راستای توسعه فضیلت عدالت و نیز کمک به سلوک انسان‌ها در مسیر سعادتشان است. در این راستا تأکید بر نقش مبادلات به‌مثابه مهم‌ترین عرصه برای نمایش عدالت در جامعه سبب گردید که مفهوم نیاز به‌مثابه معیار ذهنی برابری ارزش کالاها مورد توجه مدرسیان قرار گیرد. بر این اساس قیمت عادلانه نیز به‌عنوان نهادی عینی از ارزش حقیقی کالاها در بازار معرفی گردید. پویایی‌های این نهاد اقتصادی-الهیاتی در اندیشه مدرسی سبب شد تا کاربری آن لزوماً اختصاص به طبقه خاصی از دینداران در جامعه

نباشد. همچنین تعیین دامنه‌ای از قیمت‌های حداقلی و حداکثری نیز در راستای سهولت در کاربست آن متناسب با شرایط مختلف بازار صورت پذیرفت. از آنجا که نیاز مؤلفه‌ای کاملاً سابژکتیو در ادبیات مدرسی تلقی می‌شد، از این‌رو مجموعه‌ای از عناصر همچون فراوانی و کمیابی کالاها و پول، پدیده‌های تصادفی (مانند جنگ و قحطی)، توانایی و ظرفیت تولیدکنندگان، آگاهی نسبت به کارایی کالا، میل به کالا یا میزان لذتی که از آن حاصل می‌شود و... می‌توانست نیاز و در نتیجه قیمت عادلانه را متأثر نماید. لزوم تعیین قیمت عادلانه از طریق برآوردی عمومی و عدم تأثیر منفرد عناصر آبژکتیو همچون هزینه‌های تولید در تعیین این قیمت در راستای جلوگیری از سوءاستفاده و قیمت‌گذاری سلیقه‌ای از جمله نکات قابل توجه در الهیات اقتصادی مدرسی بود.

از سوی دیگر چالش‌های عملی پیش روی قیمت عادلانه سبب گردید تا مدرسین قیمت قانونی، افراد مطلع، هزینه‌ها و نیز توافق مشترک را به‌عنوان راهکارهایی در جهت تسهیل شناسایی قیمت عادلانه در بازار معرفی کنند. این مؤلفه‌ها به‌صورت مستقل نقشی در قیمت‌گذاری نداشتند؛ بلکه می‌توانستند مسیر تحقق قیمت عادلانه در بازار را هموار سازند. همچنین بر اساس قرائت ارائه‌شده از نظریه قیمت عادلانه مدرسی این پژوهش نشان داد که قیمت عادلانه در الهیات اقتصادی مدرسی برآمده از یک نگرش غایت‌نگر نسبت به انسان و مسیر تکاملی اوست و از این‌رو نمی‌توان آن را با قیمت در بازار رقابت کامل که حاصل یک تلاش عملی در جهت جدایی نظم اجتماعی از باورهای جمعی جامعه است یکسان دانست.

کتابنامه

قرآن کریم

- آکوئیناس، توماس. (۱۳۹۳). اصول الهیات. در وارن جی سمیوئلز و استیون جی مدمما (گردآورندگان)، (محمد حسین وقار، مترجم)، *تاریخ اندیشه‌ی اقتصادی: از ارسطو تا استوارت میل* (ص ۳۳-۶۱). ایران: مرکز. (نشر اثر اصلی ۱۴۸۵م)
- انصاری، مرتضی. (۱۳۷۸). کتاب المکاسب، ج ۴، قم: تراث الشیخ الأعظم.
- ایلخانی، محمد. (۱۳۸۲). تاریخ فلسفه در قرون وسطی و رنسانس. (سازمان مطالعه و

- تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها). سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- الصدر، السيد محمدباقر. (۱۴۳۲). السنن التاريخية في القرآن. اعداد صياغة عباراته و ترتيب افكاره: محمدجعفر شمس الدين. بيروت: دار احياء التراث العربى.
- صدوق (ابن بابويه)، محمد بن على. (۱۴۱۳ق.). من لا يحضره الفقيه. مصحح: على اكبر غفارى. قم: دفتر انتشارات اسلامى
- طوسى، محمد بن حسن. (۱۳۸۷) المبسوط فى فقه الاماميه. تهران چاپ محمدتقى كشفى، تهران: المكتبة الرضوية لإحياء الآثار الجعفرية.
- كلينى، محمد بن يعقوب. (۱۴۰۸ق.). الكافي. ج ۵. تهران: دارالكتب الاسلاميه
- Alonso-Lasheras SJ, Diego. (2011). *Luis de Molina's De Iustitia et Iure: Justice as Virtue in an Economic Context*. <https://doi.org/10.1163/ej.9789004202252.i-246>, Brill. Retrieved from <https://brill.com/view/title/19890>
- Al-Sadr, Al-Sayed Mohammad Bagher. (1432). *Al-Sunan al-Tarikhiya in the Qur'an. Rewording of expressions and arrangement of thoughts: Mohammad Jaafar Shamsuddin*. Beirut: The Revival of Arab Heritage. (In Arabian)
- Ansari, Morteza. (1378). *Kitab al-Makasib*, vol. 4, Qom: The Heritage of Sheikh Al-Azam. (In Persian)
- Aquinas, saint thomas. (2000). *Commentary on Aristotle's «Nicomachean Ethics»*. (Aristotle commentary series). (G. Fiasse, corrector).
- Aquinas, St Thomas. [1270] 1947. "Summa theologia" New York: Benziger Bros.
- Aquinas, Thomas. (1393). Principles of theology. In Warren J. Samuels and Steven J. Medma (editors), (Mohammed Hossein Waqar, translator), *History of Economic Thought: From Aristotle to Stuart Mill* (pp. 61-33). Iran: Markaz. (The original work was published in 1485). (In Persian)
- Baldwin, John W. (1959). The medieval theories of the just price: Romanists, canonists, and theologians in the twelfth and thirteenth centuries. *Transactions of the American philosophical society*, 49(4), 1-92.
- Buridan, Jean. [1349] 2020. Commentary on Aristotle's Politics. In Fuller, Edward W., Ed. *A Source Book on Early Monetary Thought: Writings on Money before Adam Smith*. Edward Elgar Publishing.
- Chafuen, Alejandro Antonio. (2003). Faith and liberty: The economic thought of the late scholastics. Lexington Books.
- de la Calle, Luis Saravia. (1544). Instruction de mercaderes. In *THE SCHOOL OF SALAMANCA*. CLARENDON.

- De Roover, Raymond. (1951). Monopoly theory prior to Adam Smith: A revision. *The Quarterly Journal of Economics*, 65(4), 492-524.
- de Villalobos, E. (1637). *Summa de la theologia moral, y canonica*. por Sebastian de Cormellas. Retrieved from <https://books.google.com/books?id=m8haLAyL5B8C>
- Dempsey, Bernard W. (1935). Just price in a functional economy. *The American Economic Review*, 471-486.
- Elegido, Juan M. (2015). The just price as the price obtainable in an open market. *Journal of Business Ethics*, 130(3), 557-572.
- Elegido, Juan Manuel. (2009). The just price: Three insights from the Salamanca School. *Journal of business ethics*, 90(1), 29-46.
- Friedman, David D. (1980). In defense of Thomas Aquinas and the just price. *History of Political Economy*, 12(2), 234-242.
- Grice-Hutchinson, Marjorie. (1952). *the School of Salamanca: readings in Spanish monetary theory*. Oxford: Oxford University press.
- Henry of Langenstein, (1484) *Tractatus bipartitus de contractibus*. Cologne.
- Hirschfeld, Mary L. (2018). *Aquinas and the Market*. Harvard University Press.
- Hollander, Samuel. (1965). On the interpretation of the just price. *Kyklos*, 18(4), 615-634.
- Hutchinson, Marjorie Grice. (2016). *Early economic thought in Spain 1177-1740*. Liberty Fund.
- Ilkhani, Mohammad. (1382). History of philosophy in the Middle Ages and Renaissance. (Organization for the study and compilation of university humanities books). Organization for studying and compiling humanities books of universities (Samt) . (In Persian)
- Koehn, Daryl; & Wilbratte, Barry. (2012). A defense of a Thomistic concept of the just price. *Business Ethics Quarterly*, 22(3), 501-526.
- Langholm, Odd. (1998). *The legacy of scholasticism in economic thought: antecedents of choice and power*. Cambridge University Press.
- Langholm, Odd. (2008). The German tradition in late medieval value theory. *The European Journal of the History of Economic Thought*, 15(4), 555-570.
- Lessius, Leonardus. (2007). On Buying and Selling (1605). *Journal of Markets & Morality*, 10(2).
- Melkevik, Åsbjørn. (2019). Starve all the lawyers: four theories of the just price. *The European Journal of the History of Economic Thought*, 26(1), 101-128.
- Molina, L. d. (1759). *De justitia et jure: opera omnia, tractatibus quinque, tomisque totidem comprehensa*. Editio Novissima. Huic diligenter recognitae accessit Index Universalis Rerum, quae in hoc toto Opere tractantur.-261
- Molina, Luis. de. [1597] 2014. *Treatise on Money*. Trans. by Jeannine Emery. Grand Rapids: Christian's Library Press.
- Monroe, Arthur Eli. (1924a). *Early economic thought: Selections from economic literature prior to Adam Smith*. Harvard University Press.
- Noonan Jr, John T. (1957). The scholastic analysis of usury.

- Olivi, peter john. ([1295]2020). A Treatise on Contracts. In Fuller, Edward W., Ed. *A Source Book on Early Monetary Thought: Writings on Money before Adam Smith*. Edward Elgar Publishing.
- Rothbard, Murray Newton. (2006). *An Austrian Perspective on the History of Economic Thought: Economic Thought Before Adam Smith*. Ludwig von Mises Institute.
- Sadouq (Ibn Babouyeh), Muhammad bin Ali. (1413 A.H.). I am not in the presence of al-Faqih. Proofreader: Ali Akbar Ghafari. Qom: Islamic Publications Office . (In Persian)
- Schumpeter, Joseph A. (2006). *History of economic analysis*. Routledge.
- Summenhart, Conrad,(1580). De contractibus. Venice.
- Tusi, Muhammad bin Hasan. (1387) al-Mabusut fi fiqh al-Umamiyyah. Tehran, published by Mohammad Taghi Kashfi, Tehran: Al-Razaviya Library for the Revival of Al-Jaafariya Antiquities. (In Persian)
- Wilson, George W. (1975). The economics of the just price. *History of Political Economy*, 7(1), 56-74.
- Koleini, Muhammad bin Yaqub. (1408 A.H.). Al-Kafi C5. Tehran: Darul Kitab al-Islamiya. (In Persian)