



## وابطه اخلاق اسلامی و عدم تقارن اطلاعات در بازار کار

نفیسه صالح نیا<sup>۱</sup>  
نقی ابراهیمی سالاری<sup>۲</sup>

### چکیده

یکی از فروض اساسی کارآیی بازارهای رقابتی، فرض اطلاعات کامل است که این فرض در سالهای اخیر زیر سوال رفته، و عدم تقارن اطلاعات در بازار به عنوان موضوعی مهم مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفته است. مطالعات نشان می‌دهد عدم تقارن اطلاعات کارآیی بازار را زیر سوال می‌برد. بازارها از جمله عناصر اساسی اقتصاد هستند و از این رو ارائه مدل‌هایی از بازار کارا از اصلی‌ترین دغدغه‌های اقتصاددانان در زمانهای مختلف بوده است.

بازار کار در کنار بازار کالا پول و سرمایه، نظام اقتصادی را شکل می‌دهد. عدم تقارن اطلاعات در این بازار می‌تواند کارآیی این بازار را دچار اختلال کند مثلاً اگر هنگام استخدام نیروی کار کارفرما قادر به تشخیص کارکر با بهره‌وری پایین یا بالا نباشد، ممکن است که بازار نیروی کار او رو به اضمحلال رود و به تبدیل شود که در آن تنها افراد با بهره‌وری پایین، با دستمزد کم، استخدام شوند، هرینتها افزایش پاید، کارگران با استعداد از بازار خارج شوند و ... بنابراین بازارهای با اطلاعات ناقص عموماً ناکارآ هستند. از این رو باید در جهت کاهش عدم تقارن اطلاعات در بازار کام برداشت.

با بررسی بازار کار اسلامی درمی‌یابیم که اسلام با در نظر گرفتن عدم تساوی اطلاعات از همان ابتدا به دنبال ارائه مدلی از بازار بوده که عدم تقارن اطلاعات در آن به حداقل رسیده باشد. عناصر اخلاقی کار و تولید در آموزه‌های دینی سیلار گسترده است و ارزش کار و تولید در اسلام به رعایت اخلاقی و ارزش‌های دینی در این عرصه منوط است. رعایت اخلاق اسلامی از طریق ایجاد انگیزه کار، تقویت وحدان کاری، کاهش هزینه نظارت، پر هزین از کم کاری و ائتلاف وقت و منابع و ... علاوه بر افزایش بهره‌وری نیروی

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد

۲. عضو هیأت علمی گروه اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد

کار، منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعات و افزایش کارآئی بازار می شود. در این مقاله، پس از بیان مبانی نظری در زمینه عدم تقارن اطلاعات و اخلاقی کار در اسلام، برخی از اصول اخلاقی اسلام در ارتباط با عدم تقارن اطلاعات در بازار، بیان شده است. این پرسش نشان می دهد رعایت اصول و ارزش‌های اخلاقی توصیه شده در اسلام، عدم تقارن اطلاعات را کاهش آدامد، و کارآئی بازار را افزایش می دهد. در مجموع می توان گفت شناسایی و تحقق عین این عناصر، عامله بر افزایش کارآئی بازار، زمینه ساز بهینه‌سازی فعالیت‌های تولیدی و در نتیجه رشد اقتصادی است.

**وازگان کلیدی:** بازار کار اسلامی، اخلاق اسلامی، عدم تقارن اطلاعات، کارآئی بازار

#### ۱. مقدمه

امروزه نظریه پردازان اقتصاد توسعه، بر این باورند که از میان سرمایه‌های فیزیکی، تکنولوژی و انسانی، آنچه بیش از همه در میزان تحولات تمدن پسربی مهمن و مؤثر است، متغیر کلان سرمایه انسانی و بهره وری درست از آن می باشد و بنای انسانی، پایه اصلی ثروت ملت‌ها را شکل می دهد (نوردار، ۱۳۶۶: ۲۷). از سوی دیگر، عامل زیربنایی در تحولات صنعتی و اقتصادی، تغییر خصلت اخلاقی و فرهنگی و وجود تصویرات عمومی دولت از مقاهیم اساسی نویسه، همچون «کار» و «زمان» است (معیدفر، ۱۳۷۷: ۱).

در اسلام نیز به نیروی انسانی و کار و تلاش توجه زیادی شده و به رغم تبلیغاتی که گاهی از جانب مخالفان اسلام درباره شرکت و روحیه دین‌گریزی و ترغیب به آخوندگاری در این مورد می شود و گفته از کار و کوشش را نتایج این نگرش در میان مسلمانان می دانند، منابع دینی ما پیر از روایاتی است که بر این امر تأکید فراوان کرده و آن را از مهمترین و ارزشمندترین عبادات شمرده است (عباس نژاد، ۱۳۸۴: ۶۱۹).

قرآن کریم اغلب در مورد صفات و عادات در حجارت و توزیع عادله ثروت در جامعه بحث می کند، انسانها را شویق می کند که تکنولوژی و مهارت های لازم را به دست آورند و برای افرادی که رای تأمین مالیات خود می کنند، ارزش فروایانی قائل است. فرقان با تبلیغ، تلف کردن وقت، و تأثیرگذاری کار غیرنوبی‌ای مختلف است و بر کار به عنوان منبع شادی و کامیابی تأکید دارد، کار سخت را یک ارزش انسانی و معنف است افراد سختکوش در کار خود احتمالاً پیشرفت پیشتری خواهند داشت. قرآن به مسلمانان آموزش می دهد که به طور مداوم همه جا و هرچاکه ممکن است کار کنند (علی و الراهان، ۱۴۰۸: ۶). در گیری و تهدید به کار پیشتر از تبلیغ و عیال پردازی، افراد را قادر می سازد تا اهداف خود را محقق سازند. خداوند در قرآن می فرماید: «... وَ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا يَعْصُ» (جان مشایخ، ۱۴۰۱).

علاوه بر شویق بکار، در اسلام به کیفیت روابطین کارگر و کارفرما نیز توجه شده است. روابط حاکم بر بازار مانند رابطه بین کارگر و کارفرما، حقوق کارگر، وضیعت محیط کار و خصوصیات الرأی نیروی کار برگرفته از دیدگاه مکتب اقتصادی حقوقی است. با این حال، هر چند در اقتصاد اسلامی، مکتب اقتصادی، باستمند و نیاستمندی‌های بازارهای اقتصادی از جمله پایارز کار را با استفاده از مدون دینی روشن می سازد، این نیاستمند و نیاستمند افزون بر بهره‌گیری از جهان بینی دینی، از فقه و قواعد کلی آنکه به صورت قواعد فقهی مطرح می شود، در کنار آثار مبانی بینشی و ارزشی

اسلام در محیط کار سیراب می شود (رضابی، ۱۳۸۳)، شفاف بودن حقوق و روابط، هزینه های معاملاتی در بازار را کاهش، و بازار را به سوی بازار کارآمد سوق می دهد و قواعد و احکام موجود در بازار اسلامی تا حد زیادی به شفاف بودن بازار کمک می کند. علاوه بر این در کتاب این احکام، اخلاق اسلامی می تواند نقشی مازنده جهت دستیابی به بازار کارا کارآمد ایفا کند.

مقالات اخیر در زمینه اقتصاد اطلاعات با پژوهی نوش بازارها و سایر نهادهای اقتصادی در فرابوری و انتقال اطلاعات، پیشی از تاریخی های بازار و سایر نهادها را تاثیر از اطلاعات پژوهی می دارد و بر اساس این مطالعات پیزاری از پژوهی های بازارها بیز در واکنش به اطلاعات پژوهی و وجود رانت اطلاعاتی حاکی از وجود مخارج بیش از حد برای کسب اطلاعات است و بازارهایی که در آن اطلاعات ناقص است، کار نمی‌نمایند (استیگلیتز، ۲۰۰۰).

پیزارهای غیرقانونی بودن فرضیهای بازار رقابت (به عنوان کارآترین مدل بازار)، باعث پیدایش موضوع عدم تقارن اطلاعات در بازار شده است. بعضی از اقتصاددانان معتقدند که عدم تقارن اطلاعات ناشی از عدم کفایت سیستم قیمتها برای ارائه اطلاعات کامل است. بر اساس تحقیق گروسمن، سیستم قیمتها مقداری عدم تعادل داشته و تمام اطلاعات را منعکس نمی کند.

عدم تقارن اطلاعات موجب تردید در برابر تعادل بازار می شود، چون فرض تعادل، پیانگر این است که افراد در هر زمان از مبالغ، میزان موجودی اثبات و قیمت بازار اطلاع دارند در حالی که اقتصاددانان اذعان دارند که پیشتر بازارها در شرایط رقابت ناقص به سر می برند و تعادل و اراس، بهینه بر وجود اطلاعات کامل در بازار خیال پردازانه است. پیزارهای ای جز پذیرش عدم تقارن اطلاعات در بازار نیست. استیگلیتز تأکید می کند که تکویری بازار رقابت کامل بر فضایی کاملاً شفاف بنا شده، ولی چنان خارج و واقعیت از ناقص اطلاعات رنج می برد.

پیکان نبودن اطلاعات، افزون بر فرار مالیاتی، موجب تأسیماتی هایی در بازارهای مختلف می شود، که از جمله پایامد منفی بر بازارهای دست دوم، بازار بیمه و بازار کار دارد و سبب تغییر ناساعل، مخاطرات اخلاقی و منضر شدن کارگران خوب شده و در نتیجه، کارآئی بازار را کاهش می دهد.

پژوهی اخلاق اسلامی نشان می دهد که در اقتصاد اسلامی، اخلاقی کار بر اساس چهار مفهوم اولیه تلاش، رقابت، شفافیت و رفاقت و مسؤولیت اخلاقی ساخته شده است (علی و الکاظمی، ۱۳۹۵). اخلاقی کار اسلامی، فدایکاری در برابر کار را یک

ارزش می داند و معتقد است افراد باید برای انجام کاری که توان آنها است حداقل تلاش خود را پکنند (علی، ۱۳۹۸)، به تقلیل از: درویش پوست، ۱۳۹۳، ۰۰۱ تا کمال زندگی مادی و تلاش برای آن نمی پردازد، بلکه کار را برای تحقیق و تکامل زندگی لازم می داند و به تلاش اقتصادی و کاری توجه زیادی دارد (احمد، ۱۳۹۷)، به تقلیل از: درویش پوست، ۱۳۹۰، ۰۰۱).

پژوهی بازار کار اسلامی نشان می دهد که در اسلام از همان ابتدا فرض بر عدم تساوی اطلاعات بین طرفین بوده است. به همین دلیل معنی شده تا از طریق وضع احکام و قواعد مختلف این عدم تقارن اطلاعات کاهش یابد. علاوه بر این احراق کار اسلامی باعث پژورش انسان های شده که (به عنوان کارگران و کارگران مسلمان) دارای پژوهی های زیرنده:

با منافع دیگران هماهنگ بوده، بلکه در موارد لازم، آن را بر منفعت شخصی خود مقدم می دارند<sup>۱</sup>. دلداد و واسطه به ثروت نیستند، بلکه آن را در میز رضایت الهی<sup>۲</sup> و خدمت به نیازمندان<sup>۳</sup> به کار می گیرند، میهن و خوبیت دارند. در برای ناسامانی های اقتصادی و مشکلات زندگی، شکایایی می ورزند<sup>۴</sup> و هنگام رفاه و آسایش، غیزان نمی کنند و به سرمایت و شادمانی و فخر و فروش آنوده نمی شوند<sup>۵</sup>. آینده نگر و دارای پیشی عمیق هستند؛ این رو، دارایی خوبیش را در صدد ای مقدس، و میله ای برای تلیل به منافع در احتمات و سود و لذت بازار قرار می هند (ابروانی، ۱۳۸۲).

وجود چنین افرادی در بازار باعث ایجاد شفاقت بر اطلاعات می شود و احتمال گرفتار شدن بازار در دام انتخاب ناطقوی و مخاطره اخلاقی که هم ترین مقاهم عدم تقارن اطلاعات هستند، را کاهش می دهد. آموزه های اسلام، این از هر مکتب و ادیسه ویگری ارزش و اخلاق کار احتمام ورزیده و با ارائه صحیح و نهادنیه ساختن آن در فرهنگ عمومی که خود نیازمند تحققانی ژرف و عالمانه می باشد، تحولات رزپی را در احتمال و تکامل اخلاقی کار در جامعه، از طریق افزایش کارآئی بازار پدید آورده است.

<sup>۱</sup> در پژوهیون علی اشتبهه و لو کان بهم خاصه.

<sup>۲</sup> پیغمبر امیرهم ایتمان، مرحمات الله.

<sup>۳</sup> در این اولیه حق للصالح والسرور.

<sup>۴</sup> در اصلیه علی ما اصلیه.

<sup>۵</sup> الله لمرح الخواص الآلية صورا و عملوا الصالحة.

<sup>۶</sup> آن الذين يطعنون كتاب الله و انفسوا الصلاة و انفسوا مثنا رزقناهم سررا و علانية پرچون تجارة لن تبرأ نیوپریم

## ۲- مبانی نظری ۱- عدم تقارن اطلاعات

بحث درباره ناشی اطلاعات در اقتصاد از بازاریابی و زیر مسئول بودن پکن از فرض‌های نظریه رفاقت کامل در بازار شروع شد. این فرض بر این مبنای است که تمام شرکت‌های کنندگان در بازار، از تمام قیمت‌ها و تمام اطلاعات تغایرانه مربوط اطلاعات کامل دارند. بدین معنا که از یک سو، بگاهه‌ها، قیمت‌های تمام کالاهایی را که اختصاراً من توانند تولید کنند و فناوری تولید این کالاهای نیز قیمتی که در آن می‌توانند نهادهای لازم را خریداری نکنند، می‌دانند از سوی دیگر، تمام افراد هم از قیمت‌هایی که در آن می‌توانند تمام کالاهای را خریداری کنند و متعایش شان را به طورکاری و پیخصوص نیروی کارشان را بفروشند، آگاه می‌ستند (کورتیس، ۲۰۰۲، ص ۲۷۳).

نوشه‌های فراوانی در ادبیات اقتصادی قرن بیست و وجود دارد که با تکیه بر رقابت به عنوان یک فرایند، در بین دو فرض‌های در رقابت کامل، هستند. برای مثال، اقتصاددان مكتب ابریش که در رأس آنها افزایی، مجهون منکر و بوم باور فرار دارند، که برای تحلیل‌های خود از اطلاعات مرسم نظریه رقابت، از جمله اطلاعات کامل استفاده نکرده و به جای آن، اطلاعات حدیدی، مجهون نظریه رقابت، از جمله اطلاعات، را جایگزین کرده‌اند تفاوت در دسترسی به اطلاعات، عدم تقارن اطلاعات، نامیده من شود. برای مثال، یک کارگر پیش از کارفرمایی خود دریابار اینکه چه قدر در کارش تلاش می‌کند، آگاهی می‌دارد. فروشنده یک انواعی دست دارد، پیش از خریدار آن درباره شرایط انواعی مورد مبالغه می‌داند. تفاوت در دسترسی به اطلاعات سبب می‌شود که شخصی کیفیت خوب در مقایسه با کیفیت پایین تر پرهزینه باشد. از آنجا که اطلاعات، کالای عمومی است و در سویرت حقوق، همگان از آن استفاده می‌کنند، تجار و بعض شخصی اتکیه‌ای برای گردآوری اطلاعات و افسای آن ندارند. این امر سبب می‌شود که بازار با تقصی اطلاعات روزی رو شود و سریع‌تر، عدم تقارن اطلاعات سبب انتخاب ناساعد و کاهش کارآئی بازار می‌گردد (کاظمی نجف آبادی و همکاران، ۱۳۹۱).

در مثال کارگر و کارفرما عمل پنهان شده، وجود دارد در حالی که در مثال خرید و فروش انواعی، خصوصیات پنهان شده، وجود دارد. در هر مورد، طرفی که در تاریکی فرار دارد (کارفرما و خریدار انواعی) علاقه به آگاهی از اطلاعات مربوط دارد اما طرف مطلع (کارگر و فروشنده انواعی) اگریزه پنهان کردن اطلاعات را دارد. اطلاعات ناقص علاوه بر نقص کارآئی بازار، می‌تواند به شرایط احصاری منجر شود. علاوه بر این در

### شرایط وجود اطلاعات ناقص، به جای قیمت واحد، توزیع قیمت‌ها و دستمزدها وجود دارد.<sup>۱</sup>

هم ترین پژوهش‌ها در زمینه عدم تقارن اطلاعات، مطالعات اکرلوف، اپسنس و استیگلیتز در این زمینه بود. تحلیل اکرلوف، اپسنس و استیگلیتز از بازارهای با اطلاعات ناقص، موضوعی بنیادی در تئوری مدرن اقتصاد خود را تکثیر می‌دهد. تحقیقات آنها فهم ما را از پدیدهای در بازارهای واقعی موجب می‌شود که این پدیده توسعه تکریتیست توكالاسیکاها لحظه نمی‌گردد. به علاوه، مدل‌های به کاربرده شده آنها ضرورت وجود سیاری از مؤسسه اجتماعی که آثار غرق اطلاعات ناقص را خشی می‌کنند، توضیح می‌دهد. طبق کاربرده این مدل‌ها شایان توجه است و از بازارهای مالی گفته تا بازارهایی صنعتی را شامل می‌شود که در نهایت، همگی به موضوعات توسعه اقتصادی ختم می‌شوند (همان).

اپسنس نشان داد که کارگران برخوردار از اطلاعات کافی می‌توانند با اشاعه اطلاعات خصوصی خود به کارگران فاقد اطلاعات لازم، بازه بارگار کار و نیز را بهبود بخشند. او در مقاله پیشین خود (۱۹۷۳) تخت عنوان «اعلات‌دهی بازار کار» و نیز کتاب «اعلات‌دهی بازار» مطلع آموختش تبریزی کار را به عنوان «اعلات‌دهی بازار کار» برای بازار تبریزی کار در نظر می‌گیرد. اگر موقع استخدام تبریزی کار، کارفرما قادر به تشخیص تبریزی کار با بهبودی پایین با لایاند ممکن است که بازار تبریزی کار به اضطراب کشانده شده و به بازاری تبدیل شود که در آن تنها افراد با بهبودی پایین با دستمزده کم استخدام شوند.

#### ۱-۱-۲. مفاهیم عدم تقارن اطلاعات

به طور کلی عدم تقارن اطلاعات در بازار تحت دو مفهوم انتخاب نامطلوب و مخاطره اخلاقی مطرح می‌گردد که در اینجا به بیان این دو مفهوم در بازار کار می‌پردازم:

##### ۱-۱-۱-۱. انتخاب نامطلوب

اکرلوف نشان داد که اطلاعات ناقص از انتخاب نامطلوب<sup>۲</sup> را در بازار افزایش دهد. خصوصیات پنهان شده، انتخاب بد و مسأله لمونز (انواعی بد): مسأله انتخاب بد در بازارهای اتفاق مانند که آگاهی فروشنده دریابار ویژگی‌های کالای در حال فروش پیش از خریدار است. در نتیجه خریدار با خرید کالایی باکیفیت پایین

1. Joseph Stiglitz, Information, The concise encyclopedia of Economics: 1-6.  
2. Adverse Selection

متهم ریسک می شود، به عبارت دیگر «انتخاب» کالاهای درحال فروش از دیدگاه خردیار غیر مطلع، می تواند «بد» (نامناسب) باشد.

انتخاب بد، در بازار کار نیز اتفاق می افتد طبق نظریهای خود را بهتر از بگاه های کارگران توئنایهای مقاومتی دارد و ممکن است توئنایهای خود را بهتر از بگاه های که آنها را استخدام کرده اند، بدانند. وقتی بگاهی مستمزد پرداختی خود را کاهش دهد، خروج کارگران با استعدادتر از آن بگاه احتمال پیشتری دارد؛ زیرا این کارگران آگاهند که می توانند شغل دیگری پیدا کنند. بر عکس، یک بگاه ممکن است مستمزدی بالاتر از مستمزد تعاملی پرداز تا کارگران بهتری حذب کند، یا بر قرض بگاهی که عالمکرد خوبی ندارد و بجهور به کاهش مستمزدها است، می تواند این کار را یا با کاهش مستمزدها و یا با ثبات مستمزدها و اخراج کارگران برای مند حقه بهطور تصادفي انجام دهد. اگر این بگاه، مستمزدها را کاهش دهد، پس از توئنایهای خود را ترک می کند، زیرا آنها می دانند که قادرند شغل بهتری در بگاه دیگری پیدا کنند. البته اگر کارگران بهتر، بهطور تصادفي برای اخراج انتخاب شوند، ممکن است آن بگاه را ترک و شغل دیگری در جای دیگر پیدا کنند. در این حالت تنها بجزئیه از بهترین کارگران خارج می شوند (همه آنها اخراج نمی شوند، چون کارگران بهطور تصادفي انتخاب می شوند)، در حالی که اگر بگاه ها مستمزدها را کاهش دهند، «همه کارگران بهتر»، خارج خواهند شد. اگر هنکام استخدام نیروی کار، کارفرما دادر به تشخیص کار با بهروزی پایین یا بالاتر باشد، ممکن است که پیاز نیروی کار او رو به اضطراب می شود و بازاری تبدیل شود که در آن تنها افراد با بهروزی پایین، با مستمزد کم، استخدام شوند.

از طرف دیگر مستمزدهای بالاتر متجر به بهروزی بالاتر می شود. اصولاً وقتی اطلاعات ناقص است و قرارداد کامل نیست، میزان بهروزی بالاتر ممکن است بستگی به مستمزدها داشته باشد. مستمزد بالاتر از حلقه ضروری، «مستمزد کارآئی» نامیده می شود. با وجود مستمزدهای کارآئی، بیکاری می تواند در یک سقط تعادلی قرار گیرد. جزوی استیگلیتز بهار دلیل در پاسخ به اینکه چرا بهروزی می تواند بستگی به مستمزدها داشته باشد، از این کرد:

اول، مستمزدهای پایین متجر به جایگزینی بیشتر کارکنان و در نتیجه هزینه های جایگزینی بالاتر آنان می شود که بگاه آن را تحمل می شود.

دوم، بگاه هایی که بالاتر از مستمزد تسویه کننده بازار می پردازند، کارگران توئنایه جذب می کنند. با وجود مستمزد کارآئی، بیکاری نیز در تعادل، قرار می گیرد؛ بنابراین اگر اطلاعات، ناقص باشد، روشی است که شایوه تحلیل تعادل رفاقتی سنتی بر این

امس که بازارها «بایده» تسویه شوند، درست نیست.

سوهم، مستمزدهای بالاتر، انگیزه پیشتری برای ساخت ترک کارگردن ایجاد می کند. اگر اطلاعات کامل بود، کارگران تنها به نسبت تلاش خود، مستمزد من گرفتند. کارل شایپرو و استیگلیتز روابط تعادل عمومی را سازماندهی کردند که اگر تمام کارگران همانند باشد و تمام بینگاه ها به کارگران مستمزد پیکانی پردازند و در چنین شرایطی بینگاهی پیدا شود که مستمزد بالاتری پردازد، مستمزد تمام کارگران افزایش خواهد یافت. اما در این حالت اگر کارگری به اتهام شانه خالی کردن از زیرکار، اخراج می شد به دلیل وجود اشغال کامل، وی می توانست بلطفاصله شغل دیگری با همان مستمزد پیدا کند و بنابراین، مستمزد بالا هیچ انگیزهای فرامم نمی کرد؛ اما در صورت وجود بیکاری، شانه خالی کردن از زیرکار، هریه داشت. کارگر اخراجی قبل از آنکه شغل دیگری پیداست اوره، باید برای مدتی در گروه بیکاران باقی می ماند. هر قدر ترخ بیکاری بالاتر باشد، کارگر مدت طولانی تری مقتضی می ماند. استیگلیتز و شایپرو نشان دادند که در تعادل، «بایده» بیکاری وجود داشته باشد؛ بیکاری و سلسله انصباب است تا کارگران را وادار به کارگردن کند.

چهارم، بینگاه ها مستمزدهای بالا می پردازند تا هریه های جایگزین کارکنان را کاهش دهند؛ زیرا سطح مستمزدها بستگی به مستمزد سایر بینگاه ها دارد.<sup>1</sup> می توان گفت وقتی بازارها با انتخاب بد موافق باشند، دست تامیل جادو نمی کند. به همین علت مثلاً در بازار کار، مستمزدها ممکن است فراتر از سطح توازن عرضه و تقاضای کار قرار بگیرند، که نتیجه آن بیکاری است.

**۲-۱-۲. مخاطره اخلاقی**

مفهوم از مخاطره اخلاقی این است که شخصی که بعطر ناقص، نظرات و کنترل می شود، تعاملی به رفتار فریکارانه (یا نوام یا نادرستی) یا رفتار نامطلوب (نایست و بد) دارد. مثال کلاسیک مخاطره اخلاقی، مربوط به کارگزار (با کارگر) و کارفرما است. اگر کارفرما توئنایه عطور کامل بر رفتار کارگزار، نظرات و کنترل داشته باشد، کارگزار تعامل دارد که از آنچه مغلوب کارفرما است، ناقص کند. عبارت مخاطره اخلاقی اشاره به ریسک یا خطر رفتار نامناسب یا غیراخلاقی کارگزار دارد. در چنین وضعیتی، کارفرما تلاش می کند از راه های متعدد کارگزار را به عمل مسوولانه تر شویق کند.

1.Joseph Stiglitz, "Information and the change in the paradigm in economics", p. 19.

**۲-۲. مفهوم اخلاقی کار**  
صاحب نظران، اخلاقی کار را بیانگر حد یا قدر و میزانی می‌دانند که هر فرد برای کار پاور دارد (رسایلیان، ۱۳۸۱). اخلاقی کار، بخشی از فرهنگ جامعه به شماری روید که عقاید و ارزش‌های مربوط به کار را در می‌گیرد و از قواعد کاری حاکم بر فرهنگ جامعه پیروی می‌کند. در تعریف آن، گال گفت: «قواعد و رسیدهای برانگیزشده و قعال شده تمهد ذهنی، روانی و فیزیکی فرد با گروه چشم می‌پاشد که به نحو کافی به ارزشی منعکس فرد را در جهت جهیه های گوتانگی کار از جمله تعامل به نظام اجتماعی و فرهنگی جامعه است» (عینفر، همان: ۱۹-۲۰).

اخلاقی کار، در تعاریف ارائه شده پیشتر از تگاه جامعه شناختی پربررسی شده و اغلب به وجودان کار و علاقه درونی افراد به انجام وظایف شغلی توجه دارد.

اخلاقی کار نگرش فردی را در جهت جهیه های گوتانگی کار از جمله تعامل به فعالیت و مشاورک، تعامل به پادشاهی های مادی و غیرمادی، تعامل به تحرك شغلی به سوی بالا را منعکس می‌کند (درودیش پویس، ۱۳۸۰: ۵۲) و به دو دسته اخلاقی کار پرستان و اخلاقی کار اسلامی تقسیم می‌شود.

**۳-۳. اخلاقی کار از دیدگاه اسلام**  
فرد مسلمان برآسان پاورها، احکام و اخلاق اسلامی کار اقتصادی را عمل صالح دانسته و عوامل مؤثر بر ساعتی اقدام اقتصادی مسلمان دستمزد، نیازهای اساسی اجتماع، فقر و تأمین اجتماعی نیز هست. تعدد عوامل مؤثر باعث نسبی غریبه نیزی کار در وضعیت نوسان دستمزد است؛ که در صورت نیاز ساعتی اقدام کار به حداکثر می‌رسد؛ هرچند میزان دستمزد به حداقل بررسد (رضایی دانی، ۱۳۹۰).

از سوی دیگر، نیزی کار و صاحب سرمایه پاید اینگیزه حضور در فرایند تولید را داشته باشد. التکریه آنان محركیای لازم را می‌طبلد. پاورها، نیازها و انتخاب آنان محرك اصلی برای حضور در پخش تولید است. فرد مسلمان پاورهای دارد و رفاقت خود را متنطبق بر فقه اخلاقی اسلامی شکل می‌دهد. پاورها، اخلاقی و فقهه هدایت کننده انگیزه های فردی است و ترجیح های وی را شکل می‌دهد و انگیزه بر انتخاب و تصمیم گیری وی مؤثر است.

در نظام ارزش‌گذاری اسلام، کار و تولید، نه امری صرفاً مادی، بلکه عبادتی بزرگ و دارای ارزش ذاتی است؛ بدین معنا که کار و تولید، صرفاً مقدمه کسب کردن سود و درآمد پا ضرورتی برای جلوگیری از فقر نیست، بلکه نفس کار کردن په میب آثار

مثبت اقتصادی، روحی و اخلاقی آن مطلوب است؛ از این رو، انسان در عین توائگری و بی نیازی، موظفک به کار و نلاش است و در عین حال، ارزش آن، به رعایت اخلاقی کار منوط می‌باشد.

کار و نلاش با اخلاقی و دیناری، رابطه ای متقابل دارد. کار، پستر مناسی برای کار و نلاش های اخلاقی و پاور انسان در دیناری و در مقابل، گزاره های اخلاقی و آموزه های دینی، مشوق و زمینه ساز کار پیشتر است.

پیکاری، افزون بر رکود اقتصادی، آثار مخربی نیز بر جسم، جان و اخلاقی آدمی وارد می‌کند و زمینه برخود اعتماد اخلاقی و اجتماعی و اسباب شناخت زندگی را فراهم می‌سازد.

ارزش کار و تولید در اسلام، به رعایت اخلاقی و ارزش های دینی در این عرصه منوط است. از ویژگی های نظام اقتصادی اسلام این است که نظام اسلامی با طرح برخی قواعد و پارادایم های اساسی و اخلاقی در اتفاقی با پرسخ قواعد بازار به اصلاح و تقویت آن پرداخته و در صاده ارائه مدلی اخلاقی و عالله ای بازار بوده است که این امر روابط میان کارگر و کارفرما را نیز شامل می‌شود. تولیدکنندگان نهاده و نیزروی کار خود مسلمان و معقدت به معادنند. در نتیجه احتمال تأثیر کارگران و همچنین تولیدکنندگان مبالغ و نهادهای و اقدام آنان در جهت دریافت بهای غیرعادلانه، کمتر است. علاوه بر این نیزروی کار مسلمان دارای ویژگی هایی است که هزینه دستیابی به اطلاعات و نظارت برای کارفرما را کاهش می‌دهد.

**۳-۴. اخلاق کار اسلامی و عدم تقارن اطلاعات**  
موارد ذکر شده در بالا نشان می‌دهد که ویژگی های اخلاقی نیزروی کار و کارفرمای مسلمان می‌تواند در ایامش عدم تقارن اطلاعات در بازار مؤثر باشد. در کار این ویژگی های اخلاقی، حضور دولت و وظایف تعریف شده برای آن، قوانین نهضه و مقررات حاکم بر بازار و ساختار کاری و اصول حاکم بر بازار در اسلام تنشی سیزده در این زمینه ایغا می‌کند که به اختصار به برخی از آنها اشاره کردیم. در این قسم راهکارهای پیشنهاد شده از سوی اقتصاددانان در زمینه کاهش عدم اطلاعات در بازار و سپس راهکارهای اسلام بیان می‌شود.

### ۱- راه های غلبه بر عدم تقارن اطلاعات

#### • علامت دهنده برای ابراز اطلاعات خصوصی

این مفهوم شاره به اقدامات طرف مطلع به متوجه آشکارسازی اطلاعات خصوصی دارد. «ارسال علامت» مستلزم آن است که کارگزاران اقتصادی معابرهاي قابل مشاهده - که هرینه بر هستند- مطرح کنند تا تواند سایر کارگزاران را درباره بواسطه‌ها یا کیفیت کالای خود متوجه سازند. برای اینکه یک اقدام، علامتی مؤثر باشد، باید برای آن هرینه ابراز خواهد شد، و به همین دلیل الزام دیگری وجود دارد؛ علامت باید برای شخص دارنده مخصوصی با کیفیت بالا هرینه بعد از داشته باشد، در غیر این صورت همه این ایگرها را دارند تا از همان علامت استفاده کنند و بدین شکل دیگر آن علامت، مفهومی را آشکار نخواهد کرد.

#### • طراحی نهادها

از آنجایی که ایگرها نفع شخصی در بازار سبب می‌شود که تجار برای کسب سود پیشتر اطلاعات را کسانش نهاده‌اند، نهادها می‌توانند با فرهنگ سازی یک رفتار اجتماعی، الزاماً به مرائب قویی‌تر از الزامات دولتی برای کنترل رفتار فردی ارائه کرده و ایگرها را برای انشای اطلاعات و ممانتع از سودجویی‌های غیرمتعارف، افزایش داده و در غلبه بر عدم تقارن اطلاعات مؤثر باشند.

چورف استگایلر راه کارهایی برای غلبه بر عدم تقارن اطلاعات ارائه می‌دهد که بکی از آنها بر طراحی نهادها مبتنی است. استگایلر استدلال می‌کند که نهادها می‌توانند در ایجاد و توسعه سیستم ایگری‌سپی برای غلبه بر عدم تقارن اطلاعات، اینکی تنش کنند.

نورث و نوماس یک نهاد را به عنوان «توافقی بین واحدهای اقتصادی» تعریف می‌کنند. توافق بین واحدهای اقتصادی یا نهاد، می‌باید کلیک گیری ساختاری می‌شود که به آسانی تضییع از آن امکان پذیر نیست. برای مثال، اصفاق مخفف در بازار مفروض و وضعیتی که هر چند الزام قانونی ندارد، ولی می‌تواند سمعات اجرایی بالایی داشته باشد، به گونه‌ای که تخطی از آن با واکنش دیگران روبه رو شده و در مواردی به حذف مختلف از بازار منتهی شود. نورث در نوشتۀ دیگری تصریح می‌کند که نهادها شامل مجموعه‌ای از قید و بندنهای رفتاری به شکل قوانین و مقررات، و همچنین مجموعه‌ای از هنجارهای رفتاری اخلاقی هستند؛ هنجارهایی که تعیین کننده ساختارهایی هستند که چگونگی مشخص کردن قوانین و مقررات و به اجرا درآوردن آنها را محدود می‌کنند. علاوه بر

این، برای تغییر دادن انگیزه‌های ذاتی مبادلات بازار، همچون تعقیب شخصی، به کار برده می‌شوند.

#### • مدیریت و نظارت اطلاعات توسط دولت

دولت می‌تواند با این بریت ارائه اطلاعات و نظارت بر آن بر عدم تقارن اطلاعات غلبه داشته باشد. همچنین در مواردی که جمیع آرزوی و انشای اطلاعات برای بخش خصوصی هزینه دارد، دولت می‌تواند با توجه آن به شفافیت اطلاعات در بازار کمک کند. گردآوری و انشای اطلاعات: یکی از راه‌های غلبه بر عدم تقارن اطلاعات، گردآوری اطلاعات است. برخی افراد ایگرها گردآوری اطلاعات را دارند. کارفرما با گردآوری اطلاعات است. برخی افراد ایگرها گردآوری اطلاعات را دارند. کارفرما با گردآوری اطلاعات درباره متفاضلان کار می‌تواند دیگران هم بدانند و مستمرد به صورت مزایده خواهد شد و لذا کارفرما اطلاعات گردآوری شده مربوط به متفاضلان شغل را در اختیار دیگران نمی‌گذارد.

#### • معرفی خود

با توجه به اینکه افراد در بازار توانایی خود اطلاعات کافی دارند، یک راه غلبه بر عدم تقارن اطلاعات در انتخاب نامناسب این است که به هر شخص اجازه داده شود ویژگی‌های درست خود را ابراز کند. غرایلکردن از طریق بررسی به متوجه ترغیب برای آشکارسازی اطلاعات: هنگامی که طرف مطلع اقداماتی برای آشکارکردن اطلاعات خصوصی اش انجام دهد، این امر «علامت دهنده» اما هنگامی که طرف غیرمطلع اقداماتی انجام دهد که طرف مطلع را برای آشکارسازی اطلاعات خصوصی‌اش، ترغیب کند؛ این امر، «غایل کردن» نامیده می‌شود.

مشاهده رفتار در بازار از طریق مشاهده رفتار در مکان بازار، می‌توان اطلاعات زیادی را جمیع آوری کرد. به عنوان مثال، تعاملی به خرید پیمه در یک فهمت خاص، اطلاعاتی را درباره متفاضل ایجاد می‌کند، به شرکت پیمه منتقل می‌کند. با تعامل به فروش اتومبیل مستعمل، اطلاعاتی را درباره کیفیت اتومبیل منتقل می‌کند.

#### • انتقال اطلاعات از طریق اقدامات

برای انتخاب از انتخاب نامطلوب به دلیل عدم تقارن اطلاعات می‌توان اقدامات انجام داد. اقدامات زیادی برای انتقال اطلاعات وجود دارد. به عنوان مثال، برای بیرون کشیدن اطلاعات و شناخت سلامت و بیماری متفاضل ایجاد می‌کند، شرکت پیمه با استقرار محل کار خود در پنجمین طبقه یک ساختمان بدون آنسوسون، مطمئن می‌شود که تنها افراد با

- قلب سالم، متقاضی بیمه درمانی از آن خواهد بود.
- کیفیت حفاظت از ارائه شده

از جانب یک بنگاه، اطلاعاتی درباره کیفیت محصول متقل می‌کند. تنها بنگاه‌هایی که محصول‌شان قابل اعتماد باشد ضمانت خوبی ارائه می‌کنند. ضمانت<sup>۱</sup> مطلوب است نه فقط به دلیل اینکه ریسک را کاهش می‌دهد، بلکه، به سبب آنکه اطلاعات مربوط به کیفیت محصول را منتقل می‌سازد.

#### • شمار سال‌های تحصیل

این شاخص، اطلاعاتی درباره توانایی یک فرد می‌رساند؛ افراد تواناتر، تحصیلات بالاتری دارند. افزایش دستمزدهای مناسب با افزایش تحصیلات، ممکن است به دلیل افزایش سرمایه انسانی بباشد، بلکه توجه توانایی پیشتر باشد که با اطلاعات منتقل شده، تحقق می‌پابد.

#### • نظارت و کنترل بهتر

به عنوان مثال، نسبت درویین ویدئویی در کارگاه برای ضبط رفتار کارگران، هدف از این کار، چیزگیری در رفتار غیرمسؤولانه است. هر چند زیرنظر گرفتن<sup>۲</sup> عدم تقارن اطلاعات را کاهش می‌دهد؛ معمولاً پرهزینه است.

#### • دستمزد بالاتر

براساس نظریه‌های دستمزد کارآیی، برخی کارفرمایان به کارگران خود دستمزد بالاتری از مقطع تعادل عرضه و تقاضا در بازار کار می‌پردازند. کارگری که دستمزد بالاتر از تعادل دریافت می‌کند، با احتمال کمتری از زیر کار، شانه خالی می‌کند، زیرا اگر مچ او را بگیرند و اخراج شون، ممکن است تواند مشغل بیگری با پرداخت بالا دست آورد.

#### • پرداخت معوق

شرکت‌ها می‌توانند پرداخت پیش از جیران حقوق کارگر را به تأثیر اندازند. بنابراین اگر کارگری از زیر کار شانه خالی کند و اخراج شود، آنگاه جریمه سنتگین‌تری را متحمل خواهد شد. یک مثال از جیران معوق، همان پاداش بیان سال است. بنابراین افزایش سالانه دستمزد، به دلیل افزایش سالانه خدمات و افزایش تجربه نیست، بلکه به سبب واکنش به مخاطره اخلاقی است.<sup>۳</sup>

#### • بیهود قرارداد

کارفرمایی که در نظر دارد کارگزارش، کار را با کیفیت مطلوب انجام دهد، در قرارداد

1. guarantee

2. monitoring

3. N. Gregory Mankiw and Mark Taylor, "Economics", Thomson Publisher, 2006

این امر را مشخص خواهد کرد و یا دامدهایی که قصد دارد وام در فعالیت‌های با ریسک بالا استفاده نمود، آن را در قرارداد وام مشخص خواهد کرد. این گونه مخاطره‌های اخلاقی درباره «قدامات» با بیهود قرارداد (کار و وام)، کاهش می‌باشد (میرجلیلی، ۱۳۸۶: ۱۵۰).

همان طور که بیان شد به علت تأثیرات نامطلوب علم تقارن اطلاعات در بازار، اقتصاددانان به دنبال ارائه راهکارهایی جهت افزایش تقارن اطلاعات و شفافیت در بازارها هستند. در اسلام از همان ابتدا با در نظر گرفتن وجود پدیده عدم تقارن اطلاعات راهکارهایی برای کاهش آن ارائه شده است. که برخی از آنها شاید راهکارهایی گفته شده در بالا هستند. به عنوان مثال تأکید بر تدوین قراردادهای مناسب قبل از تجاه هر کار، گرفتن شاهد در تدوین قراردادها، معرفی خود و صادق بودن و گفتن حقیقت در مورد مهارت‌ها و توانایی‌های شخصی و ...

دلت درباره بازار کار در اقتصاد اسلامی وظیفه هایی مانند: دفع ظالم و استثمار نیروی انسانی، تدوین مقررات در محدوده شرع، تغایر اجرای قوانین و مقررات، گسترش آموزش و مهارت نیروی انسانی، تبیین سطوح دستمزدها، تأمین شغل، تأمین اجتماعی و تأمین درآمد برای کارگران و صدور مجوز کسب و کار دارد (رضابی، ۱۳۷۷). حضور این چنینی دولت در بازار می‌تواند به شفافیت و تقارن اطلاعات کمک نماید.

از طرفی برخی از راهکارهای ذکر شده، دارای مشکلاتی است مثلاً علامت دهن، تغایر دریافت می‌کنند، با احتمال کمتری از زیر کار، شانه خالی می‌کنند، زیرا اگر مچ او را بگیرند و اخراج شون، ممکن است تواند مشغل بیگری با پرداخت بالا به دست آورد. اسلام از طریق ایجاد نهاد اخلاقی در بازار کار و بیجاد ویژگی هایی در میان مسلمانان، توانسته تا حد زیادی هزینه به کارگیری این راهکارها را از دوش افراد بردارد. همان طور که گفته‌یم، دستمزد بالا می‌تواند مجرّد به پیکاری شود که طبق نظریه دستمزد کارآیی، این مقدار پیکاری برای اینکه کارگران از زیر کار شانه خالی نکنند لازم است. کارگر مسلمان به خاطر داشتن ویژگی هایی مثل هدفناکی، مسؤول بودن، اختیار، برخورداری از حیات جاوار، دو بعدی بودن، داشتن تخصص و ... باعث افزایش اعتماد و شفافیت اطلاعات در بازار و مانع اسراف و اتلاف منابع می‌شود، هزینه تولید را کاهش و کارآیی را افزایش می‌دهد. سود واقعی واحد تولیدی را بالا می‌برد و زیمنه سرمایه‌گذاری بیشتر را فراهم می‌کند.

در بازار اسلامی، دستمزد براساس کار و کیفیت آن پرداخت می‌شود (شعراء، ۱۳۸۳: ۱۸۱-۹۰). در معامله‌ها، کلاً باید با ترازوی صحیح مورد سنجش قرار گیرد و

برابری وزن دو طرف لحاظ شود و اموال دیگران کم ارزشگذاری نشود. در تمام معامله ها، دو طرف آن باید با هم زیر میان صحیح سنجیده شوند و برای آنها باید واقعی باشد. ارزش کالا و خدمات از آن شده نباید کم جلوه داده شود. و با حبله و فریب و اعمال فشار از ارزش حقیقی خدمت نیروی انسانی کاسته شود.

پکی از راهکارهای گفته شده در الا، طرایح نهادها بود، که اسلام در این زمینه، پیشنهاد ای سپاه غصی دارد. نهاد اخلاقی اسلام در زمینه بازار کار توصیه هایی دارد که منجر به ایجاد ویژگی هایی در نیروی کار و کارفرمای مسلمان شده است. برخی از ویژگی های موافق بازار کار در اسلام که می تواند در زمینه کاهش عدم تقارن اطلاعات و افزایش کارآئی بازار مؤثر باشد به شرح زیر است:

#### ۱. هدفمندی و انگیزه سالم

در جهان پیش اسلامی، کار مفهوم ویژه ای داشته و آثار آن تمام صحنه هستی را من گیرد و ذیا آخرت را به هم گره می زند و به عنوان پرتوی و جلوه ای از کردار الهی معرفی می شوند. کسب درآمد و تأمین میبینست زندگی عود و خانواره، تأمین زیارات های اساسی اجتماع رفع قفر و تأمین اجتماعی نیازمندان. مطلوبیت ذاتی کار اقتصادی اهداف و انگیزه های کار فرد مسلمان است (بن اثیر، ۱۹۷۰، ج. ۱، ص. ۳۷۷-۳۷۸، حرم، ۱۳۸۳، ج. ۱۲، ص. ۲۲۴، کلینی، [بن اثیر]، ج. ۵، صص ۷۵-۷۶ و ۷۸-۷۹، ج. ۲، صص ۳۶-۳۹، ۱۳۷۷-۱۳۷۸ و ۱۴۰۱، ج. ۹، ص. ۱۹).

تمارت در دلهای و لکیزه ها، یکی از وجوده تعبیر کار و تولید در مکتب اقتصادی اسلام با مکتب مایه داری است؛ چرا که بر مکتب سرمایه داری، هدف از تولید، صرف افزایش دادن سود و درآمد است؛ از این رو، مجالی را برای اندیشیدن در ارزشها و رعایت محدودیت های اخلاقی در کار و تولید پایی نمی گذارد.

#### ۲. وجدان کاری

و جهان کار که گاهی از آن به اخلاق کار تعبیر می شود، به معنای گیرایش به اتحام صحیح کار و وظایف شغلی، بدون نظرارت مستقیم است. بدیگر سخن، گرایش و نیروی درونی که انسان را ایمی دارد، چند و چون کار خود را به تمامی به انجام رساند، و جهان کار نامیده می شود (عیاس زاده، ۱۳۸۴، ا). از این رو پرکاری، کنترل درونی و مسئولیت پذیری از شناخته های و جهان کار و در مقابل کم کاری، اهمال کاری، نظرارت خواهی و مسئولیت گزیری از علامت ضعف و جهان کاری به شمار می رود.

عواملی چند بر ایجاد و تقویت و جهان کار مؤثر است که برای تعمونه می توان به ویژگی های فردی، نیازها، سنت های فرهنگی و آموزه های دینی اشاره کرد. برخی از

مهم ترین این عوامل عبارتند از (ایروانی، ۱۳۸۴):

الف) اصلاح نگرش: از عوامل مهم و بنیادین در تحکیم وجودان کار باورها و زیرساخت های ذکری صحیح نسبت به عمل و ایجاب تأثیر گذار بر سروشوی انسان است. اندیشه های نادرست و غرایق همچون جبر تاریخ و محیط و اعتقاد به بخت و اقبال و تأخیر جزیی میان و راه و روز بر سروشوی انسان و نیز تلقی نادرست از مقاومیت همچون قضا و قدر، زهد و بی ارزشی دنیا و حتی نگرش منفی به کار در میان برخی افراد و جوامع، هر یک مانع در برای وجودان کار و عاملی برای مستی و عقب ماندگی به شمار می رود.

ب) دلیلگی به کار و خشنودی از آن نقش مهمی در تقویت وجودان کار و روحیه سخت کوشی دارد. جهان کاری به رعایتی به کار و اجرایی انتگاشن آن، مایه ضعف وجودان کار و در نتیجه، کم کاری و ساماندهی کاری می شود. از این رو اندیشیدن اقتصادی در جوامع مختلف، برای ایجاد حل و ریخت به کار مقاومیت همچون ایجاد حمامی آرمانی و سودمندی اجتماعی را مطرد و شویق نموده اند تا در درونی ساختن این گونه ارزشها به پیشرفت کار در جامعه کمک نمایند. نقش آموزه های دینی در این باره، سیار بر جسته است. زیرا در باور فرد مسلمان، کار و تولید سعادت بزرگ و پذیرفته الی و تأمین کننده سعادت دنیوی و اخروی اوست و نشاط و لذت زندگی، عزت و اعتبار اجتماعی و نیز توان و برتری عمل، تنها در پرتو کار و تأمین دست پافتی است.

از این رو بر فعالیت اقتصادی حتی در حال توانگری و بی نیازی مادی نیز تأثیر می شود. در مقابل، بیکاری و کم کاری، موجب دوری از خدا و بیهوگی اجتماعی و در نتیجه، سلب عزت و اعتبار اجتماعی است.

ج) آموزش و الگوسازی: عامل مهم دیگر در تقویت و نهادنی کردن وجودان کاری در سطح جامعه، آموزش عمومی، بیویزه گونه عملی آن الگوسازی است. از این رو، پیامبران و امامان با مفارش به کار و تولید در عمل نیز به آن می پرداختند. انتقال آنان به کار در اجتماع و در قلم رهبری ذکری جامعه و گاه، با وجود بی نیازی از درآمد مادی آن می تواند این پیام را بررساند که آموزش و الگوسازی بر تقویت وجودان کاری جامعه همواره یک ضرورت است.

د) تقویت احسان مسئولیت: در اندیشه اسلامی انسان، در برای خدا و نعمتباش و در برای جامعه، مسئول است. همچنین به مسئولیت او در برای لحظه عمرش که سرمایه اصلی او در رسیدن به سعادت می باشد، سپاه تأکید شده است.

ه) توجه به پیامدهای ضعف وجودان کاری: کم کاری و مستی ناشی از ضعف

و جدال کار در فرهنگ عمومی، آثار نامطلوبی بر اقتصاد می‌به جای می‌گذارد که از علی‌عده ناکام برنامه‌ها و سیاست‌های اقتصادی و در تیجه رکود و عقب‌ماندگی است. امیرالمؤمنین (ع) با بیان این حقیقت من فرماید: «ارمیدن در (ستر) سست و پیوهده کاری، تا رسیدن به خوشبختی، فاصله‌ای بسیز زیاد دارد».

**۳ و ۴. تخصص و تعهد**  
تعهد و عمل به فرارداد و آزادی در انتخاب شغل از ویژگی‌های نیروی کار مسلمان است (معارج: ۱۳۷۲؛ ملک: ۵؛ هندی، ۱۴۹؛ آق، ۱۵؛ ص: ۴۰۷؛ محمودی، ۱۳۸۷؛ ج: ۵ ص: ۳۵۹).

تخصص و تعهد، دو ویژگی اساسی نیروی کار و مدبریت است که در آمره‌های دین، به شدت مورد تأکید است، به گونه‌ای که ممکن نیست هیچکس بدون دیگری، ملک از زبانی و مطابق باشد: «إنَّ أَبْرَاجَ الْقَوَىِ الْأَكْبَرِ»، «قالَ اجْمَعُوا عَلَىٰ إِنْ تَحْصِلُوا عَلَىٰ حِلْيَتِنِيم».

در پیش اقتصادی اسلام، «تمهید غیر متخصص» در ریف «تحصیص خان»، فرار من گیرد. امام صادق علیه السلام در این پاره می‌فرمایند: «ما أَبَلَى الشَّعْنَةَ أَلَّا يَمْضِيَ إِلَيْنَا رَجُلٌ مُؤْمِنٌ وَلَا يَعْلَمُ مَاهِيَّةَ الْمُؤْمِنِ»، «قالَ اجْمَعُوا عَلَىٰ إِنْ تَحْصِلُوا عَلَىٰ حِلْيَتِنِيم».

پذیرش کاری که تخصص و توان آن را ندارد، خود را زید (ایران: ۱۳۸۲)، هنگامی که فردی با کارش عجین می‌شود، من توان گفت که این فرد نسبت به کارش تعهد دارد. پایین اکم (ص) همواره می‌فرمود: «خداوند دوست دراد هنگامی که یکی از شما دست به کاری می‌زند، آن را خوب و استوار انجام دهد (رسایل، همان، ص: ۷۵).

**۵. انضباط کاری**  
نظم و انضباط و مدبریت زمان، از مهم ترین عوامل بهره‌برداری بهینه از سرمایه هاست: از این رو، علاوه بر تأکید بر رعایت نظم، شاخصه‌های انضباط در فعالیت‌های اقتصادی نیز مورد تأکید است.

برخی از این شاخصه‌ها عبارت است از: «تقسیم و قشت»، «تقسیم کار بر اساس نواندندی‌ها و تخصص افراد»، «رعایت میانه روی در کار با پرهیز از سستی با حرص و آزمندی» و «رعایت میانه روی به هدف پاسماش سلامت جسمی و روحی و رسیدگی به سایر وظایف».

علاوه بر این، برخی دیگر از ویژگی‌های بازار کار در اسلام که می‌تواند در کاهش

عدم تغایر اخلاقیات مؤثر باشد، به شرح زیر است:

✓ کارفرما پاید:

- درباره مستمر نیروی کار توجه جدی مبذول دارد.
- مستمرد را مناسب با مقدار و کیفیت کار فراهم می‌داند.
- رضایت نیروی کار را آینین، و از ظلم و استمناء وی پرهیزد.
- کاری که باید انجام دهد، مشخص کرده و برای انتقای بهره وری، کار را بین افراد به پیشترین صورت تقسیم کند.

✓ در ادای مستمر نیروی کار ندارد و تا مقدار مستمرد معین نشده به وی کار نسپارید (حر عاملی، ۱۳۸۲، ج: ۱۲، ص: ۲۲۵؛ مید رضی، ۱۳۹۵، ج: ۱۳، ص: ۳۰۵ ن: ۳۰، مجله، آیی تالیق: ۷، ص: ۱۳۳).

✓ نیروی کار بیویه نیروی کار متخصص امکان استخدام با مستمرد معین با شمارشک در سود را دارد یا اینکه با سرمایه محدوده به طور مستقل به کار تولیدی پرهیزد. وی به هر شکل تولید که درآمد بالاتری پراشی به همراه داشته باشد و روی آورد و مجبور به پذیرفتن شرایط خاص نیست: بلکه قادر چنان زنی اشن بالاتر از جوامعی است که فقط راهش استخدام با مستمرد معین است؟

✓ مقررات و ضوابط شرعاً درباره ضوابط متعاقدين، مقادیر اراده و غیر آن باعث اطمینان در وجود به بازار و بلا رغبت کارآفرینی معمانه‌ها می‌شود و افراد با اطلاع از حقوق خود وارد عرصه تولید می‌شوند (صدر، ۱۳۷۴، ص: ۱۷۴-۱۷۵).

✓ مسئولیت دولت در تحقق عدالت اجتماعی باعث نظرات آن بر بازار کار و تعیین مستمرد حداقلی برای نیروی انسانی می‌شود.

✓ به چهت حرمت اسراف و اثلاف و وجود تخصص علمی هزینه تولید در کم ترین مقدار و بهره وری در بالاترین قدران است؟

✓ وجود متخصصان فراوان نیروی کار و امکان استفاده افراد از منابع تولیدی دولتی؛ مانند: معدن، زمین، ... و عدم انحصار آن در نزد گروهی خاص مانع انحصار در تولید می‌شود. تولیدکننده فراوان است و انحصار در اخاضا برای نیروی کار وجود پیدا نمی‌کند.

✓ پخش عمومی برای تولید کالاهای عمومی و پرخواهاری از انحصار طبیعی و همین طور پخش خصوصی برای تولید کالا و خدمات متخصص نیروی کار است. وجود هر در پخش در جامعه امکان انتخاب را برای نیروی کار فراهم می‌کند و مانع تحقق انحصار خرد نیروی کار می‌شود.

✓ تمام افراد جامعه که توانایی کار دارند خدمت خود را عرضه می‌کنند و عرضه

کار در حد نیازهای جامعه موجود است:

- ✓ با توجه به تأکید بر علم آموزی نیروی کار متخصص در جامعه تحقیق می‌باشد؛
- ✓ رفتار تحرصی در عرضه نیروی کار رخ نمی‌دهد؛ زیرا نیروی کار به حد کفايت وجود دارد؛

✓ امکان جایه‌جایی برای نیروی کار و ورود در بخش‌های گوناگون وجود دارد. هرکس بر اساس استعداد و ملیقه آزادانه کاری را انتخاب می‌کند؛ پایه‌بین امکان انتقال افراد و تغییر شغل و مقدار کار وجود دارد (رضایی دوانت، ۱۳۹۰).

وجود این ویژگی‌ها در بازار اسلامی و تأکید بسیار اسلام بر عدالت و اخلاق، باعث افزایش تلقیت بازار شده و از طرفی مغایطه‌ای را نیز کم می‌کند. هرینه نظرارت و منتقل نیروی کار پایه‌بند به اسلام برای کارفرما سیاست رکت است. در مقابل کارفرمای مسلمان نیز با رعایت احکام مربوط به پرداخت ازدالانه دستمزد انگیزه کارکاری و رفتار غیرمسؤلانه کارگران را کاهش می‌دهد. علاوه بر این در اسلام بر پستن فرازداد صحیح و بر نوشتن تمام مطالبات به طور کامل و صحیح تأکید بسیار شده که این امر نیز همان طور که در بالا گفته شد کارهای مقابل با عدم تقارن اطلاعات است.

#### ۴- تبعیجه گیری

چنانچه گفته شد عدم تقارن اطلاعات از موضوعاتی است که در حد دهن اخیر به شدت مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفته است و پکی از فروض اساسی بازار رفتات کامل یعنی اطلاعات کامل تفضل شده و کارآئی این بازار ریز نتوان رفته است. زیرا اگر اطلاعات، بالاگهله و کامل در سراسر اقتصاد مستشر شود، انسکه هچکس انگیزه‌ای برای گردآوری اطلاعات نخواهد داشت. ولی بدانی که برای گردآوری اطلاعات هرینه شود، بازارها نمی‌توانند بطور کامل از ظرف اطلاعاتی کار باشند. با توجه به اینکه بازار انگیزه مناسب را برای افای اطلاعات فراهم نمی‌کند و موارج کسب اطلاعات ممکن است بالا باشد و این مساله هرینه تولید و دستمزد در بازار کار را بالا می‌برد و یا باعث کاهش بهره وری به دلیل خروج نیروی کار با محابرایت می‌شود که در هر سورت کارآئی بازار کار کم می‌شود.

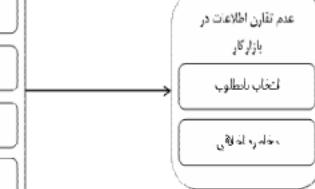
اگر کسب اطلاعات در برای محصول تولیدی کارگران بدون هزینه باشد، کارفرمایان، دستمزدهای بالای پرداخت نخواهند کرد؛ زیرا بدون صرف هزینه می‌توانند محصول و پرداخت انجام شده برآسان آن را زیر نظر بگیرند. اما به مسب آنکه زیر نظر گرفتن کارگر، پر هزینه است، کارفرمایان، دستمزدهای بالاتری می‌پردازند تا به کارگران انگیزه،

دهند از زیر کار شانه خالی نکنند. فرد مسلمان برآسان باورها، احکام و اخلاق اسلامی کار اقتصادی را عمل صالح دانسته و عوامل مؤثر بر ساعات کار افزون بر میزان دستمزد، نیازهای اساسی اجتماع، فقر و تأمین اجتماعی است. تعدد عوامل مؤثر، باعث تبات نسبی عرضه نیروی کار در وضعیت نوسان دستمزد است؛ گرچه در صورت نیاز ساعات کار به حداکثر می‌رسد؛ هرچند میزان دستمزد به حداقل پرسد.

بنابر آنچه در این مقاله گفته شده، مبدأ و راهبردهای سمت عرضه و پیوند قوی بین بیانی، اهداف و راهبردها موجب می‌شود. انگیزه‌های معنوی که دلیقیتر از انگیزه‌های مادی عمل می‌کنند، همچوپن تکرر، مانع کمکاری و اهمال، فریب طرف مقابل، بی توجهی به کار، ایجاد تخصص و تعهد، پایه‌بندی به وجودان کاری و مانع اسراف و اتلاف مبالغ گردیده و بهره‌وری عوامل را بالا ببرند. عوامل معنوی مؤثر بر بهره‌وری، بازده نیروی کار را افزایش می‌دهد. هرینه کاهش می‌باشد و ناکارآئی ناشی از عدم تقارن اطلاعات که از طبقی کاهش بهره‌وری اثر خود را بر بازار من گذارد، در این شرایط تا حد زیادی کاهش می‌باشد.

بعمله نه تنها بازار اسلامی که این اطلاعات در کالا را به عنوان یکی از اصول به مخاطره اتفاق دارد روابط در بازار می‌پذارد، بلکه برای حلب اعتماد تأکید زیادی بر بیان آشکار عیوب کالا به طرف مبادله دارد و این عمل را ناشی از کمال ایمان و سالم بودن (شدن) چریان بازار می‌شمارد. نظام اسلامی با طرح احکام و قوانین مناسب در بین

برقرار نمودن نسلوی اطلاعات میان دو طرف معامله می‌باشد. با بررسی ویژگی‌های اخلاقی مورد تأکید برای عوامل بازارکار در اسلام می‌توان چنین پرداخت نمود که رعایت این ویژگی‌ها می‌تواند بر عدم تقارن اطلاعات در بازار ارزگذار بوده و موجب کاهش عدم تقارن اطلاعات در بازار شود. آنچه در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گرفت را می‌توان به شکل زیر نمایش داد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

## منابع و مأخذ

- ابن البر جزري، ابوالحسن علی بن محمد (۱۹۷۰) اسدالغایة في معرفة الصحابة؛ تحقيق محمد ابراهيم بنا و ... [ابن حماد] دارالشتبه.
- انصاری، مرتضی (۱۳۷۵) المکاسب؛ تبریز: انتشارات اطلاعات، ایرانی، جواد (۱۳۸۴) اخلاق اقتصادی؛ قرآن و حدیث؛ چاپ اول، مشهد: دانشگاه علوم ضریب.
- نوادر، مایکل (۱۳۹۶) توجه اقتصادی در جهان سوم؛ ترجمه غلامعلی فرجادی؛ چاپ دوم، تهران: وزارت برنامه و پودجه.
- حرائی، ابومحمد حسن بن علی بن شعبه؛ تحف الغقول عن آئی الرسول؛ تصمیح علی اکبر غفاری؛ ج ۴، قم: مؤسسه نشر اسلامی [ابن حماد]، حرمی، محدثین حسن (۱۳۸۳) وسائل الشیعه الى تحصیل مسائل الشریعه؛ تهران: انتشارات اسلامی.
- رجایی، م. (۱۳۸۹) ویژگی های بازار اسلامی در نظریه و عمل؛ معرفت اقتصادی (۲)، رضایی دوایی، مجید (۱۳۹۷) الکوی عرضه نیروی کار در جامعه مطلوب؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال یازدهم، شماره ۴.
- رضاییان، علی (۱۳۸۱) مدیریت رفتار سازمانی؛ چاپ سوم، تهران: مست.
- رضی، ابوالحسن شریف (۱۳۹۵) نهج البلاغه؛ تصمیح صیحه صالح؛ قم: انتشارات هجرت.
- صدر، سیداکاظم (۱۳۷۴) اقتصاد صدر اسلام؛ تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- صدر، سیدامحمدیان (۱۴۰۸) اقتصادنا؛ بیروت: دارالعارف للمطبوعات.
- طوسی، ابویحیف محدثین حسن (۱۴۰۱) تهذیب الاحکام؛ بیروت: دارصوبه.
- عاملی (شهید اول)، زین الدین (۱۴۰۳) (اق) الروضة البهیة فی شرح اللمه الدمشقیة؛ تصمیح سیدمحمد کلاری؛ بیروت: دارالاحیاء التراث العربی.
- عیام زاد، حسن (۱۳۸۴) راهنمای پژوهش در قرآن و علوم روز (۱)؛ قرآن و اقتصاد؛ چاپ اول، انتشارات بنیاد پژوهش های قرآنی و حوزه و دانشگاه.
- عیام زاد، میرمحمد (۱۳۷۴) وجودان کار؛ رهیافت عملی و کاربردی؛ چاپ اول، ارومیه: آرشا.
- عبداللهی، محمود (۱۳۷۵) مبانی فقهی اقتصاد اسلامی؛ قم: انتشارات اسلامی، مجلسی، محمدیانفر؛ بخارالأنوار؛ تهران: دارالكتب الاسلامی [ابن حماد].
- محمودی، محمدمیر (۱۳۸۷) نهج السعاده فی مستدرك نهج البلاغه؛ نجف: انتشارات نعمان.

- مهدی فر، سعید(۱۳۷۷) بررسی میزان اخلاقی کار و عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر آن؛ چاپ اول، تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- موسی خمینی، سیدروح الله (۱۳۹۰) المکاسب المحروم؛ قم: مؤسسه امام علی بن میرجلیلی، ح. (۱۳۸۶). اقتصاد اطلاعات نامتعارف؛ پژوهشگاه علوم انسانی، ص ۱۰۰ هندی، علی متفق بن حسام الدین (۱۴۲۴ق) کنز العمال فی سنن الاقوال و الاعمال؛ بیروت: مؤسسه الرساله.
- Stiglitz, J. (2004) Information and the change in the paradigm in Economics; The American Economists, Part 1, Vol. 47, No. 2, Fall 2003 and Part 2, Vol. 48, No.1, Spring 2004.
- B.curtils, E.; Diane F. Eaton and Douglas W. Allen (2002) Microeconomics; fifth edition, prentice Hall, 202, p. 273.
- Ali, Abbas J. & Abdulllah Al-Owaikan (2008) Islamic Work Ethic: A Critical Review; Cross Cultural Management: An International Journal, Vol. 15, No. 1, pp.5-19.
- Ali, Abbas J. & Ali A. AL-Kazemi (2007) Islamic Work Ethic in Kuwait; Cross Cultural Management an International Journal, Vol.14, No.2, pp. 93-104.
- Ali, A. (2001) Scaling an Islamic Work Ethic; Journal of Social Psychology, Vol. 5, No. 128, pp. 575-583.
- Yousef Darwish A. (2001) Islamic Work Ethic- A Moderator Between Organizational Commitment and Job Satisfaction in a Cross-Cultural Context; Personnel Review, Vol. 30, iss. 2, pp. 152-169.