

رابطه اخلاق اسلامی و عدم تقارن اطلاعات در بازار کار

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۶/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۷/۱۳

نفیسه صالح نیا*

تقی ابراهیمی سالاری**

چکیده

یکی از فروض اساسی کارآیی بازارهای رقابتی، فرض اطلاعات کامل است که این فرض در سال‌های اخیر زیر سؤال 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 سؤال می‌برد. بازارها از جمله عناصر اساسی اقتصاد هستند و از این رو ارائه مدل‌هایی از بازار کار 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 کارگر با بهره‌وری پایین یا بالا نباشد، ممکن است که بازار نیروی کار او رو به اضمحلال رود و به بازاری تبدیل شود که در آن تنها افراد با بهره‌وری پایین، با دستمزد کم، استخدام شوند، هزینه‌ها افزایش یابد، کارگران با استعداد از بازار خارج شوند و ... بنابراین بازارهای با اطلاعات ناقص عموماً ناکارآمد هستند. از این رو باید در جهت کاهش عدم تقارن اطلاعات در بازار گام 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 بسیار گسترده است و ارزش کار و تولید در اسلام، به رعایت اخلاق و ارزش‌های دینی در این عرصه منوط است. رعایت اخلاق اسلامی از طریق ایجاد انگیزه کار، تقویت وجدان کاری، کاهش هزینه نظارت، پرهیز از کم کاری و اتلاف وقت و منابع و ... علاوه بر افزایش بهره‌وری نیروی کار، منجر به کاهش عدم تقارن اطلاعات و افزایش کارآیی بازار می‌شود.

در این مقاله، پس از بیان مبانی نظری در زمینه عدم تقارن اطلاعات و اخلاق کار در اسلام، برخی از اصول اخلاقی اسلام در ارتباط با عدم تقارن اطلاعات در بازار، بیان شده است. این بررسی نشان می‌دهد رعایت اصول و ارزش‌های اخلاقی توصیه شده در اسلام، عدم تقارن اطلاعات را کاهش داده، و کارآیی بازار را افزایش می‌دهد. در مجموع می‌توان گفت شناسایی و تحقق عینی این عناصر، علاوه بر افزایش کارآیی بازار، زمینه ساز بهینه‌سازی فعالیت‌های تولیدی و در نتیجه رشد اقتصادی است.

واژگان کلیدی: بازار کار اسلامی، اخلاق اسلامی، عدم تقارن اطلاعات، کارآیی بازار

طبقه بندی JEL: J49, D89, G14

* دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول) Nafiseh.salehnia@yahoo.com

** ebrahimi@um.ac.ir

عضو هیات علمی گروه اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد

مقدمه

امروزه نظریه پردازان اقتصاد توسعه، بر این باورند که از میان سرمایه های فیزیکی، تکنولوژی و انسانی، آنچه بیش از همه در مسیر تحولات تمدن بشری مهم و مؤثر است، متغیر کلان سرمایه انسانی و بهره وری درست از آن می باشد و منابع انسانی، پایه اصلی ثروت ملت ها را شکل می دهند (تودارو، ۱۳۶۶: ۴۳۷). از سوی دیگر، عامل زیربنایی در تحولات صنعتی و اقتصادی، تغییر خصلت اخلاقی و فرهنگی و وجود تصورات عمومی دولت از مفاهیم اساسی توسعه، 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 تشویق روحیه دنیاگریزی و ترغیب به آخرت گرایی در این مورد می شود و گریز از کار و کوشش را نتایج این نگرش در میان مسلمانان می دانند، منابع دینی ما پر 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 صداقت و عدالت در تجارت و توزیع عادلانه ثروت در جامعه بحث می کند، انسانها را تشویق می کند که تکنولوژی و مهارت های لازم را به دست آورند و برای افرادی که برای تأمین معاش خود تلاش می کنند، ارزش فراوانی قائل است. قرآن با تنبلی، تلف کردن وقت، یا درگیر کردن خود در یک کار غیرتولیدی مخالف است و بر کار به عنوان منبع شادی و کامیابی تأکید دارد، کار سخت را یک ارزش دانسته و معتقد است افراد سختکوش در کار خود احتمالاً پیشرفت بیشتری خواهند داشت. قرآن به مسلمانان آموزش می دهد که به طور مداوم همه جا و هر جا که ممکن است کار کنند (علی و الاوهان، ۲۰۰۸: ۶). درگیری و تعهد به کار بیشتر از تنبلی و خیال پردازی، افراد را قادر می سازد تا اهداف خود را محقق سازند. خداوند در قرآن می فرماید: «و ان لیس للانسان الا ما سعی» (جان مشایخ، ۱۳۹۱).

علاوه بر تشویق به کار، در اسلام به کیفیت روابط بین کارگر و کارفرما نیز توجه شده است. روابط حاکم بر بازار مانند رابطه بین کارگر و کارفرما، حقوق کارگر، وضعیت محیط کار و خصوصیات الزامی نیروی کار برگرفته از دیدگاه مکتب اقتصادی حقوقی است. با این حال، هر چند در اقتصاد اسلامی، مکتب اقتصادی، بایسته ها و نبایسته های بازارهای اقتصادی از جمله بازار کار را با استفاده از متون دینی روشن می سازد. این بایسته ها و نبایسته ها افزون بر بهره گیری 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 (رضایی، 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 کنار این احکام، اخلاق اسلامی می تواند نقشی سازنده جهت دستیابی به بازار کارا و کارآمد ایفا کند.

مطالعات اخیر در زمینه اقتصاد اطلاعات با بررسی نقش بازارها و سایر نهادهای اقتصادی در فرآوری و انتقال اطلاعات، بخشی از نارسایی های بازار و سایر نهادها را ناشی از اطلاعات پرهزینه می داند و بر اساس این مطالعات بسیاری از ویژگی های بازارها نیز در واکنش به اطلاعات پرهزینه و وجود رانت اطلاعاتی حاکی از وجود مخارج بیش از حد برای کسب اطلاعات است و بازارهایی که در آن اطلاعات ناقص است، کارا نیستند (استیگلیتز، ۲۰۰۰).

بنابراین غیرواقعی بودن فرض های بازار رقابت (به عنوان کارترین 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 قیمت ها برای ارائه اطلاعات کامل است. بر اساس تحقیق گروسمن، سیستم قیمت ها مقداری عدم تعادل داشته و تمامی اطلاعات را منعکس نمی کند.

عدم تقارن اطلاعات موجب تردید درباره تعادل بازار می شود، چون فرض تعادل، بیانگر این است که افراد در هر زمان از سلیق، میزان موجودی انبار و قیمت بازار اطلاع دارند درحالی که اقتصاددانان اذعان دارند که بیشتر بازارها در شرایط رقابت ناقص به سر می برند و تعادل والراس، مبنی بر وجود اطلاعات کامل در بازار خیال پردازانه است. بنابراین، چاره ای جز پذیرش عدم تقارن اطلاعات در بازار نیست. استیگلیتز تأکید می کند که تئوری بازار رقابت کامل بر فضایی کاملاً شفاف بنا شده، ولی جهان خارج و واقعیت از نقص اطلاعات رنج می برد.

یکسان نبودن اطلاعات، افزون بر فرار مالیاتی، موجب نابسامانی هایی در بازارهای مختلف می شود، که از جمله پیامد منفی بر بازارهای دست دوم، بازار بیمه و بازار کار دارد و سبب انتخاب نامساعد، مخاطرات اخلاقی و متضرر شدن کارگران خوب شده و در نتیجه، کارایی بازار را کاهش می دهد.

بررسی اخلاق اسلامی نشان می دهد که در اقتصاد اسلامی، اخلاق کار بر اساس چهار مفهوم اولیه تلاش، رقابت، شفافیت و رفتار و مسؤولیت اخلاقی ساخته شده است (علی و الکاظمی، ۲۰۰۷: ۹۵). اخلاق کار اسلامی، فداکاری در برابر کار را یک ارزش می داند و معتقد است افراد باید برای انجام کاری که توان آنها است حداکثر تلاش خود را بکنند (علی، ۱۹۸۸؛ به نقل از: درویش یوسف، ۲۰۰۱: ۱۵۳). اخلاق کار اسلامی به انکار زندگی مادی و تلاش برای آن نمی

پردازد، بلکه کار را برای تحقیق و تکامل زندگی لازم می‌داند و به تلاش اقتصادی و کاری توجه زیادی دارد (احمد، ۱۹۸۷؛ به نقل از: درویش یوسف، ۲۰۰۱: ۱۵۲).

بررسی بازار کار اسلامی نشان می‌دهد که در اسلام از همان ابتدا فرض بر عدم تساوی اطلاعات بین طرفین بوده است. به همین دلیل سعی شده تا از طریق وضع احکام و قواعد مختلف این عدم تقارن اطلاعات کاهش یابد. علاوه بر این اخلاق کار اسلامی باعث پرورش انسان‌هایی شده که (به عنوان کارفرما و کارگر مسلمان) دارای ویژگی‌های زیرند:

با منافع دیگران هماهنگ بوده، بلکه در موارد لازم، آن را بر منفعت شخصی خود مقدم می‌دارند^۱، دل‌داده و وابسته به ثروت نیستند، بلکه آن را در مسیر رضایت الهی^۲ و خدمت به نیازمندان^۳ به کار می‌گیرند، متین و خویشتن‌دارند. در برابر نابسامانی‌های اقتصادی و مشکلات زندگی، شکیبایی می‌ورزند^۴ و هنگام رفاه و آسایش، طغیان نمی‌کنند و به سرمستی و شادمانی و فخرفروشی آلوده نمی‌شوند^۵، آینده‌نگر و دارای بینشی عمیق هستند؛ از این رو، دارایی خویش را در «سودایی مقدس»، وسیله‌ای برای نیل به منافع درازمدت و سود و لذت پایدار قرار می‌دهند^۶ (ایروانی، ۱۳۸۴).

وجود چنین افرادی در بازار باعث ایجاد شفافیت در اطلاعات می‌شود و احتمال گرفتار شدن بازار در دام انتخاب نامطلوب و مخاطره اخلاقی که مهم‌ترین مفاهیم عدم تقارن اطلاعات هستند، را کاهش می‌دهد. آموزه‌های اسلام، بیش از هر مکتب و اندیشه دیگری به ارزش و اخلاق کار اهتمام ورزیده و با ارائه صحیح و نهادینه ساختن آن در فرهنگ عمومی که خود نیازمند تحقیقاتی ژرف و عالمانه می‌باشد، تحولات ژرفی را در اعتلا و تکامل اخلاق کار در جامعه، از طریق افزایش کارایی بازار پدید آورده است.

۱. مبانی نظری

۱. «و يؤثرون علی أنفسهم و لو کان بهم خصاصة»
۲. «ینفقون أموالهم ابتغاء مرضات الله»
۳. «و فی أموالهم حق للسانل و المحروم»
۴. «و الصابرین علی ما أصابهم»
۵. «إنه لفرح فخور؛ إلا الذین صبروا و عملوا الصالحات»
۶. «إن الذین یتلون کتاب الله و أقاموا الصلاة و أنفقوا ممّا رزقناهم سراً و علانیةً یرجون تجارةً لن تبور؛ لیوفیهم أجورهم و یزیدهم من فضله»

۲-۱. عدم تقارن اطلاعات

بحث درباره نقش اطلاعات در اقتصاد، از بازنندیشی و زیر سؤال بردن یکی از فرض‌های نظریه رقابت کامل در بازار شروع شد. این فرض بر این مینا است که تمام شرکت‌کنندگان در بازار، از تمام قیمت‌ها و تمام اطلاعات فناورانه مربوط اطلاعات کامل دارند. بدین معنا که از یک سو، بنگاه‌ها، قیمت‌های تمام کالاهایی را که احتمالاً می‌توانند تولید کنند و فناوری تولید این کالاهای و نیز قیمتی که در آن می‌توانند نهاده‌های لازم را خریداری کنند، می‌دانند. از سوی دیگر، تمام افراد هم از قیمت‌هایی که در آن می‌توانند تمام کالاهای را خریداری کنند و منابع‌شان را به طور کلی و بخصوص نیروی کارشان را بفروشند، آگاه هستند (کورتیس، ۲۰۰۲، ص ۲۷۳).

نوشته‌های فراوانی در ادبیات اقتصادی قرن بیستم وجود دارد که با تکیه بر رقابت به عنوان یک فرایند، در پی رد فرض‌های «رقابت کامل» هستند. برای مثال، اقتصاددانان مکتب اتریشی که در رأس آنها افرادی، همچون منگر و بوم باورک قرار دارند، که برای تحلیل‌های خود از اصطلاحات مرسوم نظریه رقابت، از جمله «اطلاعات کامل» استفاده نکرده و به جای آن، اصطلاحات جدیدی، همچون «فرض عدم تقارن اطلاعات» را جایگزین کردند. تفاوت در دسترسی به اطلاعات، «عدم تقارن اطلاعات» نامیده می‌شود. برای مثال، یک کارگر بیش از کارفرمای خود درباره اینکه چه مقدار در کارش تلاش می‌کند، آگاهی دارد. فروشنده یک اتومبیل دست دوم، بیش از خریدار آن درباره شرایط اتومبیل مورد مبادله می‌داند. تفاوت در دسترسی به اطلاعات سبب می‌شود که تشخیص کیفیت خوب در مقایسه با کیفیت پایین تر پرهزینه باشد. از آنجا که اطلاعات، کالایی عمومی است و در صورت تحقق، همگان از آن استفاده می‌کنند، تجار و بخش خصوصی انگیزه‌ای برای گردآوری اطلاعات و افشای آن ندارند. این امر سبب می‌شود که بازار با نقصان اطلاعات روبه رو شود و سرانجام، عدم تقارن اطلاعات سبب انتخاب نامساعد و کاهش کارایی بازار می‌گردد (کاظمی نجف آبادی و همکاران، ۱۳۹۱).

در مثال کارگر و کارفرما عمل پنهان شده، وجود دارد درحالی که در مثال خرید و فروش اتومبیل، خصوصیات پنهان شده، وجود دارد. در هر مورد، طرفی که در تاریکی قرار دارد (کارفرما و خریدار اتومبیل) علاقه به آگاهی از اطلاعات مربوط دارد اما طرف مطلع (کارگر و فروشنده اتومبیل) انگیزه پنهان کردن اطلاعات را دارد. اطلاعات ناقص علاوه بر نقض کارایی بازار، می‌تواند به شرایط انحصاری منجر شود. علاوه بر این در شرایط وجود اطلاعات ناقص، به جای قیمت

واحد، توزیع قیمت‌ها و دستمزدها وجود دارد.^۱

مهم‌ترین پژوهش‌ها در زمینه عدم تقارن اطلاعات، مطالعات آکرلوف، اسپنس و استیگلitz در این زمینه بود. تحلیل آکرلوف، اسپنس و استیگلitz از بازارهای با اطلاعات نامتقارن، موضوعی بنیادی در تئوری مدرن اقتصاد خرد را تشکیل می‌دهد. تحقیقات آنها فهم ما را از پدیده‌ای در بازارهای واقعی موجب می‌شود که این پدیده توسط تئوری سنتی نئوکلاسیک‌ها لحاظ نمی‌گردد. به علاوه، مدل‌های به کار برده شده آنها ضرورت وجود بسیاری از مؤسسات اجتماعی که آثار منفی اطلاعات نامتقارن را خنثی می‌کنند، توضیح می‌دهد. طیف کاربرد این مدل‌ها شایان توجه است و از بازارهای مالی گرفته تا سازمان‌های صنعتی را شامل می‌شود که در نهایت، همگی به موضوعات توسعه اقتصادی ختم می‌شوند (همان).

اسپنس نشان داد که کارگزاران برخوردار از اطلاعات کافی می‌توانند با اشاعه اطلاعات خصوصی خود به کارگزاران فاقد اطلاعات لازم، بازده بازار خود را بهبود بخشند. او در مقاله بنیادین خود (۱۹۷۳) تحت عنوان "علامت‌دهی بازار کار" و نیز کتاب "علامت‌دهی بازار" سطح آموزش نیروی کار را به عنوان یک "علامت" برای بازار نیروی کار در نظر می‌گیرد. اگر موقع استخدام نیروی کار، کارفرما قادر به تشخیص نیروی کار با بهره‌وری پایین یا بالا نباشد، ممکن است که بازار نیروی کار به اضمحلال کشانده شده و به بازاری تبدیل شود که در آن تنها افراد با بهره‌وری پایین با دستمزد کم استخدام شوند.

۲-۱-۱. 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 می‌پردازیم:

۲-۱-۱-۱. انتخاب نامطلوب

آکرلوف نشان داد که اطلاعات نامتقارن می‌تواند امکان «انتخاب نامطلوب»^۲ را در بازار افزایش دهد. خصوصیات پنهان شده، انتخاب بد و مساله لمونز (اتومبیل بد): مساله انتخاب بد در بازارهایی اتفاق می‌افتد که آگاهی فروشنده درباره ویژگی‌های کالای در حال فروش بیش از خریدار است. در نتیجه خریدار با خرید کالای باکیفیت پایین متحمل ریسک می‌شود، به عبارت

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

دیگر «انتخاب» کالاهای در حال فروش از دیدگاه خریدار غیر مطلع، می تواند «بد» (نامناسب) باشد.

انتخاب بد، در بازار کار نیز اتفاق می افتد. طبق نظریه ای از دستمزد کارآیی، کارگران توانایی های متفاوتی دارند و ممکن است توانایی های خود را بهتر از بنگاه هایی که آنها را استخدام کرده اند، بدانند. وقتی بنگاهی دستمزد پرداختی خود را کاهش دهد، خروج کارگران با استعدادتر از آن بنگاه احتمال بیشتری دارد؛ زیرا این کارگران آگاهند که می توانند شغل دیگری پیدا کنند. برعکس، یک بنگاه ممکن است دستمزدی بالاتر از دستمزد تعادلی بپردازد تا کارگران بهتری جذب کند، یا بر فرض بنگاهی که عملکرد خوبی ندارد و مجبور به کاهش دستمزدها است، می تواند این کار را یا با کاهش دستمزدها و یا با ثبات دستمزدها و اخراج کارگران برای چند هفته به طور تصادفی انجام دهد. اگر این بنگاه، دستمزدها را کاهش دهد، بهترین کارگران آن بنگاه را ترک می کنند، زیرا آنها می دانند که قادرند شغل بهتری در بنگاه دیگری پیدا کنند. البته اگر کارگران بهتر، به طور تصادفی برای اخراج انتخاب شوند، ممکن است آن بنگاه را ترک و شغل دیگری در جای دیگر پیدا کنند. در این حالت تنها «برخی» از بهترین کارگران خارج می شوند (همه آنها اخراج نمی شوند، چون کارگران به طور تصادفی انتخاب می شوند)، در حالی که اگر بنگاه ها دستمزدها را کاهش دهند، «همه کارگران بهتر»، خارج خواهند شد. اگر هنگام استخدام نیروی کار، کارفرما قادر به تشخیص کار با بهره وری پایین یا بالا نباشد، ممکن است که بازار نیروی کار او رو به اضمحلال رود و به بازاری تبدیل شود که در آن تنها افراد با بهره وری پایین، با دستمزد کم، استخدام شوند.

از طرف دیگر دستمزدهای بالاتر منجر به بهره وری بالاتر می شود. اصولاً وقتی اطلاعات ناقص است و قرارداد کامل نیست، میزان بهره وری ممکن است بستگی به دستمزدها داشته باشد. دستمزد بالاتر از حداقل ضروری، «دستمزد کارآیی» نامیده می شود. با وجود دستمزدهای کارآیی، بیکاری می تواند در یک سطح تعادلی قرار گیرد. جوزف استیگلیتز چهار دلیل در پاسخ به اینکه چرا بهره وری می تواند بستگی به دستمزدها داشته باشد، ارائه کرد:

اول، دستمزدهای پایین منجر به جایگزینی بیشتر کارکنان و در نتیجه هزینه های جایگزینی بالاتر آنان می شود که بنگاه آن را متحمل می شود.

دوم، بنگاه هایی که بالاتر از دستمزد تسویه کننده بازار می پردازند، کارگران تواناتری جذب می کنند. با وجود دستمزد کارآیی، بیکاری نیز در «تعادل» قرار می گیرد؛ بنابراین اگر اطلاعات، ناقص باشد، روشن است که شالوده تحلیل تعادل رقابتی سنتی بر این اساس که بازارها «باید»

تسویه شوند، درست نیست.

سوم، دستمزدهای بالاتر، انگیزه بیشتری برای سخت‌تر کار کردن ایجاد می‌کند. اگر اطلاعات کامل بود، کارگران تنها به نسبت تلاش خود، دستمزد می‌گرفتند. کارل شاپیرو و استیگلیتز روایت تعادل عمومی را سازماندهی کردند با این مضمون که اگر تمام کارگران همانند باشند و تمام بنگاه‌ها به کارگران دستمزد یکسانی بپردازند و در چنین شرایطی بنگاهی پیدا شود که دستمزد بالاتری بپردازد، دستمزد تمام کارگران افزایش خواهد یافت. اما در این حالت اگر کارگری به اتهام شانه خالی کردن از زیرکار، اخراج می‌شد به دلیل وجود اشتغال کامل، وی می‌توانست بلافاصله شغل دیگری با همان دستمزد پیدا کند و بنابراین، دستمزد بالا هیچ انگیزه‌ای فراهم نمی‌کرد؛ اما در صورت وجود بیکاری، شانه خالی کردن از زیرکار، هزینه داشت. کارگر اخراجی قبل از آنکه شغل دیگری به دست آورد، باید برای مدتی در گروه بیکاران باقی می‌ماند. هر قدر نرخ بیکاری بالاتر باشد، کارگر مدت طولانی‌تری منتظر می‌ماند. استیگلیتز و شاپیرو نشان دادند که «در تعادل»، «باید» بیکاری وجود داشته باشد؛ بیکاری وسیله انضباط است تا کارگران را وادار به کار کردن کند.

چهارم، بنگاه‌ها دستمزدهای بالا می‌پردازند تا هزینه‌های جایگزینی کارکنان را کاهش دهند؛ زیرا سطح دستمزدها بستگی به دستمزد سایر بنگاه‌ها دارد.^۱

می‌توان گفت وقتی بازارها با انتخاب بد مواجه باشند، دست نامرئی، جادو نمی‌کند. به همین علت مثلاً در بازار کار، دستمزدها ممکن است فراتر از سطح توازن عرضه و تقاضای کار قرار بگیرند، که نتیجه آن بیکاری است.

۲-۱-۱. مخاطره اخلاقی

مقصود از مخاطره اخلاقی این است که شخصی که به‌طور ناقص، نظارت و کنترل می‌شود، تمایل به رفتار فریبکارانه (یا توأم با نادرستی) یا رفتار نامطلوب (ناپسند و بد) دارد. مثال کلاسیک مخاطره اخلاقی، مربوط به کارگزار (یا کارگر) و کارفرما است. اگر کارفرما نتواند به‌طور کامل بر رفتار کارگزار، نظارت و کنترل داشته باشد، کارگزار تمایل دارد کمتر از آنچه مطلوب «کارفرما» است، تلاش کند. عبارت مخاطره اخلاقی اشاره به ریسک یا خطر رفتار نامناسب یا غیراخلاقی کارگزار دارد. در چنین وضعیتی، کارفرما تلاش می‌کند از راه‌های متعدد کارگزار را

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

به عمل مسؤولانه‌تر تشویق کند.

۳-۱. مفهوم اخلاق کار

صاحب نظران، اخلاق کار را بیانگر حد یا قدر و منزلتی می‌دانند که هر فرد برای کار باور دارد (رضائیان، ۱۳۸۱: ۲۲). اخلاق کار، بخشی از فرهنگ جامعه به شمار می‌رود که عقاید و ارزش‌های مربوط به کار را در بر می‌گیرد و از قواعد کلی حاکم بر فرهنگ جامعه پیروی می‌کند. در تعریف آن، گاه گفته شده است: «قواعد و زمینه‌های برانگیزاننده و فعال شده تعهد ذهنی، روانی و فیزیکی فرد یا گروه می‌باشد که به نحو کلی به انرژی متعهد فرد یا گروه جهت می‌دهد و قابل انتقال و آموزش و یادگیری در نظام اجتماعی و فرهنگی جامعه است (معیدفر، همان: ۱۹-۱۸).

اخلاق کار، در تعاریف ارائه شده بیشتر از نگاه جامعه شناختی بررسی شده و اغلب به وجدان کار و علاقه درونی افراد به انجام وظایف شغلی توجه دارد. اخلاق کار نگرش فردی را در جهت جنبه‌های گوناگون کار از جمله تمایل به فعالیت و مشارکت، تمایل به پاداش‌های مادی و غیرمادی، تمایل به تحرک شغلی به سوی بالا را منعکس می‌کند (درویش یوسف، ۲۰۰۱: ۱۵۲) و به دو دسته اخلاق کار پروتستان و اخلاق کار اسلامی تقسیم می‌شود.

۴-۱. اخلاق کار از دیدگاه اسلام

فرد مسلمان براساس 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 نیز هست. تعدد عوامل مؤثر، باعث ثبات نسبی عرضه نیروی کار در وضعیت نوسان دستمزد است؛ گرچه در صورت نیاز ساعات کار به حداکثر می‌رسد؛ هرچند میزان دستمزد به حداقل برسد (رضایی دوانی، ۱۳۹۰).

از سوی دیگر، نیروی کار و صاحب سرمایه باید انگیزه حضور در فرایند تولید را داشته باشند. انگیزه آنان محرک‌های لازم را می‌طلبد. باورها، نیازها و انتخاب آنان محرک اصلی برای حضور در بخش تولید است. فرد مسلمان باورهایی دارد و رفتار خود را منطبق بر فقه اخلاق اسلامی شکل می‌دهد. باورها، اخلاق و فقه هدایت‌کننده انگیزه‌های فردی است و ترجیح‌های وی را شکل می‌دهد و انگیزه بر انتخاب و تصمیم‌گیری وی مؤثر است.

در نظام ارزش گذاری 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 یا ضرورتی برای جلوگیری از فقر نیست، بلکه نفس کار کردن به سبب آثار مثبت اقتصادی، روحی و اخلاقی آن مطلوب است؛ از این رو، انسان در عین توانگری و بی نیازی، موظف به کار و تلاش است و در عین حال، ارزش آن، به رعایت اخلاق کار منوط می باشد.

کار و تلاش با اخلاق و دینداری، رابطه ای متقابل دارد. کار، بستر مناسبی برای رشد فضیلت های اخلاقی و یاور انسان در دینداری و در مقابل، گزاره های اخلاقی و آموزه های دینی، مشوق و زمینه ساز کار بیشتر است.

بیکاری، افزون بر رکود اقتصادی، آثار مخربی نیز بر جسم، جان و اخلاق آدمی وارد می کند و زمینه بروز «مفاسد اخلاقی و اجتماعی» و «سلب نشاط زندگی» را فراهم می سازد.

ارزش کار و تولید در اسلام، به رعایت اخلاق 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 انطباق با برخی قواعد بازار به اصلاح و تنظیم آن پرداخته و در صدد ارائه مدلی اخلاقی و عادلانه از بازار بوده است که این امر روابط میان کارگر و کارفرما را نیز شامل می شود. تولیدکنندگان نهاده و نیروی کار خود مسلمان و معتقد به معادند، در نتیجه احتمال تبانی کارگران و همچنین تولیدکنندگان منابع و نهاده ها و اقدام آنان در جهت دریافت بهای غیرعادلانه، کمتر است. علاوه بر این نیروی کار مسلمان دارای ویژگی هایی است که هزینه دستیابی به اطلاعات و نظارت برای کارفرما را کاهش می دهد.

۳. اخلاق کار اسلامی و عدم تقارن اطلاعات

موارد ذکر شده در بالا نشان می دهد که ویژگی های اخلاقی نیروی کار و کارفرمای مسلمان می تواند در کاهش عدم تقارن اطلاعات در بازار مؤثر باشد. در کنار این ویژگی های اخلاقی، حضور دولت و وظایف تعریف شده برای آن، قوانین فقهی و مقررات حاکم بر بازار و ساختار کلی و اصول حاکم بر بازار در اسلام نقش بسزایی در این زمینه ایفا می کند که به اختصار به برخی از آنها اشاره کردیم. در این قسمت راهکارهای پیشنهاد شده از سوی اقتصاددانان در زمینه کاهش عدم اطلاعات در بازار و سپس راهکارهای اسلام بیان می شود.

۱-۳. راه های غلبه بر عدم تقارن اطلاعات

• علامت دهی^۱ برای ابراز اطلاعات خصوصی

این مفهوم اشاره به اقدامات طرف مطلع به منظور آشکارسازی اطلاعات خصوصی دارد. «ارسال علامت» مستلزم آن است که کارگزاران اقتصادی معیارهایی قابل مشاهده - که هزینه بر هستند - مطرح کنند تا بتوانند سایر کارگزاران را درباره توانایی‌ها یا کیفیت کالای خود متقاعد سازند. برای اینکه یک اقدام، علامتی مؤثر باشد، باید برای آن هزینه صرف کرد. اگر علامتی مجانی باشد، همه از آن استفاده خواهند کرد و هیچ اطلاعاتی ابراز نخواهد شد، و به همین دلیل الزام دیگری وجود دارد؛ علامت باید برای شخص دارنده محصول با کیفیت بالا، هزینه به دنبال داشته باشد، در غیر این صورت همه این انگیزه را دارند تا از همان علامت استفاده کنند و بدین شکل دیگر آن علامت، مفهومی را آشکار نخواهد کرد.

• طراحی نهادها

از آنجا که انگیزه نفع شخصی در بازار سبب می شود که تجار برای کسب سود بیشتر اطلاعات را کتمان کنند، نهادها می توانند با فرهنگ سازی یک رفتار اجتماعی، الزاماتی به مراتب قوی تر از الزامات دولتی برای کنترل رفتار فردی ارائه کرده و انگیزه ها را برای افشای اطلاعات و ممانعت از سودجویی های غیرمستعارف، افزایش داده و در غلبه بر عدم تقارن اطلاعات مؤثر باشند. جوزف استیگلitz راه کارهایی برای غلبه بر عدم تقارن اطلاعات ارائه می دهد که یکی از آنها بر طراحی نهادها مبتنی است. استیگلitz استدلال می کند که نهادها می توانند در ایجاد و توسعه سیستم انگیزشی برای غلبه بر عدم تقارن اطلاعات، ایفای نقش کنند.

نورث و توماس یک نهاد را به عنوان «توافقی بین واحدهای اقتصادی» تعریف می کنند. توافق بین واحدهای اقتصادی یا نهاد، سبب شکل گیری ساختاری می شود که به آسانی تخطی از آن امکان پذیر نیست. برای مثال، اصناف مختلف در بازار مقرراتی وضع می کنند که هرچند الزام قانونی ندارد، ولی می تواند ضمانت اجرایی بالایی داشته باشد، به گونه ای که تخطی از آن با واکنش دیگران روبه رو شده و در مواردی به حذف متخلف از بازار منتهی شود. نورث در نوشته دیگری تصریح می کند که نهادها شامل مجموعه ای از قید و بندهای رفتاری به شکل قوانین و مقررات، و همچنین مجموعه ای 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 می کنند. علاوه بر این، برای تغییر دادن انگیزه های ذاتی مبادلات بازار، همچون نفع

1. Signalling

شخصی، به کار برده می شوند.

• مدیریت و نظارت اطلاعات توسط دولت

دولت می تواند با مدیریت ارائه اطلاعات و نظارت بر آن بر عدم تقارن اطلاعات غلبه داشته باشد. همچنین در مواردی که جمع آوری و افشای اطلاعات برای بخش خصوصی هزینه دارد، دولت می تواند با انجام آن به شفافیت اطلاعات در بازار کمک کند.

گردآوری و افشای اطلاعات: یکی از راه های غلبه بر عدم تقارن اطلاعات، گردآوری اطلاعات است. برخی افراد انگیزه گردآوری اطلاعات را دارند. کارفرما با گردآوری اطلاعات درباره متقاضیان کار می تواند کارگر خوبی بیابد. حال اگر آنچه کارفرما درباره متقاضی می داند دیگران هم بدانند دستمزد به صورت مزایده خواهد شد و لذا کارفرما اطلاعات گردآوری شده مربوط به متقاضیان شغل را در اختیار دیگران نمی گذارد.

• معرفی خود

با توجه به اینکه افراد درباره توانایی خود اطلاعات کافی دارند، یک راه غلبه بر عدم تقارن اطلاعات در انتخاب نامناسب این است که به هر شخص اجازه داده شود ویژگی های درست خود را ابراز کند.

غربال کردن از طریق بررسی به منظور ترغیب برای آشکارسازی اطلاعات: هنگامی که طرف مطلع اقداماتی برای آشکارکردن اطلاعات خصوصی اش انجام دهد، این امر «علامت دهی»، اما هنگامی که طرف غیرمطلع اقداماتی انجام دهد که طرف مطلع را برای آشکارسازی اطلاعات خصوصی اش، ترغیب کند؛ این امر، «غربال کردن» نامیده می شود.

مشاهده رفتار در بازار: از طریق مشاهده رفتار در مکان بازار، می توان اطلاعات زیادی را جمع آوری کرد. به عنوان مثال، تمایل به خرید بیمه در یک قیمت خاص، اطلاعاتی را درباره متقاضی بیمه، به شرکت بیمه منتقل می کند. یا تمایل به فروش اتومبیل مستعمل، اطلاعاتی را درباره کیفیت اتومبیل منتقل می کند.

• انتقال اطلاعات از طریق اقدامات

برای اجتناب از انتخاب نامطلوب به دلیل عدم تقارن اطلاعات می توان اقداماتی انجام داد. اقدامات زیادی برای انتقال اطلاعات وجود دارد. به عنوان مثال، برای بیرون کشیدن اطلاعات و شناخت سلامت و بیماری متقاضیان بیمه، شرکت بیمه با استقرار محل کار خود در پنجمین طبقه یک ساختمان بدون آسانسور، مطمئن می شود که تنها افراد با قلب سالم، متقاضی بیمه

درمانی از آن خواهند بود.

• کیفیت ضمانت ارائه شده

از جانب یک بنگاه، اطلاعاتی درباره کیفیت محصول منتقل می کند. تنها بنگاه هایی که محصول شان قابل اعتماد باشد ضمانت خوبی ارائه می کنند. ضمانت^۱ مطلوب است نه فقط به دلیل اینکه ریسک را کاهش می دهد، بلکه، به سبب آنکه اطلاعات مربوط به کیفیت محصول را منتقل می سازد.

• شمار سال های تحصیل

این شاخص، اطلاعاتی درباره توانایی یک فرد می رساند؛ افراد تواناتر، تحصیلات بالاتری دارند. افزایش دستمزدها متناسب با افزایش تحصیلات، ممکن است به دلیل افزایش سرمایه انسانی نباشد، بلکه نتیجه توانایی بیشتر باشد که با اطلاعات منتقل شده، تحقق می یابد.

• نظارت و کنترل بهتر

به عنوان مثال، نصب دوربین ویدئویی در کارگاه برای ضبط رفتار کارگران. هدف از این کار مچ گیری در رفتار غیرمسئولانه است. هر چند زیرنظرگرفتن^۲، عدم تقارن اطلاعات را کاهش می دهد؛ معمولاً پرهزینه است.

• دستمزد بالاتر

براساس نظریه های دستمزد کارآیی، برخی کارفرمایان به کارگران خود دستمزد بالاتری از سطح تعادلی عرضه و تقاضا در بازار کار می پردازند. کارگری که دستمزد بالاتر از تعادل دریافت می کند، با احتمال کمتری از زیر کار، شانه خالی می کند، زیرا اگر مچ او را بگیرند و اخراج شود، ممکن است نتواند شغل دیگری با پرداخت بالا به دست آورد.

• پرداخت معوق

شرکت ها می توانند پرداخت بخشی از جبران حقوق کارگر را به تأخیر اندازند. بنابراین اگر کارگری از زیر کار شانه خالی کند و اخراج شود، آنگاه جریمه سنگین تری را متحمل خواهد شد. یک مثال از جبران معوق، همان پاداش پایان سال است. بنابراین افزایش سالانه دستمزد، به دلیل افزایش سنوات خدمت و افزایش تجربه نیست، بلکه به سبب واکنش به مخاطره اخلاقی است.^۳

• بهبود قرارداد

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

1. guarantee

2. monitoring

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

مشخص خواهد کرد و یا وام‌دهنده‌ای که قصد دارد وام در فعالیت‌های با ریسک بالا استفاده نشود، آن را در قرارداد وام مشخص خواهد کرد. این‌گونه مخاطره‌های اخلاقی درباره «اقدامات» با بهبود قرارداد (کار و وام)، کاهش می‌یابد (میرجلیلی، ۱۳۸۶: ۱۵۰).

همان‌طور که بیان شد به علت تأثیرات نامطلوب عدم 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 مشابه راهکارهای گفته شده در بالا هستند. به عنوان مثال تأکید بر تدوین قراردادهای متناسب قبل از انجام هر کار، گرفتن شاهد در تدوین قراردادهای، معرفی خود و صادق بودن و گفتن حقیقت در مورد مهارت‌ها و توانایی‌های شخصی و ...

دولت درباره بازار کار در اقتصاد اسلامی وظیفه‌هایی مانند: دفع ظلم و استثمار نیروی انسانی، تدوین مقررات در محدوده شرع، نظارت بر اجرای قوانین و مقررات، گسترش آموزش و مهارت نیروی انسانی، تعیین سطوح دستمزدها، تأمین شغل، تأمین اجتماعی و تأمین درآمد برای کارگران و صدور مجوز کسب و کار دارد (رضایی، 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 علامت‌دهی، نظارت و کنترل، گردآوری و افشای اطلاعات، مستلزم صرف هزینه‌های زیادی است. اسلام از طریق ایجاد نهاد اخلاقی در بازار کار و ایجاد ویژگی‌هایی در میان مسلمانان، توانسته تا حد زیادی هزینه به کارگیری این راهکارها را از دوش افراد بردارد. همان‌طور که گفتیم، دستمزد بالا می‌تواند منجر به بیکاری شود که طبق نظریه دستمزد کارایی، این مقدار بیکاری برای اینکه کارگران از زیر کار شانه خالی نکنند لازم است. کارگر مسلمان به خاطر داشتن ویژگی‌هایی مثل هدفداری، مسؤول بودن، اختیار، برخورداری از حیات جاوید، 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 کارایی را افزایش می‌دهد. سود واقعی واحد تولیدی را بالا می‌برد و زمینه سرمایه‌گذاری بیشتر را فراهم می‌کند.

در بازار اسلامی، دستمزد براساس کار و کیفیت آن پرداخت می‌شود (شعراء: ۱۸۳-۱۸۱/نحل: ۹۰). در معامله‌ها، کالا باید با ترازوی صحیح مورد سنجش قرار گیرد و برابری وزن دو طرف لحاظ شود و اموال دیگران کم ارزشگذاری نشود. در تمام معامله‌ها، دو طرف آن باید با میزان صحیح سنجیده شوند و برابری آنها باید واقعی باشد. ارزش کالا و خدمات ارائه شده نباید

کم جلوه داده شود، و با حيله و فريب و اعمال فشار از ارزش حقيقي خدمت نيروي انساني كاسته شود.

يكي از راهكارهاي گفته شده در بالا، طراحي نهادها بود، كه اسلام در اين زمينه، پيشنه اي بسيار غني دارد. نهاد اخلاقي اسلام در زمينه بازار كار توصيه هايي دارد كه منجر به ايجاد ويژگي هايي در نيروي كار و كارفرماي مسلمان شده است. برخي از ويژگي هاي عوامل بازار كار در اسلام كه مي تواند در زمينه کاهش عدم تقارن اطلاعات و افزايش كارآيي بازار مؤثر باشد به شرح زير است:

۴. هدفمندی و انگیزه سالم

در جهان بيني اسلامي، كار مفهوم ويژه اي داشته و آثار آن تمام صحنه هستي را مي گيرد و دنيا و آخرت را به هم گره مي زند و به عنوان پرتويي و جلوه اي از كردار الهي معرفي مي شوند. كسب درآمد و تأمين معيشت زندگي خود و خانواده، تأمين نيازهاي اساسي اجتماع، رفع فقر و تأمين اجتماعي نيازمندان، مطلوبيت ذاتي كار اقتصادي اهداف و انگيزه هاي كار فرد مسلمان است (ابن اثير، ۱۹۷۰م، ج ۲، ص ۳۳۷/ حر عاملي، ۱۳۸۳، ج ۱۳، ص ۲۴۴/ كليني، [بي تا]، ج ۵، صص ۷۵-۷۴ و ۷۸؛ ج ۲، صص ۳۹-۳۶، ۱۷۷، ۷۷، ۷۳ و ۱۴۸/ طوسي، ۱۴۰۱ ق، ج ۹، ص ۱۴۸).

تفاوت در هدفها و انگيزه ها، يكي از وجوه تمايز كار و توليد در مكتب اقتصادي اسلام با مكتب سرمايه داري است؛ چرا كه در مكتب سرمايه داري، هدف از توليد، صرفاً افزايش دادن سود و درآمد است؛ از اين رو، مجالي را براي انديشيدن در ارزشها و رعايت محدوديت هاي اخلاقي در كار و توليد باقي نمي گذارد.

۵. وجدان کاری

وجدان كار كه گاهي از آن به اخلاق كار تعبير مي شود، به معنای گرايش به انجام صحيح كار و وظايف شغلي، بدون نظارت مستقيم است. به ديگر سخن، گرايش و نيروي دروني كه انسان را وامی دارد، چند و چون كار خود را به تمامي به انجام رساند، وجدان كار ناميده مي شود (عباس زاده، ۱۳۸۴: ۱۰). از اين رو پرکاري، کنترل دروني و مسؤوليت پذيري از نشانه هاي وجدان كار و در مقابل كم كاري، اهمال كاري، نظارت خواهي و مسؤوليت گريزي از علائم ضعف وجدان كاري به شمار مي رود.

عواملی چند بر ايجاد و تقويت وجدان كار مؤثر است كه براي نمونه مي توان به ويژگي هاي

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 وجدان کار باورها و زیرساخت های فکری صحیح نسبت به علل و اسباب تأثیر گذار بر سرنوشت انسان است. اندیشه های نادرست و خرافاتی همچون جبر تاریخ و محیط و اعتقاد به بخت و اقبال و تأخیر جبری سال و ماه و روز بر سرنوشت انسان و نیز تلقی نادرست از مفاهیمی همچون قضا و قدر، زهد و بی ارزشی دنیا و حتی نگرش منفی به کار در میان برخی افراد و جوامع، هر یک مانعی در برابر وجدان کار و عاملی برای سستی و عقب ماندگی به شمار می رود.

ب) دلبستگی به کار و خشنودی از آن نقش مهمی در تقویت وجدان کار و روحیه سخت کوشی دارد. چنان که بی رغبتی به کار و اجباری انگاشتن آن، مایه ضعف وجدان کار و در نتیجه، کم کاری و مسامحه کاری می شود. از این رو اندیشمندان اقتصادی در جوامع مختلف، برای ایجاد میل و رغبت به کار مفاهیمی همچون ایجاد جامعه آرمانی و سودمندی اجتماعی را مطرح و تشویق نموده اند تا با درونی ساختن این گونه ارزش ها به پیشرفت کار در جامعه کمک نمایند. نقش آموزه های دینی در این باره، بسیار برجسته است. زیرا در باور فرد مسلمان، کار و تولید عبادت بزرگ و پذیرفته الهی 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 تلاش دست یافتنی است. از این رو بر فعالیت اقتصادی حتی در حال توانگری و بی نیازی مادی نیز تأکید می شود. در مقابل، بیکاری و کم کاری، موجب دوری از خدا و بیهودگی اجتماعی و در نتیجه، سلب عزت و اعتبار اجتماعی است.

ج) آموزش و الگوسازی: عامل مهم دیگر در تقویت و نهادینه کردن وجدان کاری در سطح جامعه، آموزش عمومی، بویژه گونه عملی آن الگوسازی است. از این رو، پیامبران و امامان با سفارش به کار و تولید در عمل نیز به آن می پرداختند. اشتغال آنان به کار در اجتماع و در مقام رهبری فکری جامعه و گاه با وجود بی نیازی از درآمد مادی آن می تواند این پیام را برساند که آموزش و الگوسازی بر تقویت وجدان کاری جامعه همواره یک ضرورت است.

د) تقویت احساس مسئولیت: در اندیشه اسلامی انسان، در برابر خدا و نعمتهایش و در برابر جامعه، مسؤول است. همچنین به مسئولیت او در برابر لحظه لحظه عمرش که سرمایه اصلی او در رسیدن به سعادت می باشد، بسیار تأکید شده است.

ه) توجه به پیامدهای ضعف وجدان کاری: کم کاری و سستی ناشی از ضعف وجدان کار در

فرهنگ عمومی، آثار نامطلوبی بر اقتصاد ملی به جای می‌گذارد که از علل عمده ناکامی برنامه‌ها و سیاست‌های اقتصادی و در نتیجه رکود و عقب‌ماندگی است. امیرالمومنین (ع) با بیان این حقیقت می‌فرماید: «آرمیدن در (بستر) سستی و بیهوده‌کاری، تا رسیدن به خوشبختی، فاصله‌ای بس زیاد دارد».

۶. تخصص و تعهد

تعهد و عمل به قرارداد و آزادی در انتخاب شغل از ویژگی‌های نیروی کار مسلمان است (معارج: ۳۲؛ ملک: ۱۵؛ هندی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۵، ص ۴۰۷؛ محمودی، ۱۳۸۷، ج ۵، ص ۳۵۹). «تخصص و تعهد»، دو ویژگی اساسی نیروی کار و مدیریت است که در آموزه‌های دینی، به شدت مورد تأکید است، به گونه‌ای که ممکن نیست هیچ‌یک بدون دیگری، ملاک ارزیابی و مطلوبیت باشد: «إنَّ خَيْرَ مَنْ اسْتَأْجَرَ الْقَوَى الْأَمِينُ»، «قال اجعلنی علی خزائن الأرض إني حفیظ علیم».

در بینش اقتصادی اسلام، «متعهد غیر متخصص» در ردیف «متخصص خائن» قرار می‌گیرد. امام صادق علیه السلام در این‌باره می‌فرماید: «ما أبالی ائتمنت؛ خائناً أو مضیعاً؛ از این رو آگاهی از دانش‌های هر زمان و افزایش تخصص، در کنار پاکی و تعهد، از وظایف دینی نیروی کار است، به گونه‌ای که تعهد او اقتضا می‌کند، از پذیرش کاری که تخصص و توان آن را ندارد، خودداری ورزد (ایروانی، ۱۳۸۴).

هنگامی که فردی با کارش عجین می‌شود، می‌توان گفت که این فرد نسبت به کارش تعهد دارد. پیامبر اکرم (ص) همواره می‌فرمود: خداوند دوست دارد هنگامی که یکی از شما دست به کاری می‌زند، آن را خوب و استوار انجام دهد (رضائیان، همان، ص ۲۵).

۷. انضباط کاری

نظم و انضباط و مدیریت زمان، از مهم‌ترین عوامل بهره‌برداری بهینه از سرمایه‌هاست؛ 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 وقت»، «تقسیم کار بر اساس توانمندی‌ها و تخصص افراد»، «رعایت میانه‌روی در کار با پرهیز از سستی یا حرص و آزمندی» و «رعایت میانه‌روی به هدف پاسداشت سلامت جسمی و روحی و رسیدگی به سایر وظایف».

علاوه بر این، برخی دیگر از ویژگی های بازار کار در اسلام که می تواند در کاهش عدم تقارن اطلاعات مؤثر باشد، به شرح زیر است:

✓ کارفرما باید:

- درباره دستمزد نیروی کار توجه جدی مبذول دارد.
- دستمزد را متناسب با مقدار و کیفیت کار قرار دهد.
- رضایت نیروی کار را تأمین، و از ظلم و استثمار وی بپرهیزد.
- کاری که باید انجام دهد، مشخص کرده و برای ارتقای بهره وری، کار را بین افراد به بهترین صورت تقسیم کند.

- در ادای دستمزد تأخیر روا ندارد و تا مقدار دستمزد معین نشده به وی کار نسپارد (حر عاملی، ۱۳۸۳، ج ۱۳، ص ۲۴۵-۲۴۷؛ سید رضی، ۱۳۹۵، ق، ص ۴۰۵، ن ۳۰؛ مجلسی، [بی تا]، ج ۷۴، ص ۱۴۳).

✓ نیروی کار بویژه نیروی کار متخصص امکان استخدام با دستمزد معین یا مشارکت در سود را دارد یا اینکه با سرمایه محدود به طور مستقل به کار تولیدی بپردازد. وی به هر شکل تولید که درآمد بالاتری برایش به همراه داشته باشد، رو می آورد و مجبور به پذیرفتن شرایط خاص نیست؛ بلکه قدرت چانه زنی اش بالاتر از جوامعی است که فقط راهش استخدام با دستمزد معین است؛

✓ مقررات و ضوابط شرعی درباره شرایط متعاقدين، مفاد قراردادهای و غیر آن باعث اطمینان در ورود به بازار و بالا رفتن کارآیی معامله ها می شود و افراد با اطلاع از حقوق خود وارد عرصه تولید می شوند (صدر، ۱۳۷۴، ص ۱۷۴-۱۷۵).

✓ مسؤولیت دولت در تحقق عدالت اجتماعی باعث نظارت آن بر بازار کار و تعیین دستمزد حداقلی برای نیروی انسانی می شود؛

✓ به جهت حرمت اسراف و اتلاف و وجود تخصص علمی هزینه تولید در کم ترین مقدار و بهره وری در بالاترین مقدار است؛

✓ وجود متقاضیان فراوان نیروی کار و امکان استفاده افراد از منابع تولیدی دولتی؛ مانند: معادن، زمین، ... و عدم انحصار آن در نزد گروهی خاص مانع انحصار در تولید می شود. تولیدکننده فراوان است و انحصار در تقاضا برای نیروی کار وجود پیدا نمی کند؛

✓ بخش عمومی برای تولید کالاهای عمومی و برخورداری از انحصار طبیعی و همین طور بخش خصوصی برای تولید کالا و خدمات متقاضی نیروی کار است. وجود هر دو بخش در جامعه

امکان انتخاب را برای نیروی کار فراهم می کند و مانع تحقق انحصار خرید نیروی کار می شود؛
 ✓ تمام افراد جامعه که توانایی کار دارند خدمت خود را عرضه می کنند و عرضه کار در حد نیازهای جامعه موجود است؛
 ✓ با توجه به تأکید بر علم آموزی نیروی کار متخصص در جامعه تحقق می یابد؛
 ✓ رفتار انحصاری در عرضه نیروی کار رخ نمی دهد؛ زیرا نیروی کار به حد کفایت وجود دارد؛

✓ امکان جابه جایی برای نیروی کار و ورود در بخش های گوناگون وجود دارد. هرکس بر اساس استعداد و سلیقه آزادانه کاری را انتخاب می کند؛ بنابراین امکان انتقال افراد و تغییر شغل و مقدار کار وجود دارد (رضایی دوانی، ۱۳۹۰).
 وجود این ویژگی ها در بازار اسلامی و تأکید بسیار اسلام بر عدالت و اخلاق، باعث افزایش شفافیت بازار شده و از طرفی مخاطرات اخلاقی را نیز کم می کند. هزینه نظارت و کنترل نیروی کار پایبند به اسلام برای کارفرما بسیار کمتر است. در مقابل کارفرمای مسلمان نیز با رعایت احکام مربوط به پرداخت عادلانه دستمزد انگیزه کم کاری و رفتار غیرمسئولانه کارگران را کاهش می دهد. علاوه بر این در اسلام بر بستن قرارداد صحیح و بر نوشتن تمام مطالبات به طور کامل و صحیح تأکید بسیار شده که این امر نیز همان طور که در بالا گفتیم یکی از راه های مقابله با عدم تقارن اطلاعات است.

جمع بندی و نتیجه گیری

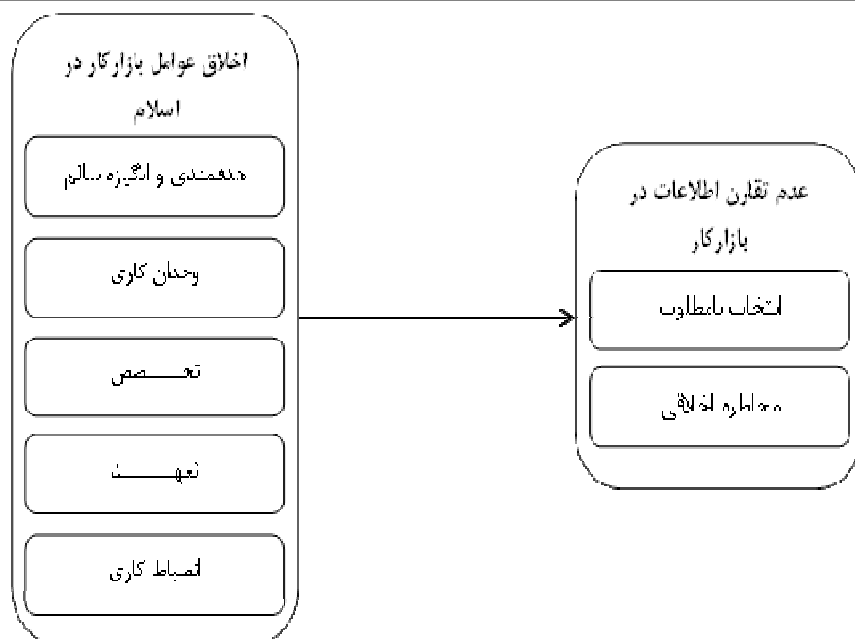
چنانچه گفته شد عدم تقارن اطلاعات از موضوعاتی است که در چند دهه اخیر به شدت مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفته است و یکی از فروض اساسی بازار رقابت کامل یعنی اطلاعات کامل نقض شده و کارآیی این بازار زیر سؤال رفته است. زیرا اگر اطلاعات، بلافاصله و کامل در سراسر اقتصاد منتشر شود، آنگاه هیچکس انگیزه ای برای گردآوری اطلاعات نخواهد داشت. ولی مادامی که برای گردآوری اطلاعات هزینه شود، بازارها نمی توانند به طور کامل از نظر اطلاعاتی کارا باشند. با توجه به اینکه بازار انگیزه مناسب را برای افشای اطلاعات فراهم نمی کند و مخارج کسب اطلاعات ممکن است بالا باشد و این مساله هزینه تولید و دستمزد در بازار کار را بالا می برد و یا باعث کاهش بهره وری به دلیل خروج نیروی کار بامهارت می شود که در هر صورت کارآیی بازار کار کم می شود.

اگر کسب اطلاعات درباره محصول تولیدی کارگران بدون هزینه باشد، کارفرمایان،

دستمزدهای بالایی پرداخت نخواهند کرد؛ زیرا بدون صرف هزینه می توانند محصول و پرداخت انجام شده براساس آن را زیر نظر بگیرند. اما به سبب 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 براساس 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 ثبات نسبی عرضه نیروی کار در وضعیت نوسان دستمزد است؛ گرچه در صورت نیاز ساعات کار به حداکثر می‌رسد؛ هرچند میزان دستمزد به حداقل برسد.

بنابر آنچه در این مقاله گفتیم اعتقاد به مبدأ و معاد و راهبردهای سمت عرضه و پیوند قوی بین جهان بینی، اهداف و راهبردها موجب می‌شود. انگیزه‌های معنوی که دقیق‌تر از انگیزه‌های مادی عمل می‌کنند، ظهور پیدا کرده، مانع کم‌کاری و اهمال، فریب طرف مقابل، بی‌توجهی به کار، ایجاد تخصص و تعهد، پابندی به وجدان کاری و مانع اسراف و اتلاف منابع گردیده و بهره‌وری عوامل را بالا ببرند. عوامل معنوی مؤثر بر بهره‌وری، بازده نیروی کار را افزایش می‌دهد. در نتیجه، هزینه‌ها کاهش می‌یابد و ناکارایی ناشی از عدم تقارن اطلاعات که از طریق کاهش بهره‌وری اثر خود را بر بازار می‌گذارد، در این شرایط تا حد زیادی کاهش می‌یابد.

به‌علاوه نه تنها بازار اسلامی کتمان اطلاعات در کالا را به عنوان یکی از اصول به مخاطره افتادن روابط در بازار می‌پندارد، بلکه برای جلب اعتماد تأکید زیادی بر بیان آشکار عیوب کالا به طرف مبادله دارد و این عمل را ناشی از کمال ایمان و سالم بودن (شدن) جریان بازار می‌شمارد. نظام اسلامی با طرح احکام و قوانین مناسب در پی برقرار نمودن تساوی اطلاعات میان دو طرف معامله می‌باشد. با بررسی ویژگی‌های اخلاقی مورد تأکید برای عوامل بازارکار در اسلام می‌توان چنین برداشت نمود که رعایت این ویژگی‌ها می‌تواند بر عدم تقارن اطلاعات در بازار اثرگذار 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

۱. ابن اثیر جزری، ابوالحسن علی بن محمد (۱۹۷۰) اسدالغابة فی معرفة الصحابة؛ تحقیق محمد ابراهیم بنا و ...؛ [بی جا]: دارالشعب.
۲. انصاری، مرتضی (۱۳۷۵) المکاسب؛ تبریز: انتشارات اطلاعات.
۳. ایروانی، جواد (۱۳۸۴) اخلاق اقتصادی: قرآن و حدیث؛ چاپ اول، مشهد: دانشگاه علوم رضوی.
۴. تودارو، مایکل (۱۳۶۶) توسعه اقتصادی در جهان سوم؛ ترجمه غلامعلی فرجادی؛ چاپ دوم، تهران: وزارت برنامه و بودجه.
۵. حرانی، ابومحمد حسن بن علی بن شعبه؛ تحف العقول عن آل الرسول؛ تصحیح علی اکبر غفاری؛ چ ۴، قم: مؤسسه نشر اسلامی [بی تا].
۶. حر عاملی، محمدبن حسن (۱۳۸۳) وسائل الشیعة الی تحصیل مسائل الشریعة؛ تهران:

انتشارات اسلامی.

۷. رجایی، م. (۱۳۸۹) ویژگی های بازار اسلامی در نظریه و عمل؛ معرفت اقتصادی (۲).
۸. رضایی دوانی، مجید (۱۳۹۰) الگوی عرضه نیروی کار در جامعه مطلوب؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال یازدهم، شماره ۴۱.
۹. رضائیان، علی (۱۳۸۱) مدیریت رفتار سازمانی؛ چاپ سوم، تهران: سمت.
۱۰. رضی، ابوالحسن شریف (۱۳۹۵ق) نهج البلاغه؛ تصحیح صبحی صالح؛ قم: انتشارات هجرت.
۱۱. صدر، سیدکاظم (۱۳۷۴) اقتصاد صدر اسلام؛ تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۱۲. صدر، سیدمحمدباقر (۱۴۰۸) اقتصادنا؛ بیروت: دارالتعارف للمطبوعات.
۱۳. طوسی، ابوجعفر محمدبن حسن (۱۴۰۱ ق) تهذیب الاحکام؛ بیروت: دارصعب.
۱۴. عاملی (شهید اول)، زین الدین (۱۴۰۳ق) الروضة البهیة فی شرح اللمعة الدمشقیة؛ تصحیح سیدمحمد کلانتر؛ بیروت: دارالاحیاء التراث العربی.
۱۵. عباس نژاد، محسن (۱۳۸۴) راهنمای پژوهش در قرآن و علوم روز (۱): قرآن و اقتصاد؛ چاپ اول، انتشارات بنیاد پژوهش های قرآنی و حوزه و دانشگاه.
۱۶. عباس زاده، میرمحمد (۱۳۷۴) وجدان کار: رهیافت عملی و کاربردی؛ چاپ اول، ارومیه: آرشیا.
۱۷. عبداللهی، محمود (۱۳۷۵) مبانی فقهی اقتصاد اسلامی؛ قم: انتشارات اسلامی.
۱۸. مجلسی، محمدباقر؛ بحارالانوار؛ تهران: دارالکتب الاسلامیه [بی تا].
۱۹. محمودی، محمدباقر (۱۳۸۷ق) نهج السعاده فی مستدرک نهج البلاغه؛ نجف: انتشارات نعمان.
۲۰. معید فر، سعید (۱۳۷۷) بررسی میزان اخلاق کار و عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر آن؛ چاپ اول، تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
۲۱. موسوی خمینی، سیدروح الله (۱۴۱۰ق) المکاسب المحرمه؛ قم: مؤسسه اسماعیلیان.
۲۲. میرجلیلی، ح. (۱۳۸۶). اقتصاد اطلاعات نامتقارن؛ پژوهشگاه علوم انسانی، ص ۱۰۰.
۲۳. هندی، علی متقی بن حسام الدین (۱۴۱۹ق) کنز المعال فی سنن الاقوال و الافعال؛ بیروت: مؤسسه الرساله.
24. 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.
25. B.curtis, E.; Diane F. Eaton and Douglas W. Allen (2002) Microeconomics; fifth edition, prentice Hall, 202, p. 273.

-
26. Ali, Abbas J. & Abdullah Al-Owaihnan (2008) Islamic Work Ethic: A Critical Review; Cross Cultural Management: An International Journal, Vol. 15, No. 1, pp.5-19.
 27. Ali, Abbas J. & Ali A. AL-Kazemi (2007) Islamic Work Ethic in Kuwat; Cross Cultural Management an International Journal, Vol.14, No.2, pp. 93-104.
 28. Ali, A. (2001) Scaling an Islamic Work Ethic; Journal of Social Psychology, Vol. 5, No. 128, pp. 575-583.
 29. Yousef Darwish A. (2001) Islamic Work Ethic- A Moderator Between Organizational Commitment and Job Satisfaction in a Cross-Cultrural Context; Personnel Review, Vol. 30, iss. 2, pp. 152-169.

