

شاخص‌های ارزیابی تسهیل مبادلات در بازار اسلامی*

محمدجمال خلیلیان اشکذری**

چکیده

بی‌شک، بازار اسلامی نقشی اساسی در تحقق پیشرفت و توسعه جامعه اسلامی ایفا می‌کند. در این چارچوب، ضرورت توجه به مشخصه‌های این نهاد اجتماعی و همچنین شاخص‌های ارزیابی آن دو چندان می‌شود. در کنار مشخصه‌های مختلف بازار اسلامی، سهولت و آسان بودن مبادلات، جایگاه ویژه‌ای دارد. هدف تحقیق حاضر آن است که شاخص‌های اندازه‌گیری تسهیل مبادلات را در بازار اسلامی بررسی و تبیین کند. یافته‌های پژوهش که به روش کتابخانه‌ای انجام شده، نشان می‌دهد که افزایش سرعت مبادلات، کاهش هزینه‌ها و کاهش درجه ناطمینانی، سه معیار اساسی برای تحقق تسهیل مبادلات‌اند. با توجه به موارد ظهور و بروز این مؤلفه‌ها در خارج می‌توان میزان وجود مبادلات آسان در بازار را با استفاده از شاخص‌های کمی، چون شاخص رضایت فروشنده و مشتری، نظارت بر بازار، شفافیت بازار، مناسب بودن مکان مبادله، آگاهی و پایبندی به احکام مبادلات، آگاهی و پایبندی به آداب و اخلاق اسلامی، آگاهی و پایبندی به قوانین و مقررات مربوط به مبادلات، آگاهی و پایبندی به شیوه‌های فنی و اقتصادی مبادلات، بازاریابی مناسب، کاهش فاصله بین تولید و مصرف و ساز و کارهای جدید به دست آورد و مبادلات را مورد سنجش قرار داد.

کلیدواژه‌ها: تسهیل مبادلات، بازار اسلامی، شاخص، معیار.

طبقه‌بندی JEL: M, G14, D42, D4

* این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی شاخص‌های تسهیل مبادلات در بازار اسلامی می‌باشد که با حمایت مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری انجام شده است.

** استادیار گروه اقتصاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی®

mg_khalil41@yahoo.com

دریافت: ۱۳۹۰/۴/۱ - پذیرش: ۱۳۹۰/۶/۱۹

مقدمه

یکی از مباحث مهم برای تدوین الگوی اسلامی — ایرانی پیشرفت، استخراج شاخص‌های پیشرفت در این الگوست. نهادها می‌توانند نقشی اساسی در پیشرفت جامعه ایفا نمایند. نهاد بازار یکی از نهادهای مهم جامعه اسلامی است که با توجه به سخنان پیشوایان معصوم علیهم‌السلام از جمله ویژگی‌های بازار اسلامی، آسان بودن مبادلات است. آسان بودن مبادلات، موجب افزایش سرعت مبادلات، کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی بازار می‌شود. بنابراین، یکی از شاخص‌های بازار اسلامی، تسهیل مبادلات آن بازار است، به طوری که هرچه مبادلات در بازارها سهل‌تر و آسان‌تر انجام شود، آن بازار به بازار اسلامی نزدیک‌تر است. البته تسهیل مبادلات، فقط در فضایی سالم و عادلانه، همراه با رعایت حقوق طرفین مبادله، امری مطلوب و پذیرفته است، همان‌طور که تلاش برای تأمین معیشت از نظر اسلام در صورتی عبادت شمرده می‌شود که از راه حلال و همراه با رعایت حدود الهی باشد.

اسلام دین آسان و بنای آن بر سهولت و عدم سخت‌گیری است و این عدم سخت‌گیری مختص به عبادات نیست، بلکه شرع مقدس بر آسان گرفتن معاملات نیز تأکید می‌کند. خداوند در قرآن می‌فرماید: «يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَ لَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ»؛ (بقره: ۱۸۵)؛ خدا آسانی و راحتی شما را می‌خواهد نه دشواری و مشقت شما را.

همچنین علی علیه‌السلام می‌فرماید: «بر تو باد به ملایمت، زیرا آن، کلید درستی و از ویژگی‌های خردمندان است.»^۱

آسان گرفتن بر دیگران در امور مختلف، یکی از مهم‌ترین آموزه‌های اخلاقی دین اسلام است. پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم می‌فرماید: «بخش و تنگ مگیر که بر تو تنگ گیرند.»^۲

همان‌طور که هر انسانی انتظار دارد که دیگران با او مدارا کرده و بر او سخت نگیرند، باید توجه داشته باشد که دیگران نیز از او چنین انتظاری دارند. شاید کمتر موردی یافت شود که اهمیت سهل‌گیری در آن به اندازه مبادلات باشد، زیرا از کارهایی که هر انسانی در طول شبانه روز، چندین بار با آن روبه‌روست، خرید کالاهای مختلف از فروشندگان یا استفاده از خدمات گوناگون توسط عرضه‌کنندگان خدمات می‌باشد. حجم فعالیت‌های صورت گرفته در زمینه مبادلات کالاها و خدمات، هم در سطح رفتارهای خانواده‌ها و هم

در سطح ملی و بین‌المللی، چشمگیر است. بدیهی است که رفتارهای مبتنی بر تسهیل در این عرصه گسترده و مهم، آثار و برکات زیادی را به همراه خواهد داشت. با توجه به احکام، آداب و اخلاق تجارت و مبادله از دیدگاه اسلام، می‌توان ویژگی‌های بازار اسلامی را به دو بخش سلبی و ایجابی تقسیم کرد: از جهت اول، بازار اسلامی از هرگونه تخلف و ناهنجاری اقتصادی، چون ربا، احتکار، کم‌فروشی، گران‌فروشی و غش مبراست. از جهت دوم، در بازار اسلامی ویژگی‌هایی، چون انصاف، امانت‌داری و صداقت حاکم است و به سود متعارف اکتفا شده و مبادلات به آسانی صورت می‌گیرد. هدف تحقیق حاضر آن است که شاخص‌های اندازه‌گیری تسهیل مبادلات در بازار اسلامی بررسی و تبیین شود.

در این نوشتار پس از اشاره به پیشینه تحقیق، ابتدا به مفهوم شناسی شاخص تسهیل مبادلات در بازار اسلامی پرداخته می‌شود و در ادامه معیارهای تحقق تسهیل مبادلات و شاخص‌های مربوط به آن مطرح می‌شوند.

گفتنی است که تسهیل مبادلات در بازار از دو جنبه فردی و حاکمیتی قابل بررسی است؛ یعنی عواملی که موجب تسهیل مبادلات می‌گردد، گاهی از طرف افراد و بنگاه‌های خصوصی ایجاد می‌شود و زمانی ممکن است به این امر در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های دولت اسلامی توجه شده و به اجرا درآید. در این نوشتار، به هر دو جهت بحث، توجه شده است.

پیشینه تحقیق

در کتاب‌هایی چون *الاحکام السلطانیة و الولایات الدینیة ابوالحسن ماوردی* (م ۴۵۰ ق) و *گنج شایگان محمدعلی جمال‌زاده* (۱۳۳۵) و مقاله‌هایی مانند «بازار در تمدن اسلامی»، از *ابوالفضل اکرمی* (۱۳۷۵) و «امام علی علیه السلام: حکومت و بازار» از *محمدتقی نظرپور* (۱۳۸۰)،^۴ درباره بازار به صورت مطلق یا در بازه زمانی خاص، بحث شده است. برای نمونه در مقاله اخیر، ویژگی‌های بازار در زمان امام علی علیه السلام و نظارت آن حضرت بر بازار اسلامی، بحث شده و نویسنده به این نتیجه رسیده است که بازار مطلوب از نظر حضرت علی علیه السلام با بازار رقابت کامل، تفاوت داشته است. *سیدمحمدکاظم رجایی* در مقاله‌ای با عنوان «بازار اسلامی

در مقایسه با بازار رقابت کامل» (۱۳۷۸) کوشیده است با ذکر تفاوت‌های اساسی میان عرضه در بازار اسلامی و رقابت کامل، میزان کارآمدی دو بازار را با هم مقایسه کند. در علم اقتصاد درباره مبادلات و شیوه‌های آسان نمودن آن، تحقیقات زیادی انجام شده است. تسهیل مبادلات با خریدهای الکترونیکی و روش‌های جدید دریافت و پرداخت وجوه، از نتایج عملی این تحقیقات است، اما در هیچ یک از این تحقیقات درباره شاخص‌های بازار اسلامی بحث نشده است. این مقاله با استفاده از منابع اسلامی، آسان‌گیری (و آسان‌سازی) در مبادلات را یکی از ویژگی‌های بازار اسلامی دانسته و درصدد تبیین شاخص‌های ارزیابی تسهیل مبادلات در بازار اسلامی است.

مفهوم‌شناسی شاخص تسهیل مبادلات در بازار اسلامی

پیش از ورود به بحث از شاخص‌های تسهیل مبادلات در بازار اسلامی، تبیین مفاهیم کلیدی آن ضروری است.

تسهیل در لغت به معنای آسان کردن و سهل گردانیدن است. ^۱ سَهَّلَ - تَسَهَّلًا [سهل] الأمر له و علیه؛ یعنی آن کار را بر او آسان کرد. از مجموع سخنان پیشوایان معصوم علیهم‌السلام استفاده می‌شود که تسهیل داد و ستد به این معناست که طرفین مبادله در داد و ستد سخت نگرفته و برای یکدیگر شرایط سخت نگذارند. برای مثال، اگر خریدار تقاضای نسیه کرد یا خواهان این بود که بخشی از قیمت را بعداً بپردازد، تا آنجا که ممکن است، فروشنده قبول کند. همچنین اگر خریدار می‌خواهد کالا را عوض کند یا پس بدهد بپذیرد. نیز اگر خریدار تقاضای تخفیف کرد به او تخفیف بدهد. همین‌طور از ناحیه متقاضی کالا و خدمات، اقتضای تسهیل مبادله آن است که از هر کار و شرطی که روند مبادله را متوقف یا کند می‌کند، پرهیز نماید که در ادامه مقاله توضیح بیشتر آن آمده است.

با توجه به توضیح بالا، تسهیل مبادلات تنها به خرید و فروش اختصاص ندارد، بلکه سایر عقود مبادله‌ای، مانند اجاره، صلح و جعاله را نیز در بر می‌گیرد. همین‌طور شامل عرضه و تقاضای خدمات نیز می‌گردد. پس عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و متقاضیان آن، طرفین مبادله را تشکیل می‌دهند. بنابراین، مراد از فروشنده در این تحقیق، عرضه‌کننده به معنای عام آن و مراد از خریدار، متقاضی است، نه فروشنده و خریدار به معنای خاص و رایج آن.

گرچه در قرآن به صورت مستقیم، آیه‌ای در مورد تسهیل مبادلات یافت نمی‌شود، اما از عموم و اطلاق برخی از آیات، مانند آیه ۱۸۵ سوره بقره می‌توان تسهیل و آسان گرفتن مبادلات را استفاده کرد. خداوند می‌فرماید: «يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ»؛ خدا آسانی و راحتی شما را می‌خواهد نه دشواری و مشقت شما را. در تفسیر این آیه، این‌گونه بیان شده است: «یرید بکم الیسر فی جمیع أمورکم، و لا یعسر بالتضییق علیکم»^۸ همچنین در روایات بسیاری بر آسان گرفتن در معاملات تأکید شده است که از مجموع آنها نکته‌های زیر استفاده می‌شود:

- آسان‌گیری در مبادلات، قیمت عادلانه و رعایت انصاف مورد تأکید پیشوایان معصوم است.^۹

- آسان‌گیری در مبادلات مورد رضایت الهی است.^{۱۰}

- آسان‌گیری در مبادلات مایه برکت است.^{۱۱}

- آسان‌گیری در مبادلات سود را افزایش می‌دهد.^{۱۲}

- آسان‌گیری در مبادلات مایه غفران الهی است.^{۱۳}

- آسان‌گیری در دریافت‌ها و پرداخت‌ها رحمت الهی را در پی دارد.^{۱۴}

هر شبکه‌ای که در آن خرید و فروش کالاها و خدمات انجام پذیرد، بازار نامیده می‌شود. ممکن است مکان مبادله، محلی خاص یا فضای مجازی باشد. و مراد از بازار اسلامی در این مقاله، بازاری است که در آن مرجع مبادلات، احکام اسلامی باشد و بیشتر خریداران و فروشندگان، مسلمان بوده و معمولاً ضوابط اسلامی را در سه حوزه احکام، اخلاق و آداب اسلامی رعایت کنند.

شاخص ارزیابی تسهیل مبادلات

شاخص در لغت به معنای بلند، برآمده و مرتفع است. همچنین به نشانه‌ای که در آفتاب

برای تعیین مدت وقت (مخصوصاً ظهر) نصب کنند، شاخص گفته می‌شود.^{۱۵}

در اصطلاح تعریف‌های مختلفی برای شاخص بیان شده است که به چند نمونه اشاره می‌شود:

۱. شاخص، راهنمای آماری است که می‌تواند تغییرات یک متغیر را نسبت به زمان پایه

نشان دهد.^{۱۶}

۲. شاخص، ارزش مشخصه تغییر نسبی یک رقم در فاصله زمانی دو تاریخ یا در نقاط

مختلف است.^{۱۷}

۳. شاخص، معیار سنجش درصد دستیابی و نیل به هدف معین بوده و وسیله‌ای برای اندازه‌گیری متغیرهای کمی و کیفی می‌باشد. در این مقاله، مراد از شاخص، تعریف اخیر است.

ویژگی‌های شاخص مناسب عبارت‌اند از:

۱. واقع‌نما باشد؛
۲. اطلاعاتی که بر پایه آن شاخص موردنظر محاسبه می‌شود، قابل دستیابی بوده و به سادگی و هزینه متعارف و معقول به دست آید؛
۳. به سادگی قابل درک و فرایند این درک، کوتاه باشد؛
۴. چیزی را مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار دهد که به تناسب هدف، اهمیت و حساسیت داشته باشد؛
۵. فاصله زمانی موجود میان حالتی که موضوعی بررسی می‌شود تا هنگامی که شاخص آن در دسترس قرار می‌گیرد، طولانی نباشد.^{۱۹}

می‌توان گفت که تسهیل مبادلات زمانی ممکن است که بازار از کارایی لازم بهره‌مند باشد به طوری که هزینه‌ها و درجه ناطمینانی کاهش یافته و روند مبادلات سرعت گیرد. در مقاله، (در بیان شاخص پنجم و هفتم) این مطلب تبیین خواهد شد. هنگامی که بایع و مشتری کلیه احکام مربوط به بیع و شرا را بدانند و به احکام، آداب و اخلاق تجارت در بازار اسلامی مقید باشند، مبادلات به آسانی صورت گرفته و همگان از ویژگی تسهیل مبادله بهره‌مند می‌شوند.

معیارهای تسهیل مبادلات

تسهیل مبادله زمانی اتفاق می‌افتد که دست‌کم یکی از معیارهای زیر در آن وجود داشته باشد؛ به عبارت دیگر، وجود هر یک از ملاک‌ها و معیارهای زیر، مبادلات را آسان‌تر کرده و با این معیارها شاخص‌های ارزیابی تسهیل مبادلات، شناسایی می‌شود.

۱. افزایش سرعت

منظور از وجود سرعت بیشتر در مبادلات، صرف زمان کمتری برای انجام آن است. مدت زمان مفروض برای سنجش سرعت مبادلات عبارت از زمان ورود مشتری به بازار تا زمان خروج وی است. فعالیت‌های مبادلاتی که توسط طرفین مبادله در این بازه زمانی صورت

می‌گیرد، به هر میزان که کوتاه‌تر باشد، به همان میزان، سرعت بیشتر داشته و موجب تسهیل مبادلات می‌شود. لازم به ذکر است که مدت زمان انجام هر مبادله‌ای به حسب آن مبادله می‌باشد. برای مثال، در مبادلات الکترونیکی که از طریق تلفن، اینترنت و... صورت می‌گیرد، مدت زمان محاسبه شده برای انجام مبادله، عبارت از شروع مکالمه تلفنی یا ارتباط اینترنتی تا پایان آن است.

۲. کاهش هزینه‌ها

هزینه‌هایی که به عنوان قیمت کالاها و خدمات پرداخت می‌شود، مشتمل بر هزینه‌هایی است که برای تولید یک کالا، انبار، حمل و نقل آن و همچنین سود دریافتی توسط فروشنده و... است. همه این هزینه‌ها جزء هزینه‌های مالی کالاها و خدمات می‌باشد که بر این هزینه‌ها، هزینه رفت و برگشت مشتری، پارکینگ و... اضافه می‌شود. در اینجا هزینه‌های زمانی نیز وجود دارد که عبارت از مدت زمانی است که مشتری یا فروشنده برای انجام یک مبادله آن را صرف می‌کند. این هزینه‌ها در قالب سرعت مبادله قابل طرح است و بررسی جداگانه آن لازم نیست.

بین سهولت انجام مبادلات با کاهش هزینه‌ها رابطه مستقیم وجود دارد، زیرا افزایش هزینه‌ها، انگیزه مشتریان و فروشندگان را برای انجام معامله کاهش داده و بر پیچیدگی مبادلات می‌افزاید. همچنین قیمت یک کالا به هر میزان که بالاتر باشد انگیزه خریداران را کاهش می‌دهد، زیرا خریداران، محدودیت مالی داشته و در زمان گرانی، زمان زیادی را برای پیدا کردن کالای ارزان‌تر صرف می‌کنند.

۳. کاهش درجه ناطمینانی

مراد از ناطمینانی این است که طرفین مبادله، نگران بوده و آرامش خاطر برای انجام مبادله ندارند. گاهی آنها به سبب تردیدی که درباره قیمت یا کیفیت برخی کالاها و خدمات دارند، احساس می‌کنند که ممکن است متضرر شوند. برای مثال، جایی که مشتری از قیمت بازاری کالا اطلاع ندارد احساس می‌کند که ممکن است قیمت کالا در بازار پایین‌تر باشد و خریدن آن قبل از تحقیق و بررسی به ضرر او باشد. این ناطمینانی‌ها که به عدم رضایتمندی طرفین یا یکی از آنها منجر می‌گردد، موجب می‌شود که مبادلات با دشواری و پیچیدگی‌هایی روبه‌رو شده و به آسانی واقع نشود. بین کاهش درجه ناطمینانی و تسهیل

مبادلات، رابطه مستقیم وجود دارد؛ به این معنا که وقتی طرفین مبادله اطمینان خاطر بیشتری داشته باشند مبادلاتشان را با سهولت بیشتری انجام می‌دهند، زیرا در این صورت به بررسی بیشتر در مورد قیمت و کیفیت کالا نیاز ندارند.

شاخص‌های تسهیل مبادلات

۱. میزان رضایت فروشنده و مشتری

یکی از شرایط صحت معاملات، وجود ترا ضی بین فرو شنده و خریدار است. منظور از ترا ضی در بازار این است که ساز و کار و فرایند انجام مبادله و چگونگی برخورد فرو شنده با مشتری و بالعکس، به گونه‌ای باشد که منافع مشروع هر دو تأمین شده و طرفین مبادله بعد از انجام آن، احساس رضایتمندی کنند.

خداوند در قرآن می‌فرماید: «ای اهل ایمان! اموال یکدیگر را در میان خود به باطل [و از راه حرام و نامشروع] مخورید، مگر آنکه تجارتي از روی خشنودی و رضایت میان خودتان انجام گرفته باشد.» (نساء: ۲۹)

این مقدار از ترا ضی که آیه شریفه بیانگر آن است، دست‌کم رضایت و شرط صحت مبادله است، زیرا در صورت فقدان آن، مبادله از روی اکراه صورت گرفته و باطل است. اما افزایش سطح رضایتمندی طرفین مبادله از این حد، موجب تسهیل مبادله شده و هرچه عوامل زیادتری برای ارتقای سطح رضایتمندی فراهم باشد، مبادله با سهولت بیشتری صورت می‌گیرد. عوامل رضایت طرفین مبادله در اینجا نقش تحقق‌بخشی شاخص را دارند، اما علائم یا موارد ظهور و بروز که در بحث بعد خواهد آمد، کاشف از وجود شاخص و راهکارهایی برای سنجش کمی میزان تحقق آن است.

عوامل تحصیل رضایت مشتریان (موارد ظهور و بروز)

عوامل مختلفی در رضایت مشتریان تأثیرگذارند که عبارت‌اند از:

- پاسخ‌گویی به نیاز و ذوق و سلیقه مشتریان؛
- برخورد مناسب و صادقانه با مشتریان؛
- استفاده از ابزار جدید دریافت و پرداخت (مانند استفاده از دستگاه کارت خوان)؛
- اکتفا به سود متعارف (رعایت انصاف)؛
- ارائه خدمات به مشتریان (قبل و بعد از فروش)؛

- مهلت به خریدار جهت پرداخت قیمت.
با به کارگیری این عوامل و ارتقای سطح رضایت مشتری، مبادلات آسان می‌شود.

علائم رضایت مشتریان (موارد ظهور و بروز)

از آنجا که رضایت، امری قابل شمارش یا اندازه‌گیری نیست، باید موارد ظهور و بروز آن را پیدا کرد و با توجه به آنها میزان رضایت مشتری را سنجید. این موارد عبارت‌اند از:
- ابراز رضایت مشتریان از مبادله؛
- مراجعات بعدی آنها؛
- میزان اعتماد خریداران به فروشنندگان (پذیرش سخن فروشنندگان، قبول تعهد و تضمین آنها و...)
- توصیه خرید به دیگران (تبلیغ کالا).

عوامل تحویل رضایت فروشندگان

عوامل مختلفی در رضایت فروشننده تأثیرگذارند که عبارت‌اند از:
- برخورد مناسب مشتریان با فروشندگان؛
- پرداخت به موقع قیمت کالا به فروشننده؛
- اعتدال در چانه‌زنی توسط مشتریان؛
- تحویل به موقع کالا توسط مشتری.

علائم رضایت فروشندگان (موارد ظهور و بروز)

- ابراز رضایت فروشندگان؛
- جذب مجدد مشتری (درخواست از مشتری برای خریدهای آتی، برخورد مناسب با خریداران، بدرقه مناسب از مشتری و پذیرایی از مشتریان)؛
- تلاش برای کسب رضایت مشتریان (اعلام آمادگی برای فروش اقساطی، تخفیف ویژه، مهلت دادن در پرداخت بهای کالا، اقدام به تهیه کالاهای سفارشی مشتری).

رضایت طرفین مبادله و تسهیل مبادلات

افزایش سرعت مبادلات

هرچه زمینه‌های رضایتمندی طرفین مبادله بیشتر باشد، انجام آن مبادله با سهولت و سرعت بیشتری صورت می‌پذیرد. برای مثال، وقتی خریدار و فروشنده، برخورد مناسبی با یکدیگر

داشته باشند و در مبالغ دریافتی و پرداختی سخت‌گیری نکرده و فروشنده بتواند اعتماد مشتری را جلب کند و به مشتری این اطمینان را بدهد که کالای درخواستی‌اش با همان ویژگی‌هایی که درخواست نموده بدون هیچ کم و کاستی از حیث صفات و ویژگی‌ها (اصل بودن، مرغوبیت، با مارک خاص و...) در اختیارش قرار می‌گیرد، و مشتری هم با طیب نفس و به راحتی قیمت کالاهایش را بپردازد، این‌گونه اعمال که رضایت طرفین را افزایش می‌دهد، قطعاً تسریع مبادلات را در پی دارد.

کاهش هزینه مبادلات

رضایت طرفین مبادله با کاهش انواع هزینه‌ها رابطه مثبت دارد؛ یعنی هرچه رضایت فروشنده از خریدار بیشتر باشد، هزینه مالی خریدار کمتر می‌شود. فروشنده نیز به هر میزان که از مشتری رضایت بیشتری داشته باشد به همان میزان حاضر است که حتی از میزان سود متعارف خود نیز بکاهد و به کمترین سود ممکن اکتفا کند. از طرف دیگر، هرچه رضایت بیشتر باشد، هزینه‌های زمانی برای خریدار به حداقل ممکن می‌رسد و از آنجا که وقت طرفین مبادله نیز هزینه فرصت دارد، برآیند کاهش هزینه‌های مالی و زمانی، افزایش سرعت مبادلات می‌باشد.

کاهش درجه نا اطمینانی

بین رضایت طرفین مبادله و کاهش درجه نا اطمینانی، رابطه مستقیم وجود دارد، زیرا با افزایش رضایت مشتری، درجه نا اطمینانی او از انجام مبادله کمتر شده و اعتماد طرفین به یکدیگر افزایش یافته و هرگونه نگرانی در خصوص قیمت و سلامت کالا برطرف شده و مبادله با سهولت انجام می‌گردد و نیازی به تحقیق و بررسی نوع، مقدار و کیفیت کالا و خدمات عرضه شده احساس نمی‌شود.

لازم به ذکر است که تراضی طرفین مبادله ممکن است از سه جهت فوق موجب تسهیل مبادلات شود؛ به عبارت دیگر، این جهات در راستای هدف مذکور هم‌افزایی داشته باشند.

۲. نظارت بر بازار

اصل نظارت بر بازارها امر مطلوبی است و بازارها از نخستین عهد تاریخ دولت اسلامی، تحت نظارت و مراقبت بوده‌اند. مأموری که عهده‌دار نظارت بر بازارها می‌شد، «عامل بازار»

نامیده می‌شد. از وظایف مهم او رسیدگی به وزن‌ها و پیمانه‌ها و گردآوری مالیات‌هایی بود که بر مغازه‌داران و صنعتگران وضع می‌شد. احادیث و روایات بسیاری در این زمینه آمده است که به بعضی از آنها اشاره می‌شود.

در روایات آمده است که امام علی علیه السلام هر روز صبح زود در بازارهای کوفه حاضر می‌شد و مردم را موعظه می‌کرد و وظایفشان را بدان‌ها گوشزد می‌نمود، آن‌گاه باز می‌گشت و برای رتق و فتق امور مردم می‌نشست.^{۲۱}

در بعضی روایات مشاهده می‌شود که پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و امیرالمؤمنین علیه السلام با متخلفان برخورد نموده و همچنین به شکایات درباره مسائل بازار، رسیدگی می‌کردند.^{۲۲}

نظارت بر بازار و تسهیل مبادلات

افزایش سرعت مبادلات

وقتی نظارت دقیقی در بازار انجام شود کالاها و خدمات از لحاظ قیمت و کیفیت زیر نظر بازرسان قرار می‌گیرد، در نتیجه، مشتریان با اطمینان بیشتری وارد بازار شده و آسودگی خاطر آنها سرعت مبادلات را بالا می‌برد، زیرا مشتری زمان کمتری را برای بررسی قیمت و کیفیت کالای موردنظر صرف می‌کند و این، روند مبادله را تسهیل می‌بخشد.

کاهش هزینه مبادلات

نظارت بر بازار، کاهش هزینه مبادله را در پی دارد، زیرا با وجود نظارت بر قیمت و کیفیت کالا در بازار، مشتری می‌داند قیمتی که پرداخت می‌کند بیش از هزینه واقعی آن کالا نیست و همچنین کالای موردنظر، کیفیت مطلوبی دارد. اما اگر در بازار هیچ‌گونه نظارتی وجود نداشته باشد، امکان عدم رضایت مشتری از قیمت و کیفیت کالای خریداری شده و برگرداندن آن، که خود موجب صرف هزینه است، وجود دارد. پس نظارت بر بازار هزینه‌ها را کاهش و روند مبادله را آسان می‌کند.

کاهش درجه نااطمینانی

وجود نظارت بر بازار درجه نااطمینانی مشتریان را از خرید کالاهای موردنظر کاهش می‌دهد، زیرا مشتریان اطمینان دارند که کالاهای موردنظر آنها با نظارت کارشناسان همراه بوده و از لحاظ قیمت و کیفیت در سطح مطلوبی قرار دارد، در نتیجه با خیال راحت اقدام به خرید می‌کنند. بنابراین، هرچه این نظارت قوی‌تر باشد، موجب افزایش اعتماد مشتریان شده و افزایش اعتماد مشتریان موجب تسهیل روند مبادلات می‌گردد.

اندازه‌گیری میزان نظارت بر بازار

شناسایی میزان نظارت بر بازار به امور مختلفی بستگی دارد که از طریق آنها می‌توان میزان نظارت بر بازار را اندازه‌گیری کرد.

الف - تخلفات در بازار

با مراجعه به مراکز رسیدگی به تخلفات، مثل تعزیرات حکومتی و... و دریافت آمار تخلفات می‌توان درصد تخلفات ثبت شده در بازار را برای مدتی معین به دست آورد، آنگاه کاهش درصد تخلفات، در مقایسه با زمان گذشته را می‌توان علامتی بر بهبود نظارت بر بازار دانست. گفتنی است که تخلف ممکن است ناشی از عدم اجرای قوانین و مقررات دولت یا ناشی از عدم اجرای احکام شرعی باشد که در این بحث، تفاوتی ندارد.

ب - شکایات مردمی

شکایات مردم از بازار از امور مختلفی، مانند گران‌فروشی، کم‌فروشی، احتکار و... نشئت می‌گیرد. با دریافت آمار شکایات مردم و مقایسه آن با دوره‌های مشابه گذشته، کاهش شکایات می‌تواند علامتی برای بهبود نظارت بر بازار باشد.

ج - ثبات نسبی قیمت‌ها

وجود قیمت‌های متفاوت در بازارهای مشابه، ناشی از عدم نظارت مطلوب است؛ به بیان دیگر، به هر میزان که نظارت دقیق‌تر و قوی‌تری بر بازار وجود داشته باشد به همان میزان قیمت‌ها ثبات بیشتری خواهند داشت.

د - کیفیت کالاها و رعایت استاندارد

با وجود نظارت مناسب بر بازار، تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، خود را موظف به رعایت کیفیت مطلوب و استانداردهای لازم می‌دانند. بنابراین به هر میزان کالاها و خدمات عرضه‌شده، کیفیت مطلوبی داشته باشد می‌توان به سطح نظارت بهتر بر بازار پی برد.

۳. شفافیت بازار

شفافیت در بازار به معنای وجود هرگونه اطلاع‌رسانی است که بیانگر ویژگی‌های واقعی کالاها باشد، به طوری که هرچه اطلاعات مربوط به کالاها و خدمات موجود در بازار به صورت کامل‌تر در اختیار مشتریان قرار گیرد، آن بازار، شفافیت بیشتری دارد.

از نظر فقهی اگر عواملی که موجب غرری شدن معاملات می‌شود در بازار نباشد، شفافیت بر بازار حاکم است، زیرا فقها معامله‌ای را غرری می‌دانند که دست‌کم یکی از جهات چهارگانه وجود عوضین، قدرت بر تحویل آن، مقدار و کیفیت عوضین و موقعیت و شرایط معامله، مبهم و مجهول باشد، به گونه‌ای که با وجود ابهام در یکی از این جهات، اقدام به معامله با نوعی ضرر و خطر همراه باشد.^{۲۴}

بنابراین، اگر اطلاعات لازم در خصوص کیفیت، قیمت و شرایط استفاده در اختیار مشتریان قرار گیرد و فروشندگان از هرگونه تزیین و تدلیس کالاها خودداری کرده و وجود هرگونه عیب را به مشتریان یادآور شوند، در چنین شرایطی بازار اسلامی از شفافیت بهره‌مند است.

امام صادق علیه السلام می‌فرماید:

در سخت راستگو باش و هیچ عیبی را که در اجناس تو هست مخفی مدار و کسی را که با تو انس دارد فریب مده، زیرا فریب دادن او روا نیست و آنچه برای خود می‌پسندی برای مردم نیز بپسند و به حق داد و ستد کن... کاسب راستگو در قیامت در زمره سفیران بزرگوار و نیکوکار الهی قرار دارد.^{۲۵}

شفافیت در بازار را می‌توان با سه شاخص زیر ارزیابی کرد:

الف - وجود اطلاعات لازم در خصوص کیفیت، قیمت و شرایط استفاده؛

ب - سلامت از تزیین و تدلیس؛

ج - ذکر معایب توسط فروشندگان.

گفتنی است که نقش دولت و حاکمیت اسلامی در تحقق شفافیت بازار، اساسی و برجسته است، زیرا بسیاری از اطلاعات مهم و مؤثر در ایجاد شفافیت، در اختیار دولت است و می‌تواند با اطلاع‌رسانی دقیق، سریع و کامل به مبادله‌کنندگان، از پدید آمدن رانت‌های اطلاعاتی و سودهای کلان برای عده‌ای خاص جلوگیری کند. در اینجا نیز هریک از شاخص‌های سه‌گانه اخیر با هر سه معیار افزایش سرعت، کاهش هزینه‌ها و کاهش درجه ناطمینانی قابل‌سنجش است، ولی برای پرهیز از طولانی شدن بحث از تفصیل آن خودداری می‌شود.^{۲۶} و با نقل روایتی در این باره، شاخص بعدی مطرح می‌گردد.

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرماید:

کسی که اقدام به خرید و فروش می‌کند، باید بر پنج چیز مواظبت کند و در غیر این صورت، وارد خرید و فروش نشود. آن پنج چیز عبارت‌اند از: ربا، سوگند خوردن، پوشاندن و مخفی نگهداشتن عیب کالا، ستودن کالا هنگام فروش و بدگویی از کالا هنگام خرید.^{۲۷}

۴. مناسب بودن مکان مبادله

یکی از مواردی که در تسهیل مبادلات بازار، نقش مهمی دارد و می‌تواند شاخصی برای سنجش آن باشد، مناسب بودن مکان بازار است. نزدیک بودن بازار به محل زندگی افراد و مناسب بودن مکان آن باعث می‌شود که افراد، وقت و هزینه کمتری برای رفت و آمد صرف کنند. بدیهی است که این امر سرعت مبادلات را افزایش می‌دهد. از طرف دیگر، وقتی بازار در مکان مناسبی باشد، به طوری که کالاهای موردنیاز مردم به راحتی در دسترس آنها قرار گیرد، در این صورت مبادلات با پرداخت کمترین هزینه انجام خواهد گرفت.

به منظور اینکه مبادلات در این بازارها با سهولت انجام شود، لازم است که ویژگی‌های زیر در این مکان‌ها رعایت شود:

— مکان این بازارها در مناطق مرکزی شهر باشد تا میانگین فاصله خریداران تا بازار در کمترین میزان خود باشد.

— مکان بازار در نقطه‌ای واقع شود که بار ترافیکی کمتری داشته و محل مناسبی برای پارک وسایل نقلیه در نظر گرفته شده باشد.

— در داخل بازار، اصناف مختلف فروشندگان در یک قسمت مشخص و معین و در کنار یکدیگر قرار گیرند. این مسئله علاوه بر اینکه موجب می‌شود که مردم به راحتی کالاهای مورد نیاز خودشان را پیدا کنند، موجب رقابتی شدن بازار و شفافیت قیمت‌ها نیز می‌شود و بدیهی است که این امور بر تسهیل مبادلات تأثیر مثبت دارد. همچنین با مناسب بودن مکان مبادله امنیت مالی و روانی مراجعه‌کنندگان افزایش و به همان میزان درجه ناطمینانی آنان کاهش می‌یابد. برای مثال، مجهز شدن بازار، اعم از فروشگاه‌ها و معابر عمومی به سازوکارهای امنیتی، مانند دوربین‌های مدار بسته و حضور نیروهای انتظامی موجب می‌شود که افراد فرصت طلب نتوانند در چنین اماکنی حضور یافته و امنیت مالی و روانی مراجعان را مخدوش کنند. این امر درجه ناطمینانی طرفین مبادله را کاهش داده و به تسهیل مبادلات کمک می‌کند.

۵. آگاهی از احکام و قواعد فقهی مبادلات و پایبندی به آنها

یکی از شاخص‌هایی که می‌تواند تسهیل مبادلات را در بازار اسلامی اندازه‌گیری کند، میزان آگاهی فروشندگان و خریداران از احکام و قواعد فقهی مبادله و پایبندی به آنهاست. این آگاهی و پایبندی به هر میزان که بیشتر باشد، مبادلات نیز به همان میزان با سهولت بیشتری انجام خواهد شد.

احکام مبادلات در اسلام، مانند اعمال دیگر به پنج نوع واجب، مستحب، حرام، مکروه و مباح قابل تقسیم است. انسان برای اینکه در بخش ممنوع تجارت قدم نگذارد و از بخش واجب و مستحب غافل نشود، باید دستورهای اسلام را در این باره به خوبی بداند و به آن پایبند باشد.

اصبغ بن نباته می‌گوید: بارها از امیرمؤمنان علی علیه السلام شنیدم که در بالای منبر، سه مرتبه این جمله را می‌فرمود: «الْفَقْهَ ثُمَّ الْمُتَجَرَ»؛^{۱۹} اول آگاهی از احکام الهی، سپس تجارت. همچنین امیرالمؤمنین در روایت دیگری می‌فرمایند: هرکس قبل از یادگیری احکام فقهی مشغول تجارت شود، به رباخواری آلوده می‌شود.^{۲۰} از امام صادق علیه السلام نقل شده است که امیرالمؤمنین علیه السلام فرمودند: کسی که از (احکام) خرید و فروش آگاهی ندارد، در بازار به کسب و کار مشغول نشود. قواعد فقهی تسهیل‌کننده مبادلات عبارت است از: قاعده ید، سوق المسلمین، المؤمنون عند شروطهم و قاعده لا ضرر و لا ضرار. تبیین این قواعد در کتاب‌های مربوطه با عنوان «القواعد الفقهیه» آمده است.^{۳۱}

آگاهی از احکام و قواعد فقهی و تسهیل مبادلات افزایش سرعت مبادلات

اگر طرفین مبادله از احکام شرعی مبادله‌ای که قصد انجام آن را دارند، اطلاع کافی داشته و به آن پایبند باشند، می‌توانند مبادله موردنظر را به صورت صحیح و با سرعت بیشتری انجام دهند، زیرا مبادله‌ای که شرعاً حرام یا باطل است، اصلاً طرح نمی‌گردد تا اینکه مدت زمانی برای مطلع نمودن یکی از طرفین صرف شود. تحقق مبادله در مدت زمان کمتر باعث تسهیل آن می‌گردد. همچنین اگر طرفین مبادله از اختیارات مربوط به مبادلات، مانند خیار عیب، خیار غبن و... اطلاع کافی داشته باشند، مبادله با سرعت بیشتری انجام می‌شود و به بررسی دقیق کالا از حیث معیوب بودن یا نبودن آن نیازی نیست، چون طرفین می‌دانند در

صورت معیوب بودن کالا یا وجود غبن و... امکان فسخ مبادله وجود دارد، ولی اگر یکی از طرفین درباره احکام شرعی مبادله، آگاهی لازم نداشته نباشد یا در صورت آگاهی به آن پایبند نباشد، سرعت مبادله کاهش می‌یابد.

لازم به ذکر است که اگر هیچ کدام از فروشنده و خریدار، از مسائل فقهی، اطلاع لازم نداشته باشند، خللی در سرعت مبادله به وجود نمی‌آید، ولی این امر از جهت افزایش هزینه‌ها، که در قسمت بعدی توضیح داده می‌شود، مانع تسهیل مبادلات می‌گردد.

کاهش هزینه‌ها

آگاهی داشتن از احکام فقهی معاملات و پایبندی به آنها موجب کاهش هزینه معاملات می‌شود، زیرا اگر فردی به احکام فقهی معاملات آشنایی کافی نداشته باشد، ممکن است که معامله باطل یا حرامی را انجام داده و پس از آنکه متوجه این کار شد، برای جبران آن مجبور شود معامله را فسخ کرده یا از راه‌های دیگری به حل آن بپردازد. فسخ معامله یا هر کار دیگری به منظور تصحیح، مانعی برای تسهیل مبادلات است و افزایش هزینه را در پی دارد.

عدم آگاهی از برخی مسائل فقهی، مثل حرمت احتکار یا عدم پایبندی به آن مسائل، موجب بالا رفتن قیمت‌ها در بازار می‌شود. همین طور کسی که از حرمت کم‌فروشی (تطفیف) آگاهی ندارد و اقدام به این کار می‌کند، در واقع کالا را به بیشتر از قیمت مورد مبادله به مشتری فروخته است. با اطلاع یافتن مشتری، زمانی به رفت و برگشت و اثبات کم‌فروشی و جبران آن صرف می‌شود. در نتیجه، هزینه این مبادله افزایش می‌یابد.

کاهش درجه نااطمینانی

اگر طرفین مبادله از احکام فقهی مربوط به مبادله اطلاع داشته و به آن پایبند باشند، در این صورت، نااطمینانی در مبادلات کاهش می‌یابد، زیرا خریدار مطمئن است که مبادله از جهت جهل فروشنده به احکام فقهی، مشکلی نخواهد داشت و فروشنده نیز زمانی که از آگاهی خریدار از احکام فقهی اطلاع داشته باشد، از همین اطمینان خاطر بهره‌مند خواهد شد. ولی چنانچه یکی از طرفین مبادله، به ویژه فروشنده، از احکام فقهی اطلاع کافی و لازم را نداشته باشد، طرف دیگر مبادله اطمینان خاطر نخواهد داشت.

۶. آگاهی از قوانین و مقررات مبادلات و پایبندی به آنها

آگاهی مبادله‌کنندگان از قوانین و مقررات و پایبندی به آن، موجب تسهیل مبادلات می‌شود، زیرا اگر یکی از طرفین مبادله از قوانین و مقررات مربوط به معاملات اطلاع کافی نداشته یا به آنها پایبند نباشد، ممکن است که معامله‌ای غیرقانونی انجام دهد. مطلع نمودن چنین فردی بر غیرقانونی بودن این معامله توسط طرف دیگر مبادله، از سرعت انجام مبادلات می‌کاهد. همچنین این‌گونه معاملات هزینه‌های جانبی زیادی را در پی دارد، زیرا در مواردی که فردی مبادله‌ای را که برخلاف قوانین و مقررات کشور است، انجام می‌دهد، قانوناً مجرم شناخته می‌شود و ممکن است که تحت تعقیب قرار گرفته و هزینه‌های زمانی و مالی زیادی را برای امور دادگاهی و... متحمل شود. آگاهی مبادله‌کنندگان از قوانین و مقررات مربوط به مبادلات و پایبندی به آنها موجب کاهش درجه ناطمینانی نیز می‌گردد. مشتریان یا فروشندگانی که از قوانین و مقررات مربوط به مبادلات اطلاع کافی داشته و به آنها پایبند هستند، به راحتی و با آسودگی خاطر بیشتری وارد معامله می‌شوند.

چگونگی اندازه‌گیری میزان آگاهی مبادله‌کنندگان از قوانین و مقررات و پایبندی به آنها به همان شیوه اندازه‌گیری میزان آگاهی مبادله‌کنندگان از احکام فقهی است؛ یعنی با تعیین یک جامعه آماری از فروشندگان اصناف مختلف و خریداران و پخش پرسش‌نامه‌ای در میان آنها که سؤال‌های مختلفی درباره قوانین و مقررات مربوط به مبادلات داشته باشد، می‌توان به میزان آگاهی آنان از قوانین و مقررات مربوط به مبادلات و پایبندی آنها به آن پی برد.

۷. آگاهی از آداب و اخلاق اسلامی در بازار و پایبندی به آنها

مسائل اخلاقی در زمینه تجارت و کسب و کار اهمیت زیادی دارد. از دیدگاه اسلام نیز رعایت اخلاق در اقتصاد مورد تأکید فراوان است، به طوری که در بیان قرآن و روایات معصومان علیهم‌السلام نتیجه رعایت اخلاق در تجارت، گشایش در روزی ^{۳۲} و برکت در کسب و کار ^{۳۳} عنوان شده است. یکی از ثمره‌های مهم پایبندی به آداب و اخلاق در اقتصاد اسلامی، تسهیل مبادلات در بازار است که با توجه به سه معیار گذشته، بررسی می‌شود.

افزایش سرعت مبادلات

آگاهی و پایبندی به آداب و اخلاق اسلامی در بازار، سرعت مبادلات را افزایش داده و از این جهت موجب تسهیل مبادله می‌شود. برای مثال، وقتی فروشنده صادقانه، با رویی باز و برخوردی مناسب با مشتری برخورد می‌کند، اعتماد مشتری را جلب کرده و در نتیجه، زمان زیادی را برای جست‌وجو در مکان‌های دیگر و چانه‌زنی بر سر قیمت کالا صرف نمی‌کند و مطمئن است که کالای مورد معامله، سالم و ویژگی‌های مورد نظرش را دارا است. افزون بر این اگر هم کالا معیوب باشد، چون فروشنده ملتزم به رعایت اخلاق و آداب اسلامی است به راحتی از او قبول کرده و کالا را تعویض می‌کند.

کاهش هزینه مبادلات

آگاهی و پایبندی به اخلاق و آداب اسلامی در حوزه کسب و کار موجب کاهش هزینه مبادلات می‌شود. برای مثال، اگر فروشنده‌ای با رعایت انصاف به سود متعارف اکتفا کرده و از دریافت هرگونه سود اضافی اجتناب کند، در واقع، هزینه خرید مشتری را کاهش داده است. همچنین رعایت اخلاق می‌تواند هزینه‌های زمانی را نیز کاهش دهد، زیرا فروشندگان اگر از معاملات غرری (فریب کارانه) اجتناب کنند، از اتلاف وقت مشتریان جلوگیری می‌شود. در مقابل، اگر مسائل اخلاقی رعایت نشده و با مشتریان برخورد صادقانه صورت نگیرد، اعتماد آنان به قیمت و کیفیت کالا سلب شده و با اطلاع از فریب‌کاری فروشنده، برای جبران خسارت، مجدداً به بازار مراجعه می‌کنند. این امر موجب اتلاف وقت آنان شده و روند انجام مبادلات را کند می‌کند.

کاهش درجه نا اطمینانی

آگاهی و پایبندی هرچه بیشتر به آداب و اخلاق اسلامی در بازار موجب افزایش درجه اعتماد طرفین مبادله می‌شود، زیرا وقتی مشتری بداند که فروشنده از کارهایی، مانند کم‌فروشی، گران‌فروشی، پوشاندن عیوب و... اجتناب می‌کند، به راحتی و با اطمینان خاطر، وارد مبادله می‌شود، چون اطمینان خاطر دارد که کالای مورد نظر خود را با قیمت مناسب به دست آورده است. بدیهی است که این امر موجب کاهش درجه نا اطمینانی شده و در نتیجه، مبادلات را تسهیل می‌کند.

موارد مهم ظهور و بروز آداب و اخلاق اسلامی در بازار را می‌توان در امور زیر خلاصه کرد:

- خوش‌روئی و حسن خلق؛

- انصاف؛

- آسان گرفتن به بدهکار؛

- حلم و بردباری.

برخی از شاخص‌های تسهیل مبادلات با ادله عقلی، بنای عقلا و عرف قابل استنباط است.

۸. آگاهی از شیوه‌های فنی و اقتصادی مبادلات و پایبندی به آنها

میزان آگاهی طرفین معامله از فنون اقتصادی و بازاری معاملات، رابطه مستقیمی با تسهیل مبادلات دارد. در این قسمت به مواردی که می‌تواند نماگر خوبی برای به دست آوردن میزان آگاهی مبادله‌کنندگان از شیوه‌های فنی و اقتصادی مبادلات باشد، اشاره می‌شود.

الف - میزان تسلط بر زبان محاوره‌ای خریداران

یکی از مواردی که جزء شیوه‌های فنی مبادلات بوده و وجود آن موجب تسهیل مبادلات در بازار می‌باشد، میزان تسلط بر زبان محاوره‌ای خریداران است. در شهرهای بزرگ و در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی، خریدارانی با زبان‌های مختلف و متفاوت از یکدیگر وجود دارند. در چنین بازارهایی، آن دسته از فروشندگان که بتوانند به راحتی به زبان محاوره‌ای خریداران صحبت کنند، مبادلات آنها با سهولت بیشتری انجام می‌شود.

لازم به ذکر است که خریدار نیز اگر با زبان محاوره‌ای فروشنده، آشنا باشد، به راحتی و با اطمینان خاطر بیشتری می‌تواند اقدام به مبادله کند. البته فروشندگان چون دائماً در حال خرید و فروش با خریداران مختلف بوده و تجارت و مبادله، شغل آنان است، انگیزه بیشتری برای یادگیری زبان خریداران دارند. به همین دلیل، تسلط فروشندگان به زبان خریداران، شاخص، قرار گرفته است، زیرا این امر موجب می‌شود که اولاً: مبادلات در زمان کوتاه‌تری واقع شده و زمانی برای ترجمه سخنان آنها صرف نشود. ثانیاً: هزینه مبادلات و درجه نااطمینانی مشتریان نیز در صورتی که فروشنده و خریدار با یک زبان با همدیگر صحبت کرده و معامله کنند، کاهش می‌یابد.

ب - عقل اقتصادی مشتریان (تدبیر معیشت)

یکی دیگر از راه‌های سنجش میزان آگاهی از شیوه‌های فنی و عرفی مبادلات، که موجب تسهیل مبادلات می‌شود، عقل و تدبیر اقتصادی مبادله‌کنندگان است، زیرا وقتی مشتری بداند که کالای موردنظر خود را به چه میزان، در چه زمانی و از چه مکانی خریداری کند و همچنین از قیمت و ویژگی‌های واقعی کالا (کیفیت و مرغوبیت، کارایی، اصلی و غیر اصلی بودن و...) آگاهی داشته باشد، و فروشنده نیز با تدبیر معیشت، اطلاعات لازم را در این زمینه به کار گیرد، سرعت مبادلات آنها افزایش، هزینه‌های مالی و درجه نااطمینانی کاهش یافته و در نتیجه، مبادله با سهولت بیشتری انجام می‌شود.

۹. کاهش فاصله بین تولید و مصرف

یکی از شاخص‌های تسهیل مبادلات، کاهش فاصله بین تولید و مصرف در بازار است؛ به این معنا که کالاها بعد از تولید با فاصله کوتاهی به دست مصرف‌کننده برسد. برای نیل به این هدف باید از راه تقلیل واسطه‌ها در بازار اقدام کرد؛ به این صورت که کالاها بعد از تولید با واسطه کمتری به دست مصرف‌کننده برسد. از جمله راه‌های تقلیل واسطه‌ها در بازار، دایر کردن نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا است.

کاهش فاصله بین تولید و مصرف و تسهیل مبادلات**افزایش سرعت**

هرچه فاصله بین تولید و مصرف از طریق تقلیل واسطه‌ها کاهش یابد بر افزایش سرعت مبادلات تأثیر مثبت خواهد داشت، زیرا به هر میزان که واسطه کم شود، کالا سریع‌تر به دست مصرف‌کننده می‌رسد. وقتی فاصله زمانی بین تولید و توزیع کالاها و رسیدن به دست مصرف‌کننده کمتر باشد، به همان میزان کالاها با کیفیت بهتری به بازار مصرف می‌رسد. این امر در تصمیم‌گیری سریع مشتریان برای خرید چنین کالاهایی نقش مهمی ایفا می‌کند و سریع‌تر اقدام به خرید می‌نمایند. و در مقابل، هرچه واسطه‌ها بیشتر باشند از کیفیت آنها کاسته شده یا تاریخ مصرف آنها زودتر منقضی خواهد شد. این امر باعث می‌شود مشتریان با تردید و دودلی به کالاها نگاه کرده و خوف فاسد شدن کالاها را داشته باشند. بدیهی است که این مطلب بیشتر درباره کالاهای فاسدشدنی و دارای تاریخ مصرف، جریان دارد.

کاهش هزینه‌ها

کاهش فاصله بین تولید و مصرف از طریق تقلیل واسطه‌ها نیز رابطه مثبتی با کاهش هزینه‌ها دارد و به هر میزان که واسطه‌ها کمتر باشند کالاها ارزان‌تر به دست مصرف‌کننده می‌رسد. برای مثال، کالایی مانند مرکبات یک بار در قالب عقد اجاره از صاحب باغ اجاره می‌شود، زمان عرضه که فرا برسد او به شخص دیگری واگذار می‌کند و این شخص ثالث کالا را به میدان‌دار می‌فروشد و او نیز به مغازه‌دار می‌فروشد. از این‌رو، در خوش‌بینانه‌ترین وضعیت، اگر هر کدام از این واسطه‌ها ده درصد سود دریافت نمایند، هزینه سنگینی بر مصرف‌کننده تحمیل می‌شود. دولت اسلامی باید به گونه‌ای برای تنظیم بازار برنامه‌ریزی کند که فاصله بین بازار تولید و مصرف کاهش یافته و واسطه‌ها تقلیل یابند. برپایی انواع نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا و بازارهای هفتگی، از راه‌های رساندن کالاها و خدمات، در زمانی کوتاه و با واسطه کمتر، به دست مصرف‌کننده است.

کاهش درجه نااطمینانی

وقتی مشتری هنگام خرید، از زمان تولید کالای موردنیاز خود اطلاع یابد و بداند که این کالا با فاصله کوتاهی از زمان تولید به دست او رسیده است، این اطمینان را پیدا می‌کند که اولاً: این کالا در مقایسه با کالاهایی که فاصله زیادی از تولید آنها می‌گذرد، از تاریخ مصرف بیشتری بهره‌مند است و ثانیاً: مرغوبیت و کیفیت بهتری دارد، از این‌رو، درجه نااطمینانی او از خرید کالا کاهش می‌یابد. کاهش درجه نااطمینانی مشتریان از خرید کالاهای موردنیاز در نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا، کاملاً واضح و روشن است.

۱۰. استفاده از ساز و کارهای جدید پرداخت و انجام مبادلات (پول الکترونیکی، کارت‌های اعتباری، خرید اینترنتی)

بشر متناسب با پیشرفت‌های اقتصادی و بازرگانی، در هر زمان، از ابزار و روش‌های پرداخت مختلفی متناسب با فناوری روز، استفاده کرده است. امروزه بانکداری دچار تحولات عظیمی شده است، به طوری که بانک‌ها به مراکز پردازش اطلاعات در سطح جهان تبدیل شده‌اند.

امروزه توسعه مفاهیم جدیدی، از قبیل انتقال الکترونیکی وجوه، بانکداری الکترونیک، پول الکترونیکی، کارت‌های بانکی، تجارت الکترونیکی، پرداخت الکترونیکی و... ابزار و

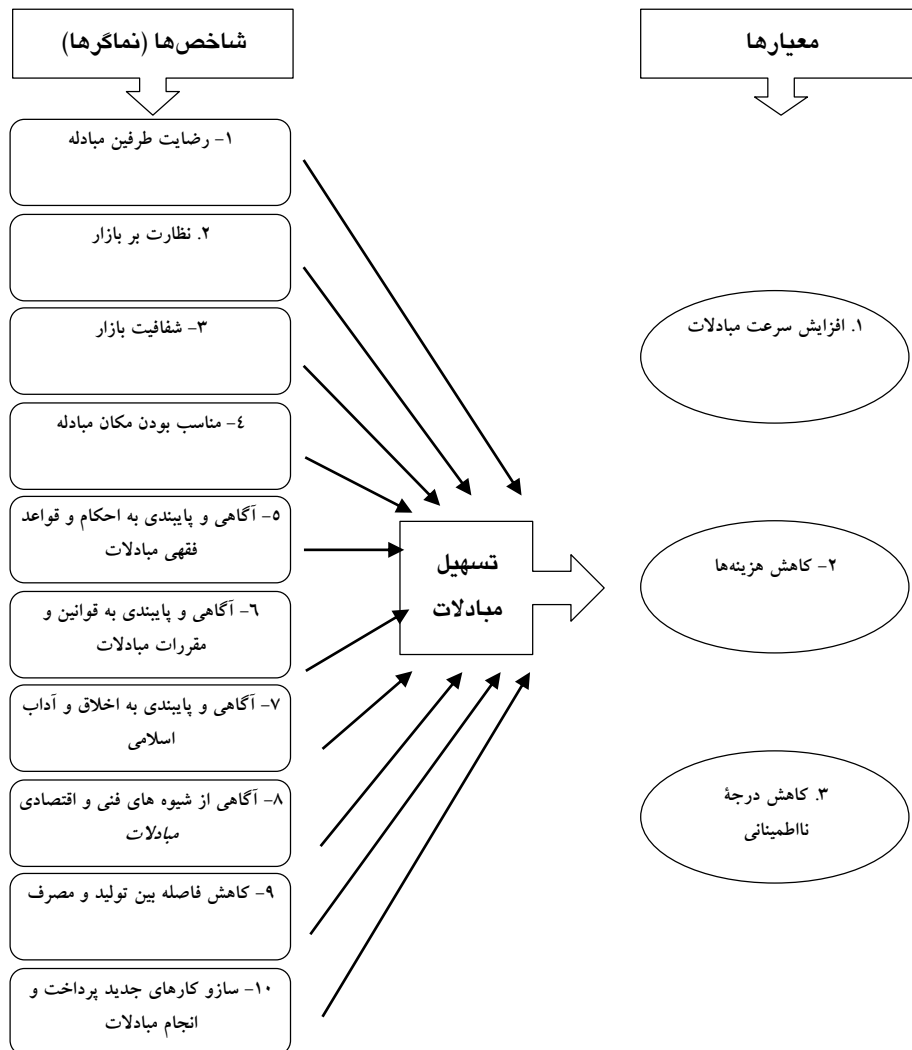
شیوه‌های جدیدی را در اختیار افراد قرار داده و شیوه عرضه خدمات در بانک‌ها با استفاده از رایانه و گسترش شبکه اینترنت متحول شده است و بانک‌ها را از قید مکان و زمان آزاد نموده، به گونه‌ای که می‌توانند خدمات خود را بدون نیاز به حضور فیزیکی در بانک، به صورت شبانه‌روزی در اختیار مشتریان قرار دهند.

فناوری‌های جدید و الکترونیکی شدن بانکداری، این امکان را به افراد می‌دهد که سرعت، کیفیت، دقت، هزینه و تنوع خدمات خود را افزایش دهد. بنابراین، بانکداری الکترونیک و ابزارهای جدید را می‌توان به عنوان فراهم‌آورنده امکاناتی برای مشتریان که با استفاده از واسطه‌های ایمن بتوانند به خدمات بانکی دسترسی یابند، تعریف کرد. ذکر این بین، آنچه اهمیت دارد این است که ابزارهای جدید که پدیده‌هایی بسیار مؤثر و غیرقابل انکارند، می‌توانند امور تجاری و مالی را برای تمامی گروه‌های ذی‌نفع تسهیل کنند، زیرا گسترش برنامه‌های رایانه‌ای تحت شبکه به طور قابل ملاحظه‌ای موجب افزایش سرعت خدمات گردیده است به گونه‌ای که برای مثال، مشتری از دورترین نقطه قادر است پول را به حساب فروشنده واریز کرده و در کوتاه‌ترین زمان ممکن، کالای موردنیاز خود را دریافت نماید. علاوه بر این، سیستم‌های پرداخت و انتقال الکترونیکی وجوه، در بانک‌ها، مراکز تجاری و مؤسسات مالی و فروشگاه‌ها باعث کاهش هزینه‌ها از طریق صرفه‌جویی در کاغذ و چاپ، استخدام کارکنان و زمان لازم برای ارائه صورت‌حساب‌ها و سایر هزینه‌های جانبی، از قبیل ایاب و ذهاب می‌شود. از نظر هزینه‌ها نیز بررسی‌ها نشان می‌دهد پرداخت‌هایی که از طریق سیستم‌های انتقال الکترونیکی صورت می‌پذیرند، امنیت بالاتری در مقایسه با پرداخت‌هایی که به شیوه سنتی انجام می‌شوند، دارند؛ زیرا سیستم‌های انتقال الکترونیکی وجوه به گونه‌ای طراحی شده که احتمال دستبرد، سرقت، مفقود شدن، عدم انتقال و... در آنها به حداقل ممکن رسیده و با طراحی مناسب روش‌های کنترلی، خطای انسانی را تا حدود زیادی کاهش داده است.

جمع‌بندی

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری از بحث را می‌توان در نمودار زیر خلاصه نمود. در سمت چپ شاخص‌های کلی مطرح شده است. برای سنجش کمی هر کدام از این شاخص‌ها، با توجه به موارد ظهور و بروز آنها در خارج، شاخص‌های ریزتری در مقاله مطرح شده است. در

سمت راست، سه معیار و ملاک به عنوان نتیجه و خروجی عملکرد عوامل تسهیل مبادله در بازار آمده است و با سیر از معلول به علت هریک از این سه، ملاک ارزیابی شخص‌ها نیز می‌باشد.



پی‌نوشت‌ها

۱. تمیمی آمدی، *غررالحکم*، ص ۲۴۴، ح ۴۹۶۷.
۲. *نهج الفصاحة*، ح ۳۴۶.
۳. ابوالحسن ماوردی، *الاحکام السلطانية والولايات الدينية*.
۴. محمدنقی نقی‌پور، «امام علی علیه السلام حکومت و بازار»، *نقد*، تابستان ۱۳۸۰، ش ۱۹، ص ۲۷۲-۲۲۲.
۵. سیدمحمدکاظم رجایی، «تقاضا در بازار اسلامی در مقایسه با بازار رقابت کامل»، *جستارهای اقتصادی*، ش ۸، پاییز و زمستان ۱۳۸۶، ص ۶۵-۹۸.
۶. لویس معلوف، *المنجد*، ترجمه محمد بندریگی، ص ۷۸۸؛ محمد معین، *فرهنگ فارسی*، ج ۱، ص ۱۰۸۳.
۷. خلیل‌بن‌احمد فراهیدی، *کتاب العین*، ج ۴، ص ۷.
۸. ملافتح‌الله کاشانی، *زبدة النفا سیر*، ج ۱، ص ۳۰۴؛ فضل‌بن‌حسن طبرسی، *مجمع البیان فی تفسیر القرآن*، ج ۲، ص ۴۹۹؛ علی‌بن‌حسین عاملی، *الوجیز فی تفسیر القرآن العزیز*، ج ۱، ص ۶۵.
۹. *نهج البلاغه*: نامه ۵۳؛ محمدبن‌حسن حر عاملی، *وسائل الشیعة*، ج ۱۷، ص ۴۲۸.
۱۰. محمدبن‌حسن حر عاملی، *وسائل الشیعة*، ج ۱۷، ص ۴۵۰.
۱۱. همان.
۱۲. محمدباقر مجلسی، *بحار الأنوار*، ج ۷۵، ص ۵۴.
۱۳. محمدبن‌علی صدوق، *من لا یحضره الفقیه*، ج ۳، ص ۱۹۶.
۱۴. همان.
۱۵. میرزا حسین نوری طبرسی، *مستدرک الوسائل*، ج ۱۳، ص ۲۸۴.
۱۶. محمد معین، *فرهنگ فارسی*، ج ۲، ص ۱۹۹۳.
۱۷. فیروزه خلعت‌بری، *مجموعه مفاهیم پولی بانکی و بین‌المللی*، ص ۶۰۶.
۱۸. منوچهر فرهنگ، *فرهنگ علوم اقتصادی*، ص ۵۴۱.
۱۹. محمدجمال خلیلیان، *شاخص‌های توسعه اقتصاد از دیدگاه اسلام*، ص ۵۶.
۲۰. ابوالفضل اکرمی، «بازار در تمدن اسلامی»، *مجلات پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام*، ش ۳.
۲۱. محمدبن‌یعقوب کلینی، *الکافی*، ج ۵، ص ۱۵۱؛ محمدبن‌علی صدوق، *من لا یحضره الفقیه*، ج ۳، ص ۱۹۳؛ محمدبن‌حسن طوسی، *تهذیب الأحکام*، ج ۷، ص ۶؛ محمدبن‌حسن حر عاملی، *وسائل الشیعة*، ج ۱۷، ص ۳۸۲؛ محمدباقر مجلسی، *بحار الأنوار*، ج ۱۰۰، ص ۹۴.
۲۲. محمدبن‌یعقوب کلینی، *الکافی*، ج ۵، ص ۱۶۱؛ محمدبن‌حسن طوسی، *تهذیب الأحکام*، ج ۷، ص ۱؛ محمدباقر مجلسی، *بحار الأنوار*، ج ۲۲، ص ۸.
۲۳. در لغت برای غرر، معانی مختلفی مانند: غفلت، خدعه، جهالت، انجام کاری که در آن ایمنی از ضرر نیست، چیزی که مورد تعهد و اطمینان نیست، چیزی که ظاهری پسندیده و باطنی ناپسند و مجهول دارد و به معنای خطر نیز آمده است (نتیجه نفی همگی آنها وجود شفافیت است). (جمال‌الدین محمدبن‌مکرم ابوالفضل‌بن‌منظور، *لسان العرب*، ج ۵، ص ۱۴).

-
۲۴. شیخ مرتضی انصاری، مکاسب، ص ۱۸۳.
۲۵. محمدبن حسن حر عاملی، وسائل الشیعه، ج ۱۷، ص ۳۸۵.
۲۶. ر.ک. سیدمحمدکاظم رجایی، معیار و شاخص شفافیت یا اطلاعات کامل در بازار اسلامی.
۲۷. محمدبن یعقوب کلینی، الکافی، ج ۵، ص ۱۵۰.
۲۸. همان.
۲۹. نهج البلاغه، حکمت ۴۴۷.
۳۰. محمدبن حسن طوسی، تهذیب الأحکام، ج ۷، ص ۵.
۳۱. ر.ک. ناصر مکارم شیرازی، القواعد الفقهیه، ۲ جلد.
۳۲. شیخ عباس قمی، سفینه البحار و مدینه الحکمه و الآثار، ج ۲، ص ۶۷۸.
۳۳. اعراف: ۹۶.
۳۴. نوروز کهزادی، «بانکداری الکترونیکی: پیش نیازها، محدودیت‌ها و روش‌های پیاده سازی آن در ایران»، پیک توسعه، ش ۲۲، ص ۲۷-۲۳.

منابع

- ابن ابی الحدید معتزلی، عزالدین ابو حامد، شرح نهج البلاغه، قم، کتابخانه آیت الله مرعشی، ۱۴۰۴ ق.
- ابن منظور، ابوالفضل، جمال الدین، محمد بن مکرم، لسان العرب، ج سوم، بیروت، دارالفکر، ۱۴۱۴ ق.
- اکرمی، ابوالفضل، «بازار در تمدن اسلامی»، مجلات پژوهشی دانشگاه امام صادق، ش ۳، بهار ۱۳۷۵، ص ۹۸-۶۸.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، غرر الحکم و درر الکلم، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۳۶۶.
- حرّ عاملی، محمد بن حسن، وسائل الشیعه، ۲۹ جلد، قم، مؤسسه آل البیت، ۱۴۰۹ ق.
- خلعت بری، فیروزه، مجموعه مفاهیم پولی بانکی و بین المللی، تهران، شبابویز، ۱۳۷۱.
- خلیلیان، محمد جمال، شاخص های توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام، قم، مؤسسه امام خمینی، ۱۳۸۴.
- انصاری، مرتضی، مکاسب (لل شیخ الأذ صاری، ط - الحدیثه)، ۶ جلد، قم، کنگره جهانی بزرگداشت شیخ اعظم انصاری، ۱۴۱۵ ق.
- رجایی، سید محمد کاظم، «تقاضا در بازار اسلامی در مقایسه با بازار رقابت کامل»، جستارهای اقتصادی، ش ۸، پاییز و زمستان ۱۳۸۶، ص ۶۵-۹۸.
- _____، معیار و شاخص شفافیت یا اطلاعات کامل در بازار اسلامی، مرکز بررسی های استراتژیک، مهر ۱۳۹۰
- قمی، شیخ عباس، سفینه البحار و مدینه الحکمه و الآثار، مشهد، بنیاد پژوهش های آستان قدس رضوی، ۱۴۱۶ ق.
- مکارم شیرازی، ناصر، القواعد الفقہیة (لمکارم)، ۲ جلد، ج سوم، قم، مدرسه امام امیر المؤمنین، ۱۴۱۱ ق.
- طبرسی، فضل بن حسن، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، تهران، ناصر خسرو، ۱۳۷۲.
- طوسی، محمد بن حسن، تهذیب الأحکام، ج چهارم، تهران، دار الکتب الإسلامیة، ۱۴۰۷ ق.
- عاملی، علی بن حسین، الوجیز فی تفسیر القرآن العزیز، قم، دارالقرآن الکریم، ۱۴۱۳ ق.
- فراهیدی، خلیل بن احمد، کتاب العین، ۸ جلد، ج دوم، قم، هجرت، ۱۴۱۰ ق.
- فرهنگ، منوچهر، فرهنگ علوم اقتصادی، ج هشتم، تهران، پیکان، ۱۳۷۹.
- صدوق، محمد بن علی بن بابویه، من لا یحضره الفقیه، ۴ جلد، ج دوم، قم، دفتر اسلامی، ۱۴۱۳ ق.
- کاشانی، ملافتح الله، زیده التفاسیر، قم، بنیاد معارف اسلامی، ۱۴۲۳ ق.
- کلینی، محمد بن یعقوب، الکافی، ۸ جلد، ج چهارم، تهران، دارالکتب الإسلامیة، ۱۴۰۷ ق.
- کهزادی، نوروز، «بانکداری الکترونیکی: پیش نیازها، محدودیت ها و روش های پیاده سازی آن در ایران»، پیک توسعه، ش ۲۲، خرداد و تیر ۱۳۸۰، ص ۲۷-۲۳.
- ماوردی، ابوالحسن، الاحکام السلطانیة والولايات الدینیة، تهران، دارالکتب الاسلامیة، ۱۳۶۴.
- مجلسی، محمد باقر، بحار الأنوار، بیروت، مؤسسه الطبع و النشر، ۱۴۱۰ ق.
- معین، محمد، فرهنگ فارسی، ج پانزدهم، تهران، امیرکبیر، ۱۳۷۹.
- معلوف، لويس، المنجد، ترجمه محمد بندریگی، ج سوم، تهران، ایران، ۱۳۸۰.
- نقی پور، محمدنقی، «امام علی علیه السلام حکومت و بازار»، نقد، تابستان ۱۳۸۰، ش ۱۹، ص ۲۷۲-۲۲۲.
- نوری طبرسی، میرزا حسین، مستدرک الوسائل، بیروت، مؤسسه آل البیت، ۱۴۰۸ ق.