



نشریه علمی تمدن اسلامی و دین پژوهی

سال اول / شماره یکم / پاییز ۱۳۹۸



20.1001.1.26764830.1398.1.1.4.4

تأثیرآیات و روایات در اصول اخلاق تجارت اسلامی محیط کسب و کار؛ مورد کاوی بازارتهران

علی نجات بخش اصفهانی^۱ / حبیبه تک دهقان^۲

(۷۲-۹۹)

چکیده

تحقیق حاضر به بررسی شاخص های اخلاق تجارت اسلامی و میزان تأثیر آن ها در فعالیت های بازرگانی بازار تهران می پردازد. در ابتدا شاخص های احتمالی اخلاق تجارت اسلامی از میان منابع کتابخانه ای معتبر دینی استخراج و سپس در میان صاحب نظران علوم اسلامی نظرسنجی شده است. حاصل این نظرسنجی انتخاب دوازده مورد به عنوان شاخص های اخلاق تجارت اسلامی در کسب و کار تمدن اسلامی است. بر اساس این شاخص ها، پرسشنامه ای طراحی شده است که در بازار تهران توزیع گردید. نتیجه بررسی داده های آماری نشان می دهد که فرضیه های این مقاله، مبنی بر مؤثر بودن شاخص های دوازده گانه اخلاق تجارت اسلامی بر فعالیت های بازرگانی، مورد تأیید است.

واژگان کلیدی: اسلام، اخلاق، تجارت، تأثیر، فعالیت های بازرگانی و بازار تهران.

۱ - دانشیار گروه علوم قرآن و حدیث، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. hany.orveh@gmail.com

۲ - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی (استراتژیک)، دانشگاه پیام نور تهران غرب، تهران، ایران. habibeh.tak@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۳/۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۹/۲۱ نوع مقاله: کاربردی

مقدمه

در زمانه ای که به مدد پیشرفت های بشری روابط تجاری بسیار گسترش یافته و نظریه پردازان مغرب زمین با توجه به انسان شناسی و فلسفه خاص خود به ارایه الگوهای اخلاقی می پردازند، ما در صدد یافتن الگوی اخلاقی مناسب برای روابط تجاری هستیم؛ الگویی که با دین و ملیت ما تناسب داشته و نیازهای جامعه ایرانی-اسلامی را برطرف کند. اهمیت پرداختن به موضوعاتی از این دست زمانی نمودار می شود که در پی یافتن یک تئوری جامع در مجامع علمی و یک شیوه نامه عملکرد برای ارایه در سطح جامعه باشیم، شیوه ای که متناسب با دین، فلسفه و انسان شناسی اسلامی باشد. در این راستا، در پژوهشی که پیش رو دارید، بررسی شاخص های اخلاق تجارت اسلامی و سپس سنجش میزان تأثیر آن ها در فعالیت های بازرگانی در بازار تهران است. سؤال اصلی ما این بوده است که شاخص های اصول اخلاق تجارت اسلامی چیست؟

پیشینه نظری

مجید رضایی در مقاله "کار اقتصادی در پرتو بینش و ارزش های اسلامی" (۱۳۸۳) به بررسی روابط حاکم بر بازار کار و روابط آن با اعتقادات و اخلاق اسلامی پرداخته و روابط حاکم بر بازار کار را متأثر از دیدگاه مکتب اقتصادی به کار می داند. روش این تحقیق کتابخانه ای بوده است. وی معتقد است اخلاقیات و روش های عملی، آثار شدیدی بر رفتار دارد. اعتقادات اسلامی و اخلاقیات آن، مسلمان را به انجام کار اقتصادی ترغیب ساخته، انگیزه های متعددی را در آنان ایجاد می کند.

سید محمد کاظم رجایی در مقاله "ویژگی های بازار اسلامی در نظریه و عمل" (۱۳۸۹) با روش توصیفی-تحلیلی به تحلیل ویژگی ها و کارکردهای بازار اسلامی پرداخته است. فرضیه اصلی مقاله این است که بازار اسلامی را می توان با ویژگی های شفافیت، تطابق با شرع، حاکمیت اخلاق اسلامی و هدایت و نظارت دولت بازشناسی، جلوه هایی از تحقق این ویژگی ها در سابقه تمدنی آن مشاهده کرد. وی شفافیت در بازار اسلامی را از طرفی ناشی از ساختار فضای فیزیکی و از طرفی ناشی از انگیزه های قوی و الهی عاملان اقتصادی برای پرهیز از پنهان کاری اطلاعاتی می داند.

غلام علی معصومی نیا در مقاله "اخلاق اقتصادی؛ مبانی بینشی، آموزه ها و آثار" (۱۳۹۰) با روش تحقیق توصیفی- تحلیلی پس از مطرح کردن آموزه های اخلاق اسلامی فرضیه های خود را به شرح زیر ارائه می کند. اقتصاد تجلی گاه ارزش های انسانی و وسیله رسیدن انسان ها به سعادت ابدی است؛

التزام به آموزه های اخلاقی تا حد فراوانی تعارض بین کارایی و عدالت را از بین می برد؛ قسمت عمده نارسایی های سازوکار بازار (ساز و کار قیمت ها) را جبران می کند.

جواد ایروانی در مقاله "اخلاق اقتصادی از دیدگاه قران و حدیث" (۱۳۸۳) با روشی کتابخانه ای به بررسی رابطه اخلاق با اقتصاد و نقد مبانی سرمایه داری می پردازد. بخشی از این مقاله که با موضوع این پژوهش ارتباط دارد تبیین اصول حاکم بر اخلاق تجارت است. از میان نکات مطرح شده در این مقاله شاخص انضباط کاری و توزیع ثروت بین مقاله و موضوع پژوهش حاضر مشترک است. یکی از زیر شاخص هایی که نویسنده در شاخص انضباط کاری مطرح نموده است. نویسنده معتقد است که انضباط کاری باعث بهره برداری بهینه از سرمایه ها می گردد. در شاخص توزیع ثروت نیز بر آن است که آموزه های اسلامی با هدف برقراری عدالت و مبارزه با فقر شیوه هایی را ارائه می نماید که یکی از آن ها مقابله فرهنگی با خاستگاه ها و پیامدهای فقر و تکاثر در قالب ارائه اخلاق اقتصادی است.

داور ونوس و جمال خانی جزنی در مقاله "اخلاقیات و بازاریابی، بررسی تطبیقی نظرات روحانیون، مدیران شرکت های دولتی و مدیران شرکت های خصوصی" (۱۳۸۴) به جلوه گاه های نظام اسلامی در ارتباط با اخلاقیات بازاریابی در سطح ایده آل و عمل گرایی پرداخته است. جامعه نمونه این تحقیق شامل سه گروه روحانیون، مدیران شرکت های خصوصی و مدیران شرکت های دولتی بوده است؛ پرسشنامه ها بر اساس مقیاس لیکرت در ارتباط با اخلاقیات و بازاریابی طرح شده اند. برای تحلیل پرسشنامه ها از آزمون آماری استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان می دهد روحانیون نسبت به مدیران شرکت های خصوصی به نحو معناداری به تأثیر اخلاقیات و فلسفه اخلاق بر مدیریت بازاریابی تأکید بیشتری داشته، با صراحت بیشتری عدم برقراری موازین اخلاقی در عملکرد مدیران بازاریابی را افشا کرده اند.

سیداحسان خاندوزی در مقاله "نقش بسترسازی اخلاقی در توسعه اقتصادی" (۱۳۸۵) سعی دارد این نکته را ترسیم کند که تحقق الگوی توسعه (و از جمله سرمایه داری) به صورت بسیار جدی نیازمند بسترهای اخلاقی و فرهنگی است و عدم تناسب اخلاق دینی با اخلاق مطلوب الگوی توسعه (در وضعیت ضعف عقلانیت دینی و پویایی آن) به تضعیف اهداف و کارکردهای دین و ارزش های اخلاقی آن در جامعه می انجامد. محمدجمال خلیلیان اشکذری نیز طی مقاله ای با عنوان "شاخص های ارزیابی تسهیل مبادلات در بازار اسلامی" (۱۳۹۰) شاخص هایی را برای اخلاق تجارت اسلامی درج می کند که در این میان، شاخص شفافیت با شاخص های این مقاله مشترک است. روش مطالعه این مقاله کتابخانه ای است. نویسندگان نقش دولت را در ایجاد این شفافیت برجسته می داند چرا که بسیاری از اطلاعات مهم که باعث ایجاد رانت های اطلاعاتی می شود در اختیار دولت است. یونس نوربخش هم مقاله ای با عنوان "تحلیل جامعه شناختی از رابطه دین، فرهنگ با اقتصاد؛ با تأکید بر اسلام" (۱۳۸۶) با روشی تحلیلی- توصیفی به بررسی رابطه اقتصاد با عنصر غیراقتصادی در قالب جامعه شناسی اقتصاد می پردازد. در میان عوامل این تحقیق، شاخص عزت نفس و عدم اتکای به دیگران، معادل شاخص تنظیم معاملات در جهت ارتقای استقلال و قدرت حکومت اسلامی در تحقیق ماست. نویسندگان چنین جمع بندی می کنند که نظام های اقتصادی با نظام های حقوقی، سیاسی، دینی و فرهنگی جوامع ارتباط مستقیم دارند. سید حسین میرمعزی مقاله ای با عنوان "رقابت و تعاون در نگرش اسلامی" (۱۳۸۷) ارائه نموده است. این مقاله به بررسی رقابت در نظام سرمایه داری و رقابت و تعاون در نظام اسلامی می پردازد. وی رقابت و تعاون در خیرات را مورد تشویق اسلام می داند و معتقد است که اسلام برای دست یابی به اهداف، نهادینه کردن این دو اصل رفتاری را در جامعه در همه نظام های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی لازم می داند. سید رضا حسینی در مقاله "مفهوم و ماهیت عدالت اجتماعی با رویکرد اسلامی" (۱۳۹۰) با روش کتابخانه ای به واکاوی مفهوم عدالت اجتماعی پرداخته است. نویسندگان رعایت عدالت اجتماعی را جزء حوزه حقوق برمی شمارد لذا نگارندگان با تأسی از مقاله مذکور و سایر نوشته ها عدالت را از حوزه اخلاقیات خارج نموده و در گروه مبانی اندیشه ای اخلاق قرار می دهند. مقاله "آخرت گرایی قرآنی؛ قوام بخش اقتصاد متوازن" (۱۳۹۱) تألیف مجید رضایی دوانی به بررسی رابطه تفکر آخرت گرا با رفتارهای اقتصادی می

پردازد و معتقد است دین در اموری که به طور معمول عقلا و اندیشه وران اقتصادی به آن توجه ندارند مانند عدالت، حفظ حقوق ضعیفان و دوری از تجمل گرایی با بهره گیری از ایمان به آخرت زمینه دوری از رفتارهای نامناسب را فراهم می کند.

در ادامه آثار زیر نیز مورد بررسی قرار گرفته است:

مقاله "نظارت و مبانی آن در اندیشه علوی" اثر بهرام اخوان کاظمی (۱۳۹۰)

مقاله "سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی؛ مطالعه ای درباره مشارکت اجتماعی از منظر اسلام" اثر محمدنقی نظر پور و مصطفی منتظری مقدم (۱۳۸۹)

مقاله "راهبردهای نظارت همگانی در جامعه دین بنیان" اثر فاطمه براتلو (۱۳۸۹)

مقاله "مبانی اخلاقی مصرف از دیدگاه مکاتب سودگرایی، وظیفه گرایی و اسلام" اثر علی رضا موفق و علی اصغر هادوی نیا (۱۳۸۹)

مقاله "عدالت اجتماعی در نظام اقتصادی اسلام و لیبرالیسم" اثر سید محمد محمودی گلپایگانی (۱۳۸۵)

مقاله "تحلیل الگوهای اقتصادی تعاون" اثر حمید آماده و مجید کوپاهی (۱۳۸۰)

مقاله "بررسی حکم اطلاع رسانی نسبت به فرصت های اقتصادی" اثر مهدی نوریان، سید محمد رضا امام و عابدین مؤمنی (۱۳۸۹)

مقاله "طراحی سازوکار و نقش آن در بازار کالاهای اعتباری؛ با تأکید بر رویکرد اسلامی" اثر قهرمان عبدلی و مهدی موحدی (۱۳۹۲)

مقاله "بررسی عناصری از مناهای اقتصادی در احکام اسلامی" اثر حسن سبحانی (۱۳۸۰)

مقاله "کاربرد نظریه عدالت اقتصادی در نظام اسلامی توزیع ثروت و درآمد" اثر ایرج توتونچیان و حسین عیوضلو (۱۳۷۹)

رساله "بازپردازی مفهوم نظم و انضباط در سازمان؛ با تأکید بر رویکرد اسلامی" اثر میثم لطیفی (۱۳۸۸)

بررسی مفهومی

کلمه اخلاق جمع «خلق» است که به معنای شکل درونی انسان، سرشت و سبجه آمده است. به گرایش و ملکات و صفات روحی و باطنی که در انسان وجود دارد هم اخلاق گفته می شود و به کردارها و رفتارهایی که از این خلقیات ناشی می شود نیز اخلاق یا رفتار اخلاقی می گویند. (محموظی، ۱۳۸۸: ۱۱) یکی از تعاریفی که دانشمندان اخلاق حرفه ای در رابطه با اخلاق به جای خلق و خو به کار برده اند، تعبیر روان شناختی الگوی رفتار ارتباطی است. در این کاربرد، الگوی رفتاری به معنای رفتار نهادینه شده و پایدار و به عبارتی همان خلق و خوست. (نقوی، ۱۳۹۰: ۵۸)

تجارت از نظر لغت به معنای نقل اشیاء از محلی به محل دیگر است و در اصطلاح به داد و ستد و مبادلاتی که طی قراردادی انجام می گیرد، گفته می شود. پس از تولید برای رفع نیاز باید کالاها مبادله شوند لذا عده ای تجارت می کنند و پول و بانک هم به همین منظور به وجود آمده اند. در این زمینه، فقه برای تنظیم روابط صادقانه، تأمین مصالح فردی و اجتماعی، جلوگیری از هرج و مرج و اختلاف احکام و قوانینی دارد. (صنعت کار، ۱۳۷۵: ۴۹) هم چنین تجارت در آموزه های دینی به مفهوم عام و خاص استفاده شده است. تجارت به مفهوم عام هر گونه فعالیت اقتصادی اعم از تولید و داد و ستد است و به مفهوم خاص تجارت یعنی بازرگانی و داد و ستد که در پاره ای آیات و روایات مد نظر است. (آصف نژاد، ۱۳۹۰: ۴۰)

بازار نیز از دو منظر تعریف شده است: ۱- بازار به مفهوم مکان مبادله، در این معنا، بازار مکان یا موقعیتی است که در آن، خریداران و فروشندگان کالاها، خدمات و منابع را خرید و فروش می کنند. برای هر کالا، خدمت، و منبعی که در اقتصاد خرید و فروش می شود، بازاری وجود دارد. ۲- بازار به معنای ساز و کار مبادله، در این صورت، بازار فرایندی است که در آن رویارویی خریداران و فروشندگان با یکدیگر مقدار و قیمت کالا را مشخص می کند.

در رابطه با ارتباط دین و اخلاق چهار دیدگاه وجود دارد: ۱- تبیین دین و اخلاق، ۲- تنافر و اخلاق، ۳- اتحاد دین و اخلاق، ۴- تعامل دین و اخلاق (محموظی، ۱۳۸۸: ۸۰) از میان این چهار دیدگاه، منظر چهارم مورد توجه ماست به این معنا که اخلاق و دین در تعامل و دادوستد متقابل هستند. عقل سلیم درک می کند که امانت داری نیکوست و خیانت در امانت ناپسند است. این گونه اصول، کلی

است و عقل ممکن است آن ها را درک کند اما در شناخت جزئیات و تطبیق بر مصادیق توانایی اش محدود بوده و نیازمند دین به عنوان مرجعی که از انسان و جهان شناخت کاملی دارد، خواهد بود، لذا برای تنظیم سلوکش به نحوی که به کمال مطلوب آرمانی دست پیدا کند، نیازمند منبع جامعی است که مسیر را برایش روشن کند. (محفوظی، ۱۳۸۸: ۸۱) توضیح این که بر خلاف اندیشه ورنی که باور دارند داورى ها و تبیین های علمی از ایدئولوژی و ارزش خالی است، بسیاری دیگر از اندیشه ورن شواهد فراوانی را برای متأثر بودن علم از ایدئولوژی، ارزش و هنجار ارائه کرده اند. در این باره الوین پلانتینگا^۱ باور دارد آن چه در انجمن ها و مجله های علمی و مراکز آموزشی و پژوهشی به نام نظریه های علمی مطرح می شود، گاهی فقط با پیش فرض های الحادی صادق است و اگر این پیش فرض ها حذف شود، اعتبار آن از بین می رود. در حقیقت وی می گوشت نشان دهد علم امروز برخلاف آن چه به طور عموم ادعا می شود، از لحاظ دینی بی طرف و خنثی نیست. (مطلبی، ۱۳۹۱: ۷۲) بخش عمده ای از زیر ساخت های هر پژوهش علمی را مسائل معرفت شناختی و هستی شناختی تشکیل می دهد، چرا که ماهیت واقعی و چگونگی دست یابی به دانش از مسائل اساسی و زیربنایی در هر پژوهش علمی است. (مطلبی، ۱۳۹۱: ۷۳) علم اقتصاد نیز هم چون سایر علوم به شدت تحت تأثیر ایدئولوژی و ارزش هاست. مک کلاسیکی^۲ در این باره می گوید: اقتصاد منادی علم عینی است؛ اما در حقیقت متافیزیکی نهفته را ارائه می دهد. اقتصاددانان در ورای نظریه پردازی های رسمی خود، داستان هایی را روایت می کنند که حاوی پیام های نمادین قدرتمندی است که اغلب محتوای فلسفی و دینی دارند. وی در جایی می گوید اقتصاد منادی نوع جدیدی از ایمان مدرن است. (مطلبی، ۱۳۹۱: ۷۴) ارزش ها از طریق انتخاب پیش فرض ها، موضوعات تحلیل، انتخاب متغیرهای مسئله و انتخاب روش ها و معیارهای آزمون و تأیید فرضیه ها وارد علم اقتصاد می شوند. (مطلبی، ۱۳۹۱: ۷۵) به همین دلیل است که ما اخلاق دینی را موضوع مطالعه خود قرار داده ایم. رویکرد یکپارچه اسلام به اخلاق فردی و اجتماعی را می توان از دستورهای اخلاقی وارد شده درباره تجارت استنباط کرد. سفارش به ساده گرفتن در معامله، نگرفتن سود از مشتریان به هنگام تأمین مخارج روزمره، استحباب

1 – Alvin Plantinga

2 – McCluskey

پذیرش تقاضای فسخ معامله، کراهت قسم خوردن به هنگام معامله و ده ها دستور اخلاقی دیگر، نشان گر آن است که اسلام از نوعی اخلاق متعالی در فضای کسب و کار حمایت می کند که گسترش فضیلت های اخلاقی هماهنگ را در زندگی فردی و اجتماعی دنبال می کند. (توکلی، ۱۳۸۸: ۱) اخلاق متعالی کسب و کار به شکلی اساسی از شیوه سودگرایانه رایج در فضای تجارت فاصله می گیرد. اسلام سعی کرده است با ترویج قواعدی اخلاقی، تجارت را از نوعی بازی برد-باخت به یک بازی برد-برد تبدیل کند. در این بازی، گاه باخت متعارف می تواند به دلیل رعایت حال افراد ضعیف نوعی برد قلمداد شود و بازی باخت-برد نیز به چنین حالتی تبدیل میشود. (میرمعزی، ۱۳۸۸: ۹۹) اعتلای معنوی انسان ها را هدف غایی در نظام اقتصاد اسلامی دانسته است که طبعاً این هدف بر اخلاق تجارت اسلامی نیز بار می شود. رفتارهای اقتصادی در اسلام به گونه ای سامان داده شده اند که هم زمان دارای دو اثر اقتصادی و معنوی باشند به طوری که این دو اثر هم دیگر را تقویت کنند.

شاخصه های اخلاق تجارت در تمدن اسلامی

بر اساس تعاریف و توضیحات پیش گفته و با در نظر گرفتن منابع اسلامی هم چنین با جدا کردن حقوق و مستحبات تجارت البته تا حد ممکن، دوازده عامل به عنوان شاخص های اخلاق تجارت به دست آمده است:

۱- ارزشمندی کسب و کار تولید محور: کار یکی از پایه های مهم اقتصاد اسلامی است و اسلام برای کارهای تولیدی به ویژه کشاورزی و دام داری و کارهای توزیعی و کسب و تجارت اهمیت زیادی قایل است و مردم را از بیکاری و تبلی و سهل انگاری به شدت نهی کرده است. انسان بیکار به مردار تشبیه شده است. امام باقر علیه السلام می فرماید: «أبغض الخلق الی الله جیفه بالیل و بطل بالنهار» (نوری طبرسی، ۱۳۶۸، ج ۶: ۳۴۰) و امام صادق علیه السلام بیکاری را از جانب شیطان دانسته اند. از نظر اسلام بدترین فرد کسی است که بتواند کار کند ولی بیکار و سربار جامعه باشد. «شر الناس من جعل کله علی الناس» (صنعت کار، ۱۳۷۵: ۳۸) در اسلام، به کار کردن و کسب روزی حلال توصیه شده و

آیات و روایات بیان گر کار و فواید مختلف مادی و معنوی آن هستند که به چند نمونه آن اشاره می کنیم:

امام صادق علیه السلام می فرماید: «اگر هر چه مردم نیاز داشتند در اختیارشان قرار می گرفت، نه زندگی در کام شان گوارا بود و نه لذتی از آن می بردند» (نظرپور و منتظر مقدم، ۱۳۸۹: ۳) در آیه ۱۱ سوره نبا آمده است: «وجعلنا النهار معاشاً؛ و روز را وسیله معاش قرار دادیم» بنابراین، فلسفه پیدایش روز کار و کوشش انسان است. چنان که در تفسیر این آیه بیان شده که با گسترش تابش آفتاب در روز جنبندگان بیشتر به میدان زندگی کشانده می شوند و محرک های احتیاج در آن ها برانگیخته می شود و نیروهای بدنی و فکری در نتیجه خواب و آسایش شب، به کار می افتد و همین امر، منابع تکامل و پرورش است. هم چنین گفته شده که این آیه نشان می دهد روز، یکی از ارکان حیات بشر است.

هم چنین در روایت آمده کسی خدمت امام صادق علیه السلام آمد و عرض کرد: «من اموال فراوانی دارم که تا پایان زندگی خود و خانواده ام به خوبی تأمین می شویم و دیگر نیاز به کار و فعالیت ندارم؛ بنابراین تجارت و فعالیت اقتصادی را کنار گذاردم» (نظرپور، منتظری مقدم ۱۳۸۹: ۷۰) امام علیه السلام فرمود: «هرگز آن را رها نکن، زیرا ترک تجارت و فعالیت عقل را از بین می برد. باز کوشش کن تا رفاه خانواده ات را بهتر از این سازی» (نظرپور، منتظری مقدم، ۱۳۸۹: ۷۱) هم چنین ایشان می فرمایند: «همانا خداوند عزوجل، خوابیدن زیاد و بیکاری زیاد را دشمن می دارد.» (نظرپور و منتظری مقدم، ۱۳۸۹: ۷۲) همین کار و کوشش است که سبب تأمین نیازهای اساسی اجتماع، رفع فقر، تأمین اجتماعی نیازمندان، افزایش توان اقتصادی جامعه می شود و از نظر آثار اخروی هم باعث بخشیده شدن گناهان فرد، حفظ و یاری دین می شود. (رضایی، ۱۳۸۳: ۱۶)

امیرالمؤمنین علیه السلام می فرماید:

«آن کس که کار کند توانش فزونی می یابد و آن کس که کم کار کند، سستی اش افزون می شود.» (رضایی، ۱۳۸۹: ۱۶)

پیامبر اکرم (ص) نیز فرموده اند: «همانا خداوند دوست دارد که ببیند بنده اش در کسب روزی حلال خود را به زحمت می اندازد» (رضایی، و «هر کس روز خود را با خستگی از عمل خود به پایان برساند، نزد خداوند مغفور و آمرزیده است.» (رضایی، ۱۳۸۳: ۱۷)

۲- شفافیت: در ادبیات اقتصادی شفافیت به معنای جریان به موقع و قابل اتکای اطلاعات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و در دسترس بودن آن برای همه ذی نفعان بازار است. هم چنین نبود شفافیت را این گونه تعریف کرده اند: «ممانعت عمدی از دسترسی به اطلاعات، ارائه نادرست اطلاعات یا ناتوانی بازار از کسب اطمینان از کفایت مربوط بودن و کیفیت اطلاعات ارائه شده» است. (رضایی، ۱۳۸۹: ۲۲) ثمره شفافیت در کاهش قیمت، تسهیل مبادلات، افزایش رفاه مصرف کننده، اضافه ارزش تولید کننده و افزایش کارایی بازار پدیدار می شود. (رضایی، ۱۳۸۹: ۲۳) شفافیت بازار را از حیث فضای حاکم بر مبادلات می توان با عناوینی چون صداقت، اعتماد، تراضی، آشنایی با محیط، کتابت و تدوین قرارداد، شهود قرارداد، آشکارسازی و منع احتکار مورد بررسی قرار داد. در مورد نوع و موضوع مبادلات نیز معلوم بودن عنوان قرارداد (مبادله)، نوع و مقدار کالا، معلوم بودن قیمت، دقیق بودن ابزار سنجش، مشخص بودن زمان قبض و اقباض مورد توجه قرار گرفته است، لذا در نظریه بازار اسلامی بر آشکار بودن مباحث مربوط به مبادله، و ابهام زدایی از مسائلی که به نحوی نفع طرفین در آن هاست تأکید شده است. (رضایی، ۱۳۸۹: ۲۳)

امام صادق علیه السلام می فرماید: «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 آن چه را برای خود می پسندی برای مردم پسند و به حق داد و ستد کن... کاسب راستگو در قیامت در زمره سفیران بزرگوار و نیکوکار الهی قرار دارد.» (خلیلیان اشکذری، ۱۳۹۰: ۴۰) پیامبر اکرم (ص) می فرماید: «کسی که داد و ستد می کند باید بر پنج چیز مواظبت کند و در غیر این صورت وارد معامله نشود: ...، پوشاندن و مخفی نگه داشتن عیب کالا...» (خلیلیان اشکذری، ۱۳۹۰: ۴۱)

۳- توزیع ثروت و فرصت: توزیع نابرابر فرصت و امکانات، از مهم ترین مشکلاتی است که اغلب جوامع بشری و از جمله کشور ما از آن رنج می برد. آیه ۳۴ سوره توبه می فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْأَحْبَارِ وَ الرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَ يَصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَ الَّذِينَ يَكْنُزُونَ الذَّهَبَ وَ الْفِضَّةَ وَ لَا يُنفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ» آموزه های اسلامی به هدف برقراری عدالت اقتصادی و مقابله با فقر و زراندوزی (تکاثر)، شیوه هایی را ارائه نموده است که یکی از آن ها «مقابله فرهنگی با خاستگاه ها و پیامدهای فقر و تکاثر در قالب ارائه اخلاق اقتصادی» است. تحقق

اخلاق اقتصادی بر پایه اصل مالکیت خداوند، اصل عدالت و اصل اخوت است که دو مورد پیش گفته را توضیح دادیم. اما مورد اخیر به معنای مواسات مالی و نیز ایثار مالی به شدت مورد تأکید است. (ایروانی، ۱۳۸۳: ۱۰۰)

دین اسلام برای سرمایه ارزش زیادی قایل شده و آن را به طور مطلق نکوهش نکرده است بلکه دلایل زیادی برای ارزشمند دانسته شدن آن وجود دارد. به عنوان مثال در آیه ۵ سوره نساء می فرماید: «و لا توتوا السفهاء اموالکم الّتی جعل الله لکم قیاماً و ارزقوهم و اکسوهم و قولوا لهم قولاً معروفاً: اموال خود را که خداوند آن ها را قوام زندگی شما قرار داده به سفیهان مدهید ولی به آن بخورانید و به آنان پوشاک دهید و با آنان سخنی پسندیده بگویید.» در این آیه، خداوند برای مال و سرمایه به اندازه ای ارزش قایل شده است که آن را مایه قوام و دوام زندگی بشر شمرده و از این که آن را به دست انسان های کم عقل، سفیه و بی صلاحیت قرار دهیم منع نموده است؛ زیرا در دین اسلام، سرمایه دارای ارزش فردی و اجتماعی زیادی است و اتلاف آن، علاوه بر ضرر شخصی، به اقتصاد جامعه هم زیان می رساند. در این جا، طبق تفاسیر منظور از سفیه کسی است که مال را درست مصرف نمی کند و باعث اسراف یا نا به جا صرف شدن آن می شود.

۴- انضباط کاری: انضباط کاری از نتایج وجدان کاری است به معنای «گرایش به انجام دادن صحیح کارها و وظایف شغلی، بدون نظارت مستقیم» (ایروانی، ۱۳۸۳: ۱۰۲) است که از نشانه های آن، انجام بیشتر و بهتر، کنترل درونی بدون و مسئولیت پذیری است. عوامل چندی بر ایجاد و تقویت وجدان کاری مؤثر است که در متون دینی مورد تأکید و توجه قرار گرفته است؛ «اصلاح نگرش» (نفی پاره ای از پندارهای نادرست و خرافی درباره سرنوشت انسان و جوامع)، «رضایت‌مندی از کار» (از طریق تبیین ارزش های معنوی و اجتماعی و آثار کار)، «آموزش و الگوسازی»، «تقویت احساس مسئولیت» و «توجه دادن جامعه به پیامدهای ضعف وجدان کاری» از این عوامل است. (ایروانی، ۱۳۸۳: ۱۰۳)

اما مفهوم انضباط کاری اشاره دارد به نظم و انضباط و مدیریت زمان، از مهم ترین عوامل بهره برداری بهینه از سرمایه هاست؛ از این رو علاوه بر تأکید بر رعایت نظم، شاخصه های انضباط در فعالیت

های اقتصادی نیز مورد تأکید است. برخی از این شاخصه‌ها عبارت است از: «تقسیم وقت»، «تقسیم کار بر اساس توانمندی‌ها و تخصص افراد»، «رعایت میانه روی در کار با پرهیز از سستی یا حرص و آزمندی»، «رعایت میانه روی به هدف پاسداشت سلامت جسمی و روحی و رسیدگی به سایر وظایف» (ایروانی، ۱۳۸۳: ۱۰۳) از طرفی انسان باید کاری را به عهده بگیرد که تخصص آن را دارد و خود را امانت دار بداند و به دنبال کسب رضایت‌مندی مشتریان باشد. (معصومی نیا، ۱۳۹۰: ۳۷) قرآن کریم می‌فرماید: «إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرَ الثَّوَابَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ» (قصص: ۲۶) و «وَقَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْهَا» (یوسف: ۵۵) تفسیر نور ذیل آیه ۳۸ سوره نبأ، نظم و انضباط و آمادگی برای اجرای دستورات را از ویژگی‌های فرشتگان می‌داند.

۵- تنظیم معاملات در جهت ارتقای استقلال و قدرت حکومت اسلامی: واضح است که با وابستگی و از بین رفتن استقلال اقتصادی کم‌کم زمینه سلطه کفار در سایر بخش‌ها و در فرهنگ و اندیشه نیز فراهم می‌شود، راز تأکید بر استقلال اقتصادی در همین مسئله نهفته است. یکی از اصول اخلاق اقتصادی در اسلام، استقلال و عدم وابستگی به کفار و دشمنان است. برای مثال در آیات زیر به این مطلب اشاره شده است: ۲۹ سوره فتح، ۲ سوره ممتحنه، ۶۰ سوره انفال، ۱۳۹ سوره نساء، ۸ سوره منافقون و آیه ۱۴۱ سوره نساء که می‌فرماید: «وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا» هر کدام این آیات به مناسبت‌های مختلف آمده‌اند اما یک چیز بین آن‌ها مشترک است و آن این که جامعه اسلامی یک جامعه الهی است که از درون استحکام و قدرت و توانایی و انسجام و روابط اجتماعی عادلانه و متواضعانه برخوردار است ولی نسبت به خارج از خود استقلال و برتری و عزت داشته و نسبت به دشمنان به شدت عکس‌العمل نشان می‌دهد؛ و هیچ‌گاه به آن‌ها وابسته نمی‌شود. بسیاری از این آیات به خصوص در مورد مسایل اقتصادی وارد نشده‌اند اما در این بخش هم صدق می‌کنند. هم چنین طبق آیه «يَا قَوْمِ أَفْهَى الْمَكْيَالِ وَالْمِيزَانِ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مَفْسِدِينَ» (هود: ۸۵) که حضرت علی علیه السلام نیز در دوران حکومت خود آن را در بازار قرائت می‌فرمودند باید از فساد پرهیز کرد. در این آیه «تعتوا» از ریشه عیث در فسادهایی استعمال می‌شود که عقل آن‌ها را درک می‌کند نه این که با حس درک شوند. فساد در برابر صلاح است و فساد در روی زمین به کاری گفته می‌شود که خلاف مصلحت جامعه و نظام باشد. مفهوم

مصالح نظام هم با توجه به اهداف نظام اسلامی مشخص می شود. هر کاری که در جهت اهداف نظام اسلامی باشد مصلحت و گرنه مفسده است. در نظام اقتصادی اگر کاری باعث تضعیف امنیت، عدالت یا رشد و توسعه اقتصادی شود فساد در زمین بر آن صدق می کند. امیرالمؤمنین علیه السلام به تاجران می فرمودند در روی زمین فساد نکنید؛ یعنی کاری نکنید که با مصالح جامعه مسلمانان و نظام اسلامی منافات داشته باشد. از این بیان استفاده می شود که همه فعالیت های اقتصادی و رقابت و تعاون در آن ها نباید با هدف های نظام سیاسی، فرهنگی و اقتصادی اسلام منافات نداشته باشد. (میرمعزی، ۱۳۸۷: ۵۷)

۶ - امر به معروف و نهی از منکر: پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می فرمایند: «کسی که امر به معروف و نهی از منکر کند، جانشین خداوند متعال در زمین و جانشین رسول خدا و جانشین کتاب خداست» (نظریور و منتظری مقدم، ۱۳۸۹: ۸۹) امام باقر علیه السلام می فرمایند: «إن الامر بالمعروف و النهی عن المنکر فریضه عظمیه بها تقام الفرایض و تأمن المذاهب و تحل المكاسب و ترد المظالم و تعمر الأرض و یتصف من الأعداء و یتستقیم الأمر» یعنی «حقاً امر به معروف و نهی از منکر فریضه بزرگی است که دیگر فرایض با آن برپا می شود، راه ها ایمن، کسب ها حلال (امنیت اقتصادی)، مظالم به صاحبان آن ها بازگردانده، زمین ها آباد و از دشمنان انتقام گرفته می شود و کارها استوار می گردد.» (براتلو، ۱۳۸۹: ۳۶)

در تفسیر نور ذیل آیه ۹۶ سوره اعراف از امام باقر علیه السلام نقل شده است که «با امر به معروف و نهی از منکر، کسب ها حلال و زمین ها آباد می شود.» و هم چنین «ترک امر به معروف و نهی از منکر باعث تسلط اشرار به مردم می شود.» امام صادق علیه السلام می فرماید: «هرکس برادر دینی خود را بر انجام کار ناپسندی مشاهده کند و وی را از آن کار باز ندارد در حالی که توانایی جلوگیری از آن را داشته باشد، همانا به وی خیانت ورزیده است.» (نظریور و منتظری مقدم، ۱۳۸۹: ۸۱) هم چنین آیاتی در قرآن هست که به وجوه مختلف این فریضه مهم تأکید می کند: «وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَ يَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (آل عمران: ۱۰۴) «وَالْمُؤْمِنُونَ وَ

الْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ» (آل عمران: ۷۱)

۷- تعاون: قرآن کریم همکاری در کارهای نیک را اصلی رفتاری در جامعه اسلامی می داند و به آن فرمان می دهد:

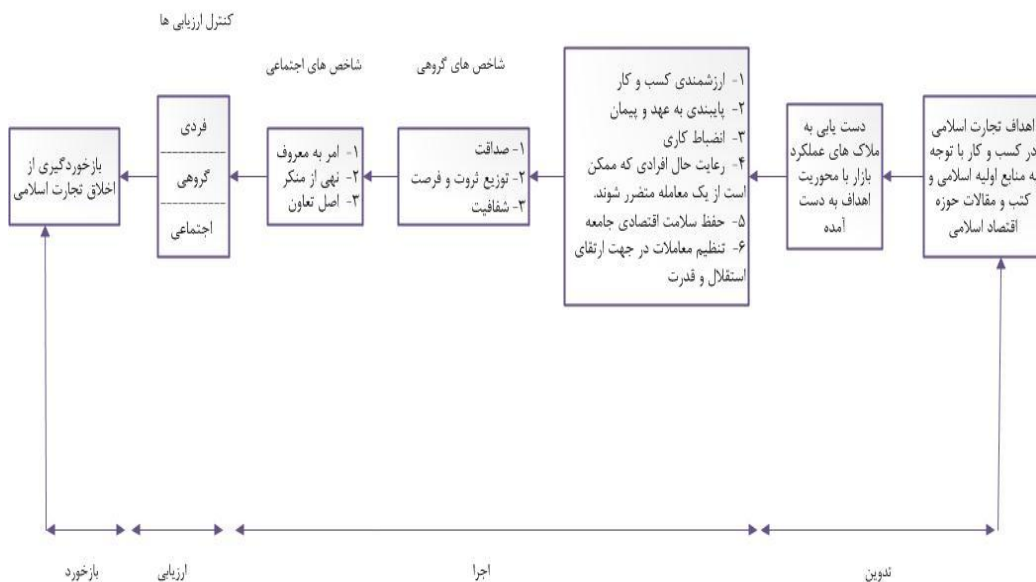
«و تعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان» (مائده: ۲): در نیکی و پرهیزگاری به یکدیگر کمک کنید و در گناه و تجاوز همکاری ننمایید. علامه طباطبایی درباره این آیه می فرماید: این آیه زیربنای سنت الهی است و خداوند سبحان «بر» و «نیکی» را در آیه «لیس البر أن تولوا وجوهکم قبل المشرق و المغرب ولكن البر من آمن بالله و اليوم الآخر و الملائکة و الكتاب و النبیین و أتى المال على حبه ذوی القربى و الیتامی و المساکین و ابن السبیل و السائلین و فى الرقاب و أقام الصلاة و أتى الزکاه و الموفون بعهدهم اذا عاهدوا و الصابرين فى البأساء و الضراء و حین البأس اولئک الذین صدقوا و اولئک هم المتقون» (بقره: ۱۷۷) به ایمان و احسان در معاملات تفسیر کرده است. (میرمعزی، ۱۳۸۸: ۱۶۳) هم چنین ترک تعاون اجتماعی و بی احساسی در برابر نیازهای مردم در قرآن محکوم گردیده است. خداوند مردم را به پیشی گرفتن در خیرات فرمان می دهد، کسانی را که از کارهای نیک و خدمات اجتماعی خودداری می ورزند نکوهش می کند و مردمی را که سمت کارهای خیر گام برمی دارند، می ستاید. حضرت علی علیه السلام می فرماید: «و تَعْظُمُ تِبْعَاتُ اللَّهِ عَزَّ وَ جَلَّ عِنْدَ الْعِبَادِ فَهَلُمَّ إِلَيْهَا النَّاسُ إِلَى التَّعَاوُنِ عَلَى طَاعَةِ اللَّهِ عَزَّ وَ جَلَّ وَ الْقِيَامِ بِعَدْلِهِ وَ الْوَفَاءِ بِعَهْدِهِ وَ الْإِنْصَافِ لَهُ فِي جَمِيعِ حَقِّهِ فَإِنَّهُ لَيْسَ الْعِبَادُ إِلَى شَيْءٍ أَحْوَجَ مِنْهُمْ إِلَى التَّنَاصُحِ فِي ذَلِكَ وَ حُسْنِ التَّعَاوُنِ عَلَيْهِ...» (کلینی، ۱۳۸۵، ج ۸: ۳۵۲)

از مصادیق روشن تعاون که به اقتصاد مربوط است می توان به کمک به نیازمندان، یاری دادن به ناتوانان در فعالیت های اقتصادی و کمک به تحقق اهداف نظام اقتصادی اشاره کرد. بر اساس این اصل هیچ گاه فرد قوی با ضعیف به رقابت اقتصادی برنمی خیزد؛ بلکه او را یاری می دهد. اصل تعاون، بیان گر مسئولیت افراد و بنگاه ها در برابر یکدیگر در فعالیت های اقتصادی است. بر اساس این مسئولیت، توانگران اسباب ورشکستگی بنگاه های ضعیف تر را پدید نمی آورند و با کمک رسانی

و واگذاری فرصت های مطلوب به ناتوانان از سقوط آن ها جلوگیری می کنند. (میرمعزی، ۱۳۸۸: ۱۶۵) مشارکت در تحقق اهدافی مانند امنیت اقتصادی، به عنوان یک تکلیف، بر همه واجب است و دولت در صورت لزوم می تواند مردم را بر این هم یاری و مشارکت ناگزیر سازد. البته به نظر می رسد تعاون و رقابت در خیر رساندن به یکدیگر، در عرصه فعالیت های اقتصادی و بازار، تنها یک سفارش اخلاقی است و در شریعت اسلام، از پشتوانه حقوقی و ضمانت اجرایی برخوردار نیست. تعاون در این صحنه برای مؤمنان حالتی مطلوب را- که در جامعه تکامل یافته اسلامی وجود دارد- ترسیم می کند. اصل رفتاری در بازار، رقابت سالم با انگیزه کسب سود است که از پشتوانه حقوقی برخوردار است و دولت اسلامی ضامن اجرای آن شمرده می شود. (میرمعزی، ۱۳۸۸، ۱۶۵)

به علاوه صداقت، پای بندی به عهد و پیمان، حفظ سلامت اقتصادی جامعه، تنظیم معاملات در ارتقای استقلال و قدرت حکومت اسلامی، امر به معروف و نهی از منکر به شاخصه های اخلاق تجارت در تمدن اسلامی مورد بررسی قرار گرفته که از توضیح مفصل آن خودداری می کنیم. عوامل فوق و گام های پژوهش در مدل زیر سازماندهی شده اند:

شاخص های اخلاقی تجارت اسلامی در سطح فرد



روش و ابزار گردآوری اطلاعات

برای پاسخ به سؤالات تحقیق پس از بررسی منابع کتابخانه ای ۳۲ عامل احتمالی را به عنوان گزینه های احتمالی برای شاخص های اخلاق تجارت اسلامی انتخاب کردیم. سپس با نظرسنجی در میان خبرگان علوم اسلامی و با تتبع بیشتر در منابع از میان آن ها ۱۲ عامل را به عنوان شاخص های اخلاق تجارت اسلامی برگزیدیم. این ۱۲ شاخص به عنوان متغیر مستقل و فعالیت های بازرگانی به عنوان متغیر وابسته تبدیل به یک پرسشنامه با ۶۰ گویه گردید. برای سنجش روایی و پایایی این پرسشنامه از نظر اساتید و اندازه گیری آلفای کرانباخ استفاده شد. آلفای کرانباخ برای تمامی شاخص ها بالاتر از ۰/۷ به دست آمد که پایایی مناسبی را ارایه می دهد. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری (بازار تهران) با در نظر گرفتن حداکثر خطای مجاز ۰/۰۵ و با نسبت موفقیت ۰/۵ اندازه نمونه از طریق فرمول آماری ۳۸۱ تعیین شد. پرسشنامه محقق ساخته فوق به روش تصادفی ساده در سطح بازار تهران توزیع گردید. مقیاس مورد استفاده در پرسشنامه طیف ۵ گزینه ای لیکرت بوده است که پاسخ دهندگان سطح توافق یا عدم توافق خود را با هریک از جملات ۱= کاملاً مخالفم تا ۵= کاملاً موافقم اعلام می دارند. نتایج حاصل از پرسشنامه ها مورد تحلیل آمار توصیفی و استنباطی قرار گرفته اند. در بخش آمار توصیفی از شاخص های مرکزی و پراکندگی شامل میانگین، مد، انحراف معیار و واریانس استفاده شده است. در تحلیل استنباطی چون متغیرها کیفی و دارای مقیاس ترتیبی هستند از بین انواع شاخص های ضریب همبستگی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و همبستگی کانونی استفاده شده است.

نتایج

نتایج حاصل از بررسی های آماری در جداول زیر نشان داده می شوند. اعداد به دست آمده حاکی از این است که سؤالاتی که در ابتدا طرح شد، پاسخ مثبت دارند. یعنی برای مثال ارزشمندی کسب و کار در فعالیت های بازرگانی تأثیر مثبت دارد.

شاخص های آمار توصیفی برای متغیر های مستقل

ردیف	متغیر/ مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	مد	واریانس
۱	ارزشمندی کسب و کار	۳/۹	۰/۳۶	۳/۷	۰/۱۳
۲	صداقت	۳/۱	۰/۶۶	۳/۳	۰/۴۴
۳	شفافیت	۳/۷	۰/۴۴	۳/۸	۰/۱۹
۴	توزیع ثروت و فرصت	۳/۹	۰/۶۰	۴	۰/۳۷
۵	پایبندی به عهد و پیمان	۴	۰/۷۳	۴	۰/۵۳
۶	انضباط کاری	۳/۹	۰/۵۶	۴	۰/۳۲
۷	رعایت حال افرادی که ممکن است از یک معامله متضرر شوند	۲/۸	۰/۸۸	۳۷	۰/۷۹
۸	حفظ سلامت اقتصادی جامعه	۴	۱/۰۸	۴	۱/۱۷
۹	تنظیم معاملات در جهت ارتقای استقلال و قدرت حکومت اسلامی	۳/۵	۰/۴۹	۳/۶	۰/۲۴
۱۰	نهی از منکر	۳/۸	۰/۷۷	۴	۰/۶۰
۱۱	امر به معروف	۳/۸	۰/۷۰	۴	۰/۴۹
۱۲	تعاون	۳/۵	۰/۵۰	۳/۵	۰/۱۵
۱۳	فعالیت های بازرگانی	۳/۶	۰/۳۸	۳/۷	۰/۱۵

رابطه بین متغیرهای وابسته و فعالیت های بازرگانی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	sig	درصد اطمینان
ارزشمندی کسب و کار	فعالیت های بازرگانی	۰/۵۷۳	۰/۰۰	%۹۵
صداقت	فعالیت های بازرگانی	۰/۴۲۵	۰/۰۰	%۹۵
شفافیت	فعالیت های بازرگانی	۰/۳۹۰	۰/۰۰	%۹۵
توزیع ثروت و فرصت	فعالیت های بازرگانی	۰/۳۵۸	۰/۰۰	%۹۵
پایبندی به عهد و پیمان	فعالیت های بازرگانی	۰/۵۳۶	۰/۰۰	%۹۵
انضباط کاری	فعالیت های بازرگانی	۰/۳۷۱	۰/۰۰	%۹۵
رعایت حال افرادی که ممکن است از یک معامله متضرر شوند	فعالیت های بازرگانی	۰/۳۵۹	۰/۰۰	%۹۵
حفظ سلامت اقتصادی جامعه	فعالیت های بازرگانی	۰/۱۸۹	۰/۰۰	%۹۵
تنظیم معاملات در جهت ارتقای استقلال و قدرت حکومت اسلامی	فعالیت های بازرگانی	۰/۲۵۶	۰/۰۰	%۹۵

نهی از منکر	فعالیت های بازرگانی	۰/۲۴۶	۰/۰۰	%۹۵
امر به معروف	فعالیت های بازرگانی	۰/۳۱۰	۰/۰۰	%۹۵
تعاون	فعالیت های بازرگانی	۰/۲۵۹	۰/۰۰	%۹۵

نتایج جدول فوق به این معنی است که اگر مثلاً فرضیه ای به شکل زیر در نظر بگیریم:

- ارزشمندی کسب و کار در فعالیت های بازرگانی بازار تهران تاثیر ندارد: H_0

- ارزشمندی کسب و کار در فعالیت های بازرگانی بازار تهران تاثیر دارد: H_1

ارزشمندی کسب و کار رابطه مستقیمی به میزان ۵۷/۳ درصد بر متغیر فعالیت های بازرگانی در بازار تهران در این تحقیق داشته است. به عبارتی در سطح اطمینان ۹۵٪ فرض H_1 تأیید می گردد. با توجه به نتایج جدول مشخص می شود بین این دو متغیر رابطه مثبت وجود دارد.

رگرسیون متغیرهای مستقل و فعالیت های بازرگانی

متغیر پیش بین	متغیر ملاک	مجذور ضریب همبستگی	ضریب متغیر پیش بین	عدد ثابت
ارزشمندی کسب و کار	فعالیت های بازرگانی	۰/۳۲۹	۰/۳۲۷	۱/۳
صداقت	فعالیت های بازرگانی	۰/۱۸۰	۰/۱۷۹	۳/۷
شفافیت	فعالیت های بازرگانی	۰/۱۵۲	۰/۱۵۰	۲/۳

۲/۷	۰/۱۲۶	۰/۱۲۸	فعالیت های بازرگانی	توزیع ثروت و فرصت
۲/۵	۰/۲۸۶	۰/۲۸۸	فعالیت های بازرگانی	پایبندی به عهد و پیمان
۲/۶	۰/۱۳۵	۰/۱۳۷	فعالیت های بازرگانی	انضباط کاری
۳/۲	۰/۱۲۷	۰/۱۲۹	فعالیت های بازرگانی	رعایت حال افرادی که ممکن است از یک معامله متضرر شوند
۳/۳	۰/۰۳۳	۰/۰۳۶	فعالیت های بازرگانی	حفظ سلامت اقتصادی جامعه
۲/۹	۰/۰۶۳	۰/۰۶۶	فعالیت های بازرگانی	تنظیم معاملات در جهت ارتقای استقلال و قدرت حکومت اسلامی
۳/۲	۰/۰۵۸	۰/۲۴۶	فعالیت های بازرگانی	نهی از منکر
۳	۰/۰۹۴	۰/۰۹۶	فعالیت های بازرگانی	امر به معروف
۲/۹	۰/۰۶۵	۰/۰۶۷	فعالیت های بازرگانی	تعاون

بر اساس نتایج جدول فوق برای مثال می توان گفت: بر اساس نتایج به دست آمده از ضریب همبستگی پیرسون و P-Value کوچکتر از ۰/۰۵، مشخص شده است که بین متغیر ارزشمندی کسب و کار و متغیر فعالیت های بازرگانی رابطه وجود دارد.

بدین ترتیب بر اساس مجذور R می توان گفت مقدار ۳۲/۹ درصد تغییرات متغیر رفتارهای فعالیت های بازرگانی در بازار تهران را می توان بوسیله متغیر ارزشمندی کسب و کار در این تحقیق توصیف نمود. در نتیجه اولین فرضیه این پایان نامه مبنی بر اینکه بین ارزشمندی کسب و کار و فعالیت های بازرگانی رابطه مثبت وجود دارد، اثبات می گردد.

پیشنهادهات

همانگونه که در مبانی نظری این تحقیق نیز آمده است تعداد زیادی از کشورها در سالهای اخیر ترویج و اشاعه اخلاق تجاری را با جدیت دنبال کرده و از طریق بر پایی همایش های متعدد، ایجاد کارگاه های آموزشی و گنجانیدن دوره های آموزش اخلاق تجاری در برنامه تدریس دانشگاه ها به ارتقای سطح آگاهی جامعه بازرگانان خود - و صاحبان حرف و مشاغل دیگر - به نحو شایانی کمک کرده اند. تأسیس انستیتوها و مراکز متعدد اخلاق تجاری، مسئولیت اجتماعی شرکت ها، مدیریت جهانی زیست محیطی و نظایر آنها به منظور ارتقای سطح آگاهی بنگاه های اقتصادی از مزایای برخورداری از اخلاق تجاری و حرفه ای و گسترش آن در عرصه جهانی صورت گرفته است. از سویی دیگر فقه اسلامی یکی از منابع غنی و مهم برای مطالعه و بررسی اخلاق حرفه ای و معیارهای آن است. بر اساس تعالیم دین مبین اسلام، مسلمانان موظفند در رفتار، گفتار، کردار، افکار و احساسات خود معیارها و ارزش های اخلاقی را رعایت کنند. در احکام خرید و فروش کالا در فقه اسلامی نکات اخلاقی متعددی که رعایت آنها متضمن خیر و صلاح طرفین معامله و جامعه است، در این راستا و با توجه به نتایج به دست آمده و ذکر این موضوع که کلیه فرضیات نیز پذیرفته شده اند، پیشنهاد می گردد:

۵-۳-۱- پیشنهادهایی در راستای فرضیه های تحقیق

تمامی متغیرها می توانستند رفتار های فعالیت های بازرگانی را پیش بینی کنند اما اغلب درصد پیش بینی ان ها عدد بالایی نیست لذا می توانیم نتیجه بگیریم که ظرفیت توسعه اخلاق تجارت در جامعه

ما وجود دارد از این رو، پیشنهاد می گردد، تا دولت با اخذ تمهیداتی ارزش های اخلاق کسب و کار اسلامی را با درونی سازی و با کمک ابزار تربیت دینی گسترش دهد.

هم چنین اصناف و واحد های تولیدی و خدماتی می توانند در بازار نظام نامه و منشور های اخلاقی کسب و کار را تدوین و اجرایی نمایند؛ به عبارتی اتحادیه های بازار فهرست کاملی از رهنمودهای مهم تجاری را با عنوان روش های اخلاق تجاری تدوین کرده و از اعضای خود رعایت آنها را خواستار شوند.

نظام آموزش و پرورش، آموزش عالی و همچنین رسانه های رسمی همانند صدا و سیما و مطبوعات برای کاربردی تر کردن اخلاق اسلامی تجارت با تهیه برنامه هایی در راستای نهادینه کردن اصول اخلاق اسلامی به صورت هماهنگ اقدام نمایند. به خصوص در مورد متغیرهای ارزشمندی کسب و کار، پایبندی به عهد و پیمان، رعایت حال افراد خارج از معامله، امر به معروف و نهی از منکر و تعاون پیشنهاد می شود که نهادهای فرهنگ ساز این امر را جزء موضوعات کاری خود قرار دهند. موضوعات مذکور در برنامه های درسی مدارس گنجانده شود تا افراد با دیدگاه صحیح نسبت به کار رشد نمایند، به طوری که نیروی کار با ذهنیت ایجاد تولید ارزش افزوده و ایفای نقش مفید در ساختار اقتصاد، وارد فعالیت های شغلی شوند و به نقش خود به عنوان یک سلول از جامعه در حفظ حیات اخلاقی جامعه آگاه باشند.

در سطح دانشگاه ها رویه های تجاری نامطلوب یا غیرمنصفانه در اخلاق تجاری به تفصیل مورد بحث قرار گیرد. همچنین به رفتارها یا اقداماتی که در تجارت انجام دادن آنها خلاف اخلاق بوده و موجب بروز خسارت به طرف یا طرف های تجاری می شود، پرداخته شود. بی تردید، سمینارها و کنفرانس های تخصصی و آگاه سازی جامعه تجاری در شناخت اصول اخلاق تجارت اسلامی خود کمک خواهد کرد.

بدون شک اجرایی شدن پیشنهادات فوق و استمرار این قبیل فعالیت ها در گسترش حجم مبادلات بازرگانی کشور، جذب سرمایه گذاری های مستقیم خارجی و افزایش حیثیت و اعتبار بین المللی جامعه تجاری کشور تأثیر قاطع خواهد داشت.

در مورد متغیر صداقت و شفافیت پیشنهاد می شود نهادهای فرهنگ ساز در مورد توسعه هنجاری که صداقت و شفافیت را یک ارزش تلقی می کند، برنامه ریزی نمایند.

پیشنهاد می گردد در مورد متغیر توزیع ثروت و فرصت نهادهای فرهنگ ساز به تبیین نقش یک فرد در تحقق این امر بپردازند؛ اما نکته مهم تر این است که نهادهای مالی و سرمایه ای و دولت باید برنامه ریزی جامع تری نقش خود را به عنوان نهادهای که نقش کلان در توزیع ثروت و فرصت دارند، انجام دهند. زیرا یکی از دلایلی که باعث می شود افراد از ایفای نقش خود در چرخه اقتصاد شانه خالی کنند این است که باور عمومی در رابطه با این که نهادهای تأثیرگذار اصلی نقش خود را درست بازی نمی کنند و فعالیت های آنان در این راستا، بی فایده خواهد بود.

پیشنهاد می گردد در مورد انضباط کاری علاوه بر این که می توان اقدامات فرهنگی برای ایجاد یک الزام درون زا نسبت به رعایت انضباط وجود داشته باشد که همین منظر، ناظر به وجه اخلاقی آن است و می توان ساختارها و قوانین کار را به نحوی تنظیم کرد که مشوق انضباط کاری بیشتر باشند.

در مورد دو متغیر تنظیم معاملات در راستای حفظ استقلال اقتصادی و حفظ سلامت اقتصادی با توجه به این که میزان پیش بینی این متغیرها برای رفتار بسیار کم است، به نظر می رسد قبل از هر اقدامی نیز به تدوین کتب و مقالاتی باشد که اهمیت این دو متغیر را تبیین نماید و روش های عملی تر و قابل فهم تری را برای ارائه این مفاهیم به جامعه در برداشته باشد.

پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی

با توجه به نتایج پژوهش حاضر می توان پیشنهادهای برای تحقیقات آتی به شرح زیر ارائه داد:

بر اساس مدل تحقیق به بررسی رابطه و تأثیر اصول اخلاق تجارت اسلامی بر اساس ۱۲ شاخص بر فعالیت های بازرگانی پرداخته شد. همان طور که از نتایج تحقیق مشخص شد این متغیرها به میزان مشخصی تأثیر داشته اند، بنابراین نمی توان ادعا نمود که تنها این متغیر و این پرسش ها در راستای دستیابی به اطلاعات و داده ها مرتبط با وضعیت فعالیت های بازرگانی در بازار تهران کافی باشد. در حقیقت بررسی عوامل موثر بر این متغیر در بازار چند وجهی و متأثر از عوامل گوناگونی می باشند که الزاماً حوزه عمل یکسانی ندارند، بنابراین برای تحقیقات آتی می توان سایر عوامل و متغیر ها را نیز

بررسی نمود. همچنین می‌توان این گونه مطالعات را در دیگر اصناف و واحدهای صنفی مختلف به صورت جامع و مقایسه تطبیقی انجام داد تا سطح آنان به لحاظ بررسی وضعیت و رعایت اصول اخلاق تجارت اسلامی در فعالیت های بازرگانی رتبه بندی، شناسایی و ارزیابی شوند. با توجه به این که نگاه پاسخ دهندگان به پرسشنامه به موضوع تحقیق تحقیق از نظر سن، میزان تحصیلات و سابقه کاری متفاوت است، پیشنهاد می‌شود در این رابطه متغیرهای مذکور در تحقیقات دیگر به عنوان متغیر تعدیل گر مورد استفاده قرار گیرد.

به دلیل این که بسیاری از پاسخ دهندگان تمایل ندارند اطلاعات مربوط به حیطه کاری شان به بیرون درج کند به پرسش ها به درستی پاسخ نمی‌دهند و همچنین اعتقادچندانی به فعالیت های تحقیقاتی و نتایج حاصل از آن نداشتند و از این رو جلب همکاری آنان تا حدی دشوار بود. به نظر می‌رسد عده ای هم در پاسخ گویی به سؤالات بیش از اندازه محافظه کاری کرده اند و به سؤالات پاسخ مناسبی نداده اند، بنابراین پیشنهاد می‌شود از مصاحبه به عنوان ابزار جمع آوری داده ها در این نوع تحقیقات استفاده شود. با توجه به اینکه ابزار پرسشنامه به عنوان محدودیت به شمار می‌رود می‌توان از روش مصاحبه (رودررو) به عنوان ابزار گرد آوری اطلاعات استفاده نمود.

کتابنامه

قرآن کریم.

آصف نژاد، مژگان (۱۳۹۰). پایان نامه کارشناسی ارشد فلسفه اخلاق، اخلاق اقتصادی با تأکید بر رابطه فرد و دنیا از دیدگاه قرآن کریم، تهران: دانشگاه پیام نور.

آماده، حمید؛ کوپاهی، مجید (۱۳۸۰). تحلیل الگوهای اقتصادی تعاون، تحقیقات اقتصادی، شماره ۵۹، پاییز و زمستان، ص ۸۲-۶۵.

اخوان کاظمی، بهرام (۱۳۹۰). نظارت و مبانی آن در اندیشه علوی، پژوهش‌نامه علوی، شماره ۳، پاییز و زمستان، ص ۱۹-۱.

ایروانی، جواد (۱۳۸۳). اخلاق اقتصادی از دیدگاه قرآن و حدیث، الهیات و حقوق، شماره ۱۴، زمستان، ص ۹۱-۱۲۰.

- براتلو، فاطمه (۱۳۸۹)، راهبردهای نظارت همگانی در مدیریت سیاسی جامعه دین بنیان، جستارهای سیاسی معاصر، شماره ۱، بهار و تابستان، ۵۱-۷۸.
- توتونچیان، ایرج و عیوضلو، حسین (۱۳۷۹). کاربرد نظریه عدالت اقتصادی در نظام توزیع ثروت و درآمد، تحقیقات اقتصادی، شماره ۵۷، پاییز، ص ۹۷-۱۳۲.
- توکلی، محمدجواد (۱۳۸۸). درآمدی بر فلسفه اخلاق تجارت با رویکرد اسلامی، معرفت اقتصاد اسلامی، پاییز و زمستان، شماره ۱، ص ۷-۳۲.
- حسینی، سیدرضا (۱۳۹۰). مفهوم و ماهیت عدالت اجتماعی با رویکرد اسلامی، اقتصاد اسلامی، شماره ۴۴، زمستان، ص ۵-۳۰.
- حسینی، سیدرضا (۱۳۹۰). مفهوم و ماهیت عدالت اجتماعی با رویکرد اسلامی، اقتصاد اسلامی، شماره ۴۴، زمستان، ص ۵-۳۰.
- خاندوزی، سید احسان (۱۳۸۵). نقش بسترسازی اخلاقی در توسعه اقتصادی، اقتصاد اسلامی، شماره ۲۱، بهار، ص ۱۵۶-۱۲۹.
- خلیلیان اشکذری و محمد جمال (۱۳۹۰). شاخص های ارزیابی تسهیل مبادلات در بازار اسلامی، معرفت اقتصاد اسلامی، شماره ۲، بهار و تابستان، ص ۱۵۲-۱۲۷.
- رجایی، سیدمحمدکاظم (۱۳۸۹). ویژگی های بازار اسلامی در نظریه و عمل، معرفت اقتصاد اسلامی، شماره ۱، پاییز و زمستان، ص ۹۳-۱۱۸.
- رضایی، مجید (۱۳۸۳). کار اقتصادی در پرتو بینش و ارزش های اسلامی، اقتصاد اسلامی، شماره ۱۳، زمستان، ص ۴۲-۱۳.
- رضایی دوانی، مجید (۱۳۹۱). آخرت گرایی قرآنی؛ قوام بخش اقتصاد متوازن، اقتصاد اسلامی، شماره ۴۷، پاییز، ص ۲۹-۴۸.
- سبحانی، حسن (۱۳۸۰). بررسی عناصری از مناهی اقتصادی در احکام اسلامی، تحقیقات اقتصادی، شماره ۵۸، بهار و تابستان، ص ۴۹-۷۶.
- عبدلی، قهرمان و موحدی بکنظر، مهدی (۱۳۹۲). طراحی سازوکار و نقش آن در بازار کالاهای اعتباری؛ با تأکید بر دیدگاه اسلامی، تحقیقات اقتصادی، شماره ۱۰۲، بهار، ص ۱۲۱-۱۳۸.
- علی نقوی، سید دلاور (۱۳۹۰). تأثیر ارزش های اخلاقی بر اقتصاد و رفاه از منظر قرآن و حدیث، سفیر، شماره ۲۰، زمستان، ص ۸۴-۲۷.

- صنعت کار، حسن (۱۳۷۵). اخلاق در بازار، قم، دفتر نشر و تبلیغات حوزه علمیه قم.
- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۵). اصول کافی، تهران، قائم آل محمد.
- طیب، مهدی (۱۳۸۹). مدیریت اسلامی، تهران، خورشیدسواران.
- لطیفی، میثم (۱۳۸۸). پایان نامه دوره دکتری، بازپردازی مفهوم نظم و انضباط در سازمان (با تأکید بر رویکرد اسلامی)، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
- محموظی، عباس (۱۳۸۸). اندیشه‌های بنیادین در علم اخلاق، قم، نشر مشهور.
- محمودی گلپایگانی، سید محمد (۱۳۸۵). عدالت اجتماعی در نظام اقتصادی اسلام و لیبرالیسم، پژوهش‌های دینی، شماره ۵، تابستان و پاییز، ص ۹۰-۶۱.
- معصومی نیا غلامعلی (۱۳۹۰). اخلاق اقتصادی (معیشت)، پژوهش نامه اخلاق، شماره ۱۲، ص ۳۳-۶۲.
- مطلبی، سید محمد موسی (۱۳۹۱). علم اقتصاد اسلامی؛ برآیند تحول بنیان‌ها و فرایندهای علم اقتصاد، اقتصاد اسلامی، شماره ۴۷، زمستان، ص ۵۴-۳۳.
- میر معزی، سید حسین (۱۳۸۸). نظام اقتصادی اسلام، تهران، کانون اندیشه جوان.
- میرمعزی، سید حسین (۱۳۸۷). رقابت و تعاون در نگرش اسلامی، اقتصاد اسلامی، شماره ۲۹، زمستان، ص ۷-۳۴.
- نظرپور، محمدنقی و منتظری مقدم، مصطفی (۱۳۸۹). سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی؛ مطالعه‌ای درباره مشارکت اجتماعی از منظر اسلام، اقتصاد اسلامی، شماره ۳۷، بهار، ص ۸۷-۵۷.
- نظرپور، محمدنقی (۱۳۸۹). گستره تأثیرگذاری فرهنگ اسلامی بر توسعه اقتصادی، اقتصاد اسلامی، شماره ۳۸، تابستان، ص ۲۰۰-۱۷۵.
- نوریان، مهدی، امام، سید محمد رضا و مؤمنی، عابدین (۱۳۸۹). بررسی حکم اطلاع‌رسانی نسبت به فرصت‌های اقتصادی، مبانی فقه و حقوق اسلامی، شماره ۲، پاییز و زمستان، ص ۱۶۴-۱۴۵.
- نوربخش، یونس (۱۳۸۶). تحلیل جامعه شناختی از رابطه دین و فرهنگ با اقتصاد؛ با تأکید بر اسلام، اقتصاد اسلامی، شماره ۲۸، زمستان، ص ۱۹۲-۱۶۵.
- نوری طبرسی، حسین (۱۳۶۸). مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، قم، مؤسسه آل‌البیت.
- هادوی نیا علی اصغر و موفق، علیرضا (۱۳۸۹). مبانی اخلاقی مصرف از دیدگاه مکاتب سودگرایی، اقتصاد اسلامی، شماره ۳۶، زمستان، ص ۵۸-۳۳.

ونوس، داور و خانی جزنی، جمال (۱۳۸۴). اخلاقیات و بازاریابی، بررسی تطبیقی نظرات روحانیون، مدیران شرکتهای دولتی و مدیران شرکتهای خصوصی، مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۸، بهار، ص ۶۲-۴۵.

