

کاهش پیامدهای منفی اطلاعات نامتقارن توسط قاعده نفی غرر

اعظم کوهی اصفهانی^۱

چکیده

از دهه ۱۹۷۰ به بعد عدم تقارن اطلاعات به عنوان یکی از موضوعات مهم در اقتصاد مطرح شد و اقتصاددانان همواره به دنبال یافتن راه‌حلی برای مقابله با اطلاعات نامتقارن بوده‌اند. با وجود اطلاعات نامتقارن مکانیزم خودکار بازار قادر به حل مشکلات نخواهد بود. در این مقاله ضمن معرفی نظریه اطلاعات نامتقارن و راه‌های آن بررسی خواهد شد که آیا منع غرر در اسلام می‌تواند عواقب ناشی از اطلاعات نامتقارن را برطرف کند. روش پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات روش اسنادی و برای تحلیل و مقایسه اطلاعات تحلیل محتوا می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که آموزه‌های اخلاقی، دینی و در رأس آنها نهی از معامله غرری، تقلب و دروغ قادر خواهد بود بدون اینکه جامعه هزینه مضاعف بپردازد، از طریق نظارت‌های درونی آثار مخرب و زیانبار عدم تقارن اطلاعات را کاهش دهد.

واژگان کلیدی: اطلاعات نامتقارن، آموزه‌های اسلام، قاعده لاغرر

طبقه بندی JEL: D₈₂, D₈₃, G₁₄, N₃

مقدمه

یکی از موضوعات مهم در اقتصاد پرداختن به آثار و تبعات اطلاعات در قراردادهای می‌باشد، در موقعیت‌هایی که فرد یا افرادی اطلاعات بیشتری نسبت به عده ای دیگر دارا هستند. در این زمینه در دهه‌های اخیر مطالب بسیاری نگاشته شده و در پی یافتن راه‌هایی برای جبران عدم اطلاعات می‌باشند، زیرا اطلاعات ناقص می‌تواند بر رفاه عاملان اقتصادی اثر بگذارد.

در نظام اقتصادی اسلام توجه خاصی به کسب عادلانه و مشروع و نیز استحکام و اتقان معاملات بین افراد جامعه شده است. بر همین اساس قواعد فقهی وضع می‌شود. این قواعد در واقع اصول کلی هستند که بر اساس آن احکام فقهی استنباط می‌شود.

قاعده نفی غرر بر مبنای حدیث نبوی «نهی النبی صلی الله علیه و آله و سلم عن بیع العرر»^۱ می‌باشد. که در آن غرر^۲ و خطر^۳ در قرارداد، ناشی از جهل به ارزش، جنس و نوع کالا منع شده است. یعنی همه ابعادی که روی قیمت اثر می‌گذارد باید شفاف‌سازی شود. در واقع مبنای این حکم فقهی حفظ منافع عمومی است، که با ممنوع شدن این گونه قراردادها از منازعه و کشمکش بین طرفین قرارداد جلوگیری کرده و راه عادلانه تأمین نظم در رابطه‌های مالی مردم را ارائه می‌کند.

در این مقاله بررسی خواهد شد آیا قاعده نفی غرر می‌تواند آثار زیانبار عدم تقارن اطلاعات را کاهش دهد؟ بدین منظور ابتدا اطلاعات نامتقارن بررسی می‌شود و سپس تعریف، موارد، جنبه‌های مختلف و میناهای قاعده نفی غرر بیان می‌گردد و در پایان به ضمانت‌های اجرایی غرر و مقایسه آن با اطلاعات نامتقارن پرداخته می‌شود.

روش تحقیق

روش تحقیق در دو مرحله انجام می‌یابد: برای جمع‌آوری مطالب در زمینه اقتصاد اطلاعات و قاعده لاغرر در اسلام از "روش اسنادی" استفاده شده و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و مقایسه غرر و تقارن اطلاعات روش "تحلیل محتوا" در نظر گرفته شده است. روش تحلیل محتوا مبتنی بر مطالعه و مقایسه متون مربوطه می‌باشد.

پیشینه تحقیق

۱. وسایل الشیعه، کتاب تجارت، ابواب آداب تجارت، باب ۴۰، ح ۳
۲. برای غرر سه معنی جهل، خطر، خدعه و نیرنگ بیان شده است. البته این معانی در قسمت مفهوم غرر همین مقاله توضیح داده شده است.
۳. شیخ انصاری بیان می‌کند «غرر آن احتمال (ریسک و خطری) است که عرف از آن دوری می‌کند و کسی را که به آن اعتنا ندارد، سرزنش می‌کنند» (مکاسب: ۸۵).

به طور کلی مطالعات مرتبط در قالب سه عنوان تقسیم‌بندی می‌شود:

۱- مطالعاتی که در زمینه اطلاعات نامتقارن می باشد:

هایک^۱ (۱۹۴۵) در مقاله «استفاده از اطلاعات در جامعه» نظام قیمت را به عنوان مکانیزم انتقال اطلاعات در نظر می‌گیرد.
 جورج استیگلر^۲ (۱۹۶۱) در «اقتصاد اطلاعات» نظریه استاندارد اقتصادی را به کار گرفت تا به طور درونزا مشخص کند که کارگزاران اقتصادی چه میزان اطلاعات باید کسب کنند.

ویلیام ویکری^۳ (۱۹۶۱) در «سفته‌بازی متقابل، حراج‌ها و مناقصه‌های رقابتی مهروموم - شده» حالتی را در نظر می‌گیرد که مقوله غیرقابل تقسیم و منحصر به فردی قرار است به یکی از خریداران بالقوه فروخته شود. ویکری نشان می‌دهد که با ارزش‌های خصوصی مستقل و مزایده‌گزاران همگن، قیمت مورد انتظار معامله در روش حراج از نوع انگلیسی و هلندی یکی است. او سپس مفهوم حراج مزایده مهروموم شده قیمت دوم را وارد می‌کند و نشان می‌دهد که معادل روش حراج انگلیسی است. ویکری نشان می‌دهد، در شرایط ریسک‌پذیری، وجود مزایده-گزاران بی‌تجربه و سایر مواردی که باعث دورشدن از فرض‌های استاندارد می‌شود، روش حراج انگلیسی نسبت به حراج هلندی برتر است و بهینه‌پارتو می باشد.

اکرلاف^۴ (۱۹۷۰) در مقاله خود به تشریح بازار اتومبیل‌های دست دوم که به دلیل کمبود اطلاعات بازار شکل نمی‌گیرد، می‌پردازد.

اسپنس^۵ (۱۹۷۳) در مقاله ای با عنوان «علامت‌دهی بازار کار» و نیز کتاب علامت‌دهی بازار، سطح آموزش نیروی کار را به عنوان علامتی برای بازار نیروی کار در نظر گرفته است. اگر هنگام استخدام نیروی کار، کارفرما قادر به تشخیص کار 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.

۲- مطالعاتی که به بررسی قواعد فقهی پرداخته اند و به تبع قاعده لاغر را هم به عنوان یکی از قواعد مورد بررسی قرار داده اند، این دسته از منابع قدمت زیادی دارند:

محمد بن مکی عاملی جزینی معروف به شهید اول «قواعد فقه»، میرفتاح مراغه ای «عناوین»، ملا احمد نراقی «عواید الایام»، دکتر ابوالحسن محمدی (۱۳۷۹) «قواعد فقه».

1. Hayek

2. George Stigler

3. William Vickrey

4. Akerlof

5. Espence

۳- مطالعاتی که به بررسی قاعده لاغرر به طور مستقیم می‌پردازد:

سید حسن وحدتی شبیری (۱۳۷۹) در «مجهول بودن مورد معامله» به این موضوع به عنوان بخشی از قاعده غرر پرداخته است. روش تحقیق این نوشتار کتابخانه‌ای و شیوه ارائه مطالب آن، شیوه توصیفی و تحلیلی است. مباحث آن جنبه تطبیقی دارد؛ یعنی علاوه بر ارائه نظریات فقیهان شیعه، دیدگاه فقهی اهل سنت نیز بیان می‌گردد و در موارد مهم، آرای دادگاه‌ها و کنوانسیون‌های بین‌المللی نیز مطالعه، تجزیه و تحلیل شده است.

حبیب طالب احمدی (۱۳۸۰) در مقاله «تأثیر غرر در معاملات» به بررسی غرر پرداخته و در پایان نتیجه می‌گیرد هر غرری مؤثر در صحت معامله نبوده و باید در معاملات معوض و مربوط به مورد معامله باشد به گونه‌ای که موجب اتصاف عقد به آن شود. معاملات غرری در قانون مدنی، جز در موارد استثنایی محکوم به بطلان است و مشابه این وضع در حقوق مدنی مصر و فرانسه نیز مشاهده می‌شود.

غلامرضا مصباحی‌مقدم و اسماعیل رستم‌زاده گنجی در «غرر در معاملات اختیارات بر روی سهام از دیدگاه فقه امامیه» به شبهه غرری بودن معامله اختیارات بر روی سهام می‌پردازد. و با بررسی دلایل مخالفان و موافقان نتیجه می‌گیرد که با توجه به نقش اتاق پایاپای و نیز رایج بودن ابزار انتقال اعتبار بین عقلا، شبهه غرری بودن این مبادلات را از منظر فقه امامیه منتفی می‌داند.

محمد تقی رفیعی در «مطالعه تطبیقی غرر در معامله در حقوق اسلام و ایران و کنوانسیون بیع بین‌المللی» از نظر حقوقی به بررسی این قاعده پرداخته است.

مطالعات انجام شده در مورد غرر از جنبه فقهی و حقوقی این قاعده را بررسی کرده اند و در زمینه اقتصادی و به طور ویژه ارتباط آن با اقتصاد اطلاعات تاکنون مطالعه ای انجام نشده است؛ لذا این مقاله به جنبه های اقتصادی قاعده می‌پردازد و در پی یافتن پاسخ این سؤال است که «قاعده لاغرر آیا می‌تواند عواقب ناشی از اطلاعات نامتقارن را جبران کند».

اطلاعات

از جمله فروض بازار رقابت کامل که توسط کلاسیک ها مطرح شد، این است که تمامی شرکت‌کنندگان در بازار، یعنی خریداران و فروشندگان، از قیمت‌ها و اطلاعات موجود در بازار آگاهی دارند و این آگاهی باعث می‌شود که بازار به تعادل برسد. اما گروهی از اقتصاددانان در پارادایم جدید نئوکلاسیک فرض وجود اطلاعات کامل در بازار را زیر سؤال بردند و نقش عدم تقارن اطلاعات را پر رنگ کردند. زیرا که در عمل آگاهی از شرایط موجود به شکل متمرکز نیست و اطلاعات کافی بین عاملین اقتصادی وجود ندارد. عدم تحقق فرض اطلاعات کافی و

کامل موجب ناکارایی در نتایج عملکرد بازار می‌شود. به بیان استیگلیتز «ملاحظات اطلاعاتی هسته اصلی در تجزیه و تحلیل همه جانبه پدیده هاست» (عیسی زاده، ۱۳۸۰).

اطلاعات نامتقارن^۱

تفاوت در دسترسی به اطلاعات و توزیع ناهمسان اطلاعات میان طرفین «عدم تقارن اطلاعات» نامیده می‌شود (ضیایی، ۱۳۸۶). پایه های این تئوری در دهه ۱۹۷۰ توسط سه محقق بزرگ اقتصادی جرج آکرلاف^۲، مایکل اسپنس^۳، جوزف استیگلیتز^۴ بنا نهاده شد که هر سه موفق شدند جایزه نوبل اقتصادی سال ۲۰۰۱ را به خاطر پژوهش های انجام شده در "تجزیه و تحلیل بازارهای با اطلاعات نامتقارن" دریافت نمایند. با وجود اطلاعات نامتقارن مکانیزم خودکار بازار قادر به حل مشکلات نخواهد بود.

عدم تقارن ها گاهی ذاتی است؛ هرکس در مورد خودش بیش از دیگران می داند. برخی به طور طبیعی خارج از فرایند اقتصادی قرار می‌گیرد، کارفرمای بالفعل بیش از کارفرمای بالقوه دارای اطلاعات است و برخی از عدم تقارن ها به صورت غیر قابل اجتناب در حال گسترش است که به دلیل ساختار و عملکرد بازارها ایجاد شده‌اند (شاه حسینی، ۱۳۸۵). در مواقع وجود اطلاعات نامتقارن ممکن است نتایج زیر بروز کند:

مخاطره اخلاقی^۵ (کژمنشی)

مخاطرات اخلاقی به وضعیتی اطلاق می‌گردد که یک طرف بازار نمی تواند رفتار طرف دیگر بازار را مشاهده کند و گاهی به رفتارهای نامشهود بازگشت می‌کند (واریان، ۱۹۹۰). مخاطرات اخلاقی نام دیگری برای رفتار نامشهود است؛ زیرا در این حالت، فردی یا طرفی که آگاه است، رفتار غلطی را در پیش می‌گیرد که به ضرر طرف مقابل است (کاتز، ۱۹۹۴). در مخاطره اخلاقی اعمال و رفتاری، پنهان می ماند؛ یعنی شخصی که به طور ناقص، نظارت و کنترل می‌شود، تمایل به رفتار فریب کارانه و نامطلوب دارد. برای مثال اگر کارفرما نتواند به طور کامل بر رفتار کارگر نظارت و کنترل داشته باشد، کارگر تمایل دارد کمتر از آنچه مطلوب کارفرما است، تلاش کند. عبارت مخاطره اخلاقی اشاره به ریسک یا خطر رفتار نامناسب یا غیراخلاقی کارگر دارد.

انتخاب نامناسب (کژگزینی)^۱

1. Asymmetric Information
2. George Akerlof
3. Michael Spence
4. Joseph Stiglitz
5. Moral-hazard

انتخاب نامناسب در بازارهایی اتفاق می‌افتد که آگاهی فروشنده درباره ویژگی‌های کالای در حال فروش بیش از خریدار است. در نتیجه خریدار با خرید کالای با کیفیت پایین متحمل ریسک می‌شود و به عبارت دیگر انتخاب کالاهای در حال فروش از دیدگاه خریدار غیر مطلع، می‌تواند نامناسب باشد. در انتخاب نامناسب خصوصیات و ویژگی‌ها پنهان می‌شود (میرجلیلی، ۱۳۸۸).

اکرلاف در مقاله خود اولین تجزیه و تحلیل رسمی از بازارهای مبتلا به مشکل اطلاعات نامتقارن را تحت عنوان "گزینش نامطلوب" مطرح می‌کند. او بازار اتومبیل‌های دست دوم را معرفی می‌کند که در آن فروشنده نسبت به خریدار از اطلاعات بیشتری درباره کیفیت محصول برخوردار است (کلاهی، ۱۳۸۰). فروشندگان اتومبیل‌های وسیله نقلیه خود اطلاع دارند، در حالی که خریداران اغلب از آن عیوب مطلع نیستند؛ لذا خریداران نگران خرید اتومبیل نامرغوب و بد هستند. کسی که بدشانس باشد و اتومبیل بد و نامرغوب بخرد، در آن صورت یک اتومبیل لیمون^۲ خریده است. در نتیجه این عدم تقارن اطلاعات، بسیاری از مردم از خرید وسایل نقلیه در بازار اتومبیل‌های مستعمل خودداری می‌کنند (میرجلیلی، ۱۳۸۸). وجود اطلاعات ناقص منجر می‌شود به اینکه هر فرد دارای کالای با کیفیت خوب، بیرون از بازار بماند (کلاهی، ۱۳۸۰).

واکنش بازار نسبت به اطلاعات نامتقارن علامت دهی^۳

«علامت دهی» اشاره به اقدامات طرف مطلع به منظور آشکارسازی اطلاعات خصوصی‌اش دارد. اسپنس در مقاله خود^۴ نشان داد که تحت شرایطی معین، کارگران دارای اطلاعات مکفی می‌توانند با اشاعه اطلاعات خصوصی خود به کارگران فاقد اطلاعات لازم، بازده بازار خود را بهبود بخشند. برای مثال مدیریت بنگاه می‌تواند با تحمیل مالیات اضافی بر سود سهام، به طور ضمنی بالا بودن سودآوری شرکت را علامت دهد. ارسال علامت مستلزم آن است که کارگزاران اقتصادی معیارهایی قابل مشاهده (که هزینه بر هستند) به دست دهند تا بتوانند سایر کارگران را در مورد توانایی‌های خود و یا به طور اعم ارزش و کیفیت کالای خود متقاعد سازند (کلاهی، ۱۳۸۰). به عبارت دیگر برای اینکه علامتی مؤثر باشد، باید برای آن هزینه صرف کرد. اگر علامتی

1. Adverse Selection

۲. این اصطلاحی است که آکرلف، به کار برد. این اصطلاح برگرفته از میوه کهنه یا ماشین‌های بازی است که سه چرخ آن می‌چرخد و وقتی از حرکت می‌ایستد تصویری از میوه را نشان می‌دهد که تعیین‌کننده نوع پرداخت است. اگر میوه لیمو بیاید، نشانه بدشانسی و پرداخت آن پوچ یا هیچ است.

3. Signaling

۴. مقاله بنیادین او (۱۹۷۳) تحت عنوان علامت دهی بازار کار "Job Market Signaling" مبتنی بر پایان نامه دکتر وی و نیز کتاب علامت دهی بازار سطح آموزش نیروی کار را به عنوان یک علامت برای بازار کار در نظر می‌گیرد.

مجانی باشد، همه از آن استفاده خواهند کرد و هیچ اطلاعاتی ابراز نخواهد شد. بنگاه‌ها خرج تبلیغات می‌کنند تا برخورداری از محصولات با کیفیت بالا را به مشتریان بالقوه علامت دهند. طرف مطلع (بنگاه) از علامت استفاده می‌کند تا طرف غیرمطلع (مشری) را متقاعد سازد که می‌تواند محصولی با کیفیت بالا ارائه کند (میرجلیلی، ۱۳۸۸).

غربال کردن^۱

استیگلیتز نشان داد که گاه یک کارگزار نامطلع می‌تواند از طریق غربال اطلاعات بهتر از یک کارگزار مطلع کسب اطلاع کند (کلاهی، ۱۳۸۰). هنگامی که طرف غیرمطلع اقداماتی انجام دهد که طرف مطلع را برای آشکارسازی اطلاعات خصوصی‌اش، ترغیب کند، این امر، «غربال کردن» نامیده می‌شود. برای مثال شرکت بیمه تصمیم دارد از رانندگانی که ریسک نمی‌کنند، حق بیمه پایینی بگیرد و از رانندگانی که ریسک می‌کنند، حق بیمه بالایی بگیرد. اما چگونه می‌تواند آنان را از هم جدا کند؟ رانندگان خودشان می‌دانند که ریسک‌پذیر هستند یا خیر، اما راننده ریسک‌پذیر آن را نمی‌پذیرد. شرکت بیمه می‌تواند با ارائه بیمه‌نامه‌های متفاوت، رانندگان را به تفکیک از یکدیگر ترغیب کند. یک نوع از بیمه‌نامه، حق بیمه بالایی دارد و هزینه کامل هر تصادفی را پوشش می‌دهد. نوع دیگر بیمه‌نامه، حق بیمه پایینی دارد اما از معافیت زیادی برخوردار است (یعنی راننده مسئول اولین خسارت است و شرکت بیمه ریسک باقی مانده را پوشش می‌دهد). بنابراین بیمه‌نامه با حق بیمه پایین و برخوردار از معافیت، رانندگان با ریسک پایین را جذب می‌کند، درحالی‌که بیمه‌نامه با حق بیمه بالا و بدون معافیت، رانندگان ریسک‌پذیر را جذب خواهد کرد. در مواجهه با این دو بیمه‌نامه، دو نوع راننده، اطلاعات خصوصی‌شان را با انتخاب بیمه‌نامه‌های مختلف، آشکار خواهند کرد.

قضاوت منقول از حضرت علی (ع) در مورد دو زن که هر دو ادعای فرزند واحدی داشتند، نمونه‌ای از غربال کردن است.^۲

1. Screening

۲. در این مورد به وضوح، عدم تقارن اطلاعات وجود دارد. زن می‌داند که بچه متعلق به کیست، اما حضرت علی (ع) ظاهراً نمی‌داند. ایشان در نظر دارند برای قضاوت بهتر، اطلاعاتی داشته باشند که آن زن در اختیار دارد. مادر واقعی علاقه به انتقال اطلاعات دارد، اما به دلیل اقدامات زن دیگر مدعی بچه، به آسانی قادر به این کار نیست. حضرت علی (ع) به آن دو زن پیشنهاد دو نیم کردن بچه را می‌دهد. این کار سبب می‌شود که آن دو زن اطلاعاتشان را برای ایشان آشکار کنند. مادر واقعی رضایت به دو نیم شدن فرزندش نمی‌دهد و از حقش می‌گذرد که بچه سالم بماند (رجبی، ۱۳۸۱).

راه‌های غلبه بر عدم تقارن اطلاعات در انتخاب نامناسب

الف) گردآوری و افشای اطلاعات: یکی از راه‌های غلبه بر عدم تقارن اطلاعات، گردآوری اطلاعات است. برخی افراد انگیزه گردآوری اطلاعات را دارند. کارفرما با گردآوری اطلاعات درباره متقاضیان کار می‌تواند کارگر خوبی بیابد. حال اگر آنچه کارفرما درباره متقاضی می‌داند دیگران هم بدانند دستمزد به صورت مزایده خواهد شد و لذا کارفرما اطلاعات گردآوری شده مربوط به متقاضیان شغل را در اختیار دیگران نمی‌گذارد. اگر اطلاعات، بلافاصله و کامل در سراسر اقتصاد منتشر شود، آنگاه هیچکس انگیزه‌ای برای گردآوری اطلاعات نخواهد داشت. مادامی که برای گردآوری اطلاعات هزینه شود، بازارها نمی‌توانند به طور کامل از نظر اطلاعاتی کارا باشند. با توجه به اینکه بازار انگیزه مناسب را برای افشای اطلاعات فراهم نمی‌کند و مخارج کسب اطلاعات ممکن است بالا باشد، وظیفه دولت، تهیه و افشای اطلاعات است.

ب) 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 ویژگی‌های درست خود را ابراز کند، اما مسأله اساسی این است که افراد ضرورتاً انگیزه ابراز حقیقت را ندارند. فرض کنید کارکنان از توانایی‌های خود آگاه باشند و یک کارفرما از آنان بپرسد که توانایی شما چه میزان است؟ فرد توانا تر معمولاً صادقانه پاسخ می‌دهد ولی فرد با توانایی کمتر، انگیزه گفتن دروغ را دارد و توانایی خود را بیشتر از آنچه واقعاً هست، ابراز می‌کند.

راه‌های غلبه بر عدم تقارن اطلاعات در مخاطره اخلاقی

الف) نظارت و کنترل بهتر: به عنوان مثال، نصب دوربین ویدئویی در کارگاه برای ضبط رفتار کارگران که هدف از این کار مچ‌گیری در رفتار غیرمسئولانه است. هر چند زیرنظرگرفتن، عدم تقارن اطلاعات را کاهش می‌دهد، معمولاً پرهزینه است.

ب) دستمزد بالاتر: بر اساس نظریه‌های دستمزد کارآیی، برخی کارفرمایان به کارگران خود دستمزد بالاتری از سطح تعادلی عرضه و تقاضا در بازار کار می‌پردازند. کارگری که دستمزد بالاتر از تعادل دریافت می‌کند، با احتمال کمتری از زیر کار، شانه خالی می‌کند، زیرا اگر مچ او را بگیرند و اخراج شود، ممکن است نتواند شغل دیگری با پرداخت بالا به دست آورد.

ج) پرداخت معوق: شرکت‌ها می‌توانند پرداخت بخشی از جبران حقوق کارگر را به تأخیر اندازند. بنابراین اگر کارگری از زیر کار شانه خالی کند و اخراج شود، آن گاه جریمه سنگین‌تری را متحمل خواهد شد. یک مثال از جبران معوق، همان پاداش پایان سال است. برخی مواقع افزایش سالانه دستمزد، به دلیل افزایش سنوات خدمت و افزایش تجربه نیست، بلکه به سبب واکنش به مخاطره اخلاقی است.

د) بهبود قرارداد: کارفرمایی که در نظر دارد کارگزارانش، کار را با کیفیت مطلوب انجام دهند، در قرارداد این امر را 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، ۱۳۸۸).

مفهوم غرر

غرر واژه‌ای عربی است و در کتاب‌های لغت برای آن معانی متفاوتی، از جمله خطر، غفلت (جوهری، ۱۴۰۴ق)، خدعه و نیرنگ (ابن منظور، ۱۴۰۵ق) ذکر کرده‌اند.

زبیدی ابتدا غرر را به معنای خطر گرفته و می‌گوید: تغیر، آن است که انسان بدون شناخت کافی، خویشتن را در معرض هلاکت قرار دهد، آنگاه از دیگران نقل کرده که گفته‌اند: غرر چیزی است که ظاهری فریبنده دارد، ولی باطن آن مجهول است و یا گفته شده: غرر عبارت از معامله‌ای است که معهود نبوده و در انعقاد آن شخص اطمینان خاطر ندارد (محمدی، ۱۳۸۵).

در برخی از فرهنگ‌های لغت فارسی، غرر به معنای «هلاکت»، «در معرض هلاکت افتادن» (دهخدا، ۱۳۷۷)، «خطر» و «فریب خوردن» (معین، ۱۳۷۶) آمده است.^۱

در اصطلاح فقها اگر کالا یا قیمت آن (مبیع یا ثمن) در تجارت (بیع) در معرض خطر باشد، یعنی احتمال نابودی آن عرفاً و عادتاً مورد التفات و توجه باشد، این معامله غرری است (محمدی، ۱۳۸۵).

منظور از خطر نیز احتمال ضرری است که عقلاً از آن اجتناب می‌کنند و احتمال ضعیفی که مردم بدان توجهی ندارند را در بر نمی‌گیرد (مراغه‌ای، ۱۲۹۷ق).

و طبق «نَهَى النَّبِيِّ (ص) عَنْ بَيْعِ الْغَرْرِ: پیامبر اکرم (ص) از هرگونه معامله غرری نهی فرمودند؛ چنین معامله‌ای در فقه اسلام حرام است.

فقهای شیعه و سنی به این روایت استدلال کرده و بیع غرری را باطل دانسته‌اند. مثلاً علامه می‌فرماید: «علم به مقدار عوض لازم است بنابراین جهل به آنچه بر عهده گرفته است خواه جهل در ثمن باشد یا در مثنی مبطل عقد است»^۲.

در معانی بالا هرچند از غرر به جهل تعبیر نشده، ولی هریک از معانی خدعه و خطر که مطرح باشد، می‌تواند مجهول بودن معامله را هم در برگیرد. زیرا وقتی شخص شناخت کافی از

۱. در قانون فرانسه عقد غرر به عنوان «Contrat aleatoire» مطرح گردیده و «alea» معادل «احتمال و غرر» بیان شده است. در حقوق انگلیس نیز غرر تحت این عناوین آمده است: risk, peril, danger jeopardy, hazard.

۲. نراقی عواید الایام، ص ۹۱، به نقل از علامه حلی، تذکره، ج ۱، ص ۴۶۸.

موضوع قرارداد ندارد، این معامله برای وی خطری می‌شود. چنانچه صاحب عناوین می‌نویسد «هرچیزی که در آن جهل باشد، غرر و خطر هم علی‌الظاهر در آن هست». یعنی او دو اصطلاح غرر و جهل را مفهوماً و مصداقاً یکی می‌داند (مراغه ای، ۱۳۹۷.ق).

موارد غرر

مهمترین موارد غرر و خطر، یعنی احتمال نابودی مورد معامله به شرح زیر است:

- ۱- گاهی وثوق و اطمینان به به وجود آمدن چیزی نداریم مانند حمل حیوانات، میوه درختان و گل بوته‌ها پیش از شکفتن، خرید و فروش چنین کالایی غرری است چون ممکن است به وجود نیاید و این احتمال معقول و متعارفی است.
- ۲- گاهی کالایی موجود است ولی اعتماد و اطمینان به امکان تسلیم و قبض و اقباض آن نداریم مانند فروختن ملکی که از دست مالک آن خارج شده و درچنگ غاصبی قوی پنجه است، فروختن ماهیان دریا، پرندگان هوا، آهوان دشت پیش از شکار.
- ۳- گاهی هرچند کالایی موجود و در دسترس است ولی نمی‌دانیم که قابلیت معامله دارد یا نه، واجد شرایط و اوصاف لازم برای معامله هست یا نیست و این جهل و نادانی ناشی از جهل به مقدار یا جنس یا وصف مبیع یا ثمن است (محمدی، ۱۳۸۵).

برهمن اساس صاحب عناوین هم علم به وجود عوضین و وثوق به آن، علم بر قدرت تسلیم و تسلیم، علم به مقدار، جنس و وصف عوضین را شرط صحت معامله می‌داند (مراغه‌ای، ۱۳۹۷.ق).

لازم به ذکر است که در این مقاله مورد سوم غرر مدنظر قرار گرفته است. در معامله هرآنچه که بر قیمت اثرگذار باشد، باید روشن و معلوم شود و معامله در شرایط کاملاً شفاف انجام گیرد. برهمن اساس دانستن آنچه موجب اختلاف میل و رغبت و تفاوت قیمت می‌شود، شرط صحت معامله است. پس نه تنها نباید مطلبی با قصد کتمان شود بلکه به صورت غیر عمد هم اگر مطلبی مجهول باشد صحت معامله، نامعلوم است. شفافیت اطلاعاتی عاملی است که معاملات صحیح و اسلامی را از معاملات غرری متمایز می‌کند. دلالتی، واسطه‌گری و مشاوره مالی در بازارهای مالی در صورتی مجاز است که به شفافیت کمک نماید. اگر عملیات این افراد در بازار یک طرف را متضرر و به طرف دیگر سود برساند و این عمل از روی جهل طرف مقابل و با سوء نیت صورت گیرد، مشروع نیست.

مبناهای قاعده نفی غرر

دستورات اسلام برگرفته از فطرت پاک انسان‌ها است، لذا هر دستوری علاوه بر دلایل قرآنی و روایی، مبنای عقلی هم دارد و آنچه اسلام وضع کرده با عقل سلیم سازگاری دارد.

دلایل نقلی

اصل قاعده از دستور پیامبر گرفته شده است: «نَهَى النَّبِيُّ (ص) عَنِ بَيْعِ الْغَرْرِ». وقتی به روش‌های پیامبر و اهل بیت «علیهم السلام» می‌نگریم، آنها دستور به آگاهی کامل حین قرارداد می‌دهند، و از اینکه شخص عیب کالایی را مخفی، یا از بی‌اطلاعی دیگران سوء استفاده کند، نهی می‌فرمودند.

حضرت علی (علیه السلام) می‌فرمایند: غرر کاری است که از زیان ایمن نباشد.^۱

شخصی به امام صادق (علیه السلام) عرض کرد: ماکلاه‌هایی می‌سازیم و در ساخت آن پنبه کهنه مصرف می‌کنیم، اما برای خریدار توضیحی در این باره نمی‌دهیم، امام (ع) فرمودند: همانا که من دوست دارم آنچه در کالاها به کار می‌بری، برای مشتریان آشکار نمایی.^۲

همچنین امام (ع) در مورد کسی که دو نوع گندم مرغوب و نامرغوب داشته، آن دو را مخلوط کرده و یک قیمت برای آن تعیین نموده است، فرمودند: کار او درست نیست و این عمل فریبکاری و غش در معامله است، مگر اینکه عمل خود را برای مشتریان دقیقاً توضیح دهد.^۳

قرآن به عنوان اولین مرجع شناخت احکام و معیارسنجش اخبار و احادیث می‌باشد، اما درباره حکم معامله غرری آیه خاصی وارد نشده است؛ بلکه در خصوص معاملات و دادوستدهای تجاری حکم کلی دارد، مثل «تحریم خوردن مال به باطل» که در چندین آیه^۴ آمده است.

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ أَلَّا تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بَكِيمًا رَحِيمًا» (سوره نساء، آیه ۲۹).

«ای کسانی که ایمان آورده اید اموال یکدیگر را به باطل مخورید، مگر اینکه تجارتي باشد که با رضایت شما انجام گیرد و خودکشی نکنید خداوند نسبت به شما مهربان است.»

این آیه در واقع زیربنای قوانین اسلامی در مسائل مربوط به معاملات و مبادلات مالی را تشکیل می‌دهد و به همین دلیل فقهای اسلام در تمام ابواب معاملات (از جمله معاملات غرری) به آن استدلال می‌کنند.

اگرچه مفسران درباره کلمه باطل تفاسیر متعددی همچون ربا، قمار، خیانت، ظلم، رشوه و سرقت، ارائه نموده‌اند؛ ولی همه بر این امر اتفاق دارند که معامله غرری از جمله مصادیق بارز

۱. جواهر، بیع، باب الغرر «ان الغرر عمل لا یومن معه الضرر».

۲. من لا یحضره الفقیه، ج ۱۳، ص ۱۱۳.

۳. همان، ج ۱۳، ص ۱۳۱.

۴. سوره بقره، آیه ۱۸۸؛ سوره نساء، آیه ۱۶۱؛ سوره توبه، آیه ۳۴.

باطل می باشد. علامه طباطبائی در تفسیر این آیه می فرماید: «اینجا از معاملاتی نهی می کند که نه فقط باعث سعادت جامعه نیست، بلکه زیان بخش بوده و منجر به هلاکت و فساد آنها می گردد، مانند ربا، قمار و معاملات غرری» (طباطبایی، ج ۴: ۵۰۱).

دلایل عقلی

یکی از منابع شناخت احکام در اسلام عقل می باشد. البته احکام در صورتی به عنوان حکم عقلی شناخته می شوند که در عقل سلیم ریشه داشته و به عوامل غیر عقلی همچون احساسات، تعصبات و تمایلات نفسانی آمیخته نشده باشد که در این صورت دارای ارزش و اعتبار است. عرف و رویه معمول بین مردم نیز یکی از مهمترین دلایل در باب معاملات به شمار می رود. چرا که شارع مقدس در معاملات برخلاف عبادات غالباً آنچه را که مردم در روابط اجتماعی خویش رعایت می کردند، امضا نموده است، زیرا این قواعد از فکری خداداد و فطرتی پاک سرچشمه گرفته است (وحدتی شبیری، ۱۳۷۹).

با دقت در چگونگی معاملاتی که پیش از اسلام وجود داشت و بعد از آن تحریم شد، مانند الرمی بالحصاه، الملامسه، تلقی رکیان و ... روشن می شود که علت اصلی تحریم، سوء استفاده از عدم تقارن اطلاعات بوده است. در تلقی رکیان عده ای از شهر به پیشواز کاروان تجاری می رفتند و از بی اطلاعی کاروان از وضع موجود بازار سوء استفاده می کردند و جنس به قیمت نازلی خرید و فروش می شد (غفاری، ۱۳۸۶).

قانونگذار برای ایجاد نظم در روابط اجتماعی و جلوگیری از تنازع و کشمکش بعد از انجام قراردادها، طرفین را ملزم به شفاف سازی در هنگام معامله می نماید. و شاید به خاطر همین است که قاعده بطلان غرری را «قاعده ی امری»^۱ می دانند، یعنی حتی با پذیرش و رضایت طرفین، حکم بطلان همچنان وجود دارد. هر جا و هرگاه در معامله غرر پیش بیاید، باطل است و اقدام طرفین قرارداد، سودی نخواهد داشت. این حکم شارع برای جلوگیری از اختلاف و دعوای طرفین پس از انجام تجارت است.

ضمانت اجرایی قاعده نفی غرر و مقایسه ی آن با راه های مقابله با اطلاعات نامتقارن

راه هایی که برای غلبه بر کتمان اطلاعات مطرح شد، هرچند از نظر اسلام بدون اشکال است ولی این راه ها عموماً هزینه بر هستند و همچنین در برخی روش ها فقط احتمال کتمان اطلاعات را کاهش می دهد نه اینکه کاملاً این پدیده را حذف نماید. شیوه و روش مکتب اسلام

۱. نراقی، عواید الایام، ص ۳۳.

حذف اطلاعات ناقص از معامله ها و قراردادهای با مبانی اخلاقی و اعتقادی می باشد. در جامعه اسلامی به دلایل زیر کتمان اطلاعات کاهش می یابد و در حالت ایده آل حذف خواهد شد.

۱. استیگلیتز بیان می کند در حالتی که هرکس اطلاعات خویش را کاملاً بداند ساده ترین راه حل این است که اجازه بدهید هرکس اطلاعات خویش را بیان کند اما مساله اصلی عدم وجود انگیزه افراد عادی در بیان واقعیت است (استیگلیتز، ۲۰۰۱). یک فرد با ایمان چون به این باور رسیده است که دین وسیله کمال و سعادت انسانها است، لذا طبق آیه «اطيعوا الله واطيعوا الرسول و اولی الامر منکم»^۱، چنانچه دستوری از جانب خدا و پیامبر یا اهل بیت بیاید با جان و دل می پذیرد و آن را انجام می دهد لذا اعتقاد به پروردگار و پاسخگویی در برابر وی مهمترین انگیزه برای بیان واقعیت و آشکار کردن اطلاعات خواهد بود.

۲. یکی از ویژگی های اقتصاد اسلام آن است که ضمن تأکید بر کارآیی اقتصادی، اخلاق محور است. در پارادایم اخلاق مدار اسلامی دو دسته اهرم نظارتی مطرح است؛ از یک سو همانند دیگر الگوهای اقتصادی، انواع عناصر کنترلی، قوانین، دادگاه ها و پلیس به عنوان حسابرس های بیرونی مطرح اند و از سویی دیگر حسابرس های درونی، اخلاقی مانند وجدان افراد و حسابرسی در معرض خداوند در دنیا و آخرت وجود دارد که می تواند کارآیی را بالا ببرد و از انجام حيله بکاهد. این حسابرسی ها در جایی مطرح است که نیروهای بیرونی کارگر نمی باشند (نمازی و دادگر، ۱۳۸۵). در مورد انجام معامله کاملاً شفاف طبق قاعده نفی غرر نیروهای درونی نقش اساسی ایجاد می کند. بدیهی است که اگر افراد وجود یک حسابرس دقیق بر اعمال و افکار خود را باور نمایند، رفتار متفاوتی از خود بروز خواهند داد. درحالی که در اقتصاد اطلاعات نوین، فقط نیروهای بیرونی وجود دارند، که این روش ها با هزینه همراه اند و ضمانت اجرایی ندارد و بعضاً با وجود این کتمان اطلاعات مشاهده می گردد.

۳. در هر تجارتی هر دو طرف باید نفع ببرند. در اقتصاد اسلام چون اصل خیرخواهی و نوع دوستی «انما المؤمنون اخوه: همانا مومنان باهم برادرند»^۲ وجود دارد، فرد مسلمان وقتی مطلوبیتش از انجام یک معامله حداکثر می شود که علاوه بر نفع شخصی، طرف مقابل هم نفع ببرد. پس حاضر به معامله ای با کتمان اطلاعات، نمی شود، زیرا سبب پایین آمدن مطلوبیت طرف مقابل و در نتیجه کاهش مطلوبیت کل او می شود.

۱. سوره ی نساء، آیه ۵۹.

۲. سوره حجرات، آیه ۱۰.

نتیجه گیری

وجود اطلاعات کامل سبب افزایش کارآیی می‌شود. اما امروزه در پارادایم جدید برخلاف پارادایم قدیم نئوکلاسیک، فرض وجود اطلاعات کامل نقض شده است. در همین راستا در اقتصاد متعارف راه‌های زیادی برای غلبه بر فرض وجود اطلاعات ناقص مطرح شده است، که این راه‌ها غالباً هزینه بالایی را می‌طلبند و احتمال اثر دهی آنها به دلیل عدم نظارت های درونی کم است، به طور مثال در «روش معرفی خود» افراد معمولاً تمایلی به ابراز خصوصیات خود ندارند و به دروغ روی می‌آورند. درحالی که در اقتصاد اسلامی چون اخلاق نقش اساسی دارد، و افراد از دروغ، حيله، تزوير و ... منع شده‌اند نظارت های دورنی حاکم است و در حالت ایده آل تمام افراد حقیقت را حتی اگر به زیانشان باشد ابراز می‌کنند.

منابع و مأخذ

- ابن منظور، محمدبن مکرم (۱۴۰۵.ق) لسان العرب؛ قم: نشر ادب و حوزه؛
- جوهری، اسماعیل (۱۴۰۴.ق) صحاح اللغه؛ بیروت: دارالعلم الملايين، چاپ سوم؛
- خلیلی عراقی، منصور و قهرمان عبدلی، (۱۳۸۴) مشکل اطلاعات نامتقارن در کالاهای اعتباری و نقش آموزه های دینی در آن؛ فصلنامه پژوهش های اقتصادی، ش ۵ (۳)؛
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۷) لغتنامه، جلد یازدهم؛ تهران: انتشارات و چاپ دانشگاه تهران؛
- رجبی، حسین (۱۳۸۱) روابط امام علی(ع) و خلفا به روایت نهج البلاغه؛ قم: مؤسسه آموزش پژوهشی مذاهب اسلامی؛
- شاه حسینی، سعید (۱۳۸۵) اقتصاد اطلاعات و ضعف اقتصاد متعارف؛ راهبرد یاس، ش ۵: ۳۷۵-۳۸۳
- صالح آبادی، علی (۱۳۸۵) بازارهای مالی اسلامی؛ «مجموعه مقالات»، تهران: دانشگاه امام صادق(ع)؛
- ضیایی، ثریا (۱۳۸۶) جهانی شدن و اقتصاد اطلاعات؛ اطلاع شناسی، ش ۱۵ و ۱۶؛
- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۶۳) تفسیر المیزان (جلد ۴)؛ ترجمه سید محمدباقر موسوی همدانی؛ قم: دفتر انتشارات اسلامی.
- طیبیان، محمد (۱۳۸۷) اقتصاد خرد پیشرفته؛ تهران: انتشارات پیشبرد.
- عبیدالله، محمد (۱۳۸۷) مهندسی مالی اسلامی؛ ترجمه مسلم بمانپور و سجاد سیفیلو؛ تهران: دانشگاه (ع) و بانک مرکزی جمهوری اسلامی؛
- علیدوست، ابوالقاسم قاعده نفی غرر در معاملات؛ فصلنامه اقتصاد اسلامی، ۹؛
- عیسی زاده، سعید (۱۳۸۰) اطلاعات نامتقارن بررسی نظریه های برندگان نوبل اقتصاد در

- ۲۰۰۱؛ پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ش ۲۰؛
- غفاری، هادی (۱۳۸۶) نظام اقتصاد صدر اسلام؛ تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور؛
- کلاهی، فیروزه (۱۳۸۰) پیرامون جایزه نوبل اقتصادی، ۲۰۰۱ نظریه اطلاعات نامتقارن؛ پژوهشنامه بازرگانی، ۵(۲۰): ۲۴۱-۲۶۸؛
- محمدی، ابوالحسن (۱۳۸۵) قواعد فقه؛ تهران: نشر میزان؛
- مراغه‌ای، سید میرعبدالفتاح (۱۳۹۷.ق) العناوین، جلد ۳؛ قم: دفتر انتشارات اسلامی؛
- معین، محمد (۱۳۷۶) فرهنگ فارسی، جلد دوم؛ تهران: انتشارات امیرکبیر؛
- مؤمنی، مهدی (۱۳۷۹) آیین معاملات در اسلام و قوانین ایران؛ تهران: مؤسسه انتشاراتی مکیال؛
- میرجلیلی، حسین (۱۳۸۸) اقتصاد اطلاعات نامتقارن؛ اطلاعات سیاسی اقتصادی، ش ۲۶۹ - ۲۷۰: ۱۵۰-۱۶۱؛
- نراقی، احمد (۱۳۷۵) عوائد الایام؛ چ ۱، قم: دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم؛
- نظرپور، محمد نقی (۱۳۹۱) شاخص‌های ممنوعیت غرر در عملکرد بانکداری بدون ربا در ایران؛ فصلنامه اقتصاد اسلامی، ش ۴۳؛
- نمازی، حسین و یدالله دادگر، (۱۳۸۵) ارتباط اقتصاد متعارف با اقتصاد ارتدکس و اقتصاد اخلاق مدار؛ تهران: چاپخانه نگاران شهر؛
- وحدتی شبیری، سیدحسن (۱۳۷۹) مجهول بودن مورد معامله؛ قم: مرکز انتشارات دفتر تبلیغات و حوزه؛
- Aker lof, (1970) The Market for Lemons: quality uncertainty and the Market Mechanism; Quarterly Journal of Economics 84.
- Hayek, F. A. (1945) The Use of Knowledge in society; American Economic Review No. 4, September: 519-530.
- Katz, and Rosen, microeconomics, (2001) & Irwin, Illinios.-Stiglitz; Joseph E., Information And The Change In The Paradigm In Economics; Nobel prize lecture, columbia business School, Columbia University.
- Varian, H. R. (1990) Intermediate Microeconomics: A modern approach; w.w.norton & company, New York

