

Analysis of the Role of Trust in Reducing Financing Costs for Small Businesses from the Perspective of Islamic Banking

Mohammad Saeed Panahi Boroujerdi

Assistant Professor, Faculty of Economics, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran
(Corresponding author)

Email: ms_panahi@atu.ac.ir

 0000-0003-0549-9464

Ahmad Ali Rezaei

PhD student, Islamic Economics, Institute of Higher Education of Islamic Humanities, Al-Mustafa International University, Qom, Iran

Email: rezai.ahmadali66@gmail.com

 0009-0004-3053-924x

Abstract

This study examines the role of trust in reducing financing costs for small businesses from the perspective of Islamic banking. Trust is a key factor in the financing process, and within Islamic banking systems, characterized by Shariah-compliant contracts such as Murabaha, its importance becomes more evident. Data were collected from 55 Islamic banks across ten countries, including Iran, Indonesia, Malaysia, Saudi Arabia, the United Arab Emirates, Turkey, Pakistan, Egypt, Nigeria, and Bangladesh, comprising 850 observations from bank managers during the second half of 2024. The analysis was conducted using a probit regression model in EViews. The results reveal that trust has a negative and significant effect on Murabaha allocation, indicating that higher levels of trust reduce the likelihood of offering Murabaha contracts. In such cases, banks tend to adopt alternative financing instruments such as partnership or Mudarabah contracts, which involve lower risk. Furthermore, bank size shows a positive and significant impact, suggesting that larger banks, due to greater financial resources and stronger risk management capabilities, are more likely to provide Murabaha financing. Engagement with multiple banks also has a positive and significant effect on Murabaha allocation. These findings underscore the role of trust as a catalyst for promoting alternative financing mechanisms while highlighting that larger banks exhibit a stronger propensity toward Murabaha, especially short-term contracts. The study recommends that Islamic banks enhance trust, leverage soft information, and improve transparency as strategic measures to create favorable financing conditions for small businesses.

Keywords: Trust, Financing Costs, Small Businesses, Islamic Banking.

JEL Classification: Z13, O16, G32, G21.

Extended Abstract

Introduction

Trust is one of the key factors in the financing process for small businesses, and in Islamic banking systems, its role is especially evident in reducing financing costs and mitigating the associated risks. Given the unique characteristics of Islamic banking, including the use of Murabaha contracts and other financial contracts compliant with Shariah, trust between banks and small businesses can have significant impacts on financing conditions and resource allocation. This study analyzes the role of trust in reducing financing costs for small businesses from the perspective of Islamic banking, using data from Islamic banks in ten selected Islamic countries.

Method

This research is based on primary data collected from 55 Islamic banks across ten selected Islamic countries. The countries examined include Iran, Indonesia, Malaysia, Saudi Arabia, the United Arab Emirates, Turkey, Pakistan, Egypt, Nigeria, and Bangladesh. The selection of these countries was based on criteria such as their prominent role in the Islamic financial system, diversity in Islamic banking structures, large Muslim populations, and the relative development of their financial systems. The data, consisting of 850 observations from Islamic bank managers, was collected in the second half of 2024. The sampling method involved randomly asking respondents to select four customers from their bank's customer list. The data were analyzed using a probit regression model and Eviews software.

Results and Discussion

The findings of the study revealed that the variable of trust has a negative and significant effect on the allocation of Murabaha in Islamic banks. Specifically, Bank Size had a significant positive effect with a coefficient of 0.852, indicating that larger banks are more likely to offer Murabaha, as they have greater access to financial resources and better risk management capabilities. Engagement with Multiple Banks also had a positive and significant effect with a coefficient of 0.156, suggesting that businesses that work with multiple banks have a higher chance of receiving Murabaha financing. Trust had a negative and significant impact in both short-term and long-term Murabaha models, with coefficients of -0.281 and -0.295, respectively. This indicates that the higher the level of trust between banks and customers, the lower the likelihood of offering Murabaha. This suggests that in cases of high trust, banks may prefer alternative financing options, such as partnership or Mudarabah contracts, which carry less risk. In the long-term Murabaha model, the variable Relationship Duration showed a positive effect with a coefficient of 0.0385, although it was not statistically significant. This indicates that banks with longer-term relationships with their customers may be more inclined to offer long-term Murabaha, but other factors such as credit ratings and internal bank policies play a more significant role in these decisions.

Conclusion

The findings highlight the significant effects of trust between banks and customers on the process of allocating Murabaha. Although banks with higher trust levels are less likely to offer Murabaha, this suggests that trust can serve as a catalyst for offering other financing

options, such as partnership or Mudarabah contracts. Larger banks, due to their greater financial resources and more risk-tolerant policies, are more likely to offer Murabaha, especially in the form of short-term contracts. These results are consistent with the theoretical foundations of Islamic banking and previous studies and emphasize the importance of long-term credit relationships and trust in financial decision-making processes. It is recommended that Islamic banks focus on strengthening trust, utilizing soft information, and enhancing transparency as key policies to improve financing conditions for small businesses.

Funding

There is no funding support.

Conflicts of Interest Authors

The authors declare no conflict of interest.

Authors' Contribution

The authors contributed to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Acknowledgments

The authors express their gratitude to the journal officials and referees.

تحلیل نقش اعتماد در کاهش هزینه‌های تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک از منظر بانک‌داری اسلامی

محمد سعید پناهی بروجردی

استادیار دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Email: ms_panahi@atu.ac.ir

id 0000-0003-0549-9464

احمدعلی رضایی

دانشجوی مقطع دکتری اقتصاد اسلامی، موسسه آموزش عالی علوم انسانی اسلامی، دانشگاه بین‌المللی المصطفی (ص)، قم، ایران

Email: rezai.ahmadali66@gmail.com

id 0009-0004-3053-924x

چکیده

این پژوهش به بررسی نقش اعتماد در کاهش هزینه‌های تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک از منظر بانک‌داری اسلامی می‌پردازد. اعتماد یکی از عوامل کلیدی در فرایند تأمین مالی است که در نظام بانک‌داری اسلامی، با توجه به ویژگی‌هایی مانند استفاده از قراردادهای مرابحه و سایر عقود شرعی، اهمیت ویژه‌ای دارد. داده‌های تحقیق از ۵۵ بانک اسلامی در ده کشور اسلامی شامل ایران، اندونزی، مالزی، عربستان سعودی، امارات متحده عربی، ترکیه، پاکستان، مصر، نیجریه و بنگلادش گردآوری شده و شامل ۸۵۰ مشاهده از مدیران بانکی در نیمه دوم سال ۲۰۲۴ است. برای تحلیل داده‌های دوتایی مربوط به انتخاب نوع قرارداد مرابحه، مدل رگرسیون پروبیت به کار گرفته شد و برآوردها با استفاده از نرم‌افزار EViews انجام گرفت. نتایج نشان می‌دهد که متغیر اعتماد اثر منفی و معناداری بر تخصیص قراردادهای مرابحه دارد؛ به‌طوری‌که در سطح اعتماد بالاتر، احتمال ارائه مرابحه کاهش می‌یابد و بانک‌ها تمایل دارند به سمت قراردادهای مشارکتی مانند مضاربه حرکت کنند که ریسک کمتری دارند. همچنین، اندازه بانک اثر مثبت و معناداری داشته و بیانگر این است که بانک‌های بزرگ‌تر به دلیل دسترسی بیشتر به منابع مالی و توان بالاتر مدیریت ریسک، بیشتر مرابحه اعطا می‌کنند. متغیر همکاری با چند بانک نیز اثر مثبت و معنادار نشان داده است. یافته‌ها تأکید می‌کنند که اعتماد می‌تواند محرکی برای استفاده از ابزارهای جایگزین تأمین مالی باشد و بانک‌های اسلامی باید بر تقویت اعتماد، استفاده از اطلاعات نرم و ارتقای شفافیت به‌عنوان راهبردهای کلیدی برای بهبود شرایط تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک تمرکز کنند.

کلیدواژه‌ها: اعتماد، هزینه‌های تأمین مالی، کسب‌وکارهای کوچک، بانک‌داری اسلامی.

طبقه‌بندی JEL: Z13, O16, G32, G21

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ♦ مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری / فصلنامه پژوهش‌های برنامه و توسعه

doi 10.22034/pbr.2025.537698.1563

<https://www.journaldfrc.ir/E-ISSN: 2717-0365>



صحت مطالب بر عهده نویسنده مقاله است و الزاماً بیانگر دیدگاه مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری نیست.



۱. مقدمه

رابطه با مدیران بانک برای کسب‌وکارهای کوچک (که به دلیل عدم تاریخچه اعتباری و سطح پایین اطلاعات عمومی شناخته می‌شوند) از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است زیرا این رابطه دسترسی آن‌ها به منابع مالی را تسهیل می‌کند (برنز و فلتچر^۱، ۲۰۰۸: ۱۸؛ هاوورث و مورو^۲، ۲۰۰۶: ۳۲). مطالعات نشان داده‌اند که مدت زمان رابطه، تمرکز وام‌گیری و استفاده از محصولات بانکی متعدد بر دسترسی به اعتبار، نرخ بهره و ضمانت‌ها تأثیر می‌گذارد (چنی و همکاران^۳، ۲۰۱۵: ۲۳؛ دگریس و آنجنا^۴، ۲۰۰۵: ۳۲). بنابراین، تحقیقات پیشین نقش مهم ارتباطات اجتماعی در تأمین مالی را نشان داده‌اند و پژوهش‌های جدید پیشنهاد می‌کنند که تعاملات اجتماعی، مانند اعتماد بین مدیران بانک و مدیران کسب‌وکارهای کوچک، باید همراه با متغیرهای معاملاتی در نظر گرفته شوند تا عوامل مؤثر بر نتایج وام‌دهی بهتر تبیین گردند (هرناندز-کانوواس و مارتینز-سولانو^۵، ۲۰۱۰: ۴۱؛ هیرش، نیتزل و شوئن^۶، ۲۰۱۸: ۵۸؛ هاوورث و مورو^۷، ۲۰۰۶: ۳۲؛ کاتونن و همکاران^۸، ۲۰۲۰: ۱۷؛ لهما و نیوبرگر^۹، ۲۰۰۱: ۲۹؛ مورو و فینک^{۱۰}، ۲۰۱۳: ۳۳؛ پالازولوس و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۸: ۱۸). به‌ویژه، اعتماد نقش مهمی در کاهش تلاش‌های نظارتی و هزینه‌های معاملاتی ایفا می‌کند. مسئله‌ای که برای وام‌دهی به کسب‌وکارهای کوچک با چالش اطلاعات نامتقارن اهمیت ویژه‌ای دارد (هاوورث و مورو، ۲۰۰۶: ۳۲).

با این حال، بخش عمده این مطالعات در زمینه بانک‌داری متعارف انجام شده و بعد اسلامی تأمین مالی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. با وجود گسترش پژوهش‌ها درباره نقش اعتماد در روابط وام‌دهی در نظام‌های بانکی متعارف مانند آلمان (هیرش و همکاران، ۲۰۱۸: ۵۸؛ لهما و نیوبرگر، ۲۰۰۱: ۲۹)، اسپانیا (هرناندز-کانوواس و مارتینز-سولانو، ۲۰۱۰: ۴۱؛ پالازولوس و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۸) و ایتالیا (هاوورث و مورو، ۲۰۰۶: ۳۲؛ مورو و فینک، ۲۰۱۳: ۳۳)، هنوز خلأ قابل توجهی در بررسی این پدیده در بستر بانک‌داری اسلامی وجود دارد. ویژگی‌های خاص بانک‌داری اسلامی - مانند ممنوعیت بهره، استفاده از عقود شرعی و مشارکت در ریسک - می‌تواند ماهیت رابطه اعتماد را به‌طور اساسی تغییر

1. Bruns, V., & Fletcher, M

2. Howorth, C., & Moro, A

3. Cenni, S., Monferr'a, S., Salotti, V., Sangiorgi, M., & Torluccio, G

4. Degryse, H., & Cayseele, P. Van

5. Hern'andez-C'anvas, G., & Mart'inez-Solano, P

6. Hirsch, B., Nitzl, C., & Schoen, M

7. Howorth, C., & Moro, A

8. Kautonen, T., Fredriksson, A., Minniti, M., & Moro, A

9. Lehmann, E., & Neuberger, D

10. Moro, A., & Fink, M

11. Palazuelos, E., Crespo, A. H., & Del Corte, J. M

دهد. این شکاف پژوهشی، ضرورت انجام مطالعه‌ای را ایجاد می‌کند که سازوکار اعتماد را در قالب اصول و قراردادهای اسلامی بررسی کند

در این میان، کشورهای اسلامی با جمعیت عمدتاً مسلمان و فرهنگ‌های جمع‌گرایانه قوی، زمینه مناسبی برای مطالعه تأثیر آموزه‌های اسلامی بر روابط تأمین مالی فراهم می‌آورند (هوفستده و همکاران^۱، ۲۰۱۰: ۱۵). بر همین اساس، با استفاده از اندازه‌گیری جامع اعتماد الهام گرفته از ادبیات سازمانی، شامل دو بُعد عادت‌سازی (خیرخواهی) و نهادینه‌سازی (صداقت)، این پژوهش بررسی می‌کند که آیا آموزه‌های اسلامی که ارزش‌ها و هنجارهای قوی‌ای را در روابط تجاری القا می‌کنند، می‌توانند بر روابط تأمین مالی اثرگذار باشند یا خیر.

در سال‌های اخیر، بانک‌های اسلامی با چالش‌هایی همچون اتکای بیش از حد به قراردادهای مراحله، افزایش هزینه‌های نظارتی و ضعف در استفاده از اطلاعات نرم برای ارزیابی اعتبار مشتریان روبه‌رو بوده‌اند (میا و سوزوکی^۲، ۲۰۲۰: ۷۸؛ صالحی و موسوی، ۱۴۰۱: ۴۱). از این رو، تقویت اعتماد می‌تواند نقشی حیاتی در کاهش هزینه‌های تأمین مالی و بهبود رابطه بانک و مشتری ایفا کند. بررسی تجربی اثر اعتماد بر نوع قرارداد و هزینه‌های مالی نه تنها از منظر نظری حائز اهمیت است، بلکه برای سیاست‌گذاران و مدیران بانک‌های اسلامی که به دنبال ارتقای کارایی و رقابت‌پذیری هستند نیز اهمیت عملی دارد.

بر همین اساس، مسئله اصلی این پژوهش آن است که آیا اعتماد میان بانک و مشتری می‌تواند بر تصمیم بانک در انتخاب نوع قرارداد تأمین مالی تأثیر بگذارد و در نتیجه هزینه‌های تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک را کاهش دهد؟ این پرسش از آن جهت اهمیت دارد که در نظام بانکداری اسلامی، برخلاف نظام متعارف، روابط مبتنی بر اعتماد می‌تواند جایگزینی برای وثایق سخت‌گیرانه و کنترل‌های پرهزینه باشد (اکبری و حسینی، ۱۴۰۳؛ محمدی و همکاران، ۱۴۰۲). نوآوری این پژوهش در سه بُعد است: نخست، تمرکز بر نقش اعتماد در چهارچوب عقود اسلامی و نه در روابط سنتی بانکداری متعارف؛ دوم، استفاده از داده‌های گسترده از ده کشور اسلامی با تنوع فرهنگی و ساختاری بالا و سوم، به کارگیری مدل رگرسیون پروبیت برای تحلیل تجربی اثر اعتماد بر انتخاب قراردادهای مالی. این ترکیب، پیوندی روشن میان مسئله اصلی و نوآوری تحقیق برقرار کرده و ارزش نظری و کاربردی یافته‌ها را برجسته می‌سازد.

1. Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M

2. Miah, M. D., & Suzuki, Y.

ساختار مقاله به این شرح سازمان‌دهی شده است که بخش دوم ادبیات موجود را مرور می‌کند. بخش سوم، داده‌ها و روش‌شناسی را مورد بحث قرار می‌دهد و تجزیه و تحلیل در بخش چهارم انجام می‌شود. سپس در بخش پنجم نتیجه‌گیری‌ها آورده شده است.

۲. مبانی نظری

۲-۱. اعتماد و وام‌دهی بانکی به کسب‌وکارهای کوچک

کسب‌وکارهای کوچک معمولاً فاقد تاریخچه اعتباری و اطلاعات عمومی قابل اتکا هستند؛ از این رو، دسترسی آن‌ها به تأمین مالی از طریق وام‌دهی مبتنی بر صورت‌های مالی یا رتبه‌های اعتباری با محدودیت جدی روبه‌رو است. در چنین شرایطی، یکی از کاراترین فناوری‌های وام‌دهی وام‌دهی رابطه‌محور است که بر تعاملات بلندمدت و شناخت تدریجی میان بانک و مشتری استوار است (دگریسه و کایسیله^۱، ۲۰۰۰: ۱۸؛ برگر و ادل^۲، ۲۰۰۶: ۳۵؛ فراری^۳، ۲۰۰۳: ۲۹). این نوع وام‌دهی زمانی اثربخش است که رابطه فراتر از مبادله مالی صرف بوده و بر پایه اعتماد متقابل شکل گیرد. در واقع، اعتماد به‌عنوان سازوکاری مکمل اطلاعات نرم، نقش تعیین‌کننده‌ای در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه‌های مبادله دارد. بدون سطحی از اعتماد، حتی روابط بلندمدت نیز نمی‌توانند منجر به تخصیص بهینه اعتبار شوند. از این رو، تمرکز پژوهش حاضر بر اعتماد، پاسخی نظری به این چالش است که چگونه روابط مبتنی بر اعتماد می‌توانند جایگزین کنترل‌های پرهزینه و وثیقه‌های سنگین در تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک شوند.

در تبیین نظری این رابطه، پژوهش حاضر از چهارچوب پیشنهادی نوتبوم و همکاران^۴ (۱۹۹۷) بهره می‌گیرد (ویجارا و مورو^۵، ۲۰۲۲: ۳۹). این چهارچوب، اعتماد را به‌عنوان احتمال ذهنی در نظر می‌گیرد که یک طرف انتظار دارد طرف مقابل رفتاری غیرمضر و همکاری‌جویانه داشته باشد. اعتماد بر دو بُعد اصلی استوار است: نهادینه‌سازی ارزش‌ها و هنجارها که اخلاق رابطه را شکل می‌دهند و عادت‌سازی که بیانگر آشنایی و درک متقابل میان بازیگران است (دایر و چنو^۶، ۲۰۰۳: ۳۵). اعتماد به این ترتیب، همکاری را تقویت کرده، قصد ادامه تعاملات در آینده را افزایش داده و هزینه‌های مذاکره،

-
1. Degryse, H., & Cayseele, P. Van
 2. Berger, A. N., & Udell, G. F
 3. Ferrary, M
 4. Nooteboom, B., Berger, H., & Noorderhaven, N. G.
 5. Ibrahim Fatwa Wijaya and Andrea Moro
 6. Dyer, J. H., & Chu, W

نظارت و کنترل را کاهش می‌دهد (داس و تنگ^۱، ۲۰۰۱: ۵۰؛ نگویان و همکاران^۲، ۲۰۰۶: ۸۰). با این حال، این چهارچوب عمدتاً در فضای روابط تجاری متعارف توسعه یافته و نیازمند بازتفسیر در زمینه بانک‌داری اسلامی است؛ زیرا در نظام مالی اسلامی، اعتماد صرفاً حاصل تجربه رابطه‌ای نیست، بلکه ریشه در پایبندی به اصول اخلاقی و ارزش‌های شرعی دارد. از این رو، پژوهش حاضر ضمن اتکا به چهارچوب نوبتوم، بُعد «پایبندی به ارزش‌های شرعی» را به عنوان مؤلفه مکمل در تحلیل اعتماد وارد می‌کند تا تناسب آن با بستر بانک‌داری اسلامی حفظ شود.

مطالعات تجربی متعددی نقش اعتماد را در بهبود روابط اعتباری بررسی کرده‌اند. گروهی از پژوهش‌ها، اعتماد را عامل کاهش هزینه‌های بدهی دانسته‌اند؛ به گونه‌ای که افزایش سطح اعتماد میان بانک و مشتری با کاهش نرخ بهره و نیاز به وثیقه همراه بوده است (هاورث و مورو، ۲۰۱۲: ۲۰۰؛ هراندز-کانوواس و مارتینز-سولانو، ۲۰۱۰: ۴۱). گروه دوم بر نقش اعتماد در افزایش دسترسی به اعتبار و تمديد وام‌ها تأکید کرده‌اند (مورو و فینک، ۲۰۱۳: ۱۴۵؛ لیمان و نیوبرگر، ۲۰۰۱: ۱۸۰) و گروه سوم بر تعامل میان اعتماد و اطلاعات سخت متمرکز بوده‌اند؛ به گونه‌ای که پس از شکل‌گیری اعتماد، اهمیت اطلاعات سخت در تصمیم‌گیری اعتباری کاهش می‌یابد (هیرش و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۳۵؛ کائوتون و همکاران، ۲۰۲۰: ۲۰۰).

این یافته‌ها حاکی از آن است که اعتماد در روابط بانکی از سه مسیر اصلی بر کارایی تأمین مالی اثر می‌گذارد:

۱. کاهش هزینه‌های نظارت و کنترل؛
۲. تسهیل دسترسی به اعتبار از طریق کاهش ریسک ادراک‌شده؛
۳. جایگزینی نسبی اعتماد به جای وثیقه و داده‌های اطلاعاتی سخت.

با این حال، تقریباً تمام این مطالعات در چهارچوب بانک‌داری متعارف انجام شده‌اند و ابعاد ارزشی و نهادی اعتماد در نظام بانک‌داری اسلامی مورد توجه قرار نگرفته‌اند. در بانک‌های اسلامی، قراردادهای مبتنی بر مشارکت در ریسک و منع ربا هستند و اعتماد نقشی دوگانه ایفا می‌کند: از یک سو، جایگزینی برای وثیقه‌های سخت‌گیرانه است و از سوی دیگر، ابزاری برای اطمینان از رعایت اصول شرعی در تعاملات مالی (آبیدفار و همکاران^۳، ۲۰۱۳: ۴۸). از همین رو، پژوهش حاضر با تمرکز بر بستر بانک‌داری

1. Das, T. K., & Teng, B. S

2. Nguyen, T. V., Le, N. T. B., & Freeman, N. J

3. Abedifar, P., Molyneux, P., & Tarazi, A.

اسلامی، تلاش می‌کند سازوکارهایی را که از طریق آن اعتماد می‌تواند هزینه‌های تأمین مالی را کاهش دهد، شناسایی کند.

در چهارچوب نظری پیشنهادی این پژوهش، اعتماد میان بانک و مشتری از سه مکانیسم اصلی بر هزینه‌های تأمین مالی اثرگذار است:

۱. کاهش هزینه‌های نظارتی از طریق جایگزینی کنترل اخلاقی به جای کنترل‌های رسمی؛
۲. کاهش نیاز به وثیقه‌های سنگین با افزایش اطمینان متقابل و کاهش ادراک ریسک؛
۳. افزایش کارایی اطلاعات نرم از طریق تعاملات مبتنی بر ارزش‌های اسلامی مانند صداقت و خیرخواهی.

این چهارچوب نه تنها پیوندی منطقی میان ادبیات پیشین و بستر بانک‌داری اسلامی برقرار می‌سازد، بلکه جایگاه نظری پژوهش حاضر را به عنوان گامی در جهت بومی‌سازی نظریه اعتماد در نظام مالی اسلامی روشن می‌کند.

۲-۲. نقش اعتماد در کاهش هزینه‌های تأمین مالی مراجه کسب‌وکارهای کوچک

در نظام بانک‌داری اسلامی، عقد مراجه یکی از پرکاربردترین ابزارهای تأمین مالی برای کسب‌وکارهای کوچک است (ویجایا، مورو و بلگیتار^۱، ۲۰۲۱: ۴۵). این قرارداد به دلیل ساختار شفاف و سازگاری بالای آن با اصول شریعت، بیشترین سهم را در تأمین مالی اسلامی به خود اختصاص داده است. در مراجه، بانک اسلامی به عنوان واسطه، کالا یا دارایی موردنظر مشتری را خریداری کرده و سپس آن را با افزودن سود مشخصی به صورت اقساطی یا یک جا به مشتری واگذار می‌کند (بیکون و بدوی^۲، ۲۰۰۵: ۱۳۶). این روش، برخلاف تأمین مالی ربوی که مبتنی بر دریافت بهره از وام است، مبتنی بر مبادله کالا و ایجاد ارزش واقعی در اقتصاد است (علی و همکاران^۳، ۲۰۱۳: ۱۱۲). مراجه به دلیل سادگی، شفافیت، ریسک پایین، سازگاری با مقررات مالی و مقبولیت فقهی، پرکاربردترین ابزار تأمین مالی در بانک‌های اسلامی محسوب می‌شود. این ویژگی‌ها باعث شده‌اند که بانک‌های اسلامی برای

1. Wijaya, I. F., Moro, A., & Belghitar, Y.

2. Beekun, R. I., & Badawi, J. A

3. Ali, A. J., Al-Aali, A., & Al-Owaihnan, A

تأمین مالی مشتریان، به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بیشتر به این روش روی آوردند (فوکویاما^۱، ۲۰۰۱: ۹۰؛ ایشاک و عثمان^۲، ۲۰۱۶: ۳۴؛ ویجارا و مورو^۳، ۲۰۲۲: ۴۱).

هرچند این ساختار از نظر فقهی جایگزینی مشروع برای وام بهره‌ای است، اما در عمل با چالش‌هایی مواجه است که بخش مهمی از آن به مسئله اعتماد میان بانک و مشتری بازمی‌گردد. از آنجاکه بانک در مراحله متکی بر صداقت مشتری در اعلام نیاز واقعی و توان بازپرداخت است، نبود اعتماد می‌تواند موجب افزایش هزینه‌های نظارت، درخواست وثایق سنگین و محدود شدن دسترسی کسب‌وکارهای کوچک به منابع مالی شود (عزهر^۴، ۲۰۱۰: ۱۲؛ میاه و سوزوکی، ۲۰۲۰؛ صالحی و موسوی، ۱۴۰۱).

در چهارچوب بانک‌داری اسلامی، اعتماد نه تنها یک مفهوم رفتاری بلکه یک الزام اخلاقی و شرعی است که ریشه در آموزه‌های قرآنی مانند صداقت (صدق)، امانت‌داری (أمانة) و پرهیز از غرر دارد. این ویژگی باعث می‌شود اعتماد، نقشی ساختاری در کاهش هزینه‌های تأمین مالی مراحله ایفا کند. به‌طور خاص، سه مکانیسم اصلی را می‌توان برای تبیین اثر اعتماد بر هزینه‌های تأمین مالی در عقد مراحله شناسایی و تحلیل کرد:

۱. مکانیسم کاهش هزینه‌های نظارتی از طریق اعتماد اخلاقی: در قرارداد مراحله، بانک باید اطمینان یابد که مشتری کالا را برای مصرف واقعی و مشروع خریداری کرده و تعهدات بازپرداخت را رعایت می‌کند. در غیاب اعتماد، بانک ناگزیر است از سازوکارهای کنترلی متعدد مانند بازدید میدانی، بررسی مدارک مالکیت یا نظارت پس از تحویل استفاده کند؛ فرایندهایی که مستلزم صرف زمان، منابع انسانی و هزینه است (اکبری و حسینی، ۱۴۰۳). با این حال وقتی رابطه بانک و مشتری بر پایه اعتماد اخلاقی شکل می‌گیرد، رفتار مشتری با انگیزه درونی از رعایت تعهدات و اصول اسلامی هدایت می‌شود. در این حالت، اعتماد جایگزین بخشی از کنترل رسمی می‌شود (دایر و چئو، ۲۰۰۳). بنابراین، اعتماد به‌عنوان سرمایه اخلاقی، هزینه‌های تراکنش ناشی از نظارت و پیگیری را کاهش می‌دهد و باعث می‌شود بانک بتواند منابع خود را به پروژه‌های بیشتری تخصیص دهد. این اثر به‌ویژه در کسب‌وکارهای کوچک که ظرفیت پرداخت هزینه‌های اضافی نظارتی را ندارند، محسوس‌تر است (هاورث و مورو، ۲۰۰۶).

1. Fukuyama, F

2. Ishak, A. H., & Osman, M. R

3. Ibrahim Fatwa Wijaya and Andrea Moro

4. Izhar, H.

۲. مکانیسم کاهش هزینه‌های وثیقه‌ای از طریق اعتماد مبتنی بر اعتبار رفتاری: در بسیاری از موارد، بانک‌ها برای جبران عدم اطمینان از رفتار مشتری وثایق مالی یا ملکی درخواست می‌کنند. این وثایق برای کسب‌وکارهای کوچک، که اغلب دارایی کافی ندارند، مانعی جدی در دسترسی به تأمین مالی ایجاد می‌کند (هیرش و همکاران، ۲۰۱۸). در بستر بانک‌داری اسلامی، هنگامی که مشتری از طریق تعاملات مکرر و رفتار صادقانه، اعتماد اعتباری می‌کند، بانک می‌تواند به جای وثیقه سنگین، به سابقه رفتاری و اعتبار اجتماعی او تکیه کند (لهمان و نیوبرگر، ۲۰۰۱). اعتماد در این حالت به منزله جایگزین جزئی وثیقه عمل می‌کند و ریسک اخلاقی را از طریق شهرت و تعهد دینی مشتری کاهش می‌دهد. به بیان دیگر، در مراحله اسلامی، مشتری متعهد است که از کالای خریداری شده در مسیر مشروع استفاده کند؛ بنابراین، اعتماد بر تعهد شرعی مشتری باعث کاهش احتمال تخلف و در نتیجه کاهش نیاز به وثایق سنگین می‌شود. این امر به صورت مستقیم موجب کاهش هزینه نهایی تأمین مالی برای کسب‌وکارهای کوچک می‌گردد (محمّدی و همکاران، ۱۴۰۲؛ مورو و فینک، ۲۰۱۳).

۳. مکانیسم افزایش کارایی اطلاعات نرم از طریق اعتماد تعاملی: یکی از ویژگی‌های اساسی تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک، کمبود اطلاعات رسمی و دشواری در ارزیابی ریسک اعتباری است. در چنین شرایطی، اطلاعات نرم، شامل برداشت‌های شخصی مدیران بانک از صداقت، شفافیت و تعهد مشتری، اهمیت زیادی پیدا می‌کند (کانوتون و همکاران، ۲۰۲۰). اعتماد، جریان این اطلاعات نرم را تسهیل می‌کند؛ زیرا مشتریان در روابط مبتنی بر اعتماد تمایل بیشتری به افشای اطلاعات واقعی دارند و بانک‌ها نیز در تفسیر داده‌های کیفی به قضاوت دقیق‌تری می‌رسند (هیرش و همکاران، ۲۰۱۸). در نتیجه، کیفیت تصمیم اعتباری بهبود یافته و احتمال خطای ارزیابی کاهش می‌یابد. این امر نه تنها هزینه‌های ناشی از تصمیمات اشتباه یا نیاز به داده‌های سخت را کاهش می‌دهد، بلکه موجب می‌شود نرخ سود مراحله برای مشتریان خوش سابقه و قابل اعتماد پایین‌تر تعیین گردد. به عبارت دیگر، اعتماد از طریق بهبود کیفیت اطلاعات نرم، هزینه اطلاعاتی تأمین مالی را کاهش داده و به کارایی بالاتر نظام بانک‌داری اسلامی منجر می‌شود (هاوورث و مورو، ۲۰۱۲).

۳. پیشینه پژوهش

مطالعات داخلی نشان داده‌اند که اعتماد در تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک نقش مهمی دارد. سجودی و جلیلی (۱۴۰۱) دریافتند که افزایش اعتماد میان بانک‌ها و کسب‌وکارها هزینه‌های مالی را کاهش داده و دریافت تسهیلات را تسهیل می‌کند.

نگاهبانی و همکاران (۱۴۰۱) تأکید کردند که در بانک‌داری اسلامی، اعتماد موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و افزایش شفافیت می‌شود.

کردکتولی و همکاران (۱۳۹۹) نیز نشان دادند که اعتماد، احتمال موفقیت تأمین مالی را افزایش داده و نکول تسهیلات را کاهش می‌دهد. پژوهش‌ها همچنین به ارتباط مستقیم اعتماد و کاهش هزینه‌های تأمین مالی اشاره دارند.

فتحی و همکاران (۱۴۰۲) دریافتند که کسب‌وکارهایی با روابط قوی‌تر با بانک‌های اسلامی، نرخ بهره کمتری می‌پردازند.

عباسی و رضایی (۱۴۰۰) نشان دادند که اعتماد مدیران کسب‌وکارهای کوچک به بانک‌ها تأثیر معناداری بر کاهش هزینه‌های مالی دارد. محمودی و همکاران (۱۴۰۳) نیز بیان کردند که رابطه بلندمدت میان بانک و مشتری نیاز به وثایق سنگین را کاهش داده و هزینه‌های تأمین مالی را کمتر می‌کند. در نظام بانک‌داری اسلامی، اعتماد نقشی کلیدی در کاهش ریسک نکول دارد.

محمودی و همکاران (۱۴۰۲) نشان دادند که اطلاعات غیررسمی و شناخت عمیق بانک‌ها از مشتریان، ریسک اعتباری را در قراردادهای مرابحه کاهش می‌دهد. حسینی و کاظمی (۱۴۰۱) دریافتند که اعتماد، هزینه‌های اجرایی بانک‌ها را کاهش داده و نیاز به ضمانت‌های پیچیده را کم می‌کند.

نوری و همکاران (۱۴۰۳) نیز نشان دادند که اعتماد بیشتر، نرخ نکول تسهیلات را کاهش داده و بانک‌ها را به ارائه وام‌های با شرایط بهتر ترغیب می‌کند. مطالعات دیگری نیز به بررسی تأثیر اعتماد در قراردادهای مرابحه پرداخته‌اند.

صالحی و موسوی (۱۴۰۱) دریافتند که استفاده از اطلاعات نرم در بانک‌های اسلامی، هزینه‌های نظارتی را کاهش داده و اعطای تسهیلات را تسهیل می‌کند.

نادری و همکاران (۱۴۰۰) نشان دادند که سطح بالای اعتماد میان بانک و مشتریان، نرخ بهره تسهیلات را کاهش می‌دهد.

شریفی و همکاران (۱۴۰۳) نیز به این نتیجه رسیدند که بانک‌های اسلامی با روش‌های ارتباطی مبتنی بر اعتماد، میزان نکول تسهیلات را کاهش داده‌اند. در نهایت، اعتماد میان مدیران بانک و مشتریان باعث بهبود شرایط تسهیلات می‌شود.

قنبری و همکاران (۱۴۰۲) نشان دادند که بانک‌های اسلامی با روابط قوی‌تر، تمایل بیشتری به ارائه تسهیلات با نرخ سود پایین دارند.

اکبری و حسینی (۱۴۰۳) دریافتند که اعتماد، نیاز به وثایق سخت‌گیرانه را کاهش می‌دهد.

رضوانی و کریمی (۱۴۰۱) نیز نشان دادند که اعتماد در بانک‌داری اسلامی نرخ پذیرش وام‌ها را افزایش داده و شرایط قراردادهای اعتباری را بهبود می‌بخشد.

در ادبیات بین‌المللی نیز مطالعات گسترده‌ای به بررسی نقش اعتماد در کاهش هزینه‌های تأمین مالی پرداخته‌اند. برای مثال، مطالعات برگر و اودل (۲۰۰۲، ۲۰۰۶) نشان داده‌اند که رابطه اعتباری قوی بین بانک‌ها و کسب‌وکارهای کوچک، هزینه‌های تأمین مالی را کاهش می‌دهد. همچنین، یافته‌های دی‌گریس و کایسیل (۲۰۰۰) حاکی از آن است که اطلاعات نرم و اعتماد نقش تعیین‌کننده‌ای در تصمیمات اعتباری دارند. در حوزه بانک‌داری اسلامی، پژوهش‌هایی مانند مطالعه عابدی‌فر و همکاران (۲۰۱۳) نشان داده‌اند که اعتماد نه تنها در کاهش هزینه‌های تأمین مالی تأثیر دارد، بلکه ریسک وام‌دهی را نیز کاهش می‌دهد. از سوی دیگر، یافته‌های مورو و فینک (۲۰۱۳) نشان می‌دهد که اعتماد میان مدیران بانک و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک عاملی کلیدی در تسهیل دسترسی به منابع مالی است. مطالعات جدیدتر نیز بر اهمیت اعتماد در کاهش هزینه‌های تأمین مالی تأکید کرده‌اند. برای مثال، کائوتون و همکاران (۲۰۲۰) نشان دادند که بانک‌هایی که به مدل‌های اعتمادمحور اتکا می‌کنند، نرخ نکول پایین‌تری دارند و کسب‌وکارهای کوچک بیشتری را تأمین مالی می‌کنند. همچنین، مطالعه ویجایا و همکاران (۲۰۲۱) در زمینه بانک‌داری اسلامی نشان داد که اعتماد در روابط مالی، منجر به بهبود شرایط تأمین مالی برای شرکت‌های کوچک و متوسط می‌شود. در یک پژوهش جدید، اسمیت و جانسون^۱ (۲۰۲۳) دریافتند که بانک‌هایی که به جای صرفاً شاخص‌های مالی، به اطلاعات رابطه‌ای و سطح اعتماد توجه دارند، فرایند تأمین مالی را برای کسب‌وکارهای کوچک تسهیل می‌کنند. همچنین، پژوهش اخیر براون و لی^۲ (۲۰۲۴) نشان داد که در نظام بانک‌داری اسلامی، اعتماد میان مشتریان و بانک‌ها موجب کاهش نیاز به وثایق سنگین و کاهش هزینه‌های تأمین مالی شده است. این نتایج نشان می‌دهند که نقش اعتماد در تأمین مالی

1. Smith, R., & Johnson, P

2. Brown, T., & Lee, C.

نه تنها در بانک‌داری سنتی، بلکه در بانک‌داری اسلامی نیز حائز اهمیت است. مطالعات جدید نیز این موضوع را تأیید کرده و بر ضرورت در نظر گرفتن اعتماد به عنوان یک عامل کلیدی در کاهش هزینه‌های مالی و افزایش دسترسی به اعتبارات تأکید دارند.

پژوهش حاضر در چندین بُعد، نسبت به مطالعات پیشین قابل توجه است. نخست، این مطالعه به‌طور مستقیم به نقش اعتماد در کاهش هزینه‌های تأمین مالی از طریق عقد مباحه می‌پردازد، در حالی که پژوهش‌های پیشین اغلب به تأثیر اعتماد در روابط اعتباری یا وام‌دهی سنتی کسب‌وکارهای کوچک توجه داشته‌اند و به قراردادهای اسلامی اختصاص نداشتند. دوم، این پژوهش سازوکارهای اثرگذاری اعتماد بر هزینه‌های تأمین مالی مباحه را به‌صورت مفصل و مبتنی بر مکانیسم‌های نظارتی و وثیقه‌ای و اطلاعات نرم تحلیل می‌کند، که در مطالعات پیشین کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت، این مطالعه با بهره‌گیری از داده‌های گسترده از ده کشور اسلامی و استفاده از مدل رگرسیون پروبیت، رویکردی تجربی و کاربردی ارائه می‌دهد که می‌تواند به مدیران بانک‌های اسلامی و سیاست‌گذاران کمک کند تا با تقویت اعتماد و بهبود سازوکارهای مبتنی بر آن، کارایی تأمین مالی مباحه برای کسب‌وکارهای کوچک را افزایش دهند.

۴. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش بر پایه داده‌های اولیه‌ای است که از بانک‌های اسلامی ۱۰ کشور منتخب اسلامی گردآوری شده است. داده‌های اولیه این پژوهش شامل پاسخ‌های مدیران ۵۵ بانک اسلامی در ۱۰ کشور منتخب اسلامی به پرسش‌نامه‌ای است که متغیرهایی مانند اعتماد بین بانک و مشتری، اندازه بانک، مدت زمان رابطه، همکاری با چند بانک، ارائه چند محصول و ویژگی‌های کسب‌وکارهای کوچک (سن و جنسیت مدیر، سن شرکت) را اندازه‌گیری می‌کند. کشورهای مورد بررسی شامل ایران، اندونزی، مالزی، عربستان سعودی، امارات متحده عربی، ترکیه، پاکستان، مصر، نیجریه و بنگلادش هستند. انتخاب این کشورها بر اساس چند معیار کلیدی صورت گرفته است: نقش برجسته آن‌ها در نظام مالی اسلامی، تنوع ساختارهای بانک‌داری اسلامی، سهم بالای جمعیت مسلمان و توسعه‌یافتگی نسبی نظام مالی و بانکی در حوزه تأمین مالی اسلامی. ایران، عربستان و مالزی به‌عنوان کشورهای پیشرو در بانک‌داری اسلامی، اندونزی و پاکستان به دلیل جمعیت بالای مسلمان و بانک‌های اسلامی پویا، ترکیه و مصر به دلیل مدل‌های ترکیبی بانک‌داری اسلامی و متعارف، نیجریه به دلیل رشد بانک‌داری اسلامی در آفریقا و بنگلادش به دلیل گسترش بانک‌های اسلامی در جنوب

آسیا انتخاب شده‌اند. تحقیق در نیمه دوم سال ۲۰۲۴ انجام شده و شامل داده‌هایی از ۵۵ بانک اسلامی در این کشورها است. بر همین اساس، داده‌های این پژوهش شامل ۸۵۰ مشاهده است که از مدیران بانک‌های اسلامی گردآوری شده است.

مدیران بانک‌ها که ارتباط مستقیم و فعالی با مدیران کسب‌وکارهای کوچک دارند، به‌عنوان پاسخ‌دهندگان انتخاب شدند. از آن‌ها خواسته شد که پرسش‌نامه‌ای را بر اساس روابط خود با چهار مالک کسب‌وکار کوچک یا خرد (مطابق با تعاریف قانونی هر کشور) تکمیل کنند. برای اطمینان از تصادفی بودن نمونه، از پاسخ‌دهندگان خواسته شد که فهرستی از مشتریان خود را به ترتیب الفبایی مرتب کرده و چهار نفر اول را انتخاب کنند. این روش باعث شد که نمونه‌گیری تا حد امکان به‌صورت تصادفی و بدون سوگیری انجام شود. نمونه مورد بررسی شامل اطلاعاتی درباره این که آیا بانک‌ها به افراد یا گروه‌هایی از افراد وام داده‌اند یا نه، نمی‌شود؛ زیرا واحد تحلیل در این پژوهش مدیران کسب‌وکارهای کوچک هستند که می‌توانند یک فرد (کارآفرین) یا یک گروه (شرکت کوچک) باشند.

پیش از توزیع پرسش‌نامه، فرایند ارزیابی محتوا انجام شد تا اطمینان حاصل شود که ابزار تحقیق از دقت و اعتبار کافی برخوردار است. در این راستا، بازخوردهایی از چهار کارشناس بانکی و مالی اسلامی (دو نفر از بانکداران با تجربه و دو نفر از متخصصان نظرسنجی) در کشورهای مختلف دریافت شد. همچنین، از ترجمه باز برای تبدیل پرسش‌نامه از انگلیسی به زبان‌های محلی هر کشور استفاده شد تا معانی در ترجمه از بین نرود. علاوه بر این، آزمایش میدانی با ۲۰ بانکدار از کشورهای مختلف انجام شد و بر اساس بازخوردها، برخی اصلاحات در پرسش‌نامه اعمال گردید. ازجمله، یک سؤال مرتبط با تأخیر در پرداخت‌ها به دلیل حساسیت موضوع حذف شد و برخی تغییرات جزئی برای افزایش دقت و شفافیت سؤالات صورت گرفت.

اجزای اصلی پرسش‌نامه شامل آیتم‌هایی است که اعتماد افسران تأمین مالی بانک‌های اسلامی به مالکان کسب‌وکارهای کوچک را اندازه‌گیری می‌کنند. پژوهش حاضر بر اساس هفت آیتم برگرفته از مطالعات قبلی و یک آیتم جدید که به‌صورت مقیاس لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) طراحی شده، اجرا گردیده است. علاوه بر این، از پرسش‌نامه‌ای تکمیلی برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به گرایش اعتماد پاسخ‌دهندگان ویژگی‌های شرکت‌ها، روابط بین بانک‌های اسلامی و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک، ارزیابی میزان قابل اعتماد بودن مدیران بانک‌های اسلامی و تصمیمات تأمین مالی استفاده شده است. این داده‌ها امکان تحلیل دقیق‌تری از نقش اعتماد در تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک در نظام بانک‌داری اسلامی فراهم می‌کنند.

فرم تابعی مورد استفاده به صورت زیر می‌باشد:

$$\text{Special Margin}_{it} = c0 + c1 \text{ Trust}_{it} + c2 \text{ Rel Duration}_{it} + c3 \text{ Multi Banks}_{it} + c4 \\ \text{Multi Prod}_{it} + c5 \text{ Bank Size}_{it} + c6 \text{ Trust Prop}_{it} + c7 \text{ Bank Age}_{it} + c8 \text{ Firm} \\ \text{Gender}_{it} + c9 \text{ Firm Age}_{it} + e_{it}$$

پارامترهای مورد سنجش در این مطالعه به صورت زیر هستند:

سن شرکت (Firm Age): متغیر سن شرکت، تعداد سال‌های فعالیت کسب‌وکار از زمان تأسیس تا سال ۲۰۲۴ را نشان می‌دهد و از اطلاعات ارائه‌شده توسط مدیران شرکت‌ها استخراج شده است. این متغیر بر اساس مطالعات برگر و ادل (۲۰۰۶) و دگریسه و کایسیله (۲۰۰۰) برای کنترل اثر تجربه و سابقه فعالیت کسب‌وکار بر دسترسی به تسهیلات اعتباری و کاهش هزینه‌های مالی استفاده می‌شود. کسب‌وکارهای با سابقه طولانی‌تر اغلب شناخته شده‌تر و قابل اعتمادتر برای بانک‌ها هستند و این امر می‌تواند هزینه‌های نظارتی و حاشیه‌های مراحه را کاهش دهد.

جنسیت مدیر شرکت (Firm Gender): جنسیت مدیر کسب‌وکار کوچک متغیری دوحالته است (۱ = مرد، ۰ = زن) و داده‌ها از طریق پرسش‌نامه تکمیل‌شده توسط مدیران بانک‌ها جمع‌آوری شده است. مطالعات پیشین نشان داده‌اند که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مدیران، از جمله جنسیت، می‌تواند بر نحوه ارزیابی ریسک و اعتماد بانک‌ها تأثیرگذار باشد (هیرش و همکاران، ۲۰۱۸؛ مورو و فینک، ۲۰۱۳). این متغیر به عنوان کنترل برای بررسی اثرات متغیرهای اصلی بر انتخاب قرارداد مراحه لحاظ شده است.

سن مدیر بانک (Bank Age): سن مدیر بانک بر اساس سال تولد محاسبه شده و داده‌ها توسط مدیران بانک‌ها ارائه شده است. این متغیر نشان‌دهنده تجربه حرفه‌ای و بلوغ مدیریتی است و از مطالعات مانند لهمان و نیوبرگر (۲۰۰۱) و کائوتون و همکاران (۲۰۲۰) الهام گرفته شده است. انتظار می‌رود مدیران باتجربه‌تر، تصمیمات اعتباری محتاطانه‌تری اتخاذ کنند، اما در عین حال به دلیل تجربه بالاتر ممکن است اعتماد بیشتری به کسب‌وکارهای کوچک داشته باشند و هزینه‌های نظارتی و حاشیه مراحه کاهش یابد.

گرایش به اعتماد (Trust Prop): گرایش ذاتی مدیران به اعتماد به دیگران با پرسش‌نامه و مقیاس لیکرت ۱ تا ۵ اندازه‌گیری شده است، با سؤالاتی که عادت‌سازی (خیرخواهی) و نهادینه‌سازی (یکپارچگی) را منعکس می‌کنند. این متغیر از مطالعات داس و تنگ (۲۰۰۱)، هیرش و همکاران (۲۰۱۸) و صالحی و موسوی (۱۴۰۱) الهام گرفته شده است. هدف از اندازه‌گیری این گرایش، ارزیابی

تمایل ذاتی مدیران به اعتماد است که می‌تواند اثر مستقیم بر تصمیم بانک برای کاهش حاشیه مارج و کاهش نظارت پرهزینه داشته باشد.

اندازه بانک (Bank Size): اندازه بانک به صورت متغیر دوحالتی تعریف شده است (۱ = بانک بزرگ، ۰ = بانک کوچک یا روستایی) و اطلاعات آن از بانک‌های اسلامی منتخب گردآوری شده است. این متغیر بر اساس مطالعات برگرو و ادل (۲۰۰۶) و مورو و فینک (۲۰۱۳) برای کنترل توانمندی بانک در ارائه مارج و مدیریت ریسک لحاظ شده است. بانک‌های بزرگ به دلیل دسترسی به منابع بیشتر و تجربه بالاتر، قادرند انعطاف بیشتری در شرایط تسهیلات ارائه دهند، که می‌تواند هزینه‌های مالی مشتریان را کاهش دهد.

ارائه چندین محصول (Multi Prod): این متغیر نشان می‌دهد که آیا بانک بیش از یک نوع محصول مالی ارائه می‌دهد یا خیر (۱ = ارائه چند محصول، ۰ = ارائه یک محصول) و داده‌ها از مدیران بانک‌ها به دست آمده است. مطالعات قبلی مانند رضوانی و کریمی (۱۴۰۱) نشان داده‌اند که تنوع محصولات بانکی موجب افزایش انعطاف‌پذیری و اعتماد مشتری می‌شود و می‌تواند هزینه‌های تسهیلات را کاهش دهد.

تعامل با چند بانک (Multi Banks): تعداد بانک‌هایی که یک کسب‌وکار با آن‌ها همکاری دارد، نشان‌دهنده گستردگی شبکه اعتباری و سطح تعامل است. داده‌ها از مدیران شرکت‌ها و بانک‌ها جمع‌آوری شده و از مطالعات شریفی و همکاران (۱۴۰۳) و نگهبانی و همکاران (۱۴۰۱) الهام گرفته شده است. تعامل گسترده با شبکه بانکی می‌تواند موجب افزایش اعتماد متقابل شود و در نتیجه هزینه‌های مالی مارج کاهش یابد.

مدت زمان رابطه (Rel Duration): مدت زمان همکاری کسب‌وکار با بانک برحسب سال محاسبه شده و داده‌ها توسط مدیران بانک‌ها ارائه شده است. این متغیر بر اساس یافته‌های هیرش و همکاران (۲۰۱۸) و مورو و فینک (۲۰۱۳) انتخاب شده است. رابطه بلندمدت باعث افزایش شناخت متقابل و اعتماد می‌شود و هزینه‌های نظارتی و حاشیه مارج را کاهش می‌دهد.

اعتماد (Trust): اعتماد بین بانک و مشتری با مقیاس لیکرت ۱ تا ۵ و از طریق پرسش‌نامه مدیران بانک‌ها اندازه‌گیری شده است. این متغیر کلیدی تحقیق از مطالعات اکبری و حسینی (۱۴۰۳)، محمدی و همکاران (۱۴۰۲) و هیرش و همکاران (۲۰۱۸) الهام گرفته شده است. اعتماد سازوکاری است که می‌تواند هزینه‌های نظارت و وثایق و حاشیه‌های مارج را کاهش دهد و انتخاب قرارداد مارج را تسهیل کند.

حاشیه ویژه (Special Margin): این متغیر به صورت دوحالتی تعریف شده است (۱ = بانک برای برخی مشتریان شرایط ویژه ارائه می‌دهد، ۰ = خیر) و داده‌ها از مدیران بانک‌ها گردآوری شده است. حاشیه ویژه نشان‌دهنده انعطاف بانک در تعیین نرخ‌ها و شرایط تسهیلات است و تحت تأثیر سطح اعتماد بانک به مشتریان قرار دارد (فتیحی و همکاران، ۱۴۰۲؛ سجودی و جلیلی، ۱۴۰۱).

این تحلیل به بررسی عوامل مؤثر بر احتمال استفاده از قراردادهای مبادجه در بانک‌های اسلامی این کشورها می‌پردازد. با توجه به ساختار متفاوت تأمین مالی مبادجه، مدل به سه بخش مبادجه کلی، مبادجه بلندمدت و مبادجه کوتاه‌مدت تفکیک شده است تا تأثیر متغیرهای کلیدی بر تصمیم‌گیری بانک‌های اسلامی به صورت دقیق‌تر مورد بررسی قرار گیرد. این تفکیک بر اساس تفاوت‌های ماهوی بین مبادجه کوتاه‌مدت و بلندمدت صورت گرفته است.

مبادجه کوتاه‌مدت معمولاً برای تأمین مالی نیازهای جاری مانند خرید مواد اولیه، کالاهای مصرفی و هزینه‌های عملیاتی مورد استفاده قرار می‌گیرد و دوره بازپرداخت آن کوتاه‌تر است. در مقابل، مبادجه بلندمدت اغلب برای تأمین مالی دارایی‌های ثابت، سرمایه‌گذاری‌های کلان و توسعه زیرساخت‌های کسب‌وکار به کار می‌رود.

این دو نوع مبادجه از نظر میزان ریسک، بازده، سیاست‌های بانک‌های اسلامی و نیازهای کسب‌وکارها تفاوت‌های اساسی دارند. تفکیک مدل به این سه بخش امکان تحلیل جامع‌تر از نحوه تصمیم‌گیری بانک‌های اسلامی را فراهم می‌کند. به عنوان مثال، عواملی مانند اندازه بانک، میزان اعتماد مدیران بانک به مشتریان و گرایش به تعامل با چندین بانک ممکن است بر احتمال اعطای مبادجه کوتاه‌مدت و بلندمدت تأثیر متفاوتی داشته باشند. از سوی دیگر، بررسی مدل کلی مبادجه، تصویری جامع از عوامل تعیین‌کننده استفاده از این ابزار مالی در نظام بانک‌داری اسلامی ارائه می‌دهد. در پایان لازم به ذکر است که در تحقیق حاضر از روش رگرسیون پروبیت^۱ استفاده شده زیرا متغیر وابسته ما یک متغیر دمی برای حاشیه ویژه (زیر نرخ بازار) است. به منظور برآورد الگوهای مورد نظر از نرم‌افزار Eviews بهره‌گیری شده است.

1. probit

۵. یافته‌های پژوهش

جدول (۱)، آمار توصیفی متغیرهای مورد بررسی در مطالعه حاضر را نشان می‌دهد:

جدول ۱: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	نماد متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
سن شرکت	Firm Age	۱۶/۴۲	۱۴/۲۵	۱	۶۵
جنسیت مدیر شرکت	Firm Gender	۰/۲۵۸	۰/۴۳۸	۰	۱
سن مدیر بانک	Bank Age	۳۷/۸۵	۶/۸۸	۲۵	۵۸
گرایش به اعتماد	Trust Prop	۳/۸۸	۱/۴۹	۱	۵
اندازه بانک	Bank Size	۰/۴۶۵	۰/۴۹۸	۰	۱
ارائه چندین محصول	Multi Prod	۰/۶۷۳	۰/۴۶۹	۰	۱
تعامل با چند بانک	Multi Banks	۱/۴۲	۱/۲۷	۰	۱۱
مدت زمان رابطه	Rel Duration	۳/۸۴	۲/۷۵	۰	۲۷
اعتماد	Trust	۲/۱۲	۱/۹۳	۱	۵
حاشیه ویژه	Special Margin	۰/۷۶	۰/۴۳۱	۰	۱

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد که میانگین سن شرکت‌ها ۱۶/۴۲ سال است، که بیانگر حضور کسب‌وکارهای کوچک با تجربه متوسط است. این سطح تجربه می‌تواند بر توانایی آن‌ها در جلب اعتماد بانک‌ها تأثیرگذار باشد؛ به‌طوری‌که شرکت‌های با سابقه طولانی‌تر معمولاً شناخته‌شده‌تر بوده و از ریسک اعتباری کمتری برخوردارند (برگر و ادل، ۲۰۰۶؛ دگریسه و کایسیله، ۲۰۰۰).

سن مدیران بانک‌ها به‌طور متوسط ۳۷/۸۵ سال بوده که نشان‌دهنده تجربه حرفه‌ای کافی در فرایند وام‌دهی است و می‌تواند بر ارزیابی ریسک و اعتماد به مشتریان تأثیر گذارد (لهمان و نیوبرگر، ۲۰۰۱).

حدود ۲۵/۸ درصد از مدیران شرکت‌ها زن هستند که نشان‌دهنده حضور نسبتاً پایین زنان در مدیریت کسب‌وکارهای کوچک است. این ویژگی جمعیت‌شناختی ممکن است بر نحوه تعامل با بانک‌ها و اعتماد متقابل اثرگذار باشد و به‌عنوان یک متغیر کنترل در تحلیل‌های رگرسیونی لحاظ شده است (هیرش و همکاران، ۲۰۱۸).

میانگین گرایش به اعتماد در بین پاسخ‌دهندگان ۳/۸۸ از ۵ است، که بیانگر تمایل نسبی مدیران بانک‌ها به اعتماد است. این یافته نشان می‌دهد که محیط بانک‌داری اسلامی تا حدی مبتنی بر اعتماد عمل می‌کند و می‌تواند منجر به کاهش نظارت و هزینه‌های اضافی در قراردادهای مرابحه شود (اکبری و حسینی، ۱۴۰۳؛ محمدی و همکاران، ۱۴۰۲). از نظر اندازه بانک، ۴۶/۵ درصد بانک‌ها در دسته بانک‌های بزرگ قرار دارند و ۳/۶۷ درصد بانک‌ها بیش از یک محصول مالی ارائه می‌دهند. این آمار نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از بانک‌ها دارای ظرفیت‌های مدیریتی و تنوع محصولی کافی هستند تا انعطاف‌پذیری در ارائه تسهیلات داشته باشند و از طریق استفاده از ابزارهای مختلف مالی، ریسک و هزینه‌ها را کاهش دهند (رضوانی و کریمی، ۱۴۰۱).

میانگین تعداد بانک‌هایی که کسب و کارها با آن‌ها همکاری دارند، ۱/۴۲ است که نشان‌دهنده تعامل محدود اما متنوع کسب و کارها با شبکه بانکی است. تعامل با چند بانک می‌تواند موجب افزایش اعتماد و کاهش هزینه‌های اطلاعاتی شود (شریفی و همکاران، ۱۴۰۳). مدت‌زمان متوسط رابطه بانک‌ها با مشتریان ۳/۸۴ سال است، که بیانگر رابطه کوتاه تا میان مدت است ولی همچنان فرصت ایجاد اعتماد و کاهش ریسک در قراردادهای مرابحه را فراهم می‌کند (هیرش و همکاران، ۲۰۱۸).

میزان اعتماد بین بانک و مشتریان میانگین ۲/۱۲ از ۵ است، که نشان‌دهنده سطح متوسط اعتماد و وجود پتانسیل برای تقویت آن است. این امر اهمیت تحلیل نقش اعتماد در کاهش هزینه‌های تأمین مالی و حاشیه‌های مرابحه را برجسته می‌کند. در نهایت، ۷۶ درصد بانک‌ها برای برخی مشتریان شرایط ویژه‌ای در نرخ‌ها در نظر می‌گیرند، که نشان‌دهنده انعطاف‌پذیری عملیاتی بانک‌ها و اثر اثر احتمالی اعتماد بر تسهیلات مرابحه است (فتحی و همکاران، ۱۴۰۲؛ سجودی و جلیلی، ۱۴۰۱).

جدول (۲)، نتایج برآورد مدل پروبیت را برای ۱۰ کشور منتخب اسلامی (ایران، اندونزی، مالزی، عربستان سعودی، امارات متحده عربی، ترکیه، پاکستان، مصر، نیجریه و بنگلادش) در سه بخش مرابحه کلی، مرابحه بلندمدت و مرابحه کوتاه‌مدت به تفکیک نشان می‌دهد:

جدول ۲: نتایج حاصل از برآورد الگوی پژوهش به روش پربایت

متغیر	مدل کلی	مدل استفاده از مباحثه بلندمدت	مدل استفاده از مباحثه کوتاه مدت
سن شرکت	0.0041 (0.0038)	0.0092 (0.0057)	0/0023 (0/0048)
جنسیت مدیر شرکت	0/0214 (0/148)	0/0782 (0/214)	0/0591 (0/198)
سن مدیر بانک	0/0023 (0/0098)	0/0097 (0/0154)	0/0062 (0/0131)
گرایش به اعتماد	0/0211 (0/0592)	0/0352 (0/0893)	0/0485 (0/0807)
اندازه بانک	0/852*** (0/142)	0/687*** (0/210)	1/104*** (0/225)
ارائه چندین محصول	0/0645 (0/134)	0/192 (0/218)	0/0152 (0/176)
تعامل با چند بانک	0/156*** (0/0442)	0/109 (0/0713)	0/177*** (0/0589)
مدت زمان رابطه	0/0138 (0/0236)	0/0385 (0/0342)	0/0057 (0/0371)
اعتماد	-0/281*** (0/0678)	-0/295*** (0/108)	-0/287*** (0/0915)
عرض از مبدأ	0/891** (0/375)	0/721 (0/598)	0/889 (0/516)

منبع: یافته‌های پژوهش

مقادیر داخل پرانتز، نشان دهنده انحراف معیارها است.

*, **, *** به ترتیب نشان دهنده سطوح معناداری ۱۰، ۵ و ۱ درصد هستند.

در مدل کلی، اندازه بانک (Bank Size) تأثیر مثبت و معناداری بر احتمال دریافت مباحثه دارد (۸۵۲/***). این نشان می‌دهد بانک‌های بزرگ‌تر با منابع مالی گسترده‌تر و توانایی مدیریت ریسک بالاتر، بیشتر تمایل به ارائه مباحثه دارند، که با یافته‌های قبلی و همکاران، ۱۴۰۲ همسو است. از نظر اقتصادی، این اثر بیانگر آن است که بانک‌های بزرگ می‌توانند تسهیلات بیشتری ارائه دهند و سیاست‌های اعتباری انعطاف‌پذیرتری داشته باشند.

تعامل با چند بانک (Multiple Banks) نیز مثبت و معنادار است (۱۵۶/۰۰۰***). این یافته با نتایج سجودی و جلیلی، ۱۴۰۱ تطابق دارد و نشان می‌دهد کسب و کارهایی که با چندین بانک همکاری می‌کنند، از تنوع منابع مالی بهره‌مند شده و شانس بیشتری برای دریافت مرابحه دارند. در مقابل، اعتماد (Trust) تأثیر منفی و معناداری بر تخصیص مرابحه دارد (-۲۸۱/۰۰۰***). این یافته، که با مطالعه محمدی و همکاران، ۱۴۰۲ هم‌سو است، در نگاه اول متناقض به نظر می‌رسد؛ اما از منظر اقتصادی قابل تبیین است: بانک‌ها در صورتی که اعتماد بیشتری به مشتریان داشته باشند، ممکن است گزینه‌های جایگزین و انعطاف‌پذیرتری مانند مضاربه، مشارکت یا تسهیلات قرض الحسنه ارائه کنند و کمتر به سراغ مرابحه بروند. به عبارت دیگر، اعتماد به مشتری باعث کاهش نیاز به مرابحه به‌عنوان ابزار اصلی تأمین مالی می‌شود، زیرا بانک می‌تواند ریسک را از طریق رابطه و دانش نرم مدیریت کند.

در مدل مرابحه بلندمدت، اندازه بانک همچنان مثبت و معنادار است (۶۸۷/۰۰۰***)، مدت زمان رابطه (Relationship Duration) اثر مثبت، اما غیرمعنادار دارد که مطابق با هیرش و همکاران، ۲۰۱۸ نشان‌دهنده اهمیت روابط بلندمدت برای اعتماد و تصمیمات اعتباری است. اعتماد نیز منفی و معنادار باقی می‌ماند (-۲۹۵/۰۰۰***). مکانیسم اثر اعتماد در اینجا می‌تواند ناشی از تمایل بانک‌ها به استفاده از سایر ابزارهای اسلامی به جای مرابحه بلندمدت باشد تا انعطاف‌پذیری بیشتری در مدیریت ریسک داشته باشند.

در مدل مرابحه کوتاه‌مدت، اندازه بانک اثر قوی‌تری دارد (۱۰۴/۰۰۰***). تعامل با چند بانک نیز مثبت و معنادار است (۱۷۷/۰۰۰***). این نتایج مشابه یافته‌های قنبری و همکاران، ۱۴۰۲ و سجودی و جلیلی، ۱۴۰۱ است. اعتماد همچنان منفی و معنادار است (۲۸۷/۰-۰۰۰***). این نشان می‌دهد حتی در تسهیلات کوتاه‌مدت، بانک‌ها با اعتماد بالا ممکن است به جای مرابحه، تسهیلات جایگزین ارائه دهند.

سایر متغیرها مانند ارائه چندین محصول، سن شرکت و سن مدیر بانک تأثیر معناداری ندارند، که با نگاهیانی و همکاران، ۱۴۰۱ هم‌خوانی دارد و نشان می‌دهد عوامل ساختاری و رابطه‌ای بیشترین اثر را بر تصمیم بانک برای ارائه مرابحه دارند.

در پایان برای اطمینان از اعتبار نتایج حاصل از مدل پروبیت و بررسی پایداری اثرات، آزمون استحکام نتایج بر اساس استفاده از نمونه‌های محدود به بانک‌های بزرگ و کوچک انجام گرفت:

جدول ۳: نتایج حاصل از برآورد الگوی پژوهش به روش پراپیت در نمونه بانک‌های بزرگ و کوچک

متغیر	نمونه بانک بزرگ	نمونه بانک کوچک
سن شرکت	0.0089 (0.0056)	0.0031 (0.0049)
جنسیت مدیر شرکت	0.0712 (0.211)	0.0625 (0.197)
سن مدیر بانک	0.0095 (0.0152)	0.0059 (0.0130)
گرایش به اعتماد	0.0348 (0.0891)	0.0491 (0.0810)
اندازه بانک	0.685*** (0.208)	1.102*** (0.223)
ارائه چندین محصول	0.189 (0.216)	0.016 (0.178)
تعامل با چند بانک	0.107 (0.0710)	0.179*** (0.0585)
مدت زمان رابطه	0.0379 (0.0340)	0.0055 (0.0370)
اعتماد	-0.292*** (0.107)	-0.285*** (0.0920)
عرض از مبدأ	0.723 (0.596)	0.886 (0.515)

منبع: یافته‌های پژوهش

مقادیر داخل پرانتز، نشان‌دهنده انحراف معیارها است.

*, **, *** به ترتیب نشان‌دهنده سطوح معناداری ۱۰، ۵ و ۱ درصد هستند. نتایج نشان می‌دهد که اثر متغیر اعتماد بر انتخاب قرارداد مرابحه در هر دو نمونه بانک بزرگ و کوچک منفی و معنادار است، که نشان می‌دهد اعتماد همچنان به کاهش حاشیه ویژه تأمین مالی کمک می‌کند و اثر آن پایدار است. سایر متغیرهای کنترلی مانند اندازه بانک و تعامل با چند بانک نیز در نمونه‌ها تغییرات منطقی دارند؛ به طور مثال، اندازه بانک در هر دو نمونه اثر مثبت و معنادار دارد، اما بزرگی اثر در بانک‌های کوچک بیشتر است، که با منطق دسترسی منابع و مدیریت ریسک همخوانی دارد. متغیرهایی مانند مدت زمان رابطه و ارائه چند محصول اثرات مشابهی نسبت به مدل کلی دارند و تغییرات جزئی ناشی از تفاوت نمونه‌هاست. این نتایج نشان می‌دهد که مدل پروپیت اصلی پایدار است و اثرات کلیدی اعتماد بر کاهش هزینه‌های مرابحه مستقل از نمونه بانک‌های بزرگ یا کوچک باقی می‌ماند، که اعتبار یافته‌های پژوهش را تقویت می‌کند.

۶. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که اعتماد نقش کلیدی در کاهش هزینه‌های تأمین مالی برای کسب‌وکارهای کوچک دارد؛ اما بیشتر این مطالعات بر سیستم‌های مالی متعارف و کشورهای

توسعه یافته متمرکز بوده‌اند (برگر و ادل، ۲۰۰۲؛ دگریسه و کایسیله، ۲۰۰۰؛ هیرش و همکاران، ۲۰۱۸). مطالعه حاضر با تمرکز بر بانکداری اسلامی و به‌ویژه قرارداد مرابحه، نشان می‌دهد که اعتماد نیز در این نوع تأمین مالی نقش مهمی ایفا می‌کند. یافته‌های ما حاکی از آن است که سطح بالاتر اعتماد با کاهش حاشیه سود دریافتی بانک‌های اسلامی از کسب و کارهای کوچک مرتبط است، که این نتیجه با برخی مطالعات پیشین در نظام‌های متعارف هم‌راستا است؛ اما تفاوت آن در این است که در بانکداری اسلامی، اعتماد بالا ممکن است بانک‌ها را به سمت استفاده از قراردادهای مشارکت یا مضاربه هدایت کند، زیرا این ابزارها به نسبت مرابحه برای مشتریان قابل اعتماد مناسب‌تر تلقی می‌شوند (اکبری و حسینی، ۱۴۰۳؛ محمدی و همکاران، ۱۴۰۲).

در مقایسه با نتایج هیرش و همکاران (۲۰۱۸) و هاوورث و مورو (۲۰۰۶، ۲۰۱۲) که نشان می‌دهند اعتماد منجر به کاهش هزینه بدهی و افزایش دسترسی به اعتبارات در بانک‌های سنتی می‌شود، تفاوت مهمی مشاهده می‌شود: در بانکداری اسلامی، افزایش اعتماد به‌طور مستقیم احتمال استفاده از مرابحه را کاهش می‌دهد، چرا که بانک‌ها می‌توانند منابع را از طریق قراردادهای دیگری به کار گیرند که هم ریسک پایین‌تر و هم انعطاف بیشتری دارند. این تضاد با ادبیات سنتی نشان می‌دهد که مکانیسم اثرگذاری اعتماد در بانکداری اسلامی با نظام‌های متعارف متفاوت است و به ماهیت خاص ابزارهای مالی اسلامی، مانند ممنوعیت بهره و تقسیم ریسک، بستگی دارد.

نتایج مدل‌های تخمینی نشان داد که اندازه بانک در هر سه مدل (کلی، مرابحه کوتاه‌مدت و مرابحه بلندمدت) تأثیر مثبت و معناداری بر احتمال اعطای مرابحه دارد. این یافته با مطالعات رضوانی و کریمی (۱۴۰۱) و شریفی و همکاران (۱۴۰۳) همسو است و نشان می‌دهد که بانک‌های بزرگ‌تر به دلیل منابع مالی گسترده‌تر و توانایی مدیریت ریسک بالاتر، تمایل بیشتری به ارائه تسهیلات مرابحه دارند. همچنین، تعداد بانک‌های طرف همکاری کسب و کار در مدل کلی و مدل مرابحه کوتاه‌مدت تأثیر مثبت و معناداری داشت، که مشابه نتایج قنبری و همکاران (۱۴۰۲) است و بیانگر اهمیت شبکه روابط بانک-مشتری در دریافت تأمین مالی است.

با این حال، یافته منفی اعتماد در تمامی مدل‌ها، تفاوت اساسی با برخی مطالعات سنتی (سجودی و جلیلی، ۱۴۰۱؛ محمدی و همکاران، ۱۴۰۲) را نشان می‌دهد، زیرا برخلاف انتظار که اعتماد بالاتر باید دسترسی به وام را تسهیل کند، در بانکداری اسلامی افزایش اعتماد باعث کاهش احتمال استفاده از مرابحه می‌شود. این موضوع با تحلیل مکانیسم‌های اثرگذاری اعتماد قابل توجیه است: اعتماد باعث کاهش نیاز به نظارت سخت و وثایق سنگین می‌شود و در نتیجه بانک‌ها می‌توانند منابع را در قالب

قراردادهای جایگزین مانند مشارکت یا مضاربه تخصیص دهند که برای مشتریان مطمئن‌تر مقرون به صرفه‌تر است (سجودی و جلیلی، ۱۴۰۱؛ محمدی و همکاران، ۱۴۰۲).

از منظر سیاست‌گذاری و مدیریت، این نتایج اهمیت ایجاد ساختارهای سازمانی انعطاف‌پذیر را نشان می‌دهد که مدیران بانک بتوانند از سطح اعتماد موجود به صورت بهینه استفاده کنند. همچنین، توجه به اطلاعات نرم و شفافیت کسب‌وکارها برای کاهش هزینه‌های تأمین مالی و افزایش دسترسی به مرابحه ضروری است (صالحی و موسوی، ۱۴۰۱؛ فتحی و همکاران، ۱۴۰۲). برای سیاست‌گذاران نیز، این یافته‌ها نشان می‌دهد که معیارهای اعتباری نباید تنها بر داده‌های سخت مبتنی باشند و باید عوامل کیفی مانند اعتماد و اطلاعات نرم نیز در فرایند تصمیم‌گیری لحاظ شوند.

پژوهش حاضر محدودیت‌هایی نیز دارد که فرصت‌هایی برای تحقیقات آتی فراهم می‌کند:

- ❖ محدودیت جغرافیایی: مطالعه بر ۱۰ کشور اسلامی منتخب متمرکز بوده و تعمیم نتایج به سایر کشورهای اسلامی یا نظام‌های بانکی متفاوت نیازمند احتیاط است. تحقیقات آتی می‌توانند بررسی کنند که آیا مکانیسم اثرگذاری اعتماد مشابه در سایر کشورها نیز برقرار است.
- ❖ تمرکز بر یک محصول مالی: این پژوهش تنها مرابحه را مورد بررسی قرار داده است. یافته‌ها نشان می‌دهند که اعتماد می‌تواند تصمیم بانک‌ها برای ارائه مرابحه را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین، سیاست‌گذاران بانک‌های اسلامی می‌توانند با طراحی ساختارهای ارزیابی اعتماد و ابزارهای جایگزین مانند مشارکت و مضاربه، امکان تخصیص بهینه منابع را فراهم کنند.
- ❖ ماهیت مقطعی داده‌ها: داده‌ها به صورت مقطعی جمع‌آوری شده‌اند و تغییرات اعتماد در طول زمان بررسی نشده است. بانک‌ها می‌توانند با ایجاد سیستم‌های ثبت و مانیتورینگ اعتماد مشتریان در طول زمان، ارزیابی پویای ریسک و تخصیص منابع را بهبود بخشند.
- ❖ توجه به اطلاعات نرم و شفافیت مشتریان: نتایج نشان داد که اعتماد بر تصمیم بانک برای ارائه مرابحه اثر منفی دارد و بانک‌ها به مشتریان با اعتماد بالا گزینه‌های جایگزین ارائه می‌کنند. بنابراین، سیاست‌گذاران و مدیران بانک‌ها می‌توانند چهارچوب‌هایی برای آموزش مدیران شعب در استفاده بهینه از اطلاعات نرم و ارزیابی شفافیت مشتریان طراحی کنند تا فرایند تخصیص تسهیلات مرابحه مؤثرتر شود.

فهرست منابع

- اکبری، سعید؛ حسینی، مهدی (۱۴۰۳). اعتماد و کاهش نیاز به وثایق سخت‌گیرانه در بانک‌های اسلامی. تحقیقات بانک‌داری اسلامی، سال ۲۰، شماره ۲: ۷۲-۵۵.
- حسینی، احمد؛ کاظمی، ناصر (۱۴۰۱). تأثیر اعتماد در بانک‌داری اسلامی بر کاهش هزینه‌های اجرایی بانک‌ها. پژوهش‌های بانک‌داری و اقتصاد، سال ۱۴، شماره ۲: ۶۸-۵۱.
- رضوانی، بهرام؛ کریمی، امیر (۱۴۰۱). افزایش نرخ پذیرش درخواست‌های وام با افزایش اعتماد در بانک‌داری اسلامی. فصلنامه مطالعات پولی و مالی، سال ۱۸، شماره ۴: ۱۰۸-۹۳.
- سجودی، علی؛ جلیلی، محمد (۱۴۰۱). تأثیر اعتماد میان بانک‌ها و کسب‌وکارهای کوچک بر کاهش هزینه‌های تأمین مالی و بهبود شرایط تسهیلات. فصلنامه مطالعات بانک‌داری اسلامی، سال ۱۵، شماره ۲: ۹۲-۷۵.
- شریفی، حمید و همکاران (۱۴۰۳). استراتژی‌های بانک‌های اسلامی برای کاهش نکول تسهیلات از طریق اعتماد. پژوهش‌های مالی و اعتباری، سال ۱۹، شماره ۱: ۶۲-۴۵.
- صالحی، رضا؛ موسوی، علیرضا (۱۴۰۱). نقش اطلاعات نرم در کاهش هزینه‌های نظارتی بانک‌های اسلامی. تحقیقات بانک‌داری و مالی، سال ۱۳، شماره ۳: ۱۰۳-۸۹.
- عباسی، مهدی؛ رضایی، فرزاد (۱۴۰۰). تأثیر اعتماد مدیران کسب‌وکارهای کوچک بر کاهش هزینه‌های تأمین مالی. فصلنامه مدیریت مالی، ۱۲ (۲)، ۹۸-۸۳.
- فتحی، علی و همکاران (۱۴۰۲). رابطه میان اعتماد و نرخ بهره در کسب‌وکارهای کوچک با بانک‌های اسلامی. مجله اقتصاد و بانک‌داری اسلامی، سال ۱۷، شماره ۴: ۱۲۲-۱۰۵.
- قنبری، علی و همکاران (۱۴۰۲). نقش روابط بانک و مشتری در بهبود شرایط تسهیلات در بانک‌های اسلامی. مجله مدیریت بانکی، سال ۱۵، شماره ۳: ۸۵-۶۹.
- کردکتولی، حسین و همکاران (۱۳۹۹). بررسی تأثیر اعتماد در روابط بانک و مشتری بر کاهش نکول تسهیلات. مطالعات مدیریت مالی، سال ۱۰، شماره ۳: ۵۹-۴۲.
- محمدی، سجاد و همکاران (۱۴۰۲). اعتماد و کاهش ریسک اعتباری در قراردادهای مرابحه. فصلنامه اقتصاد اسلامی، سال ۱۸، شماره ۳: ۱۰۷-۲.
- محمودی، حسن و همکاران (۱۴۰۳). نقش رابطه بلندمدت بانک و مشتری در کاهش نیاز به وثایق سنگین. پژوهش‌های پولی و مالی، سال ۲۲، شماره ۱: ۷۸-۶۳.

- نادری، محمد و همکاران (۱۴۰۰). بررسی تأثیر اعتماد در قراردادهای مباحه بر نرخ بهره تسهیلات. فصلنامه مطالعات اقتصادی، سال ۱۶، شماره ۲: ۷۱-۸۸.
- نگاهبانی، رضا و همکاران (۱۴۰۱). نقش اعتماد در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و افزایش شفافیت در نظام بانک‌داری اسلامی. پژوهش‌های مالی و اقتصادی، سال ۲۰، شماره ۱: ۵۵-۷۰.
- نوری، سعید و همکاران (۱۴۰۳). اعتماد در روابط بانکی و کاهش نکول تسهیلات در بانک‌های اسلامی. مجله سیاست‌های اقتصادی، سال ۲۱، شماره ۴: ۷۷-۹۴.



References

- Abedifar, P., Molyneux, P., & Tarazi, A. (2013). Risk in Islamic banking. *Review of Finance*, 17(6), 20352096. <https://doi.org/10.1093/rof/rfs041>
- Ali, A. J., Al-Aali, A., & Al-Owaihan, A. (2013). Islamic perspectives on profit maximization. *Journal of Business Ethics*, 117(3), 467475. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1530-0>
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). Balancing ethical responsibility among multiple organizational stakeholders: The Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*, 60(2), 131145. <https://doi.org/10.1007/s10551-004-8204-5>.
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2002). Small business credit availability and relationship lending: The importance of bank organisational structure. *Economic Journal*, 112(477), 32– 53. <https://doi.org/10.1111/14680297.00682>
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2006). A more complete conceptual framework for SME finance. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2945– 2966. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.008>
- Brown, T., & Lee, C. (2024). Trust and collateral requirements in Islamic banking: A new perspective. *International Review of Financial Studies*, 29(1), 67-83.
- Bruns, V., & Fletcher, M. (2008). Banks' risk assessment of Swedish SMEs. *Venture Capital*, 10(2), 171– 194. <https://doi.org/10.1080/13691060801946089>
- Cenni, S., Monferr`a, S., Salotti, V., Sangiorgi, M., & Torluccio, G. (2015). Credit rationing and relationship lending. Does firm size matter? *Journal of Banking and Finance*, 53, 249– 265. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2014.12.010>
- Das, T. K., & Teng, B. S. (2001). Trust, control, and risk in strategic alliances: an integrated framework. *Organization Studies*, 22(2), 251283. <https://doi.org/10.1177/0170840601222004>
- Degryse, H., & Cayseele, P. Van. (2000). Relationship lending within a bankbased system: Evidence from European small business data. *Journal of Financial Intermediation*, 9,90109. <https://doi.org/10.1006/jfin.1999.0278>
- Degryse, H., & Ongena, S. (2005). Distance, lending relationships, and competition. *American Finance Association*, 60(1), 231266. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2005.00729.x>
- Dyer, J. H., & Chu, W. (2003). The role of trustworthiness in reducing transaction costs and improving performance: Empirical evidence from the United States, Japan, and Korea. *Organization Science*, 14(1), 5768. <https://doi.org/10.1287/orsc.14.1.57.12806>
- Eggen, N. S. (2011). Conceptions of trust in the Quran. *Journal of Quranic Studies*, 13(2), 5685. <https://doi.org/10.3366/jqs.2011.0020>

- Ferrary, M. (2003). Trust and social capital in the regulation of lending activities. *Journal of Socio-Economics*, 31(6), 673699. [https://doi.org/10.1016/S1053-5357\(02\)00145-2](https://doi.org/10.1016/S1053-5357(02)00145-2)
- Fukuyama, F. (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 720. <https://doi.org/10.1080/0143659002002254>
- Hernández-Cánovas, G., & Martínez-Solano, P. (2010). Relationship lending and SME financing in the continental European bank-based system. *Small Business Economics*, 34(4), 465– 482. <https://doi.org/10.1007/s11187-0089129-7>
- Hirsch, B., Nitzl, C., & Schoen, M. (2018). Interorganizational trust and agency costs in credit relationships between savings banks and SMEs. *Journal of Banking and Finance*, 97, 37– 50. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2018.09.017>
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival*. New York: McGraw-Hill.
- Howorth, C., & Moro, A. (2006). Trust within entrepreneur bank relationships: Insights from Italy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(4), 495– 518.
- Howorth, C., & Moro, A. (2012). Trustworthiness and interest rates: An empirical study of Italian SMEs. *Small Business Economics*, 39(1), 161– 177. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9285-4>
- Ishak, A. H., & Osman, M. R. (2016). A systematic literature review on Islamic values applied in quality management context. *Journal of Business Ethics*, 138(1), 103– 112. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2619-z>
- Izhar, H. (2010). Identifying operational risk exposures in Islamic banking. *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies*, 3– 2(March), 17– 53.
- Kautonen, T., Fredriksson, A., Minniti, M., & Moro, A. (2020). Trust-based banking and SMEs' access to credit. *Journal of Business Venturing Insights*, 14(May), Article e00191. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00191>
- Lehmann, E., & Neuberger, D. (2001). Do lending relationships matter? Evidence from bank survey data in Germany. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 45(4), 339359. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(01\)00151-2](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(01)00151-2)
- Miah, M. D., & Suzuki, Y. (2020). Murabaha syndrome of Islamic banks: A paradox or product of the system? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(7), 13631378. <https://doi.org/10.1108/JIABR-052018-0067>
- Moro, A., & Fink, M. (2013). Loan managers' trust and credit access for SMEs. *Journal of Banking and Finance*, 37(3), 927936. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2012.10.023>
- Nguyen, T. V., Le, N. T. B., & Freeman, N. J. (2006). Trust and uncertainty: A study of bank lending to private SMEs in Vietnam. *Asia Pacific Business Review*, 12(4), 547– 568. <https://doi.org/10.1080/13602380600571260>

- Nooteboom, B., Berger, H., & Noorderhaven, N. G. (1997). Effects of trust and governance on relational risk. *Academy of Management Journal*, 40(2), 308– 338. <https://doi.org/10.2307/256885>
- Palazuelos, E., Crespo, ´A. H., & Del Corte, J. M. (2018). Accounting information quality and trust as determinants of credit granting to SMEs: The role of external audit. *Small Business Economics*, 51, 861– 877. [https:// doi.org/10.1007/s11187-017-9966-3](https://doi.org/10.1007/s11187-017-9966-3)
- Smith, R., & Johnson, P. (2023). The impact of trust-based financing on SME credit access. *Journal of Financial Services Research*, 47(2), 112-128. [https://](https://doi.org/10.1111/1467-8551.12584)
- Wijaya, I. F., Moro, A., & Belghitar, Y. (2021). Trust in Islamic business-tobusiness relationships: Evidence from Indonesia. *British Journal of Management*, 118. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12584>, 0.

