

بررسی عوامل مؤثر بر مخارج مذهبی خانوارهای شهری در استان‌های ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۳/۱۲ تاریخ تأیید: ۱۳۹۰/۶/۳۱

محمدعلی فلاحي*
وحید ارشدی**

۱۴۵

چکیده

یک بخش از مخارج مردم در کشورهای مسلمان، مخارج مذهبی است. بررسی این بخش از رفتار اقتصادی جامعه مسلمانان و عوامل مؤثر بر آن، که با هدف جلب رضایت خدا یا بیشینه‌سازی پاداش الهی صورت می‌گیرد، از جنبه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اهمیت دارد. در مقاله پیش‌رو، اثربخشی درآمد واقعی خانوارهای شهری به‌عنوان عامل اقتصادی، نرخ‌های تورم و بیکاری به‌عنوان عامل‌های اقتصادی-اجتماعی و تغییر در میزان حمایت‌ها و تشویق مدیران اجرایی از مخارج مذهبی به واسطه شعارها به‌عنوان عامل فرهنگی بررسی شده است. با استفاده از داده‌های طرح درآمد-هزینه خانوارهای مرکز آمار ایران طی دوره ۱۳۸۷-۱۳۷۶ و روش داده‌های تابلویی، اثر متغیرهای پیش‌گفته بر مخارج مذهبی واقعی خانوارهای شهری در ۲۸ استان کشور برآورد شده است. نتیجه‌های تحقیق با توجه به الگوی اثرات تصادفی نشان می‌دهد که درآمد خانوارهای شهری و تغییر در میزان حمایت و تشویق مدیران اجرایی از این نوع مخارج اثر مثبت و معناداری بر مخارج مذهبی داشته است؛ اما بیکاری و تورم، اثر منفی معناداری بر مخارج مذهبی داشته است؛ هرچند بیکاری و تورم با داشتن علامت موردانتظار منفی، از لحاظ آماری معنادار نیست. **واژگان کلیدی:** مخارج مذهبی، الگوی داده‌های تابلویی، خانوارهای شهری، استان‌ها، ایران. طبقه‌بندی JEL: D12, C23.

Email: falahi@um.ac.ir.

*. دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه فردوسی مشهد.

Email: Va_ar415@stu-mail.um.ac.ir.

** دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه فردوسی مشهد.

مقدمه

یکی از رفتارهای اقتصادی انسان‌ها که از ایمان آنها به خداوند متعال ناشی است، هزینه‌کردن بخشی از درآمد خود در راه خداوند متعال است که در قالب مخارج واجب یا مستحب انجام می‌شود.^{*} فلسفه اصلی این‌گونه دستورهای الهی که از متن قرآن و روایت‌ها استنتاج می‌شود، آزمایش‌کردن انسان‌ها (انفال: ۲۸) برای رسیدن به درجه کمال و نیز حرکت به سمت تحقق عدالت اقتصادی (ذاریات: ۱۹) بیان شده است. اموری؛ مانند: زکات، انفاق، خمس (انفال: ۴۱)، کمک به ایتم، برگزاری مراسم عزاداری و جشن جهت شعائر اسلامی (حج: ۳۲) و ... افزون بر در نظر گرفتن منافع جمعی در کنار منافع فردی در رفتار اقتصادی مسلمانان، باعث رشد روحی و حتی رشد اقتصادی جوامع می‌شود. امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «اگر همه مردم زکات اموال خود را بپردازند، مسلمان فقیر و نیازمندی نخواهد ماند و مردم فقیر، محتاج، گرسنه و برهنه نمی‌شوند؛ مگر به علت گناه ثروتمندان» (حرّ عاملی، ۱۴۰۹، ج ۶، ص ۱۳).

بنابراین در سبد مصرفی فرد مسلمان، مخارج مذهبی با هدف سرمایه‌گذاری معنوی، در کنار دیگر مخارج معیشتی و سرمایه‌گذاری فیزیکی قرار می‌گیرد:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِئَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ (بقره: ۲۶۱).

داستان آنان که مال‌های خویش را در راه خدا انفاق می‌کنند، داستان دانه‌ای است که هفت خوشه برویاند و در هر خوشه صد دانه باشد و خدا هر که را که خواهد - دو یا چند برابر- فزونی دهد و خداوند فراخی‌بخش و دانا است.

براساس تقسیم‌بندی انجام‌شده در طرح هزینه و درآمد خانوارهای شهری، یکی از انواع هزینه‌ها که به‌طور سالانه در سطح استان‌های کشور جمع‌آوری و اعلام می‌شود، هزینه‌های مذهبی است که ویژگی اصلی همه این هزینه‌ها، دستورهای قرآن و روایت‌های صحیح

*. البته از این نکته نباید غافل شد که طبق آیه‌ها و روایت‌ها، فرد مسلمان می‌تواند همه امور حتی امور مباح را از راه نیت در همه رفتارهای خود هدفمند کند؛ پس اعمالی؛ مانند: تغذیه، تفریح، ورزش و ... که مباح شمرده می‌شود، می‌تواند از امور مذهبی زندگی انسان باشد. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در رهنمودی به ابوذر فرمود: «ای ابوذر! باید در هر کاری نیتی پاک داشته باشی، حتی در خوردن و خوابیدن» (مجلسی، [بی تا]، ج ۷۷، ص ۸۴).

وارد شده است. آمار این مخارج براساس پرسشنامه‌های طراحی شده به وسیله مرکز آمار ایران جمع‌آوری می‌شود که شامل پرداخت‌های خانوار بابت وجوه شرعیه؛ مانند: خمس، زکات و ...، هدیه‌های نقدی خانوار به نهادهای مذهبی و سازمان‌های خیریه و کمک‌های به مردم آسیب دیده است که همه آنها با هدف تحقق عدالت اجتماعی و نوع‌دوستی انسان‌ها صورت می‌گیرد.

در مقاله پیش‌رو، از اطلاعات جمع‌آوری شده در طرح پیش‌گفته طی سال‌های ۱۳۸۶ - ۱۳۷۷ استفاده شده است که به تفکیک استان‌ها و به صورت سالانه در پایگاه اطلاعاتی نشریات مرکز آمار ایران موجود است. به منظور بررسی عامل‌های مؤثر بر مخارج مذهبی، متوسط هزینه‌های واقعی خانوارهای شهری (به نمایندگی* از متوسط درآمد واقعی خانوارها) به عنوان عامل اثرگذار اقتصادی، تورم و بیکاری به عنوان عامل‌های اثرگذار اقتصادی-اجتماعی و تغییر در حمایت مدیران اجرایی از مخارج مذهبی در نظر گرفته شده است. همچنین اثرهای فردی مربوط به هر یک از استان‌ها، بررسی شده است. این تجزیه و تحلیل از راه الگوی داده‌های تابلوی (Panel Data) انجام شده است.

در قسمت‌های بعدی، در ابتدا مروری بر ادبیات نظری مخارج مذهبی و سابقه پژوهش ارائه می‌شود؛ سپس متغیرها و داده‌های تحقیق معرفی و آنگاه نتیجه‌های برآوردها ذکر می‌شود. سرانجام در بخش پایانی، خلاصه و نتیجه‌گیری به عمل می‌آید.

مروری بر ادبیات نظری

براساس آموزه‌های دین مقدس اسلام، تفاوت ماهوی الگوی رفتار عقلایی مسلمانان که باور به وجود نظام پاداش و جزا در آخرت دارند با کسانی که رفتار خود را در چارچوب همین دنیای مادی تنظیم می‌کنند، بیانگر این است که در کنار احساس مطلوبیت خود، مطلوبیت جامعه‌ای که در آن زندگی کرده را در نظر گرفته و رضایت خداوند متعال را بر پیشینه‌کردن رضایت خود ترجیح می‌دهند تا افزون بر لذت‌های مادی، از پاداش‌های معنوی نیز بهره‌مند شوند. به عبارت دیگر، انگیزه همه رفتارهای انسانی «بیشینه‌سازی لذت‌های

*. به علت اینکه اعتبار آمار مربوط به درآمد خانوار در سطح خرد در ایران دچار مشکل است، اقتصاددانان از داده‌های هزینه کل خانوار به صورت تقریبی از درآمد خانوار استفاده می‌کنند.

دنیاپی و آخرتی و کمینه کردن رنج‌های دنیاپی و آخرتی با تقدم لذت‌ها و رنج‌های آخرتی بر دنیاپی» است. انسان برای تشخیص اینکه آیا در این راه حرکت می‌کند یا نه؟ افزون بر استفاده از عقل به آموزه‌های اسلامی صحیح نیازمند است (میرمعزی، ۱۳۸۴، ص ۱۰۴).

تأکید قرآن بر انفاق و ادای حقوق واجب مالی و ترغیب به آن با بیان‌های گوناگون و وعده پاداش در آخرت، افزون بر رفع فقر و محرومیت، با هدف تقویت ارزش‌های معنوی، به‌ویژه ایثار و گذشت در افراد جامعه صورت می‌گیرد (خلیلیان‌اشکذری، ۱۳۸۹، ص ۹۴-۷۳). در آیه‌ها و روایت‌های متعددی، رعایت مخارج مذهبی به‌عنوان عامل عزت و تطهیر قلوب مؤمنان، امرزش گناهان، دفع بلا، مداوای مریضان، افزایش صفا و صمیمیت و یک‌رنگی، دست‌گیری از افراد کم‌درآمد و سرانجام توزیع عادلانه درآمد معرفی شده است (عیوضلو، ۱۳۸۴، ص ۲۳۱). همچنین در قرآن کریم سوره توبه آیه ۳۴، کنزکردن را تحریم کرده و امر به انفاق می‌کند.

این نکته شایان ذکر است که سهل‌انگاری در برخی از هزینه‌هایی که از طرف شرع مقدس بر آن تأکید شده است، می‌تواند عواقب ناگواری برای پیشرفت و تعالی جامعه اسلامی داشته باشد؛ به‌طور مثال، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «... مردم از پرداختن زکات (به‌عنوان مخارج مذهبی) خودداری نمی‌ورزند؛ مگر آنکه بارش باران از آنان بازداشته می‌شود و ...» (کلینی، ۱۳۸۷، ج ۴، ص ۸۱).

حضرت رضا علیه السلام فرمود:

به راستی صاحب نعمت در خطر است؛ چرا که حقوق الهی بر اموال وی تعلق می‌گیرد و خمس و زکات بر ثروت وی واجب می‌شود و چه‌بسا ایمانی که وی را وادار به پرداخت حقوق الهی کند، ندارد یا ضعیف است؛ بنابراین همین نعمت باعث هلاکت وی می‌شود (کلینی، [بی‌تا]، ج ۳، ص ۵۰۲).

در اسلام، مردم همواره در برابر نعمت اختیار و آزادی که از طرف خداوند متعال به آنها داده شده است، مسئولیت‌های گوناگون در برابر خداوند متعال و دیگر آحاد جامعه دارند؛ از جمله تکلیف‌های مهم انسان، مسئولیت‌های اقتصادی وی در جامعه اسلامی است (میرمعزی، ۱۳۸۷، ص ۶۷-۳۲)؛ بنابراین در بیان دیگری، امام جعفر صادق علیه السلام به نقل از امیر مؤمنان علیه السلام می‌فرماید:

خداوند متعال بر مردمان ثروتمند واجب کرده است که به اندازه نیاز فقیران به وی بدهند؛ پس اگر فقیران سقوط کنند، یا رنج کار، آنان را از پا درآورد، یا برهنه بمانند، سبب آن خودداری ثروتمندان از رساندن حق فقیران است. خداوند متعال در روز قیامت با عذابی دردناک کیفرشان خواهد داد (حکیمی، ۱۴۱۱، ج ۳، ص ۴۰۶).

بنابراین باید اذعان کرد که اسلام به دنبال تقویت روحیه نوع دوستی در جامعه است. افراد درباره توسعه زندگی فقیران تشویق شده‌اند که این باعث تقویت و تحکیم روابط اجتماعی می‌شود. هر چه ایمان مسلمانان قوی‌تر شود، حساسیت فرد درباره متوسط مصرف افراد دیگر جامعه بیش‌تر می‌شود که به توزیع عادلانه‌تر می‌انجامد (باقری تودشکی، ۱۳۸۹، ص ۶۱-۵۹)؛ بنابراین شناسایی عامل‌های مثبت و منفی اثرگذار بر این نوع مخارج می‌تواند سیاست‌گذاران را در تقویت و تضعیف آن عامل‌ها جهت دورشدن از عواقب منفی کم‌شدن مخارج مذهبی هدایت کند.

سابقه پژوهش

در بررسی تحقیق‌های انجام‌شده درباره مخارج مذهبی، مجموعه مطالعه‌های موجود را می‌توان به سه دسته ذیل تقسیم‌بندی کرد:

۱. نخستین دسته از مطالعه‌های براساس استخراج دستورهای اقتصادی شرع از مکتب اقتصادی اسلام، مبنی بر انجام این نوع مخارج به صورت واجب یا مستحب انجام شده است که بیش‌تر جنبه اخلاقی و فقهی دارد؛ به‌طور مثال، مطالبی که درباره وجوب و شرایط خمس، زکات، انفاق، کمک به ایتم و مستمندان و ... که از منابع اصیل مسلمانان و رساله‌های عملیه استخراج شده است. این‌گونه مطالعه‌ها در جهت کمک به شناسایی و تقسیم‌بندی مخارج مذهبی بسیار اهمیت داشته و برای ورود به بحث‌های اقتصاد اسلامی ضروری است. تحریرالوسیله / امام خمینی علیه السلام (۱۳۹۰ق) و الحیة محمدرضا حکیمی و دیگران (۱۴۱۱ق) از جمله مطالعه‌هایی است که به جمع‌آوری آیه‌ها و روایت‌ها در کتاب‌های فقهی و روایی اهل سنت و شیعه پرداخته است. همچنین شهید صدر علیه السلام در کتاب اقتصادنا با بررسی مکتب اقتصادی اسلام، ضمن اثبات وجود نظام اقتصادی اسلام، به فلسفه وجود

مخارج مذهبی اشاره کرده و هدف آن را مخالفت با ذخیره کردن نقدینگی (کنز) و جلوگیری از رکود در بخش تولید بیان کرده است* (صدر، ۱۳۵۰، ج ۲، صص ۲۶۸ و ۴۵۵).

۲. دسته دوم از مطالعه‌ها براساس ادبیات اقتصاد متعارف در چارچوب الگوهای اقتصاد اسلامی و با توجه به قیده‌های شرعی حاکم بر رفتار فرد مسلمان انجام شده است. این دسته مطالعه‌ها که به وسیله اقتصاددانان مسلمان صورت گرفته را می‌توان به دو گروه مطالعه‌های خارجی و داخلی تقسیم کرد. از میان مطالعه‌های خارجی می‌توان به چند مورد اشاره کرد: زرقا (Zarqa, 1976) سطوح مصرف از واجب تا حرام تقسیم‌بندی کرده و رفتار مصرف‌کننده را تحلیل می‌کند.

کهنف (Kahf, 1981) به تعریف عقلانیت از دید مصرف‌کننده مسلمان و تفاوت افق زمانی وی نسبت به دیگر افراد و رفتار مصرف‌کننده با چشم‌انداز اسلامی می‌پردازد.

خان (Khan, 1984) تابع مصرف کلان در چارچوب اسلام استخراج کرده است.

حسن (Hassan, 2005) اثر مخارج مذهبی (زکات) بر فاصله طبقاتی بین اقشار ضعیف و قوی جامعه و اثر آن بر پیشرفت اقتصادی را تحلیل می‌کند.

کیار عبدو (Kiar, 2009) به توزیع مجدد و کاهش فقر اشاره می‌کند و از زکات به عنوان هزینه ناشی از باورها یاد کرده و اثر آن را بر کاهش فقر تجزیه و تحلیل می‌کند.

شایان ذکر است بررسی اثر مخارج مذهبی بر تعامل‌های اجتماعی با نگاه غیراسلامی، به وسیله محققان غیرمسلمان نیز مورد توجه قرار گرفته است.

مینکلر و کاسگل (Minkler & Cosgel, 2004) اثر هویت مذهبی بر مصرف را بررسی کرده است.

بولبولیا (Bulbulia, 2004) بیان می‌کند هزینه‌های مذهبی ناشی از باورها است و از این نوع هزینه‌ها به عنوان علامت نوع دوستی یاد کرده که باعث پیوندهای اجتماعی می‌شود. وی باور دارد که فرد مذهبی رفتار خود را در چارچوب منافع خود در جهان ماوراء تنظیم می‌کند.

* «به کسانی که طلا و نقره را گنجینه (و ذخیره) می‌کنند و آن را در راه خدا هزینه نمی‌کنند، از عذابی دردناک خبر ده» (توبه: ۳۴).

از میان مطالعه‌های داخلی نیز می‌توان به مواردی اشاره کرد. توتونچیان (۱۳۶۳) در کتاب **تئوری تقاضا و تحلیل اقتصادی انفاق** براساس اصل موضوعه مطلوبیت، مفاهیم انفاق، اسراف، تبذیر و حد کفاف به استخراج تابع مصرف فرد مسلمان پرداخته است.

مشرف‌جوادی (۱۳۶۵) در پایان‌نامه خود با عنوان **نگرشی بر الگوی مصرف در جوامع اسلامی**، مخارج مصرفی را به دو دسته نیازهای مادی خود و افراد تحت تکفل و نیازهای دیگران برای رضای خدا با در نظر گرفتن درجه تقوا تقسیم‌بندی کرده است. صدر (۱۳۷۵) در کتاب **اقتصاد صدر اسلام** به ترسیم روابط رفتاری مصرف‌کننده مسلمان پرداخته است.

میرمعزی (۱۳۸۴ (الف)) در کتاب **اقتصاد کلان اسلامی** به محدودیت‌های تخصیص درآمد؛ مانند: حرمت ربا، حرمت کتز، حرمت اسراف اشاره کرده است و مخارج انسان مذهبی را تابع سه متغیر مخارج مذهبی، مخارج سرمایه‌گذاری که در بازار مشارکت نقدی انجام می‌شود و بخشی از درآمد که از راه بازار ثواب در راه خدا صرف می‌شود، دانسته است. وی عامل نیاز و ایمان را به‌عنوان عامل‌های کیفی در تخصیص درآمد انسان مسلمان عنوان کرده است.

حسینی (۱۳۸۸) در مقاله «الگوی مطلوب مصرف در چارچوب الگوی تخصیص درآمد اسلامی» ضمن بیان ویژگی‌های ایجاب الگوی مطلوب تخصیص درآمد، به تبیین واجبات مالی پرداخته است (حسینی، ۱۳۸۸، ص ۲۸).

عیوضلو (۱۳۸۴) در کتاب **عدالت و کارایی** در بحث نظریه توزیع مجدد ثروت و درآمد به انتقال اجباری و اختیاری، صدقات و اوقاف عامه و ... پرداخته است. وی به تجزیه و تحلیل تفاوت مالیات‌های اسلامی؛ مانند: خمس و زکات با مالیات‌های مدرن و نقش آنها در کاهش دادن فاصله طبقاتی پرداخته است.

میرمعزی (۱۳۸۴ (ب)) در مقاله‌ای با عنوان «مبانی خرد الگوی مصرف کلان اسلامی» انگیزه تخصیص درآمد را بیشینه‌کردن لذت‌های دنیایی و کمینه‌کردن لذت‌های آخرتی با تقدم لذت‌ها و رنج‌های آخرتی بر دنیایی تعریف کرده است. وی عامل‌های مؤثر را به دو دسته تقسیم کرده است. عامل‌های کمی شامل تخصیص مازاد درآمد پس از کسرکردن

مصرف و سرمایه‌گذاری واجب، نرخ سود سرمایه‌گذاری و نسبت فقیران به کل جمعیت جامعه و عامل‌های کیفی را نیاز و ایمان دانسته است (میرمعزی، ۱۳۸۴ (ب)، ص ۵۶-۳۳).

حسن‌زاده‌جردانی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی مشارکت‌های مردمی جهت محرومیت‌زدایی در مفاهیم قرآنی» بیان می‌کند که منابع درآمدی جامعه اسلامی به‌صورتی تنظیم می‌شود که حداکثر امکانات جهت ریشه‌کنی فقر در حداقل زمان ممکن جمع‌آوری شده و افراد با کمک‌کردن به فقیران به نوعی خود را در برابر فقر احتمالی در آینده بیمه می‌کنند. افراد در برابر کمک به فقیران افزون بر احساس مطلوبیتی که باعث احسان و انفاق می‌شود به‌سبب جریان دیگری که ناشی از برقراری نوعی نظام تکامل همگانی است نیز کمک‌های خود را افزایش می‌دهند. در آموزه‌های قرآنی، افراد به‌گونه‌ای پرورش می‌یابند که از کمک به محرومان، مطلوبیت معنوی کسب می‌کنند و این سبب کاهش مخارج زائد آنان و افزایش کمک به محرومین می‌شود. همین‌طور با مطرح‌شدن زکات، خمس و برقراری نوعی نظام خوداظهاری در پرداخت مالیات که جنبه اخلاقی نیز در آن لحاظ شده است، رغبت برای پرداخت مالیات بیش‌تر خواهد شد (حسن‌زاده‌جردانی، ۱۳۸۵، ص ۳۰۲-۲۸۲).

موسایی (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «نقش فرهنگ در الگوی مصرف» نشان داده که الگوی مصرف از جمله رفتارهای پایدار جامعه است (موسایی، ۱۳۸۸، ص ۱۵۰-۱۲۵). رفتارهای پایدار نیز ریشه‌های فرهنگی دارد و تغییر اساسی نیز بدون تغییر فرهنگ ممکن نیست.

ندری و قلیچ (۱۳۸۸) در مقاله‌ای به نقش حاکمیتی دولت اسلامی در بهبود توزیع درآمد اشاره و نقش سرمایه‌گذاری فرهنگی و اجتماعی را در تقویت تفاهم و همبستگی متقابل بین ثروتمندان و فقیران مورد بحث قرار داده‌اند. آنان اخلاق‌مداری دولت‌مردان را باعث سیاست‌گذاری‌های صحیح و اصولی در یاری‌کردن کم‌درآمدها، افزایش فضای تفاهم و اعتماد عمومی، الگوپذیری مردم و کوشش بیش‌تر برای زندگی اخلاقی و معنوی همراه با انجام واجبات؛ مانند: انتقال‌های منصوص خمس، زکات و امور خیرخواهانه؛ مانند: انتقال‌های اختیاری صدقه و وقف دانسته‌اند (ندری و قلیچ، ۱۳۸۸، ص ۳۲-۵).

این مطالعه‌ها، بیانگر حساسیت اقتصاددانان مسلمان به رفتار مصرف‌کنندگان در توزیع درآمد خود است. عمده این مطالعه‌ها براساس الگوهای اقتصاد متعارف و به‌صورت نظری و نه تجربی به الگوسازی پرداخته‌اند.

۳. دسته سوم از مطالعه‌ها براساس رفتار عملی مسلمانان و بررسی چگونگی برخورد آنان با مخارج مذهبی تدوین شده است که از نظر تعداد اندک و محدود به مطالعه‌های داخلی است. این دسته از تحقیق‌ها با توجه به ادبیات اقتصادی متعارف و به صورت تجربی انجام شده است. عزتی (۱۳۸۴) و باقری تودشکی (۱۳۸۸) و موسایی (۱۳۸۷) به عنوان مطالعه‌های میدانی؛ و داورزنی (۱۳۸۵) و کیاءالحسینی (۱۳۷۷، ۱۳۷۹ و ۱۳۸۸) مطالعه‌های تجربی براساس داده‌های جمع‌آوری شده هستند که این نوع از مخارج را به صورت کمی تحلیل کرده‌اند.

عزتی (۱۳۸۲) در یک بررسی تجربی و از راه واردکردن عامل ایمان در نظریه رفتار مصرف‌کننده، تابع مخارج مذهبی (هزینه‌های در راه خدا) را با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده با ابزار پرسشنامه برآورد کرده است. جامعه آماری مورد بررسی، ۵۰۰ عضو از خانواده‌های تهرانی و انتخاب آن به شکل خوشه‌ای تصادفی است. در این بررسی، هزینه‌های مذهبی خانوار تابعی از درآمد، درجه ایمان و سن سرپرست آن در نظر گرفته شده است. برای اندازه‌گیری درجه ایمان فرد، شاخصی مبتنی بر آیه‌های قرآن طراحی شده است (عزتی، ۱۳۸۲، ص ۳۴-۱۲).

موسایی (۱۳۸۷) در مطالعه خود به جایگاه انفاق و خاستگاه اجتماعی - اقتصادی آن (با مطالعه موردی در شهر بهبهان) پرداخته است. وی از انفاق به عنوان پرداخت‌های مالی واجب و مستحب خانوارها به نیازمندان تعریف کرده است. داده‌های این مطالعه براساس ارائه پرسش‌هایی به خانوارها درباره کمک خانوارها به صندوق صدقات، نذر و قربانی کردن، اطعام به نام امامان علیهم‌السلام، کمک به مساجد، برگزاری مراسم مذهبی، کمک به دیگران در چارچوب پرسشنامه جمع‌آوری شده است. نتیجه این مطالعه، رابطه معنادار مثبت بین انفاق‌های واجب و مستحب با درآمد و تحصیلات است (موسایی، ۱۳۸۷، ص ۶۷-۳۹).

داورزنی (۱۳۸۵) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به برآورد تابع مخارج مذهبی خانوارهای ایرانی به تفکیک شهر و روستا طی سال‌های ۱۳۸۲ - ۱۳۷۴ براساس روش داده‌های تلفیقی (Pooled Data) پرداخته است. در این مطالعه استان‌ها به دو سطح با درآمد بالا و پایین و باسواد و کم‌سواد تقسیم شده است. وی بدون توجه به اثرات ثابت و تصادفی و فقط با ترکیب ساده داده‌های استانی، مخارج مذهبی را تابعی از متوسط مخارج کل سرانه شهری، شاخص قیمت کالاها و خدمات و متغیر مجازی جداکننده استان‌های

باسواد و کم‌سواد در نظر گرفته است. از محدودیت این مطالعه، تعداد کم سال‌های مطالعه و نیز عدم استفاده از الگوی داده‌های تابلویی است.

کیاء/الحسینی (۱۳۷۷) در پایان‌نامه خود با عنوان زکات در قرآن و برآورد تابع آن در ایران طی سال‌های ۱۳۶۱-۱۳۷۵ نشان داده است که مخارج مذهبی با هزینه کل واقعی متوسط یک خانوار شهری طی یک سال (به صورت تقریبی از درآمد سالانه خانوار) رابطه مثبت، متغیر مجازی جنگ رابطه مثبت و نرخ تورم رابطه منفی دارد. در این مطالعه کشش‌های درآمدی هزینه‌های مذهبی برای متوسط این دوره نیز استخراج شده است. وی در مقاله‌ای دیگر (۱۳۷۹) براساس مطالعه پیشین خود، تابع هزینه مذهبی متوسط یک خانوار شهری را استخراج کرده است.

کیاء/الحسینی (۱۳۸۸) همچنین در مطالعه جدیدتر خود با عنوان «عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی دهک‌های درآمدی خانوارهای شهری ایران» با استفاده از روش داده‌های تلفیقی طی سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۶۱ به تأثیر درآمد خانوار، بُعد خانوار، جنگ تحمیلی و تورم بر هزینه‌های مذهبی پرداخته است. براساس نتیجه‌های به دست آمده درآمد خانوار، بُعد خانوار و جنگ تحمیلی اثر مثبت و تورم اثر منفی داشته است. وی همچنین با محاسبه کشش درآمدی نشان داده است که کشش درآمدی این گونه پرداخت‌ها برای سه دهک بالای درآمدی بیش‌تر از واحد و روندی صعودی داشته است (کیاء/الحسینی، ۱۳۸۸، ص ۲۱۶-۱۹۳).

نوآوری مقاله پیش‌رو نسبت به دیگر مطالعه‌های انجام شده در موارد ذیل خلاصه می‌شود:

۱. مطالعه پیش‌رو در سطح استان‌های ایران انجام شده و برخلاف مطالعه‌های پیشین که از الگوی داده‌های تلفیقی جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده کرده‌اند مطالعه مبتنی بر الگوی داده‌های تابلویی است؛
۲. در مطالعه پیش‌رو، تغییر در حمایت مدیران اجرایی از مخارج مذهبی براساس شعارها، تبلیغات و سیاست‌های اعمال شده با استفاده از متغیر مجازی به عنوان متغیر مجازی در مدل وارد شده است؛
۳. با استفاده از قابلیت‌های الگوی داده‌های تابلویی، اثرهای فردی استان‌ها برای انجام مخارج مذهبی برآورد شده است.

معرفی متغیرها و داده‌های تحقیق

در این مطالعه براساس مبانی نظری و مطالعه‌های تجربی پیش‌گفته، متغیرهای نرخ تورم، نرخ بیکاری، نقش متوسط هزینه خانوارها (به نمایندگی از درآمد واقعی خانوارهای شهری) و نقش تغییر در حمایت مدیران اجرایی از مخارج مذهبی طی دوره ۱۳۷۶-۱۳۸۴ در نظر گرفته شده است. متغیر اخیر به صورت مجازی و برای سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۸۴ برابر یک و برای سال‌های پیش از آن، صفر در نظر گرفته شده است. تعیین عدد یک برای دوره ۱۳۸۷-۱۳۸۴ براساس رفتارشناسی مدیران اجرایی کشور در این دوره است که محور شعارهای خود را حرکت به سمت احیای ارزش‌های دینی قرار داد.*

مخارج مذهبی شامل پرداخت‌های خانوار بابت وجوه شرعیه؛ مانند: خمس، زکات و ...، هدیه‌های نقدی خانوار به نهادهای مذهبی و سازمان‌های خیریه و کمک‌های به مردم آسیب‌دیده به طور مثال از سیل و زلزله است که به صورت واقعی در نظر گرفته شده است؛ البته انواع دیگری از مخارج مذهبی؛ مانند: وقف یا سفرهای مذهبی نیز وجود دارد؛ اما این آمار به وسیله مرکز آمار ایران جمع‌آوری به صورت استانی جمع‌آوری نشده است و از طرفی از آنجایی که وقف نسبت به دیگر مخارج مذهبی وابستگی بیش‌تری به ثروت و دارایی دارد نه درآمدهای جاری؛ بنابراین، در پژوهش پیش‌رو از آن صرف‌نظر شده است (کیاء‌الحسینی، ۱۳۸۸، ص ۲۰۰). نرخ تورم براساس شاخص قیمت مصرف‌کننده در مناطق شهری است. نرخ بیکاری و متوسط هزینه واقعی خانوارها (به صورت تقریبی از درآمد واقعی خانوارها) در مناطق شهری نیز مانند دیگر متغیرها به تفکیک ۲۸ استان** و برای ۱۲ سال در نظر گرفته شده است. در نمودار ذیل، روند مخارج مذهبی در دوره ۱۳۷۶-۱۳۸۷ برای ۲۸ استان به ترتیب حروف الفبا از شماره ۱-۲۸، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اردبیل، اصفهان، ایلام، بوشهر، تهران، چهارمحال بختیاری، خراسان، خوزستان، زنجان، سمنان، سیستان و

*. به‌طور نمونه، دبیر احیای ستاد زکات کشور: «از سال ۸۳-۷۵ هر سال فقط بیش از دو میلیارد ریال زکات از سوی مردم جمع‌آوری نمی‌شد؛ اما روند پرداخت زکات و ادای این فریضه الهی به‌وسیله مردم در سال‌های اخیر بهتر شده است. پرداخت زکات در دوران فعالیت دولت نهم نسبت به سال ۱۳۸۳، رشد ۴۰۰ درصدی داشته است» (<https://www.magiran.com/npview.asp?ID=2179238-89.8.8-keyhannews.ir>).

** به علت اینکه برخی از استان‌ها در بخشی از دوره مورد مطالعه تفکیک نشده بودند، تعداد استان‌ها کم‌تر از وضعیت فعلی است.

طراحی و برآورد الگوی تحقیق

جهت طراحی الگوی مناسب، در ابتدا باید آزمون‌های لازم انجام شود. نخستین آزمون مربوط به بررسی ترکیب‌پذیری (Poolability) داده‌ها است. نتیجه حاصل از این آزمون که حاصل از انجام ۲۹ رگرسیون (۲۸ رگرسیون نامقید و یک رگرسیون مقید) است، امکان ترکیب داده‌ها را تأیید می‌کند (Baltagi, 2008).

بر پایه مبانی اقتصادسنجی در بحث داده‌های تابلویی، الگو به یکی از دو صورت الگوی اثرات ثابت (Fixed Effects) و الگوی اثرات تصادفی (Random Effects) است. شکل عمومی این دسته از الگوها در حالت یک‌جانبه (One-Way) را می‌توان به صورت ذیل در نظر گرفت:

$$y_{it} = \alpha + \beta x_{it} + \mu_i + v_{it}$$

در اینجا μ_i نشان‌گر اثر غیرقابل مشاهده ویژه فردی (مانند اثر فردی)، v_{it} باقیمانده جزء خطا، i اندیس فردی و t زمان را نشان می‌دهد. در الگوی اثرات ثابت، μ_i پارامترهای ثابت فرض می‌شود؛ اما در الگوی اثرات تصادفی، μ_i یک متغیر تصادفی است که توزیع $(0, \delta_{\mu}^2)$ IID دارد.

برای تشخیص نوع الگوی داده‌های تابلویی از بُعد وجود اثرات ثابت یا تصادفی باید از آزمون هاسمن (Hausman Test) استفاده کرد. براساس نتیجه به دست آمده از این آزمون، آماره چپ دو، برابر $۸/۰۲$ با احتمال $۰/۰۹۰۸$ است که وجود اثرات تصادفی در سطح احتمال ۵ درصد را تأیید می‌کند.

نتیجه‌های برآورد الگوی اثرات تصادفی

نتیجه‌های برآورد الگوی اثرات تصادفی با استفاده از پنج روش* مشهور والاس و حسین (Wallace & Hussain, 1969)، نرنف (Nerlov, 1971)، ونسیک و کپتین

* جهت اطلاع از جزئیات این پنج روش برای برآورد الگوی اثرات تصادفی به بالتاجی (Baltagi, 2008) صفحات ۱۷-۲۱ مراجعه شود.

(Wansbeek & Kaptayn, 1982)، سوامی و ارورا (Swamy & Arora, 1972) و فولر و بیتیس (Fuller & Battese, 1974) در جدول یک آمده است.

جدول ۱: نتیجه‌های برآورد الگوی اثرات تصادفی

متغیر مستقل	والاس-حسین	نرلف	ونسبیک و کپتین	سوامی-ارورا	فولر-بیتیس
LACR	۰/۸۲ (۰/۱۱)	۰/۸۲ (۰/۱۱)	۰/۸۲ (۰/۱۱)	۰/۸۱ (۰/۱۱)	۰/۸۲ (۰/۱۱)
INF	-۰/۰۰۲ (۰/۰۰۵)	-۰/۰۰۲ (۰/۰۰۵)	-۰/۰۰۲ (۰/۰۰۵)	-۰/۰۰۲ (۰/۰۰۵)	-۰/۰۰۲ (۰/۰۰۵)
UMP	-۰/۰۰۰۵ (۰/۰۰۰۷)	-۰/۰۰۰۵ (۰/۰۰۰۷)	-۰/۰۰۰۱ (۰/۰۰۰۷)	-۰/۰۰۰۲ (۰/۰۰۰۷)	-۰/۰۰۰۱ (۰/۰۰۰۷)
D ₈₄₈₇	۰/۳۹ (۰/۰۵)	۰/۳۹ (۰/۰۵)	۰/۳۹ (۰/۰۵)	۰/۳۹ (۰/۰۵)	۰/۳۹ (۰/۰۵)
C	-۳/۴۷ (۱/۳۴)	-۳/۴۱ (۱/۳۴)	-۳/۴۱ (۱/۳۵)	-۳/۳۹ (۱/۳۳)	-۳/۴۴ (۱/۳۴)
	R ² = ۰/۳۷	R ² = ۰/۳۸	R ² = ۰/۳۷	R ² = ۰/۳۷	R ² = ۰/۳۷

منبع: محاسبات تحقیق.

توجه: داخل پرانتز انحراف معیار را نشان می‌دهد.

در اینجا لگاریتم مخارج مذهبی به صورت واقعی به عنوان متغیر وابسته، LACR لگاریتم متوسط هزینه‌های واقعی مردم (به نمایندگی از درآمد واقعی خانوارهای شهری)، INF نرخ تورم سالانه، UMP نرخ بیکاری و D₈₄₈₇ متغیر مجازی، متغیرهای توضیحی الگو هستند.

نتیجه‌های برآوردها از آن حاکی است که در چارچوب الگوی اثرات تصادفی، نرخ تورم و بیکاری به صورت منفی بر مخارج مذهبی اثر داشته؛ اما معناداری لازم دارد؛ اما متوسط هزینه خانوارها (به نمایندگی از درآمد واقعی خانوارهای شهری) و نیز متغیر مجازی تغییر در میزان حمایت‌ها و تشویق مدیران اجرایی از مخارج مذهبی توانسته‌اند اثر معنادار و مثبتی بر مخارج مذهبی داشته باشند. در ضمن نتیجه‌های آزمون F، معناداری کل الگوهای برآورد شده را به طور کامل تأیید می‌کند.

از این نتیجه‌ها می‌توان استنباط کرد به‌علت شاکله مذهبی جامعه ایران و وجود نهادهای خیریه اعم از بخش دولتی و بخش خصوصی، مخارج مذهبی جزء جدانشدنی زندگی اقتصادی بسیاری از مردم در سطوح گوناگون است. ضمن اینکه جامعه ایران با وجود نهادهای تبلیغی مذهبی و نهادهای مروج شعائر اسلامی در بخش خصوصی که منتقل‌کننده مخارج مذهبی مردم به اقشار نیازمند جامعه است، فارغ از مشکلات اقتصادی؛ مانند: تورم و بیکاری، حداقل مخارج مذهبی را انجام می‌دهند. نتیجه‌ها همچنین نشان می‌دهد که به‌طور متوسط با افزایش سطح درآمد افراد، میزان مخارج مذهبی آنها در زندگی افزایش می‌یابد که براساس انتظار بوده است.

با توجه به حبّ نفسی که در انسان وجود دارد و غریزه دوری از وقوع حوادث بد و از طرفی افزایش خطرات جسمی و روحی و ...، مردم از این ابزار برای در امان ماندن خود استفاده می‌کنند؛ به‌عنوان یکی از مصداق‌های فرهنگ‌ساز در جامعه اسلامی ایران می‌توان به روایت مشهوری از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله که می‌فرماید: «صدقه هفتاد نوع بلا را دفع می‌کند» اشاره کرد که در اکثر مناطق شهری و روستایی بر روی صندوق‌های صدقات نقش بسته است. روایت پیش‌گفته می‌تواند آثار روانی خود را در رفتار هزینه‌ای مردم داشته باشد. از طرفی توسعه نهادهایی؛ مانند: برگزاری مراسم‌های عزاداری، جشن‌ها، ادعیه‌های هفتگی در منازل و ... از جمله مخارج مذهبی است که مستقل از تورم و بیکاری شکل گرفته است؛ البته سطح درآمد خانواده‌ها در حجم و کیفیت آن نقش به‌سزایی دارد که انکارناپذیر است.

نتیجه‌های برآورد اثرات فردی استان‌ها

نکته قابل توجه دیگری که در نتیجه‌های برآوردی مشاهده می‌شود، مربوط به اثرات فردی استان‌ها است. نتیجه‌ها به‌گونه‌ای است که با آنچه در ذهن جامعه درباره ویژگی‌های رفتاری مردم برخی از استان‌ها وجود دارد در اثرات فردی بسیاری از استان‌ها به استثنای استان قم بروز تأیید شده است. براساس نتیجه‌های به‌دست آمده که در جدول ۲ منعکس شده است، استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اردبیل، اصفهان، تهران، خراسان،* زنجان،

*. داده‌های استان خراسان طی دوره زمانی تحقیق پیش‌رو شامل سه استان خراسان رضوی، شمالی و جنوبی است.

سمنان، سیستان و بلوچستان، قزوین، کرمان، گلستان، مرکزی و یزد با علامت مثبت و استان‌های دیگر با علامت منفی خود را نشان داده است؛ به‌طور مثال، استان یزد که به دارالعباده معروف است با اثر فردی معادل ۰/۵۷ بالاترین و اغلب استان‌هایی؛ مانند: سیستان و بلوچستان، کردستان، گلستان که اهل سنت در آنجا جمعیت قابل‌توجهی دارند، علامت مثبت دارد.

جدول ۲: اثرات برآوردی فردی استان‌ها

استان	اثر فردی	استان	اثر فردی	استان	اثر فردی
آذربایجان شرقی	۰/۳۵	زنجان	۰/۰۴	گلستان	۰/۱۷
آذربایجان غربی	۰/۰۰۲	سمنان	۰/۳۷	گیلان	-۰/۳۲
اردبیل	۰/۱۲	سیستان و بلوچستان	۰/۴۱	لرستان	-۰/۳۲
اصفهان	۰/۳۰	فارس	-۰/۴۳	مازندران	-۰/۰۵
ایلام	-۰/۱۸	قزوین	۰/۱	مرکزی	۰/۱۹
بوشهر	-۰/۱۶	قم	-۰/۰۱	هرمزگان	-۰/۰۲
تهران	۰/۰۵	کردستان	-۰/۱۶	همدان	-۰/۲
چهارمحال بختیاری	-۰/۳۴	کرمان	۰/۳۸	یزد	۰/۵۷
خراسان رضوی	۰/۳۸	کرمانشاه	-۰/۶۲		
خوزستان	-۰/۳۲	کهگیلویه و بویر احمد	-۰/۰۴		

منبع: محاسبات تحقیق.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

۱. از مخارج مذهبی در آیه‌ها و روایت‌های پیش‌گفته از منابع معتبر، به‌عنوان نوعی سرمایه‌گذاری معنوی یاد شده است که می‌تواند پیامدهای مثبت در دنیا و آخرت داشته باشد. عاملان این نوع مخارج با هدف جلب رضایت خدا یا بیشینه‌سازی پاداش الهی اقدام می‌کنند. مخارج مذهبی از نظر مرکز آمار ایران، شامل پرداخت‌های خانوار بابت وجوه شرعی؛ مانند: خمس، زکات و ...، هدیه‌های نقدی خانوار به نهادهای مذهبی و سازمان‌های خیریه و کمک‌های به مردم آسیب دیده است؛

۲. از آنجایی که مخارج مذهبی در ایران جزء جدانشدنی زندگی است، برخلاف انتظار، نرخ تورم و بیکاری بر میزان این نوع مخارج اثر معناداری نداشته است. از طرفی متوسط درآمد واقعی خانوارهای شهری اثر معنادار و مثبت بر مخارج مذهبی داشته است؛
۳. به علت شاکله مذهبی جامعه ایران و وجود تعداد نهادهای خیریه اعم از بخش دولتی و بخش خصوصی، مخارج مذهبی جزء جدانشدنی زندگی اقتصادی بسیاری از مردم در سطوح گوناگون است. ضمن اینکه جامعه ایران با وجود نهادهای تبلیغی مذهبی و نهادهای مروج شعائر اسلامی در بخش خصوصی که منتقل کننده مخارج مذهبی مردم به اقشار نیازمند جامعه است، فارغ از معضل اقتصادی تورم، حداقل مخارج مذهبی را انجام می دهند؛
۴. مردم ایران براساس پیشینه کردن منافع آخرتی و استفاده از مزیت های دنیوی از جمله حفظ سلامتی و دفع بلا (براساس روایت ها) و براساس سطح توانایی خود حداقل هزینه را انجام می دهند. ضمن اینکه به طور متوسط با افزایش سطح درآمد افراد، میزان مخارج مذهبی آنها در زندگی افزایش می یابد؛
۵. اعمال سیاست های حمایتی و تشویق مدیران اجرایی در جهت ترویج شعائر اسلامی و ارزش های دینی، آثار معنادار و مثبتی بر مخارج مذهبی مردم داشته است؛
۶. ضرایب برآوردی اثرات فردی تا حد فراوانی تفاوت میان استان ها را از بُعد مخارج مذهبی نشان می دهد که مطابق انتظار اولیه است. ویژگی های فردی استان هایی؛ مانند: آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اردبیل، اصفهان، تهران، خراسان، زنجان، سمنان، سیستان و بلوچستان، قزوین، کرمان، گلستان، مرکزی و یزد حکایت از توجه بیش تر مردم این استان ها به مخارج مذهبی در مقایسه با دیگر استان های کشور دارد.

منابع و مأخذ

*. قرآن مجید.

۱. باقری تودشکی، مجتبی؛ «الگوی مصرف بر مبنای ارزش‌های اسلامی»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، ش ۳۴، ۱۳۸۸.
۲. توتونچیان، ایرج؛ تئوری تقاضا و تحلیل اقتصادی انفاق؛ تهران: مرکز اطلاعات فنی ایران، ۱۳۶۳.
۳. حرّ عاملی، محمدبن حسن؛ وسائل الشیعه؛ قم: آل بیت علیهم‌السلام، ۱۴۰۹ق.
۴. حسن زاده جزدانی، علیرضا؛ «بررسی مشارکت‌های مردمی جهت محرومیت‌زدایی در مفاهیم قرآنی»؛ قرآن و اقتصاد و علم روز؛ به اهتمام حسین عیوضلو، تهران: دانشگاه امام صادق علیه‌السلام و بنیاد پژوهش‌های قرآنی حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۵.
۵. حسینی، سیدرضا؛ «الگوی مطلوب مصرف در چارچوب تخصیص درآمد اسلامی»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، س ۹، ش ۳۴، ۱۳۸۸.
۶. —؛ الگوی تخصیص درآمد و رفتار مصرف‌کننده مسلمان؛ تهران: مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر، ۱۳۷۹.
۷. حکیمی، محمدرضا، محمد و علی حکیمی؛ الحیاه؛ ترجمه احمد آرام؛ ج ۳، قم: ۱۴۱۱ق.
۸. خلیلیان اشکذری، محمدجمال؛ «مبانی مصرف جامعه اسلامی و راهکارهای اصلاح آن»، مجله معرفت اقتصادی؛ ش ۲، ۱۳۸۹.
۹. دادگر، یدالله؛ نگرشی بر اقتصاد اسلامی (معرفت‌ها، ارزش‌ها، روش‌ها)؛ تهران: پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۸.
۱۰. داورزنی، زهره؛ برآورد تابع مخارج مذهبی خانوارهای ایرانی به تفکیک شهر و روستا؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد، قم: دانشگاه مفید، ۱۳۸۵.
۱۱. رضی؛ نهج البلاغه؛ ترجمه احمد دشتی؛ قم: خوشرو، ۱۳۸۱.
۱۲. صدر، سیدکاظم؛ نظام اقتصاد صدر اسلام؛ تهران: دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۵.

۱۳. صدر، محمدباقر؛ اقتصادنا؛ ترجمه اسپهبدی و محمدکاظم موسوی؛ ج ۲، تهران: برهان، ۱۳۵۰.
۱۴. عزتی، مرتضی؛ «اثر ایمان مذهبی بر رفتار مصرف‌کننده»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، س ۳، ش ۱۱، ۱۳۸۲.
۱۵. _____؛ «تخمین تابع مخارج مذهبی (مخارج در راه خدا) مسلمانان»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، س ۵، ش ۱۸، ۱۳۸۴.
۱۶. عیوضلو، حسین؛ عدالت و کارایی در تطبیق با نظام اقتصادی اسلام؛ تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام، ۱۳۸۴.
۱۷. کلینی، محمدبن یعقوب؛ اصول کافی؛ ترجمه محمدباقر کمره‌ای؛ ج ۴، قم: نشر اسوه، ۱۳۸۷.
۱۸. _____؛ فروع کافی، (نسخه خطی) منبع الکترونیکی؛ اصفهان: مؤسسه تحقیقات و نشر معارف اهل‌البیت علیهم السلام، [بی‌تا].
۱۹. کیاءالحسینی، سیدضیاء‌الدین؛ «برآورد تابع هزینه‌های مذهبی متوسط یک خانوار شهری در ایران»؛ مجله علمی پژوهشی مفید، ش ۹، ۱۳۷۹.
۲۰. _____؛ «عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی دهک‌های درآمدی خانوارهای شهری ایران»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، ش ۳۵، پاییز ۱۳۸۸.
۲۱. _____؛ زکات در قرآن و برآورد تابع آن در ایران؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد، قم: دانشگاه مفید، ۱۳۷۷.
۲۲. مجلسی، محمدباقر؛ بحارالانوار؛ ج ۷۷، تهران: [بی‌نا]، [بی‌تا].
۲۳. مرکز آمار ایران، طرح‌های هزینه درآمد خانوارهای شهری به تفکیک استان‌ها (۱۳۷۶-۱۳۸۷)؛ پایگاه اطلاعات نشریات.
۲۴. _____؛ سالنامه‌های آماری (۱۳۷۶-۱۳۸۷) به تفکیک استان‌ها؛ تهران: مرکز آمار ایران.
۲۵. _____؛ شاخص قیمت مصرف‌کننده به تفکیک استان‌ها (۱۳۷۶-۱۳۸۷)؛ پایگاه اطلاعات نشریات.

۲۶. مشرف جوادی، محمدحسن؛ نگرشی بر الگوی مصرف در جوامع اسلامی؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد اقتصاد، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۶۵.
۲۷. موسایی، میثم؛ «جایگاه انفاق و خاستگاه اجتماعی- اقتصادی (مطالعه موردی: شهر بهبهان)»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، س ۸، ش ۳۰، ۱۳۸۷.
۲۸. _____؛ «نقش فرهنگ بر الگوی مصرف»، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، س ۹، ش ۳۴، ۱۳۸۸.
۲۹. موسویان، سیدعباس؛ «انفاق قرآنی و ابزارهای مالی مناسب آن»، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، س ۱، ش ۲، ۱۳۸۰.
۳۰. میرمعزی، سیدحسین؛ «آزادی‌ها و مسئولیت‌های اقتصادی مردم از دیدگاه اسلام»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، س ۸، ش ۳۲، ۱۳۸۷.
۳۱. _____؛ اقتصاد کلان با رویکرد اسلامی؛ تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۸۴ (الف).
۳۲. _____؛ «مبانی خرد الگوی مصرف کلان اسلامی»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، س ۵، ش ۲۰، ۱۳۸۴ (ب).
۳۳. ندری، کامران و وهاب قلیچ؛ ۱۳۸۸ش، «نقش حاکمیتی دولت اسلامی در بهبود توزیع درآمد»؛ فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی؛ س ۹، ش ۳۵، ۱۳۸۸.
34. Baltagi, Badi; **Econometric Analysis of Panel Data**; 4th Edition, John Wiley and Sons, 2008.
35. Bulbulia, J; “Religious Costs as Adaptations that Signal Altruistic Intention”; **Evolution and Cognition**; Vol. 10, No.1, 2004.
36. Fuller, W.A. and G.E. Battese; “Estimation of Linear Models with Crossed-Error Structure”; **Journal of Econometrics**; Vol. 2, 1974.
37. Hasan, Zubair; **Treatment of Consumption in Islamic Economics**; International Islamic University of Malaysia, J.KAU: Islamic Economics, Vol. 18, No. 2, 2005.

38. Hausman, J.A.; "Specification Tests in Econometrics"; **Econometrica**; Vol. 46, 1978.
39. Kahf, Monzer; **A Contribution To The Theory of Consumer Behaviour in an Islamic Society**; Studies in Islamic Economics, ed. Khurshid Ahmad, Islamic Foundation, Leiciestr, U.K., 1981.
40. Khan M. Fahim; "Macroconsumption Function in an Islamic Framework"; **Journal of Research in Islamic Economics**; Vol. 1, No. 2, 1984.
41. Kiar Abdu, Hania; **Religion, Redistribution and Poverty Alleviation**; the Case of Zakah in Addis Ababa, Ethiopia, International Institute of Social Studies, 2009.
42. http://oathesis.eur.nl/ir/repub/asset/6571/SB_0477.pdf.
43. Minkler, Lanse & Metin Cosgel; **Religious Identity and Consumption**; Working Paper 2004-03, University of Connecticut, Department of Economics, 2004.
44. <http://ideas.repec.org/p/uct/uconnp/2004-03.html>.
45. Nerlove, M.; "Further Evidence on the Estimation of Dynamic Economic Relation from a Time-Series of Cross-Sections"; **Econometrica**; Vol. 39, 1971.
46. Swamy, P.A.V.B. And S.S. Arora; "The Exact Finite sample Properties of the Estimate of Coefficients in the Error Components Regression Models"; **Econometrica**; Vol.40, 1972.
47. Zarqa, Anas; **Social Welfare Function and Consumer Behavior: An Islamic Formulation of Selected Issues**; Paper Presented At the First International Conference on Islamic Economics, Jeddah, 1976.

48. Wallace T.D. and A. Hussain; “The Use of Error Components Models in Combining Cross-section and Time-Series Data; **Econometrica**; Vol. 37, 1969.
49. Wansbeek, T.J. and A. Kapteyn; “A Simple Way to Obtain the Spectral Decomposition of Variance Components Models for Balanced Data”; **communications in Statistics**; Vol.A11, 1982.
50. _____, “A Note on Spectral Decomposition and Maximum likelihood Estimation of ANOVA Models with Balanced Data”; **Statistics and Probability Letters**; Vol.1, 1983.