

برآورد تابع مصرف بخش خصوصی در ایران با رویکرد اقتصاد اسلامی

سعیده کامران پور*
منصور زراء نژاد**
صلاح ابراهیمی***

چکیده

در این مقاله تابع مصرف بخش خصوصی در ایران با رویکرد اقتصاد اسلامی با استفاده از روش آزمون همگرایی باند مبتنی بر مدل تصحیح خطای نامقید (UECM) طی دوره زمانی ۱۳۶۳-۱۳۹۶ برآورد شده است. در تابع تخمین زده شده، مخارج مصرف بخش خصوصی در ایران، تابعی از تولید ناخالص داخلی غیرنفتی، نسبت هزینه‌های مذهبی خانوار به کل هزینه‌های خانوار به‌عنوان شاخصی از ایمان افراد، تورم و نرخ سود سپرده‌های بانکی به‌عنوان سهم عرضه‌کنندگان وجوه در بازار مشارکت در نظر گرفته شده است.

نتایج این برآورد نشان می‌دهد یک درصد افزایش در تولید ناخالص داخلی غیرنفتی، مخارج مصرفی بخش خصوصی را به میزان ۱/۰۱ درصد افزایش می‌دهد و با یک درصد افزایش در نرخ تورم، مخارج مصرفی بخش خصوصی به میزان ۰/۶۴ درصد کاهش می‌یابد. با یک درصد افزایش در شاخص ایمان افراد، میزان مصرف بخش خصوصی به میزان ۰/۱۶ درصد کاهش می‌یابد. نتایج نشان از آن است که با افزایش ایمان افراد، از میزان مصرف آنان کاسته خواهد شد. در این مطالعه نرخ سود سپرده‌های بانکی مدت‌دار به‌عنوان سهم عرضه‌کنندگان وجوه در بازار مشارکت، تأثیر معناداری بر میزان مصرف افراد نداشت.

واژگان کلیدی: اقتصاد کلان، اقتصاد اسلامی، مصرف بخش خصوصی، آزمون همگرایی باند، مدل تصحیح خطای نامقید.

طبقه بندی JEL: B22, E21, C32.

۱. مقدمه

مطالعه الگوی مصرف کلان در هر اقتصادی، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ هم از این رو که مخارج مصرفی در درآمد ملی دارای سهم بزرگی است و هم از این جهت که آن بخش از درآمد ملی که مصرف نمی‌شود، سرانجام پس انداز و سرمایه‌گذاری می‌شود؛ در نتیجه، مطالعه الگوی مصرف کلان به صورت غیرمستقیم، مطالعه سرمایه‌گذاری کل و رشد اقتصادی نیز هست؛ پس باید شناسایی عوامل تأثیرگذار بر مصرف کلان نیز در مرکز توجه قرار گیرد.

بر اساس مبانی نظری مصرف، عادات و رفتارهای انسان، عامل بسیار مهمی در توضیح مصرف آنان خواهد بود. یکی از عوامل که بر عادات و رفتارهای انسان‌ها تأثیرگذار است، دین و هنجارهای دینی است. با توجه به این موضوع، اقتصاددانان مسلمان بسیار تلاش کرده‌اند که در همین راستا، الگوی مصرف کلان با رویکرد اسلامی را بررسی کنند. در این مطالعه تلاش شده است با توجه به مبانی نظری مطرح شده در اقتصاد اسلامی در رابطه با مصرف، تابع مصرف بخش خصوصی در ایران به عنوان کشوری با حکومت اسلامی و با اکثریت جمعیت مسلمان، برآورد شود.

۲. مبانی نظری و پیشینه تحقیق

از میان نظریات مختلف اقتصاد در زمینه مصرف، مدل‌های محوری در این زمینه عبارت‌اند از: توابع مصرف کینز^۱، دوزنبری^۲، فریدمن^۳ و آندو-مادیگیلیانی^۴.

نظریه مصرف کینز از مهم‌ترین و شاید شروع نظریات تابع مصرف باشد که در سال ۱۹۳۶، در کتاب نظریه عمومی، آن را مطرح کرد. کینز معتقد بود که عوامل مختلفی بر تصمیمات مصرف تأثیرگذار هستند؛ اما در کوتاه‌مدت مهم‌ترین عامل تأثیرگذار، درآمد است. کینز عقیده داشت که نرخ بهره در این باره، نقشی ندارد. این دیدگاه، برخلاف نظریات کلاسیک‌های قبل از وی بود که اعتقاد داشتند نرخ بهره بالا، باعث افزایش پس انداز و کاهش مصرف می‌شود.

همچنین، در تابع مصرف کینز، درآمد به صورت واقعی در نظر گرفته می‌شود؛ به‌دیگرسخن، در تابع مصرف، درآمد واقعی همان درآمد به قیمت‌های ثابت است (برانسون، ۱۳۸۳)؛ در حالی که دوزنبری معتقد بود که کینز تجزیه و تحلیل خود را بر مفهوم نادرستی از درآمد متمرکز کرده است.

1. Keynes

2. Dosenbery

3. Friedman

4. Ando - Modigliani

وی نوشت تغییرات مصرف تابعی از درآمد قابل تصرف نیست؛ بلکه تابعی از موقعیت نسبی خانوار در توزیع درآمد میان خانوارهای دیگر است (گرچی، ۱۳۷۹).

فرضیه ادوار زندگی^۱ نیز توسط آندو و مودیگیلیانی مطرح شد و در آن فرض می‌شود که افراد، رفتار مصرفی و پس‌انداز خود را برای دوره‌های طولانی، با قصد تخصیص مصرف، به بهترین وجه ممکن طی کل دوره عمرشان، برنامه‌ریزی می‌کنند. به عبارتی، این نظریه براساس این واقعیت تجربی استوار است که متوسط درآمد فرد در آغاز و آخر زندگی اش کمتر از سال‌های میانی است (برانسون، ۱۳۸۳).

دوزنبری^۲ (۱۹۴۹)، نظریه درآمد نسبی را ارائه کرد. این نظریه بر دو فرض است: ۱. رفتار مصرفی افراد با یکدیگر ارتباط دارد و مستقل از هم نیست. در واقع، فرد، خود را با دیگر افراد مقایسه کرده و آنچه تأثیر قابل توجه در مصرف او دارد، جایگاه او در میان افراد و گروه‌های جامعه است؛ نه مصرف درآمد فرد. بنابراین، فرد تنها در صورتی احساس بهبود موقعیت از جهت مصرف می‌کند که مصرف متوسط او نسبت به متوسط سطح جامعه افزایش یابد؛ ۲. رفتار مصرفی در طول زمان، غیرقابل برگشت است؛ یعنی مخارج مصرفی، هنگامی که درآمد کاهش می‌یابد چسبندگی داشته و برگشت‌ناپذیر است (منکیو، ۱۳۷۵).

فرضیه درآمد دائمی^۳ که حاصل کار میلتون فریدمن است، چنین است که مردم رفتار مصرفی خویش را، نه به سطح درآمد جاری، بلکه به فرصت‌های مصرفی بلندمدت یا دائمی ارتباط می‌دهند. بر این اساس، وی عنوان کرد که مصرف تابعی از درآمد جاری نیست؛ بلکه تابعی از درآمد پیش‌بینی شده خانوار برای آینده است (تفضلی، ۱۳۷۶).

اقتصاددانانی که گرایش‌های اسلامی دارند، از جنبه‌های متفاوتی به مبحث مصرف نگریسته‌اند. از میان افرادی مانند عبدالمنان^۴ (۱۹۸۶)، متولی^۵ (۱۹۸۹)، آصف^۶ (۱۹۸۵، ۱۹۸۶، ۱۹۸۷)، خان^۷ (۱۹۸۴)، میرمعزی (۱۳۸۴) که به بحث مصرف کلان در جامعه اسلامی پرداخته‌اند؛ برخی مانند خان (۱۹۸۴)، و اقبال (۱۹۸۵) مبنای کار خود را تابع مصرف کینز قرار داده تا آن را بر مبنای اقتصاد اسلامی اصلاح کنند (حسن، ۲۰۰۲).

1. Lifecycle Hypothesis
2. Dosenbery
3. Permanent Income Hypothesis
4. Abdolmanan
5. Motavali
6. Asef
7. Khan
8. Hasan

میرمعزی (۱۳۸۴) می‌نویسد سطح حداقل مصرف در جامعه اسلامی، که برای مسلمان مستقل از درآمد است، به اندازه ضرورت (حدی که نیازهای حیاتی فرد تأمین شود) است و نه آن سطح حیاتی که کینز بیان کرده است. نظریه کینز در محدوده بین حد کفایت (حدی که در آن، نیازهای معقول زندگی با توجه به شأن و موقعیت اجتماعی فرد تأمین شود) و حد اسراف، مطابق با آموزه‌های اسلام است و خارج از این دو محدوده، مصرف تابعی از درآمد نیست.

افزون‌براین، در تابع مصرف جامعه اسلامی با افزایش درآمد ملی، میل نهایی به مصرف کل به سمت صفر میل می‌کند. در واقع، ثروتمندان بخشی از درآمد حاصل از صرفه‌جویی در مصرف را به‌طور مستقیم به فقیران می‌دهند و آنها نیز مصرف می‌کنند؛ در نتیجه مصرف فقیران افزایش می‌یابد. ثروتمندان بخشی دیگر از این درآمد را به انگیزهٔ ایثار سرمایه‌گذاری خواهند کرد؛ بنابراین، افزایش مصرف فقیران به‌طور قطع کمتر از کاهش مصرف ثروتمندان است و در نتیجه مصرف کل کاهش می‌یابد. به عبارتی با افزایش سطح ایمان جامعه و نیز افزایش درآمد ملی، میل نهایی به عرضهٔ وجوه مازاد به‌منظور سرمایه‌گذاری افزایش یافته، به سمت یک میل می‌کند.

در بارهٔ نتیجه‌های اقتصاد کلان اسلامی، برخی مانند آصف (۱۹۸۵) و متولی (۱۹۸۱) به این نتیجه رسیده‌اند با توجه به اینکه در جامعه اسلامی ثروتمندان موظف هستند زکات خود را به فقیران بپردازند و با توجه به اینکه میل نهایی به مصرف فقیران بیشتر از ثروتمندان است؛ بنابراین میل نهایی به مصرف و مصرف کل در جامعه اسلامی بیشتر است (جمعی از دانش‌آموختگان، ۱۳۷۵). متولی (۱۴۰۳ق) می‌نویسد به علت اینکه تفاخر، چشم و هم‌چشمی، حسادت و اسراف برای هر مسلمان ناپسند شمرده شده است، نظریه درآمد نسبی دوزنبیری در جامعه اسلامی تحقق نمی‌یابد (باقری تودشکی، ۱۳۸۸).

خداوند متعال در قرآن کریم خطاب به پیامبر اسلام ﷺ می‌فرماید: «لَا تَكُنْ عَيْنِيكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ» (حجر، ۸۸)؛ به آنچه ما گروه‌هایی از کافران را بدان برخوردار کرده‌ایم، چشم مدوز. همچنین خطاب به مردم می‌فرماید: «وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ...» (نساء، ۳۲)؛ آنچه را خداوند به سبب آن، بعضی از شما را بر بعضی دیگر برتری داده، آرزو می‌کنید.

امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «به آنچه خداوند برای تو تقسیم کرده است، قانع باش و به آنچه نزد دیگران است چشم مدوز و چیزی را که به آن نرسیدی، آرزو نکن؛ زیرا کسی که قانع است، سیر می‌شود و کسی که قانع نیست، سیر نمی‌شود» (الری شهری، ۱۴۱۶ق)؛ یعنی اگر روحیه قناعت و خشنودی به آنچه دارد، در او نباشد، همواره چیزی را که ندارد، آرزو می‌کند و وقتی به آن رسید، متاع دیگری را که ندارد آرزو می‌کند و هیچ‌گاه اشباع نمی‌شود و بی‌نیازی و غنا را در خود نمی‌یابد؛

از این رو امام علی علیه السلام می‌فرماید: «غنا و بی‌نیازی را جستجو کردم و آن را در قناعت یافتم. قناعت کنید تا بی‌نیاز شوید» (الریشه‌ری، ۱۴۱۶ق).

همچنین متولی (۱۴۰۳ق) می‌نویسد به علت اینکه ربا در اسلام حرام شده، نظریه دوران زندگی آندو-مودیگیلیانی نمی‌تواند واقعیتی برای جامعه اسلامی باشد؛ اما در عوض به علت سازگاری فرض‌های نظریه درآمد دائمی فریدمن با ارزش‌های اسلامی، الگوی مصرف مبتنی بر آن، در جامعه اسلامی قابلیت وقوع دارد (باقری تودشکی، ۱۳۸۸).

میرمعزی (۱۳۸۴) در نقد نظریه آندو-مودیگیلیانی می‌نویسد مصرف فرد مسلمان دارای روند ثابت و یا با افزایش خفیفی است. بنا به اصل تعاون و تکافل اجتماعی در اسلام، اگر فردی درآمدی کمتر از حد کفاف داشته باشد، بر ثروتمندان و دولت واجب است درآمد او را به حد کفاف برسانند. همچنین، درباره فرض فریدمن در رابطه با اینکه مردم رفتار مصرفی خود را با سطح درآمد دائم یا بلندمدت خود هماهنگ می‌کنند، نه با سطح درآمد جاری می‌نویسد این فرض، تدبیری عقلایی و سازگار با مفاهیم اسلامی است؛ ولی اشکال وارد به نظریه کینز را در اینجا هم وارد می‌بینید.

از نظر خان (۱۹۸۴؛ ۱۹۹۲) هدف مصرف‌کننده مسلمان ایجاد توازن بین دنیا و آخرت و تحقق مصلحت است. وی در تابع مصرف کلان میزان تقوا را به صورت عامل، وارد تابع مصرف کرده است. قحف^۱ (۱۹۷۳) دوره زمانی مصرف مسلمان را افزون بر دنیا، به آخرت نیز تعمیم داده است. او در نوشته‌های بعدی خود (۱۹۷۴؛ ۱۹۸۱؛ ۱۹۹۲b؛ ۱۹۹۲a؛ ۲۰۰۲) ابعاد این بحث را کامل‌تر کرده است. از نظر او مسلمان به دنبال حداکثر رستگاری است و رستگاری تابع چهار عامل است: ۱. مجموعه عوامل مذهبی، سیاسی، فرهنگی، روانی، اجتماعی، قانونی و مانند آن؛ ۲. پس‌انداز؛ ۳. هزینه‌های در راه خدا؛ و ۴. کالاها و خدمات مصرفی.

زرقاء^۲ (۱۹۹۲) هدف مصرف‌کننده مسلمان را حداکثر کردن مطلوبیت خود از طریق مصرف در دنیا و کسب پاداش در آخرت به وسیله رعایت قواعد اسلامی می‌داند.

توتونچیان (۱۳۶۳)، در کتاب خود با عنوان تئوری تقاضا و تحلیل اقتصادی انفاق، با طرح بحث‌های اقتصاد خردی، مطلوبیت را رضایت خاطر به دست آمده از هر عملی بیان کرده است که موجبات رضای خدا را فراهم کند؛ بنابراین مصرف‌کننده مسلمان نیز از این جهت حداکثرکننده مطلوبیت است. وی با توجه به این مفهوم، منحنی بی‌تفاوتی بین مصرف شخصی و انفاق را ترسیم

1. kahf

2. Zarqa

و سپس با اعمال محدودیت‌های مربوط به اسراف در مصرف شخصی و انفاق، محدوده انتخاب مصرف‌کننده مسلمان را بین دو سطح محدود کرده است که عبارت‌اند از: کفایت، به‌عنوان مرز اسراف در مصرف شخصی، و اسراف در انفاق به‌عنوان حداکثرکننده انفاق مجاز. سپس با اعمال قید بودجه، به استخراج تابع تقاضا و انفاق فرد مسلمان پرداخته است و از طریق تحلیل اقتصاد خرد اثبات کرد که هرچند در جامعه‌ای اختلاف درآمد دو فرد بسیار متفاوت باشد، اما با انفاق، اختلاف مصرف آن دو خیلی کم می‌شود. در رابطه با بررسی تجربی مصرف با رویکرد اقتصاد اسلامی، مطالعات معدودی صورت گرفته که در ادامه به آنها اشاره می‌شود.

حسین^۱ (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای در نمونه‌ای متشکل از ۱۸۴ دانشجوی فارغ‌التحصیل از دانشگاه داکا کشور بنگلادش، به بررسی این موضوع پرداخته است که آیا این افراد در مصرف خود چارچوب‌های اسلامی مانند حلال و حرام، سطح متوسط زندگی و مانند اینها را رعایت می‌کنند. پاسخ‌دهندگان بیان کرده‌اند که توانایی کنترل خواسته‌های خود را دارند و استاندارد زندگی متوسط و ساده را انتخاب می‌کنند. افزون بر اینها، آنها اشاره کردند که بدون بهره هم پیشبرد اقتصاد ممکن است و وجود بهره برای اقتصاد ضروری نیست.

یاسر^۲ (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای در کشور پاکستان، به‌عنوان یک کشور اسلامی، به بررسی این موضوع پرداخته است که آیا مصرف‌کنندگان در این کشور بر مبنای چارچوب‌های اقتصاد اسلامی رفتار می‌کنند یا خیر. برای این منظور از مجموعه‌ای از پرسشنامه‌های توزیع شده بین تمام مصرف‌کنندگان عمومی استفاده شده است که در محله‌های مختلف شهر لاهور پاکستان زندگی می‌کنند. نتایج نشان از آن است که مصرف‌کنندگان در پاکستان، قوانین شریعت را در حین مصرف کالاها و خدمات به‌کار می‌برند، کالاها و خدمات حلال و حرام را در نظر می‌گیرند و ترجیح می‌دهند زندگی ساده‌ای داشته باشند. آنان تا حدی به انباشت ثروت اعتقاد دارند، به زندگی خود در آینده نظر دارند و مسائل اخلاقی را در الگوی مصرف در نظر می‌گیرند.

بارنس^۳ (۲۰۰۹) در پژوهشی به بررسی رابطه سبک زندگی و مصرف در میان زنان مهاجر مسلمان در شرق آفریقا پرداخت. نتایج تحقیق پیمایشی وی نشان می‌دهد که جامعه نمونه تحقیق که شامل زنان مهاجر مسلمان می‌باشند، در سبک زندگی و مصرف از آموزه‌های اسلام بهره می‌جویند. اخلاق اسلامی عامل مهم در تعیین روند مصرف و شکل‌گیری سبک زندگی این جامعه نمونه بوده است.

1. Hossain

2. Yasser

3. Barnes

عمر محمد^۱ (۲۰۱۱) به بررسی مدل مصرف اقتصادی براساس دین اسلام پرداخت. وی با مدنظر قرار دادن متغیر انفاق نشان داد که مدل مصرف مبتنی بر انفاق گسترده‌تر از مفهوم مصرف در اقتصاد متعارف است. در مدل مصرف ارائه شده توسط وی، کمک به هم‌نوع، برابری و افزایش مسئولیت اجتماعی در سطح فردی و کلان جامعه حضور دارد.

آشکر^۲ در سال ۱۹۸۵ در پژوهشی با عنوان «نظریه رفتار مصرف‌کننده: بررسی در یک کشور غیراسلامی» به بررسی نحوه خرج کردن درآمد توسط یک مصرف‌کننده مسلمان در کشور غیراسلامی اسکاتلند پرداخته است. در این مطالعه تجربی وی به این نتیجه رسیده است که رفتار افراد مسلمان در کشورهای غیراسلامی تفاوت معناداری با رفتار افراد مسلمان در کشورهای غیراسلامی ندارد و لذا نظریه مصرف‌کننده اسلامی در جامعه قابل اجراست.

زکریا و همکاران^۳ (۲۰۱۲) قرض دادن و قرض گرفتن خانوارها را با رویکرد اقتصاد اسلامی مورد توجه قرار دادند. طبق پژوهش آنها، عمل قرض دادن و قرض گرفتن در اسلام، اخلاق حسنه‌ای است. برخلاف اقتصاد مدرن غرب که قرض گرفتن یک خانوار برای کسب سود است، در اسلام قرض گرفتن و قرض دادن جهت کسب سود، درست نبوده و به معنای رباست.

عزتی (۱۳۸۲) با وارد کردن عامل ایمان در نظریه رفتار مصرف‌کننده، به صورت درجه اطمینان و باور به آخرت، به بررسی تأثیر آن بر رفتار مصرف‌کننده پرداخته است. عزتی برای انسان سه دوره زمانی حال، آینده و حیات پس از مرگ را در نظر گرفته و معتقد است که انسان با توجه به این سه دوره زمانی، دارایی خود را برای وصول به حداکثر مطلوبیت تخصیص می‌دهد. یک بخش از مطلوبیت مورد نظر، یعنی مطلوبیت اخروی، تابع هزینه‌های در راه خداست.

استادزاده (۱۳۹۱) نظریه بهینه‌یابی مصرف بین دوره‌ای را با توجه به چارچوب اقتصاد اسلامی بسط داده است. وی با توجه به احادیث و چارچوب الگوی بهینه مصرف بین دوره‌ای می‌نویسد تابع مطلوبیت فرد مسلمان افزون‌بر مصرف، به انجام کارهای خیر نیز بستگی دارد. طبق نتایج این تحقیق، مصرف و صدقه بهینه در هر زمان مشخص تنها به ارزش فعلی درآمد در طول زندگی بستگی دارد و به متغیرهایی همچون مصرف یا صدقه دوره قبل وابسته نیست. همچنین، مسیر بهینه مصرف مستقل از صدقه و همچنین مسیر بهینه صدقه مستقل از مصرف است.

داورزنی (۱۳۸۳) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به برآورد تابع انگل برای مخارج مذهبی

1. Omar Mohammad

2. Ashker

3. Zakaria & et al

پرداخته و قابلیت استفاده این تابع را برای مخارج مذهبی آزمون کرده است. برای این کار با استفاده از داده‌های آمارگیری، هزینه و درآمد خانوارهای شهری و روستایی به تفکیک استان و به روش داده‌های تابلویی آزمون و ارزیابی می‌کند. در الگوی انتخابی وی، مخارج مذهبی سرانه شهری تابعی از متوسط مخارج کل سرانه شهری، شاخص قیمت کالاها و خدمات در نظر گرفته شده است. همچنین، الگوی انتخابی وی برای خانوار روستایی تابعی از متوسط مخارج کل سرانه روستایی در نظر گرفته شده است. کشش درآمدی این هزینه‌ها برای خانوار شهری و روستایی ۰/۵ است. نتیجه اصلی تحقیق، تأیید وجود رابطه بین هزینه‌های مذهبی با درآمد نه به صورت متداول و با شیب کاهنده (صفر شونده) بلکه با شیب غیرکاهنده می‌باشد.

صادقی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی به تخمین تابع انفاق در ایران به روش داده‌های تابلویی اقتصادسنجی در سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۸۶ پرداختند. نهاد انفاق یکی از ارمان‌های ادیان الهی و اسلام است که مسائلی همچون فقر و نابسامانی‌های درآمدی و مصرف را اصلاح می‌کند. نتیجه مطالعه آنها نشان می‌دهد که تابع انفاق در ایران به صورت تابعی نمایی است و تابعی فزاینده از درآمد سرانه استانی، ثروت و سرمایه مذهبی است.

شفیعی (۱۳۹۰) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود، تابع انفاق در ایران را تخمین زده است. در این تخمین متغیرهای درآمد، ثروت، سن سرپرست خانوار و سرمایه مذهبی به‌عنوان متغیرهای توضیحی و مقدار صدقات پرداخت شده به کمیته امداد امام خمینی به‌عنوان متغیر وابسته به‌کار رفته است. تابع مورد نظر به‌روش داده‌های تابلویی اقتصادسنجی برآورد شده است. داده‌های مورد استفاده، داده‌های استان‌های کشور برای سال‌های (۱۳۷۹-۱۳۸۶) است. نتایج تحقیق نشان داد که تابع انفاق تابعی نمایی و فزاینده از درآمد سرانه استانی، ثروت و سرمایه مذهبی است.

۳. تصریح مدل و معرفی داده‌ها

مدلی که در این مطالعه، مبنای کار قرار گرفته، براساس الگوی ارائه شده توسط میرمعزی (۱۳۸۴) است. وی در ارائه الگوی مصرف، مراحل چهارگانه زیر را ارزیابی و بازبینی کرده است:

۱. استنباط آموزه‌های اسلامی مرتبط، از آیات و روایات، به روش اجتهادی مرسوم؛ ۲. اخذ فروض از آموزه‌های اسلامی؛ ۳. استنتاج منطقی از فروض به روش قیاس؛ ۴. تعمیم نتایج از سطح خرد به سطح کلان.

تفاوت اساسی بین این روش با روش اقتصاد کلان متعارف در این است که در این روش، فروض مدل از آموزه‌های اسلامی اتخاذ می‌شود که از آیات و روایات استنباط شده است؛ زیرا هدف ما

تحلیل رفتار مصرفی جامعه اسلامی مفروض است؛ یعنی جامعه‌ای که فرض می‌شود بیشتر افراد آن براساس آموزه‌های اسلامی تربیت یافته‌اند و به انجام واجبات و مستحبات مالی و ترک محرمات و مکروهات مالی مقیدند. با توجه به این موضوع مدل تحقیق به صورت زیر تصریح می‌شود:

$$cpr = f(gdpr, inf, f, r)$$

در رابطه بالا cpr ، مخارج مصرفی بخش خصوصی به قیمت ثابت ۱۳۸۳، $gdpr$ ، تولید ناخالص داخلی غیرنفتی به قیمت ثابت ۱۳۸۳، inf ، نرخ تورم، r ، نرخ سود سپرده‌های بلندمدت بانکی به عنوان جایگزینی برای سهم سود عرضه‌کنندگان و جوه در بازار مشارکت سرمایه‌های نقدی وارد می‌شود. همچنین f ، سطح ایمان افراد است که در اینجا شاخص موردنظر برای این متغیر، نسبت هزینه‌های مذهبی خانوارها (مانند صدقات، زکات، خمس، کمک به آسیب‌دیدگان حوادث طبیعی و کمک به مؤسسات خیریه) به کل هزینه‌های خانوارهاست.

ملاک انتخاب این متغیرها براساس ادبیات مطرح شده در رابطه با این موضوع است. طبق مبانی نظری و مطالعات تجربی انجام شده، انتظار می‌رود با افزایش تولید ناخالص داخلی، مخارج مصرفی بخش خصوصی افزایش و با رشد شاخص قیمت‌ها، میزان مخارج مصرفی کاهش یابد. به عبارتی افزایش تورم، قدرت خرید خانوارها و مصرف آنها را کاهش می‌دهد. همچنین، با توجه به ادبیات مطرح شده مربوط به مصرف در اقتصاد اسلامی، انتظار داریم با افزایش ایمان افراد، میزان بخشی از مصرف آنان به افراد نیازمند منتقل شود که ممکن است توسط افراد نیازمند مصرفی یا پس‌انداز شود و ممکن است بر مصرف اثر مثبت یا کاهشی داشته باشد که به بررسی تجربی منوط است و با افزایش متغیر r ، به عنوان نماینده‌ای از سهم سود عرضه‌کنندگان و جوه در بازار مشارکت سرمایه‌های نقدی، افراد از میزان مصرف خود بکاهند. تمام داده‌های مورد نیاز برای برآورد مدل در نظر گرفته شده، به جز هزینه‌های مذهبی و کل هزینه‌های خانوار که از مرکز آمار اخذ شده، از بانک مرکزی ایران برای دوره زمانی ۱۳۶۳-۱۳۹۶ گرفته شده است. در ادامه روشی معرفی می‌شود که با استفاده از آن، مدل تصریح شده برآورد می‌شود.

۴. روش تحقیق

در این مطالعه، برای برآورد مدل مورد نظر، از آزمون کرانه‌ای باند ARDL استفاده می‌شود. این روش، روشی برای مشخص کردن رابطه بلندمدت بین یک متغیر وابسته و تعدادی از برآوردکننده‌هاست. این آزمون توسط پسران، شین و اسمیت (۲۰۰۱) برای تعیین رابطه همجمعی بین متغیرها ارائه شده است. این روش نسبت به دیگر روش‌های آزمون همگرایی مثل انگل-گرنجر

و یوهانسن-جوسیلیوس مزیت‌هایی دارد. نخست اینکه می‌توان این آزمون را -صرف‌نظر از اینکه متغیرهای مدل کاملاً $I(0)$ و $I(1)$ یا ترکیبی از هر دو باشند- به کار برد؛ دوم اینکه برخلاف روش انگل-گرنجر، این روش پویایی‌های کوتاه‌مدت را در بخش تصحیح خطا وارد نمی‌کند (بنرجی و دیگران، ۱۹۹۳)؛ سومین مزیت آن است که این روش را می‌توان با تعداد مشاهدات اندک نیز به کار برد. برخلاف روش‌های همگرایی انگل-گرنجر و یوهانسن-جوسیلیوس که برای نمونه‌های کوچک قابل استفاده نیستند (نارایان و نارایان، ۲۰۰۴، ص ۱۰۲) و سرانجام اینکه استفاده از این روش حتی زمانی ممکن می‌باشد که متغیرهای توضیحی درون‌زا هستند (آلام و کوازی، ۲۰۰۳، ص ۹۳).

در روش آزمون همگرایی باند با فرض اینکه $\text{Ln}Y$ متغیر وابسته و $\text{Ln}X$ متغیر توضیحی باشد، به منظور تحلیل همگرایی نیازمند تخمین مدل تصحیح خطای نامقید^۱ (UECM) زیر هستیم:

$$\Delta \text{Ln}Y_t = a_0 + \sum_{i=1}^L a_{1i} \Delta \text{Ln}Y_{t-i} + \sum_{i=1}^L a_{2i} \Delta \text{Ln}Y_{t-i} + a_3 \text{Ln}Y_{t-1} + a_4 \text{Ln}Y_{t-1} + \mu_{1t}$$

که در آن a_3 و a_4 ضرایب بلندمدت، a_0 عرض از مبدأ، Δ عملگر تفاضل، μ_{1t} جمله اخلاص و L تعداد وقفه‌های بهینه است که به کمک ضوابطی مانند آکائیک (AIC)، شوارتز بی‌زین (SBC)، حنان کوئین (HQC) یا (R^2) تعیین می‌شود.

فرایند آزمون باند برای عدم وجود ارتباط سطحی بین $\text{Ln}X$ و $\text{Ln}Y$ از طریق صفر قرار دادن ضرایب سطوح با وقفه متغیرهای مذکور در معادلات فوق به دست می‌آید. به‌عنوان مثال در معادله (۳) که Y متغیر وابسته است، فرض صفر مبنی بر عدم وجود همگرایی و فرض مقابل آن به صورت زیر تعریف می‌شوند:

$$H_0: a_3 = a_4, H_1: a_3 \neq a_4 \neq 0$$

در این روش دو کرانه بحرانی ارائه شده است؛ کرانه بالایی برای سری‌های زمانی $I(1)$ و کرانه پایینی برای سری‌های زمانی $I(0)$. چنانچه مقادیر آماره F محاسبه شده مدل تصحیح خطای نامقید از مقدار کرانه بالایی بیشتر باشد، فرض عدم همگرایی رد می‌شود؛ چنانچه مقدار F محاسبه شده کمتر از کرانه پایینی باشد، فرض صفر رد نمی‌شود و در صورتی که آماره F درون محدوده‌ها قرار گیرد، نمی‌توان نتیجه‌ای گرفت مگر اینکه، درجه انباشتگی متغیرها را بدانیم (پسران، شین و اسمیت، ۲۰۰۱، ص ۲۹۰).

۵. برآورد مدل و تفسیر نتایج

قبل از انجام آزمون همگرایی باید مطمئن شد که متغیرهای مورد بررسی، دارای درجه انباشتگی بیشتر از $I(1)$ نیستند. در صورتی می توان گفت که سری زمانی X_t ، که به صورت $X_t \sim I(d)$ نشان داده می شود، برحسب مرتبه d انباشته است که پس از d مرتبه تفاضل گیری به صورت مانا درآید (نوفروستی، ۱۳۸۹)؛ درحالی که متغیرها انباشته از درجه $I(2)$ یا بیشتر باشند، مقدار آماره محاسبه شده توسط پسران، شین و اسمیت (۲۰۰۱)، قابل اعتماد نیست (آنگ، ۲۰۰۷^۱).

بنابراین، باید پیش از ذکر نتایج آزمون ها، درجه مانایی متغیرها تعیین شود. در این مطالعه برای تعیین درجه مانایی از آزمون دیکی-فولر تعمیم یافته (ADF) استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول (۱) آمده است. این نتایج نشان می دهد که کلیه متغیرها به جز تورم که در سطح مانا می باشد، در سطح مانا نمی باشند؛ زیرا قدر مطلق آماره های دیکی-فولر تعمیم یافته آنها از قدر مطلق مقادیر بحرانی کوچک تر است؛ اما پس از یک بار تفاضل گیری، آن متغیرها به صورت مانا درآمده اند؛ در نتیجه همه متغیرها $I(1)$ می باشند. نتایج آزمون مانایی در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱: نتایج آزمون دیکی-فولر تعمیم یافته

نام متغیر	آماره آزمون کمیت بحرانی ۵٪	تفاضل مرتبه اول	آماره آزمون کمیت بحرانی ۵٪	نتیجه
Lncpr	-1.21	dlnncpr	-3.41	I(1)
Lngdgn	-0.161	dlnngdgn	-3.29	I(1)
Lnf	-3.84	dlnf	-2.97	I(0)
R	-2.010	dR	-4.98	I(1)
Inf	-3.213		-2.97	I(0)

* مقادیر داخل پرانتز مقادیر بحرانی در سطح اطمینان ۹۵٪ است.
* وقفه انتخابی برای آماره ADF توسط معیار شوارتز انتخاب شده است.
مأخذ: محاسبات تحقیق

پس از بررسی ایستایی متغیرهای مدل، با توجه به ترکیب متفاوت درجات مانایی متغیرهای تحقیق، رابطه بلندمدت مدت بین متغیرها با استفاده از آزمون باند ARDL، ارائه شده توسط پسران، شین و اسمیت (۲۰۰۱) بررسی می‌شود. سپس در صورت تأیید رابطه پیش‌گفته، معادلات کوتاه‌مدت و بلندمدت برای مشخص کردن میزان اثرگذاری متغیرهای تولید ناخالص داخلی غیرنفتی، تورم، نرخ سود سپرده‌های بلندمدت بانکی به‌عنوان شاخصی از سهم سود عرضه‌کنندگان وجوه در بازار مشارکت سرمایه‌های نقدی و نسبت هزینه‌های مذهبی افراد به کل هزینه‌های خانوار به‌عنوان شاخصی از ایمان افراد، با استفاده از روش ARDL برآورد می‌شود.

در آزمون کرانه‌ها برای بررسی رابطه بلندمدت، با توجه به قاعده مطالعات تجربی برای کمتر از ۸۰ داده، از آماره F مربوط به مقادیر بحرانی نارایان و اسمیت (۲۰۰۵) استفاده می‌شود. مقادیر بحرانی برای آزمون کرانه‌ها در جدول (۲) آورده شده است.

جدول ۲: مقادیر بحرانی برای آزمون کرانه‌ها

K=3 N=30	%۱		%۵		%۱۰	
	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)
F	۳٫۴۲	۴٫۸۴	۲٫۴۵	۳٫۶۳	۲٫۰۱	۳٫۱

* k تعداد متغیرها در مدل ARDL است و F آماره مربوط به مدل بدون عرض از مبدأ و بدون متغیر روند، برگرفته از نارایان و اسمیت (۲۰۰۵) است.

در جدول (۳) نتایج محاسبه آماره F آزمون کرانه‌ها با استفاده از مدل ARDL نشان داده شده است. آماره به دست آمده از آزمون کرانه‌ها با وقفه انتخاب شده توسط معیار شوارتز-بیزین با مقادیر بحرانی آن مقایسه می‌شود. معیار شوارتز-بیزین به‌عنوان یک معیار صرفه‌جو کمترین طول وقفه ممکن را انتخاب می‌کند. معمولاً در نمونه‌هایی با حجم کم از این معیار برای تعیین طول وقفه بهینه استفاده می‌شود.

جدول ۳: نتایج آزمون باند همگرایی

متغیر وابسته	Lnopr
متغیرهای مستقل	lngdpn
	lnf
	inf
	r
آماره F آزمون	۱۵٫۳۳

مأخذ: محاسبات تحقیق

همان‌طور که در جدول (۳) مشاهده شد، آماره F ، از مقدار کرانه بالایی در سطح ۵ درصد بالاتر است. این نشان‌دهنده رد فرضیه صفر، مبنی بر عدم همگرایی بین متغیرهای مورد نظر و وجود رابطه بلندمدت است. در ادامه ضرایب بلندمدت و کوتاه‌مدت با استفاده از روش $ARDL$ و بر مبنای معیار SBC ، برآورد و نتایج در ادامه گزارش شده است:

معادله پویا

$$\begin{aligned} \ln cpr = & -0.567 + 0.457 * \ln cpr(-1) + 0.543 * \ln gdpn - 0.071 * \ln f - 0.3 * f \\ & (-1.16) \quad (2.87) \quad (3.18) \quad (-2.74) \quad (-3.17) \\ & + 0.0001 * r + 0.0031 * r(-1) - 0.0124 * r(-2) \\ & (0.31) \quad (0.67) \quad (-2.29) \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.95, \quad DW = 2.32$$

معادله بلندمدت

$$\begin{aligned} \ln cpr = & 1.01 * \ln gdpn - 0.16 * f - 0.64 * \ln f - 0.01 * r \\ & (15.98) \quad (-2.11) \quad (-1.46) \quad (-1.64) \end{aligned}$$

معادله تصحیح خطا

$$\begin{aligned} D \ln cpr = & -0.6 + 0.002 * Dr + 0.01 * Dr(-1) - 0.48 * ECM(-1) \\ & (-9.25) \quad (0.44) \quad (2.96) \quad (-9.76) \end{aligned}$$

همان‌طور که تخمین معادلات بلندمدت نشان می‌دهد با افزایش یک درصدی در تولید ناخالص داخلی غیرنفتی، مصرف بخش خصوصی به میزان ۰/۰۱ درصد افزایش می‌یابد و افزایش سطح تورم به میزان یک واحد، مصرف بخش خصوصی را به اندازه ۰/۶۴ درصد کاهش می‌دهد که نشان از تأثیر منفی رشد قیمت‌ها بر میزان مصرف افراد است. در برآورد صورت گرفته، در بلندمدت با یک واحد افزایش در نرخ سود بانکی به‌عنوان شاخصی از سهم عرضه‌کنندگان وجوه در بازار مشارکت، مخارج مصرفی بخش خصوصی به اندازه ۰/۰۱ درصد کاهش می‌یابد. مطابق ادبیات مطرح شده در فصل دوم در باب مصرف در اقتصاد اسلامی که بیان شد با افزایش سطح ایمان افراد از میزان مصرف آنان کاسته خواهد شد، در برآورد صورت گرفته نیز با ارتقای یک درصدی در شاخص ایمان افراد که در اینجا نسبت هزینه‌های مذهبی خانوارها به کل هزینه‌های خانوارها است، مخارج مصرفی به میزان ۰/۱۶ درصد کاهش می‌یابد.

برای اطمینان از نتایج برآورد شده آزمون‌های تشخیص انحراف از فروض کلاسیک نیز بررسی می‌شوند. نتایج آزمون‌های تشخیص در جدول (۴) گزارش شده است.

جدول ۴: آزمون‌های تشخیص انحراف از فروض کلاسیک

آماره LM	آزمون
۰/۷۳	همبستگی
۰/۰۷	شکل تابعی
۰/۷۳	نرمالیتی
۰/۹۹	ناهمسانی واریانس

منبع: نتایج تحقیق

در سطح خطای ۵ درصد کلیه فروض صفر آزمون‌های همبستگی، شکل تابعی صحیح، نرمال بودن جملات خطا و ناهمسانی واریانس تأیید می‌شوند.

۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این مطالعه، تابع مصرف بخش خصوصی با رویکرد اسلامی با استفاده از روش آزمون همگرایی باند مبتنی بر مدل تصحیح خطای نامقید (UECM) طی دوره زمانی ۱۳۶۳-۱۳۹۶، برآورد شد. تابع برآورد شده، نشان از تأثیرپذیری مخارج مصرفی بخش خصوصی از تولید ناخالص داخلی غیرنفتی، نرخ تورم و شاخص ایمان افراد است. این نتیجه نشان‌دهنده این موضوع است که با فرض ثبات سایر متغیرها، اگر سطح ایمان در جامعه افزایش یابد، مصرف ثروتمندان کاهش می‌یابد. ثروتمندان بخشی از درآمد حاصل از صرفه‌جویی در مصرف را مستقیم به فقیران می‌دهند و آنها نیز مصرف می‌کنند؛ در نتیجه مصرف فقیران افزایش می‌یابد و بخشی دیگر از این درآمد را به انگیزه ایثار سرمایه‌گذاری خواهند کرد؛ بنابراین، افزایش مصرف فقیران به‌طور قطع کمتر از کاهش مصرف ثروتمندان بوده و در نتیجه مصرف کل کاهش خواهد یافت.

منابع

* قرآن کریم

۱. استاذزاده، علی حسین (۱۳۹۱)، «بررسی مصرف بین دوره‌ای با رویکرد اقتصاد اسلامی»، نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، ش ۱، ص ۹۲-۷۷.
۲. باقری تودشکی، مجتبی (۱۳۸۸)، «الگوی مصرف بر مبنای ارزش‌های اسلامی»، اقتصاد اسلامی، دوره ۸، ش ۳۴، ص ۶۵-۳۹.
۳. بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، گزارش اقتصادی و ترازنامه بانک مرکزی، سال‌های مختلف.
۴. برانسون، ویلیام. اچ (۱۳۸۳)، تئوری و سیاست‌های اقتصاد کلان، عباس شاکری، چاپ هفتم، تهران: نشر نی.
۵. تفضلی، فریدون (۱۳۷۶)، اقتصاد کلان، تئوری‌ها و سیاست‌های اقتصادی، چاپ دهم، تهران: نشر نی.
۶. توتونچیان، ایرج (۱۳۶۳)، تئوری تقاضا و تحلیل اقتصادی انفاق، تهران: مرکز اطلاعات فنی ایران.
۷. جمعی از نویسندگان (۱۳۷۵)، «درس‌هایی از اقتصاد اسلامی»، مقاله انس زرقاء، ترجمه مجتبی باقری تودشکی، قم: دانشگاه مفید.
۸. داورزنی، زهره (۱۳۸۳)، «برآورد تابع انگل برای مخارج مذهبی خانوارهای شهری و روستایی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه مفید.
۹. الریشهری، محمد (۱۴۱۶ق)، میزان الحکمه، قم: دارالحدیث.
۱۰. شفیعی، علی (۱۳۹۰)، «تخمین تابع انفاق در ایران با تأکید بر رفتار اختیاری انفاق در اسلام»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس.
۱۱. صادقی، حسین؛ مرتضی عزتی و علی شفیعی (۱۳۹۲)، «تخمین تابع انفاق در ایران»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)، ش ۲، ص ۸۴-۶۱.
۱۲. عزتی، مرتضی (۱۳۸۲)، «اثر ایمان مذهبی بر رفتار مصرف‌کننده»، اقتصاد اسلامی، د ۳، ش ۱۱، ص ۳۴-۱۱.
۱۳. قحف، منذر (۱۳۷۶)، مقدمه‌ای بر اقتصاد اسلامی، ترجمه عباس عرب مازار، چاپ اول، تهران: سازمان برنامه و بودجه.

۱۴. گرجی، ابراهیم (۱۳۷۹)، اقتصاد کلان، تئوری‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان، چاپ اول، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۱۵. متولی، مختار محمد (۱۴۰۳ق)، «احکام الشریعه وداله الاستهلاک فی الدول الاسلامیه»، جامعه عبدالملک، الاقتصاد الاسلامی، ج ۱، ص ۴۱-۳.
۱۶. منکیو، گریگوری (۱۳۷۵)، اقتصاد کلان ۲، حمیدرضا برادران شرکاء و علی پارسائیان، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۷. میرمعزی، سید حسین (۱۳۸۴)، «الگوی مصرف کلان در جامعه اسلامی»، اقتصاد اسلامی، ش ۲۰، ص ۵۶-۳۳.
۱۸. نوفرستی، محمد (۱۳۸۹)، ریشه واحد و هم‌جمعی در اقتصادسنجی، تهران: رسا.
19. Alam, M. I., and Quazi, R. M. (2003), "Determinant of Capital Flight: An Econometric Case Study of Bangladesh", *International Review of Applied Economics*, Vol.17, pp. 85-103.
20. Ang, J.B., (2007), "Co2 Emissions, Energy Consumption, and Output in France", *Energy Policy*, Vol. 35, Iss.10, pp. 4772-4778.
21. Ashker, A., (1985), *on the Islamic theory of consumer behaviour: an empirical inquiry in a non-Islamic country*, centre for Middle Eastern and Islamic studies, university of Durham.
22. Banerjee, A., Dolado, J., Galbraith, J.W. and Hendry, D.F., (1993), *Co-Integration, Error Correction, and the Econometric Analysis of Non-Stationary Data*, Oxford University Press: Oxford.
23. Barnes, J., (2009), "Style and Consumption among East African Muslim Immigrant Women: The Intersection of Religion, Ethnicity and Minority Status", *Award Winning Sociology Papers*, Paper 3, URL: http://digitalcommons.mcalester.edu/soci_award/3.
24. Hasan, Z., (2002), "Maximization Postulates and their Efficacy for Islamic Economics", *American Journal of Islamic Social Sciences*, Vol. 19, No. 1, pp. 95-118.
25. Hasan, Z., (2002), *Comments on Poverty elimination in an Islamic perspective: an applied general equilibrium approach*; *The Islamic Foundation*, UK: 97-112.
26. Hossain, B., (2015), "Application of Islamic Consumer Theory: An Empirical Analysis in the Context of Bangladesh", *Global Review of Islamic Economics and Business*, 2(1), pp. 69-83.

27. Iqbal, M., (1985), Zakah, Moderation and Aggregate Consumption in an Islamic Economy; *Journal of Research in Islamic Economics*, Jwddah, Vol. 3, No. 1.
28. Kahf, M. M., (1973), *A Contribution to the Study of the economics of Islamic*, Utah U.S.A.: Univ. of Utah, S.L.C., july.
29. Kahf, M. M., (1974), "A Model of the Household Decision in Islamic Economy; Association of Muslim Social Scientist, proceeding", *Third National Seminar*, Gary, Indiana, May.
30. Kahf, M. M., (1981), *A contribution to the theory of consumer behaviour in an Islamic society; Studies in Economics*, ed. Khurshid Ahmad, Islamic foundation, Leciestr, UK .
31. Kahf, M. M., (1992a), *The Theory of Consumption*, in Tahir et al: *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective*; Longman Malaysia.
32. Kahf, M. M., (1992b), *A Contribution to the theory of Consumer Behaviour in an Islamic; Society*, *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective*, Longman Malaysia.
33. Kahf, M. M., (2002), *Islamic economics*, Book in press.
34. Khan, M.F., (1984), "Macro Consumption Function in Islamic Framework", *Journal of Research in Islamic Economics*, Vol. 1, No.2, pp.30-47.
35. Khan, M.F., (1992), *Theory of Consumer Behaviour in an Islamic Perspective*, *Readings in Microeconomics in Islamic Perspective*, Longman Malaysia.
36. Narayan, S. and Narayan, P.K., (2004), "Determinant of Demand for Fiji's Exports: an Empirical Investigation", *The Developing Economies*, XLII-1, pp. 95-112.
37. Narayan, P., K. & Smyth, R., (2005), "Electricity Consumption, Employment and Real Income in Australia Evidences from Multivariate Granger Causality Tests", *Energy Policy*, Article in Press.
38. Omar Mohammed, M., (2011), "Economic Consumption Model Revisited: Infaq based on Al Shaybani's levels of Al- Kasb", *International Journal of Economics, Management & Accounting*, 19: 115-132.
39. Pesaran, M. H., Shin, Y. & Smith, R. J. (2001), "Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships", *Journal of Applied Econometrics*, 16, pp.289-326.
40. Yasser, F., (2016), "Consumer Behavior in Islamic Perspective: An Empirical Analysis", *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, vol. 6, pp.78-100.

41. Zakaria, R.H. & Abdul Kader, R. & Mohd Jaafar, N.I. & Marican, S., (2012), "Burgeoning Household Debt: An Islamic Economic Perspective", *Middle - East Journal of Scientific Research*, 12 (9): 1182-1189.
42. Zarqa, A., (1992), *Consumer Behaviour in Islamic perspective*, in Tahir et al, Readings in, *Microeconomics in Islamic Perspective*, Longman, Malaysia.

