

الگوی مصرف اسلامی (محدودیت‌ها و مفروضات)

تاریخ دریافت: ۸۹/۰۳/۰۹

کیومرث سهیلی *

تاریخ پذیرش: ۸۹/۰۶/۲۸

سید میثم حسینی **

چکیده

بی‌تردید فرد مسلمانی که می‌خواهد در فضای شریعت قرار گیرد با محدودیت‌هایی برای انجام مصارفش روبرو است. در واقع شریعت اسلام با آموزه‌های خود در قالب کتاب و سنت معصومین(ع)، بایدهای رفتار مصرفی فرد مسلمان را تبیین نموده و اهداف و انگیزه‌های او را نیز مطابق با این آموزه‌ها، در او نهادینه می‌کند. شناخت درست از قوانین و مقررات و همچنین محدودیت‌های مصرفی یک فرد مسلمان در چارچوب دین اسلام، برای تبیین الگوی مصرف نقش حیاتی دارد. در این تحقیق تلاش شده است ضمن شناخت این عوامل به بررسی پیش‌فرض‌ها و مفروضات این الگو پرداخته شود و یک الگوی مصرفی مستقل در اسلام متفاوت از الگوی مصرفی سرمایه‌داری را اثبات نمود. سؤالات و فرضیه‌های این تحقیق در مورد وجود الگوی مصرف مستقل است که مفروضات و محدودیت‌های متفاوت از مفروضات و محدودیت‌های موجود در الگوی مصرف سرمایه‌داری را می‌طلبد. روش انجام این تحقیق نیز توصیفی، تحلیلی و اسنادی بوده است و از اسناد مربوطه به صورت کتاب، مقاله و پایان‌نامه استفاده شده است. در این تحقیق این نتیجه بدست آمده است که عمده مفروضات و محدودیت‌های فرد مسلمان متفاوت از یک انسان اقتصادی در نظام سرمایه‌داری است و از اینرو الگوی مصرف اسلامی با توجه به محدودیت‌ها و مفروضات خاص خود شکل می‌گیرد. در الگوی مصرف اسلامی، یک فرد مسلمان درآمد خود را ابتدا به مصارف خود شامل مصارف واجب اختصاص می‌دهد. درآمد مازادی را که بعد از مصرف فرد مسلمان باقی می‌ماند، می‌تواند به انفاق اختصاص یابد یا سرمایه‌گذاری گردد. اگر بازده سرمایه‌گذاری درآمد مازاد بر مصرف برای مصرف‌کننده مسلمان بزرگ‌تر از پاداش مصرف آخرتی آن باشد، در آن صورت درآمد مازاد بر مصرف خود را سرمایه‌گذاری می‌کند. اما اگر بازده سرمایه‌گذاری درآمد مازاد بر مصرف کوچک‌تر از پاداشی باشد که مصرف‌کننده مسلمان به علت مصارف اخروی آن در ذهن دارد، درآمد مازاد خویش را انفاق می‌نماید.

واژگان کلیدی

الگو، مصرف، اسلامی، محدودیت‌ها، مفروضات

مقدمه

اقتصاد بر سه پایه اصلی تولید، توزیع و مصرف استوار است. در حقیقت تولید و توزیع و سائلی برای تأمین مصرف می‌باشند و هدف نهایی همه تلاش‌ها و کوشش‌های اقتصادی افراد، مصرف است. هر کس درآمدی کسب می‌کند و یا سرمایه‌ای می‌اندوزد به این هدف می‌باشد که سطح مصرف کنونی یا آینده خود و یا دیگران را بالا ببرد. انگیزه مصرف نیز اشباع تمایلات و ارضای نیازهای جسمی و روانی انسان می‌باشد (دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، ۱۳۷۲، ص ۳۶۹).

با توجه به این که مخارج مصرفی دارای سهم بزرگی در درآمد ملی است و از آنجا که بر اساس آموزه‌های اسلامی مسلمانان در رفتار مصرفی خود با محدودیت‌های خاصی مواجه هستند؛ همچنین مفروضات و پیش‌فرض‌های اقتصاد اسلامی متفاوت از سرمایه‌داری است، لذا مطالعه این پیش‌فرض‌ها و محدودیت‌ها و چگونگی تأثیر آن‌ها بر الگوی مصرف مسلمانان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که در این تحقیق به آن پرداخته می‌شود. شایان ذکر است که اکثر مسلمانان مفهوم محدودیت‌های مصرف در اسلام را درک و حدود آن‌ها را خوب رعایت نمی‌کنند و این حدود را در رفتار مصرفی‌شان بدرستی لحاظ نمی‌کنند. بنابراین شناساندن مفهوم مصرف اسلامی از طریق تعیین حدود متغیرهای آن، می‌تواند گام کوچکی در اعتلای فرهنگ مصرف اسلامی باشد که این تحقیق در حد توان این محدودیت‌ها را تبیین و با عنایت به آن‌ها یک الگوی مصرف اسلامی طراحی می‌نماید. روش انجام این پژوهش نیز توصیفی، تحلیلی و اسنادی است.

۱. مبانی نظری

بعضی از محققین با دریافت محض مفاهیم و فرامین از نصوص اسلامی به بیان اهداف و انگیزه‌های مصرف از جانب مصرف‌کننده مسلمان پرداخته و آن‌ها را با استخراج محدودیت‌هایی که دین مبین اسلام برای رسیدن به کمال آن‌ها وضع کرده، در یک چارچوب مصرفی رهنمود می‌کنند. برخی دیگر با مقایسه تطبیقی به ساخت یک الگوی

مصرف متناسب با دستورات الهی مبادرت می‌ورزند. در این قسمت بطور گذرا پژوهش‌هایی که محققین داخل و خارج از کشور انجام داده‌اند، ذکر می‌شود. مطالعاتی که مربوط به استخراج الگوی مصرف اسلامی بدون مقایسه با الگوی موجود در نظام سرمایه‌داری است در ذیل ذکر شده است.

قحف در پژوهشی تحت عنوان «نظریه مصرف و نظریه رفتار مصرف‌کننده در یک جامعه اسلامی»، بیشینه کردن رستگاری دنیا و آخرت را بر سه مفهوم محوری اسلامی تحت عناوین مفهوم کامیابی، مفهوم ثروت و مفهوم دوره زمانی؛ مبتنی می‌داند. مفهوم کامیابی به معنی تحصیل رضایت پروردگار است و رضای او با کمک به دیگران و خیرخواهی و استفاده صحیح از منابع و امکانات به دست می‌آید. ثروت نیز نعمتی از جانب خداوند متعال است که عبودیت و فروتنی در مقابل او اقتضا می‌کند که از آن برای ارضای خواست‌ها در زندگی دنیا و تحصیل اجر و پاداش در جهان آخرت استفاده شود و از کفران نعمت و استفاده‌های نابجا پرهیز گردد. دوره زمانی رفتار مصرف‌کننده مسلمان که معتقد به روز جزاست و اعتقاد دارد که هر فعل انتخابی وی دارای دو اثر دنیوی و اخروی است، فقط به دوره عمر دنیوی فرد محدود نمی‌شود و شامل دنیای آخرت نیز می‌باشد. منظور از رستگاری دنیا و آخرت همان مطلوبیت دنیا و آخرت است. مسلمان در صدد است ارزش فعلی آن مطلوبیت را حداکثر کند و در موارد تزامن منافع دنیا و آخرت، منافع اخروی را که بسیار بیشتر است، بر می‌گزیند (Kahf, 1981, pp.92-94).

خلیلیان (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان «الگوی صحیح مصرف، مبانی نظری و راهبردی در قرآن کریم و روایات»، اذعان داشته الگوی مصرف هر جامعه نقشی تعیین کننده در تخصیص منابع تولید، نوع کالاهای تولیدی و شیوه توزیع آن‌ها دارد. نامبرده تخصیص بهینه منابع برای تولید کالاها و ارائه خدمات به منظور تأمین نیازهای ضروری و حیاتی جامعه و رفع فقر و محرومیت را تا حد زیادی به شناخت الگوی صحیح مصرف و حاکمیت آن مرتبط می‌داند و این امر مبتنی بر جهت‌دهی معقول و منطقی به افکار، عقاید، آداب و رسوم و ارزش‌های مورد قبول جامعه یا به طور خلاصه، فرهنگ عمومی مردم می‌باشد. وی این پژوهش را در دو بخش «مبانی نظری» و «مبانی

راهبردی» سامان‌دهی کرده است تا هم آگاهی و شناخت لازم برای تشخیص الگوی صحیح مصرف به دست آید و هم در مرحله عمل و صحنه اجرایی، ویژگی‌های الگوی مناسب مصرف برای افراد جامعه روشن شود و شیوه‌های صحیح تخصیص درآمدها و مصرف کالاها و خدمات تعیین گردند.

قحف (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان «مروری بر الگوهای اقتصاد اسلامی»، با تبیین چارچوب قانونی و اخلاقی نظام اقتصادی اسلام به توضیح نظریه رفتار مصرف‌کننده پرداخته است. وی در این مقاله از طریق ارائه نمونه‌هایی از نظریه‌های اقتصاد اسلامی تصویری مختصر و گذرا از چگونگی شکل‌گیری روابط در نظام اقتصادی اسلام ارائه می‌دهد تا از روابط درون نظام اقتصادی اسلام و روش تحلیل آن درکی کلی به دست آید. قحف در این پژوهش در قسمت نظریه رفتار مصرف‌کننده، عوامل تاثیرگذار بر رفتار مصرف‌کننده را تحت عنوان عوامل خارجی و همچنین عوامل داخلی مورد بررسی قرار می‌دهد و در قسمت بلوغ مصرف‌کننده، اهداف مصرف‌کننده را در رفتارهای مصرفی‌اش عنوان می‌کند و وسیله رسیدن به این اهداف را مطرح می‌سازد. وی در خاتمه نتیجه‌گیری می‌کند که این نظریات قادرند رفتار اقتصادی افراد و جوامع مسلمان و غیرمسلمان را تفسیر کنند (قحف، ۱۳۸۵، صص ۱۸۸-۱۵۷).

دادگر و باقری (۱۳۸۰) در پژوهشی تحت عنوان «نگاه اجمالی به سطح مصرف در اسلام»، بیان می‌کنند الگوی مصرف یکی از عناصر محوری در نظام اقتصادی اسلام است و برای ترسیم الگوی مصرف لازم است سطوح مختلف مصرف در اسلام مورد بررسی واقع شود. آن‌ها در ادامه به طبقه‌بندی سطوح مصرف، سطح ممنوع مصرف و مصرف در فقه اسلامی، اشاره کرده و بخش پایانی پژوهش خود را به جمع‌بندی و ارائه پیشنهادات اختصاص داده است.

دفتر همکاری حوزه و دانشگاه (۱۳۷۲) در کتابی تحت عنوان «درآمدی بر اقتصاد اسلامی»، مجموعه هدایت‌ها و کنترل‌ها را برای مصرف‌کننده تحت عناوین، دستورات اثباتی و وادارکننده و دستورات سلبی و بازدارنده مورد بحث قرار داده است.

همچنین مطالعات مقایسه‌ای توسط محققین ذیل انجام گرفته است. حسینی (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان «مفروضات نظریه رفتار مصرف‌کننده در اسلام»، ابتدا به

ادبیات این موضوع در اقتصاد سرمایه‌داری و آراء اندیشه‌وران مسلمان نگاهی افکنده و سپس با استفاده از نصوص اسلامی، مفروضات مربوط به نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان را استنباط می‌کند. همچنین ایشان (۱۳۷۹) در پژوهشی با عنوان «الگوی تخصیص درآمد و نظریه رفتار مصرف‌کننده مسلمان»، به مقایسه تئوری‌های اقتصاد سرمایه‌داری و اسلامی درباره رفتار مصرف‌کننده پرداخته است.

فهیم خان (Fahim Khan, 1984) در پژوهشی تحت عنوان «نظریه رفتار مصرف‌کننده با نگرش اسلامی»، اصول و ضوابط مشترک رفتار مصرف‌کننده را میان دو جامعه سرمایه‌داری و اسلامی بررسی کرده است. همچنین وی (۱۹۸۷م.) در بیان انگیزه مصرف‌کننده به بحث در مورد نیاز و خواسته می‌پردازد و با بیان تفاوت‌های موجود بین آن‌ها مراحل رفع نیاز را نیز شرح می‌دهد.

صدر (۱۳۷۴)، در کتاب خود تحت عنوان «اقتصاد صدر اسلام»، فرض‌های نظریه مطلوبیت را عنوان می‌کند و آنرا با معیارها و آموزه‌های اسلامی می‌سنجد و چند نمونه از رفتارهای مصرفی پیامبر(ص) را بیان کرده و نتیجه می‌گیرد که می‌توان به الگویی از رفتار مصرف‌کننده دست یافت که مبتنی بر ارزش‌های اسلامی و توضیح دهنده رفتارهایی همچون سیره حضرت محمد(ص) باشد. او همچنین رفتار مصرف‌کننده در طی زمان را نیز تحلیل می‌کند.

زرقاء (۱۳۸۵)، نتایج اعمال مصرف‌کننده مسلمان را در دو جهان مشخص می‌کند و اعتقاد دارد محدودیت‌ها مطلوبیت فرد مسلمان را کاهش نمی‌دهد، زیرا وی جهان دیگری را می‌بیند که چند برابر پاداش نصیب او خواهد شد.

دسته دوم از مطالعاتی که در مورد موضوع مورد بحث ذکر گردیده به مقایسه بین الگوی مصرف اسلامی و سرمایه‌داری می‌پردازند. بدین شکل که اجزاء، قوانین و مقررات مربوط به الگوی مصرف در سرمایه‌داری را با فرامین الهی می‌سنجند و سپس به ارائه یک الگوی مقایسه‌ای مبادرت می‌ورزند. حال آنکه دسته اول از مطالعات اشاره شده، با توجه به اهدافی که در دین اسلام برای فعالیت‌های انسان در نظر گرفته می‌شود، به ارائه الگوی جداگانه‌ای می‌پردازند و یا با بحث در مورد قوانین اقتصادی که در نصوص اسلامی موجود است، مطالعات بعدی را آماده ارائه یک الگوی مصرف اسلامی

کاملاً مجزا از الگوی موجود در اقتصاد سرمایه‌داری می‌کنند. الگویی که از مطالعات دسته دوم ارائه می‌شود با الگوی ارائه شده توسط دسته اول می‌تواند منطبق باشد، زیرا در مطالعات دسته دوم نیز با توجه به قوانین و مقررات اسلامی الگوی مورد نظر ساخته شده است.

البته باید گفت همه پژوهش‌های فوق جز تعداد اندکی از آن‌ها به صورت گذرا به موضوع مورد بحث در این مقاله می‌پردازند. این تحقیق در مقایسه با آن پژوهش‌ها که در باب موضوع حاضر تمرکز یافته‌اند، با تفصیل بیشتر و با ریشه‌یابی فلسفی قوانینی که برای انسان مفروض است و یا او را در رفتار مصرفی‌اش محدود می‌کند، به ارائه الگوی خاصی برای رفتار مصرفی فرد مسلمان می‌پردازد. الگوی مطرح شده در این تحقیق، از یک الگوی مصرف در تئوری متعارف خرد اقتباس گردیده است. همچنین در این الگو مصرف‌کننده مسلمان دو جهان را ملاک اعمال خود، از جمله فعالیت‌های مصرفی خویش قرار می‌دهد. بنابراین با این تحقیق ثابت خواهد شد که از یک مدل موجود در نظام اقتصادی سرمایه‌داری نیز می‌توان با تعدیلات قابل قبول، یک مدل برای اقتصاد اسلامی ساخت. تحقیق حاضر نیز به بررسی مفروضات و محدودیت‌های موجود در الگوی مصرف اسلامی می‌پردازد و یک الگوی مصرف متفاوت از الگوی مصرف موجود در نظام سرمایه‌داری را تبیین می‌کند.

۲. مفروضات رفتار مصرف‌کننده مسلمان

۲-۱. نوع نگرش به انسان و مفروضات موجود در اقتصاد اسلامی و سرمایه‌داری

در نظام اسلامی ابعاد وجودی انسان به درستی شناخته شده و اهداف درست با توجه به ساختار وجودی‌اش برای او تعیین گردیده است و راه رسیدن به این اهداف نیز برای او مشخص شده است. تنها انسان باید سر تسلیم فرود بیاورد و در راه حق همت گمارد و به عبارتی دستورات و فرامین الهی را به بهترین نحو انجام دهد. حقیقت انسان، همان روح او است و بدن انسان ابزاری در اختیار روح است تا آنرا به تکامل انسانی برساند. روح انسان دو ویژگی عقلانی و غریزی دارد. هر کس با نیروی عقلانی بر غرایز خود غلبه کند، انسانی سعادت‌مند است. هر چه فعالیت‌های بشر از جمله فعالیت‌های

مصرفی او تابع غرایز نفسانی باشد بدلیل اینکه رفتار وی به حیوانیت می‌گراید، رسوایی‌اش نیز در بین جوامع انسانی که رو به کمال حرکت می‌کنند بیشتر است. بنابراین فعالیت‌های مصرفی انسان در اسلام به گونه‌ای بسیار متفاوت از سرمایه‌داری تعریف می‌گردد. همچنین در اسلام در خصوص اهمیت عقل مطالب بسیار زیادی بیان شده است. در صورتی که عقل تعریف شده در اسلام به وحی وصل نباشد و از کتاب و سنت استفاده نکند، همان حکایت نظام سرمایه‌داری را خواهد داشت که عقل را برای کلیه فعالیت‌ها از جمله مصرف کافی می‌داند و انسان را آزاد می‌گذارد تا به وسیله این ابزار و با توجه به محدودیت‌ها بهترین تصمیم را برای کسب حداکثر رضایت‌مندی اتخاذ نماید.

انسان اقتصادی در سرمایه‌داری در فعالیت‌های خویش از جمله فعالیت‌های مصرفی تنها این دنیا را ملاک قرار می‌دهد و به آخرت نمی‌اندیشد. به خاطر همین امر است که تنها به خود و نیازهای خود می‌پردازد و دیگران را در نظر نمی‌گیرد. در این نظام اعتقاد بر این است که انسان باید آزاد باشد و هر کس در سایه این آزادی در جهت ارضای خواسته‌های معقول و نامعقول خود تلاش کند و تنها از این طریق جامعه سعادت‌مند می‌شود. این نظام بسیاری از مسائل از جمله استعدادها و امکانات متفاوت انسان‌ها را نادیده می‌انگارد. در مورد آزادی فردی، هابز می‌گوید، آزادی در مفهوم درست کلمه به معنی فقدان موانع خارجی است. موانعی که بخشی از قدرت انسان را در انجام آنچه که می‌خواهد انجام دهد، سلب می‌کند (تارو، ۱۳۷۶، صص ۸۴-۸۳).

انسانی را که سرمایه‌داری فرض می‌کند، انسانی است که با ابزار عقل و نیروی عقلانی منافع خود را می‌شناسد و راه رسیدن به این منافع را نیز می‌داند. حال آنکه تمام منفعی را که یک انسان اقتصادی در ذهن می‌پروراند، مادی است و عقل او نیز بدون بهره‌گیری از وحی الهی این منافع را می‌طلبد. اپیکور هدف تمام زندگی و حیات را لذت می‌داند و اذعان می‌کند که تمامی مخلوقات دنبال کسب آن هستند. اندیشه لذت‌گرایی اپیکور، بعدها در زمان بنتام به صورت مطلوبیت‌گرایی لذت‌گرایان جلوه کرد. بنتام مفهوم لذت را قدری گسترش داد. وی تصریح کرد که خوبی تنها لذت نیست، بلکه شادی، نفع و مزیت را هم در بر می‌گیرد. اما وی آن‌ها را تقریباً مترادف به کار

می‌برد بگونه‌ای که می‌توان همه آن‌ها را با لذت تحویل نمود. این موضوع حتی به نحوی، پایه‌ای برای بحث عقلانیت در اقتصاد سنتی شد (دادگر، ۱۳۷۸، صص ۷۸-۷۷). اقتصاد اسلامی این فرض را، که انسان اقتصادی با کمک عقل درآمد محدود خود را طوری به خرید کالاها و خدمات اختصاص می‌دهد که حداکثر رضایت را بدست آورد، تنها در سایه حداکثر سازی رضایت پروردگار می‌پذیرد. بنابراین مفروضات موجود در سرمایه‌داری کاملاً متفاوت از مفروضات موجود در اقتصاد اسلامی است.

۲-۲. اصل موضوعه رفتار مصرف‌کننده مسلمان

اصل موضوعه انگیزه و هدف رفتار مورد بررسی را تقریر می‌نماید. این اصل مبین و توضیح‌دهنده علت رفتارهای خاص مورد بررسی مصرف‌کننده می‌باشد. اصل موضوعه، ایده‌آلی است که افراد در رفتار مصرفی خویش دنبال آن هستند. معمولاً اقتصاددانان اصل موضوعه را از فرهنگ و اعتقادات اشخاص اقتباس می‌کنند. اقتصاد سرمایه‌داری، ارزش ذاتی و هدف نهایی رفتار افراد را لذت و خوشی می‌داند. در جهت این هدف غایی، هدف میانی که برای رفتار مصرف‌کننده در نظر گرفته می‌شود حداکثرسازی مطلوبیت به معنای فایده و رضایت است. بر اساس دیدگاه نظام سرمایه‌داری، مقصود از لذت و آلم، تماماً لذت و آلم دنیایی است.

سرمایه‌داری انسان را به عنوان موجودی که از تمام فعالیت‌هایی که انجام می‌دهد یا دچار درد و ناراحتی می‌گردد و یا از آن‌ها لذت می‌برد، معرفی می‌کنند. بدین ترتیب این دو عامل، محرک انسان در تمام فعالیت‌های او از جمله رفتار مصرفی‌اش می‌باشند. او حداکثر تلاش خود را انجام می‌دهد تا بیشترین لذت ممکن را از تمام فعالیت‌های خویش ببرد. بنابراین در تفکر سرمایه‌داری، تنها مادیات هدف اصلی از رفتارهای اقتصادی و مصرفی می‌باشند. درد و رنج، لذت و خوشی، در یک فرد مسلمان هم قابل تصور است با این تفاوت که فرد مسلمان در رفتار مصرفی خویش لذت حاصل از مصرف را در دو جهان می‌سنجد. او لذت‌های زودگذر دنیا را با لذت‌های پایدار و بی‌پایان جهان آخرت، مقایسه می‌کند و ترکیبی از این دو را بگونه‌ای انتخاب می‌کند که حداکثر رضایت خداوند حاصل گردد.

در تفکر سرمایه‌داری، تنها نیازهای مادی بشر مطرح می‌گردد و تنها بعد جسمانی این موجود بسیار پیچیده مدنظر قرار می‌گیرد. انسان در اقتصاد متعارف، کالاها و خدمات را مصرف می‌کند تا با توجه به محدودیت‌هایی که دارد، حداکثر لذت را کسب کند. یعنی او از مصرف کالا یک احساس خوشی زودگذر را بدست می‌آورد و دوست دارد در سایه آزادی بی‌حد و حصر، تمام خواسته‌های نفسانی خویش را ارضا گرداند.

۳. محدودیت‌های مصرفی مصرف‌کننده مسلمان

از نظر اسلام انسان موجودی است که آزاد و مختار آفریده شده است تا امکان تکامل در او پدید آید و با اختیار خویش راه کمال را بی‌یابد. تکامل انسان در شرایط آزادی انتخاب و تصمیم فراهم می‌گردد.

۳-۱. آزادی مصرف

در آموزه‌های قرآنی همه هستی به نوعی مسخر انسان دانسته شده است. این تسخیر با اهداف تکامل بشریت و دستیابی به کمال شایسته است. تصرفات انسانی نباید بیرون از قوانین و سنت‌های الهی باشد. هرگونه تصرفی برخلاف فلسفه آفرینش و سنت الهی به معنای تصرف نامشروع می‌باشد. بنابراین انسان با همه اختیارات مطلق که به عنوان خلیفه الهی دارد در محدودیت‌ها و خطوط قرمزی گرفتار است که می‌بایست آن‌ها را رعایت کند.

۳-۲. محدودیت مصرف در اسلام

در قرآن یک نوع تقسیم بندی کلی تحت عنوان حرام یا حلال بودن در مورد کالاها و خدمات وجود دارد. فرد مسلمان حق استفاده از کالاها و خدمات حرام را ندارد و در استفاده از کالاها و خدمات حلال نیز با محدودیت‌هایی روبرو است. محدودیت‌هایی را که یک مصرف‌کننده مسلمان در مصارف حلال با آن روبرو است را می‌توان به محدودیت‌های مالی شامل محدودیت درآمد، قیمت و سلیقه و محدودیت معنوی تقسیم کرد که محدودیت‌های مالی در نظام سرمایه‌داری نیز جزء محدودیت‌ها هستند.

در اسلام برای فرد مصرف‌کننده علاوه بر محدودیت‌های مادی که در نظام سرمایه‌داری برای او فرض می‌شود، محدودیت‌های دیگری نیز وجود دارد. خداوند متعال قوانین و مقرراتی را برای بهتر شدن زندگی انسان‌ها در دنیا و آخرت، وضع کرده است که رعایت این قوانین اگر چه به ظاهر محدودیت است اما نعمتی است برای انسان‌ها زیرا موجب سعادت او در دنیا و آخرت می‌گردد. از مطالب فوق اینگونه استنباط می‌گردد که فرد مسلمان با داشتن محدودیت مادی از یک حدی قادر به مصرف کالاها و خدمات حلال نمی‌باشد. همچنین با توجه به محدودیت‌های معنوی مصارف واجب را انجام می‌دهد، از محرمت دوری می‌جوید و حدود مصرف را در مصارف واجب و مصارف دیگر رعایت می‌کند.

۳-۲-۱. مصرف حلال

حلال در اصطلاح به هر قول و فعلی گفته می‌شود که از سوی شارع حرمتی درباره آن نرسیده باشد. خداوند در آیه ۲۹ سوره بقره و آیه ۳۲ سوره اعراف و دیگر آیات قرآن بیان می‌کند که حلیت نه تنها اصل اولی در بهره‌برداری از روزی‌ها و تصرف در آن است، بلکه اصل اولی در هرگونه تصرفی از سوی انسان در هستی است. همه هستی در خدمت انسان آفریده شده و انسان به عنوان خلیفه الهی بر روی زمین قادر و مجاز به تصرف در آن‌ها است مگر در موارد خاصی که آن هم از طرف خداوند تعیین شده است. از بین کالاها و خدمات فراوانی که در این دنیا موجود است، تنها قسمت ناچیزی از آن‌ها برای انسان ممنوع شده است. مصرف حلال مصرفی است که فرد مسلمان در استفاده از کالاها و خدماتی که خداوند تصرف‌شان را برای او مجاز تعیین فرموده دچار هیچگونه افراط و تفریطی نگردد و همواره روی خط اعتدال و میانه‌روی حرکت کند.

۳-۲-۲. مصارف واجب

۱. مقدار مصرفی که برای ادامه حیات انسان و حفظ نفس از ابتلا به ناراحتی‌ها و امراض بدنی و روحی ضرورت دارد.
۲. مصرفی که مربوط به افراد تحت تکفل انسان می‌باشد.

۳. تأمین مقدار لازم برای حفظ جان انسان‌هایی که جانشان در خطر است و راهی برای تأمین خوراک و پوشاک خویش ندارند.

۴. مصرف اموال برای انجام واجبات عبادی که انجام آن‌ها مستلزم صرف مال است مانند حج، زیارت، زکات و خمس که جنبه عبادی دارند.

۵. اسلام نه تنها رفع گرسنگی سایر انسان‌ها را در حد حفظ نفس واجب قرار داده بلکه رفع گرسنگی و تشنگی حیوانات را هم که در اختیار انسان هستند الزامی می‌داند (دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، ۱۳۷۴، صص ۲۸۹-۲۸۷).

فرد مسلمان مجاب شده تا کالاها و خدماتی که مجاز به مصرف آن‌ها است را به مصارفی که در بالا ذکر شد، اختصاص دهد و در صورتی که این مصارف را انجام ندهد، دچار عقوبت الهی گشته و نه به پاداش وعده داده شده خواهد رسید و نه به قرب الهی دست خواهد یافت. فرد مسلمان نمی‌تواند تنها به مصرف خویش فکر کند و تمام کالاها و خدمات حلال را در جهت رفع نیازها و خواسته‌های خود به مصرف رساند بلکه افراد تحت تکفل او و حتی در شرایطی حیوانات نیز باید از این کالاها و خدمات بهره‌مند گردند.

۳-۲-۳. مصارف حرام

۱. کالا و خدماتی که به عنوان اولی حرام شده است. گوشت خوک، استفاده از آلات لهو و لعب، منکرات، فحشا و مواردی از این قبیل جزء اینگونه کالاها و خدمات هستند.

۲. مصرف اشیایی که به عنوان ثانوی حرام شناخته می‌شوند. مصرف اشیایی مانند سم، هروئین و... که موجب هلاکت و یا ضرر انسان می‌شود.

۳. انتفاع از برخی کالاها به گونه‌ای خاص، مانند استفاده از ظروف طلا و نقره، استفاده از زیور آلات طلا برای مرد، پوشیدن لباس غیرمتعارف که موجب شهوت و جلب توجه شود، حرام است.

۴. گاهی مصارف فرد تحت تاثیر قوانینی که در جامعه اسلامی وضع شده، قرار می‌گیرد (دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، ۱۳۷۲، صص ۴۰۰-۳۸۸).

این ممنوعیت‌ها یکی از مواردی هستند که انسان به وسیله آن مورد آزمایش الهی قرار می‌گیرد. در صورتی که انسان با عقل خویش علت این ممنوعیت‌ها را درک کند و با نیروی اراده خود از مصرف کالاها و خدمات ممنوع شده خودداری کند، هم سعادت دنیا و هم سعادت آخرت نصیب او می‌گردد و به هدف غایی دست می‌یابد. به عبارتی این یک آزمایش الهی است که خداوند از بین این همه کالاها و خدمات حلال و طیب، مصرف کالاها و خدماتی را هم برای انسان مضر دانسته و ممنوع کرده است. مسلمانان به نسبت مقدار استفاده از قدرت تعقل، رعایت می‌کنند و پاداشی متناسب با مراعات آن‌ها در عدم مصرف کالاها و خدمات حرام نصیب‌شان می‌گردد.

حرمت برخی از کالاها و خدمات مربوط به ذات آن‌ها و برخی مربوط به ذات آدمی می‌باشد. برخی از کالاها و خدمات برای انسان‌ها مضر هستند که احتمال دارد انسان را به هلاکت برسانند. خداوند متعال به دلیل اینکه خود این موجود را آفریده و از ساختار وجودی او آگاهی کامل دارد، ممنوعیت استفاده از این نوع کالاها و خدمات را واجب و انسان را مجاب به رعایت این ممنوعیت کرده است. برخی از کالاها و خدمات نیز ذاتاً مضر نیستند. انسان در صورتی که حدود مصرف این نوع کالاها و خدمات را رعایت نکند، مصرف آن‌ها از یک سطح کمی و کیفی بر او حرام می‌گردد.

۳-۳. حدود مصرف از نظر کتاب و سنت

موارد مصرفی فرد مسلمان دارای دو شکل مصارف شخصی و مصارف اجتماعی است. برای هر کدام از مصارف شخصی و مصارف اجتماعی، دو حد بالا و پائین مشخص شده است. به عبارت دیگر سطوح مختلف مصرفی دارای دو منطقه خطا و درست بوده و هدف فرد مسلمان در حین مصرف حداقل کردن ضریب اشتباه می‌باشد. مصرف‌کننده مسلمانان از یک طرف در مصرف کالاها و خدمات، به خود و خانواده خویش سخت نمی‌گیرد و از طرف دیگر از افراط در مصرف و هدر دادن کالاها و خدمات مصرفی دوری می‌جوید.

۳-۳-۱. اسراف

راغب اصفهانی می‌گوید: «السرف تجاوز الحد فی کل فعل یفعله الانسان». اسراف تجاوز کردن از حد در هر کاری است که از انسان سر بزنند. گرچه استعمال آن در موارد زیاده‌روی در انفاق مال بیشتر است و گاهی به خروج از اعتدال در مقدار خرج مال و زمانی هم به چگونگی بذل مال و مورد آن اطلاق می‌شود و گفته شده است آنچه در غیر طاعت خدا مصرف شود، اسراف است گرچه مقدار آن کم و ناچیز باشد (راغب اصفهانی، ۱۴۱۳ق.، ص ۴۰۷). شیخ طوسی در یکی از فروع مربوط به زکات می‌نویسد هرگاه دهنه اسب انسان مزین به طلا و نقره باشد، زکات آن لازم نیست و استفاده از آن حرام است زیرا از مصادیق اسراف است (طوسی، ۱۴۱۷ق.، ص ۷۸).

مقدار هزینه‌ای که اگر هزینه مسلمان از آن تجاوز نماید، مشمول اسراف می‌گردد به عرف جامعه و وضعیت فرد بستگی دارد. هر کس بر اساس ایمان و عدل اسلامی موظف است زندگی خویش را طبق شأن و موقعیتی که در اجتماع دارد، تنظیم کند. البته این با معنی مساوات اسلامی منافاتی ندارد، زیرا این تفاوت بر اساس تفاوت در شهرت و ضعف استعداد و میزان تلاش افراد است. همانطور که در قسمت‌های قبل اشاره شد اثر سوء مصرف کالاها و خدمات حرام مشهود است. همچنین اثر سوء مصرف کالاهای حلالی که به واسطه عدم رعایت حدود گریبان‌گیر انسان‌ها می‌شود، هم در زندگی خود فرد و هم جامعه‌ای که زندگی می‌کند، به تدریج نمایان می‌گردد. انسان‌هایی که در مصرف کالاها و خدمات اسراف می‌ورزند، هم در دنیا اثر سوء آن‌ها را خواهند چشید و هم در آخرت خشم الهی نصیب‌شان می‌گردد.

بنابراین اسراف هم برای افراد در سطوح مختلف اجتماعی و اقتصادی و هم برای جوامع در سطوح مختلف اقتصادی و مالی، نسبی است. یعنی ممکن است در یک جامعه پیشرفته سطح مصرفی موجود امری معمولی حساب شود ولی در یک جامعه در حال توسعه خروج از حد نصاب متعارف به نظر آید. همچنین ممکن است استفاده از یک مقدار کالا برای یک فرد تجاوز از حد محسوب شود و برای شخص دیگر چنین به حساب نیاید. در روایتی از امام صادق(ع) آمده است «همانا اسراف با کمی برکت همراه است». همچنین امام صادق(ع) در جای دیگر می‌فرمایند: «همانا اسراف پدید آورنده فقر و میانه‌رویی موجب بی‌نیازی است». بنابراین در صورتی که افراد جامعه در مصرف

کالاها و خدمات اسراف ورزند، مصرف آینده آن‌ها در اثر کم شدن برکت، کاهش خواهد یافت. در صورتی که تعداد افراد مسرف جامعه زیاد شود به معنی حاکم شدن روحیه اسراف و زیاده‌روی در جامعه می‌باشد که اولین اثر آن بر طبق آیات و روایات انحطاط جامعه و محدود شدن درآمد و سطح رفاه آن است.

۳-۳-۲. تبذیر

در معنای تبذیر، راغب اصفهانی می‌گوید: تبذیر به معنای پراکنده کردن و اصل آن پاشیدن بذر است و برای هر کسی که مالش را ضایع کند، به کار می‌رود (راغب اصفهانی، ۱۳۴۱ق.، ص ۴۰۸). اسراف، اتلاف مال از نظر کمی است. ولی تبذیر اتلاف مال از نظر کیفی می‌باشد. مثلاً هزینه کردن مقداری از ثروت برای نگهداری چند سگ آن‌هم با کیفیت خاص، تبذیر به حساب می‌آید؛ هر چند مقدار این نوع هزینه زیاد نباشد. «إِنَّ التَّبْذِيرَ مِنَ الْإِسْرَافِ» (الحر العاملی، ۱۳۴۱ق.، ص ۲۷)؛ تبذیر نوعی اسراف است اما دقیقاً مترادف با اسراف نمی‌باشد. همچنین تبذیر تخصیص درآمدها به اموری از قبیل شرب خمر، موسیقی حرام، خرید مواد غذایی حرام و سایر موارد حرام شرعی است. به هر صورت صرف مال در موارد غیر عقلایی و غیر مفید تبذیر بوده و از نظر اسلام تحریم شده است. بنابراین اتلاف و بیهوده مصرف کردن مال، چه از نظر کمی و چه از نظر کیفی از نظر اسلام ممنوع است.

۳-۳-۳. اقتار

اسلام در همه امور دینی و دنیوی میانه‌رو و معتدل است. اگر اسراف را نمی‌پذیرد، نقطه مقابل آنرا نیز که افراط در ترک انفاق و سخت‌گیری و امساک در موارد مصرف است را روا نمی‌دارد و تنها امتیاز و برتری را در رعایت قصد و عدل یا حد میانه می‌داند. بنابراین اقتار نقطه مقابل اسراف است و همانطور که اسلام اسراف را به دلیل حذر دادن منابع و محروم کردن سایر افراد از آن، نکوهش می‌کند، اقتار را هم بدلیل اینکه انسان‌ها را دچار مشکل می‌کند، باطل می‌داند. انسان همواره نگران آینده است و همه امور را طوری برنامه‌ریزی می‌کند که با مشکل فقر روبرو نگردد. در صورتی که این نگرانی

مدیریت نشود در زمان حال بیش از مقدار متعارف و معمول به خود و خانواده خویش سخت می‌گیرد و حتی زندگی معمولی حال را فدای آینده‌ای می‌کند که در ذهن او سخت است و هیچگونه واقعیت عینی ندارد. بنابراین سخت‌گیری و امساک در مصرف هم برای فرد عواقبی در پی دارد و هم جامعه را دچار مشکل می‌سازد. خانواده‌هایی که در مصرف امساک و سخت‌گیری می‌کنند هزینه‌های خوراک، پوشاک، بهداشت، آموزش آنان آنطور که باید صورت نمی‌پذیرد و آنان را با مشکلات آموزشی و بهداشتی مواجه می‌سازد و رفاه آنان را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. همچنین اقتار در مواقع رکود زیان‌های غیر قابل جبرانی را به جامعه تحمیل می‌کند.

۳-۳-۴. ترف

ترف یک حالت ناشی از نداشتن تکیه‌گاه معنوی است که در انسان پدید می‌آید و در نتیجه تمام توجه او را به لذات زودگذر و آسایش محدود می‌گرداند. چون آسایش و تنعم روح انسان را نمی‌تواند ارضاء کند پیوسته در تنوع لذات بیشتر می‌کوشد. از آنجا که خوی تنوع‌طلبی و افراط در تجمل، رفاه و آسایش پیدا می‌کند، زیر بار هیچگونه حدود و مقرراتی نمی‌رود و از پیش به نعمت‌های خدا اعتراف نمی‌کند تا ملزم به ادای شکر او نباشد (موسوی اصفهانی، ۱۳۶۸، صص ۴۹۰-۴۸۸).

اسلام مخالف رفاه و آسایش نیست و در صورتی به مخالفت می‌پردازد که انسان در راه تجمل و آسایش و طلب لذت به اندازه‌ای کوشش کند که نتواند زرق و برق ناشی از آن‌ها را از ذهن خود بیرون براند و برای رسیدن به این اهداف دست به هر کاری بزند. چنین فردی جهان پس از مرگ و روز حساب را انکار می‌کند و به دلیل اینکه برای اعمال خویش میزان و معیاری را باور ندارد، پیامبران را رد می‌کند و اقدام به هرگونه عمل غیر اخلاقی می‌کند. نظام سرمایه‌داری تنها رفع نیازهای مادی را ملاک عمل قرار می‌دهد و به عبارتی تنها نیازهای مادی را می‌بیند که از عدم اعتقاد و ایمان راسخ ناشی می‌شود. این تفکر موجب ایجاد ترف در افراد مصرف‌کننده در اقتصاد متعارف می‌شود. مصرف‌کننده مسلمان حق پرداختن بیش از اندازه به لذات زودگذر و آسایش و تنعم را ندارد، زیرا او را از توجه خداوند دور می‌سازد و به سرگرمی‌های

مادی موجود در دنیا مشغول می‌سازد. انسان اقتصادی در نظام سرمایه‌داری دارای چنین خصوصیتی است.

۳-۳-۵. اِتلاف

اتلاف عبارت است از دور انداختن یا نابود کردن کالایی که برای فرد دیگری قابل استفاده باشد. دور انداختن یک پیراهن کهنه اِتلاف محسوب می‌شود، زیرا ممکن است بتوان از آن استفاده دیگری کرد. به عبارتی زمانی اِتلاف صورت می‌گیرد که منفعت کرانه‌ای کالا برای شخص صفر، ولی برای جامعه مثبت باشد (صدر، ۱۳۷۴، ص ۲۱۳). در اقتصاد اسلامی از اِتلاف نهی می‌شود. علت نهی از اِتلاف آن است که کلیه موضوعات و آحاد اقتصاد اسلامی به صورت یک مجموعه مربوط به هم در نظر گرفته می‌شود. به دلیل آنکه از نظر اسلام مؤمنین برادران یکدیگر محسوب می‌شوند، در نتیجه از نظر اقتصادی توابع مطلوبیت آن‌ها به هم مرتبط است.

۳-۳-۶. اعتدال

اعتدال مصدر باب افتعال از ریشه «ع-د-ل» و در لغت به معنای حد متوسط بین دو وضعیت دیگر است. در جامعه اسلامی بر اساس نگرش خاص اسلام باید تمامی حرکات و روش‌ها در کلیه شئون و ابعاد حیاتی در مسیری ویژه قرار گیرد که در اصطلاح خاص مکتبی از آن به صراط مستقیم و طریقه وسطی، یا راه میانه و خط عدالت تعبیر می‌شود (عطایی، ۱۳۷۶، صص ۲۱۴-۱۹۳).

شایان ذکر است که اعتدال مفهومی است که متناسب با برهه‌های مختلف زمانی، سلیقه اشخاص و مکان‌های مختلف تعریف می‌شود. از نگاه بعضی حد وسط، مفهومی است نسبی که با اختلاف اشخاص، زمان‌ها و مکان‌ها اختلاف پیدا می‌کند به این بیان که ممکن است چیزی برای یک شخص حد وسط و جنبه اعتدال محسوب شود و برای شخص دیگر یا برای همان شخص در زمان یا مکان دیگر حد وسط به حساب نیاید. پس اعتدال در مصرف به معنای بهره‌گیری از امکانات زندگی به گونه‌ای که مستلزم تلف کردن و هدر دادن مال نباشد و مازاد بر نیاز نیز نباشد و کم و کیف آن هم

از نگاه عرف هماهنگ با شرایط مکانی و زمانی و متناسب با شأن مصرف‌کننده باشد. اسلام همواره به میانه‌روی در مصرف تاکید دارد و در الگوی مصرف موردنظر خود نوع بشر را به سوی همیاری و دستگیری از هم سوق می‌دهد (کلانتری، ۱۳۸۷، صص ۴۳-۴۱).

در صورتی که مصرف‌کننده مسلمان حدود مصرف اسلامی را خوب بشناسد و به آن عمل کند همواره روی خط اعتدال حرکت خواهد کرد. در مورد کالاهای ضروری فرد مسلمان در صورتی که به اندازه نیاز خود مصرف کند، اعتدال را رعایت نموده و در صورتی که بیش از مقدار نیاز مصرف کند، اسراف کرده و در صورتی که مقدار مضاف را بدون استفاده کامل از آن به بیرون بریزد، اتلاف نموده است. همچنین در صورتی که به مصرف موارد نامشروع بپردازد، مرتکب تبذیر شده است. بنابراین مصرف‌کننده‌ای که مرتکب موارد اشاره شده نگردد، در مسیر اعتدال حرکت می‌کند. در مورد کالاهای لوکس نیز مصرف بیش از اندازه نیاز و نامتناسب با شأن اجتماعی افراد اسراف محسوب می‌گردد و از بین بردن این کالاها اتلاف و تهیه کالاهای لوکس نامشروع تبذیر می‌باشد.

۴. تخصیص درآمد مازاد مصرف‌کننده مسلمان بین امور اخروی و سرمایه‌گذاری

۴-۱. تخصیص درآمد مازاد به امور اخروی

اگر سعادت را کسب بیشترین لذت، با کمترین رنج ممکن بیان کنیم، خواهیم دید که انسان‌های مختلف با نگرش متفاوتی که نسبت به این دو مقوله دارند، رفتارهای گوناگونی را در راستای سعادت‌مند شدن از خود بروز می‌دهند. انسان‌های مادی، لذت‌ها و رنج‌ها را در نوع مادی و دنیوی‌اش محصور می‌کنند. در حالیکه بر اساس جهان بینی اسلامی، لذت‌ها و رنج‌های دنیوی از جهت کمیت با لذت‌ها و رنج‌های اخروی قابل قیاس نیست.

انسان مادی، لذت‌های دنیوی را با یکدیگر مقایسه و لذت‌های برتر و پایدارتر را انتخاب می‌کند. در حالیکه فرد مسلمان لذت‌های دنیوی را با لذت‌های اخروی مقایسه و با رعایت اعتدال انتخاب می‌کند. به عبارتی در جهان بینی اسلام، انسان دارای دو بعد

روح و بدن است و نیز زندگی‌اش دو مرحله دارد، حیات دنیوی و حیات اخروی پایدار. این جهان‌بینی سرنوشت انسان را در جهان آخرت متأثر از رفتار و کردار او در این دنیا می‌داند. از اینرو فرد مسلمان در مواردی که تراحم بین لذت‌های مادی و اخروی وجود داشته باشد، لذت‌های اخروی را بر لذت‌های زودگذر این دنیایی برتری می‌دهد.

در این قسمت فرض بر این است که مصرف‌کننده مسلمان درآمد خود را صرف خرید کالاها و خدمات حلال برای خود و افراد واجب‌النفقه خود کرده و تمامی مصارفی که بر وی واجب است را انجام داده است. افراد مختلف ممکن است در سطوح مختلف احساس کنند که مقداری از درآمد آن‌ها مازاد بر نیازشان است. فرد مسلمان این درآمد مازاد را می‌تواند به اشکال مختلف صرف کند. یکی از اشکالی را که فرد مسلمان می‌تواند درآمد خود را به آن اختصاص دهد، مخارج در راه خدا است. پاداش اصلی مصرف‌کننده‌ای که از مصرف حاضر خود می‌گذرد تا طبق فرامین الهی به اشخاص دیگری که نیاز بیشتری دارند، فرصت مصرف دهد، در جهان آخرت است. همچنین مصرف‌کننده مسلمان می‌تواند این درآمد را به مبلغ سرمایه‌گذاری تعیین شده خود اضافه کند. در بعضی شرایط سرمایه‌گذاری درآمد مازاد برای حصول درآمد بیشتر در آینده، در صورتی که هدف، حل مشکلات بزرگ و پایه‌ای باشد، بر انفاق در همان دوره برتری دارد.

۴-۲. تخصیص درآمد مازاد به سرمایه‌گذاری

فرد در زمان t ، i_t تومان سرمایه‌گذاری می‌کند و به سرمایه‌گذاری مجدد اصل و بازدهی سرمایه‌گذاری خود تا دوره T_t ادامه می‌دهد. ارزش سرمایه‌گذاری‌های وی در ابتدای دوره $t-1$ ، معادل $i_t(1+r_t)$ خواهد بود. در اینجا نرخ بازده r_t سرمایه‌گذاری است و i_t نیز همانطور که اشاره شد مقدار سرمایه‌گذاری می‌باشد. همچنین فرض بر این است که می‌توان بازده سرمایه‌گذاری‌ها را در زمان‌های متفاوت به صورت T_t و T_{t+1} و ... مشخص کرد.

سرمایه‌گذاری‌های وی در ابتدای دوره‌ی $t+2$ معادل $i_t(1+r_t)(1+r_{t+1})$ خواهد بود. ارزش سرمایه‌گذاری‌ها در ابتدای دوره زمانی τ برابر است با $i_t(1+r_t)(1+r_{t+1})\dots(1+r_{\tau-1})$ و کل بازده از سرمایه‌گذاری‌هایی را که فرد مسلمان تا دوره τ انجام می‌دهد برابر است با $j = i_t(1+r_t)(1+r_{t+1})\dots(1+r_{\tau-1}) - i_t$. نرخ‌های بازده نهایی و متوسط برای این سرمایه‌گذار برابر و ثابت هستند که در رابطه زیر آورده شده است.

$$\xi_t = \frac{j}{r_t} = \frac{dj}{dr_t} = (1+r_t)(1+r_{t+1})\dots(1+r_{\tau-1}) - 1 \quad \text{رابطه (۱-۱)}$$

برای سادگی فرض می‌شود رابطه زیر برقرار باشد:

$$\xi_{tt} = 0 \quad \text{رابطه (۲-۱)}$$

به این مفهوم که اگر سرمایه‌گذار در یک تاریخ مبادرت به سرمایه‌گذاری و همچنین نقد کردن سرمایه‌گذاری کند، نرخ بازده او برابر صفر خواهد بود. در صورتی که نرخ بازدهی در طول زمان ثابت باشد معادلات (۱-۱) و (۲-۱) به صورت زیر خواهد بود:

$$r_t = \dots = r_{\tau-1} = r$$

$$\xi_{t\tau} = (1+r)^{\tau-t} - 1 \quad \text{رابطه (۲)}$$

مطابق روابط فوق نرخ بازدهی سرمایه‌گذاری‌هایی که در یک دوره انجام می‌گیرد در دوره‌های بعدی بدست سرمایه‌گذار می‌رسد. طبق رابطه (۲) نرخ بازدهی سرمایه‌گذاری که در دوره t انجام شده و در دوره τ به دست می‌آید برابر است با:

$$(1+r)^{\tau-t} - 1$$

فرد در نظام سرمایه‌داری نیز با سرمایه‌گذاری درآمد، بازدهی نصیب وی می‌گردد، اما تفاوت‌هایی بین بازدهی سرمایه‌گذاری این فرد و بازدهی حاصل از سرمایه‌گذاری یک فرد مسلمان وجود دارد. در نرخ بازدهی سرمایه‌گذاری فرد مسلمان برخلاف این نرخ برای فرد در نظام سرمایه‌داری نرخ بهره لحاظ نشده است بلکه نرخ سود است که نرخ بازدهی او را می‌سازد. دومین تفاوت نیز این است که فرد در نظام سرمایه‌داری به این نیت سرمایه‌گذاری می‌کند که در زمان‌های بعدی مطلوبیت بیشتری را از مصرف بیشتر کالاها و خدمات نصیب خود کند در حالیکه مسلمان به این نیت سرمایه‌گذاری می‌کند که عایدی بیشتری را برای انفاق در راه خدا برای خود مهیا سازد تا از این طریق گستره انفاق خویش را افزایش دهد.

۴-۳. تابع مطلوبیت دو دوره‌ای مصرف‌کننده مسلمان

در این قسمت به مطالبی اشاره شده است که بیانگر و توضیح‌دهنده رفتار مصرف‌کننده مسلمانی است که دو جهان را ملاک عمل خود قرار می‌دهد و هدف اصلی‌اش رضای پروردگار است. تابع مطلوبیت فرد مسلمان در زیر با اقتباس از الگوی مصرف چند دوره‌ای که توسط هندرسن و کوانت بیان شده، نشان داده شده است.

$$U = U(q_{11}, \dots, q_{n1}, q_{12}, \dots, q_{n2}) \quad \text{رابطه (۳)}$$

در رابطه مذکور رقم اول اندیس q نشان دهنده نوع کالا و رقم دوم اندیس q نیز نشان دهنده دوره مصرف کالا است (هندرسن و کوانت، ۱۳۸۷، ص ۴۷۰). در تابع فوق مصرف‌کننده مسلمان دو زمان را ملاک عمل قرار می‌دهد. به عبارتی انتظار کسب مطلوبیت در دو جهان در ذهن او حکمفرما است. یکی از این زمان‌ها، همین دنیای مادی است و زمان دیگر مربوط به جهان آخرت می‌باشد. فرد مسلمان می‌تواند n کالا یا تعدادی از آن‌ها را برای کسب مطلوبیت در جهان دیگر به مصرف برساند که همانا این مصرف همان انفاق و درآمد خود را برای مصرف دیگران تخصیص دادن است.

همچنین او می‌تواند این n کالا و یا تعدادی از آن‌ها را برای کسب مطلوبیت و لذت در این دنیا، مصرف کند.

انسان‌ها با توجه به مراتب معنوی که در آن‌ها وجود دارد و با توجه به درجات ایمان و اعتقادشان به روز جزا و پاداش، طوری مصارف این دنیایی و مصارف آخرتی را تنظیم می‌کنند تا حداکثر رضایت را بدست آورند و در نتیجه آن، حداکثر رضایت پروردگار از جهت آن‌ها حاصل گردد. بنابراین افراد با توجه به درجه اهمیتی که به رضایت پروردگار می‌دهند، درآمد خویش را به این دو نوع مصرف تخصیص خواهند داد. در این بین انسان مادی تنها به خود می‌اندیشد و به این دنیا نظر دارد و تنها در پی آن است که بیشترین لذت ممکن را در این دنیا بدست آورد. انسانی که به مراتب معنوی قابل قبولی رسیده، یک تعادل و توازن منحصر به فردی را بین این دو نوع مصرف برقرار می‌کند و از این طریق رضایت بیشتر پروردگار را به دست می‌آورد. انسان مادی تنها به لذایذ زودگذر دنیایی دل خوش می‌کند. لذایذی که خیلی زود بدست می‌آید و خیلی زود اثر آن از بین می‌رود. حال آنکه انسان متعادل مسلمان مقداری از مصارف خود را در این دنیا به قصد کسب مطلوبیت در جهانی دیگر انجام می‌دهد زیرا او معتقد است لذت اصیل، مربوط به جهان آخرت است و رضای پروردگار بزرگ‌ترین و اصیل‌ترین لذت ممکن است.

از آنجا که با استفاده از نظریه کالاهای ترکیبی ساده می‌شود، فرض می‌شود c_t کل مخارج مصرفی مصرف‌کننده برای کالاهای مختلف در دوره زمانی t باشد، داریم:

$$c_t = \sum_{j=1}^n p_{jt} q_{jt} \quad t = 1, 2 \quad \text{رابطه (۴)}$$

اگر رابطه (۳) را مجدداً برای تعیین مخارج مصرفی این کالای مرکب تعریف کنیم، خواهیم داشت:

$$U = V(c_1, \dots, c_\tau) \quad \text{رابطه (۵)}$$

در رابطه فوق c_1 کل مخارج مصرفی مصرف‌کننده برای رفع نیازهای دنیایی و c_2 کل مخارج مصرفی جهت کسب پاداش اخروی و رضای الهی می‌باشد. این رابطه حداکثر مقدار شاخص مطلوبیت را با توجه به هر الگوی هزینه مصرفی به دست می‌دهد. نرخ جانشینی زمانی مصرف‌کننده به شکل زیر است:

$$-\frac{\partial c_t}{\partial c_\tau} = \frac{v_t}{v_\tau} \quad t, \tau = 1, \dots, T \quad \text{رابطه (۶)}$$

نرخ جانشینی زمانی مصرف‌کننده عبارت است از آن نرخ که هزینه مصرفی در دوره زمانی دوم افزایش می‌یابد تا در مقابل کاهش هزینه مصرفی در دوره زمانی اول، سطح مطلوبیت مصرف‌کننده بدون تغییر باقی بماند. به عبارت دیگر نرخ جانشینی زمانی مصرف‌کننده مسلمان عبارت است از آن نرخ که هزینه مصرفی برای جهان آخرت افزایش می‌یابد تا در مقابل کاهش هزینه‌های مصرفی این دنیایی، مطلوبیت مصرف‌کننده مسلمان بدون تغییر باقی بماند. در این بین فرد مسلمان به تناسب اعتقاد و ایمانش، حداقل پاداشی را انتظار دارد که در جهانی دیگر کسب کند که این خود انگیزه‌ای برای مصرف‌کننده مسلمان است تا هزینه مصرفی خود را در دنیا به تعویق بیندازد. این حداقل پاداش برابر با نرخ رجحان زمانی برای مصرف آخرتی به جای مصرف دنیایی است:

$$\eta_{t\tau} = -\frac{\partial c_t}{\partial c_\tau} - 1 \quad t, \tau = 1, \dots, T, \tau > t \quad \text{رابطه (۷)}$$

مصرف‌کننده مسلمان دو جهان را ملاک عمل قرار می‌دهد و نرخ ترجیحات او مربوط به صرف درآمد مازاد به مصرف خود یا مصارف در راه خدا است. حال آنکه در سرمایه‌داری انسان به مقایسه مطلوبیت مصرف در زمان‌های مختلف در همین دنیای فانی می‌پردازد و مصرف در زمان خاصی را که برای او مطلوبیت بیشتری دارد بر مصرف دیگر زمان‌ها ترجیح می‌دهد. در اسلام فرد مسلمان بین مصرف دنیایی و

مصرف اخروی به مقایسه می‌پردازد و هر کدام که برای او بهترین پاداش را به ارمغان آورد، بر می‌گزیند و در نتیجه به قرب الهی دست می‌یابد.

۴-۴. محدودیت بودجه برای مصرف‌کننده مسلمان

مصرف‌کننده مسلمان به سه طریق می‌تواند درآمد مازاد خود را تخصیص دهد. شکل اول تخصیص درآمد مازاد او، به پس‌انداز بدون دریافت بهره مربوط است زیرا بهره در اسلام حرام است. شکل دوم تخصیص مربوط به انفاق می‌باشد. شکل سوم تخصیص درآمد مازاد مربوط به سرمایه‌گذاری است. سرمایه‌گذاری نیز در بیشتر مواقع ارزشی بیش از انفاق در نزد خداوند دارد، زیرا در اثر تخصیص درآمد در سرمایه‌گذاری‌های عقلایی و مدیریت درست، افراد زیادی مشغول به کار می‌گردند، تولید افزایش می‌یابد و اقتصاد جامعه رو به شکوفایی می‌گزارد که اثر آن چندین برابر انفاق است.

کل درآمدهای دریافتی مسلمان در دوره t برابر است با y_t یعنی مجموع درآمدهای کسب شده وی به علاوه $r_{t-1}i_{t-1}$ یعنی درآمدهای حاصل از سرمایه‌گذاری‌هایی که در دوره‌های گذشته انجام داده است. درآمد حاصل از سرمایه‌گذاری زمانی حاصل خواهد شد که اولاً نرخ سود حاصل از آن مثبت باشد و ثانیاً سرمایه‌گذاری نیز که از پس‌انداز ناشی می‌شود، انجام شده باشد. از اینرو درآمدهای دریافتی کل برابر خواهد بود با:

$$y_t + r_{t-1}i_{t-1} \quad \text{رابطه (۸)}$$

و پس‌انداز فرد مسلمان برابر است با تفاوت بین کل درآمدهای انتظاری و کل مخارج مصرفی دوره مورد نظر که برابر است با:

$$S_t = y_t + r_{t-1}i_{t-1} - c_t \quad \text{رابطه (۹)}$$

مصرف‌کننده ممکن است در سال‌های اولیه کسب درآمد خود که نسبتاً درآمد کمتری دارد، پس‌اندازی نداشته باشد یا حتی پس‌انداز منفی داشته است. همین‌طور شاید مقداری از سرمایه‌گذاری‌ها را در صورتی که نرخ سود حاصل از آن، هزینه‌های

این دوره را پوشش ندهد، به نقدینگی تبدیل کند. بنابراین فرد مسلمان در برنامه‌ریزی مصارف این دنیایی باید کاملاً هوشیار باشد چرا که سرمایه‌گذاری‌های عقلایی منطقی او حتی در بعضی مواقع بر انفاق اولویت دارد. اهمیت این سرمایه‌گذاری‌ها از آنجا است که می‌تواند منبع تأمین هزینه تمام دوران زندگی این دنیایی و انفاق در راه خدا باشد. مقدار سرمایه‌گذاری که مصرف‌کننده پس از مبادله، در نظر می‌گیرد انجام دهد، می‌تواند به صورت تابعی از درآمدی که کسب نموده و نرخ سود حاصل از سرمایه‌گذاری باشد؛ یعنی:

$$i_1 = (y_1 - c_1)$$

$$i_2 = (y_1 - c_1)(1 + r_1)$$

در حالت کلی از رابطه (۱-۱) استفاده می‌شود.

$$i_t = \sum_{\tau=1}^t (y_t - c_t)(1 + \xi_{t\tau}) \quad \tau = 1, \dots, t \quad \text{رابطه (۱۰)}$$

اعمال محدودیت بودجه:

$$i_T = \sum_{t=1}^T (y_t - c_t)(1 + \xi_{iT}) = 0 \quad \text{رابطه (۱۱)}$$

اگر کل رابطه فوق را به مقدار ثابت $1 + \xi_{iT}$ تقسیم کنیم و جملات مربوط به مخارج مصرفی وی را به سمت راست رابطه منتقل کنیم، محدودیت بودجه مصرف‌کننده را می‌توانیم به صورت زیر نشان دهیم.

$$\sum_{t=1}^T y_t (1 + \xi_{1t})^{-1} = \sum_{t=1}^T c_t (1 + \xi_{1t})^{-1} \quad \text{رابطه (۱۲)}$$

چون:

$$\frac{1 + \xi_{iT}}{1 + \xi_{1T}} = \frac{(1 + i_1) \dots (1 + i_{T-1})}{(1 + i_1) \dots (1 + i_{T-1})} = \frac{1}{(1 + i_1) \dots (1 + i_{T-1})} = (1 + \xi_{1t})^{-1}$$

۵. برنامه‌ریزی مصرف بین سرمایه‌گذاری و امور اخروی

مصرف‌کننده مسلمان شاخص مطلوبیت طول حیات خود را با توجه به محدودیت بودجه به حداکثر می‌رساند.

$$\begin{aligned} \dot{V} &= V(c_1, c_2) + \lambda \sum_{t=1}^T (y_t - c_t)(1 + \xi_{1t})^{-1} \\ \frac{\partial \dot{V}}{\partial c_t} &= V_t - \lambda (1 + \xi_{1t})^{-1} = 0 \quad t = 1, \dots, T \\ \frac{\partial \dot{V}}{\partial c_t} &= \sum_{t=1}^T (y_t - c_t)(1 + \xi_{1t})^{-1} = 0 \end{aligned}$$

بنابراین:

$$-\frac{\partial c_\tau}{\partial c_t} + \frac{(1 + \xi_{1t})^{-1}}{(1 + \xi_{1\tau})^{-1}} = 1 + \xi_{t\tau} \quad t, \tau = 1, \dots, T \quad t < \tau$$

و در نتیجه در ازای t و $\tau = 1, \dots, T$ و $\tau > t$ ، مقدار $\eta_{t\tau} = \xi_{t\tau}$ بدست می‌آید. در ادامه، فرمول‌های فوق، برای یک فرد مسلمان که دو دوره زمانی دنیا و آخرت را در نظر می‌گیرد، به کار گرفته شده است. مصرف‌کننده مسلمان با برابر قرار دادن نرخ ترجیحات زمانی با نرخ بازده سرمایه‌گذاری، ترجیحات ذهنی خود را با فرصت‌های موجود در بازار تنظیم می‌کند. اگر $\eta_{t\tau}$ کوچک‌تر از $\xi_{t\tau}$ باشد، به عبارتی پاداش مصرف آخرتی کوچک‌تر از بازده سرمایه‌گذاری باشد. سرمایه‌گذاری درآمد مازاد اثر بیشتری از مصرف آن در راه انفاق و مصارف آخرتی دارد که در نتیجه آن مصرف‌کننده مسلمان به سرمایه‌گذاری می‌پردازد. صرف درآمد مازاد برای سرمایه‌گذاری در حالتی که افراد جامعه بالاتر از حد معاش زندگی کنند و به خطر افتادن زندگی افراد نیازمندی

که به این درآمد نیاز مبرم دارند مطرح نباشد، بیش از صرف آن در زمان حاضر در راه انفاق کارایی دارد. فرد مسلمان مورد قبول مکتب اسلام در همه حال این تفکر را در ذهن خود می‌پروراند که ابتدا اوضاع و احوال زندگی خود و افراد تحت تکفل خویش را سر و سامان دهد و رفاه خانواده خود را به بالاترین حد ممکن برساند، در مرحله بعد رفاه نزدیکان خود را در حد معقول تأمین نماید و در آخر تمام تلاش و همت خود را به کار می‌گیرد تا جامعه در حد بالای توسعه‌یافتگی باشد. بنابراین چنین فردی ابتدا درآمد خود را به خانواده و افراد تحت تکفل خویش اختصاص می‌دهد و در صورتی که مازادی از درآمد وی باقی بماند، با عقل بهره‌مند از قرآن و سنت، بهترین انتخاب ممکن را بین انفاق در همان زمان، سرمایه‌گذاری به قصد بهبود اوضاع جامعه و یا ترکیبی از این دو انجام می‌دهد تا رضایت هر چه بیشتر پروردگار را به دست آورد.

همانطور که گفته شد مصرف‌کننده هم می‌تواند تنها به مصارف دنیایی بپردازد که لذت حاصل از آن خیلی زود نصیب وی می‌گردد و بسیار زودگذر است و هم می‌تواند مصارف آخرتی را نیز انجام دهد که اگر چه لذت حاصل از آن در جهانی دیگر نصیب وی می‌گردد اما لذتی پایدار و غیر قابل مقایسه با لذت حاصل از مصرف این دنیایی است. همچنین فرد مسلمان برای صرف درآمد مازاد، علاوه بر هزینه کردن در راه خدا، انتخاب دیگری نیز دارد و آن سرمایه‌گذاری است. سرمایه‌گذاری به قصد بهبود بخشیدن به وضع جامعه از طریق افزایش اشتغال و تولید و کمک هر چه بیشتر به هموعان می‌تواند در بعضی موارد ارزشی بالاتر از انفاق داشته باشد زیرا در مراحل بعدی اثرات این سرمایه‌گذاری، می‌تواند در سطح وسیع‌تری به افراد جامعه کمک کند. با توجه به مطالب ارائه شده اگر η_{it} بزرگتر از ξ_{it} باشد، بدین مفهوم است که پاداشی را که مصرف‌کننده مسلمان به علت مصارف اخروی در ذهن دارد بالاتر از پاداشی است که او می‌توانست با صرف درآمد مازاد به سرمایه‌گذاری کسب کند. بنابراین درآمد مازاد خویش را به دیگران می‌بخشد تا سطح مصرف و رفاه آنان افزایش یابد.

جمع بندی

گرایش به لذت و گریز از رنج، یکی از گرایش‌های فطری انسان است. در نظام سرمایه‌داری تمامی فعالیت‌های انسان از جمله رفتار مصرفی او تحت تأثیر این دو نیرو توجیه می‌شود. در این نظام مصرف‌کننده تحت هر شرایطی سعی می‌کند متناسب با محدودیت‌ها بهترین انتخاب را انجام دهد تا از این طریق بیشترین لذت ممکن را با کمترین رنج، کسب کند. در اقتصاد اسلامی نیز همانند اقتصاد سرمایه‌داری گرایش به لذت و گریز از رنج در نهاد فرد مسلمان فرض می‌شود. اما همانطور که در قسمت محدودیت نیز به آن پرداخته شد، محدودیت‌هایی که فرد مسلمان در مصرف خود با آن روبرو است بسیار متفاوت از محدودیت‌هایی است که انسان اقتصادی در رفتار مصرفی خود دارد. فرد مسلمان علاوه بر محدودیت‌های درآمدی که در سرمایه‌داری نیز وجود دارد، محدودیت‌های دیگری را نیز از قبیل اسراف، تبذیر، اقتار، اتلاف، ترف و غیره باید در رفتار مصرفی خود لحاظ کند. بدین ترتیب فرضیه دوم تحقیق مبنی بر تفاوت محدودیت‌ها در مصرف اسلامی و غیر اسلامی آن مورد تأیید است.

افراد مختلف به تناسب ایمان و شناختی که از نظام آفرینش و عدالت و عظمت پروردگار دارند، لذا بد معنوی را نسبت به لذایذ مادی می‌سنجند. بر اساس این شناخت و ایمان، هر کدام از افراد نسبت خاصی از لذت اخروی به دنیایی برای خود دارد. یکی از تفاوت‌های اصلی اقتصاد اسلامی و نظام سرمایه‌داری در کیفیت و کمیت پرداختن به بعد جسمانی و معنوی مصرف‌کنندگان است. در اقتصاد سرمایه‌داری با توجه به اینکه مسائل مادی بیش از حد مدنظر قرار می‌گیرد، خیلی از اعمال و رفتار مصرف‌کنندگان در تمام زمینه‌ها رنگ و بوی مادی به خود می‌گیرد. مصرف‌کنندگان غیر مسلمان انفاق می‌کنند چون لذت می‌برند در چشم باشند و خشنود می‌گردند زیانزد دیگران باشند. همچنین این موضوع در مورد خیلی از مؤسسات و بنگاه‌های خیریه غیر اسلامی نیز ممکن است، مصداق داشته باشد. در اسلام، تمامی فعالیت‌ها و رفتارهای مصرف‌کننده حتی غذا خوردن وی، به دلیل توجه به خدا، رنگ معنوی به خود می‌گیرد. همچنین در ورای مصارف معنوی، به سبب توجه به عالم بالا، هیچگونه ریا و بداخلاقی‌های اینچنینی وجود نخواهد داشت. با توجه به مطالب اشاره شده در این قسمت می‌توان

گفت شیوه تخصیص درآمد فرد مسلمان بسیار متفاوت از شیوه تخصیص یک فرد در سرمایه‌داری است. بنابراین فرضیه سوم نیز بدین صورت تأیید می‌گردد.

با توجه به مباحثی که در این پژوهش مطرح شد، این نتیجه اخذ می‌گردد که در اسلام، الگوی مصرف، مبتنی بر چند اصل اساسی است. یکی از اصولی که از الگوی مصرف اسلامی برداشت می‌شود، تمتع و انتفاع از مواهب الهی است، بدین نحو که اسلام اعتقاد به این ندارد که تقرب و بندگی خداوند با بهره‌وری از نعمت‌های الهی، منافات دارد، بلکه در اسلام اعتقاد بر این است که تمتع و برخورداری از مواهب زندگی برای مسلمانان، نه تنها جایز، بلکه امری ضروری می‌باشد. اصل دیگری که در الگوی مصرف اسلامی مطرح می‌باشد، قناعت است. اگر چه در اسلام بهره‌گیری از نعمت‌های الهی توصیه شده است اما برخلاف نظام سرمایه‌داری که مصرف‌کنندگان را برای مصرف هر چه بیشتر و لذت بردن بدون حد و حصر از هر چیزی که نفس‌شان طلب کند، به رقابت رهنمود می‌کند، اسلام مصرف‌کنندگان را به قناعت و مناعت فرا می‌خواند و آن‌ها را به کنترل خویش و پرهیز از حرص و نزاع بر سر برخورداری‌های مادی، تشویق و ترغیب می‌نماید.

اصل سومی را که می‌توان با توجه به پژوهش حاضر مطرح نمود، رعایت محدودیت‌هایی مانند پرهیز از اسراف، تبذیر، افتار، اتلاف و... است که اسلام برای سعادت هر چه بیشتر انسان‌ها، این محدودیت‌ها را قرار داده است. بر طبق این اصل، اسلام مسلمانان را از اسراف و تبذیر و تجمل‌گرایی در مصرف بر حذر می‌دارد و آن‌ها را به اعتدال و رعایت میانه‌روی در استفاده از نعمت‌های خداوند، دعوت می‌کند. بنابراین انسان‌ها با توجه به میزان رعایت این اصول، کیفیت‌های متفاوتی از رفتار مصرف اسلامی را از خود بروز می‌دهند. افرادی که اعتقاد کامل به روز جزا و پاداش دارند و آن را به خوبی درک کرده‌اند، رفتار مصرفی‌شان، منطبق بر الگوی مصرف اسلامی است. همچنین افرادی که درک تقریباً خوبی نسبت به جهان آخرت دارند و تا حد قابل قبولی اصول مطرح شده را رعایت می‌کنند، رفتار مصرفی‌شان به رفتار مصرفی مطرح شده توسط اسلام، نزدیک است. و در آخر افراد مادی که در همه حال تلاش

می‌کنند تا بیشترین لذت‌ها را از بین لذت‌های بدون دوام این دنیا کسب کنند، رفتاری کاملاً متناقض از رفتار مصرفی ایده‌آل مطرح شده توسط اسلام دارند.

یک فرد مسلمان دو دوره زمانی دنیا و آخرت را در نظر می‌گیرد و ممکن است درآمد مازاد بر مصرف خود را انفاق کند یا آنرا سرمایه‌گذاری نماید. مصرف‌کننده مسلمان با برابر قرار دادن نرخ ترجیحات زمانی خود با نرخ بازده سرمایه‌گذاری، ترجیحات ذهنی خود را با فرصت‌های موجود در بازار تنظیم می‌کند. اگر پاداش مصرف آخرتی کوچک‌تر از بازده سرمایه‌گذاری باشد، سرمایه‌گذاری درآمد مازاد اثر بیشتری از مصرف آن در راه انفاق و مصارف آخرتی دارد و در نتیجه آن مصرف‌کننده مسلمان به سرمایه‌گذاری درآمد مازاد بر مصرف خود می‌پردازد. اما اگر پاداشی را که مصرف‌کننده مسلمان به علت مصارف اخروی در ذهن دارد، بالاتر از پاداشی باشد که او با صرف درآمد مازاد به سرمایه‌گذاری کسب کند، درآمد مازاد خویش را به دیگران می‌بخشد و انفاق می‌نماید.

کتابنامه

قرآن کریم

- تارو، لستر (۱۳۷۶)، *آینده سرمایه‌داری*، ترجمه عزیز کیاوند، تهران: نشر دیدار، چ ۱.
- الحر العاملی، محمد بن حسن (۱۴۱۳ق.)، *وسائل الشیعه*، قم: مؤسسه آل‌البیت احیاء التراث.
- دادگر، یداله (۱۳۷۸)، *نگرشی به اقتصاد اسلامی*، معرفت‌ها، ارزش‌ها و روش‌ها، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، پژوهشکده اقتصاد.
- دادگر، یداله و باقری تودشکی، مجتبی (۱۳۸۰)، «سطح مصرف در اسلام»، انتشارات دانشگاه مفید، *نشریه نامه مفید*، س ۷.
- دفتر همکاری حوزه و دانشگاه (۱۳۷۲)، *درآمدی بر اقتصاد اسلامی*، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، چ ۴.
- دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، (۱۳۷۴)، *مبانی اقتصاد اسلامی*، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، چ ۲.
- زرقاء، انس (۱۳۸۵)، «تابع رفاه اجتماعی از دیدگاه اسلام»، ترجمه مجتبی باقری تودشکی، *فصلنامه تخصصی اقتصاد دینی*، تهران: موسسه دین و اقتصاد، س ۱، ش ۲.

راغب اصفهانی، (۱۴۱۳ق.)، مفردات الفاظ القرآن، بی‌جا، الدار السامیه، چ ۱.
صدر، سید کاظم (۱۳۷۴)، اقتصاد صدر اسلام، تهران: مرکز چاپ و انتشار دانشگاه شهید
بهشتی، چ ۱.

طوسی، محمدبن حسن (۱۴۱۷ق.)، الخلاف، بی‌جا: مؤسسه النشر الاسلامیه، چ ۱.
قحف، منذر (۱۳۸۵)، «مروری بر الگوهای اقتصاد اسلامی»، ترجمه سید حسین میرمعزی، مجله
اقتصاد اسلامی، ش ۲۱.

موسوی اصفهانی، سید جمال الدین (۱۳۶۸)، پیام‌های اقتصادی قرآن، تهران: دفتر نشر فرهنگ
اسلامی، چ ۱.

Fahim Khan, Mohammad (1984), "Macro Consumption Function in Islamic
Framework", *Journal of Research in Islamic Economics*, vol. 1, no. 2.

Kahf, Mohammad Monzer (1981), "A Contribution to the Theory of Consumer
Behavior in an Islamic Society", *readings in microeconomics*.

