

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر میزان مشارکت افراد در پرداخت زکات

علی فرهادیان آرانی*

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۱۲/۱۸

بلال وثوق**

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۰۴/۱۴

چکیده

با توجه به اهمیت زکات در دین اسلام و تاکیدات زیاد نسبت به پرداخت زکات در قرآن و کلام اهل بیت(ع)، در این تحقیق به بررسی مهمترین عوامل موثر بر میزان مشارکت افراد در پرداخت زکات پرداخته شده است. در مرحله اول تحقیق مهمترین عوامل موثر بر پرداخت زکات و بارزترین مشخصه‌های این عوامل با استفاده از روش دلفی طی چهار مرحله شناسایی شده است که این عوامل شامل «نوع دوستی»، «میزان اعتقاد و دین داری»، «خشنودی و رضایت شخصی»، «منفعت گرایانه» و «سازمان» میباشند. سپس این عوامل و مشخصه‌های هر یک از آنها در جامعه آماری استان همدان میان مشمولین زکات مورد آزمایش و بررسی قرار گرفته است. در این مرحله ابتدا با استفاده از آزمون $T-TEST$ تاثیر گذاری یا عدم تاثیر گذاری هر یک از عوامل پنج گانه مورد بررسی قرار گرفته است. عوامل سازمانی، ایمانی و نوع دوستی، میانگین قابل قبولی از جهت تاثیر گذاری به دست آورده اند و عوامل منفعت طلبانه و رضایت شخصی از نظر پاسخ دهندگان جزء عوامل موثر در ایجاد انگیزش میان زکات دهندگان نبودند. سپس با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون شدت و نوع رابطه بین پنج عامل به صورت دویه دو محاسبه و اندازه گیری شده است و در نهایت با استفاده از آزمون فریدمن میزان تاثیر و اهمیت هر کدام یک از مشخصه های عوامل پنج گانه مورد بررسی قرار گرفته است.

واژگان کلیدی

زکات، عامل سازمان، عامل ایمان به خدا، عامل منفعت گرایانه، عامل رضایت شخصی

* دانشجوی کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق(ع)

farhadian84@gmail.com

** دانشجوی کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق(ع)

bfvosough@gmail.com

مقدمه

زکات یک فریضه واجب الهی است که در قرآن مجید قرین نماز (اقیموا الصلوة و اتوا الزکاة) آورده شده است (حج: ۴۱). این واجب الهی موجب تطهیر روحی و پاک شدن ثروت و مال می‌گردد (توبه: ۱۰۴). بار ارزشی زکات در جامعه اسلامی بسیار اهمیت دارد و با پرداخت وجوهات آن اولاً یکی از دستورات مؤکد و واجب دین مبین اسلام رواج یافته است، ثانیاً بار ارزشی مساله برجسته شده و جایگاه اصلی خود را به دست می‌آورد، ثالثاً قسمتی از معضلات و مشکلات اقتصادی و مالی مسلمانان کاهش می‌یابد و رابعاً از راه‌های دست یابی به عدالت اجتماعی و تعدیل ثروت در جامعه می‌باشد (مجلسی، ۱۹۸۳م، ج ۹، صص ۵۵-۱۲؛ نجفی، ۱۹۸۲م، ج ۹، صص ۳۱-۴).

از طرف دیگر همانطور که مشخص است نظام‌های مالی از بازارهای مالی، نهادهای مالی و ابزارهای مالی تشکیل شده‌اند، نظام مالی اسلام هم شبکه‌ای از بازارهای مالی، نهادهای مالی و ابزارهای مالی است که در چارچوب اصول و مبانی اسلام وظیفه نقل و انتقال وجوه را از جایی که مازاد وجوه وجود دارد، به جایی که کمبود وجوه وجود دارد، برعهده دارند. از جمله ابزارهایی که در دین اسلام وظیفه انتقال این وجوه را بر عهده دارد، زکات می‌باشد (Imtiaz, 2000, p.32؛ شعبانی، ۱۳۷۵، صص ۲۰-۲۱؛ صالح آبادی، ۱۳۸۳، ص ۱۵). بنابراین زکات یکی از منابع تامین وجوه نقد قابل دسترسی در اقتصاد اسلامی می‌باشد. به همین جهت از ویژگی‌های زکات می‌توان به این نکات توجه داشت که زکات ثروت را در میان جریانات مصرفی فقرا و نیازمندان توزیع می‌کند و منابعی را که در سطح جامعه به خوبی و درست تخصیص پیدا نکرده‌اند را به درستی باز تخصیص می‌کند. با این وجود میزان وجوه جمع‌آوری شده از طریق زکات در کشور ما بسیار کمتر از مقدار بالقوه‌ای است که وجود دارد (کاشیان، ۱۳۸۹، صص ۷۲-۵۰؛ زمانی فر، ۱۳۸۲، صص ۳۱-۲۳؛ ثامنی، ۱۳۷۷، صص ۷۲-۶۱؛ دبیرخانه ستاد احیای زکات، ۱۳۸۶، صص ۹-۳). هر چند در زمینه جمع‌آوری زکات در کشور آمار دقیقی وجود ندارد اما ستاد احیای زکات که چند سالی است شکل گرفته است و خدمات سازماندهی و جمع‌آوری و مصرف زکات را به صورت رسمی بر عهده گرفته است، این ستاد مبلغ زکات جذب شده زکات طی سال‌های ۸۶-۸۳ را به ترتیب

۸۸۷، ۲۹۸، ۷۴۷، ۲۲۸ میلیون ریال اعلام کرده است که ظرفیت زکات غلات اربعه به تنهایی در این چهار ساله ۰۰۰، ۴۰۹، ۴۲۷، ۴۸۶، ۱۲ میلیون ریال بوده است که درصد جذب شده نسبت به ظرفیت موجود ۲/۸ درصد بوده است. البته در مورد آمار ارائه شده لازم به ذکر است که در مورد محاسبه میزان بالقوه زکات چندین تحقیق قوی و مناسب در قالب پایان نامه انجام شده است که با استفاده از آمار موجود و ارزش افزوده بخش های مختلف اقتصادی به محاسبه زکات بالقوه پرداخته اند که آمار محاسبه شده در این تحقیقات از طرف ستاد احیای زکات هم اعلام و تایید شده است و در این تحقیق هم از این آمار استفاده شده است (کاشیان، ۱۳۸۹، صص ۷۸-۵۶؛ زمانی فر، ۱۳۸۲، صص ۴۵-۳۳؛ ثامنی، ۱۳۷۷، صص ۸۲-۷۱؛ دبیرخانه ستاد احیای زکات، ۱۳۸۶، صص ۹-۳). همچنین در مورد اینکه ممکن است میزان پرداخت زکات مردم بسیار زیاد باشد ولی این پرداخت به ستاد احیای زکات نباشد تحقیق جامعی انجام نشده است ولی ستاد احیای زکات ادعا نموده است که با توجه به تحقیقاتی که انجام داده اند میزان زکاتی که مردم به مراجع محترم تقلید می دهند و یا به صورت خودجوش توزیع می کنند بسیار کم می باشد و میزان زکاتی هم که در این چند ساله ستاد احیای زکات توانسته است جمع آوری کند حاصل تبلیغات و سازماندهی این ستاد می باشد و گر نه میزان مشارکت مردم در پرداخت زکات بسیار پایین می باشد. البته لازم به ذکر است که در این رابطه آمار دقیقی منتشر نشده است.

با توجه به مطالب بیان شده و همچنین با توجه به اینکه زکات یکی از موضوعات مهم در ساختار اقتصاد اسلامی می باشد، با این وجود میزان زکات جمع آوری شده چندان خوش آیند به نظر نمی رسد (هر چند آمار ارائه شده دقیق نمی باشد ولی در کلیت آن هیچ ابهامی وجود ندارد)، این روند و میزان جمع آوری زکات ناشی از عوامل مختلفی می تواند باشد، اما یکی از مهمترین عواملی که در تحقیقات مختلف به آن اشاره شده است (مولائی، ۱۳۷۱، ص ۲۱؛ لاجوردی، ۱۳۷۱، ص ۱۵؛ Masroorkhan, 2007, p. 17؛ Abdoullah, 2008, p. 17). عدم وجود انگیزه برای پرداخت زکات در میان مردم می باشد. بنابراین پژوهش حاضر به دنبال فهم و دانستن عوامل موثر در انگیزش مسلمانان جهت پرداخت زکات است. بدین منظور در مرحله اول تحقیق مهمترین عوامل موثر بر پرداخت زکات و بارزترین مشخصه های این عوامل با استفاده از روش

دلفی شناسایی می‌شوند. سپس این عوامل و مشخه‌های هر یک از آن‌ها در جامعه آماری میان مشمولین زکات مورد آزمایش و بررسی قرار می‌گیرند. در این مرحله ابتدا با استفاده از آزمون T-TEST تاثیرگذاری یا عدم تاثیرگذاری هر یک از عوامل پنج گانه مورد بررسی قرار گرفته می‌شود. سپس با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون شدت و نوع رابطه بین پنج عامل به صورت دو به دو محاسبه و اندازه گیری می‌شود و در نهایت با استفاده از آزمون فریدمن میزان تاثیر و اهمیت هر کدام یک از مشخصه‌های عوامل پنج گانه بررسی می‌شود.

۱. مروری بر تحقیقات گذشته

در مورد بررسی عوامل داخلی و خارجی موثر بر میزان مشارکت افراد در پرداخت زکات در ایران، مطالعه مستقیمی صورت نگرفته اما در حوزه زکات در نظام اقتصادی اسلامی، مطالعاتی در داخل و خارج کشور صورت گرفته است که می‌تواند در این تحقیق استفاده شوند.

لاجوردی (۱۳۷۱) به بررسی نقش زکات در نظام اقتصاد اسلامی پرداخته است و کلیاتی درباره زکات و منابع و مصارف زکات و نقش حکومت اسلامی در مساله زکات بیان نموده است و سپس نتیجه‌گیری کرده است که اسلام برای کم کردن شکاف موجود بین زندگی طبقات فقیر و غنی، سهمی از اموال مازاد بر احتیاج افراد غنی را به نام زکات و به عنوان عبادت در اختیار افراد فقیر قرار می‌دهد و عامل ایمانی را عامل مهمی در ایجاد انگیزه پرداخت زکات معرفی می‌نماید.

مولائی (۱۳۷۱) در پایان‌نامه خود تحت عنوان ملاحظاتی پیرامون ابزارها و سیاست‌های توازن ثروت در سیستم اقتصادی اسلام، ضمن بیان مفهوم واقعی ملکیت در اسلام و تشریح قوانین و چارچوب آن نتیجه‌گیری می‌کند که مالیات‌های اسلامی دارای اثر کاملاً مثبت بر تولید و مصرف هستند و قادرند تعادل و توازن ایجاد کنند، که یکی از انواع مالیات‌ها زکات می‌باشند و بر نقش تشکیلات و سازمان در جمع‌آوری زکات تاکید می‌کند.

ثامنی (۱۳۷۷) به تعیین ظرفیت بالقوه زکات در ایران پرداخته است و سعی نموده است درآمدهای بالقوه از پرداخت زکات را محاسبه کند و به این نتیجه رسیده است که

زکات تنها ۱۶ درصد از مخارج دولت را تامین می‌کند و لذا به تنهایی منبع مناسبی نیست و بیشتر انگیزه مسلمانان را در عوامل منفعت طلبی و شخصی معرفی می‌کند. عسگری (۱۳۸۰) به تحلیل نظری زکات می‌پردازد و آثار اقتصادی زکات و مالیه تورمی را به صورت تحلیلی مقایسه می‌کند.

کیاالحسینی (۱۳۸۷) نقش زکات فطره در فقرزدایی طی سال های ۱۳۸۵-۱۳۷۰ را بررسی می‌کند و عامل نوع دوستی مسلمانان را عامل مهمی در پرداخت زکات معرفی می‌کند.

اسماعیل پور دره (۱۳۸۷) به ارائه الگوی مناسب موسسات مالی زکات در ایران پرداخته است و افزایش بهره وری در حوزه های مرتبط به زکات را مستلزم ایجاد موسسات مالی زکات در کشور دانسته است و در واقع نقش عامل سازمان را در انگیزه پرداخت زکات مورد توجه قرار داده است.

مسرورخان (۲۰۰۷) زکات را استراتژی کاهش فقر در بنگلادش می‌داند و به بررسی اثرات زکات در برنامه توسعه کشور بنگلادش پرداخته است.

اینستین (۲۰۰۶) در تحقیق خود عامل خدا پرستی را یکی از عوامل اصلی انگیزش افراد برای پذیرش و پرداخت زکات، صدقه و دیگر رفتارهای اجتماعی بر می‌شمارد. او همچنین ادعا کرده است که عمل پرداخت زکات می‌تواند یکی از نشانه‌های ایمان و عقیده استوار باشد. ایشان علاوه بر عامل پرستش و عبودیت خداوند، سطح فهم افراد از اصول اسلامی را برای قبول و پرداخت زکات مهم می‌داند.

قرداوی (۱۹۹۸) بیان نموده که عدم خشنودی و رضایت در پرداخت زکات عمدتاً به دلیل سطوح ایمان افراد در راستای واجبات دینی است. راینستین نتیجه‌گیری نموده است که اعتقاد عمیق، یکی از اصول مهم در هر مذهبی است و ارتباط بین اعتقادات مذهبی و مشارکت در پرداخت واجبات مذهبی (پرداخت زکات و خمس و...) بسیار روشن و آشکار است و این موارد با یکدیگر رابطه مستقیم دارند.

لان و داگلاس (۲۰۰۱) اظهار داشته‌اند کسانی که بیشتر و به صورت منظم‌تری به کلیساها می‌روند پول بیشتری برای کمک می‌پردازند و عوامل سازمانی، نوع دوستی و رضایت شخصی را از عوامل مهم در انگیزه پرداخت زکات می‌داند.

۲. ادبیات موضوع

با توجه به تحقیقات انجام شده، یکی از مهمترین عوامل مشارکت افراد در پرداخت زکات عامل ایمان به خدا و اعتقادات مذهبی و عامل نوع دوستی می باشد؛ در این زمینه آیات و روایات زیادی بیان شده است که برخی از آنها در ادامه آمده است. خداوند می فرماید: «و زکات را می پردازند و به آخرت یقین دارند» (لقمان: ۴)، «و آنچه از زکات به خاطر خدا بپردازید پس بدرستی که اینچنین افرادی حسنات و ثوابشان را مضاعف می سازیم» (روم: ۳۸) و آیات متعدد دیگر از جمله: لیل: ۵، انبیاء: ۷۳، مریم: ۵۴، بقره: ۸۳، بینه: ۵، کهف: ۸۱، مومنون: ۲، توبه: ۱۱ و... و در مورد روایات نقل شده هم پیامبر اسلام (ص) می فرماید: «به درستی که زکات به همراه نماز وسیله تقرب مسلمانان به خداست» (نهج البلاغه، ص ۶۴۴). امام صادق (ع) می فرماید: «کسی که به اندازه قیراطی از زکات مال خود را نپردازد مومن و مسلمان نیست و هیچ کرامتی ندارد» (قمی، ۱۳۸۷ق، ج ۲، ص ۸۸)، حضرت زهرا (س) می فرماید: «زکات مایه تزکیه نفس است» (طبرسی، ۱۳۸۶ق، ج ۱، ص ۱۳۴).

اما علاوه بر این مطالعات و بررسی ها، مشارکت اشخاص در انجام امور اجتماعی را می توان از طریق عوامل مختلفی دیگری غیر از عامل پرستش «تعبدی» نیز مورد بررسی قرار داد. عواملی که با استفاده از تئوری تبادل، تئوری تبادل اجتماعی و چشم انداز سازمانی قابل بیان هستند که در این زمینه هم قرائن و شواهد زیادی از آیات و روایات وجود دارد که ابتدا به این شواهد اشاره می شود.

ایجاد سازمانی در جهت جمع آوری و سیاست گذاری اقتصادی در بحث زکات یکی از مهمترین اصول اقتصاد اسلامی است، چرا که دریافت و توزیع زکات یکی از میدان های وسیع فعالیت ولی فقیه و حکومت در امور اقتصادی جامعه اسلامی است. یکی از مهمترین بحث های زکات که نقش تعیین کننده ای دارد این است آیا حکومت اسلامی متکفل وصول و توزیع اصلی زکات می باشد یا خیر.

دقت در آیات و روایات ما را به این نتیجه می رساند که زکات بر حسب اصل تشریح باید در اختیار امام و حکومت اسلامی قرار گیرد که به برخی از قرائن و شواهد از آیات و روایت اشاره می کنیم.

۱. در آیه مربوط به اخذ زکات (توبه: ۱۰۳) خداوند به پیامبر دستور می‌دهد که «خذ من اموالهم صدقه تطهرهم تزكیه بها». یعنی ایشان به جهت دارا بودن منصب حکومت و ولایت بر امور مسلمین از طرف خداوند مامورند که تا مقداری از اموال مردم را به عنوان زکات دریافت کرده و به مصارف تعیین شده برساند و این وظیفه پس از رحلت پیامبر بر عهده جانشین وی که امام معصوم و ولی فقیه در زمان غیبت می‌باشد. بنابراین زکات از اموری نیست که به عهده افراد واگذار شده باشد تا هر گونه بخواهند در مورد پرداخت و مصرف آن عمل کنند.

۲. طبق آیه مربوطه به مصارف زکات (توبه: ۶۰) یکی از اصناف هشتگانه‌ای که زکات به آن تعلق می‌گیرد عاملین و کارگزاران زکاتند. ذکر صنف عاملین در بین مصارف زکات مبین این حقیقت است که همواره افرادی از جانب حکومت اسلامی مامور جمع آوری و ایصال زکات به حکومت و مصرف آن بر حسب نظر امام و ولی فقیه هستند. بنابراین وجود این صنف نشان دهنده سیستم اداری منظمی است که اسلام برای وصول و توزیع زکات پیش بینی نموده و این خود می‌رساند که امر زکات یک شأن حکومت است.

۳. از مصارف دیگر زکات «مولفة قلوبهم» و «فی سبیل الله» می‌باشد که مسلماً تشخیص این مطلب که دوستی کدام گروه از کفار یا کدام کشور غیر اسلامی برفع اسلام است تنها از عهده امام و ولی فقیه بر می‌آید. صنف «فی سبیل الله» هم بنابر فتوای مشهور شامل تمام مصالح اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی مسلمین می‌شود.

۴. در اخبار و روایات کثیری معصومین تقسیم و توزیع زکات را شأن امام و ولی فقیه دانسته‌اند که در اینجا به برخی اشاره می‌کنیم: الف) پیامبر هنگام ارسال معاذ به یمن چنین فرمودند: «آنان را آگاه کن که خداوند زکات بر اموالشان واجب فرموده که از ثروتمندان آنان گرفته شده و به فقرايشان برگردانده شود». بکار رفتن لفظ «گرفتن» در این عبارت مبین این معناست که زکات باید از طرف دولت گرفته شود نه اینکه به عهده افراد گذاشته شود (قرضاوی، ۱۴۰۶ق، ج ۲، ص ۷۴۸). ب) امام موسی بن جعفر (ع) می‌فرماید: غارمین گروهی هستند که دیونی به گردنشان آمده که در راه خدا و بدون اسراف حاصل شده است، پس بر امام واجب است که از زکات آن دیون را ادا

کند (الحر العاملی، ۱۴۰۳ق.، ج ۶، ص ۱۴۵). ح) امام صادق(ع) می فرماید: هر مومن یا مسلمانی بمیرد و بدهی ای در غیر فساد و اسراف بجا بگذارد، بر امام(ع) واجب است که آن بدهی را ادا کند (الکلینی؛ ۱۳۶۴ق.، ج ۱، ص ۴۰۷). مضمون تمام روایات حکایت از آن دارد که مشروعیت مصرف زکات از امام و ولی فقیه به عنوان حاکم مسلمین نشأت می گیرد و در زکات یک شأن حکومتی و سازمانی است.

۵. از نظر شواهد تاریخی و سنت عملی پیامبر و امام علی(ع) هم مسلم است که ایشان افرادی را برای جمع آوری زکات به انحاء بلاد اسلامی می فرستادند (ابن سعه محمد، ۱۴۰۵ق.، ج ۲، ص ۱۶۰؛ حر عاملی، ۱۴۰۳ق.، ج ۶، ص ۲۴۰). همچنین افرادی از سوی پیامبر مامور حساب و کتاب زکات بودند (الکتانی الفاسی، ۱۳۸۰ق.، ص ۳۹۸). امیرالمومنین علی(ع) نیز در هنگام اسارت خویش به جامعه اسلامی عاملین زکات را برای وصول زکات گسیل نموده و آنان را نسبت به نحوه کارشان توجیه می نمودند (حر عاملی، ۱۴۰۳ق.، ج ۶، ص ۸۸، نجفی، ۱۹۸۲م.، ج ۱۵، ص ۴۱۶).

علاوه بر شواهد و قرائن دینی بیان شده، تئوری تبادل که برای اولین بار بوسیله اقتصاددانان به وجود آمد، چنین بیان می کند که همه داد و ستدها شامل برخی از انواع مبادلات است و چیزهایی که در این راستا مبادله می گردند به جهت ارزش اقتصادی یا ارزش بهره وری شان می باشد. این ارزش می تواند بازدهی مادی واقعی، یا منافع نامشهود انباشته شده برای افراد باشد. به عبارت دیگر، تئوری تبادل اجتماعی چنین فرض می کند که داد و ستدها بر اساس ارزش های نمادینی مانند رضایت مندی یا خشنودی ضمیر و منفعت طلبی است که افراد با انجام این داد و ستدها سعی می کنند به این ارزش ها برسند (Muda & Marzuki, 2006, pp.7-11).

این بدان معناست که هر دو نظریه «اقتصادی و اجتماعی» بر این نظر هستند که انگیزه مشارکت در مبادلات برای دستیابی به اهداف خاصی است، مانند درآمد و بازدهی مادی یا خشنودی و رضایت شخصی و منفعت گرایی. در درون نظریه مبادلات اجتماعی، اشخاص داد و ستد می کنند تا به این طریق نیازهای خود را برطرف کنند، که اگر این نظریات غربی بر روی فعالیت های دینی مانند زکات اجرا و عملی گردد، چنین مفروض می شود که افراد زکات می دهند تا بتوانند منافع مشهود، جوایز و منفعت و یا رضایت شخصی از انجام این عمل کسب کنند (Muda & Marzuki, 2006, pp.11-18).

تعداد دیگری از مطالعات نیز نشان می‌دهند که عامل سازمانی نقش بسیار مهمی را در انگیزش افراد ایفا می‌کند. به عنوان مثال در کشور مالزی چند سالی است جمع آوری زکات به صورت ایالتی تحت نظارت مستقیم دولت به مراکز خاصی سپرده شده است و در واقع این امر به صورت نیمه دولتی اداره می‌شود. نکته قابل توجه این است که تحت مدیریت این مراکز، میزان زکات جمع آوری شده طی چهار سال گذشته به طور غیر قابل باوری افزایش یافته است (Ahmad, 1991, pp.251-264). همچنین از شاخص‌های سازمانی دیگری که نقش مهمی را در پرداخت زکات ایفا می‌کنند به عواملی مانند فعالیت‌های تبلیغاتی، کیفیت خدمات مشاهده شده از محل پرداخت زکات می‌توان اشاره نمود (Sanep et al, 2005, p. 265-274). البته فعالیت‌هایی که در دیگر کشورهای مسلمان به جز مالزی صورت گرفته است تا حدودی متفاوت است. برای مثال مسلمانان در حوزه کشورهای خلیج فارس بیشتر ترجیح می‌دهند به سازمان‌های خیریه و همچنین به اصناف زکات، به صورت مستقیم زکات پرداخت کنند. البته این رفتار می‌تواند به دلیل انحراف عقاید مذهبی باشد که عنوان می‌گردد زکات یک رابطه انحصاری و خاصی بین مسلمانان و خداست، بنابراین زکات بیشتر از این که به عنوان یک اقدام سازمانی قلمداد گردد، تلاش فردی در نظر گرفته می‌شود. در نتیجه، مشاهده می‌شود که برای پرداخت زکات به صورت خاص به یک دستگاه دولتی مخالفت‌هایی در میان مسلمانان کشورهای خلیج فارس صورت می‌گیرد (Guermat, 2003, pp. 9-20). به طور کلی تئوری‌های مربوطه به فعالیت‌های اجتماعی، خصوصاً زکات، می‌تواند از جنبه‌های مختلفی مانند تئوری تبادل، تئوری تبادل اجتماعی، تئوری سازمان و یا یادگیری مذهبی به دست آید. این تئوری‌ها، پایه‌های نظری مفیدی را برای درک بهتر عوامل موثر بر مشارکت مسلمانان در فعالیت‌های اجتماعی مانند صدقه، زکات و وقف بوجود می‌آورند و سبب می‌شوند تا بتوان علاوه بر عوامل اعتقادی، عوامل مهم دیگری را نیز به عنوان عوامل ایجاد انگیزه پرداخت زکات مورد بررسی قرار داد.

۲-۱. ضرورت و اهمیت تحقیق

در قرآن کریم کلمه زکات ۳۲ بار تکرار شده است که این میزان تکرار اهمیت زکات را نشان می‌دهد، ۲۹ بار معرفه و ۲۶ بار قرین با نماز در آیه واحده آمده است و یک بار

در سیاق واحد به همراه نماز آمده، همچنین لازم به ذکر است که در قرآن لفظ صدقه و صدقات نیز ۱۲ بار آورده شده است. اقتران زکات که یک عبادت مالی است با نماز که یک عبادت بدنی است در ۲۶ آیه قرآن، دلیل بر کمال اتصال بین این دو مورد است. انجام واجبات دین از جمله زکات بر همه مسلمانان واجب است چرا که زکات یکی از اصول پنج گانه دین است. علاوه بر این باید توجه داشت که یکی از ابزارهای مهم برای دستیابی به عدالت اجتماعی زکات است (مجلسی، ۱۹۸۳ م، ج ۹، صص ۵۵-۱۲؛ نجفی، ۱۹۸۲ م، ج ۹، صص ۳۱-۴؛ موسویان، ۱۳۸۲، ص ۱۳). با توجه به اهمیت زکات در اسلام، این فریضه واجب را از جهات متفاوتی می توان مورد بررسی قرار داد که در تحقیقات و پژوهش های مختلف زوایای گوناگون آن مورد بررسی قرار گرفته است، اما با توجه به اینکه یکی از مسائل مهم در زکات، عوامل موثر بر میزان مشارکت افراد در پرداخت زکات می باشد و بررسی مطالعات انجام شده در زمینه عوامل داخلی و خارجی موثر بر میزان مشارکت افراد در پرداخت زکات، نشان می دهد که هیچ یک از آنها توجه جامع، کامل و روشمندی به این عوامل نکرده اند، بنابراین می توان نتیجه گرفت که تحقیق و پژوهش در این زمینه بسیار مفید و لازم می باشد.

۲-۲. اهداف تحقیق

هدف این تحقیق تعیین عوامل ممکن و موثر بر مشارکت افراد در پرداخت زکات می باشد، عواملی مانند رضایت شخصی، بهره وری و نوع دوستی (بشر دوستی) و گرایشات مذهبی که علاوه بر این عوامل، این تحقیق به دنبال ارزیابی نقش سازمان های رسمی در ایجاد انگیزش مسلمانان جهت پرداخت زکات می باشد. همچنین سوالاتی که برای این تحقیق بیان می شوند عبارتند از اینکه موثرترین عوامل در پرداخت زکات کدامیک می باشند؟ آیا افراد تنها به سبب عامل مذهب و آن هم به این خاطر که فریضه واجبی است اقدام به پرداخت زکات می کنند؟ و یا عوامل دیگری نیز موجب ایجاد انگیزه در آنان می شود؟ در مقابل عوامل درونی، آیا عامل خارجی (سازمان) نیز تاثیر گذار می باشد یا خیر؟ نوع و میزان رابطه بین این عوامل به چه صورت می باشد؟ مهمترین شاخصه های این عوامل کدامند؟

۲-۳. روش تحقیق و فرضیات تحقیق

این تحقیق از لحاظ فلسفه و پارادایم حاکم، از نوع پژوهش‌های تفسیری، مبنای فلسفی آن، پدیدارشناسی، از لحاظ جهت‌گیری، کاربردی و دارای رویکرد استقرایی است. روش‌ها و ابزارهای گردآوری و تحلیل اطلاعات آن نیز به صورت مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسش‌نامه دلفی، آزمون T-TEST، ضریب همبستگی پیرسون و آزمون فریدمن می‌باشد. این تحقیق دارای هدف اکتشافی است و از لحاظ قلمرو زمانی، حیطه زمانی دقیقی را برای آن نمی‌توان تصور کرد؛ از لحاظ مکانی، محدود به تمام مؤسسات و سازمان‌های اقتصادی می‌باشند و از لحاظ موضوعی جزء موضوعات مدیریت مالی اسلامی می‌باشد. در مورد فرضیات تحقیق هم، فرضیات هر قسمت در ابتدای آن تشریح شده است و نتایج آن هم بیان شده است.

بنابراین روند تحقیق به این صورت است که ابتدا با استفاده از روش دلفی مهمترین عوامل موثر بر پرداخت زکات توسط افراد شناسایی شده است و سپس با استفاده از آزمون T-TEST تاثیر گذاری یا عدم تاثیر گذاری هر یک از عوامل پنج‌گانه مورد بررسی قرار گرفته می‌شود و با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون شدت و نوع رابطه بین پنج عامل به صورت دوجه دو محاسبه و اندازه‌گیری می‌شود و در نهایت با استفاده از آزمون فریدمن میزان تاثیر و اهمیت هر کدام یک از مشخصه‌های عوامل پنج‌گانه بررسی می‌شود.

۳. شناسایی عوامل داخلی و خارجی موثر بر میزان مشارکت افراد در پرداخت زکات

۳-۱. تشکیل و ترکیب گروه دلفی

با توجه به ماهیت موضوع و عدم وجود سیستم و نظام معین و سازنده‌ی شده در زمینه زکات، بهترین راه شناسایی مهمترین عوامل موثر بر پرداخت زکات، استفاده از نظرات متخصصان در این زمینه است. در این راستا مدل دلفی به عنوان مدلی که می‌توانست با جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل نظرات متخصصان، سؤالات پژوهش را پاسخگو باشد، مورد توجه قرار گرفت. اعضای گروه دلفی برای این پژوهش به صورت نمونه‌گیری غیرتصادفی و ترکیبی از روش‌های هدف‌دار یا قضاوتی و زنجیره‌ای برگزیده شدند. بر

این اساس، ابتدا یک فهرست اولیه ۳۰ نفره معرفی شد. قدم بعدی جلب مشارکت نامزدها برای مشارکت در پژوهش است که باید به صورت جداگانه و تا حد امکان به صورت حضوری انجام شود. با تک تک متخصصان، تماس حاصل شد و قرار ملاقات‌های جداگانه‌ای تنظیم شد. در این ملاقات‌ها، هدف و موضوع پژوهش و مواردی مانند تعداد دورها و زمان لازم برای هر دور، در اختیار آن‌ها قرار گرفت. همچنین از هر یک از این افراد خواسته شد که افراد دیگری را معرفی کنند. در نهایت با توجه به تخصصی بودن موضوع و مدت زمان لازم برای این تحقیق، ۱۰ نفر در تمام مراحل تحقیق به صورت کامل مشارکت نمودند. از میان این ۱۰ نفر، تحصیلات ۴ نفر، کارشناسی ارشد و ۶ نفر، دکترای تخصصی بود که مشخصات متخصصان در جداول پیوست آمده است. پس از نهایی شدن اعضای گروه دلفی، پرسش‌نامه‌ها در ۴ دور به صورت حضوری، توزیع و گردآوری شدند. همچنین جدول تاریخ توزیع و گردآوری پرسش‌نامه‌های هر دور به همراه میانگین تعداد پیگیری از هر عضو در جداول پیوست آمده است.

۲-۳. پایایی و روایی پرسش‌نامه

به منظور اطمینان، پرسش‌نامه اولیه به مشاهده خبرگان رسید و روایی ظاهری مورد تایید قرار گرفت. در مورد پایایی پرسش‌نامه نیز محاسبه نرم‌افزاری آلفای کرونباخ نشان می‌دهد که میزان آلفا برای این پرسشنامه ۰/۷۹۲ است که به معنای تأیید پایایی آن است.

۳-۳. مقیاس اتفاق نظر

در این پژوهش برای تعیین میزان اتفاق نظر میان اعضای گروه دلفی از ضریب هماهنگی کندال استفاده شده است. همچنین برای تصمیم‌گیری درباره توقف یا ادامه دوره‌های دلفی دو معیار آماری ارائه می‌شود. اولین معیار، اتفاق نظری قوی میان اعضای پانل است که بر اساس مقدار ضریب هماهنگی کندال تعیین می‌شود. در صورت نبود چنین اتفاق نظری، ثابت ماندن این ضریب یا رشد ناچیز آن در دو دور متوالی نشان می‌دهد که افزایشی در توافق اعضا صورت نگرفته است و فرآیند نظرخواهی باید

متوقف شود. برای مجموعه‌های با تعداد بیشتر از ۱۰ عضو حتی مقادیر کوچک W نیز معنادار به حساب می‌آیند.

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها

۴-۱. دور اول

در این دور با توجه به تحقیقات گذشته که در ابتدای مقاله بیان شدند، ۳ بخش کلی تحت عنوانین عوامل رضایت شخصی، عوامل اعتقادی ایمانی و عوامل سازمانی معرفی گردید که برای هر یک از این بخش‌ها مولفه‌های زیر عنوان شد:

۴-۱-۱. عوامل سازمانی

۱. وجود عوامل تشویقی مانند معافیت مالیاتی برای افراد زکات‌دهنده، سبب افزایش در پرداخت زکات می‌گردد.
۲. دسترسی راحت به محل‌های جمع‌آوری زکات سبب استقبال زکات‌دهندگان می‌شود.
۳. استفاده از سیستم‌ها و روش‌های ساده جهت جمع‌آوری زکات باعث استقبال و توجه بیشتر برای پرداخت زکات می‌شود.
۴. وجود اعتماد و اطمینان نسبت به مراکز جمع‌آوری زکات سبب پرداخت راحت‌تر زکات می‌شود.
۵. وجود سازمان‌های جمع‌آوری کننده زکات موجب سهولت بیشتر در پرداخت زکات می‌شود.
۶. ارائه خدمات متنوع توسط مرکز جمع‌آوری زکات مانند پرداخت از طریق اینترنت، موجب انگیزش زکات‌دهندگان و پرداخت بیشتر زکات می‌گردد.

۴-۱-۲. عوامل ایمانی

۱. معتقدم که عدم پرداخت زکات منجر به مجازات خداوند خواهد شد.
۲. زکات را به این دلیل که موجب پاداش الهی می‌گردد می‌پردازم.

۳. زکات را به این دلیل که یکی از راه‌های قدرشناسی از خداوند است، پرداخت می‌کنم.

۴-۱-۳. عوامل (رضایت) شخصی

۱. از آنجا که بنده انسانی مسئول در اجتماع هستم، زکات پرداخت می‌کنم.
۲. زکات را می‌پردازم تا احساس گناه نکنم.
۳. بنده فردی الگو در اجتماع هستم بنابراین به دنبال پرداخت زکات هستم.
در پایان این دور، ۲ بخش کلی دیگر نیز تحت عنوانین عوامل نوع‌دوستی و عوامل منفعت‌طلبی (فائده‌گرایی) از سوی خبرگان پیشنهاد شد. در این دور از میان نتایج به دست آمده، هیچیک از شاخص‌های موجود در در مجموعه عوامل نتوانست اتفاق نظر مناسب را کسب کند، بنابراین تمام شاخص‌ها مجدداً در دور دوم مطرح گردیدند.

۴-۲. دور دوم

در این دور همانطور که بیان شد تمام عوامل و شاخص‌ها مجدداً به همراه اطلاعات آماری مورد نیاز و نمودارهای گرافیکی در اختیار متخصصین قرار گرفتند، تا با ملاحظه نتایج حاصله و نظرات دیگر متخصصین چنانچه مایل بودند و مناسب دانستند تغییرات لازم را در تصمیماتشان برای ریسک‌های مورد سؤال اعمال نمایند. در این مرحله به جز مشخصه‌های دوم و ششم عوامل سازمانی و مشخصه سوم عوامل رضایت شخصی، همه شاخص‌ها توانستند به ترتیب اتفاق نظر بیش از ۰/۷ را کسب کنند؛ بنابراین اتفاق نظر کارشناسان در مورد این شاخص‌ها پذیرفته شد. همچنین چهار مشخصه دیگر به عوامل سازمانی، دو مشخصه به عوامل ایمانی و سه مشخصه به عوامل رضایت شخصی با پیشنهاد گروه خبرگان اضافه شد و در مورد عوامل نوع دوستی سه مشخصه و در مورد عوامل منفعت‌گرایی هم پنج مشخصه توسط گروه خبرگان پیشنهاد شد، که این مشخصه‌ها به شرح زیر می‌باشند:

۴-۲-۱. عوامل سازمانی

۱. وجود مدیریت کارا و حرفه‌ای در سازمان‌های جمع آوری زکات موجب انگیزش زکات دهندگان می‌گردد.
۲. وجود عملکرد شفاف سازمان‌های جمع آوری زکات موجب پرداخت بیشتر زکات به این سازمان‌ها می‌گردد.
۳. ارائه اطلاعات از نحوه جمع آوری و توزیع زکات جمع آوری شده موجب رضایت و انگیزش زکات دهندگان برای استمرار پرداخت زکات می‌گردد.
۴. وجود تبلیغات و همایش‌های سالانه توسط سازمان جمع آوری زکات عامل مهمی در جمع آوری زکات می‌باشد.

۴-۲-۲. عوامل ایمانی

۱. زکات را به این دلیل که امری واجب است و از جانب خداوند وضع شده است پرداخت می‌کنم.
۲. زکات را به این دلیل که موجب افزایش سطح تقوا می‌شود می‌پردازم.

۴-۲-۳. عوامل رضایت شخصی

۱. زکات را برای پاک نمودن اموال شخصی پرداخت می‌کنم.
۲. از آنجا که بنده انسانی بخشنده هستم زکات پرداخت می‌کنم.
۳. زکات را می‌پردازم چرا که موجب خوشحالی درونی و مسرت می‌گردد.

۴-۲-۴. عوامل نوع دوستی

۱. زکات را به این دلیل که حقوق فقرا و نیازمندان می‌باشد، پرداخت می‌کنم.
۲. زکات را برای کمک به فقرا و نیازمندان پرداخت می‌کنم.
۳. زکات را به این دلیل می‌پردازم تا موقعیت اقتصادی مسلمانان در جهان بهبود پیدا کند.

۴-۲-۵. عوامل منفعت‌گرایی

۱. زکات را می‌پردازم تا از حمایت‌های اجتماعی بیشتری برخوردار باشیم.

۲. زکات را می‌پردازم تا موقعیت تجاری‌ام در جامعه افزایش و بهبود پیدا کند.
۳. زکات را به این دلیل که دیگران من را مورد تمجید و تعریف قرار دهند پرداخت می‌کنم.
۴. زکات را به جهت اخذ سلامتی از خداوند پرداخت می‌کنم.
۵. زکات را می‌پردازم تا به عنوان انسانی بخشنده در جامعه معرفی شوم.

۴-۳. دور سوم

همانطور که اشاره شد، تعدادی از مشخصه‌ها در مرحله دوم با کسب حداقل مقدار لازم برای اتفاق نظر کارشناسان، در این مرحله دیگر مورد سؤال و بازبینی قرار نگرفتند؛ بنابراین این مرحله با مشخصه‌های باقیمانده ادامه پیدا کرد. آرای کارشناسان در مورد مشخصه‌های باقیمانده در دور دوم دوباره اتفاق نظر لازم را کسب نکرد و در مورد مشخصه‌های اضافه شده در دور سوم نیز به جزء مشخصه دوم عامل سازمانی، مشخصه دوم عامل رضایت شخصی، مشخصه دوم عامل نوع دوستی و مشخصه‌های دوم و سوم عامل منفعت‌گرایی بقیه مشخصه‌ها اتفاق نظر لازم را کسب نمودند.

۴-۴. دور چهارم

در این دور نسبت به هیچ یک از مشخصه‌های باقیمانده اتفاق نظر لازم کسب نشد.

۴-۵. نتیجه نهایی مراحل دلفی

نتایج دوره‌های چهارگانه روش دلفی نشان می‌دهند که به دلایل زیر اتفاق نظر میان اعضای پانل حاصل شده است و می‌توان به تکرار دورها پایان داد:

۱. بیش از ۸۰ درصد اعضاء بر روی نحوه شناسایی عوامل موثر بر پرداخت زکات اشتراک نظر خود را اعلام کرده‌اند و تنها در مورد چند مشخصه اتفاق نظر حاصل نشد. به عبارت دیگر انحراف معیار میان نظر کارشناسان در هر مرحله نسبت به مرحله قبل کاهش و اتفاق نظر چشمگیری از خود نشان داده است.
۲. ضریب هماهنگی کندال برای پاسخ‌های اعضاء درباره شناسایی عوامل موثر بر پرداخت زکات در دوره‌های دوم و سوم و چهارم برای بیش از ۸۵ درصد مشخصه‌ها به

حد نصاب مورد نظر (بیش از ۰/۷) حاصل شده است، که این میزان از اتفاق نظر حد بسیار خوب و بالایی است.

۳. ضریب هماهنگی کندال برای مشخصه‌های باقیمانده در دور چهارم نسبت به مرحله سوم تغییر چندانی از خود نشان نداده است. بنابراین لزومی برای ادامه نظرسنجی به دور پنجم احساس نشد.

بنابراین مهمترین عوامل داخلی و خارجی موثر بر میزان مشارکت افراد در پرداخت زکات طی این تحقیق به دست می‌آید که در جدول ۱ به آن‌ها اشاره شده است:

جدول ۱. مهمترین عوامل داخلی و خارجی موثر بر میزان مشارکت افراد در پرداخت زکات

نام عامل	مشخصه‌های عامل
عوامل سازمانی	<p>استفاده از سیستم‌ها و روش‌های ساده جهت جمع آوری زکات باعث استقبال و توجه بیشتر برای پرداخت زکات می‌شود.</p> <p>وجود مدیریت کارا و حرفه ای در سازمان های جمع آوری زکات موجب انگیزش زکات دهندگان می‌گردد.</p> <p>وجود اعتماد و اطمینان نسبت به مراکز جمع آوری زکات سبب پرداخت راحت تر زکات می‌شود.</p> <p>وجود عوامل تشویقی مانند معافیت مالیاتی برای افراد زکات دهنده، سبب افزایش در پرداخت زکات می‌گردد.</p> <p>ارائه اطلاعات از نحوه جمع آوری و توزیع زکات جمع آوری شده موجب رضایت و انگیزش زکات دهندگان برای استمرار پرداخت زکات می‌گردد.</p> <p>وجود سازمان‌های جمع آوری کننده زکات موجب سهولت بیشتر در پرداخت زکات می‌شود.</p> <p>وجود تبلیغات و همایش‌های سالانه توسط سازمان جمع آوری زکات عامل مهمی در جمع آوری زکات می‌باشد.</p>

ادامه جدول ۱. مهمترین عوامل داخلی و خارجی موثر بر میزان مشارکت افراد در پرداخت زکات

نام عامل	مشخصه‌های عامل
عوامل (رضایت) شخصی	زکات را می‌پردازم تا احساس گناه نکنم. از آنجا که بنده انسانی مسئول در اجتماع هستم، زکات پرداخت می‌کنم. زکات را برای پاک نمودن اموال شخصی پرداخت می‌کنم. زکات را می‌پردازم چرا که موجب خوشحالی درونی و مسرت می‌گردد.
عوامل نوع دوستی	زکات را به این دلیل که حقوق فقرا و نیازمندان می‌باشد، پرداخت می‌کنم. زکات را به این دلیل می‌پردازم تا موقعیت اقتصادی مسلمانان در جهان بهبود پیدا کند.
عوامل منفعت‌گرایی	زکات را به جهت اخذ سلامتی از خداوند پرداخت می‌کنم. زکات را می‌پردازم تا از حمایت‌های اجتماعی بیشتری برخوردار باشیم. زکات را می‌پردازم تا به عنوان انسانی بخشنده در جامعه معرفی شوم.
عوامل (رضایت) شخصی	زکات را می‌پردازم تا احساس گناه نکنم. از آنجا که بنده انسانی مسئول در اجتماع هستم، زکات پرداخت می‌کنم. زکات را برای پاک نمودن اموال شخصی پرداخت می‌کنم. زکات را می‌پردازم چرا که موجب خوشحالی درونی و مسرت می‌گردد.

۵. تجزیه و تحلیل و رتبه‌بندی عوامل موثر در پرداخت زکات

مرحله بعدی تحقیق تجزیه و تحلیل عوامل شناسایی شده و بررسی رابطه میان این عوامل و رتبه بندی شاخصه‌های هر یک از عوامل می‌باشد که بدین منظور می‌بایست این عوامل در یک جامعه مناسب مورد بررسی و سوال واقع شود و از طرف دیگر آمار دقیق و مستندی در رابطه با مشمولین زکات در ایران وجود ندارد، که به همین خاطر برای عملی نمودن تحقیق و دست یابی به یک نتیجه واقعی تر و برآورد جامعه حقیقی‌تر، تحقیق با نوعی محدودیت مواجه است. با توجه به آمار موجود در این بین استان همدان به دلیل دارا بودن قشر قابل توجهی از کشاورزان و دامداران که هم تعداد تقریبی زکات‌دهندگان و هم دسترسی به آن‌ها امکان پذیر بود، به عنوان نمونه آماری

تحقیق انتخاب شد (دفتر آمار و فناوری اطلاعات وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۰، صص ۹-۲). بر اساس آمار جمع آوری شده از طرف کمیته امداد استان همدان میزان زکات دهندگان استان در سال ۱۳۸۶ بالغ بر ۳۴۶۰ نفر بوده‌اند (دبیرخانه ستاد احیای زکات، ۱۳۸۶، ص ۱۳۶). بنابراین این تعداد به عنوان جامعه آماری تحقیق حاضر انتخاب شدند، که از این میان ۱۴۵ نفر از افراد بر اساس فرمول زیر به عنوان نمونه تحقیق برگزیده و انتخاب شدند.

$$s = \frac{N \times Z^2 \alpha^2 / 2 \times pq}{\varepsilon^2 \times (N-1) + Z^2 \alpha^2 / 2 \times pq} \quad (1)$$

پرسشنامه در میان ۱۷۱ نفر از مشمولین زکات در استان توزیع گردید که ۱۴۷ مورد آن مورد پذیرش نهایی قرار گرفت. این پرسشنامه شامل ۲۱ پرسش بود و همانطور که توضیح داده شد این ۲۱ سوال بر مبنای ۵ بخش اصلی طراحی شد که عبارت‌اند از: بخش‌های ایمان به خدا، رضایت شخصی، منفعت طلبی (فائده‌گرایی) و نوع دوستی، که همگی آن‌ها عوامل داخلی را نشان می‌دهند و بخش سازمانی که به عنوان عامل خارجی در پرسشنامه مورد توجه قرار گرفته است.

به منظور اطمینان، پرسشنامه اولیه به مشاهده خبرگان رسید و روایی ظاهری مورد تایید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه بر اساس فرمول آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS 18 مورد محاسبه قرار گرفت، که با به دست آمدن آلفای ۰/۷۰۶ (بالای ۰/۷۰) نشان داده شد که پرسشنامه حاضر از پایایی خوبی برخوردار است. نتایج حاصل از بررسی پایایی پرسشنامه در ضمیمه آمده است.

برای تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های جمع آوری شده، از چندین روش مختلف جهت بررسی و تحلیل ابعاد مختلف مساله استفاده شده است. ابتدا از هر یک از عوامل آزمون T-TEST گرفته شد تا تاثیرگذاری یا عدم تاثیرگذاری هر یک از عوامل نامبرده در پرسشنامه ارزیابی شود. آزمون T-TEST دارای فرمول زیر می‌باشد:

$$T = \frac{\bar{x} - \mu}{s / \sqrt{N}} \quad (2)$$

با توجه به این فرمول چنانچه T حاصله عددی بیش از ۱.۹۶ را برای هر یک از عوامل نشان دهد دلیل بر تاثیرگذاری قابل توجه آن عامل دارد و چنانچه کمتر از این مقدار باشد نشان دهنده میزان تاثیرگذاری اندک یا عدم تاثیرگذاری آن عامل خواهد داشت.

پس به دنبال سنجش میزان رابطه هر یک از عوامل بایکدیگر از آزمون پیرسون استفاده شده است که فرمول این آزمون به شکل زیر می باشد:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{\sqrt{\sum x^2 - n\bar{x}^2} \times \sqrt{\sum y^2 - n\bar{y}^2}} \quad (۳)$$

در انتها نیز برای رتبه بندی مشخصه های هر یک از عوامل و فهمیدن اینکه کدامیک از مشخصه ها بیش از دیگر مشخصه ها تاثیرگذار است و از اهمیت بیشتری برخوردار بوده، از آزمون فریدمن بهره گرفته شده که فرمول آن نیز به ترتیب زیر می باشد:

$$X^2 = \frac{12}{kn(k+1)} \sum_{j=1}^k R_j^2 - 3n(k+1) \quad (۴)$$

در پایان لازم به توضیح است که تمامی محاسبات این تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS 18 انجام شده است.

۶. یافته ها و تحلیل ها

۶-۱. آزمون T-TEST

این آزمون برای بررسی تاثیرگذاری یا عدم تاثیرگذاری هر یک از عوامل پنج گانه می باشد. برای اینکه ببینیم آیا هر کدام از عوامل موثر بوده اند یا نه، ابتدا فرضیه زیر را مطرح می کنیم:

$$H_0: \mu \leq 3$$

$$H_1: \mu > 3$$

بر طبق این فرضیه عواملی که میانگین نظرات بالای ۳ داشته باشند پذیرفته شده و تاثیرگذاری قابل قبولی را دارا خواهند بود، و عواملی که میانگین نظرات آنها کمتر از ۳ باشد از تاثیرگذاری چندانی برخوردار نخواهند بود. نتایج حاصله از محاسبات آزمون T-TEST به صورت زیر تفسیر و تحلیل خواهند شد:

$$\begin{aligned} \mu > 3 & \quad T \geq 1.96 \\ \mu = 3 & \quad -1.96 < T < 1.96 \\ \mu < 3 & \quad T < -1.96 \end{aligned}$$

طبق محاسبات و تحلیل‌های انجام شده عوامل سازمانی، ایمان به خدا و نوع دوستی از جمله عوامل با تاثیرگذاری خوب و بالا شناخته شدند. عامل سازمانی با توجه به نظرات پاسخ دهندگان $T = 29.929$ را به دست آورد که دلیل بر تاثیرگذاری بالای عامل سازمانی در انگیزش افراد برای پرداخت زکات می‌باشد. پس از عامل سازمانی، عامل ایمان به خدا با $T = 12.885$ نشان می‌دهد که نظرات پاسخ دهندگان در مورد عامل ایمان میانگین بیشتری از ۳ دارد و بدین ترتیب عاملی تاثیرگذار در انگیزش افراد برای پرداخت زکات محسوب می‌شود. پس از عوامل سازمانی و ایمان، آخرین عاملی که میانگین قابل قبولی از جهت تاثیرگذاری به دست آورد عامل نوع دوستی بود. عامل دوستی با کسب $T = 7.784$ نشان داد که به همراه دو عامل دیگر نقش بسزا و موثری را انگیزش افراد برای پرداخت زکات ایفا می‌کنند. در انتها نیز عوامل فایده‌گرایی با $T = -12.111$ و عامل شخصی با $T = 1.316$ از نظر پاسخ دهندگان جزء عوامل موثر در ایجاد انگیزش میان زکات دهندگان نبودند. این عوامل نتوانستند که میانگین نظراتی بالای ۳ کسب کنند، به همین جهت عوامل چندان محکمی برای ایجاد انگیزش به شمار نمی‌آیند. نتایج حاصل از محاسبات در ضمیمه مقاله نمایش داده شده است.

۲-۶. سنجش رابطه بین عامل پیرسون

خروجی ضریب همبستگی پیرسون که در جدول همبستگی نمایش داده می‌شود، شدت و نوع رابطه بین دو متغیر را بررسی می‌کند. ضریب همبستگی (r) مثبت نشان دهنده

رابطه مستقیم و ضریب منفی نشان دهنده رابطه معکوس و ضریب همبستگی صفر نیز نشان دهنده عدم وجود رابطه بین دو متغیر می باشد (آذر و مومنی، ۱۳۸۴، ص ۲۰۷). در این قسمت از آنجا که ۵ متغیر یا عامل را از ابتدای تحقیق در نظر گرفته بودیم، رابطه بین این ۵ عامل باید در طی ۱۰ بار محاسبه و اندازه گیری می شد که جزئیات آن در زیر آمده است:

۱-۲-۶. رابطه بین عامل سازمانی و عامل نوع دوستی

طبق محاسبات ضریب همبستگی بین دو عامل سازمانی و نوع دوستی خوب و در حد بالایی تفسیر می شود. بدین ترتیب می توان متصور شد که تغییرات بوجود آمده در عامل سازمانی موجب تغییرات هم جهتی نیز در عامل نوع دوستی خواهد شد و کاهش و افزایش در یکی از آنها موجب عمل موازی در دیگری خواهد شد.

۲-۲-۶. رابطه بین عامل سازمانی و منفعت گرایی

نتیجه حاصل از محاسبات میان این دو عامل به دلیل اینکه sig آنها در محدوده مطلوبی قرار نگرفته است، نمی تواند ادعای محکمی را در مورد ضریب همبستگی میان این دو عامل نشان دهد.

۳-۲-۶. رابطه عامل سازمانی و انگیزه های شخصی

طبق محاسبات انجام شده ضریب همبستگی بین عامل سازمانی و انگیزه های شخصی کمی بیش از صفر می باشد که با این حساب رابطه مثبت اندکی بین این دو عامل وجود دارد ولی این رابطه چندان قوی و محکم نیست.

۴-۲-۶. رابطه بین دو عامل سازمانی و ایمان

طبق محاسبات انجام شده رابطه مستقیمی بین دو عامل وجود ندارد. ضریب همبستگی بدست آمده عددی منفی را نشان می دهد.

۵-۲-۶. رابطه بین دو عامل نوع دوستی و منفعت گرایی

بر اساس نتایج بدست آمده دو عامل نوع دوستی و منفعت گرایی دارای همگرایی مثبت هستند. بدین ترتیب می توان متصور شد که تغییرات بوجود آمده در عامل نوع دوستی موجب تغییرات هم جهتی نیز در عامل منفعت گرایی خواهد شد و کاهش و افزایش در یکی از آنها موجب عمل موازی در دیگری خواهد شد.

۶-۲-۶. رابطه بین دو عامل نوع دوستی و دلایل شخصی

نتایج به دست آمده حاکی از آن است که بین این دو عامل همبستگی مثبتی وجود دارد. بدین ترتیب می توان متصور شد که تغییرات به وجود آمده در عامل دلایل شخصی موجب تغییرات هم جهتی نیز در عامل نوع دوستی خواهد شد و کاهش و افزایش در یکی از آنها موجب عمل موازی در دیگری خواهد شد.

۷-۲-۶. رابطه بین دو عامل نوع دوستی و ایمان به خدا

محاسبات انجام شده نشان دهنده این است که این دو عامل ضریب همبستگی کاملاً منفی را نسبت به یکدیگر دارند. بنابراین رابطه‌ی مستقیمی بین دو عامل وجود ندارد.

۸-۲-۶. رابطه بین عامل فایده گرایی و منفعت شخصی

طبق محاسبات انجام شده، این دو عامل تقریباً ضریب همبستگی نزدیک به صفر دارند که اندکی متمایل به منفی و دارای جهت حرکتی معکوس می باشند.

۹-۲-۶. رابطه بین دو عامل منفعت گرایی و ایمان

این دو عامل دارای ضریب همبستگی منفی هستند که بیانگر جهت حرکت معکوس در این دو عامل است.

۱۰-۲-۶. رابطه بین دو عامل دلایل شخصی و ایمان به خدا

ضریب همبستگی بین این دو عامل بسیار نزدیک به صفر می باشد که وجود هرگونه رابطه‌ای بین این عوامل را نفی می کند.

در قسمت قبل سه عامل سازمانی، ایمان به خدا و نوع دوستی به عنوان سه عامل موثر و تاثیرگذار بر انگیزش افراد شناخته شدند، حال در این قسمت با بررسی رفتارها و میزان همبستگی میان این عوامل می توان به نحوه بهره گیری و استفاده از هر یک از عوامل پی برد. چرا که وقتی دو عامل دارای ضریب همبستگی مثبت هستند چنانچه یکی از آنها از نظر پاسخ دهندگان موثر تلقی شده باشد، با بهره گیری از یکی از این عوامل و مانور روی آن می توان از عامل دیگری نیز همزمان برای انگیزش افراد بهره جست، یا به عبارت دیگر هنگامی که یکی از عوامل تاثیرگذار در جامعه ای وجود دارد با بررسی رابطه ای که آن عامل با دیگر عواملی که فعلا به دلایلی در جامعه موجود نیست، دارد می توان از آنها به نحوی در جهت انگیزش بیشتر و افزایش میزان زکات جمع آوری شده در سطح جامعه استفاده نمود. حال چنانچه رابطه بین دو عامل معکوس و ضریب همبستگی میان آنها منفی شده باشد و در عین حال یکی از آنها به عنوان عامل تاثیرگذار در نظر پاسخ دهندگان به حساب آمده باشد، می توان امیدوار بود که وقتی عاملی مثل منفعت گرایی تاثیر چندانی در انگیزش زکات دهندگان ندارد، با ایجاد عامل مقابل به عنوان اهرمی مناسب برای انگیزش بهره جست. البته باید به این نکته نیز توجه داشت که ممکن است هنگامی هر دو عامل مانند عامل نوع دوستی و عامل ایمان به خدا دارای ضریب همبستگی منفی باشند، اما می توان امیدوار بود که در هر شرایطی از یکی از آنها به عنوان اهرم برای انگیزش افراد استفاده نمود، چرا که هر دو از نظر پاسخ دهندگان تاثیر گذار هستند ولی در نبود یکی می توان از دیگری برای انگیزش استفاده نمود و یا شاید در جامعه ای استفاده از یکی آنها ممکن باشد.

همچنین هنگامی که بین دو عامل که یکی تاثیرگذار و دیگری از نظر پاسخ دهندگان بی تاثیر تلقی شده است رابطه ای مثبت و ضریب همبستگی مثبت به دست آید، می توان چنین تفسیر نمود که اگر چنانچه عامل بی تاثیر، به نوعی اهرم شود می تواند با جهت حرکتی مثبتی که با عامل تاثیرگذار دارد انتظار افزایش انگیزه در میان زکات دهندگان را از آن داشت، چرا که افزایش آن به معنای افزایش عامل موثر بوده و بدین ترتیب با افزایش عامل تاثیرگذار، میزان زکات جمع آوری شده در سطح جامعه افزایش پیدا خواهد کرد و یا به بیانی دیگر اگر یکی از عوامل غیر موثر مانند

منفعت‌گرایی در جامعه‌ای مشاهده شد، استفاده از یکی از عوامل موثر که با آن رابطه‌ای مثبت دارد می‌تواند موجب افزایش انگیزه در میان زکات‌دهندگان شود.

۷. آزمون فریدمن و سنجش تاثیرگذارترین مشخصه در هر یک از عوامل

در این قسمت با استفاده از آزمون فریدمن به دنبال این هستیم تا ببینیم کدام یک از مشخصه‌های عوامل پنج‌گانه در پرسشنامه بیشترین تاثیر را خواهند داشت. برای اینکار ابتدا فرضیه‌ای را مطرح می‌کنیم که به صورت زیر نشان داده شده است:

H_0 : دارای تاثیرگذاری یکسانی هستند $\text{sig} \geq 0.5$

H_1 : دارای تاثیرگذاری متفاوتی هستند $\text{sig} < 0.5$

بدین صورت اگر در طی محاسبات sig حاصله برای هر یک از عوامل کمتر از عدد ۰.۵ باشد، آنگاه مشخصه‌های آن عامل نیز دارای تاثیرگذاری متفاوتی بوده و می‌توان از رتبه بندی به دست آمده برای تفسیرهای بعدی استفاده نمود. در طی محاسبات انجام شده sig به دست آمده برای همه عوامل کمتر از مقدار فرضیه بوده و بدین ترتیب در همه عوامل، سوالات تاثیرگذاری یکسانی را نشان نمی‌دهند.

بنابراین مشخصه‌های هر یک از عوامل بر اساس میزان اهمیت و تاثیرگذاری رتبه‌بندی شدند که نتایج به شرح جداول زیر می‌باشد. مشخصه‌ها در هر یک از عوامل به ترتیب از بالا به پایین دارای بیشترین تاثیر و سطح اهمیت می‌باشند.

جدول ۲. رتبه‌بندی عوامل ایمان به خدا بر اساس اهمیت و تاثیرگذاری

عوامل ایمان به خدا
زکات را به این دلیل که امری واجب است و از جانب خداوند وضع شده است پرداخت می‌کنم.
زکات را به این دلیل که یکی از راه‌های قدرشناسی از خداوند است، پرداخت می‌کنم.
زکات را به این دلیل که موجب پاداش الهی می‌گردد می‌پردازم.
معتقدم که عدم پرداخت زکات منجر به مجازات خداوند خواهد شد.
زکات را به این دلیل که موجب افزایش سطح تقوا می‌شود می‌پردازم.

جدول ۳. رتبه‌بندی عوامل سازمانی بر اساس میزان اهمیت و تاثیرگذاری

عوامل سازمانی
وجود سازمان‌های جمع‌آوری کننده زکات موجب سهولت بیشتر در پرداخت زکات می‌شود.
استفاده از سیستم‌ها و روش‌های ساده جهت جمع‌آوری زکات باعث استقبال و توجه بیشتر برای پرداخت زکات می‌شود.
وجود اعتماد و اطمینان نسبت به مراکز جمع‌آوری زکات سبب پرداخت راحت‌تر زکات می‌شود.
وجود عوامل تشویقی مانند معافیت مالیاتی برای افراد زکات‌دهنده، سبب افزایش در پرداخت زکات می‌گردد.
ارائه اطلاعات از نحوه جمع‌آوری و توزیع زکات جمع‌آوری شده موجب رضایت و انگیزش زکات‌دهندگان برای استمرار پرداخت زکات می‌گردد.
وجود مدیریت کارا و حرفه‌ای در سازمان‌های جمع‌آوری زکات موجب انگیزش زکات‌دهندگان می‌گردد.
وجود تبلیغات و همایش‌های سالانه توسط سازمان جمع‌آوری زکات عامل مهمی در جمع‌آوری زکات می‌باشد.

جدول ۴. رتبه‌بندی عوامل نوع‌دوستی بر اساس میزان اهمیت و تاثیرگذاری

عوامل نوع‌دوستی
زکات را به این دلیل که حقوق فقرا و نیازمندان می‌باشد، پرداخت می‌کنم.
زکات را به این دلیل می‌پردازم تا موقعیت اقتصادی مسلمانان در جهان بهبود پیدا کند.

جدول ۵. رتبه‌بندی عوامل نوع منفعت‌گرایی بر اساس اهمیت و تاثیرگذاری

عوامل نوع منفعت‌گرایی
زکات را به جهت اخذ سلامتی از خداوند پرداخت می‌کنم.
زکات را می‌پردازم تا از حمایت‌های اجتماعی بیشتری برخوردار باشیم.
زکات را می‌پردازم تا به عنوان انسانی بخشنده در جامعه معرفی شوم.

جدول ۶. رتبه‌بندی عوامل رضایت‌بخشی بر اساس اهمیت و تاثیرگذاری

عوامل رضایت‌شخصی
زکات را می‌پردازم چرا که موجب خوشحالی درونی و مسرت می‌گردد.
زکات را برای پاک نمودن اموال شخصی پرداخت می‌کنم.
زکات را می‌پردازم تا احساس گناه نکنم.
از آنجا که بنده انسانی مسئول در اجتماع هستم، زکات پرداخت می‌کنم.

بررسی تاثیرگذارترین مشخصه‌ها در هر یک از عوامل می‌تواند توجه مسئولین به نقاط عطف در هر یک از عوامل را جلب نماید، تا جهت‌گیری‌ها در برنامه ریزی برای هر عامل بر اساس ترتیب اهمیت و تاثیرگذاری متغیرهای موجود در آن عوامل صورت بگیرد.

جمع‌بندی

همانطور که در ابتدای تحقیق مطرح شد، اهمیت و جایگاه زکات در جامعه اسلامی مخصوصاً برای جامعه‌ای که قابلیت بالایی برای جمع‌آوری زکات حتی بیشتر از مالیات را دارد، غیرقابل انکار است. اما میزان زکات پرداخت شده به دلایلی، در این سال‌ها هیچ‌گاه نتوانسته است به میزان قابل قبول دست‌یابد. بررسی عواملی که می‌توانند موجب انگیزش افراد برای پرداخت زکات شود، می‌تواند برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران این اصل اسلامی را بیش از پیش راهنمایی نماید.

این تحقیق پس از بیان اهمیت و جایگاه بحث زکات، با معرفی عواملی که از برخی جهات در انگیزش افراد برای پرداخت زکات موثر هستند سعی در بررسی و محک زدن آن‌ها در سطحی از این جامعه گسترده را داشت. در این بین چهار عامل داخلی و در برابر آن‌ها یک عامل خارجی برگزیده شدند. این تحقیق به دنبال پاسخگویی به سوالاتی از این قبیل بود که کدام یک از عوامل بیش از بقیه عوامل در انگیزش افراد برای پرداخت زکات در جامعه تاثیرگذار هستند و دیگری اینکه آیا در برابر عوامل درونی، عامل خارجی (عامل سازمانی) نیز می‌تواند موثر واقع گردد یا نه؟

همانطور که در بخش یافته‌ها آمده است عامل‌های سازمانی، ایمان به خدا و نوع دوستی بیش از بقیه عوامل در انگیزش افراد برای پرداخت زکات موثر هستند. بنابراین باید با توجه بیشتر به این عوامل و تمرکز بر روی آن‌ها و از طرف دیگر با در نظر گرفتن رابطه میان آن‌ها و دیگر عوامل، برنامه‌ریزی‌های هدفداری را در این راستا انجام دهیم؛ برنامه‌هایی که بتوانند با اجرایی کردن عوامل سه‌گانه موثر و در نظر گرفتن متغیرهای موجود در هر یک از این عوامل و اهمیتی که هر کدام از این مشخصه‌ها در این عوامل دارند، میزان انگیزه افراد در پرداخت زکات را افزایش دهند.

از طرفی دیگر این تحقیق عاملی را برای پاسخ‌دهندگان در نظر گرفت که دارای ویژگی‌هایی خاص بود و پاسخ‌دهندگان با توجه به ویژگی‌های این عامل، آنرا از جمله تاثیرگذارترین عوامل پرداخت زکات انتخاب نمودند. عامل سازمانی نشان داد که علاوه بر عوامل داخلی، عاملی خارجی مانند عامل سازمان با ویژگی‌های مطلوب می‌تواند انگیزه افراد در پرداخت زکات را بسیار افزایش داده و در نهایت موجب افزایش میزان زکات جمع‌آوری شده در سطح جامعه شود. تجربه‌ای که در دیگر کشورهای اسلامی نتیجه بسیار مثبتی را ایفا نموده است.

در ایران نیز همانطور که در ابتدای مقاله بیان شد پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در سال ۱۳۷۴ مقام معظم رهبری در پیامی به اجلاس نماز بر اهمیت و لزوم پیگیری زکات به صورت جدی یادآور شدند و در سال ۱۳۸۳ حجت الاسلام قرائتی درخواست تشکیل ستاد زکات را به مقال معظم رهبری ارائه دادند که مورد موافقت ایشان قرار گرفت و از سال ۱۳۸۳ این ستاد فعالیت خود را آغاز نموده است ولی هنوز نتوانسته به وضعیت ایده آل پرداخت و مصرف زکات در کشور دست پیدا کند. با توجه به وضعیت ستاد زکات در ایران و موفقیت این ستاد در کشورهای اسلامی دیگر، بنابراین سیاستگذاران و برنامه‌ریزان این اصل اسلامی دیگر نباید تنها به عوامل داخلی چشم داشته باشند، بلکه باید برخی عوامل خارجی مانند سازمان‌های جمع‌کننده زکات و علل موفقیت این سازمان مورد بررسی قرار دهند.

کتابنامه

آذر، عادل و مومنی، منصور (۱۳۸۴)، آمار و کاربرد آن در مدیریت، تهران: سمت.

- ابن سعه محمد، علی (۱۴۰۵ق.)، الطبقات الكبرى، بیروت، دار صادر.
- اسماعیل پور دره، مهدی (۱۳۸۷)، «الگوی مناسب موسسات مالی زکات در جمهوری اسلامی ایران»، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- ثامنی، فرشاد (۱۳۷۷)، «تعیین ظرفیت بالقوه زکات در ایران»، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- حرالعالمی، محمد بن الحسن (۱۴۰۳ق.)، وسائل الشیعه الی التحصیل مسائل الشریعة، طهران: المكتبة الاسلامية، الطبعة السادسة.
- دبیرخانه ستاد احیای زکات (۱۳۸۶)، خلاصه عملکرد دبیرخانه ستاد احیای زکات، تهران: کمیته امداد امام خمینی(ره).
- دفتر آمار و فناوری اطلاعات وزارت جهاد کشاورزی (۱۳۹۰)، آمارنامه محصولات کشاورزی و دامی، ج ۱، تهران: وزارت جهاد کشاورزی.
- زمانی فر، حسن (۱۳۸۲)، «ارزیابی و محاسبه توان فقرزدایی زکات در برخی از استان‌های منتخب»، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تهران.
- شعبانی، احمد (۱۳۷۵)، «تحلیلی پیرامون زکات، زکات یا مالیات»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق(ع)، س ۲، ش ۳.
- صالح آبادی، علی (۱۳۸۳)، «موسسه مالی زکات و نقش آن در تامین مالی نیازهای جامعه اسلامی»، مجموعه مقالات، تهران: مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق(ع).
- طبرسی، احمد بن علی (۱۳۸۶ق.)، الاحتجاج، قم: قدس.
- عسگری، محمد مهدی (۱۳۸۰)، «تحلیل نظری آثار اقتصادی زکات و مالیه تورمی»، پایان نامه دکتری، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- قرضاوی، یوسف (۱۴۰۶ق.)، فقه الزکاة، دراسة مقارنة لاحکامها و فلسفتها فی ضوء القرآن و السننه، بیروت: موسسه الرسالة، الطبعة الخامسة عشر.
- قمی، علی بن ابراهیم (۱۳۸۷ق.)، تفسیر القمی، صححه و علقه السید طیب الموسوی الجزایری، قم: دارالکتب.
- کاشیان، عبدالحمید (۱۳۸۹)، «آزمون بسندگی زکات و خمس در تامین حداقل معیشت خانوارهای نیازمند در اقتصاد ایران»، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- کتانی الفاسی، عبدالحی (۱۳۸۰ق.)، التراتیب الاداریة، الرباط: المطبعة الاهلیة.
- الکلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۶۴ق.)، الکافی، تهران: المكتبة الاسلامية.

- کیاء الحسینی، ضیاء الدین (۱۳۸۷)، «نقش زکات فطره در فقرزدایی مطالعه موردی ۱۳۸۵-۱۳۷۰»، *تامین اجتماعی*، س ۲، ش ۲.
- لاجوردی، عدنان (۱۳۷۱)، «نقش زکات در نظام اقتصاد اسلامی»، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- مولائی، محمد (۱۳۷۱)، «ملاحظات پیرامون ابزارها و سیاست‌های توازن ثروت در سیستم اقتصادی اسلام»، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- مجلسی، محمد باقر (۱۹۸۳م)، *بحار الانوار*، ج ۹، کتاب الزکاة، بیروت: موسسه الوفاء، الطبعة الثانية.
- موسویان، سید عباس (۱۳۸۲)، «جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام»، *فصلنامه اقتصاد اسلامی*، س ۳، ش ۱۰.
- نجفی، محمد حسن (۱۹۸۲م)، *جواهر الکلام*، ج ۱۵، کتاب الزکاة، بیروت: دارالکتب الاسلامیة.
- Ahmad, M. (1991), "Impact of zakat: some empirieal of finding for Pakistan", *Journal of Islamic Economic*, 32 (4).
- Einstein, D. (2006), *Does one contribution come at the expense of another? Empirical evidence on substitution among charitable donations*, Mumbai: Jaico Publishing House.
- Qardawi, Yusof (1998), *Zakat in islam*, Kuala Lumpur: Metacorp Bhd.
- Sanep Ahmad, Hairunnizam Wahid & Adnan Mohamad (2005), *Institution Zakat in Malaysia*, Kuala Lumpur: Univision Press Sdn Bhd hlm.
- Masroorkhan (2007), *Evaluation of zakat in bangheladesh*, bangheladesh: Institute of Islamic Economic.
- Guermat, C., Al-Utaibi, J. Tucker (2003), *The Practice of Zakat: An Examination of Four Gulf*, Kuala Lumpur: IBS Buku Sdn.
- Muda, Muhamad and Marzuki, Ainulashikin (2006), *Factorys influencing individual participation in zakat contribution: exploratory investigation*, Kualalumpur: Islamic university college of Malaysia.
- Imtiaz, Mannan (2000), *management of zakah in muslim society*, kualalumpur: Islamic university college of Malaysia.