

عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی شهری و روستایی در ایران؛

رویکرد «برو»

یداله دادگر^۱

روح‌اله نظری^۲

فاطمه فهیمی‌فر^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۴/۶

تاریخ ارسال: ۱۳۹۴/۱۲/۲۲

چکیده

ارزیابی رفتار خانوارهای مذهبی، از موضوع‌های مهم اقتصاد، به‌طور کلی و به‌ویژه در کشورهای اسلامی است. چون در سبد مصرفی برخی خانوارها به‌جز هزینه‌های عادی، هزینه‌های مذهبی مطرح است، از این‌رو، شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار مذهبی خانوارهای جامعه از اهمیت بسزایی برخوردار است. این مقاله، با استفاده از رویکرد داده‌های خرد و براساس اطلاعات درآمد- هزینه خانوار در سال ۱۳۹۳، به تفکیک مناطق شهری و روستایی با روش پروبیت به بررسی عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در ایران پرداخته است. متغیرهای به‌کار گرفته شده عبارت‌اند از: پرداختی به صندوق صدقات، سن، وضعیت سواد، بُعد خانوار، وضعیت اشتغال، وضعیت تأهل، وضعیت مالکیت خانه و درآمد سرپرست خانوار. نتایج بیان‌کننده آن است که در هر دو مناطق شهری و روستایی، افزایش سن، دارا بودن شغل، متأهل بودن، مالک خانه بودن و درآمد سرپرست خانوار اثر مثبت و معناداری بر پرداخت هزینه مذهبی دارد، اما بُعد خانوار اثر منفی و معناداری بر پرداخت هزینه‌های مذهبی دارد. از سوی دیگر، با توجه به اثر نهایی محاسبه شده، متغیر درآمد در مناطق روستایی و شهری دارای اثرگذاری بیشتری نسبت به سایر متغیرها بوده است. همچنین یک هدف ضمنی این مطالعه، انجام نوعی ارزیابی ضمنی از مطالعه «برو» اقتصاددان معروف است. با توجه به نتایج مقاله، سطح سواد و بهبود شرایط زندگی مادی و اقتصادی، بر رفتار مذهبی و انجام هزینه‌های مذهبی ایران اثر مثبت دارد، از این‌رو، نتیجه مورد نظر «برو» در ایران مورد تأیید است.

واژگان کلیدی: هزینه‌های مذهبی، ارزیابی مطالعه «برو»، داده‌های درآمد- هزینه خانوار، روش پروبیت.

طبقه‌بندی JEL: Z12، D12، C13.

۱- استاد اقتصاد، گروه اقتصاد دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسؤول)، پست الکترونیکی: y_dadgar@sbu.ac.ir

۲- دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه فردوسی مشهد، پست الکترونیکی: rnazari2004@gmail.com

۳- دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی، پست الکترونیکی: fatemeh_fahimifar@yahoo.com

۱- مقدمه

سازمان‌های خیریه در بسیاری از کشورها وجود دارند و بخش در حال رشدی در اقتصاد هستند؛ برای نمونه در آستانه سال ۲۰۱۶ تنها در آمریکا بیش از یک میلیون مرکز خیریه وجود داشته است. در سال ۲۰۰۵، وجود ۸۰۰ هزار مرکز خیریه در آمریکا گزارش شده است. اینها بین ۱۸۰ تا ۲۲۰ میلیارد دلار به امور خیریه کمک کرده‌اند (اس تی^۱ (۲۰۱۶) و بارلا و پستیو^۲ (۲۰۰۵)). با وجود اهمیت بالقوه خیریه در اقتصاد، عملکرد بازارهای واقعی خیریه هنوز تا حد زیادی ناشناخته هستند (آدم^۳ (۲۰۱۶) و اندرونیس^۴ (۲۰۰۵)). مذهب افراد را تشویق می‌کند که به مراکز خیریه کمک کنند و این موضوع باعث می‌شود که آنها کمک خصوصی و داوطلبانه را با کمک از طریق دولت مقایسه کنند و کمک داوطلبانه را ترجیح دهند. در عین حال، در برخی کشورهای پیشرفته، مذهبی بودن به شکل کمک به مؤسسه‌های خیریه، موجب پرداخت سطح پایین‌تر مالیات می‌شود (الگین^۵ و همکاران، ۲۰۱۳).

پرداخت‌های مذهبی از جمله آموزه‌های تمام ادیان الهی است که برحسب شرایط زمان و مکان متفاوت است. مروری بر آموزه‌های ادیان ابراهیمی نشان‌دهنده وجوب آن در برخی حالت‌ها و شرایط و تأکید بر آن در بقیه موارد است، به صورتی که ترک آن باعث دوری از رحمت حق در دنیا و آخرت می‌شود. قرآن کریم با توجه به شرایط متفاوت و با الفاظ گوناگون از پرداخت‌های مذهبی نام می‌برد؛ برای مثال، از آن به‌عنوان زکات، صدقه، انفاق، جهاد با مال و... یاد کرده و آنها را از پیوندهای مستحکم جامعه اسلامی دانسته است. متون معتبر دینی همچنین پرداخت‌های مذهبی را سبب افزایش رحمت خداوند و تعالی روح مؤدیان آن می‌دانند. برخی آیه‌ها، موارد مصرف پرداخت‌های مذهبی را برمی‌شمرند و دسته‌ای دیگر نهی شدیدی را درباره منکران آنها بیان می‌کنند. روایت‌های

1- ST

2- Barla and Pestieau

3- Adam

4- Andreonis

5- Elgin

موجود در منابع اسلامی نیز مملو از تشویق مسلمانان به این موضوع است. کتاب‌های فقهی به بیان موارد واجب و مستحب و شرایط پرداخت و موارد و مصارف آنها می‌پردازند و روایت‌های اخلاقی نیز به جنبه‌های اخلاقی و پیامدهای مثبت پرداخت‌های مذهبی اشاره می‌کنند. از جمله پیامدهای مثبت پرداخت‌های مذهبی، پاکی روح و رشد مال است (کیاءالحسینی، ۱۳۸۸، ص ۱۹۴). یک نقش عمده پرداخت‌های مذهبی کاهش فقر است و یک هدف اصلی بخش خانوار و بخش عمومی مدیریت بهتر برای افزایش رفاه و کاهش فقر است (پروین، ۱۳۸۹). از این رو، تأثیر عواملی مانند مذهب بر رفتار خانوارها در کاهش فقر و بهبود رفاه مورد استقبال پژوهشگران و سیاست‌گذاران است. رفتار مصرف‌کننده مسلمان گاهی در قالب مدل‌ها و الگوهای کلان و با اعمال قیودی مانند تحریم ربا و کنز و همچنین لزوم پرداخت مالیات‌های دینی مانند زکات و خمس و تحلیل آثار آنها بر رفتار مصرف‌کننده مسلمان به صورت بخشی از اقتصاد کلان، مورد توجه اقتصاددانان مسلمان قرار گرفته است. گاهی از جنبه دیگر با نگاه اقتصاد خرد به تحلیل رفتار مصرفی فرد مسلمان از روی توابع مطلوبیت وی با توجه به قیدهای پیشین و همچنین حرمت اسراف و باور به آخرت به استخراج توابع تقاضای مصرف‌کننده مسلمان پرداخته می‌شود. در این بین، رفتار فرد مسلمان درباره مخارج مذهبی که فرد برای نزدیک شدن به خداوند انجام می‌دهد و عوامل اثرگذار بر آن نیز مورد مطالعه نظری و تجربی قرار گرفته است. هدف این مطالعه، بررسی آن دسته از ویژگی‌هایی از خانوارهاست که عواملی مهم و مؤثر در پرداخت هزینه‌های مذهبی خانوار تشخیص داده می‌شوند تا نتایج این مطالعه توسط سیاست‌گذاران و دستگاه‌های رسمی مذهبی در ایران مورد استفاده قرار گیرد. این مقاله، با رویکرد مبتنی بر داده‌های خرد و اطلاعات بودجه خانوار برای سال ۱۳۹۳، به بررسی عوامل مؤثر بر رفتار مصرف‌کننده مسلمان در پرداخت هزینه‌های مذهبی می‌پردازد. این مقاله، در ضمن نوعی ارزیابی ضمنی از مطالعه «برو» را نیز پوشش می‌دهد. پرسش اصلی مطالعه برو این بود که آیا بهبود سواد و بالا رفتن سطح توسعه اقتصادی باعث کاهش علاقه به فعالیت‌های مذهبی می‌شود یا خیر؟ براساس این، فرضیه اصلی این مقاله

آن است که بالا رفتن سطح سواد یا بهبود شرایط زندگی مادی و اقتصادی، بر رفتار مذهبی و انجام هزینه‌های مذهبی اثر مثبت دارد.

۲- مبانی نظری تحقیق

رابرت برو (متولد ۱۹۴۲)، از اقتصاددانان معروف دانشگاه هاروارد، به همراه مک کلری^۱ از پژوهشگران مؤسسه هور، این پرسش را مورد پژوهش وسیع قرار دادند که آیا به همراه بهبود زندگی مادی و درجه توسعه‌یافتگی جوامع و همچنین بالا رفتن سطح آموزش و سواد، علاقه به فعالیت‌ها و هزینه‌های مذهبی کاهش می‌یابد یا خیر؟ آنها در مطالعه‌ای (۲۰۰۶)، در یک سطح وسیع به این موضوع پرداختند. نتیجه مطالعه آنها به فرض‌ها یا پرسش‌های یادشده پاسخ منفی داد. به این صورت که از یک سو، سطح سواد و آموزش‌های پیشرفته نه تنها موجب دور شدن مردم از عقاید و فعالیت‌های مذهبی (و از جمله انجام هزینه‌های مذهبی) نشده، بلکه بین اینها رابطه مثبت وجود داشته است. پژوهش آنها همچنین در مورد بخش دوم پرسش نیز پاسخ معناداری داشته است. به این شکل که هرچه سطح توسعه‌یافتگی و بهره‌مندی از رفاه بیشتر بالاتر رفته، نه تنها گرایش‌ها به مذهب و رفتارهای مذهبی کمتر نشده، بلکه به صورت معناداری بیشتر نیز شده است. مقاله حاضر در ضمن ارزیابی مطالعه موردی خرد در ارتباط با عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در ایران، به‌طور ضمنی به ارزیابی مطالعه برو و مک کلری نیز می‌پردازد. موضوع دومی که لازم است در اینجا اشاره شود، ارزیابی ضمنی این پرسش است که آیا کارکرد نامناسب دستگاه‌های رسمی مذهبی در ایران موجب فرار مردم از انجام فعالیت‌های مذهبی (در خصوص انجام هزینه‌های مذهبی) شده یا خیر؟ این مقاله نشان می‌دهد که با وجود محدودیت‌های فراوان و کارکرد نامناسب دستگاه‌های رسمی دینی در ایران، گویی مردم راه خود را نسبت به عقاید و کارکردهای مذهبی به‌طور مستقل ادامه می‌دهند.

در آموزه‌های دینی هزینه‌های مذهبی به شکل‌های مختلفی نمایان می‌شوند. یکی از این موارد، پرداختن به عدالت اجتماعی است. در اسلام عدالت اجتماعی بر دو اصل تأمین اجتماعی و توازن اجتماعی استوار است. در تأمین اجتماعی، تأمین نیازهای افراد جامعه از دو طریق پیش‌بینی شده است؛ کفالت همگانی مردم و تعهد دولت. کفالت همگانی به معنای مسئولیت متقابل افراد جامعه نسبت به تأمین نیازهای حیاتی همدیگر و مبتنی بر اصل اخوت و وحدت افراد جامعه است. براساس این، چنانچه نیازهای حیاتی مانند غذا، پوشاک و... زندگی فرد یا افرادی را مورد تهدید قرار دهد، بر تمام مسلمانان واجب است که در رفع آن اقدام کنند (نمازی، ۱۳۸۴، ص ۳۳۳). براساس این اصل، ثروتمندان وظیفه دارند نیازهای اساسی نیازمندان را تأمین کنند. برای اینکه وظیفه یادشده به نحو درست و کارآمدی تحقق یابد، با اصول و ارزش‌های اخلاقی پیوند زده شده است؛ برای مثال، قرآن، انفاق را از شاخص‌های اصلی تقوا می‌شمارد و ثبات و امنیت عمومی را در گروی انفاق و احساس مسئولیت توانگران می‌داند. گذشته از آن، قرآن انفاق را نوعی سرمایه‌گذاری در نظر می‌گیرد (سوره بقره، آیات ۳-۲ و ۱۹۵).

راه دوم اجرای تأمین اجتماعی، وظیفه دولت در تأمین سطح معیشت مناسب و وسایل زندگی، به‌خصوص برای افراد فقیر جامعه است. این موضوع از طریق قرار دادن امکانات در اختیار آنها برای فعالیت‌های اقتصادی است. مبنای تئوریک وظیفه دولت در تأمین اجتماعی، سهم بودن افراد جامعه در ثروت‌های طبیعی و حق مشترک جامعه در آن است. منابع مالی تأمین اجتماعی از دیدگاه اسلام که برای به تصویر کشیدن احساس تعهد، برادری، نوع‌دوستی و مسئولیت‌پذیری است، از درآمد و ثروت شخصی در قالب وام بدون بهره، صدقه، انفاق، احسان و... هزینه می‌شود. آنها خود، نمونه‌های هزینه مذهبی خانوار هستند، اما برای برقراری توازن اجتماعی، باید از بودجه عمومی استفاده کرد (صدر، ۱۹۸۰). از نظر اسلام باید از اقشار آسیب‌پذیر حمایت شود، اما این حمایت نباید به گونه‌ای باشد که باعث بدآموزی، تن‌پروری و مانند آن شود، یعنی از کسانی حمایت شود که با تمام وجود تلاش می‌کنند، اما نمی‌توانند مخارج زندگی خود و خانواده‌اشان را تأمین

کنند، یا بر اثر حوادث از کار افتاده‌اند یا پیر و ناتوان هستند یا سرپرست خود را از دست داده‌اند. شمار این گروه‌ها متناسب با زمان و مکان تغییر می‌کند. گروه‌های مورد حمایت از دیدگاه قرآن شامل فقرا، درراه‌ماندگان، بدهکاران، بی‌سرپرستان، خانوارهای پرجمعیت، سالمندان و محاصره‌شدگان هستند (سوره توبه، آیه ۶۰).

۳- مروری بر مطالعات تجربی

مدت زیادی است که پژوهشگران تأثیر اقتصادی مذهب را بررسی می‌کنند. ماکس وبر^۱ اقتصاددان معروف یکی از نخستین کسانی بود که در سال ۱۹۰۵ ادعا کرد مذهب نقشی مهم در توسعه اقتصادی بازی می‌کند. پس از آن، اقتصاددانان دیگر، ظرفیت تعامل بین مذهب و متغیرهای اجتماعی - اقتصادی را مورد بررسی قرار داده‌اند؛ برای مثال، لهرر و چیسویک^۲ (۱۹۹۳)، تأثیر مذهب را بر ازدواج بررسی کرده‌اند. لهرر (۱۹۹۵، ۱۹۹۶ و ۱۹۹۹) همچنین به ترتیب رابطه عرضه نیروی کار، باروری و پیشرفت تحصیلی را با مذهب بررسی کرده است. از سوی دیگر، مک کلری (۲۰۰۷)، نقش مذهب را در تکامل متغیرهای گوناگون اقتصادی تحلیل کرده است. برخی مطالعات، ارتباط مذهب و نابرابری را مورد بررسی قرار داده‌اند. جالب توجه است که ریس^۳ (۲۰۰۹) و پالانی^۴ (۲۰۰۸)، به این نتیجه رسیدند که کشورهای مذهبی‌تر دارای سطوح بالاتری از نابرابری درآمدی هستند.

برخی مطالعات به نقش مذهب در تأمین امنیت فردی و سازوکار مواجهه با سختی‌های اجتماعی - اقتصادی می‌پردازند. برخی، به نقش مذهب در کارآیی بنگاه و برخی دیگر، به اثر مذهب بر رشد و توسعه توجه می‌کنند (آلیسون^۵، ۲۰۱۶). این مقاله بر نقش مذهب در ارایه کمک‌های خیریه (مانند صدقه) تأکید می‌کند. همان‌طور که مک کلری (۲۰۰۷) نشان

1- Weber

2- Lehrer and Chiswick

3- Rees

4- Palani

5- Allison

داده است، آموزه‌های تمام مذهب‌های عمده جهان پیوندی بین اقدام‌های خیریه در این زندگی و شرایط فردی پس از مرگ برقرار می‌کنند. واژه‌ای که در این ارتباط به کار می‌رود، «شایستگی رستگاری»^۱ است. مک‌کلری همچنین شواهدی ارائه می‌کند که تنوع عقاید درباره دنیای پس از مرگ به تفاوت‌ها در مشوق‌ها به‌منظور اقدام‌های خیریه برمی‌گردد. برای یک اقتصاددان، مفهوم شایستگی رستگاری مانند نظریه سرمایه‌گذاری پس از مرگ است که برای نخستین بار توسط آزی و ایهرنبرگ^۲ (۱۹۷۵)، بیان شد. برخی مطالعات با استفاده از داده‌های حاصل از کشورهای مختلف شواهد تجربی‌ای را برای وجود شایستگی رستگاری ارائه کرده‌اند. بروکس^۳ (۲۰۰۳)، نشان داد که در آمریکا افراد مذهبی ۲۵ درصد بیشتر از افراد غیرمذهبی به امور خیریه کمک می‌کنند. جالب توجه است که ۹۱ درصد از افراد مذهبی و ۶۶ درصد از افراد غیرمذهبی در آمریکا به امور خیریه مختلف کمک می‌کنند. میانگین کمک نقدی افراد مذهبی ۱۵۰۰ دلار بیش از افراد غیرمذهبی است. از دیگر نتایج این مطالعه، آن است که اسپانیولایی‌ها بیست درصد کمتر از آمریکایی‌ها خود را در دسته «مذهبی» قرار می‌دهند و کمتر از نصف آنها به امور خیریه کمک می‌کنند. یک یافته دیگر این مطالعات، آن است که مردمان اسپانیا بالاترین سطح کمک‌های خیریه (به شکل سرانه) را در کشورهای اروپای غربی به خود اختصاص داده‌اند.

بلومبرگ^۴ و همکاران (۲۰۰۶)، با استفاده از پیمایش مخارج مصرف‌کننده درباره مصرف و الگوهای کمک مذهبی نشان دادند که مردم در آمریکا معتقدند، مذهب هم در زندگی مصرفی آنها مؤثر بوده و هم نوعی سرمایه‌گذاری پس از مرگ است. تاو و یو^۵ (۲۰۰۷)، با بررسی پیامدهای مورد انتظار رفتار خیریه در مذهب‌های گوناگون پس از مرگ عقاید

-
- 1- Salvific Merit
 - 2- Azzi and Ehrenberg
 - 3- Brooks
 - 4- Blomberg
 - 5- Tao and Yeh

مختلف را در تایوان رتبه‌بندی کردند و دریافتند که افراد دارای انتظارات بالاتر برای پاداش‌های پس از مرگ (برای مثال، مسیحی‌ها) به صورت معناداری بیشتر از افرادی که معتقدند، ارتباط کمی بین خیریه و زندگی پس از مرگ وجود دارد (مذاهب قومی) کمک خیریه می‌کنند. تورنتون و هیلمس^۱ (۲۰۱۰)، شواهد مشابهی درباره رابطه بین رفتار خیریه و عقیده به زندگی پس از مرگ یا عقیده به وجود خدا ارائه کردند. آنها نشان دادند که پیروان مذاهب دارای معیار شایستگی رستگاری ضعیف (مانند پروتستان‌ها و باپتیست‌ها)، برخلاف پیروان مذاهب دارای معیار شایستگی رستگاری قوی (مانند یهودیت و کاتولیسم)، حساسیت نسبتاً بیشتری به تغییرات در مشوق‌های اقتصادی برون‌زا مانند یارانه‌های مالیاتی برای کمک خیریه نشان می‌دهند. خانوارهای با عقاید ضعیف مذهبی، رفتاری مشابه با خانوارهای غیرمذهبی دارند. نقطه مشترک تمام این مثال‌ها آن است که شایستگی رستگاری گرایش به کمک خصوصی و داوطلبانه را به جای اجبار دولتی افزایش می‌دهد. یکی از بحث‌های مهم در آموزه‌های اقتصادی اسلام موضوع رفتار مصرف‌کننده است.

شاید بتوان گفت دو مورد از نخستین مطالعات در مورد هزینه مذهبی، توسط صدیقی (۱۹۷۲) و محمد منذر کاهف^۲ (۱۹۷۳)، انجام شده است. کاهف مدلی را برای تصمیم‌گیری خانوار با هدف حداکثر کردن سود ارائه کرد که براساس آن، نحوه تصمیم‌گیری خانوار مسلمان برای تخصیص منابع تشریح می‌شود (کاهف، ۱۹۷۴). سپس، زرقاً حدود مصرف در سطح کفایت و کمتر از اسراف را مطرح می‌کند (ماستفر^۳، ۲۰۱۳، ص ۱۳۰۱). همچنین قسان (۲۰۱۵)، با طرح انصاف و انفاق، بخش دیگری از هزینه مذهبی را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. در خصوص نظریه رفتار خانوار مذهبی، چند دیدگاه مطرح است؛ یکی، خانوار مسلمان در جایگاه حداکثرکننده رستگاری دنیا و آخرت (کاهف، ۲۰۰۲) است. دوم، خانوار مسلمان در مقام حداکثرکننده مطلوبیت دنیا و آخرت (خان (۱۹۸۴) و کاهف (۱۹۸۴)) است. سوم،

1- Thornton and Helms

2- Mohammad Monzer Kahf

3- Mustafar

مصلحت در مقابل مطلوبیت و توازن به‌جای حداکثرسازی نفع شخصی (خان، ۱۹۸۷) و چهارم مصرف با توجه به رعایت قواعد اسلامی مانند انفاق است (قسان، ۲۰۱۵). توتونچیان مطلوبیت مربوط به هزینه مذهبی را رضایت خاطر خانوار در نتیجه رضای خدا می‌داند (توتونچیان، ۱۳۶۳، ص ۱۲۸). او از این‌رو، مصرف‌کننده مسلمان را حداکثرکننده مطلوبیت، اما با این تعریف بیان کرده است. صدر در کنار هزینه مذهبی، استراحت و عبادت را نیز بر تصمیم‌گیری مؤثر می‌داند (صدر، ۱۳۷۵، ص ۱۹۳). برخی (دادگر، ۱۳۹۳)، مطلوبیت را به ۳ بخش مادی (حاصل از مصرف کالاهای معمولی)، معنوی (شامل رضایت حاصل از هزینه برای کمک به دیگران) و مطلوبیت ویژه آرامش روحی به‌دست آمده از انجام کمک به دیگران تفکیک می‌کنند. برخی مطالعات (عزتی، ۱۳۸۴)، تابع مخارج مذهبی را تخمین می‌زنند و برخی دیگر (کیاء‌الحسینی، ۱۳۸۸)، به بررسی عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی دهک‌های درآمدی خانوارهای شهری ایران پرداخته‌اند و نشان دادند که درآمد خانوار و بُعد خانوار اثری مثبت و تورم اثری منفی بر پرداخت‌های مذهبی داشته است. نتیجه برخی مطالعات دیگر (استادزاده، ۱۳۹۱)، نشان می‌دهد که مصرف و صدقه بهینه در هر زمان مشخص تنها به ارزش کنونی درآمد در طول زندگی بستگی دارد. در مطالعه دیگر، رضایی و حسینی مقدم (۱۳۹۱)، به بررسی رفتار مصرف‌کننده در اقتصاد اسلامی و بهینه‌سازی آن پرداختند. نتایج حاصل از مدل‌سازی نشان داد، در طول زمان مطلوبیت نهایی ناشی از مصرف و انفاق برابرند. همچنین نرخ بازدهی انتظاری (ناشی از تأمین مالی اسلامی) و نرخ ترجیح زمانی بر مصرف و انفاق تأثیر دارند. نتیجه مطالعه دیگر (صادقی و همکاران، ۱۳۹۲)، نشان می‌دهد که انفاق تابعی فزاینده از درآمد سرانه، ثروت و سرمایه مذهبی است. مطالعه دیگر (لشکری و مهرپارسا، ۱۳۹۳)، به این نتیجه رسید که ایمان با رفتار مصرف‌کننده (در انجام هزینه مذهبی و مانند آن)، رابطه مثبت دارد. همچنین رفتار مصرف‌کننده براساس درجه ایمان متفاوت است. پژوهش دیگر (صافی دستجردی و نظریور، ۱۳۹۳)، نشان داد که بعدها گوناگون مذهبی بودن با نگرش به مصرف، رابطه منفی معناداری دارند. بررسی دیگر (اکبریان و محمودی، ۱۳۹۴)، به این نتیجه رسید که هدف مصرف‌کننده از هزینه‌های مذهبی

حداکثر کردن رضایت خداوند است. به‌طور کلی مطالعات مربوط به رفتار خانوارها در انجام هزینه‌های مذهبی، ادبیات نسبتاً مناسبی را فراهم ساخته‌اند (باتایله^۱ (۱۹۹۲)، جی سی اس^۲ (۲۰۱۶) و تومالین^۳ (۲۰۱۵)).

در مجموع، می‌توان مطالعات مربوط به هزینه‌های مذهبی را به سه دسته تقسیم کرد: ۱- مطالعه‌هایی که براساس استخراج دستورهای اقتصادی شرع از مکتب اقتصادی اسلام، مبنی بر انجام این نوع مخارج به صورت واجب یا مستحب انجام شده است. اینها بیشتر جنبه اخلاقی و فقهی دارند؛ برای مثال، مطالبی که درباره وجوب و شرایط خمس، زکات، انفاق، کمک به ایتم و مستمندان و... از منابع اصیل مسلمانان و رساله‌های عملیه استخراج شده است، از این نمونه هستند. محمد باقر صدر در کتاب اقتصادنا در بررسی مکتب اقتصادی اسلام، به فلسفه وجود مخارج مذهبی اشاره و هدف آن را مخالفت با ذخیره کردن نقدینگی (کنز) و جلوگیری از رکود در بخش تولید بیان کرده است (صدر، ۱۹۸۰). ۲- مطالعه‌هایی که براساس ادبیات اقتصاد متعارف در چهارچوب الگوهای اقتصاد اسلامی و با توجه به قیده‌های شرعی حاکم بر رفتار فرد مسلمان انجام شده است؛ برای مثال، مطالعه زرقا، کهنف و توتونچیان از این نمونه‌اند. ۳- مطالعه‌هایی که براساس رفتار عملی مسلمانان و بررسی چگونگی برخورد آنان با مخارج مذهبی تدوین شده است. اینها از نظر تعداد اندک هستند، اما با توجه به ادبیات اقتصادی متعارف و به صورت تجربی انجام شده‌اند. در خصوص مطالعات تجربی می‌توان گفت که اغلب مطالعات در مورد رفتار مسیحی‌ها انجام شده است، اما در کنار آنها مطالعات محدودتری درباره رفتار مصرف‌کننده در سایر ادیان (به‌ویژه اسلام) انجام شده است. در ضمن بررسی رفتار مصرف‌کننده و کل رفتار مصرفی جامعه با دو رویکرد خرد و کلان انجام می‌شود که اصلی‌ترین دشواری دستیابی به داده‌های مذهبی برای مطالعات تجربی است. به عبارت

1- Bataille

2- GCS

3- Tomalin

دیگر، یک دسته، این مسأله را از بُعد کلان مورد توجه قرار داده‌اند و تفاوت رفتارها و موقعیت اقتصادی جوامع پیروی مذاهب مختلف را بررسی کرده‌اند و دسته دیگر، به بررسی تفاوت رفتارهای فردی پیروان مذاهب مختلف پرداخته‌اند.

این مقاله، در ادامه مبانی نظری و پیشینه تحقیق، به بررسی عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در ایران در شهر و روستا می‌پردازد. این کار هم از نظر دوره زمانی، هم برخی از متغیرها و هم مدل مربوط نسبت به کارهای دیگر قدمی نسبتاً جدیدتر در تقویت ادبیات مورد نظر به شمار می‌آید. همچنین پردازش سازگاری کار «برو» در مطالعات هزینه مذهبی تنها در این مقاله انجام شده است.

۴- روش‌شناسی تحقیق

در این تحقیق، از مدل‌های رگرسیون گسسته استفاده شده است. مدل‌های رگرسیون گسسته، مدل‌هایی هستند که در آنها متغیر وابسته مقادیر گسسته را انتخاب می‌کند. مدل زیر را در نظر بگیرید:

$$y_i^* = \beta'x_i + u_i$$

که در آن، u_i و x_i هر یک بردارهای $1 \times k$ هستند و y_i متغیر مجازی بوده که به صورت زیر در نظر گرفته شده است:

$$y_i = 1 \quad \text{if} \quad y_i^* > A$$

$$y_i = 0 \quad \text{if} \quad y_i^* \leq A$$

از جمله این مدل‌ها، مدل‌های احتمال خطی^۱، لاجیت^۲ و پروبیت^۳ است که مدل استفاده شده در این مقاله، از نوع پروبیت بوده که دارای تابع توزیع تخمین انباشته^۴ از نوع نرمال^۵ است. برای مدل پروبیت تابع راست‌نمایی به صورت زیر است:

$$L = \prod_{i=1}^N [1 - \Phi(-\beta'x_i)]^{y_i} [\Phi(-\beta'x_i)]^{1-y_i}$$

- 1- Linear Probability Model
- 2- Logit Model
- 3- Probit Model
- 4- Cumulative Distribution Function(CDF)
- 5- Normal

لگاریتم تابع احتمال مشترک با توجه به متقارن بودن چگالی توزیع کمیت تصادفی نرمال استاندارد به صورت زیر به دست می‌آید:

$$\log L = \sum_{i=1}^N y_i \log \Phi(\beta'x_i) + \sum_{i=1}^N (1 - y_i) \log [1 - \Phi(\beta'x_i)]$$

که

$$\frac{\partial \log L}{\partial \beta} = \sum_{i=1}^N \frac{[y_i - \Phi(\beta'x_i)]}{\Phi(\beta'x_i)[1 - \Phi(\beta'x_i)]} \phi(\beta'x_i)x_i = S(\beta)$$

تخمین‌زن ML بردار β به صورت جوابی برای $S(\beta) = 0$ به دست می‌آید. به منظور تفسیر ضرایب مدل پروبیت از اثر نهایی استفاده می‌شود. اثر نهایی تغییر در x_{ji} بر احتمال وقوع حادثه $y_i = 1$ عبارت است از (گجراتی (۱۳۸۷) و کشاورز حداد (۱۳۹۰)):

$$m_{ji} = \partial \Pr(y_i = 1) / \partial x_{ji} = (\partial F(x_i' \beta) / \partial (x_i' \beta)) \cdot (\partial (x_i' \beta) / \partial x_{ji})$$

۵- معرفی الگو، تحلیل ضرایب و بررسی نتایج

در آموزه‌های اسلامی و در قرآن به منظور بهبود روزافزون رفاه جامعه، هم در حوزه فردی و هم در حوزه اجتماعی، دست کم سه منبع مالی مهم در نظر گرفته شده است؛ انفاق، زکات و صدقه. در این قسمت، از مقاله به بررسی داده‌های آماری مربوط به این سه، به عنوان هزینه‌های مذهبی و همین‌طور برآورد عوامل مؤثر بر آن هزینه‌ها در ایران، به تفکیک خانوارهای شهری و روستایی می‌پردازیم.

۵-۱- معرفی مدل پیشنهادی

عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در پژوهش حاضر به صورت تابعی از متغیرهای زیر در نظر گرفته شده است:

$$Alms = f(\text{age, literacy, dimension, L, marry, proper, income})$$

که در آن منظور از $(Alms)$ پرداختی به صندوق صدقات است، به گونه‌ای که برای خانوارهایی که پرداختی به صندوق صدقات داشتند، عدد یک و برای افرادی که چنین پرداختی نداشتند، عدد صفر در نظر گرفته شده است. عبارت (age) برای سن سرپرست خانوار و

(*literacy*) متغیر مجازی سواد است. به این صورت که برای سرپرست خانوار باسواد، عدد یک و بی سواد عدد صفر در نظر گرفته شده است. عبارت (*dimension*) بیان‌کننده بُعد خانوار و (*L*) نشان‌دهنده اشتغال است. در این رابطه، برای سرپرست خانوار شاغل عدد یک و برای بیکار و نظایر آن، عدد صفر در نظر گرفته شده است. عبارت (*marry*) برای ازدواج است. به این شکل که برای سرپرست خانوار متأهل عدد یک و برای سرپرست خانوار مجرد و مانند آن، عدد صفر تعریف شده است. عبارت (*proper*) برای مالکیت خانه تعریف شده است. به این صورت که برای مالک خانه عدد یک و برای غیر آن، عدد صفر به کار رفته است. سرانجام عبارت (*income*) معرف درآمد سرپرست خانوار است، به گونه‌ای که مجموع درآمدهای حاصل از مشاغل مزد و حقوق‌بگیری، مشاغل غیرمزد و حقوق‌بگیری (آزاد) و درآمدهای متفرقه^۱ سرپرست خانوار چنانچه از میزان حداقل دستمزد سال ۱۳۹۳ بیشتر باشد، عدد یک و برای غیر آن، عدد صفر به کار رفته است.

سن سرپرست خانوار یکی از عوامل اثرگذار بر هزینه‌های مذهبی است. به دلیل اینکه در آموزه‌های دینی به پاداش اخروی اعمال توجه زیادی شده است و به نظر می‌رسد هرچه سن افراد بالاتر باشد، به آخرت و مرگ و کسب پاداش اخروی توجه بیشتری دارند و در نتیجه، صدقه (هزینه مذهبی) بیشتری انجام می‌دهند. به عبارت دیگر، با افزایش سن، افراد مشارکت بیشتری در فعالیت‌های مذهبی دارند. براساس این مشاهدات، این فرضیه ارنبرگ^۲ (۱۹۷۷) که با افزایش سن، فعالیت‌های مذهبی افزایش می‌یابد به صورت قوی‌تری تأیید شده است.

برخی مطالعه‌ها رابطه معناداری بین درآمد و هزینه‌های مذهبی را در مطالعات تجربی تأیید نکردند. از جمله نخستین تحقیقاتی که در زمینه مقدار فعالیت‌های مذهبی و اقتصاد صورت گرفته، پژوهشی است که استارک^۳ (۱۹۷۲) انجام داده است. او در پژوهش خود، کوشیده

۱- شامل حقوق بازنشستگی، درآمد حاصل از اجاره محل کسب، درآمد حاصل از حساب پس‌انداز، کمک‌هزینه تحصیلی، درآمد حاصل از محل فروش مصنوعات و دریافتی‌های انتقالی از خانوارهای دیگر.

2- Ehrenberg

3- Stark

است، رابطه بین سطح درآمد با اعتقادات مذهبی و مقدار فعالیت‌های مذهبی را در بین مردم آمریکا بررسی کند. در بررسی او، رابطه معناداری بین این متغیرها یافت نشد، اما در برخی مطالعات تجربی، درآمد اصلی‌ترین عامل اثرگذار بر مخارج خانوار از جمله پرداخت‌های خیرخواهانه بوده است. در پرداخت‌های مستحبی مانند صدقه نیز به صورت متعارف، افراد با درآمد بالاتر آزادی عمل بیشتری را در پرداخت آن دارند. از این رو، انتظار داریم که افزایش درآمد به پرداخت هزینه مذهبی بیشتری منجر شود. همچنین دو متغیر سواد و مالکیت خانه (شاخص بهبود زندگی مادی) که در مطالعه برو استفاده شده بود نیز در این مطالعه به کار گرفته شد. انتظار بر این است که بالا رفتن سواد و بهبود زندگی مادی اثر مثبتی بر هزینه‌های مذهبی داشته باشند. همچنین متغیر تأهل نیز به عنوان یک عامل اثرگذار دیگر معرفی شده است. انتظار بر این است که افراد متأهل نسبت به افراد مجرد هزینه‌های مذهبی بیشتری داشته باشند. عامل دیگر، بُعد خانوار است که در پرداخت‌های مستحبی می‌تواند سبب کاهش پس‌انداز و کاهش این پرداخت‌ها شود و از سوی دیگر، افراد خانوار براساس انگیزه‌های فردی تمایل به پرداخت مستقل دارند و این موضوع سبب افزایش پرداخت‌ها می‌شود. در مجموع، بُعد خانوار از عوامل اثرگذار بر هزینه‌های مذهبی است، اما در تحلیل داده‌ها نمی‌توان درباره نوع علامت بُعد خانوار قضاوتی روشن داشت.

جامعه آماری در این مقاله، خانوارهای مناطق شهری و روستایی در نمونه‌گیری آماری هزینه - درآمد خانوار سال ۱۳۹۳، منتشر شده توسط مرکز آمار ایران است. در هزینه - درآمد خانوار، اقلام مربوط به هزینه‌های مذهبی شامل موارد زیر است:

- خمس.
- زکات.
- فطره، کفاره و مشابه آن.
- کمک به مساجد، کلیسا، کنیسه، تکایا، مکان‌های متبرک و مانند آنها.
- هزینه پرداختی به سخنرانان مذهبی، مداحان و مانند آنها.
- پرداخت به صندوق صدقات.

در این ارتباط از ۱۸۸۸۵ خانوار شهری در ایران، ۱۸۱۹۸ خانوار به‌طور کلی هزینه مذهبی پرداخت می‌کنند. از این تعداد، ۳۱۴ خانوار خمس، ۱۶۴ خانوار زکات، ۱۷۴۲۳ خانوار فطره، کفاره و مشابه آنها، ۶۸۴۱ خانوار کمک به مساجد، کلیسا، کنیسه، تکیه‌ها، مکان‌های متبرک و مانند آنها، ۲۶۴۸ خانوار پرداخت به سخنرانان مذهبی، مداحان و مشابه آنها و ۱۴۶۰۵ خانوار پرداخت به صندوق صدقات را انجام داده‌اند. همچنین از ۱۹۳۸۸ خانوار روستایی، ۱۸۴۱۶ خانوار به‌طور کلی هزینه مذهبی پرداخت می‌کنند. از این تعداد، ۲۶۳ خانوار خمس، ۴۲۰ خانوار زکات، ۱۷۵۱۰ خانوار فطره، کفاره و مشابه آنها، ۸۳۳۸ خانوار کمک به مساجد، کلیسا، کنیسه، تکیه‌ها، مکان‌های متبرک و مانند آنها، ۳۳۸۸ خانوار پرداخت به سخنرانان مذهبی، مداحان و مشابه آنها و ۱۳۵۴۱ خانوار پرداخت به صندوق صدقات را انجام می‌دهند.

خمس، زکات و فطره از نظر شریعت جزء امور واجب هستند، یعنی پرداخت‌های مربوط از وظایف الزامی مذهبی‌ها است. از این‌رو، از مدل‌سازی آنها صرف‌نظر شد و کدهای مربوط به آنها از جامعه آماری حذف شدند. به همین دلیل، هزینه‌های پرداختی اختیاری و به‌طور خاص پرداخت به صندوق صدقات به‌عنوان شاخص هزینه مذهبی در ایران در نظر گرفته شد. از سوی دیگر، در هر خانوار، متغیرهای مربوط به سرپرست خانوار جداسازی و به بررسی اثرات متغیرهای مربوط به سرپرست خانوار بر هزینه مذهبی خانوار پرداخته شد.

۵-۲- توصیف و تحلیل داده‌ها

جدول شماره ۱، بیان‌کننده ویژگی‌های آماری متغیرهای مورد مطالعه است. می‌توان نتایج را به صورت زیر بیان کرد:

۱- ۷۷/۳ درصد از خانوارهای مناطق شهری و ۶۹/۸ درصد از خانوارهای مناطق روستایی در ایران در دوره مورد مطالعه هزینه مذهبی پرداخته‌اند. در نتیجه، سهم روستاییان کمتر از جمعیت شهری کشور بوده است.

۲- ۸۳/۶ درصد از سرپرست‌های خانوار مناطق شهری و ۶۷/۵ درصد از سرپرستان خانوار مناطق روستایی که هزینه مذهبی پرداخته‌اند، باسواد هستند. نتایج نشان‌دهنده آن است که سهم باسوادان در خانوارهای مناطق شهری بیشتر از خانوارهای مناطق روستایی است.

- ۳- شاغلان سرپرست خانواری که هزینه مذهبی پرداخت کرده‌اند، تقریباً در هر دو سطح شهری و روستایی با هم برابر بوده‌اند.
- ۴- ۸۷/۴ درصد از سرپرستان خانوارهای مناطق شهری و ۸۸/۳ درصد از سرپرستان خانوارهای مناطق روستایی که هزینه مذهبی پرداخت کرده‌اند، متأهل بوده‌اند. این، نشان‌دهنده سهم بیشتر خانوارهای مناطق روستایی است.
- ۵- ۸۷/۵ درصد از سرپرستان خانوارهای مناطق روستایی و ۷۰ درصد سرپرستان خانوارهای مناطق شهری که هزینه مذهبی پرداخت می‌کنند، مالک خانه بوده‌اند. از این رو، خانوارهای مناطق روستایی سهم بیشتری نسبت به خانوارهای مناطق شهری را در این شاخص دارا بوده‌اند.
- ۶- ۸۹/۱ درصد از سرپرستان خانوارهای مناطق شهری و ۸۳/۱ درصد از سرپرستان خانوارهای مناطق روستایی که هزینه مذهبی پرداخت کرده‌اند، دارای درآمدی بالاتر از حداقل دستمزد بوده‌اند. این، نشان‌دهنده سهم بیشتر خانوارهای مناطق شهری است.

جدول ۱- ویژگی‌های آماری متغیرهای مورد استفاده در سال ۱۳۹۳ (درصد)

متغیر	مناطق	سهم
(Alms)	شهری	۷۷/۳
	روستایی	۶۹/۸
(literacy)	شهری	۸۳/۶
	روستایی	۶۷/۵
(L)	شهری	۶۷/۶
	روستایی	۶۷/۷
(marry)	شهری	۸۷/۴
	روستایی	۸۸/۳
(proper)	شهری	۷۰
	روستایی	۸۷/۵
(income)	شهری	۸۹/۱
	روستایی	۸۳/۱

مآخذ: مرکز آمار ایران و محاسبات تحقیق.

جدول شماره ۲، ویژگی‌های آماری شاخص‌های مورد استفاده را در دوره مورد مطالعه نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، میانگین سن سرپرست خانوار مناطق شهری

که هزینه مذهبی می‌پردازند برابر با ۴۸/۹ سال و برای خانوارهای مناطق روستایی برابر با ۵۰ سال است. از سوی دیگر، بعد خانوارهای مناطق شهری و روستایی که هزینه مذهبی پرداخت می‌کنند، تقریباً یکسان است.

جدول ۲- ویژگی‌های آماری شاخص‌های مورد استفاده در سال ۱۳۹۳

میانگین	مناطق	شاخص
۴۸/۹	شهری	(age)
۵۰	روستایی	
۳/۵	شهری	(dim ension)
۳/۴	روستایی	

مآخذ: مرکز آمار ایران و محاسبات تحقیق.

۵-۳- تصریح مدل و تحلیل ضرایب حاصل از برآورد الگو

با توجه به هدف پژوهش در این قسمت، به ارایه عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی به تفکیک خانوارهای شهری و روستایی در دوره مورد مطالعه می‌پردازیم. جدول شماره ۳، بیان‌کننده نتایج حاصل از تخمین عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در خانوارهای روستایی است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمام متغیرهای مدل معنادار بوده‌اند. براساس این، می‌توان بر نتایج زیر تأکید کرد: *گام‌های علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*

- ۱- با افزایش سن، هزینه‌های مذهبی پرداختی افزایش می‌یابد.
- ۲- باسوادی سرپرست خانوار، شاغل بودن، متأهل بودن، مالک خانه بودن و درآمد بالاتر تأثیر مثبت و معناداری بر پرداخت هزینه‌های مذهبی داشته است.
- ۳- هرچه بُعد خانوار با افزایش روبه‌رو شود، هزینه‌های مذهبی با کاهش مواجه می‌شود.

جدول ۳- نتایج حاصل از برآورد عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در خانوارهای روستایی

متغیر	ضرایب	انحراف معیار	Z	$P > Z $	[95% Conf. Interval]	
C	-۰/۵۹	۰/۰۶۲	-۹/۵۴	۰/۰۰۰	-۰/۷۱	-۰/۴۷
age	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰۸	۳/۰۸	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰۹
literacy	۰/۲۴	۰/۰۲۶	۹/۴۸	۰/۰۰۰	۰/۲۹	۰/۱۹
dim ension	-۰/۰۳	۰/۰۰۶	-۶/۰۳	۰/۰۰۰	-۰/۰۵۱	-۰/۰۲۶
L	۰/۳۷	۰/۰۲۶	۱۴/۳۳	۰/۰۰۰	۰/۳۲	۰/۴۲
marry	۰/۲۱	۰/۰۳۲	۶/۵۷	۰/۰۰۰	۰/۱۴	۰/۲۷
proper	۰/۱۶	۰/۰۲۹	۵/۶۶	۰/۰۰۰	۰/۱	۰/۲۲
income	۰/۵۳	۰/۲۲	۲۳/۲۴	۰/۰۰۰	۰/۴۸	۰/۵۷
Number of obs = ۱۹۳۸۸						
LR chi2(7) = ۱۴۷۴/۹۱						
Prob > chi2 = ۰/۰۰۰						
Log likelihood = -۱۱۱۳۱/۷۹						

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

- جدول شماره ۴، ارائه‌دهنده نتایج حاصل از اثر نهایی عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در خانوارهای روستایی است. همان‌طور که از این جدول مشاهده می‌شود:
- ۱- چنانچه یک درصد سن (*age*) سرپرست خانوار زیاد شود، احتمال پرداخت هزینه مذهبی خانوار، ۰/۱ درصد افزایش می‌یابد (در صورت ثابت بودن سایر شرایط).
 - ۲- با افزایش یک درصدی بُعد خانوار (*dim ension*) احتمال پرداخت هزینه مذهبی، ۱/۲ درصد کاهش می‌یابد.
 - ۳- احتمال تمایل پرداخت هزینه‌های مذهبی از جانب خانوارهای با سرپرست باسواد، ۸ درصد بیشتر از خانوارهای با سرپرست بی‌سواد است.

- ۴- متغیر اشتغال (L) با علامت مثبت، نشان‌دهنده تمایل بیشتر سرپرست خانوار شاغل به پرداخت هزینه‌های مذهبی است، به طوری که سرپرستان شاغل با احتمال ۱۲ درصد بیشتر از افراد بیکار، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی دارند.
- ۵- متغیر وضعیت تأهل ($marry$) با علامت مثبت، گویای تمایل بیشتر افراد متأهل به پرداخت هزینه‌های مذهبی نسبت به افراد مجرد است، به گونه‌ای که افراد متأهل با احتمال ۶ درصد بیشتر از افراد مجرد، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی می‌گیرند.
- ۶- در ارتباط با متغیر مالکیت خانه ($proper$) تمایل بیشتر افراد مالک به پرداخت هزینه‌های مذهبی بیشتر است و سرپرستان مالک با احتمال ۵ درصد بیشتر از سرپرستان غیرمالک، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی دارند.
- ۷- متغیر درآمد ($income$) با علامت مثبت نشان‌دهنده تمایل بیشتر خانوار به پرداخت هزینه‌های مذهبی توسط سرپرستان با درآمد بالاتر است، به طوری که سرپرستان با درآمد بالاتر از حداقل دستمزد، با احتمال ۱۷ درصد بیشتر از سرپرستان با درآمد پایین‌تر از حداقل دستمزد، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی دارند.

جدول ۴- نتایج حاصل از اثر نهایی عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در خانوارهای روستایی

متغیر	ضرایب	Z	$P > Z $
age	۰/۰۰۱	۳/۰۹	۰/۰۰۰
literacy	۰/۰۸	۹/۵۴	۰/۰۰۰
dimension	-۰/۰۱۲	-۶/۰۵	۰/۰۰۰
L	۰/۱۲	۱۴/۵۴	۰/۰۰۰
marry	۰/۰۶	۶/۵۹	۰/۰۰۰
proper	۰/۰۵	۵/۶۷	۰/۰۰۰
income	۰/۱۷	۲۴/۲۳	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

جدول شماره ۵، بیان‌کننده نتایج حاصل از برآورد عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در خانوارهای شهری است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمام متغیرهای مدل معنادار بوده‌اند. نتایج را می‌توان چنین بیان کرد:

- ۱- با افزایش سن، هزینه‌های مذهبی پرداختی افزایش می‌یابد.
- ۲- باسوادی سرپرست خانوار، شاغل بودن، متأهل بودن، مالک خانه بودن و درآمد بالاتر تأثیر مثبت و معناداری بر هزینه‌های مذهبی داشته است.
- ۳- هرچه بُعد خانوار با افزایش روبه‌رو شود، هزینه‌های مذهبی با کاهش مواجه می‌شود.

جدول ۵- نتایج حاصل از برآورد عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در خانوارهای شهری

متغیر	ضرایب	انحراف معیار	آماره Z	$P > Z $	[95% Conf. Interval]	
<i>C</i>	-۰/۳۷	۰/۰۷	-۵/۲۸	۰/۰۰۰	-۰/۵	-۰/۲۳
<i>age</i>	۰/۰۰۶	۰/۰۰۰۹	۶/۴۸	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴	۰/۰۰۸
<i>literacy</i>	۰/۳۵	۰/۰۳	۱۱/۶	۰/۰۰۰	۰/۲۹	۰/۴۱
<i>dimension</i>	-۰/۰۴	۰/۰۰۷	-۶/۵۸	۰/۰۰۰	-۰/۰۶۴	-۰/۰۳۴
<i>L</i>	۰/۱۹	۰/۰۲۸	۶/۸۲	۰/۰۰۰	۰/۱۳	۰/۲۴
<i>marry</i>	۰/۱۵	۰/۰۳۴	۴/۵۷	۰/۰۰۰	۰/۰۸۹	۰/۲۲
<i>proper</i>	۰/۱۲	۰/۰۲۴	۵/۲۴	۰/۰۰۰	۰/۰۷۸	۰/۱۷
<i>income</i>	۰/۴۴	۰/۰۲۸	۱۵/۵۳	۰/۰۰۰	۰/۳۸	۰/۴۹
<i>Number of obs</i> = ۱۸۸۸۵						
<i>LR chi2</i> (7) = ۶۹۴/۷۷						
<i>Prob > chi2</i> = ۰/۰۰۰						
<i>Log likelihood</i> = -۹۷۵۹/۴۵						

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

- جدول شماره ۶، ارایه‌دهنده نتایج حاصل از اثر نهایی عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در خانوارهای شهری است. همان‌طور که مشاهده می‌شود:
- ۱- چنانچه یک درصد سن (*age*) سرپرست خانوار زیاد شود، احتمال اینکه خانوار هزینه مذهبی پرداخت کند، ۰/۱ درصد افزایش می‌یابد.
 - ۲- یک درصد افزایش بعد خانوار، ۱/۴ درصد احتمال پرداخت هزینه‌های مذهبی خانوار را کم می‌کند.
 - ۳- متغیر سواد (*literacy*) با علامت مثبت، نشان‌دهنده تمایل بیشتر سرپرستان باسواد به انجام هزینه‌های مذهبی است، به‌طوری که خانوارهایی که سرپرست باسواد دارند با احتمال ۱۰/۲ درصد بیشتر از خانوار با سرپرست بی‌سواد، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی دارند.
 - ۴- متغیر اشتغال (*L*) با علامت مثبت، نشان‌دهنده تمایل بیشتر خانوارهای با سرپرست شاغل به پرداخت هزینه‌های مذهبی است، به‌طوری که سرپرستان شاغل با احتمال ۵/۵ درصد بیشتر از سرپرستان بیکار، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی دارند.
 - ۵- متغیر وضعیت تأهل (*marry*) با علامت مثبت، گویای تمایل بیشتر سرپرستان متأهل به پرداخت هزینه‌های مذهبی نسبت به افراد مجرد است، به‌گونه‌ای که افراد متأهل با احتمال ۴/۵ درصد بیشتر از افراد مجرد، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی می‌گیرند.
 - ۶- در ارتباط با متغیر مالکیت خانه (*proper*) تمایل بیشتر افراد مالک به پرداخت هزینه‌های مذهبی بیشتر است و سرپرست مالک با احتمال ۳/۶ درصد بیشتر از سرپرستان غیرمالک، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی دارند.
 - ۷- متغیر درآمد (*income*) با علامت مثبت، نشان‌دهنده تمایل بیشتر خانوار به پرداخت هزینه‌های مذهبی توسط سرپرستان با درآمد بالاتر است، به‌طوری که سرپرستان با درآمد بالاتر از حداقل دستمزد، با احتمال ۱۲/۷ درصد بیشتر از سرپرستان با درآمد پایین‌تر از حداقل دستمزد، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی دارند.

جدول ۶- نتایج حاصل از اثر نهایی عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی در خانوارهای شهری

متغیر	ضرایب	Z	$P > Z $
age	۰/۰۰۱	۶/۵	۰/۰۰۰
literacy	۰/۱۰۲	۱۱/۶۹	۰/۰۰۰
dimension	-۰/۰۱۴	-۶/۶	۰/۰۰۰
L	۰/۰۵۵	۶/۸۳	۰/۰۰۰
marry	۰/۰۴۵	۴/۵۷	۰/۰۰۰
proper	۰/۰۳۶	۵/۲۴	۰/۰۰۰
income	۰/۱۲۷	۱۵/۸	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

۶- خلاصه و نتیجه‌گیری

هزینه‌های مذهبی از جمله مخارج خانوار است که با توجه به عوامل اقتصادی و غیراقتصادی به وسیله خانوارهای مذهبی پرداخت می‌شود. پرداخت‌های مذهبی به چگونگی تخصیص منابع درآمدی فرد مذهبی مرتبط بوده که از جمله آموزه‌های تمام ادیان الهی است و برحسب شرایط زمان و مکان متفاوت است. مروری بر آموزه‌های ادیان ابراهیمی نشان‌دهنده وجوب هزینه‌های مذهبی در برخی شرایط و تأکید بر آن به عنوان مسأله‌ای مستحبی در بقیه موارد است، به گونه‌ای که ترک آن باعث دوری از رحمت خداوندی می‌شود. قرآن و دیگر منابع دینی، به منظور بهبود رفاه جامعه هم در حوزه فردی و هم در حوزه اجتماعی، بر چند منبع مالی تأکید کرده‌اند، اینها شامل انفاق، زکات و صدقه هستند. این مقاله، با استفاده از رویکرد داده‌های خرد و براساس داده‌های درآمد-هزینه خانوار در سال ۱۳۹۳، به تفکیک مناطق شهری و روستایی با روش پروبیت به بررسی عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی پرداخت. فرآیند کار به این صورت بود که ابتدا به بررسی داده‌های اثرگذار بر هزینه‌های مذهبی پرداختیم. سپس، مدل پروبیت برآورد و در نهایت، اثر نهایی در هر دو مدل اندازه‌گیری شد. نتایج بیان‌کننده آن است که در هر دوی مناطق شهری و روستایی افزایش سن، دارا بودن شغل، متأهل بودن، مالک خانه بودن و درآمد

بالتر از حداقل دستمزد سرپرست خانوار اثر مثبت و معنادار و بعد خانوار اثر منفی و معناداری بر احتمال پرداخت هزینه‌های مذهبی دارد. با توجه به اثر نهایی محاسبه شده، متغیر درآمد در مناطق روستایی و در مناطق شهری دارای اثرگذاری بیشتری بوده است. دومین متغیر اثرگذار در مناطق شهری کشور، متغیر سواد است، به طوری که سرپرستان باسواد خانوار با احتمال $10/2$ درصد بیشتر از سرپرستان بی‌سواد، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی دارند. در مناطق روستایی کشور متغیر اشتغال بعد از درآمد، بیشترین اثرگذاری را دارد، به طوری که خانوارهای با سرپرست شاغل، با احتمال 12 درصد بیشتر از سرپرست‌های بیکار، تصمیم به پرداخت هزینه‌های مذهبی دارند.

می‌توان براساس این مقاله چند نکته را به‌عنوان نتایج نهایی مورد تأکید قرار داد: ۱- با وجود محدودیت‌های فراوان، مردم به انجام دستورات مذهبی توجه دارند. ۲- در مورد ایران که حکومت دینی برقرار است و نتوانسته به اهداف مورد نظر (براساس اصول مربوط) برسد، باز مردم کم‌وبیش وظایف مذهبی مالی خود را انجام داده‌اند. ۳- فرضیه اصلی مطالعه، یعنی سطح سواد یا بهبود شرایط زندگی مادی و اقتصادی، بر رفتار مذهبی و انجام هزینه‌های مذهبی ایران اثر مثبت دارد (که همان نتیجه مورد نظر اقتصاددان معروف «برو» است) مورد تأیید قرار گرفته است. ۴- گویی مردم با وجود ناکارآمدی‌های دستگاه‌های رسمی مذهبی، وظایف انفرادی خود را نسبت به خداوند و مذهب کم‌وبیش انجام می‌دهند.

منابع

- استادزاده، علی حسین (۱۳۹۱)، «بررسی مصرف بین دوره‌ای با رویکرد اسلامی»، نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۱، صص ۱۰۴-۷۷.
- اکبریان، رضا و غلامحسین محمودی (۱۳۹۴)، «بررسی و تجزیه و تحلیل رفتار مصرف کننده در اقتصاد اسلامی»، نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۱۰ (۱۳)، صص ۸۲-۵۳.
- پروین، سهیلا (۱۳۸۹)، «تأثیر تغییرات قیمت بر فقر»، فصلنامه اقتصاد مقداری، دوره ۷، شماره ۲، صص ۱۱۷-۹۵.
- توتونچیان، ایرج (۱۳۶۳)، *تنوری تقاضا و تحلیل اقتصادی انفاق*، تهران، مرکز اطلاعات فنی ایران.
- حسینی، سیدهادی (۱۳۸۱)، «پدیده‌شناسی فقر و توسعه»، آینه پژوهش، شماره ۷۴، خرداد و تیر، صص ۴۷-۵۶.
- دادگر، یداله (۱۳۹۳)، *مقدمه‌ای بر آموزه‌های اقتصادی و مالی اسلام*، تهران، نشر آماره.
- رضایی، محسن و رفیع حسینی مقدم (۱۳۹۱)، «بررسی و بهینه‌سازی رفتار مصرف کننده در اقتصاد اسلامی با استفاده از تکنیک برنامه‌ریزی پویا»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، دوره ۱۷، شماره ۵۱، تابستان، صص ۸۷-۷۱.
- صادقی، حسین، مرتضی عزتی و علی شفیعی (۱۳۹۲)، «تخمین تابع انفاق در ایران»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، دوره ۱۳، شماره ۲، تابستان، صص ۸۴-۶۱.
- صافی دستجردی، داوود و محمدتقی نظرپور (۱۳۹۳)، «سنجش اثر مذهب بر رفتار مصرف کننده (مطالعه موردی زنان متأهل اصفهان)»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، سال چهاردهم، زمستان، شماره ۵۶، صص ۶۲-۳۷.
- صدر، سید کاظم (۱۳۷۵)، *اقتصاد صدر اسلام*، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- صدر، محمدباقر (۱۹۸۰)، *اقتصادنا*، بیروت، دارالتعارف.
- عزتی، مرتضی (۱۳۸۴)، «تخمین تابع مخارج مذهبی (مخارج در راه خدا) مسلمانان»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، سال پنجم، شماره ۱۸، تابستان، صص ۱۱۲-۸۹.

کیاءالحسینی، سیدضیاءالدین (۱۳۸۸)، «عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی دهک‌های درآمدی خانوارهای شهری»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، شماره ۳۵، پاییز، صص ۲۱۶-۱۹۳.

کشاوری حداد، غلامرضا (۱۳۹۰)، اقتصادسنجی داده‌های خرد با نرم‌افزار استاتا، مؤسسه توسعه و تحقیقات اقتصادی دانشگاه تهران، جزوه آموزشی.

گجراتی، دامودار (۱۳۸۷)، مبانی اقتصادسنجی، جلد دوم، ترجمه حمید ابریشمی، انتشارات دانشگاه تهران.

لشکری، محمد و زکیه مهرپارسا (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه ایمان به خدا بر رفتار مصرف‌کننده»، مطالعات اقتصاد اسلامی، سال ششم، شماره ۱۲، بهار و تابستان، صص ۱۲۸-۱۱۳.

مرکز آمار ایران، هزینه و درآمد خانوار سال ۱۳۹۳.

نمازی، حسین (۱۳۸۴)، نظام‌های اقتصادی، شرکت سهامی انتشار، چاپ ۴.

وبر، ماکس (۱۳۷۳)، اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری، ترجمه عبدالکریم رشیدیان و پریسا منوچهری، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.

Adam, T, (2016), *Transaction philanthropy*, Springer Publishing.

Allison, S, (2016), *Frontiers in Spiritual Leadership*, Palgrave, MacMillan.

Andreonis, J., (2005), *Philanthropy*, in: Gerard-Varet L-A., S-C. Kolm and J. Mercier Ythier, eds, *Handbook of Giving, Reciprocity and Altruism*, North-Holland, Publishing

Azzi, C., and Ehrenberg, R, (1975), "Household Allocation of Time and Church Attendance", *Journal of Political Economy*, 83 (1), PP. 27-56.

Barla, P. and Pestieau, P. (2005), "The Optimal Number of Charities", June 24, pp.1-7.

Barro, R and Mecleary, R, (2002), "Religion and Political Economy in an International Panel", Cambridge, MA, National Bureau of Economic Research.

Barro, R and Mecleary, R, (2006), "Religion and Economy", *Journal of Economic Perspectives*, 20(2), PP.49-72.

Bataille, G, (1992), *Theory of Religion*, MIT Press.

Blomberg, S.B., Deleire, T., Hess, G., (2006), "The (after) Life-Cycle Theory of Religious Contributions", CES, No: 1854.

Brooks, A. C., (2003). "Religious Faith and Charitable Giving", *Policy Review*, 121, 39-50.

Ehrenberg, R.G. (1977), "Household Allocation of Time and Religiosity: Replication and Extension", *Journal of Political Economy*, 85 (2). PP. 415-423.

Einstein, D. (2006), "Does One Contribution Come at the Expense of Another? Empirical Evidence on Substitution among Charitable Donations", Mumbai: Jaico Publishing House.

Elgin, Mehmet Y, Goksel, T and Orman C, (2013), "Religion, Income Inequality, and the Size of the Government", *Economic Modelling*, 30, PP.225–234.

GCS, (2016), *Religious Studies*, Collin Publishing.

Ghassan, H, (2015), *Islamic Consumer Model*, MPRa Publishing.

Kahf, M.M, (1981), "A Contribution to the Theory of Consumer Behavior in an Islamic Society", Islamic Foundation, Publishing.

Kahf, M.M, (1973), *A Contribution to the Study of the Economics of Islamic*, University of Uta Press.

Kahf, M.M, (1974), "A Model of the Household Decisions in Islamic Economy", Indiana, Association of Muslim Social Scientists.

Kahf, M.M, (2002), *Islamic Economics*, Bookings Press.

Khan, M.F, (1984), Macro Consumption Function in Islamic Framework, *Journal of Research in Islamic Economics*, 1(2), PP.30-47.

Khan, M.F, (1987), *Theory of Consumer Behavior in Islamic Perspective*, Jeddah I.D.B publishing.

Lehrer, E.L. and C. Chiswick, (1993), "Religion as a Determinant of Marital Stability", *Demography* 30(3), PP.385-404.

Lehrer, E.L., (1995). "The Effects of Religion on the Labor Supply of Married Women", *Social Science Research*, 24, PP. 281-301.

Lehrer, E.L., (1996). "Religion as a Determinant of Fertility", *Journal of Population Economics*, 9, PP.173-196.

Lehrer, E.L., (1999). "Religion as a Determinant of Educational Attainment: An Economic Perspective", *Social Science Research*, 28, PP.358-379.

McCleary, R. M., (2007). "Salvation, Damnation, and Economic Incentives", *Journal of Contemporary Religion*, 22 (1), PP.49-74.

Mutafar, M, (2013), "Muslim Consumer Behavior", *Middle East Journal of Scientific Research*, 18(9), PP.1301-1307.

Polani, P, (2008). "The Effect of Religiosity on Income Inequality", *Journal of Politics and International Affairs*, PP. 61-70.

Rees, T. J., (2009). "Is Personal Insecurity a Cause of Cross-National Differences in the Intensity of Religious Belief?", *Journal of Religion and Society*, 11, PP.1-17.

Siddighi, M.N, (1972). *Economic Enterprise in Islam*; Lahore, Islamic publishing.

ST. (2016), *Finding Cures*, ST Judge center.

Stark, R. (1972), *The Economics of Piety : Religious Commitment and Social Class; in Issues in Social Inequality*. Gerald W. Thielbar and Saul D. Feldman, eds. Boston: Little, Brown, PP.483-503.

Tao, H.L., Yeh, P., (2007). "Religion as an Investment: Comparing the Contributions and Volunteer Frequency among Christians, Buddhists, and Folk Religionists", *Southern Economic Journal*, 73 (3), PP.770-790.

Thornton, J.P., Helms, S., (2010), *Afterlife Incentives in Charitable Giving*. SSRN Publishing.

Tomalin, E. (2015), *Handbook of Religion and Global Development*, Routledge Publishing.