

اثر سرمایه دینی بر هزینه‌های این جهان و هزینه‌های در راه خدا

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۰/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۴/۱۹

* مرتضی عزتی
** پرویز نصیرخانی
*** نازنین افشین‌فر

چکیده

یکی از سفارش‌های ویژه دین، پرداخت زکات است که در مفهوم همگانی آن به معنای هزینه در راه خداست. این هزینه به پیوند افراد با دین یعنی عوامل برانگیزاننده دینی مانند ایمان و سرمایه دینی بستگی دارد. هزینه‌های این جهان نیز در شرایطی از سرمایه دینی اثر می‌پذیرد. این مقاله در پی آن است که به بررسی اثر سرمایه دینی بر هزینه‌های این جهان و هزینه‌های در راه خدای خانوار با نگاه به نظریه‌های اسلامی بپردازد. بر پایه این نظریه‌ها و بررسی‌های تجربی انجام شده در این زمینه، در بررسی این نوشتار، هزینه‌های خانوار و نیز هزینه‌های در راه خدا، تابعی از متغیرهای درآمد، دارایی، پس‌انداز، سن، بُعد خانوار، سرمایه دینی و سرمایه‌گذاری کاری در جایگاه متغیرهای توضیح‌دهنده گرفته شده است. در این بررسی سرمایه دینی بر پایه مولد جایگاه (ژنراتور موقعیت) که از ابزارهای جهانی است، اندازه‌گیری و در مدل می‌آید. داده‌های این بررسی با به‌کارگیری پرسشنامه گردآوری شده است. جامعه آماری، شهروندان شهر زاهدان با نمونه‌ای برابر با پانصد سرپرست خانوار بوده است. داده‌ها با روش‌های اقتصادسنجی تحلیل شده‌اند. اصلی‌ترین یافته‌ها آن است که سرمایه دینی، سن، درآمد، دارایی، سرمایه‌گذاری کاری بر هزینه‌های دینی اثر مثبت داشته‌اند و سرمایه دینی هزینه‌های زندگی این جهان را کاهش نمی‌دهد.

واژگان کلیدی: هزینه در راه خدا، سرمایه دینی، مولد جایگاه، زاهدان.

طبقه‌بندی JEL: C23, E62, Z12.

Email: mezzati@modares.ac.ir.

*. دانشیار دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول).

Email: parnasirkhani@gmail.com.

** عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور.

Email: nazi.afshinfar1368@gmail.com.

*** کارشناس ارشد اقتصاد دانشگاه پیام نور زاهدان.

مقدمه

بر پایه نظریه رفتار مصرف‌کننده در چارچوب اسلامی، سرمایه دینی که نشان‌دهنده پیوند و رابطه با دین است، می‌تواند بر هزینه‌های زندگی این جهان و هزینه‌های در راه خدا اثرگذار باشد. نظریه چنین است که افزایش سرمایه دینی، هزینه‌های در راه خدا (هزینه‌های دینی) را افزایش می‌دهد و با ثابت‌بودن همه شرایط دیگر و نبود امکان تغییر درآمد و یا هزینه‌کردن از دارایی و مانند اینها، این افزایش موجب کاهش هزینه‌های زندگی این جهان می‌شود. با اینکه از این نظریه، چنین برمی‌آید که در شرایط یادشده با افزایش سرمایه دینی هزینه‌های زندگی این جهان کاهش می‌یابد، ولی در واقعیت، همه چیز ثابت نیست و تحلیل یادشده یک تحلیل آموزشی ساده است. چنانچه بخواهیم واقعیت را تحلیل کنیم، باید دیگر عامل‌ها را نیز در مدل و تحلیل بیاوریم و آن‌گاه همزمان اثر اینها را ببینیم. بر این پایه جا دارد که بررسی دقیقی از این موضوع داشته باشیم. بررسی حاضر می‌کوشد همزمان به برآورد دو تابع هزینه‌های زندگی این جهان و هزینه‌های در راه خدا در یک فضای واقعی بپردازد که همزمان عامل‌های گوناگون بر رفتار مصرف‌کننده اثر دارند.

بر این پایه در این بررسی کوشش شده است با یک نمونه پانصد خانواری از شهروندان زاهدان، یک بررسی تجربی از واقعیت رفتار خانوار در این زمینه انجام شود تا اثر چندبعدی متغیرهای نظری همزمان روی رفتار خانوار دیده شود. بنابراین پرسشنامه‌ای برای اندازه‌گیری ویژگی‌های اقتصادی، هزینه‌ها و درآمدهای خانوار طراحی شده است و در کنار آن پرسشنامه، سنجه اندازه‌گیری سرمایه دینی بر پایه ژنراتور (مولد) جایگاه که از سوی عزتی و باغچقی (۱۳۹۴ الف) طراحی شده، به کار گرفته شده است تا بر پایه آن داده‌های تجربی رفتاری گردآوری و اندازه‌گیری شود. پس از آن داده‌ها با نرم‌افزار اس پی اس اس (SPSS) پردازش شده‌اند و با تحلیل رگرسیونی (اقتصادسنجی) دو مدل هزینه این جهان خانوار و هزینه‌های در راه خدای خانوار برآورد و تحلیل شده است.

این بررسی نسبت به بررسی‌های پیشین، نوآوری‌های ویژه‌ای دارد. در بررسی‌های ایران و سایر کشورها تاکنون اثر سرمایه دینی با این شیوه در سطح خرد و با پرسشنامه روی هزینه‌های در راه خدا بررسی نشده است و این یک کار بسیار سنگین در این زمینه است که همه آن نوآوری است: از نمونه مستقل، جامعه آماری مستقل، پرسشنامه اختصاصی برای

این پژوهش، اندازه‌گیری سرمایه دینی با روش میدانی، به‌ویژه بررسی میدانی هزینه‌های در راه خدا و برآورد رابطه آن با سرمایه دینی با این ابزار که برای نخستین بار است انجام می‌شود. اینها همه افزون بر واردکردن متغیرهای جدیدی در تحلیل مانند شغل دوم، سرمایه‌گذاری سودآور و همچون اینهاست که هر یک خود نوآوری است.

واردکردن سرمایه دینی بر پایه مولد جایگاه به عنوان یک عامل اثرگذار بر هزینه‌های زندگی این جهان و هزینه‌های در راه خدا و واردکردن متغیرهای رفتاری اقتصاد خردی در تحلیل تجربی در نتیجه اثرگذار بوده است و به یافته‌های این بررسی در برابر بررسی‌های دیگر برجستگی‌های ویژه‌ای داده است. در این مقاله نخست پیشینه پژوهش بررسی و سپس چارچوب و الگوی تحلیلی آورده می‌شود و آنگاه برآورد الگو به روش رگرسیون (اقتصادسنجی) انجام می‌گردد. در پایان یافته‌های پژوهش، تحلیل و جمع‌بندی می‌شود.

پیشینه پژوهش

به تناسب موضوع مقاله، در پیشینه به ادبیات پژوهشی در دو زمینه پرداخته می‌شود. نخست به طور مختصر نظریه رفتار تقاضا و مصرف‌کننده در اقتصاد سنتی و عامل‌های اثرگذار بر هزینه خانوار در این نظریه‌ها بررسی شده، سپس به موضوع سرمایه دینی و هزینه‌های در راه خدا پرداخته می‌شود. چون بررسی اثر سرمایه دینی بر هزینه‌های در راه خدا با این شیوه و بر پایه مولد جایگاه برای نخستین بار انجام می‌شود، بررسی‌های تجربی در زمینه این بخش کار نیز در سه دامنه گسترده شده‌اند، بررسی‌ها در زمینه رفتار پرداخت‌کنندگان هزینه‌های دینی، اثر سرمایه دینی و سومی درباره مولد جایگاه است. پس از آن به بررسی‌های تجربی این سه دسته می‌پردازیم. این نگاه در دو بخش بررسی‌های نظری و تجربی آورده می‌شود.

۱. بررسی‌های نظری

نخست نظریه مصرف در اقتصاد سنتی و اقتصاد اسلامی به طور مختصر مطرح می‌شود.

نظریه سنتی رفتار هزینه

نظریه سنتی اقتصاد در همه کتاب‌های درسی اقتصاد خرد با مبنای مطلوبیت و در اقتصاد کلان با موضوع رفتار مصرفی خانوار روشن شده است. در اقتصاد خرد تمرکز بر عامل‌های تقاضاست که آن را تابعی از قیمت، درآمد، قیمت کالاها و خدمات جانشین و مکمل، سلیقه و عامل‌های دیگر مانند اینها می‌گیرند (عربی و علوی، ۱۳۹۲، ص ۶۸). بر پایه منطق اقتصاد خرد هر شخصی برای انتخاب میان گزینه‌های هزینه، آن هزینه‌ای را بر می‌گزیند و دارایی خود را برای آن هزینه می‌کند که بیشترین رضایت خاطر نسبی را برای او در بر داشته باشد. در فرایند تکاملی این نظریه، موضوع به عنوان رفتار مصرفی خانوار در جایگاه بخشی از اقتصاد کلان مطرح می‌شود و هزینه‌های مصرفی خانوار، در چارچوب تابعی از درآمد، دارایی، تعداد عضوهای خانوار، سن و ویژگی‌های دیگر خانوار تحلیل می‌شود. می‌توان نخستین نظریه با شیوه علمی امروزی را نظریه کینز دانست که به نظریه درآمد مطلق (Absolute Income Hypothesis) نیز شناخته می‌شود. تابع مصرف کینز در سال ۱۹۳۶ در کتاب **نظریه عمومی** او آورده شد. دیدگاه کینز این بود که عامل‌های گوناگونی بر مصرف اثرگذار است؛ ولی در کوتاه‌مدت مهم‌ترین عامل اثرگذار، درآمد است و عامل‌های تعیین‌کننده پس‌انداز و سرمایه‌گذاری در بلندمدت اثر دارند (منکیو، ۱۳۷۵، ص ۴۹۹). بر پایه این دیدگاه با افزایش درآمد، نسبت افزایش مصرف از افزایش درآمد کمتر است (بختیاری، ۱۳۸۴، ص ۱۶۹). در این راستا پیگو برای توجیه اختلاف مصرف با درآمدهای برابر، اثر دارایی افراد را مطرح می‌کند و می‌گوید افزون بر درآمد، دارایی نیز بر اندازه مصرف اثر دارد. جیمز دوزنبری در سال ۱۹۴۹ مدلی ارائه کرد که به نظریه درآمد نسبی (Relative Income Hypothesis) شناخته می‌شود. بر پایه این دیدگاه رفتار مصرفی افراد با یکدیگر ارتباط دارد. همچنین رفتار مصرفی در طول زمان، غیرقابل برگشت است؛ بدین معنا که مخارج مصرفی، زمانی که درآمد کاهش می‌یابد، کاهش نمی‌یابد یا دست‌کم به آن نسبت کاهش نمی‌یابد. این رفتار را اثر چرخ‌دنده‌ای (Ratchet Effect) می‌نامند (رحمانی، ۱۳۸۳، ص ۱۳۹). فریدمن در سال ۱۹۵۷ م، برای توجیه رفتار مصرف‌کننده، نظریه درآمد

دائمی (Permanent Income Hypothesis) را ارائه کرد. این دیدگاه کامل‌کننده الگوی چرخه زندگی مودیگیلانی است. هر دوی اینها این دیدگاه را ارائه می‌کنند که درآمد و هزینه‌های زندگی مردم در سال‌های عمر آنها متفاوت است (منکیو، ۱۳۷۵، ص ۵۲۵). مودیگیلانی و برامبرگ (Bramberg) در سال ۱۹۴۰م دیدگاهی ارائه کردند که پس از دیدگاه فریدمن از سوی آندو (Ando) و مودیگیلانی در سال ۱۹۶۳م کامل شد و با نام نظریه سیکل زندگی (Lifecycle Hypothesis) شناخته می‌شود (تفضلی، ۱۳۷۶، ص ۴۴). بر پایه این دیدگاه رفتار مصرفی و درآمدی مردم در طول عمر نیز در چگونگی آن مؤثر است. جریان درآمدی فرد در آغاز زندگی و دوره کهنسالی کم و در دوران میانی عمر بیشتر است؛ ولی سطح مصرف در تمام دوران زندگی روند افزایشی اندکی دارد؛ یعنی فرد در اوایل عمر با قرض کردن و در اواخر عمر با استفاده از مزادهای دوران میانی عمر، مصرف خود را در اندازه نیاز نگه می‌دارد (شریف، ۱۳۸۷، ص ۷۷).

نظریه هزینه‌های در راه خدا

کهنف (۱۹۷۶م) در مقاله‌ای با عنوان «بحثی در زمینه رفتار مصرف‌کننده در جامعه اسلامی»، جایگاه زکات را در رفتار مصرف‌کننده تحلیل کرده است. مدل تصمیم مصرف‌کننده در تخصیص درآمد خود بین پس‌انداز و هزینه نهایی، در چارچوب بیشینه‌سازی مطلوبیت مصرف‌کننده است که در آن مطلوبیت مصرف‌کننده، دارایی مصرف‌کننده، نرخ زکات و مشتق آن نسبت به زمان اثرگذار هستند (صدیقی و دیگران، ۱۳۷۵، ص ۸۶).

توتونچیان در کتاب خود، تئوری تقاضا و تحلیل اقتصادی انفاق، با ارائه بحث‌های اقتصاد خردی، مطلوبیت را رضایت خاطر به‌دست‌آمده از هر کاری که موجبات رضای خدا را فراهم کند، بیان کرده است. بر این پایه مصرف‌کننده مسلمان نیز بیشینه‌کننده مطلوبیت است. او با تحلیل اقتصاد خرد اثبات می‌کند که اگر در جامعه‌ای اختلاف درآمد بسیار باشد، با انفاق اختلاف مصرف کم می‌شود (توتونچیان، ۱۳۶۳، ص ۱۲۸-۱۵۷).

فهم خان در مقاله «تابع مصرف کلان در چارچوب اسلامی»، کل مصرف مسلمان عقلانی را به دو بخش دسته‌بندی می‌کند: ۱. مصرف برای کسب رضایتمندی در این جهان؛ ۲. مصرف برای به‌دست‌آوردن پاداش در جهان پس از مرگ که شامل موارد زیر می‌شود:

الف) آن چیزی که بلافاصله توسط دریافت‌کننده به مصرف می‌رسد؛ ب) آنچه برای مقاصد اجتماعی یا منافع عمومی سرمایه‌گذاری می‌شود و یا آنچه توسط دریافت‌کننده برای سرمایه‌گذاری خود پس‌انداز می‌شود (صدیقی و دیگران، ۱۳۷۵، ص ۸۵).

مشرّف جوادی هزینه‌های مصرفی فرد مسلمان را به دو دسته جدا می‌کند: یکی برآوردن نیازهای مادی خود و افراد تحت تکفل و دیگری برآوردن نیازهای دیگران برای رضای خداوند. تخصیص منابع درآمدی میان این دو دسته به درجه تقوای وی است (مشرّف جوادی، ۱۳۷۰، ص ۵۲-۶۰).

صدر به استخراج منحنی‌های درآمد - مصرف و درآمد - انفاق پرداخته (منحنی درآمد - انفاق فرد مسلمان را به صورت صعودی با شیب فزاینده پیش‌بینی می‌کند) و در ادامه با واردکردن بحث استراحت و عبادت در برابر کسب درآمد به تقسیم آن می‌پردازد و چگونگی تصمیم‌گیری در این باره را تشریح می‌کند (صدر، ۱۳۷۵، ص ۲۰۸-۲۱۹).

حسینی در کتاب تخصیص درآمد و رفتار مصرف‌کننده مسلمان، نخست محدودیت‌های تخصیص درآمد را بر می‌شمارد. سپس تخصیص درآمد را به سه بخش کلی، مصرف شخصی، مشارکت اجتماعی و سرمایه‌گذاری تقسیم می‌کند و با استفاده از ابزار ریاضی به استخراج الگوی ریاضی تخصیص درآمد و توابع تقاضا و انگل فرد مسلمان می‌پردازد (حسینی، ۱۳۷۹، ص ۱۲۰-۱۶۹).

عزتی با واردکردن عامل ایمان در نظریه رفتار مصرف‌کننده، به صورتی درجه اطمینان و باور به آخرت را در ترسیم اثر آن بر رفتار مصرف‌کننده تبیین می‌کند. در این دیدگاه برای انسان سه دوره زمانی حال، آینده و حیات پس از مرگ در نظر گرفته می‌شود و انسان بر پایه ایمان و در چارچوب این سه دوره زمانی دارایی خود را برای وصول به بیشینه مطلوبیت تخصیص می‌دهد که یک بخش از مطلوبیت آن یعنی مطلوبیت اخروی تابع هزینه‌های در راه خداست (عزتی، ۱۳۸۲، ص ۱۱-۱۶).

میرمعزی نیز در مقاله‌ای با عنوان «الگوی مصرف کلان در جامعه اسلامی» به الگوی تخصیص درآمد فرد مسلمان می‌پردازد. وی سپس سه تابع مصرف، سرمایه‌گذاری و انفاق فرد مسلمان را استخراج می‌کند و اثر هر یک از عوامل بر سه تابع مصرف، سرمایه‌گذاری و

انفاق را بر پایه مدل ریاضی استخراج و تحلیل می‌کند و تحلیل خود را به کل جامعه تعمیم می‌دهد (میرمعزی، ۱۳۸۴، ص ۳۴-۴۸).

عزتی در کتاب **اقتصاد خرد ۳** (تحلیل رفتارهای اقتصادی در چارچوب اسلامی) تحلیل‌های گسترده‌ای از اثر عامل‌های ایمان، سن، درآمد، دارایی، سرمایه دینی و آموزه‌های اسلامی بر رفتار مصرف‌کننده دارد و آنها را عامل‌های اثرگذار بر هزینه‌های در راه خدای افراد می‌داند. در این تحلیل‌ها با فرض ثابت بودن دارایی برای هزینه‌کردن، هزینه این جهان با هزینه در راه خدا جایگزین هستند. با این فرض با افزایش ایمان و سرمایه دینی، همراه با افزایش هزینه در راه خدا، هزینه زندگی این جهان کاهش می‌یابد، ولی با وجود امکان کار و به‌دست آوردن درآمد بیشتر، با افزایش سرمایه دینی، همزمان با افزایش هزینه در راه خدا، هزینه این جهان کاهش نمی‌یابد (عزتی، ۱۳۸۴).

۱۱

در زمینه بررسی اثر سرمایه دینی بر رفتار اقتصادی، چند تحلیل نظری در دسترس است.

عزتی و عاقلی در مقاله‌ای با عنوان «سرمایه مذهبی: ماهیت، عناصر تشکیل و آثار آن» به ارائه یک مفهوم جدید به نام سرمایه دینی پرداخته و اثر آن بر رشد و توسعه اقتصادی را تحلیل می‌کنند و این اثر را در قالب مدلی با روش اقتصاد سنجی برای استان‌های کشور برآورد می‌کنند (عزتی و عاقلی، ۱۳۸۷، ص ۱-۱۷).
عزتی اثر سرمایه دینی را بر مصرف از دیدگاه نظری تحلیل می‌کند. به اعتقاد او می‌توان دین را در دو بعد سرمایه دینی فردی و سرمایه دینی اجتماعی عامل محرک و برانگیزاننده رفتارهای فردی و اجتماعی و در نتیجه تحول جامعه دانست. دین می‌تواند در رفتارهای اقتصادی فردی و اجتماعی اثرهای مثبت داشته باشد. از اثرهای سرمایه دینی بر رفتارهای اقتصادی، اثر بر هزینه و رفتارهای مصرفی است. ایجاد وظیفه و سفارش‌های ویژه دین درباره رفتارهای مصرفی و توزیع درآمد در صورت وجود ایمان کافی و نیز سرمایه دینی مناسب در جامعه، موجب تغییر مقدار مصرف گروه‌های جامعه، نوع کالاها و خدمات مصرفی و نیز تغییر توزیع درآمد و مصرف در جامعه می‌شود. اینها تحلیل شده و در چارچوب تابع مصرف (هزینه‌های) فردی و اجتماعی وارد شده است. بر پایه این بررسی می‌توان هزینه‌های در راه خدا را تابع عامل‌های درآمد، دارایی، قیمت نسبی کالاها و

خدمات در راه خدا، ایمان، سن، سرمایه دینی - و عامل‌های دیگر - دانست. هزینه‌های دینی جامعه حاصل جمع هزینه‌های دینی عضوهای آن است (عزتی، ۱۳۸۸، ص ۳۶۷-۳۹۵).

اثرگذاری سرمایه دینی بر هزینه در راه خدا

مفهوم سرمایه دینی به صورت خام بیش از سی سال پیش وارد ادبیات اقتصادی شده است؛ اما برداشت‌های نخستین از این مفهوم بسیار ناقص بوده است و آن را بیشتر به عاملی برای مصرف تعبیر کرده‌اند. با این وجود ما با توجه به مبانی و مفاهیم اسلامی، مفهوم کامل‌تری از سرمایه دینی را در نظر داریم.* سرمایه دینی به مجموعه نهادها، کارکردها، تجربه‌ها، باورها، پیوندها، ارزش‌ها، دانش، قوانین و مقررات، نمادها و واقعیت‌های محیطی فیزیکی و غیر فیزیکی و مانند آن در جامعه می‌گوییم که از دین ریشه گرفته باشد. سرمایه دینی موجب ایجاد و خلق کارکردهای ویژه می‌شود و می‌توان آن را نوعی ایجادکننده دانست؛ مانند سرمایه اقتصادی که ایجادکننده محصول یا سرمایه انسانی که موجب رشد تولید است. سرمایه دینی موجب ایجاد و افزایش کارکردهای سفارش شده در دین مانند انجام واجب و مستحب دینی و کردارهای در راه خدا می‌شود.

سرمایه دینی عناصر مختلفی دارد که بر کارکرد انسان‌ها اثرگذار است. از مهم‌ترین این کارکردها در زمینه اقتصاد عبارت‌اند از: بهبود توزیع ثروت و درآمد، افزایش رشد اقتصادی، توسعه اقتصادی، افزایش شفافیت بازارها و گسترش اطلاعات صحیح و مفید، اصلاح مصرف فرد و جامعه، اصلاح ساختار و عرضه و تقاضای بازارهای مالی، بهبود امنیت اجتماعی و اقتصادی، افزایش رفاه فرد و جامعه، افزایش هزینه‌های دینی افراد و از جمله پرداخت کمک بلاعوض به غیر - که موضوع بحث ماست - همچنین سرمایه دینی اثرهای مشابهی بر بخش‌های دیگر جامعه نیز دارد. با توجه به موضوع بحث حاضر و برای روشن‌تر شدن چگونگی این اثرگذاری و نوع اثر، برای نمونه و به‌طور مختصر اثر سرمایه مذهبی بر هزینه در راه خدا توضیح داده می‌شود.

*. برای آگاهی از مفهوم سرمایه دینی در مطالعات غیر اسلامی رک به: دادگر و عزتی، ۱۳۸۱.

وجود سرمایه دینی فردی موجب می‌شود افراد به سفارش‌های دین بیشتر عمل کنند. از سفارش‌های دین، هزینه در راه خداست. بر این پایه، وجود سرمایه دینی موجب می‌شود افراد در جهت کمک به دیگران و حمایت مالی و اقتصادی از افراد کم‌درآمد تلاش کنند؛ یعنی موجب افزایش هزینه در راه خدا می‌شود. این هزینه در راه خدا از راه هبات (هدیه‌ها)، زکات، صدقات، مشارکت، همیاری، قرض‌الحسنه و مانند اینها انجام می‌شود. همچنین توسعه نهادهای دینی مانند قرض‌الحسنه، وقف، زکات، صدقات، هبات و مانند اینها، موجب بهبود امکانات جامعه برای رفع نیازهای نیازمندان می‌شود و از این راه زمینه‌های بیشتری برای همه گونه‌های هزینه در راه خدا ایجاد می‌شود.

قوانین دینی جامعه موجب هدایت جامعه به سمت و سویی که دین خواهان آن است، می‌شود. وجود مقررات دینی نیز همین اثر را دارد و می‌تواند جامعه را به سمت و سویی سفارش شده دین هدایت کند. این دو عنصر سبب خودافزایی سرمایه دینی نیز می‌شوند و از این راه به فزاینده‌گی اثرگذاری سرمایه دینی در جامعه کمک می‌کنند. پیوندهای دینی، همچنین فضاها، نمادها و سمبل‌های دینی جامعه و نزد فرد، موجب تقویت دانش، اعتقادات، باورها، هنجارها، ارزش‌ها و رفتارهای دینی فرد می‌شود و در نتیجه موجب فزاینده‌گی اثرگذاری سرمایه دینی بر خود و بر دیگر عامل‌ها و راه‌های گسترش هزینه در راه خدا می‌شود (عزتی و عاقلی، ۱۳۸۷، ص ۱-۱۷).

ژنراتور جایگاه*

سنجش و اندازه‌گیری سرمایه دینی یکی از چالش‌های اصلی پژوهش‌ها در این زمینه است. در این پژوهش می‌خواهیم ژنراتور جایگاه (Position Generator) را برای سنجش سرمایه دینی به کار گیریم. ژنراتور جایگاه ابزاری است که برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در سطح فردی به کار برده شده است (Lin & Dumin, 1986, pp.365-385 / Lin, Fu, and Hsung, 2001). این روش، دسترسی عضوهای شبکه‌ها را به جایگاه‌های (پرستیژ جایگاه‌های) ویژه اندازه‌گیری می‌کند که نشان‌دهنده مجموعه منابع اجتماعی است که بر پایه اعتبار جایگاه‌ها در یک جامعه به دست می‌آید (Lin, 2001, pp.1-38). هدف این

*. ر.ک به: Lin & Dumin, 1986 / Lin, Fu, and Hsung, 2001.

ابزار شناسایی منابع گوناگون در شبکه فرد است. در این روش، اندازه دسترسی فرد به جایگاه‌ها و شدت و عمق پیوندی که فرد با دارندگان جایگاه‌های در دسترس دارد، سنجیده می‌شود. این ابزار نشان می‌دهد که هر کسی چه اندازه به جایگاه‌ها دسترسی دارد و چه اندازه شبکه او دارای گوناگونی و گستردگی است.

در شیوه ژنراتور جایگاه، پرسشنامه به کار برده می‌شود و فهرستی از چند جایگاه به پاسخگو داده و از او پرسیده می‌شود که آیا عضوهای خانواده، دوستان و آشنایان او دارای این جایگاه‌ها هستند؟ بر این پایه دسترسی پاسخگو به منابع اجتماعی سنجیده می‌شود. به‌کارگیری این شیوه، آسان و سریع است و امکان طراحی پرسشنامه آن متناسب با گروه‌های مختلف وجود دارد. طراحان می‌بایست برای تدوین پرسشنامه، تصور روشنی از منابع اجتماعی حاصل از جایگاه‌ها و پرستیژ آنها داشته باشند. برای جداسازی سرمایه دینی از سرمایه اجتماعی در پرسشنامه، جایگاه‌های دینی آورده می‌شود. این جایگاه‌های دینی به‌جای جایگاه‌های اجتماعی که در سرمایه اجتماعی سنجیده می‌شود، آورده می‌شوند؛ مانند اینکه پرسیده می‌شود آیا شما رئیس یک مؤسسه خیریه را می‌شناسید یا آیا شما یک روحانی را می‌شناسید و جایگاه‌های دینی دیگر مانند اینها. از این طریق دسترسی پاسخگو به منابع دینی سنجیده می‌شود. گفتنی است پرسشنامه ژنراتور جایگاه - که در این پژوهش به کار می‌رود - در پایه پژوهش‌های انجام‌شده در هلند (Boxman & et al, 1991, pp.51-73/ Moerbeek, 2001, quoted from Van Der Gaag & Snijders, 2005, pp.1-29) و آلمان (Volker, 1995, quoted from Volker & Flap, 1999, pp.17-34) استوار است. کارهای یادشده جایگاه‌های (شغل‌ها و پست‌های) غیر دینی را در پرسشنامه آورده‌اند؛ ولی ما پرسشنامه ویژه سرمایه دینی طراحی کرده‌ایم که همه پرسش‌ها به جایگاه‌های دینی می‌پردازد تا سرمایه دینی سنجیده شود. چنین فرض شده است که این مجموعه از جایگاه‌ها نماینده خوبی از همه جایگاه‌های دینی در کشور - که دسترسی به آنها برای دانشجویان دکتری امکان ایجاد منابع دینی را فراهم می‌کند - هستند. در این پرسشنامه پرسش پایه این است که آیا پاسخگو کسی را در هر یک از این جایگاه‌ها می‌شناسد؟ «شناختن کسی» در این پرسشنامه به معنای آن است که در روبه‌روشدن با او (دارنده جایگاه)، پاسخگو بتواند نام او را به یاد آورده و به‌آسانی با وی گفت‌وگو کند. در

پی آن از پاسخگو خواسته می‌شود که تعیین کند دارنده آن جایگاه از آشنایان وی، دوستان یا عضوهای خانواده وی است. تفسیر درست در این بخش‌بندی و جداسازی میان آشنا، دوست و عضو خانواده به پاسخگو واگذار می‌شود (Van Der Gaag & Snijders, 2005, pp.1-29). برای آشنایی بیشتر با کاربرد این روش، نگاهی کوتاه به چند بررسی انجام‌شده با این روش می‌کنیم.

۲. بررسی‌های تجربی

بررسی‌های تجربی نیز مانند بررسی‌های نظری در زمینه موضوع این نوشتار در سه دامنه گسترده شده‌اند: یکی از بررسی‌ها در زمینه عامل‌های اثرگذار بر هزینه‌های در راه خدا، دیگری در زمینه اثر سرمایه دینی بر هزینه‌های در راه خدا و سومی درباره مولد جایگاه است. بر این پایه به این سه دسته بررسی تجربی پرداخته می‌شود.

عزتی در بررسی تجربی به تحلیل رفتار مصرف‌کننده مسلمان و تخمین تابع هزینه‌های دینی با جمع‌آوری پرسشنامه‌ای آماری می‌پردازد. جامعه آماری، خانوارهای تهرانی هستند که سرپرست آنها در مناطق مرکزی شهر کار آزاد دارد. نمونه بررسی پانصد عضو از این جامعه و انتخاب آن خوشه‌ای تصادفی بوده است. در این بررسی، هزینه‌های دینی خانوار تابعی از درآمد، درجه ایمان و سن سرپرست آن دیده شده است (عزتی، ۱۳۸۴، ص ۱۰۶).
داورزنی در پایان‌نامه خود به برآورد تابع انگل برای مخارج دینی پرداخته است. او قابلیت استفاده این تابع را برای مخارج دینی آزمون کرده است. برای این کار نخست بحث نظری مربوط به هزینه‌های دینی را مطرح و سپس رابطه درآمد و مخارج دینی را به صورت تجربی و با استفاده از داده‌های آمارگیری هزینه و درآمد خانوارهای شهری و روستایی به تفکیک استان و به روش داده‌های تابلویی آزمون و ارزیابی می‌کند (داورزنی، ۱۳۸۳، ص ۱۰۱).

کیاء/الحسینی در مقاله‌ای با نام «برآورد تابع هزینه‌های مذهبی متوسط یک خانوار شهری در ایران»، زکات را به معنای همه پرداخت‌های در راه خدا در نظر گرفته و بر اساس داده‌های آمارگیری هزینه و درآمد خانوارهای شهری در سال‌های ۱۳۶۱-۱۳۷۵ به برازش تابع زکات برای خانوارهای شهری در هر دهک هزینه‌ای پرداخته است که در آن هزینه

دینی واقعی متوسط یک خانوار شهری در هر دهک هزینه‌های (درآمدی)، هزینه کل واقعی متوسط یک خانوار شهری در سال که با شاخص قیمت سال پایه ۱۳۶۹ تعدیل شده است، متغیر موهومی برای سال‌های جنگ تحمیلی و نرخ تورم آورده شده است (کیاء‌الحسینی، ۱۳۷۹، ص ۸۴).

کیاء‌الحسینی در مقاله «عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی دهک‌های درآمدی خانوارهای شهری ایران» به بررسی همین موضوع با استفاده از داده‌های هزینه و درآمد خانوارهای شهری برای سال‌های ۱۳۶۱-۱۳۸۴ پرداخته است (کیاء‌الحسینی، ۱۳۸۸، ص ۲۰۵).

لشکری و مهرپارسا در مقاله «بررسی رابطه ایمان به خدا و رفتار مصرف‌کننده» بر پایه یک پرسشنامه در چارچوب ۲۳ پرسش به بررسی اثر ایمان به خدا بر نوع مصرف پرداخته است. این بررسی در جامعه آماری شهر سبزوار و با نمونه ۱۷۱ نفری انجام شده است. اصلی‌ترین یافته آن این است که درجه ایمان به خدا روی رفتار و نوع مصرف افراد اثر دارد (لشکری و مهرپارسا، ۱۳۹۳، ص ۱۱۳-۱۲۸).

بررسی‌های تجربی در زمینه اثر سرمایه دینی بر هزینه‌های در راه خدا نیز می‌تواند در بررسی‌های زیر دیده شود:

شفیعی در پایان‌نامه خود با نام «برآورد تابع انفاق در ایران» در پی آن بوده است که به بررسی عوامل اثرگذار بر انفاق و رفتار تابع انفاق با نگاه به آموزه‌های اسلامی بپردازد و تابع انفاق در ایران را به صورت تجربی تخمین بزند. این بررسی انفاق جامعه را تابع متغیرهای متوسط درآمد، متوسط دارایی، متوسط سن سرپرست خانوار و جمع سرمایه دینی گرفته و به روش داده‌های تابلویی اقتصادسنجی (با داده‌های استان‌های کشور برای سال‌های ۱۳۷۹-۱۳۸۶) برآورد کرده است (شفیعی، ۱۳۹۰).

عزتی و شفیعی در مقاله «برآورد اثر بازار مالی و سرمایه مذهبی بر انفاق در ایران» به بررسی اثر بازار مالی و سرمایه دینی بر انفاق پرداخته‌اند. در این بررسی تعداد مساجد و حسینیه‌های فعال به عنوان نماینده سرمایه دینی استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که تابع انفاق به صورت تابعی نمایی است و اندازه بازار مالی، درآمد سرانه، سن، ثروت و سرمایه دینی در ایران اثر مثبت بر انفاق دارند (عزتی و شفیعی، ۱۳۹۱، ص ۶۳-۹۲).

عزتی و نجفی در مقاله «برآورد اثر سرمایه دینی و اقتصاد دانش‌پایه بر قرض‌الحسنه در ایران»، قرض‌الحسنه را گونه‌ای انفاق دانسته‌اند و با برآورد اقتصادسنجی این تابع، متغیری مانند متغیر کارهای پیشین را در جایگاه سرمایه دینی در مدل آورده‌اند (عزتی و نجفی، ۱۳۹۲، ص ۲۴۴).

عزتی و قربانزاده اثر سرمایه دینی را روی اندازه مصرف کالاهای ضروری و تجملی برآورد کرده‌اند. داده‌های مصرف برای این پژوهش از نتایج آمارگیری از درآمد و هزینه خانوار شهری - که هر ساله از سوی مرکز آمار ایران گردآوری می‌شود - به دست آمده است. مدل‌های این پژوهش با روش داده‌های تابلویی اقتصادسنجی برای استان‌های کشور برای دوره ۱۳۸۲-۱۳۹۱ برآورد شده است (عزتی و قربانزاده، ۱۳۹۵، ص ۵-۳۲).

از بررسی‌های تجربی دیگر در زمینه سرمایه دینی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

شهریاری به برآورد اثرگذاری عامل‌های اقتصادی و سرمایه دینی بر شاخص سلامت با روش اقتصادسنجی پرداخته است که متغیر جایگزین سرمایه دینی همان متغیر بررسی‌های پیشین است (شهریاری، ۱۳۹۲، ص ۱۸۴-۱۶۵).

مهاجری (۱۳۹۰) و خان‌محمدی (۱۳۹۴) هر یک جداگانه در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی اثر سرمایه دینی بر رشد اقتصادی استان‌های کشور در یک مدل رشد درون‌زا پرداخته‌اند.

عزتی و محمودیان در بررسی خود اثر سرمایه دینی بر کاهش فقر در ایران را با مدل اقتصادسنجی بررسی کرده‌اند. در این بررسی، متغیر جمع مکان‌های دینی، جمع وقف‌ها و پرداخت‌ها به دیگران جایگزین متغیر سرمایه دینی شده است (عزتی و محمودیان، ۱۳۹۳، ص ۳۱-۵۴).

برای آشنایی بیشتر با کاربرد این روش، نگاهی کوتاه به چند بررسی ارائه می‌شود.

لین، فو و سونگ (Lin, Fu and Hsung) در مقاله «ژنراتور جایگاه: روش‌های اندازه‌گیری برای سرمایه اجتماعی» کوشش کرده‌اند مفهوم سرمایه اجتماعی را ارزیابی و گزارشی درباره توسعه یک روش ویژه برای اندازه‌گیری ژنراتور جایگاه تهیه کنند. جامعه آماری پژوهش بررسی بزرگسالان ۲۰-۷۴ ساله تایوان هستند که ۲۸۳۵ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی از میان آنها انتخاب شده‌اند (پیمایش شبکه‌های اجتماعی تایوان،

یکی از اصلی‌ترین دستاورد پژوهش آنها این است که نابرابری جنسیتی در دسترسی به سرمایه اجتماعی تا درجه زیادی بر پایه برتری شاغل بودن مردان و عدم برتری وظیفه خانهداری زنان است. بهره‌مندی مردان از دسترسی به سرمایه اجتماعی بسیار بیشتر است. این بررسی همچنین راه‌هایی را برای یکی کردن دو رویکرد اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی پیشنهاد می‌دهد: جایگاه شبکه و منابع اجتماعی (Lin, Fu and Hsung, 2001, pp.57-81).

ون درگاگ، اشنایدر و فلپ در مقاله «مقیاس ژنراتور جایگاه و رابطه آنها با سایر مقیاس‌های سرمایه اجتماعی» می‌خواستند ببینند هر یک از ابزار اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی با کدام هدف سازگارتر است. این کار با مقایسه مقیاس‌های ژنراتور جایگاه با شاخص‌های ساخته‌شده از دیگر ابزارهای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی و بررسی رابطه درونی میان مقیاس‌های ژنراتور جایگاه انجام گردید. نتیجه آن بود که ژنراتور جایگاه برای بررسی‌های متداول برترین روش است (Van Der Gaag & Snijders, 2004, pp.27-48).

کازونوری و کن‌آیچی (۲۰۰۸) در مقاله «اثر سرمایه اجتماعی بر پایه جنسیت بر مشارکت سیاسی: با روش ژنراتور جایگاه بر پایه مجموعه داده‌های انتخابات ژاپن» به بررسی اثر مستقیم گوناگونی شبکه بر مشارکت سیاسی با نمونه آماری ۲۱۳۴ نفر پرداخته‌اند. متغیرهای این پژوهش به سه دسته جدا شده‌اند: متغیرهای جمعیتی، متغیرهایی که اغلب برای توضیح رفتار مشارکتی در بررسی‌های سیاسی به کار می‌روند و متغیرهای شبکه غیر از تنوع وابستگی‌های ضعیف که به وسیله ژنراتور جایگاه اندازه‌گیری می‌شوند (Kazunori and Ken'ichi, 2008).

نجاززاده، عزتی و سلیمانی در مقاله «اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در میان نخبگان» به بررسی دستاوردهای سرمایه اجتماعی در سطح فردی پرداخته و در این راه روش ژنراتور جایگاه با پرسشنامه را به کار می‌گیرند که در آن دو سرمایه اجتماعی پرستیژ بالا و پایین را اندازه‌گیری می‌کنند. جامعه آماری عضوهای بنیاد ملی نخبگان تهران با ۳۶۸ تن نمونه بوده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد تحصیل، تأهل و سن، اثر مثبت و جنسیت اثر منفی بر دسترسی به سرمایه اجتماعی پرستیژ بالا دارد. همچنین جنسیت، سن و تأهل، اثر مثبت بر

دسترسی به سرمایه اجتماعی پرستیژ پایین و تحصیل، اثر منفی بر این سرمایه دارد (نجارزاده، عزتی و سلیمانی، ۱۳۹۲، ص ۱۷۹-۲۱۲).

نجارزاده، عزتی و سلیمانی در مقاله «اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در میان نخبگان استان تهران (با استفاده از تکنیک ژنراتور منابع)» به بررسی دستاوردهای سرمایه اجتماعی در میان اعضای سازمان ملی نخبگان استان تهران در سطح فردی پرداخته‌اند و در این کار روش ژنراتور منابع را به کار برده‌اند که در آن دو سرمایه اجتماعی پرستیژ بالا و پایین را اندازه‌گیری می‌کنند. یافته‌ها همانند یافته‌های بررسی پیشین ایشان است (نجارزاده، عزتی و سلیمانی، ۱۳۹۳، ص ۸۹-۱۰۴).

افزون بر اینها عزتی و باغچقی به طراحی سنجه و اندازه‌گیری سرمایه دینی اجتماعی بر پایه مولد جایگاه پرداخته و آن را روی نمونه‌ای پانصد نفری از دانشجویان دکتری دانشگاه تربیت مدرس ارزیابی کرده‌اند. جامعه آماری در چهار دانشکده اقتصاد و مدیریت، فنی و مهندسی، علوم انسانی و علوم پزشکی دسته‌بندی شده است. روش گردآوری داده‌ها مصاحبه با ابزار پرسشنامه و روش‌های تحلیل، آماری و رگرسیونی است. یافته‌ها نشان می‌دهد دسترسی به منابع سرمایه اجتماعی دینی در میان مردان، متأهل‌ها، رشته‌های علوم انسانی و مدیریت و اقتصاد بیشتر است (عزتی و باغچقی، ۱۳۹۴ الف، ص ۱۲۹-۱۶۰).

عزتی و باغچقی در ارزیابی اثر سرمایه دینی اجتماعی بر نوآوری، از سنجه طراحی شده در بررسی پیشین بر پایه مولد جایگاه بهره برده‌اند و اثر آن را روی نوآوری دانشجویان دکتری دانشگاه تربیت مدرس بررسی کرده‌اند (عزتی و باغچقی، ۱۳۹۴ ب، ص ۲۵۵-۳۰۱).

بر پایه آنچه آورده شد در زمینه اثر سرمایه دینی بر اندازه هزینه‌های در راه خدا بر پایه داده‌های خرد و رفتارهای فردی، بررسی‌ای انجام نشده است. درباره سرمایه اجتماعی دینی افراد نیز بررسی‌های اندکی انجام شده است و به‌ویژه اینکه در این چارچوب بررسی‌ای درباره اثر سرمایه دینی بر هزینه‌های در راه خدا انجام نشده است. از این دیدگاه‌ها این بررسی نوآورانه است و باید درباره آن نگاه ویژه داشت. نگاه نظری در این باره نشان می‌دهد سرمایه دینی می‌تواند بر رفتارهای اقتصادی مردم و متغیرهای اقتصادی، به‌ویژه هزینه‌های در راه خدای افراد اثر روشنی داشته باشد. بر پایه دیدگاه‌های نظری و نیز بررسی‌های

تجربی می‌توان گفت هزینه‌های در راه خدای افراد تابع درجه ایمان و سرمایه دینی، سن، درآمد، دارایی و جایگزین‌های این دنیایی برای سرمایه‌گذاری است.

۳. متغیرهای مدل

بر پایه آموزه‌های اسلامی، مسلمان قاعده‌های دینی را رعایت می‌کند. بخشی از این قاعده‌ها در چارچوب انجام هزینه در راه خداست؛ از این رو مسلمانان در کنار هزینه‌های زندگی این جهانی، هزینه‌هایی نیز دارند که می‌توان آنها را هزینه‌های دینی یا در راه خدا نامید. البته هزینه‌های در راه خدا دامنه گسترده‌تری می‌تواند داشته باشد که در اینجا آن بخش از هزینه‌های در راه خدا که برای دیگران و در چارچوب پرداخت برای بهره‌مندی دیگران است، جدا شده و به صورت روشن‌تر هزینه در راه خدا آورده شده است. در اینجا کوشش می‌شود متغیرهای بررسی تعریف عملیاتی و داده‌های آن روشن شوند. یادآوری می‌شود که همه داده‌های این بررسی با ابزار پرسشنامه گردآوری شده است و جامعه آماری بررسی، شهروندان زاهدان هستند. کوشش شده است داده‌های مالی سال ۱۳۹۴ آنها گرفته شود.

هزینه‌های زندگی این جهان و هزینه‌های در راه خدا

هر کسی هزینه‌هایی برای زندگی این جهان و نیز هزینه‌هایی برای زندگی پس از مرگ و در راه خدا دارد. هزینه‌های این جهان همه هزینه‌های فرد منهای هزینه‌های در راه خدا و پس‌انداز و سرمایه‌گذاری است. هزینه‌های در راه خدا دامنه گسترده‌ای دارند و می‌توان همه پرداخت‌های واجب و مستحب، خدمات و مانند اینها را که فرد برای دیگران و گاهی برای خود انجام می‌دهد، در دامنه آن دانست؛ ولی چون بخشی از این هزینه‌ها را فرد بی‌آنکه رضایت خدا را پیگیری کند انجام می‌دهد، در اینجا آن بخش هزینه‌های در راه خدا را که به دیگران پرداخت می‌شود و ارزش ریالی آن پس از پرداخت، برای پرداخت‌کننده صفر می‌شود، آورده‌ایم. این هزینه‌ها دربرگیرنده جمع هزینه‌های زیر است.

کمک به آسیب‌دیدگان حوادث طبیعی داخل کشور، کمک به آسیب‌دیدگان حوادث طبیعی یا جنگ‌های خارج کشور، زکات تولیدات، زکات فطره، خمس، کفاره، رد مظالم، اجرت نماز و پرداخت‌های مشابه، صدقه‌های پرداختی یک سال، بخشیدن مال و پرداخت کمک بلاعوض به دیگران (فامیل و غیر فامیل)، کمک به مؤسسه‌های خیریه - خصوصی و

عمومی - و جشن‌های نیکوکاری، کمک به نهادهای دیگر (ستادهای نماز جمعه، هلال احمر و ...)، کمک به هیئت‌ها، تکیه‌ها، حسینیه‌ها و نهادهای مشابه و مراسم دینی، کمک به مساجد و کمک و نذر برای اماکن متبرکه، هزینه برگزاری مراسم دینی در منزل (مداح، روضه، غذا، پذیرایی و سایر هزینه‌ها)، قربانی عید قربان، قربانی نذری امام حسین علیه السلام، محرم و ایام دینی دیگر، قربانی خرید منزل، اتومبیل، شفای مریض، عروسی، تولد و سایر انواع قربانی، دادن وام یا قرض دادن بدون سود (قرض الحسنه) به دیگران، سپرده بانکی قرض الحسنه، هزینه خرید مهر، جانماز، تسبیح، چادر و دیگر وسایل نماز و هزینه تهیه قرآن، مفاتیح‌الجنان، رهل قرآن، جاقرائی و دیگر کتاب‌های دعا و زیارت.

درآمد

یکی از عامل‌های مهم اثرگذار بر هزینه‌های این جهان و نیز هزینه‌های در راه خدا، درآمد است. برابر آموزه‌های اسلامی، مالیات‌های دینی تابعی فزاینده از درآمدها هستند و برخی از مالیات‌ها نیز مشروط به رسیدن درآمد به یک حد نصاب است. این‌گونه مالیات‌ها می‌تواند موجب شود تابع هزینه در راه خدا کاهنده نباشد و حتی گاهی با افزایش درآمد، فزاینده نیز باشد. در این بررسی درآمد سالانه فرد برای سال ۱۳۹۴ از آنها پرسش شده و ملاک قرار داده شده است. انتظار است این درآمد هم هزینه‌های این جهان را افزایش دهد و هم هزینه‌های در راه خدای فرد را افزایش دهد.

دارایی

یکی دیگر از عامل‌های اثرگذار بر اندازه هزینه‌ها، دارایی هر کس است. از این میان هزینه‌های در راه خدا نیز هزینه است و تابع دارایی اوست و انتظار می‌رود با افزایش دارایی، هزینه‌های فرد و هزینه‌های در راه خدای او افزایش یابد؛ چون اندازه‌گیری دقیق دارایی فرد دشوار است، در بیشتر بررسی‌ها، دارایی ملکی و مسکن، نماینده و معیار دارایی گرفته می‌شود؛ چون در اینجا ارزش‌گذاری دارایی ملکی نیز دشوار است، متراژ زیربنای خانه فرد، نماینده دارایی او دانسته شده است و در چارچوب متغیر وارد مدل می‌شود.

سن سرپرست خانوار

از دیگر عامل‌های اثرگذار بر هزینه‌ها، سن است. با افزایش سن به علت‌های گوناگون مانند عادت، بیماری بیشتر، فرزندان بیشتر و مانند اینها، هزینه‌ها افزایش می‌یابد. درباره هزینه‌های دینی گفتنی است که در آموزه‌های دینی به پاداش جهان پس از مرگ نگاه ویژه‌ای شده است و نظریه چنین می‌گوید که هر چه سن بالاتر باشد، فرد خود را به مرگ، زندگی پس از مرگ و مجازات و پاداش خدا نزدیک‌تر می‌بیند و کوشش بیشتری برای تأمین آن زندگی می‌کند، در نتیجه هزینه در راه خدای بیشتری انجام می‌دهد. در این بررسی سن فرد پرسش شده و عدد آن در جایگاه متغیر نشان‌دهنده سن در مدل آورده شده است.

سرمایه دینی

بر پایه نظریه با افزایش سرمایه دینی، هزینه‌های در راه خدا افزایش می‌یابد. نظریه با ثابت‌بودن همه شرایط دیگر و درآمد، هزینه این جهان را جایگزین هزینه در راه خدا می‌داند. با این همه در نظریه نیامده است که هزینه‌های این جهان تابعی - منفی - از سرمایه دینی است. در نظریه تخصیص‌داری به کردارهای در راه خدا آمده است که افزایش ایمان و سرمایه دینی موجب افزایش کوشش فرد برای به‌دست‌آوردن درآمد و تأمین هزینه‌های واجب می‌شود. بر این پایه بخشی از پرسشنامه این بررسی، پرسش‌های مولد جایگاه برای اندازه‌گیری سرمایه دینی است. پرسشنامه مولد جایگاه در این پژوهش بر پایه پژوهش‌های انجام‌شده در هلند (Boxman & et al, 1991, pp.51-73/ Moerbeek, 2001, quoted) و آلمان (from Van Der Gaag & Snijders, 2005, pp.1-29 Volker, 1995, quoted) می‌باشد که برای سرمایه اجتماعی به کار گرفته شده است، ولی اینجا بر پایه پرسشنامه طراحی‌شده عزتی و باغچمی در سال ۱۳۹۴ پرسش‌های مولد جایگاه جایگزین شده است و پرسشنامه ویژه برای سرمایه دینی ساخته شده است. برای اندازه‌گیری سرمایه دینی این بخش دربرگیرنده بیست پرسش است. در این بخش از پرسشنامه فرض شده است که این مجموعه از جایگاه‌ها، نماینده خوبی از همه جایگاه‌های دینی در کشور - که دسترسی به آنها برای فرد امکان ایجاد منابع دینی را

فراهم می‌کند - هستند. در این پرسشنامه، پرسش پایه، این است که آیا پاسخگو کسی را در هر یک از این جایگاه‌ها می‌شناسد (عزتی و باغچقی، ۱۳۹۴ الف، ص ۱۲۹-۱۶۰).

فعالیت کاری (کار و سرمایه‌گذاری)

هدف اصلی سرمایه‌گذاری، کار و پس‌انداز، به‌دست‌آوردن درآمد بیشتر و تأمین آینده بهتر است. کار بیشتر، سرمایه‌گذاری بیشتر و پس‌انداز بیشتر، درآمد و دارایی هر کس را به خود اختصاص می‌دهد و می‌تواند هزینه‌های زندگی این جهانی او در دوره حال را کاهش دهد. از سوی دیگر با افزایش سرمایه‌گذاری و کار بیشتر، درآمد نیز افزایش می‌یابد و بر پایه نظریه، هزینه‌های زندگی این جهان می‌تواند افزایش یابد. بر این پایه این‌گونه کردارها هزینه‌های این جهان فرد را از یک‌سو کاهش و از سوی دیگر افزایش می‌دهد؛ ولی در نظریه پس‌انداز و سرمایه‌گذاری جانشین هزینه‌های زندگی این جهان دانسته می‌شوند و می‌توانند هزینه‌های این جهان را کاهش دهند. از این نگاه، این کردارها می‌تواند بخشی از همان اثر را روی هزینه‌های در راه خدا داشته باشد و آن را از یک‌سو کاهش و از سوی دیگر افزایش دهد؛ ولی چنانچه ایمان و سرمایه دینی (پایبندی به دین) فرد بیشتر باشد، هزینه‌های در راه خدا کاهش نخواهد یافت و با افزایش درآمد، بیشتر افزایش می‌یابد. همچنین آینده‌نگری نیز موجب افزایش توجه به خدا و هزینه‌های در راه خدا می‌شود. سرمایه‌گذاری و کار بیشتر درآمد را نیز افزایش می‌دهد و می‌تواند با پایبندی به دین، هزینه‌های در راه خدا را افزایش دهد. بیشتر انتظار این است که جمع اثر، مثبت باشد.

۴. برآورد و تحلیل الگو

پس از گردآوری داده‌ها با ابزار پرسشنامه و روش مصاحبه، داده‌ها در نرم‌افزار اس پی اس وارد شد و دو مدل زیر یکی برای هزینه‌های زندگی این جهان و دیگری برای هزینه‌های در راه خدا ساخته شد تا با روش رگرسیون خطی برآورد شود.

$$C_i = A + B_1 I_i + B_2 W_i + B_3 O_i + B_4 R_i + B_5 IN_i + B_6 L_i + B_7 S_i + e_i$$

$$RC_i = A + B_1 I_i + B_2 W_i + B_3 O_i + B_4 R_i + B_5 IN_i + B_6 L_i + B_7 S_i + e_i$$

رابطه نخست تابع هزینه‌های زندگی این جهان فرد و رابطه دوم تابع هزینه‌های در راه خداست و C: هزینه‌های خانوار (۱۳۹۴) برای زندگی این جهان، RC: هزینه‌های در راه خدا، I: درآمد سالانه، W: دارایی - به نمایندگی زیربنای واحد مسکونی - O: سن، N: تعداد اعضای خانوار، R: سرمایه دینی - بر پایه ژنراتور جایگاه - IN: سرمایه‌گذاری برای به‌دست‌آوردن سود، L: کار (شغل) دوم، S: پس‌انداز، E: پسماند برآورد.

بر پایه آنچه گفته شد، این دو رابطه با روش رگرسیون برگشت به عقب برآورد شدند. در این روش نرم‌افزار پس از برآورد معادله، متغیرهایی را که معنادار نیستند و اثر کمتری در برازش مدل دارند به ترتیب کنار می‌گذارد و برآورد بار دیگر انجام می‌شود. نتیجه این برآورد برای الگوی هزینه‌های خانوار در جدول یک آورده شده است.

همان‌طورکه در این جدول دیده می‌شود مدل نخست با همه متغیرهای درآمد سالانه، دارایی - به نمایندگی زیربنای واحد مسکونی - سن، تعداد اعضای خانوار، سرمایه دینی - بر پایه ژنراتور جایگاه - سرمایه‌گذاری برای به‌دست‌آوردن سود، کار (شغل) دوم و پس‌انداز برآورد شده است. نتیجه برآورد نشان می‌دهد متغیر سرمایه دینی کمترین معناداری را برای هزینه‌های زندگی این جهان دارد، این متغیر کنار گذاشته شده و برآورد بار دیگر انجام شده است. نتیجه در چارچوب مدل دو آورده شده است. همان‌طورکه این برآورد نشان می‌دهد، متغیر سن کمترین معناداری را دارد. این بار این متغیر از مدل کنار گذاشته می‌شود و برآورد انجام می‌شود. در این برآورد که با نام مدل سه نشان داده شده است، همه متغیرها معناداری بالای نود درصد دارند. بر این پایه می‌توان این مدل را پذیرفت و پایه تحلیل گذاشت.

این مدل از نگاه سازگاری نظری می‌تواند سازگار دانسته شود؛ زیرا بر پایه نظریه، هزینه خانوار تابع درآمد، دارایی، تعداد عضوهای خانوار، سن و متغیرهای دیگر است. ضریب متغیرهای درآمد، دارایی و تعداد اعضای خانوار برابر نظریه و معنادار است. ضریب متغیر سن نیز برابر نظریه است، ولی از معناداری کمتری برخوردار است. هرچند با نظریه سازگار است، ولی توضیح‌دهندگی خوبی ندارد؛ بر این پایه از مدل کنار گذاشته شده است. همچنین ضریب متغیرهای پس‌انداز، سرمایه‌گذاری برای به‌دست‌آوردن سود و شغل دوم، منفی و معنادار هستند. منفی بودن آنها برابر نظریه است؛ چون بر پایه نظریه پس‌انداز و

سرمایه‌گذاری، جانشین هزینه‌های مصرفی (هزینه‌های زندگی این جهان) هستند. این متغیرها از معناداری خوبی نیز برخوردارند. همچنین چون در اینجا فرض بر ثبات شرایط نیست و خانوار می‌تواند نیازهای مالی خود را با افزایش درآمد و دیگر راه‌ها تأمین کند، سرمایه دینی موجب کاهش مصرف (هزینه‌های) این جهانی نمی‌شود؛ بر این پایه مدل برگزیده شده که در آن سرمایه دینی جای ندارد، می‌تواند نشان‌دهنده خوبی از رفتار مصرفی در چارچوب اسلامی باشد.

نکته مهم در اینجا این است که برابر آموزه‌های دینی، سرپرست خانوار از هزینه‌های این جهان خانوار برای هزینه‌کردن در راه خدا نمی‌کاهد و اینها را نیز می‌تواند به‌گونه‌ای هزینه در راه خدا بداند. همچنین او از خست و تقتیر دوری می‌کند؛ به سخن دیگر با افزایش باور دینی و پیوند با دین، هزینه‌های زندگی این جهان خانوار کاهش نمی‌یابد و در جایگاه‌هایی می‌تواند افزایش نیز بیابد. بر این پایه است که ضریب این متغیر در مدل منفی نشده است. معنادارنشدن آن نیز به این علت است که بر پایه آموزه‌های دینی اسلام و نظریه رفتار اقتصادی در چارچوب اسلامی، دینداری و افزایش باور دینی موجب کاهش هزینه‌های (مصرف) زندگی این جهان نمی‌شود.

بر پایه این مدل، به ازای هر ۱۰۰ ریال درآمد با فرض ثبات دیگر متغیرها به‌طور متوسط ۲۸ ریال به هزینه‌های این جهان تخصیص داده می‌شود. در کنار این به ازای افزایش یک نفر به اعضای خانوار، حدود یک میلیون و ۶۰۰ هزار ریال از درآمد خانوار به هزینه سالانه افزوده می‌شود. همچنین هر ۱۰۰ ریال افزایش پس‌انداز، بیش از ۲۲ ریال هزینه‌های زندگی این جهان را کاهش می‌دهد. از سوی دیگر ضریب سرمایه‌گذاری سودآور نشان می‌دهد که با هر ۱۰۰ ریال افزایش در سرمایه‌گذاری سودآور هر کس، هزینه‌های خانوار او ۱۰ ریال کاهش یافته است. همچنین دارندگان شغل دوم سالانه بیش از ۴ میلیون ریال کمتر از دیگران هزینه زندگی این جهان دارند.

توضیح‌دهندگی این مدل، حدود چهل درصد است و با توجه به اینکه داده‌های به‌کاربرده شده در مدل، مقطعی هستند، با پرسشنامه گردآوری شده‌اند و بر پایه رفتار اقتصاد خردی است، توضیح‌دهندگی خوبی دانسته می‌شود. بر پایه آماره آزمون معناداری رگرسیون که با آماره F آزمون شده است، این مدل از معناداری بالایی برخوردار است و

می توان به آن اعتماد کرد. همچنین از آنجایی که با کنار گذاشتن متغیرهای نامعناد از مدل، توضیح دهنده‌گی مدل (آر - دو) کاهش نیافته است و نیز معناداری مدل (F) هم افزایش یافته است، با اطمینان بالایی می توان گفت رفتار با متغیرهای کنارگذاشته شده، درست بوده است و نمی بایست در مدل آورده شوند.

جدول ۱: نتیجه برآورد تابع هزینه‌های خانوار (متغیر وابسته هزینه‌های خانوار برای زندگی این جهان سال ۱۳۹۴)

مدل	متغیر توضیح دهنده	ضریب استاندارد نشده		بتا (ضریب استاندارد شده)	t	معناداری	
		B	خطای استاندارد				
۱	A: ثابت	4494369.7	2931752.3		1.533	.126	
	I: درآمد سالانه	.285	.016	.697	17.260	.000	
	W: دارایی (به نمایندگی زیربنای واحد مسکونی)	20610.4	13415.1	.055	1.536	.125	
	O: سن	52761.5	51385.0	.038	1.027	.305	
	N: تعداد اعضای خانوار	1505881.8	488166.9	.111	3.085	.002	
	R: سرمایه دینی (بر پایه ژنراتور جایگاه)	45787.7	165709.7	.010	.276	.782	
	L: کار (شغل) دوم	-4436556.8	1423892.3	-.113	-3.116	.002	
	IN: سرمایه گذاری برای به دست آوردن سود	-.098	.031	-.115	-3.206	.001	
	S: پس انداز	-.220	.041	-.212	-5.389	.000	
	۲	A: ثابت	4531257.7	2925960.7		1.549	.122
I: درآمد سالانه		.285	.016	.698	17.373	.000	
W: دارایی (به نمایندگی زیربنای واحد مسکونی)		20775.2	13389.2	.056	1.552	.121	
O: سن		53728.9	51217.5	.038	1.049	.295	
N: تعداد اعضای خانوار		1508546.8	487613.3	.111	3.094	.002	
L: کار (شغل) دوم		-4384049.1	1409829.5	-.112	-3.110	.002	
IN: سرمایه گذاری برای به دست آوردن سود		-.099	.031	-.115	-3.236	.001	
S: پس انداز		-.220	.041	-.211	-5.388	.000	
۳		A: ثابت	6346253.7	2359859.1		2.689	.007
		I: درآمد سالانه	.287	.016	.701	17.529	.000
	W: دارایی (به نمایندگی زیربنای واحد مسکونی)	23135.8	13200.1	.062	1.753	.080	
	N: تعداد اعضای خانوار	1582511.6	482538.0	.117	3.280	.001	

.003	-3.000	-.107	1398540.4	-4196091.1	L: کار (شغل) دوم		
.001	-3.259	-.116	.031	-.100	IN: سرمایه‌گذاری برای به‌دست آوردن سود		
.000	-5.477	-.214	.041	-.223	S: پس‌انداز		
مدل	R	² R	R ² تعدیل‌شده	خطای استاندارد	F	معناداری F	دوربین واتسون
۱	۰,۶۳۸	۰,۴۰۷	۰,۳۹۷	۱۳۸۱۱۰۴۷,۶	۴۲,۱	۰,۰۰۰	
۲	۰,۶۳۸	۰,۴۰۷	۰,۳۹۸	۱۳۷۹۸۰۷۷,۵	۴۸,۲	۰,۰۰۰	
۳	۰,۶۳۷	۰,۴۰۵	۰,۳۹۸	۱۳۷۹۹۴۸۳,۵	۵۶,۰	۰,۰۰۰	۱,۸۸

رابطه دوم نشان‌دهنده تابع هزینه‌های در راه خدای (دینی) خانوار است و با همان روش رگرسیون برگشت به عقب برآورد شده است. نتیجه این برآورد برای الگوی هزینه‌های در راه خدای خانوار در جدول دو آورده شده است. همان‌طور که دیده می‌شود این مدل نیز نخست با همه متغیرهای درآمد سالانه، دارایی - به نمایندگی زیربنای واحد مسکونی - سن، تعداد اعضای خانوار، سرمایه دینی - بر پایه ژنراتور جایگاه - سرمایه‌گذاری برای به‌دست آوردن سود، کار (شغل) دوم و پس‌انداز برآورد شده است. نتیجه برآورد نشان می‌دهد متغیر تعداد اعضای خانوار کمترین معناداری را برای هزینه‌های در راه خدا دارد. در مدل دوم این متغیر کنار گذاشته شده و برآورد بار دیگر انجام شده است. نتیجه در چارچوب مدل دو آورده شده است. در این برآورد، متغیر پس‌انداز کمترین معناداری را دارد. این بار این متغیر از مدل کنار گذاشته می‌شود و بار دیگر برآورد انجام می‌شود. در این برآورد که با نام مدل سه نشان داده شده است، همه متغیرها از معناداری بالای ۹۵ درصد برخوردار هستند. بر این پایه می‌توان این مدل را پذیرفت و پایه تحلیل قرار داد.

این مدل از نگاه سازگاری نظری می‌تواند سازگار دانسته شود؛ زیرا بر پایه نظریه، هزینه‌های در راه خدای خانوار تابع درآمد، دارایی، سن، سرمایه دینی و متغیرهای دیگر است. ضریب متغیرهای درآمد، دارایی، سن و سرمایه دینی برابر نظریه و معنادار هستند. متغیر تعداد اعضای خانوار در نظریه‌های اقتصاد اسلامی عامل افزایش هزینه در راه خدا دانسته نمی‌شود. هرچند این متغیر از سویی می‌تواند با افزایش فشار هزینه زندگی این

جهانی، هزینه در راه خدای خانوار را کاهش دهد، ولی از سوی دیگر می‌تواند با مشارکت تعداد بیشتری (عضوهای خانواده) در جامعه، این هزینه را از این نگاه افزایش دهد؛ بر این پایه معنادار نبودن این متغیر سازگار با نظریه است؛ بنابراین از مدل کنار گذاشته شده است. همچنین ضریب متغیرهای سرمایه‌گذاری برای به دست آوردن سود و شغل دوم مثبت و معنادار هستند. مثبت بودن آنها را می‌توان این‌گونه توجیه کرد که دینداران، با تأمین زندگی این جهان خود و خانواده، هزینه‌های در راه خدا را تا اندازه واجب، بر سرمایه‌گذاری سودآور اولویت می‌دهند. همچنین با افزایش درآمد و آزاد شدن پول برای سرمایه‌گذاری امکان پرداخت هزینه در راه خدای بیشتر فراهم‌تر می‌شود. همچنین سرمایه‌گذاران آینده‌نگرتر هستند و یکی از ویژگی‌های آینده‌نگرها، به فکر بودن برای زندگی پس از مرگ است که موجب افزایش هزینه در راه خدای آنها می‌شود. همین استدلال برای افراد دارای شغل دوم هست. بر این پایه با افزایش ویژگی سرمایه‌گذاری فرد، هزینه در راه خدای او افزایش می‌یابد؛ بنابراین می‌توان گفت این نتیجه با نظریه سازگار است؛ ولی معنادار نشدن پس‌انداز در این مدل می‌تواند به علت اثر دوگانه این متغیر باشد. از سویی پس‌انداز می‌تواند جانشین هزینه‌ها (هزینه در راه خدا) باشد و از سوی دیگر افرادی که توان پس‌انداز دارند، امکان پرداخت هزینه در راه خدای بیشتری نیز دارند. با فرض دینداری، کسانی که پس‌انداز بیشتری دارند نمی‌بایست هزینه در راه خدای کمتری داشته باشند؛ به‌ویژه آنکه یکی از راه‌های به‌کارگیری پس‌اندازها در جامعه دینی، قرض‌الحسنه به نیازمندان است. این اثر دوگانه می‌تواند موجب شود این متغیر در هزینه‌های در راه خدا اثر منفی نداشته باشد و یا دست‌کم با اثر مثبت آن جبران شود؛ از این رو این متغیر در مدل معنادار نشده است.

نکته مهم در اینجا این است که برابر آموزه‌های دینی، با افزایش سرمایه دینی هزینه‌های در راه خدای خانوار افزایش می‌یابد. این نتیجه به‌خوبی در مدل نشان داده شده است. همچنین با افزایش سن و نزدیک شدن به مرگ و زندگی پس از مرگ، هزینه‌های در راه خدا افزایش می‌یابد که این نیز در مدل برآورد شده به‌خوبی نشان داده شده است. همان‌طور که در مدل برآورد شده برای هزینه زندگی این جهان دیده شد، سرمایه دینی، هزینه زندگی این جهان خانوار را کاهش نمی‌دهد؛ یعنی دیندار با داشتن امکان بهره‌گیری

از درآمد و دارایی‌های دیگر و با سخن دیگر در واقعیت و با فرض ثابت نبودن متغیرهای دیگر، برای دادن هزینه در راه خدا از هزینه زندگی این جهان خود نمی‌کاهد؛ به سخن دیگر با افزایش باور دینی و پیوند با دین هزینه‌های در راه خدای خانوار افزایش می‌یابد و این افزایش با کاهش هزینه زندگی این جهان جبران نمی‌شود، بلکه کوشش می‌شود از راه‌های دیگر مانند افزایش درآمد - ناشی از کار و سرمایه‌گذاری و مانند اینها - جبران شود. به این علت این ادعای نظریه رفتار اقتصادی در چارچوب اسلامی تأیید می‌شود که در واقعیت، دینداری و افزایش باور دینی، بی‌آنکه هزینه‌های (مصرف) زندگی این جهان را کاهش دهد، موجب افزایش هزینه‌های در راه خدا می‌شود.

بر پایه این مدل، به ازای هر ۱۰۰ ریال افزایش درآمد با فرض ثبات دیگر متغیرها به‌طور متوسط، ۱۴ ریال به تخصیص هزینه‌های در راه خدا افزوده می‌شود. در کنار این به ازای افزایش یک سال در سن سرپرست خانوار، ۳۰۷ هزار ریال هزینه‌های در راه خدای خانوار افزایش می‌یابد. از سوی دیگر ضریب سرمایه‌گذاری سودآور نشان می‌دهد که با هر ۱۰۰ ریال افزایش در سرمایه‌گذاری سودآور خانوار، هزینه‌های در راه خدای خانوار ۱۶ ریال افزایش می‌یابد. همچنین دارندگان شغل دوم سالانه نزدیک به ۴۷۷۹ هزار ریال بیشتر از دیگران هزینه در راه خدا دارند. نتیجه مهم دیگر اینکه به ازای هر واحد افزایش سرمایه دینی که در چارچوب پیوند با افراد وابسته به دین اندازه‌گیری شده است، هزینه در راه خدای سالانه خانوار ۹۷۳ هزار ریال افزایش می‌یابد.

توضیح‌دهندگی این مدل، حدود بیست درصد است و با توجه به اینکه داده‌های به‌کاربرده شده در مدل، مقطعی، گردآوری شده با پرسشنامه و بر پایه رفتار اقتصاد خردی است، توضیح‌دهندگی پذیرفته شده‌ای است. بر پایه آماره آزمون معناداری رگرسیون که با آماره F آزمون شده است، این مدل از معناداری بالایی برخوردار است و می‌توان با ۹۹ درصد اطمینان به آن اعتماد کرد. همچنین از آنجایی که با کنار گذاشتن متغیرهای نامعنادار از مدل، توضیح‌دهندگی مدل (آر - دو) کاهش نیافته است و نیز معناداری مدل هم (F) افزایش یافته است، با اطمینان بالایی می‌توان گفت متغیرهای کنار گذاشته شده نمی‌بایست در مدل آورده شوند. بر پایه مدل برگزیده شده که در آن سرمایه دینی عامل تعیین‌کننده و سن عامل مهمی برای تعیین هزینه در راه خداست و در کنار آنها، درآمد، دارایی و

متغیرهای دیگر اثرگذاری معناداری بر این هزینه‌ها دارند، می‌تواند نشان‌دهنده خوبی از رفتار هزینه در راه خدای خانوار در چارچوب اسلامی باشد.
جدول ۲: نتیجه برآورد تابع هزینه‌های در راه خدا (متغیر وابسته هزینه‌های دینی خانوار سال ۱۳۹۴)

مدل	متغیر توضیح‌دهنده	ضریب استاندارد نشده		بتا (ضریب استاندارد شده)	t	معناداری t
		B	خطای استاندارد			
۱	A: ثابت	-17311411.5	4977646.5		-3.478	.001
	I: درآمد سالانه	.136	.028	.228	4.874	.000
	W: دارایی (به نمایندگی زیربنای واحد مسکونی)	72325.1	22776.7	.133	3.175	.002
	O: سن	311825.3	87243.6	.152	3.574	.000
	N: تعداد اعضای خانوار	-176809.3	828829.4	-.009	-.213	.831
	R: سرمایه دینی (بر پایه ژنراتور جایگاه)	972219.9	281348.6	.143	3.456	.001
	L: کار (شغل) دوم	4815194.7	2417541.4	.084	1.992	.047
	IN: سرمایه‌گذاری برای به‌دست آوردن سود	.162	.052	.129	3.118	.002
	S: پس‌انداز	.015	.069	.010	.219	.827
	A: ثابت	-17755305.9	4517452.9		-3.930	.000
۲	I: درآمد سالانه	.137	.028	.228	4.882	.000
	W: دارایی (به نمایندگی زیربنای واحد مسکونی)	71734.3	22585.7	.132	3.176	.002
	O: سن	309166.0	86264.6	.150	3.584	.000
	R: سرمایه دینی (بر پایه ژنراتور جایگاه)	971034.1	281020.7	.143	3.455	.001
	L: کار (شغل) دوم	4768979.6	2405478.1	.083	1.983	.048
	IN: سرمایه‌گذاری برای به‌دست آوردن سود	.162	.052	.129	3.116	.002
	S: پس‌انداز	.016	.069	.011	.236	.814
	A: ثابت	-17670236.0	4498735.4		-3.928	.000
۳	I: درآمد سالانه	.139	.025	.233	5.534	.000
	W: دارایی (به نمایندگی زیربنای واحد مسکونی)	71888.8	22554.6	.132	3.187	.002
	O: سن	307404.3	85858.7	.150	3.580	.000

				973245.5	280595.4	.144	3.469	.001
				4778971.5	2402801.1	.083	1.989	.047
				.162	.052	.129	3.127	.002
مدل	R	R^2	خطای استاندارد	F	معناداری F	دوربین واتسون		
۱	۰,۴۴۹	۰,۲۰۲	۲۳۴۴۸۹۵۰,۲	۱۵,۵۲۶	۰,۰۰۰			
۲	۰,۴۴۹	۰,۲۰۲	۲۳۴۴۶۱۹۲,۳	۱۷,۷۷۲	۰,۰۰۰			
۳	۰,۴۴۹	۰,۲۰۲	۲۳۴۰۳۷۴۷,۲	۲۰,۲۶۴	۰,۰۰۰	۱,۹۴۸		

جمع بندی و نتیجه گیری

یکی از عامل‌هایی که بر پایه نظریه رفتارهای اقتصادی در چارچوب اسلامی بر رفتار انسان‌ها اثر دارد و کردار در راستای آموزه‌های دینی را افزایش می‌دهد، سرمایه دینی است. سرمایه دینی چنانچه بر پایه دین‌خدایی باشد و عامل‌های دیگری آن را به بیراهه نکشاند، باشند، موجب می‌شود انسان‌ها هزینه‌های در راه خدای بیشتری داشته باشند. بر همین پایه گفته می‌شود سرمایه دینی بر هزینه‌های در راه خدا (دینی) اثر مثبت دارد. همچنین در یک فرض آموزشی با ثبات دیگر شرایط و به‌ویژه ثابت بودن درآمد و با فرض اینکه مصرف‌کننده تنها دو گزینه هزینه دارد، با افزایش سرمایه دینی و افزایش هزینه‌های در راه خدا، هزینه زندگی این جهان کاهش می‌یابد. در همان نظریه چنین توضیح داده می‌شود که در واقعیت هنگامی که فرد می‌تواند درآمد خود را افزایش دهد، افزایش هزینه‌های در راه خدای خود را از راه افزایش کوشش برای به‌دست آوردن درآمد جبران می‌کند و بر این پایه، در فضای واقعی، افزایش سرمایه دینی، همزمان که هزینه‌های در راه خدا را افزایش می‌دهد، موجب کاهش هزینه‌های در راه خدا نیز نمی‌شود. این بررسی در پی آزمون این فرضیه‌ها بوده است.

افزون بر دستیابی به داده‌های واقعی که دشواری بسیاری از پژوهش‌ها در زمینه اقتصاد اسلامی است، یکی از دشواری‌های دیگر در راه این بررسی، اندازه‌گیری سرمایه دینی بوده است. تنها ابزاری که تاکنون برای آن به کار گرفته شده است، سنج‌های با نام مولد (ژنراتور) جایگاه است که در این پژوهش سنجه یادشده به کار برده شده است. پس از

طراحی پرسشنامه و گردآوری داده‌ها در این بررسی، داده‌ها پردازش و برآورد دو تابع هزینه‌های زندگی این جهان و هزینه‌های در راه خدا با متغیرهای توضیح‌دهنده درآمد سالانه، دارایی - به نمایندگی زیربنای واحد مسکونی - سن، تعداد اعضای خانوار، سرمایه دینی - بر پایه ژنراتور جایگاه - سرمایه‌گذاری برای به‌دست‌آوردن سود، کار (شغل) دوم و پس‌انداز انجام شد. نتیجه اصلی برآوردها این بوده است که سرمایه دینی بر هزینه‌های زندگی این جهان اثر معناداری ندارد و به‌ویژه اینکه آن را کاهش نمی‌دهد؛ ولی سرمایه دینی هزینه‌های در راه خدا را افزایش می‌دهد و بر آن اثر معناداری دارد. همچنین از یافته‌های دیگر این بررسی آن است که افزایش سن، درآمد و دارایی نیز هزینه‌های در راه خدا را افزایش می‌دهد. اینها تأییدکننده نظریه رفتارهای اقتصادی اسلامی است. افزون بر این درآمد، دارایی و تعداد اعضای خانوار بر هزینه‌های زندگی این جهان اثر مثبت و پس‌انداز بر آن اثر منفی دارد که برابر رابطه نظری هستند. متغیرهای دیگر درون مدل‌ها نیز توضیح داده شدند. نتیجه برآوردها نشان داد که هرچند تعداد اعضای خانوار بر هزینه زندگی این جهان اثر مثبت دارد، ولی بر هزینه در راه خدا اثر معناداری ندارد. در برابر آن هرچند سن افراد بر هزینه زندگی این جهان اثر معناداری ندارد، ولی بر هزینه‌های در راه خدا اثر مثبت و معناداری دارد.

نتیجه سیاستی

الف) برای بهبود سیاست‌های تأمین اجتماعی و همپاری همگانی، می‌توان از راه تقویت باورها و سرمایه دینی، مردم را به یاری دستگاه‌های اجرایی آورد. این همکاری مردم، افزون بر اینکه می‌تواند فقر را کاهش دهد و نیازهای نیازمندان و جامعه را تأمین کند، اثر منفی مالیات بر تولید و کار اقتصادی را نیز ندارد؛ زیرا هزینه‌های در راه خدای مردم از راه افزایش کوشش برای کار و به‌دست‌آوردن درآمد تأمین می‌شود و هزینه‌های زندگی فردی را نیز کاهش نمی‌دهد. این‌گونه کردار برخلاف مالیات و دیگر دریافت‌های انتقالی، تنها اثر مثبت بر تولید و رفاه دارد.

ب) افزایش سرمایه دینی، موجب کاهش کارهای اقتصادی نمی‌شود؛ بر این پایه اگر جامعه‌ها و یا کسانی دیده می‌شوند که همراه دینداری، دچار فقر هستند، علت آن، دینداری

آنها نیست، بلکه باید علت را در جای دیگر جست‌وجو کرد و با سیاست‌گذاری درست، مسئله را عالمانه حل کرد و همراه تقویت دینی، تولید و رفاه را افزایش داد.

منابع و مأخذ

۱. بختیاری، صادق؛ اقتصاد کلان؛ اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان، ۱۳۸۴.
۲. تفضلی، فریدون؛ اقتصاد کلان: نظریه‌ها و سیاست‌های اقتصادی؛ ج ۱۰، تهران: نشر نی، ۱۳۷۶.
۳. توتونچیان، ایرج؛ تئوری تقاضا و تحلیل اقتصادی انفاق؛ تهران: مرکز اطلاعات فنی ایران، ۱۳۶۳.
۴. حسینی، سیدرضا؛ الگوی تخصیص درآمد و رفتار مصرف‌کننده مسلمان؛ تهران: مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر، ۱۳۷۹.
۵. خان‌محمدی، محسن؛ «اثر سرمایه دینی بر رشد اقتصادی در ایران»؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته اقتصاد اسلامی، دانشگاه خوارزمی، ۱۳۹۴.
۶. دادگر، یدالله و مرتضی عزتی؛ «بررسی رابطه مذهب و رفتار مصرف‌کننده در سایر ادیان (غیر اسلام)»؛ نامه مفید، س ۸، ش ۳۱، ۱۳۸۱.
۷. داورزنی، زهره؛ «برآورد تابع انگل برای مخارج مذهبی خانوارهای شهری و روستایی»؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مفید، ۱۳۸۳.
۸. رحمانی، تیمور؛ اقتصاد کلان؛ ج ۲، چ ۶، تهران: برادران، ۱۳۸۳.
۹. شریف، مصطفی؛ اقتصاد کلان؛ تهران: مؤسسه اطلاعات، ۱۳۸۷.
۱۰. شفیع‌ی، علی؛ «برآورد تابع انفاق در ایران»؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۹۰.
۱۱. شهریار، لیلا؛ «برآورد اثر سرمایه مذهبی بر شاخص سلامت در ایران»؛ مجموعه مقاله‌های هفتمین همایش دوسالانه اقتصاد اسلامی، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۹۲.
۱۲. صدر، سیدکاظم؛ اقتصاد صدر اسلام؛ تهران: دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۵.
۱۳. صدیقی، محمد نجات‌اله و دیگران؛ مباحثی در اقتصاد خرد با نگرش اسلامی؛ ترجمه حسین صادقی؛ تهران: مؤسسه تحقیقات اقتصادی دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۵.

۱۴. عربی، سیدهادی و سیداسحاق علوی؛ کلیات علم اقتصاد؛ قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۲.
۱۵. عزتی، مرتضی؛ «اثر ایمان دینی بر رفتار مصرف‌کننده»؛ فصلنامه اقتصاد اسلامی، س ۳، ش ۱۱، ۱۳۸۲.
۱۶. —؛ «تخمین تابع مخارج مذهبی (مخارج در راه خدا) مسلمانان»؛ فصلنامه تخصصی اقتصاد اسلامی، س ۵، ش ۱۸، ۱۳۸۴.
۱۷. —؛ «اثر سرمایه مذهبی بر مصرف»؛ مجموعه مقالات اصلاح الگوی مصرف؛ قم: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۸۸.
۱۸. —؛ اقتصاد خرد ۳: تحلیل رفتارهای اقتصادی در چارچوب اسلامی؛ تهران: سمت، ۱۳۹۴.
۱۹. عزتی، مرتضی و مرضیه باغچقی؛ «طراحی سنجه و اندازه‌گیری سرمایه دینی اجتماعی بر پایه مولد جایگاه»؛ جستارهای اقتصادی ایران، س ۱۲، ش ۲۴، ۱۳۹۴ (الف).
۲۰. —؛ «تحلیل اثر سرمایه دینی اجتماعی بر نوآوری (میان دانشجویان دکتری دانشگاه تربیت مدرس)»؛ مجلس و راهبرد، س ۲۲، ش ۸۴، ۱۳۹۴ (ب).
۲۱. عزتی، مرتضی و علی شفیعی؛ «برآورد اثر بازار مالی و سرمایه مذهبی بر انفاق در ایران»؛ فصلنامه اقتصاد اسلامی، س ۱۲، ش ۴۶، ۱۳۹۱.
۲۲. عزتی، مرتضی و لطفعلی عاقلی؛ «سرمایه مذهبی: ماهیت، عناصر تشکیل و آثار آن»؛ اولین همایش اقتصاد اسلامی و توسعه اقتصادی، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۸۷.
۲۳. عزتی، مرتضی و مهرداد محمودیان؛ «برآورد اثر انفاق بر کاهش فقر در ایران»؛ فصلنامه اقتصاد اسلامی، س ۱۴، ش ۵۳، ۱۳۹۳.
۲۴. عزتی، مرتضی و محدثه نجفی؛ «برآورد اثر سرمایه دینی و اقتصاد دانش‌پایه بر قرض‌الحسنه در ایران»؛ هفتمین همایش اقتصاد اسلامی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۹۲.

۲۵. عزتی، مرتضی و شیوا قربانزاده؛ «برآورد اثر سرمایه دینی روی مصرف کالاها و خدمات ضروری و تجملی در جامعه شهری ایران»؛ فصلنامه اقتصاد اسلامی، ش ۶۱، ۱۳۹۵.

۲۶. کیاءالحسینی، سیدضیاءالدین؛ «برآورد تابع هزینه‌های مذهبی متوسط یک خانوار شهری در ایران»؛ نامه مفید، ش ۹، ۱۳۷۹.

۲۷. _____؛ «عوامل مؤثر بر هزینه‌های مذهبی دهک‌های درآمدی خانوارهای شهری ایران»؛ فصلنامه اقتصاد اسلامی، س ۹، ش ۳۵، ۱۳۸۸.

۲۸. گریگوری، منکیو؛ اقتصاد کلان؛ تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۵.

۲۹. لشکری، محمد و زکیه مهرپارسا؛ «بررسی رابطه ایمان به خدا و رفتار مصرف‌کننده»؛ دوفصلنامه مطالعات اقتصاد اسلامی، س ۶، ش ۱۲، ۱۳۹۳.

۳۰. مشرف جوادی، محمدحسین؛ «مطلوبیت با توجه به ارزش‌های متعالی اسلام»؛ مجله پژوهش و سیاست اقتصادی، ۱۳۷۰.

۳۱. مهاجری، مهدی؛ «اثر سرمایه دینی بر رشد اقتصادی استان‌های کشور در یک مدل رشد درون‌زا»؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۹۰.

۳۲. میرمعزی، سیدحسین؛ «الگوی مصرف کلان در جامعه اسلامی»؛ فصلنامه تخصصی اقتصاد اسلامی، س ۵، ش ۲۰، ۱۳۸۴.

۳۳. نجارزاده، رضا، مرتضی عزتی و محمد سلیمانی؛ «اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در میان نخبگان»؛ مجلس و راهبرد، ش ۷۶، ۱۳۹۲.

۳۴. _____؛ «اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در میان نخبگان استان تهران (با استفاده از تکنیک مولد منابع)»؛ رشد و توسعه اقتصادی، ش ۱۶، ۱۳۹۳.

35. Boxman, E., De Graaf, P. M., Flap, H.D.; "the impact of social and human capital on the income attainment of Dutch managers"; Social Networks, 1991.

36. Kahf, Mohammad Monzer; "A model of the household decision in Islamic economy, association of Muslim social scientists"; proceeding, third national seminar, Gary, Indiana, may, 1976.

37. Kazunori, Inamasu, and Ikeda Ken'ichi; "The effect of gendered social capital on political participation: Using the Position Generator method on the JES3 Dataset"; **Conference on social capital**, (Held at Academia Sinica, Taipei), 2008.
38. Lin, N.: "Building a network theory of social capital"; In: Lin, N., Cook, K.; Burt, R.S. (eds.) \Social capital: theory and research, New York: Aldine De router, 2001.
39. Lin, N. & Dumin, M.; "Access to Occupations through Social Ties"; Social Networks, 1986.
40. Lin, N. & Fu, Y. & Hsung, R.; "The Position Generator: measurement techniques for social capital"; In: Lin, N. & Cook, K. & Burt, R.S. (eds.) Social capital: theory and research, New York: Aldine De Gruyter, 2001.
41. Moerbeek, H.; **Friends and foes in the occupational career**; Nijmegen: PhD. Dissertation, 2001.
42. Siddighi, M. N. & Others; **Readings in Microeconomics: an Islamic Perspective**; Malaysia: Longman, 1992.
43. Van Der Gaag, M. & Snijders, P. J.; **the measurement of individual social capital; Groningen**; Ph.D Dissertation, 2005.
44. Van Der Gaag, M. & Snijders, P. J. & T. A. B.; "The resource generator: Social capital quantification with concrete Items"; Social Networks 27(1), 2005.
45. Van Der Gaag, M. & Snijders, P. J.; **the measurement of individual social capital**; PhD. Dissertation, 2004.
46. Volker, B.; "should auld acquaintance be forgot? Institutions of Communism, the Transition to Capitalism and Personal

Networks: The Case of East Germany"; Amsterdam: Ph.D dissertation 1995.

47. Volker, B., Flap, H.; "getting ahead in the GDR: social capital and status attainment under communism"; Act Sociological 41(1), 1999.

