

Theoretical theory of Muslim consumer behavior

How to allocate consumer income between unlimited needs is one of the important topics in conventional economics. In such a way that the theory of consumer behavior is one of the most fundamental theories in economics. Islam has its own specific guidelines in this field. In this article, an attempt has been made to Using the verses and narrations, the reason for the difference in the behavior of the Muslim consumer and the conventional (non-Muslim) consumer is stated, and then the necessary results are extracted by entering the necessary items in the budget and the function of the consumer's desirability. Among the results of this research, we can point out the difference in the consumer budget line in the two economies, the smallness of the Muslim product basket compared to the non-Muslim, the constant and non-declining final desirability of spending on good deeds. On the other hand, in this situation, the equilibrium condition of the Muslim consumer is that the ultimate utility of a product on price is equal to the ultimate utility of assets on its interest.

بررسی تئوریک نظریه رفتار مصرف کننده مسلمان

حسن اعما بنده قرایی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۱۵

مهدی منصوری بیدکانی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۱

محمد محسن شارعی^۳

چکیده

نحوه تخصیص درآمد مصرف کننده بین نیازهای نامحدود، از مباحث مهم در اقتصاد متعارف است. به گونه ای که تئوری رفتار مصرف کننده از اصولی ترین تئوریهای موجود در اقتصاد است. اسلام در این زمینه رهنمودهای خاص خودش را دارد در این مقاله سعی شده است تا با بهره گیری از آیات و روایات علت تفاوت در رفتار مصرف کننده مسلمان با مصرف کننده متعارف (غیر مسلمان) بیان شده و سپس با وارد کردن موارد لازم در قید بودجه و تابع مطلوبیت مصرف کننده نتایج لازم استخراج شود. از جمله نتایج این تحقیق می توان به متفاوت بودن خط بودجه مصرف کننده در دو اقتصاد، کوچک بودن سبد کالای مسلمان نسبت به غیر مسلمان، ثابت بودن و کاهشی نبودن مطلوبیت نهایی مخارج روی کارهای نیک اشاره کرد. از طرفی در این حالت نیز شرط تعادل مصرف کننده مسلمان این است که مطلوبیت نهایی یک کالا بر قیمت با مطلوبیت نهایی دارایی ها بر بهره آن برابر باشد.

واژگان کلیدی: تابع مطلوبیت، مصرف کننده مسلمان، کردار نیک، زکات

عضو هیئت علمی پیام نور کاشمر، ایران (نویسنده مسئول) hasanaama@pnu.ac.ir

^۱ اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی، تهران، ایران

^۳ دانش آموخته دکتری علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی (ره)

نظریه های رفتار مصرف کننده، یکی از زیرشاخه های علم اقتصاد خرد است که با نظریه تقاضا ارتباط تنگاتنگی دارد. در این نظریه ها تحلیل می شود که مصرف کننده، درآمد محدود خود را در برابر خواسته ها و نیازهای گوناگونی که دارد، چگونه و براساس چه قاعده ای تخصیص می دهد و عکس العمل او در برابر تغییرات قیمت ها و دیگر متغیرهای مربوط چه سان است. مبنای رفتار مصرف کننده رفتار عقلایی است. تحت شرایط رفتار عقلایی، انسان اقتصادی دنبال حداکثر کردن منافع شخصی خویش است. این انسان دارای احساسات و عواطف انسانی نیست و عوامل مهم انسانی از قبیل دلسوزی برای دیگران، علائق اخلاقی و انگیزش مذهبی را به حساب نمی آورد.

این مدل از رفتار انسان مدلی است که اقتصاددانان هنوز خود را به آن متعهد می دانند و در کانون اقتصاد نئوکلاسیک قرار گرفته است. با این وجود نحوه کسب مطلوبیت و ماکسیم کردن مطلوبیت توسط این انسان عقلایی در زمینه های متعدد مورد انتقاد قرار گرفته است. در این میان دیدگاه اسلام در مورد رفتار مصرف کننده مسلمان قابل توجه است. عموماً اکثر اقتصاد دانان مسلمان این رفتار عقلایی را با پاره ای از تغییرات در مورد مصرف کننده مسلمان می پذیرند. یک مصرف کننده عقلایی در اسلام فردی است که در مصرف خود و کسب مطلوبیت سعی در رعایت حقوق دیگران را دارد. مصرف کننده مسلمان لزوماً دنبال ماکسیم کردن مطلوبیت نیست. در رفتار عقلایی یک مصرف کننده مسلمان، تقاضا برای مشروبات الکلی و سایر کالاهای تحریم شده به صفر کاهش می یابد. یک مصرف کننده مسلمان گرایش زیادی به مصرف کالاهای لوکس ندارد ولی تقاضا برای کالاهای ضروری و لوازم آسایش وی زیاد است بر همین اساس سبب کالای یک مصرف کننده مسلمان در مقایسه با مصرف کننده متعارف کوچکتر است. یک مصرف کننده مسلمان در مصرف خود جانب اعتدال را ننگه می دارد. مطلوبیت یک مصرف کننده مسلمان مربوط به این دنیا نیست بلکه وی مقداری مطلوبیت هم در دنیای بعد از مرگ کسب می کند.

با این حال در این مقاله سعی می شود رفتار یک مصرف کننده مسلمان و یک مصرف کننده متعارف در چارچوب تئوریک قوی برای ماکسیم کردن مطلوبیت بررسی شود. اجزاء تشکیل دهنده این مقاله به این صورت است که در بخش دوم تحقیق پیشینه داخلی و خارجی تحقیق بیان می شود در بخش سوم تحقیق مبانی تئوریک رفتار یک مصرف کننده متعارف بیان می شود در بخش چهارم رفتار یک مصرف کننده مسلمان بر اساس اسلام و مبنای تئوریک بیان می شود. در بخش پنجم و پایانی تحقیق نتیجه گیری بیان می شود.

پیشینه تحقیق

پیشینه داخلی

دادگر، یدالله و عزتی، مرتضی (۱۳۸۱) در مقاله ای تحت عنوان "بررسی رابطه مذهب و رفتار مصرف کننده در سایر ادیان (غیر اسلام)" بیان می کنند که در سه دهه اخیر نظریه هایی ارائه شده است که در صدد تحلیل رفتار مصرف کننده در قالب مدل های اقتصاد خرد بوده اند. پایه ای ترین این نظریه ها مصرف را با نگرش دنیا و آخرت در نظر گرفته است. اما مطالعاتی نیز وجود دارد که اثر سرمایه انسان مذهبی و اثر موسسات و گروه های مذهبی را در کسب مطلوبیت ناشی از فعالیت های مذهبی را وارد کرده اند.

عزتی، مرتضی (۱۳۸۲) در مقاله ای تحت عنوان "اثر ایمان مذهبی بر رفتار مصرف کننده" تلاش دارد اثر ایمان را روی رفتار مصرف کننده تبیین نماید. به طور کلی هر فردی دو نوع دارایی به نام مال و زمان دارد که قابل جانشینی و قابل استفاده در راه کسب مطلوبیت هستند.

در این مقاله با تبیین مصرف، چارچوب رفتاری و مطلوبیت مصرف کننده مسلمان تشریح می شود. سپس تابع مطلوبیت او استخراج شده، نشان داده می شود که تغییرات و شیب آن متأثر از ایمان او به آخرت و پاداش اخروی است.

توتونچیان (۱۳۶۳) در کتاب "تئوری تقاضا و تحلیل اقتصادی انفاق" مطلوبیت را رضایت خاطر حاصل از هر عملی که زمینه های رضای خدا را فراهم آورد می داند و مصرف کننده مسلمان را نیز از این جهت، حداکثر کننده مطلوبیت با این تعریف بیان کرده است.

سید کاظم صدر (۱۳۷۵)، در بخشی از کتاب اقتصاد صدر اسلام، نظریه مصرف را مطرح می کند. او ضمن اشاره به این که می تواند هدف مصرف کننده حداکثر کردن مطلوبیت باشد، بحث خود را با این هدف که او می کوشد سطح رضای خدا را حداکثر کند، در قالب نمودار مطرح می سازد. او رفتار مصرف کننده مسلمان در تقسیم درآمد خود به انفاق و مصرف شخصی را مشابه توتونچیان، اما با افزودن اثر درآمد (منحنی های درآمد - مصرف و درآمد - انفاق) ارائه می کند. در ادامه، بحث استراحت و عبادت را نیز در مقابل کسب درآمد برای تقسیم زمان مصرف کننده، مطرح و نحوه تصمیم گیری در این زمینه را تشریح می کند.

دادگر، (۱۳۷۸) مطلوبیت را به ۳ بخش تفکیک می کند: یکی مطلوبیت مادی حاصل از مصرف کالاهای دنیایی، دیگری مطلوبیت معنوی (ناشی از انجام اعمال برای خدا)، و سوم مطلوبیت حاصل از اطمینان و آرامش روحی (به دست آمده از انجام اعمال برای خدا). او دو مطلوبیت اخیر را در مطلوبیت الهی خلاصه می کند.

حسینی، سید رضا (۱۳۸۲)، در مقاله ای تحت عنوان "مفروضات نظریه رفتار مصرف کننده" بیان می کند که: ۱- هدف نهایی مصرف کننده مسلمان، قرب به خدا و خشنودی اوست و مسلمانان در این راه با تخصیص مناسب ترین حالت درآمد خود سعی دارند که بیشترین پاداش الهی را کسب کنند. ۲- تامین نیازهای گوناگون در حد اعتدال، مستوجب پاداش الهی است. ۳- مخارج مسلمانان به سه گروه مخارج مصرفی، مخارج مشارکت اجتماعی و مخارج سرمایه گذاری تقسیم می ند.

پیشینه خارجی

بن جلالی و باچیر (۱۹۸۹). در مقاله ای تحت عنوان "به سمت یک تئوری از رفتار مصرف کننده مسلمان" به بیان اصول متعارف رفتار یک مصرف کننده مسلمان براساس قوی و ضعیف می پردازند. اصول فوق بر مبنای قرآن و سنت استخراج شده است. در ادامه آنها تابع مطلوبیتی را معرفی می کنند که داخل آن فقط کالاهای مجاز اسلامی قرار داشته و متغیر جدیدی به نام ثواب نیز در آن قرار دارد.

بن جلالی (۱۹۹۳)، در مقاله ای تحت عنوان "رفتار مصرف کننده مسلمان با کاربرد ریاضیات" به بررسی رابطه بین تابع مطلوبیت و تابع رستگاری از طریق سطح ایمان می پردازد. طبق یافته های این تحقیق با بالا رفتن درجه ایمان تابع مطلوبیت به سمت تابع رستگاری همگرا می شود.

خان و آفتاب (۲۰۰۰)، در مقاله ای تحت عنوان "حمایت از مصرف کننده در اسلام: حالت پاکستان" بیان میکنند که اسلام به عنوان یک دین کامل و جامع قوانینی در حمایت از مصرف کننده وضع کرده که مشابه آن را می توان در قوانین تجاری انسانها مشاهده کرد با این تفاوت که این قوانین توسط انسانها وضع شده و قوانین حمایتی توسط خداوند متعال در هزار و چهارصد سال پیش وضع شده است. از طرفی در صورت رعایت قوانین تجاری به انسانها پاداش نمی دهند اما خداوند وعده داده است که در صورت رعایت قوانین حمایتی به آنها هم در این دنیا و هم در دنیای بعد از مرگ پاداش داده می شود.

محمد زرقا (۱۹۹۱)، در مقاله ای تحت عنوان "رفتار مصرف کننده در یک اقتصاد اسلامی" بیان می کند که تئوری رفتار مصرف کننده در اقتصاد متعارف، مستقیماً توسط مصرف کننده مسلمان کاربرد ندارد. لذا باید این نظریه برای فرد مسلمان اصلاح شود. وی بیان می کند که پاداش اخروی وابسته به رفتار مصرف کننده در این دنیاست. از طرفی شریعت اسلامی سعی در اصلاح تابع مطلوبیت مصرف کننده مسلمان دارد. در اقتصاد متعارف تابع مطلوبیت برونزا فرض شده و گویی با افراد متولد می شود. اما تابع مطلوبیت در شریعت متفاوت است. شریعت لحاظ کردن ویژگیهای ذاتی وجود انسان در تابع مطلوبیت را می پذیرد اما می توان این تابع مطلوبیت را تا حدودی به وسیله آموزش های دینی، با آگاه کردن مصرف کنندگان تعدیل کرد.

محمد مندر کهنف، (۱۹۷۳) دوره زمانی مصرف مسلمان را افزون بر دنیا، به آخرت نیز تعمیم می دهد. از نظر او، مسلمان به دنبال کسب حداکثر رستگاری می رود که تابع چهار عامل است: ۱. مجموعه عوامل مذهب، سیاسی، فرهنگی، روانی، اجتماعی، قانونی و مانند آن؛ ۲. پس انداز؛ ۳. هزینه های در راه خدا؛ ۴. کالاهای و خدمات مصرفی. وی هدف مسلمان را حداکثر کردن مطلوبیت بیان می کند

سید عقیل (۱۹۹۱) هدف مسلمان را حداکثر کردن مطلوبیت دنیایی و آخرتی می داند که تابع چهار عامل مصرف جاری (حال)، پس انداز یا سرمایه گذاری برای مصرف آینده، کمک به دیگران برای کسب پاداش آخرتی، و هزینه کردن در راه مقاصد اجتماعی با هدف کسب پاداش آخرتی است.

محمد رحیم خان (۱۹۸۷) در مقاله ای تحت عنوان "تئوری رفتار مصرف کننده در اسلام" هدف مصرف کننده مسلمان را ایجاد توازن بین دنیا و آخرت و تحقق مصلحت می‌داند.

متوالی (۱۹۹۱)، در مقاله ای تحت عنوان "انسانیت مصرف کننده مسلمان" به بررسی تئوریک رفتار مصرف کننده مسلمان بر اساس اصول بهینه یابی مطلوبیت مصرف کننده مسلمان و مقایسه آن با اقتصاد متعارف می‌پردازد. از جمله نتایج حاصل از این مطالعه این است که یک مصرف کننده مسلمان باید درآمدش را روی کالاهای مورد نیاز خود و مجاز از طرف اسلام، انجام عمل نیک، پرداخت زکات و موارد دیگر خرج کند در عین حال مطلوبیتش را نیز ماکسیمم کند.

افزون بر این نظریه‌های اصلی در زمینه رفتار مصرف کننده مسلمان در سطح خرد، دیدگاه‌هایی نیز از جمله مباحث اوصاف احمد (۱۹۸۷)، خان (۱۹۸۵)، منور اقبال (۱۹۸۱) و مانند این‌ها در زمینه تابع مصرف کلان مطرح شده است.

مبانی نظری تحقیق:

۱- تئوری رفتار یک مصرف کننده متعارف (غیر مسلمان)

در مورد تابع مطلوبیت مصرف کننده متعارف، زیاد صحبت شده است اگر تابع مطلوبیت این مصرف کننده به صورت زیر است:

$$U = U(x_1, x_2, \dots, x_n, y_1, y_2, \dots, y_m) \quad (1)$$

U = مطلوبیت خانوار در نتیجه مصرف درآمد و موجودی سرمایه کالاهای با دوام.

x_j = مقدار مصرف شده محصول j ام در طول زمان.

y_i = موجودی سرمایه فیزیکی کالاهای مصرفی بادوام در خانوار.

p_j = قیمت کالای x_j .

r_i = بهره سالانه برای نگهداری کالاهای بادوام - این بهره شامل سه مورد است که عبارتند از: ۱- بهره متناظر با هزینه سرمایه

پولی خانوار ۲- استهلاک ۳- هزینه تعمیر.

اما قید بودجه مصرف کننده فوق به صورت زیر است:

$$\sum_{j=1}^n (P_j X_j) + \sum_{i=1}^m R_i y_i = M \quad (2)$$

هدف مصرف کننده متعارف ماکسیمم کردن تابع مطلوبیت با توجه به قید موجود است ؟

شرایط بهینه یابی مرتبه اول به صورت زیر است :

$$\frac{\frac{\delta u}{\delta x_1}}{p_1} = \frac{\delta u}{\delta x_2} = \dots = \frac{\delta u}{\delta x_n} = \frac{\delta u}{\delta y_1} = \dots = \frac{\delta u}{\delta y_m} \begin{cases} i = 1, \dots, n \\ j = 1, \dots, m \end{cases} \quad (3)$$

این نتایج نشان می دهد که مطلوبیت نهایی هر کالا بر قیمت آن کالا با مطلوبیت نهایی کالاهای بادوام بر نرخ بهره آن کالا بلاید مساوی باشد .

۲- تئوری رفتار یک مصرف کننده مسلمان .

در این قسمت به بیان ویژگی های یک مصرف کننده مسلمان و تفاوت آن با مصرف کننده متعارف می پردازیم از جمله این موارد عبارت است از :

۱- تابع مطلوبیت مصرف کننده مسلمان با تابع مطلوبیت دیگر مصرف کنندگان متفاوت است رضایت خاطر مصرف کننده مسلمان منحصر به مصرف کالا و نگهداری کالاهای بادوام نیست رفتار اقتصادی این مصرف کننده حول محور رضایت خداوند می چرخد . از جمله عوامل موثر بر مطلوبیت یک مسلمان تابع کردار نیک است . مسلمان با ایمان معتقد است که ثروت و فرزندان فریب و اغوای این دنیا هستند و آن چیزی که ماندگار است کردهای نیک است و خداوند به اعمال نیک پاداش می دهد .

در این زمینه و تایید این جملات می توان به آیات و روایات زیر اشاره کرد :

۱- وَ أَمْوَالُكُمْ وَأَنْتُمْ بِالْأَيْمَانِ تُقْرَبُونَ عِنْدَنَا زُفَىٰ إِلَّا مَنْ آمَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا فَأُولَٰئِكَ لَهُمْ جِزَاءُ الضُّعْفِ بِمَا عَمِلُوا وَهُمْ فِي الْغُرُفَاتِ آمِنُونَ

و اموال و فرزندانان چیزی نیست که شما را به پیشگاه ما نزدیک گرداند مگر کسانی که ایمان آورده و کار شایسته کرده باشند پس برای آنان دو برابر آنچه انجام داده‌اند پاداش است و آنها در غرفه‌ها [ی بهشتی] آسوده خاطر خواهند بود (سوره سبأ آیه ۳۷)

۲- وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَ الْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ: و کسانی که طلا و نقره را بصورت گنج ذخیره می کنند و آن را در راه خدا انفاق نمی کنند، آنها را به عذابی دردناک بشارت ده (سوره توبه آیه ۳۴)

بنابراین می توان یک متغیر جدید به نام مخارج روی اعمال نیک به تابع مطلوبیت یک مصرف کننده مسلمان اضافه نمود، لذا تابع مطلوبیت فوق به صورت زیر نوشته می شود :

$$U = U(x_1, x_2, \dots, x_n, y_1, y_2, \dots, y_m, G) \quad (4)$$

G = مخارج روی اعمال نیک

۲-بردار کالاهایی که مصرف کننده مسلمان در اختیار دارد با کالاهای مصرف کننده غیر مسلمان متفاوت است هر چند که این کالا هم کاملاً در دسترس می باشد علت این امر این است که اسلام مصرف کننده را از مصرف برخی کالاها و انجام برخی کارهای منع کرده است . مسلمانان از مصرف مشروبات الکلی ، گوشت خوک و قمار منع شده اند .

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ :

ای کسانی که ایمان آورده‌اید شراب و قمار و بتها و تیرهای قرعه پلیدند [و] از عمل شیطانند پس از آنها دوری گزینید باشد که رستگار شوید. (سوره مائده آیه ۹۰)

درزمینه نکوهش و تقبیح شراب و قمار نیز در آیه ۹۱ سوره مائده و آیه ۲۱۹ سوره بقره سفارش شده است .

در زمینه منع مصرف گوشت خوک نیز داریم :

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ: بر شما حرام شده است مردار و خون و گوشت خوک (سوره مائده آیه ۳)

امام خمینی (ره) می فرماید :

خوردن آنچه برای بدن زیان دارد حرام است، چه موجب هلاک شود، همچون نوشیدن سمهای کشنده و یا اینکه زن باردار چیزی را بنوشد که موجب سقط جنین شود و چه موجب از دست رفتن سلامت شود و یا موجب از کار افتادن برخی از حواس ظاهری یا باطنی یا فقدان نیرویی از نیروهای انسان گردد.

لذا اگر سبد کالای یک مصرف کننده غیر مسلمان n کالا هست.

سبد مجار برای یک مصرف کننده مسلمان k می باشد به گونه‌ای که $k < n$ تفاوت $(n - k)$ نشان دهنده کالا و خدماتی است که اسلام مصرف آن‌ها را منع کرده است لذا اصلاح دیگری به صورت زیر باید در تابع مطلوبیت رخ دهد:

$$U = U(x_1, x_2, \dots, x_k, y_1, y_2, \dots, y_m, G) \quad (5)$$

۳- از آن جایی که مسلمان از پرداخت هر نوع ربا به وام‌ها «چه شخصی و چه غیر شخصی» منع شده‌اند لذا برای این مورد عددی تحت عنوان حق العمل سالیانه « r_i » توسط مصرف کننده مسلمان برای نگه داری کالاهای بادوام پرداخت می‌شود که نباید شامل بهره باشد.

خداوند در قرآن ربا را منع کرده است:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ: ای کسانی که ایمان آورده‌اید ربا را [با سود]

چندین برابر مخورید و از خدا پروا کنید باشد که رستگار شوید (سوره آل عمران آیه ۱۳۰)

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ: خداوند ربا را از بین می‌برد و صدقات را می‌افزاید. (سوره بقره آیه ۲۷۶)

همچنین در سوره مومنون آیه ۵۰، سوره بقره آیه های ۲۷۸ و ۲۷۹، سوره نساء آیه ۱۶۱ اشاره به منع ربا شده است.

پیامبر اکرم (ص) در خطبه حجّه الوداع هنگام باطل کردن قراردادهای ربای جاهلی فرمود: الا ان كان في الجاهليّة موضوع عنكم كله لكم رئوس اموالكم لاتظلمون و اول رباء العباس بن عبدالمطلب كله: آگاه باشید هر ربایی که در جاهلیت بود از شما برداشته شد. می‌توانید اصل سرمایه‌هایتان را بگیرید. نه ظلم می‌کنید و نه مورد ستم واقع می‌شوید و ربای عباس بن عبدالمطلب اولین ربایی است که برداشته می‌شود

با توجه به این که هزینه‌هایی همچون سهم سود در اسلام در نظر گرفته شده می‌توان گفت که در اینجا منظور رایگان استفاده کردن از این کالاها نیست با وجود این اگر بهره را حذف کنیم. این هزینه‌ها، هزینه‌های ثابت از پیش تعیین شده مستقل از ریسک نیستند. هر چند وارد کردن این هزینه‌ها در قید بودجه کار ساده‌ای نیست اما فرض می‌شود که یک عنصر اجاره به هزینه‌های استهلاک و تعمیر اضافه می‌شود. لذا قید بودجه مصرف کننده مسلمان به صورت زیر است.

$$G + \sum_{j=1}^k (P_j X_j) + \sum_{i=1}^m L_i y_i = M, G > 0 \quad (6)$$

L_i = حق العمل سالیانه برای نگهداری کالاهای بادوام به وسیله مصرف کننده مسلمان است که شامل اجاره، استهلاک و تعمیر است.

۴- یک مصرف کننده مسلمان بعد از این که زکات را پرداخت کند از باقیمانده بودجه برای ماکسیمم کردن مطلوبیت استفاده می کند اگر بخواهیم زکات را تعریف کنیم، زکات یعنی تطهیر و پاکسازی از لحاظ تکنیکی زکات یعنی سهم یک نسبت از دارائی برای فقرا و نیازمندان جهت تطهیر سازی بقیه دارایی. امروزه زکات از لحاظ علمی جمع آوری مالیات از ثروتمندان و توزیع بین مسلمانان فقیر است. در قرآن بر پرداخت زکات همراه با برپایی نماز تأکید شده است. در قرآن بر پرداخت هیچ نسبتی به جز زکات تأکید نشده است. مطابق با دستورات قرآن این نسبت ها، ثابت و بدون تغییر است. در تایید پرداخت زکات نیز خداوند در قرآن سفارش اکید فرموده اند:

الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ بِالْآخِرَةِ هُمْ يُوقِنُونَ: همانان که نماز برپا می دارند و زکات می دهند و خود به آخرت یقین دارند. (سوره نمل آیه ۳)

الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ بِالْآخِرَةِ هُمْ يُوقِنُونَ: [همان] کسانی که نماز برپا می دارند و زکات می دهند و [هم] ایشانند که به آخرت یقین دارند. (سوره لقمان آیه ۴)

الَّذِينَ لَا يُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ بِالْآخِرَةِ هُمْ كَافِرُونَ: همان کسانی که زکات نمی دهند و آنان که به آخرت ناباورند. (سوره فصلت آیه ۷)

علاوه بر اینها خداوند در قرآن در سوره مریم آیه ۳۱، سوره مائده آیه ۵۵، سوره نور آیه ۳۷، سوره روم آیه ۳۹ و.... اشاره کرد. واژه "زکوٰه" ۳۲ بار در قرآن کریم تکرار شده است و مشتقات ماده "زکو" ۵۹ بار در قرآن کریم ذکر شده است.

زکات علاوه بر تأثیر بالقوه ای که روی مصرف کل و سرمایه گذاری کل در اقتصاد اسلامی دارد با این وجود زکات تعادل مصرف کننده را نیز تحت تأثیر قرار می دهد. اگر فرض کنیم که Z میزان زکات پرداخت شده توسط مصرف کننده مسلمان باشد و α درصد از درآمد مصرف کننده باشد، قید بودجه مصرف کننده مسلمان به صورت زیر تغییر می کند:

$$G + \sum_{j=1}^k (P_j X_j) + \sum_{i=1}^m L_i y_i = (1 - \alpha)M \quad (7)$$

۵- یک مصرف کننده مسلمان از مصرف افراطی منع شده است به راستی که ولخرجی و اسراف برادر شر است و این بدان معنی است که مصرف کننده مسلمان نباید تمام درآمدش را روی کالاها و خدمات خرج کند. در این مورد نیز سفارشات در قرآن شده است :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا : چرا که اسرافکاران برادران شیطانهایند و شیطان همواره نسبت به پروردگارش ناسپاس بوده است. (سوره الاسراء آیه ۲۷)

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا: و کسانی که چون انفاق می کنند، نه اسراف می نمایند و نه بخل می ورزند و میان این دو معتدل هستند. (سوره فرقان آیه ۶۷)

كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ: بخورید و بیاشامید، ولیکن اسراف نکنید، چون خدا اسراف کنندگان را دوست نمی دارد. (سوره تعارف آیه ۳۱)

با توجه به توضیحات بالا مسأله ماکسیم سازی مصرف کننده مسلمان به صورت زیر است :

$$\text{Max: } U = u(x_1, \dots, x_k, y_1, y_2, \dots, y_m, G) \quad (8)$$

$$G + \sum_{j=1}^k (P_j X_j) + \sum_{i=1}^m L_i y_i \leq (1 - \alpha)M \quad (9)$$

می توان این مسأله را با استفاده از شرایط کان - تاکر حل کرد . با وارد کردن ضریب لاگرانژ داریم :

$$L = U(x_1, \dots, x_k, y_1, \dots, y_m, G) + \lambda \left[(1 - \alpha)M - \sum_{j=1}^k P_j X_j - \sum_{i=1}^m L_i y_i - G \right] \quad (10)$$

شرایط لازم برای بهینه یابی عبارت است :

$$\frac{\delta L}{\delta y_i} = \frac{\delta u}{\delta y_i} - \lambda L_i \leq 0 \quad (i = 1, \dots, m)$$

$$\frac{\delta L}{\delta G} = \frac{\delta U}{\delta G} - \lambda \leq 0 \quad (11)$$

$$1) \quad \frac{\delta L}{\delta x_j} = \frac{\delta u}{\delta x_j} - \lambda p_{xj} \leq 0 \quad (j = 1, \dots, k)$$

(12)

$$2) \quad x_j \geq 0, j = 1, \dots, k, \quad y_i \geq 0, i = 1, \dots, m$$

$$\frac{\delta L}{\delta \lambda} = (1 - \alpha)M - \sum_{j=1}^k P_j X_j - \sum_{i=1}^m L_i y_i - G \geq 0$$

$$۵) \frac{\delta L}{\delta \lambda} \cdot \lambda = 0, \sigma - \lambda \geq 0$$

با توجه به این که $y_i \geq 0, x_j \geq 0$ ما داریم :

$$\frac{\frac{\delta u}{\delta x_j}}{P_j} = \frac{\frac{\delta u}{\delta y_i}}{L_i} \quad (۱۳)$$

مطابق با معادله اخیر، شرط تعادل مصرف کننده مسلمان این است که نسبت مطلوبیت نهایی به قیمت برای کالاها و خدمات مصرفی و کالاهای سرمایه‌ای با هم برابر باشد. اما رد این رابطه قیود دیگری نیز وجود دارد که عبارتند از :

(۱) مصرف کننده مسلمان نسبت به نوع کالایی که او مطلوبیت کسب می‌کند مقید است (۲) یک مصرف کننده مسلمان نمی‌تواند کالاهای سرمایه‌ای را با استفاده از وامهای بهره‌دار بخرد (۳) بودجه مصرف کننده مسلمان درآمد خالص بعد از کسر مالیات مذهبی یعنی زکات است .

اگر ما فرض کنیم که λ یا مطلوبیت نهایی درآمد برای یک مصرف کننده مسلمان مثبت است لذا داریم :

$$(۱۴)$$

$$(M - Z) - \sum_{j=1}^k P_j X_j - \sum_{i=1}^m L_i y_i - G = 0$$

این معادله پیشنهاد می‌کند که یک مصرف‌کننده مسلمان باید درآمدش بعد از کسر زکات را روی کالاهایی که مصرف‌کننده دارائی-هایی که در مالکیت اوست و روی اعمال نیک خرج کند. مطلوبیت نهایی روی کالاها و دارائی‌ها نزولی هستند:

$$\frac{\delta^2 U}{\delta S_j^2} < 0, j = 1, \dots, k, \quad \frac{\delta^2 U}{\delta y_j^2} < 0, i = 1, \dots, m \quad (15)$$

در حالی که مطلوبیت نهایی که یک مسلمان روی اعمال نیک خرج می‌کند یک مقدار ثابت است و برعکس در مورد دیگر کاهش نیست لذا داریم:

$$\frac{\delta^2 U}{\delta G^2} = 0 \quad (16)$$

علت این مسأله این است که یک مسلمان این نوع مخارج را نوعی سرمایه‌گذاری لحاظ می‌کنند که منفعت خیلی زیادی را نه تنها در زندگی بعد از مرگ، بلکه در زندگی فعلی‌اش کسب می‌کند.

نتیجه‌گیری :

از نتایج اصلی این تحقیق می‌توان به موارد زیر اشاره کرد :

رفتار یک مصرف‌کننده مسلمان تحت تأثیر عقاید وی که ناشی از آموزه‌های قرآن است می‌باشد .

تابع مطلوبیت و قید بودجه یک مصرف‌کننده مسلمان با یک مصرف‌کننده متعارف فرق می‌کند در اینجا مفهوم ماکسیمم کردن مطلوبیت به صورت گسترده بررسی شده و تنها ماکسیمم کردن نفع شخصی نیست .

یک مصرف‌کننده مسلمان نه تنها از مصرف کالا و خدمات و سرمایه مطلوبیت کسب می‌کند بلکه مخارج در راه خدا و کارهای نیک نیز برای او مطلوبیت دارد .

شرط تعادل برای یک مصرف‌کننده مسلمان این است که مطلوبیت نهایی یک کالا بر قیمت با مطلوبیت نهایی دارائی‌ها بر بهره آن با مطلوبیت نهایی روی کالاهای نیک برابر باشد .

در حالی که مطلوبیت نهایی مصرف کالاهای و نگهداری دارائی‌ها نزولی است اما مطلوبیت نهایی مخارج روی کارهای نیک همواره ثابت است .

References

bendjilali. (۱۹۸۹). Toward a theory of the behaviour of the muslim consumer. *journal of theosocial science*.

bendjilali, & boualem. (۱۹۹۳). On muslim consumer behaviour: mathematical set up. *journal of islamic economic*, ۳.

kahf, m. (۱۹۷۳). A Contribution to the study of the Economics of Islam. *utah U.S.A ,UNIV.of utah july*.

khan, k., & aftab, s. (۲۰۰۰). consumer protection in islam:the case of Pakistan. *australian economic papers*, ۳۹(۴), ۴۸۳-۵۰۳.

khan, m. r. (۱۹۸۷). Theory of Consumer Behavior in Islamic Perspective. *lecture of islamic economics ,jaddad , saudi arabic*, ۱۶۹-۱۸۴.

metwally, m. (۱۹۹۱). THE HUMANOMICS OF A MUSLIM CONSUMER. *human economics*, ۶۳-۷۲.

Mohammad Anwar, i. (۱۹۸۶). Macro Economic Planning Models for an Islamic Economy. *Paper Presented at the Internatioal Seminar on Fiscal Policy and Developmint Planning in an Islamic State held at the International Institute of Islamic Economics, Islamabad, Pakistan.*

syed, a. (۱۹۹۲). Rationality in EconomicTheory, in Sayyid Tahir et al. *teaching economics in islamic perspectives,teaching economics in islamic perspective,readings in microeconomics :an islsmic perspective*, ۳۱-۴۸.

usef, a. (۱۹۸۷). Macroconsumption Fumction in an Islamic Framework: A SurveyofCurrent Literature. *lecture of islamic economics ,joddoh,saudi arabia:islamicD.B.e.p.p.*, ۲۴۵-۲۷۶.

zarqa, a. a. (n.d.). Consumer Behaviour In An Islamic Economy. *islamic researchand training institute(irtii).islamic developoment bank(idb).*

توتونچیان، ا. (۱۳۶۳). تئوری تقاضا و تحلیل اقتصادی نفاق. مرکز اطلاعات فنی ایران.

حسینی، س. (۱۳۸۲). مفروضات نظریه رفتار مصرف کننده در اقتصاد اسلامی. *اقتصاد اسلامی*. ۲۷-۵۰، ۹،

دادگر، ری. (۱۳۷۸). نگرشی بر اقتصاد اسلامی، معرفت‌ها، ارزش‌ها و روش‌ها. تهران، پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس.

دادگر، ری & عزتی، م. (۱۳۸۱). بررسی رابطه مذهب و رفتار مصرف کننده در سایر ادیان (غیر اسلام). *نامه مفید*. ۷۱-۱۰۰، ۳۱،

صدر، س. (۱۳۷۵). اقتصاد صدر اسلام. انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

عزتی، م. (۱۳۸۲). اثر ایمان مذهبی بر رفتار مصرف کننده. *فصلنامه تخصصی اقتصاد اسلامی*. ۱۱،

قرآن کریم. (n.d.). *قرآن کریم*.