سیویلیکا - ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها
گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا
CIVILICA.com

عنوان مقاله:
عوامل اثرگذار بر تخصیص وجوه پس انداز از دیدگاه اسلامی در جایگاه پایه طراحی و ساخت الگوی تامین مالی و بانکداری اسلامی

محل انتشار:
اولین گردهمایی بین المللی بانکداری و تامین مالی اسلامی «قواعد ایجابی و سلبی تامین مالی اسلامی» (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسنده:
مرتضی عزتی - *استادیار اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس تهران*

خلاصه مقاله:
در جامعه اسلامی مردم رفتارهای خود را بر پایه آموزه های دینی تنظیم می کنند. ولی همه در این زمینه یکسان نیستند. عامل مهم تعیین کننده این ناهمسانی میان مردم برای رفتار برابر آموزه های اسلامی، ایمان آنها است. بر پایه نظریه رفتارهای اقتصادی در چارچوب اسلامی (دینی)، انسان ها رفتارهای خود را به گونه ای تنظیم می کنند که به تناسب ایمان خود، مجموع رضایت خاطر این جهان و زندگی پس از مرگ خود را بیشینه کنند. بر پایه نظریه مالیه اسلامی، چشم انداز به کار گیری وجوه پس انداز برای یک مسلمان به دو بخش جدا می شود: یکی تخصیص به قرض الحسنه و دیگری سرمایه گذاری سودآور. در نظریه پایه، هدف کسانی که قرض الحسنه پرداخت می کنند به دست آوردن رضایت خدا و از آن راه، پاداش زندگی پس از مرگ است. هدف سپرده گذاری سودآور نیز به دست آوردن سود و هزینه کردن آن برای دستیابی به رضایت خاطر حاصل از هزینه کردن آن سود است. در این نوشتار کوشش می شود یک چارچوب نظری برای عرضه وجوه پس اندازهای مردم به دو بخش مالی قرض الحسنه و سرمایه گذاری سودآور تبیین و ارایه شود. در این بخش نخست چارچوب، پیش فرض ها و فرض های نظریه ارایه می شود، سپس تحلیل با روش های ریاضی، هندسی و منطقی ارایه و چگونگی این اثر ایمان تبیین می شود. سپس این چارچوب نظری، در یک پژوهش تجربی، ارزیابی می شود. این ارزیابی با به کارگیری داده های واقعی 500 خانوار از شهرستان زاهدان که با پرسشنامه گردآوری شده است انجام می شود. نتیجه نشان می دهد. خواسته های مردم در چارچوب بازارهای رسمی پس انداز و سرمایه گذاری برآورده نمی شود. و این امر موجب می شود کردارهای آنها به خارج از چارچوب های رسمی نیز برود. بر این پایه باید در طراحی بانکداری و نظام تامین مالی اسلامی نیز به شدت به این واقعیت ها توجه کرد تا بانکداری و تامین مالی اسلامی بتواند موفق باشد. این واقعیت با دستاوردهای جدید علم بازاریابی برابری می کند

کلمات کلیدی:
بانکداری اسلامی، تامین مالی، ایمان، قرض الحسنه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:
https://civilica.com/doc/727177