

# SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری STES



فیلم های آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی

کارگاه آنلاین  
بررسی مقابله ای متون (مقدماتی)

کارگاه آنلاین  
پروپوزال نویسی و پایان نامه نویسی

کارگاه آنلاین آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو

## حسابداری ذهنی اعتقادی

دکتر محمدحسین ستایش  
دانشیار حسابداری دانشگاه شیراز.  
پست الکترونیکی: Setayesh@shirazu.ac.ir

\* مجتبی سعیدی

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه شیراز.  
پست الکترونیکی: Mojtaba\_pc2011@yahoo.com  
نشانی: مشهد، بلوار معلم، معلم ۷۱، شهید ستاری ۲۰، پلاک ۱۰.  
کد پستی: ۹۱۸۹۸۹۴۸۸۶  
شماره تلفن: ۰۹۳۶۳۵۸۶۳۶۵

علی شایانفر

کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی دانشگاه خوارزمی.  
پست الکترونیکی: Shayanfar\_22@yahoo.com  
شماره تلفن: ۰۹۱۵۱۰۱۸۳۱۲

## حسابداری ذهنی اعتقادی

دکتر محمد حسین ستایش\*

مجتبی سعیدی\*\*

علی شایانفر\*\*\*

### چکیده

روانشناسان معتقدند رفتار انسان بیش از آنکه محصول منطق باشد از محرکه‌های ذهنی نظیر ترس، عشق، نفرت، لذت و درد حاصل می‌شود. از طرفی تحقیقات نشان داده است افراد به طور کامل منفعت طلب نیستند. اگر این گونه نبود، وجود حس نوع دوستی معنا نداشت. باورهای دینی و مکاتب فکری که پدیده‌هایی مثل فداکاری، ایثار و ترحم به دیگران را ارزش تلقی می‌کنند، نمی‌توانست در طول قرون متمادی ماندگار باشند. از این رو یک مسلمان که در محیط اسلامی بزرگ شده است، و اسلام با گوشت و خون او آمیخته شده، در زمان تصمیم‌گیری، ناخودآگاه به عواملی که در آن حلال و حرام وجود دارد توجه می‌کند و تصمیماتی که فقط جنبه دنیایی را داشته باشد در نظر نمی‌گیرد، به عنوان نمونه اگر به یک انسانی که مقید به اسلام و آیین اسلامی نیست پیشنهاد شرط‌بندی در یک مسابقه (غیر از موارد مجاز در اسلام مانند سوارکاری و تیراندازی) با شرایطی که احتمال برنده شدن در این شرط‌بندی بالای ۹۰ درصد باشد، وی ممکن است پذیرای این شرط‌بندی باشد. در صورتی که اگر وی در یک جامعه اسلامی بزرگ شده باشد و به احکام شریعت پایبند باشد ناخودآگاه رفتار و ذهن او به سمت حلال و حرام بودن این شرط‌بندی می‌رود و با این شرایط از آن شرط‌بندی منصرف می‌شود. در این پژوهش در ابتدا به بررسی حسابداری ذهنی پرداخته می‌شود، سپس اثر اعتقادات مذهبی را بر روی ذهن بررسی کرده و تاثیر آن را بر روی تصمیمات مالی مورد بررسی قرار داده و در نهایت، حسابداری ذهنی اعتقادی را بیان می‌کنیم. امید است که بررسی‌های پژوهش حاضر بتواند گامی مفید در جهت تکمیل ادبیات مربوط به این موضوع باشد.

**کلمات کلیدی:** حسابداری ذهنی، حسابداری اسلامی.

\*. ستایش، محمدحسین، دانشیار حسابداری دانشگاه شیراز، Setayesh@shirazu.ac.

\*\* . سعیدی، مجتبی، دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه شیراز، Mojtaba\_pc2011@yahoo.com.

\*\*\* . شایانفر، علی، کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی دانشگاه خوارزمی، Shayanfar\_22@yahoo.com.

## مقدمه

حسابداری ذهنی<sup>۱</sup> برای اولین بار توسط تالر<sup>۲</sup> در سال ۱۹۸۰ مطرح شد. وی بیان کرد که حسابداری ذهنی می‌کوشد فرایندی را که افراد به موجب آن پیامدهای اقتصادی را کدگذاری، طبقه‌بندی و ارزیابی می‌کنند تشریح نماید. اغلب تئوری‌های اقتصادی بر این اساس بنا شده‌اند که افراد در رویارویی با رویدادهای اقتصادی به صورت منطقی عمل می‌کنند و کلیه اطلاعات موجود، در فرایند تصمیم‌گیری آن‌ها منظور می‌شود. این فرضیه مبنای اصلی فرضیه بازار کاراست. اما برخی یافته‌های محققان در این فرضیه بنیادی تردید کرده و مدارکی را کشف کرده‌اند که نشان‌دهنده شایع نبودن رفتار منطقی در تصمیم‌گیری افراد است. از جمله این محققان، بیور<sup>۳</sup>، کنلی<sup>۴</sup>، واس<sup>۵</sup> و استرلینگ<sup>۶</sup> را می‌توان نام برد که به ارائه نمونه‌های حقیقی از الگوی تصمیم‌گیری و سودمندی اطلاعات در تصمیم‌گیری پرداخته و هر یک الگوهایی را برای تصمیم‌گیری ارائه کرده‌اند تا افراد بتوانند بر اساس آن الگوها، تصمیم‌هایی در دامنه‌ای از آگاهی و منطق بگیرند (پارساتیان، ۱۳۸۱).

بسیاری از سرمایه‌گذاران مدت‌های زیادی به این مسئله توجه کرده‌اند که روانشناسی نقشی کلیدی در تعیین رفتار بازارها ایفا می‌کند. اما مطالعات معروف و جدی در این زمینه به سال‌های اخیر باز می‌گردد. ارتباط علم مالی و سایر رشته‌های علوم اجتماعی که به عنوان روانشناسی مالی معروف شده است، به بررسی فرآیند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران و عکس‌العمل آن‌ها نسبت به شرایط مختلف بازارهای مالی می‌پردازد و تاکید آن بیشتر به تاثیر شخصیت، فرهنگ و قضاوت‌های سرمایه‌گذاران بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری می‌باشد. روانشناسی مالی در واقع در مقابل پارادایم رفتارهای منطقی سرمایه‌گذاران مطرح شده که بر اساس و بنیان همه مدل‌های مالی ارائه شده می‌باشد.

## حسابداری ذهنی

شاید بهترین راه برای تعریف حسابداری ذهنی مقایسه آن با حسابداری مالی و حسابداری مدیریت باشد. همان‌گونه که می‌دانید حسابداری مالی به ثبت، طبقه‌بندی رویدادهای مالی در دفاتر و گزارشگری نتایج می‌پردازد و حسابداری مدیریت با استفاده از این اطلاعات و سایر اطلاعات اجتماعی و... به تصمیم‌گیری و کنترل فعالیت شرکت می‌پردازد. در حسابداری ذهنی نیز افراد خانوار چنین ثبت وقایع مالی و تجزیه و تحلیلی را به منظور تحت کنترل درآوردن مخارج خود انجام می‌دهند. حسابداری مالی شامل استانداردها و رویه‌های متعددی می‌باشد که طی سال‌ها به ثبت رسیده است.

<sup>۱</sup> Mental Accounting

<sup>۲</sup> Thaler

<sup>۳</sup> Beaver

<sup>۴</sup> Kennelly

<sup>۵</sup> Voss

<sup>۶</sup> Sterling

تالر، (۱۹۸۰)؛ تالر و جانسون<sup>۱</sup>، (۱۹۹۰)؛ حسابداری ذهنی را این گونه تعریف کردند: "درک بردها، زیان‌ها و شرط‌بندی‌ها که تحت تأثیر ویرایش ذهنی خاصی قرار می‌گیرد".

تالر (۱۹۹۹)، حسابداری ذهنی را مجموعه‌ای از عملیات آگاهانه می‌داند که توسط افراد و خانوارها برای سازماندهی، ارزیابی و ردیابی فعالیت‌های مالی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حسابداری ذهنی ذاتاً شیوه عملی و سودمندی است که مصرف‌کنندگان به‌طور راهبردی برای ساده کردن محاسبات شناختی (شلینگ، ۱۹۸۴) و تنظیم خودکار هزینه‌ها از آن استفاده می‌کنند (تالر، ۱۹۹۹).

مفاهیم حسابداری ذهنی به اعتقاد تالر حسابداری ذهنی سه عنصر اصلی دارد:

۱- عنصر اول به چگونگی دریافت نتایج، آزمون آن‌ها، چگونگی تصمیم‌گیری براساس نتایج آزمون شده و در نهایت به ارزیابی تصمیمات اتخاذ شده می‌پردازد.

۲- عنصر دوم مستلزم تخصیص فعالیت‌ها به حساب‌های خاص می‌باشد.

۳- عنصر سوم به میزان ارزیابی حساب‌ها می‌پردازد.

به عنوان مثال، شخصی قصد داشت یک روتختی بخرد، او به یک فروشگاه بزرگ رفت و به دنبال مدل مورد علاقه‌اش بود. روتختی‌ها در سه اندازه ۱، ۲ و ۳ و قیمت آن‌ها به ترتیب ۲۰۰۰۰۰، ۲۵۰۰۰۰۰ و ۳۰۰۰۰۰۰ ریال بود. اما در یک حراجی قیمت هر کدام از آنها بدون توجه به اندازه ۱۵۰۰۰۰۰ ریال بود. دریافت این اطلاعات، دریافت نتایج است. شخص این نتایج را در ذهن خود مورد آزمون قرار می‌دهد و در نهایت تصمیم به خرید روتختی اندازه ۳ از حراجی به قیمت ۱۵۰۰۰۰۰ ریال می‌گیرد (عنصر اول). با خرید این روتختی شخص به اندازه مابه‌التفاوت قیمت خریداری شده و قیمت واقعی روتختی (۱۵۰۰۰۰۰-۳۰۰۰۰۰۰) در ذهن خود یک حساب سود باز می‌کند (عنصر دوم). با این که روتختی از اطراف تخت آویزان بوده، شخص احساس رضایت کامل می‌کند (عنصر سوم).

بسته به ارزیابی شخص این احساس رضایت به صورت روزانه، هفتگی، ماهانه یا سالانه باقی می‌ماند. چون تصمیم‌گیری‌ها در شرایط عدم اطمینان انجام می‌شود و ارزیابی‌های افراد از حساب‌های خاص متفاوت است.

سیستم حسابداری ورودی‌های هر دو سیستم تجزیه و تحلیل هزینه - منفعت پیشینی<sup>۲</sup> و پسینی<sup>۳</sup> را فراهم می‌کند. انتخاب مشتری با وارد کردن ارزش معامله<sup>۴</sup> (لذت معامله) به محاسبه‌های تصمیم خرید درک می‌شود (تالر، ۱۹۹۹). عنصر دوم مستلزم تخصیص فعالیت‌ها به حساب‌های معینی است. منابع و مصارف مانند دنیای واقعی در حسابداری ذهنی نیز وجود دارند؛ هزینه‌ها به مقوله‌هایی همچون خوراک، مسکن، و ... گروه‌بندی شده و

<sup>۱</sup> Johnson,  
<sup>۲</sup> Ex-Ante  
<sup>۳</sup> Ex-Post  
<sup>۴</sup> Deal (Transaction Utility)

مخارج اغلب به بودجه‌های صریح و غیرصریح محدود می‌شوند. وجوه مصرف‌کردنی هم به عنوان درآمد (درآمد مستمر در مقایسه با درآمد اتفاقی) و هم به عنوان دارایی (پول نقد، سرمایه خانه، ثروت بازنشستگی و غیره) نام‌گذاری می‌شوند (تالر، ۱۹۹۹). عنصر سوم حسابداری ذهنی به میزان ارزیابی حساب‌ها می‌پردازد. این موضوع را رد، لاون استاین، و رابین<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) بازه انتخاب<sup>۲</sup> نامیده‌اند. حساب‌ها را می‌توان روزانه، هفتگی و سالانه تراز کرد و همچنین می‌توان به صورت محدود یا گسترده تعریف کرد. در واقع عنصر سوم حسابداری ذهنی به این مورد اشاره دارد که تصمیم‌گیری غالباً در شرایط نبود اطمینان است.

مفهوم «حساب ذهنی»، استعاره‌ای است که برای تصمیم‌های هزینه‌کردن<sup>۳</sup> به دلیل مطلوبیتش در ذهنی کردن (عقلانی کردن) چشم‌انداز تجربی به کار برده می‌شود. اغلب مشتریان حساب‌های ذهنی را برای محدود کردن خرجشان از طریق تخصیص محدودیت‌های بودجه در طبقه‌های خاص شکل می‌دهند (هیلی و سول<sup>۴</sup>، ۱۹۹۶). در این نقش، هزینه‌های در یک طبقه به یک حساب ذهنی تخصیص یافته و برای جلوگیری از خرج کردن بیش از اندازه به هنگام وسوسه شدن توسط محصولات (کالاها) کنترل می‌گردند.

نقش دیگر حساب‌های ذهنی در معامله خاص<sup>۵</sup> است که مشتریان یک حساب را برای یک رویداد وضع می‌کنند، هزینه را بدهکار کرده و مزایای معوق<sup>۶</sup> حاصل از مصرف را بستانکار می‌کنند (پرلک و لونسین<sup>۷</sup>، ۱۹۹۸).

### حسابداری ذهنی، مطلوبیت، ارزش و مبادله

قالب‌بندی<sup>۸</sup> در نظریه حسابداری ذهنی، بدین معناست: شیوه‌ای که یک فرد به طور ذهنی یک فعالیت مالی را در ذهن خودش برای تعیین میزان مطلوبیتی که دریافت خواهد کرد یا انتظار دارد دریافت کند، قالب‌بندی می‌کند. این مفهوم به طور مشابه در نظریه انتظار به کار گرفته شده است و بسیاری از نظریه‌پردازان حسابداری ذهنی از آن نظریه در تحلیل‌هایشان برای تابع ارزش<sup>۹</sup> استفاده می‌کنند.

مفهوم بسیار مهم دیگری در جهت فهم حسابداری ذهنی درباره تابع مطلوبیت تعدیل شده<sup>۱۰</sup> است. دو ارزش در رابطه با هر رویداد مالی ارزش تحصیل<sup>۱۱</sup> و ارزش مبادله<sup>۱۲</sup> وجود دارد.

<sup>۱</sup> Read, Loewenstein, Rabin

<sup>۲</sup> Choice Bracketing

<sup>۳</sup> Spending

<sup>۴</sup> Heath & Soll

<sup>۵</sup> Transaction-Specific

<sup>۶</sup> Accrued Benefits

<sup>۷</sup> Prelec & Loewenstein

<sup>۸</sup> Framing

<sup>۹</sup> Value Function

<sup>۱۰</sup> Modified Utility Function

<sup>۱۱</sup> Acquisition Value

<sup>۱۲</sup> Transaction Value

ارزش تحصیل ارزشی است که یک شخص به داشتن مقداری کالا نسبت می دهد. اگر قیمتی که شخص پرداخت می کند مساوی با قیمت ترجیحی ذهنی برای کالا باشد، ارزش مبادله صفر است. اگر قیمت پایین تر از قیمت ترجیحی باشد، مطلوبیت مبادله مثبت است.

نظریه مطلوبیت<sup>۱</sup>، نظریه پولی رایج<sup>۲</sup> است. تمام گزینه‌ها نسبت به مطلوبیت سنجیده می‌شوند، اما تمام سودها و زیان‌ها بدین گونه مد نظر قرار نمی‌گیرند.

حسابداری ذهنی مشتریان در پاسخ به صرفه‌جویی‌های ناشی از قیمت غیرمنتظره در نقطه فروش یکی از تاکتیک‌هایی که اغلب توسط خرده‌فروشان برای افزایش فروش به کار گرفته می‌شود، استفاده از تخفیف‌های ویژه<sup>۳</sup> هنگام فروش است. چنین تخفیف‌هایی در یک فروشگاه به شیوه‌ای پیش‌بینی نشده و اعلام نشده اعطا می‌شود و به مشتریان این امکان را می‌دهد تا صرفه‌جویی‌هایی غیرمنتظره (سودهایی بادآورده) را تجربه کنند. هنگامی که مقدار مخارج مشتریان بدین گونه کاهش می‌یابد، تمایل دارند مقدار تخفیف داده شده را آسانتر از زمانی خرج کنند که همان میزان تخفیف از طریق جست‌جویی فعال مثل مقایسه فروشگاه‌ها حاصل شده است. همچنین، مشتریان تمایل دارند مقدار پس‌انداز به دست آمده از طریق تخفیف غیرمنتظره را همان موقع و در همان فروشگاه هزینه کنند (حودج و میسون<sup>۴</sup>، ۱۹۹۵).

### حسابداری ذهنی اعتقادی

یک مسلمان واقعی که به احکام شریعت پایبند است، در زمان تصمیم‌گیری، ناخودآگاه به عواملی که در آن حلال و حرام وجود دارد توجه می‌کند و تصمیماتی که فقط جنبه دنیایی را داشته باشد در نظر نمی‌گیرد، به عنوان مثال فرض کنید، حق انتخابی برای فردی بوجود آمده است که منزلی را می‌تواند با قیمت بیست میلیون خریداری کند، در شرایطی که انتظار می‌رود قیمت منزل در ماه آتی دو برابر شود، و وی می‌تواند این پول را از راه نزول کسب کند، شاید یک شخص عادی با خود این تصور را کند که بعد از گرانی، منزل را فروخته و کل پول را به همراه بهره‌اش یک جا پرداخت می‌کنم و از این بابت ۷ میلیون سود می‌کنم. ولی فردی که در جامعه اسلامی بزرگ شده در ابتدای تصمیم‌گیری در زمانی که این ایده به ذهنش برسد می‌گوید حرام است و از خرید این منزل و کسب این سود منصرف می‌شود و شاید اصلاً این ایده هم به ذهنش خطور نکند. در حقیقت عواملی که باعث تصمیم‌گیری در ذهن این شخص می‌شود ناشی از حسابداری اسلامی است که در ناخودآگاه وی رقم خورده و وارد تصمیمات سوخته نمی‌شود، به عنوان مثال ما می‌دانیم که طبق استانداردهای حسابداری ایران روش فروش اوراق قرضه با کسر غیر مجاز است در این صورت شخص مدیر به هیچ عنوان به همچنین موردی فکر نمی‌کند و همچنین گزینه‌ای به ذهنش خطور نمی‌کند. یک شخص معتقد به آیین اسلام نیز در ذهنش عواملی را غیر مجاز در

<sup>۱</sup> Utility Theory  
<sup>۲</sup> Common Currency Theory  
<sup>۳</sup> Special Discounts  
<sup>۴</sup> Hodge & Mason

نظر گرفته است که در زمان تصمیم گیری، این عوامل وارد حیطه گزینه‌های انتخابی برای تصمیم‌گیری وی نمی‌شود.

شرایطی را تصور کنید که شخصی مبلغی پول مازاد در دست دارد، وی می‌تواند این پول را به شخصی بدهد و در مقابلش بهره دریافت کند و یا در عوض این پول را به شخصی کمک کند بدون انتظار باز پرداخت. ممکن است شخصی با خود در ذهنش انتخاب دوم را به عنوان هزینه ثبت کند چون پول را از دست داده، و در نتیجه گزینه اول را انتخاب کند. ولی در مقابل یک شخص مسلمان این پول را در ذهنش به عنوان یک سرمایه‌گذاری ثبت می‌کند، زیرا به وعده‌های خدا اعتقاد دارد، و باور از هر دست‌بدهی از همان دست‌میگیری، در ذهنش نهاده شده است،

خداوند سود ربا را نابود و صدقات را افزایش می‌بخشد (سوره بقره، آیه ۲۷۶).

در مقابل نه تنها این پول پرداخت شده به شخص نیازمند را هزینه در نظر نمی‌گیرد بلکه به عنوان یک سرمایه‌گذاری سودمند در ذهنش ثبت می‌کند.

و کیست که به خداوند وامی نیکو دهد و از اموالی که به او ارزانی داشته‌است، انفاق کند، تا خداوند آن را برای او چند برابر نماید و برای او پاداش پر ارزشی است (سوره‌ی حدید، آیه ۱۱).

حتی ممکن است این سرمایه‌گذاری را در ذهنش به عنوان یک سرمایه‌گذاری با بازده زیاد و بدون ریسک در نظر بگیرد. زیرا امام صادق (ع) می‌فرمایند: به خدا قسم سه چیز حق است: هیچ ثروتی بر اثر پرداخت صدقه و زکات کم نشد، در حق هیچ کس ستمی نشد که بتواند تلافی کند، اما خویشتن‌داری نمود مگر این که خداوند بجای آن به او عزت بخشید و هیچ بنده‌ای در خواهشی را به روی خود نگشود مگر این که دری از فقر به رویش باز شد (بحار الأنوار، ج ۷۸، ص ۲۰۹).

در حدیثی دیگر از امام صادق (ع) روایت شده است: بر روی درب بهشت نوشته شده است که پاداش صدقه ده برابر است (بحار الأنوار، ج ۸، ص ۱۸۱).

همچنین امام علی (ع) فرمودند: زمانی که تنگدست شدید، با صدقه دادن با خدا معامله کنید (نهج البلاغه، ح ۲۵۰).

علت این تصور در ذهن وی در نظر گرفتن شخصی غیر از آن شخص دریافت‌کننده است که وی عهده دار بازپرداخت این پول است. و اعتقاد به همچنین شخصی باعث می‌شود رفتار وی به سمت انتخاب گزینه دوم سوق پیدا کند.

بدین صورت می‌توان تفاوت تصمیم‌گیری در افراد معتقد به آیین اسلامی و غیره که به این اصول اعتقادی ندارند را در رفتارشان توجیح کرد.



بر اساس مفهوم حسابداری ذهنی، افراد در تصمیم‌های مالی خود برای ارزیابی هر تصمیم، حسابی جداگانه در ذهن می‌کشایند و سعی می‌کنند عواقب هر تصمیم (مثبت یا منفی) را به تنهایی بررسی کنند. مطالعات تالر نشان می‌دهد که افراد در ارزیابی تصمیم‌ها نه تنها آن‌ها را جداگانه بررسی می‌کنند بلکه تغییر نوع تصمیم و زمان هزینه کردن و منفعت بردن هم بر نتیجه‌های تصمیم اثرگذار است.

شاید بتوان این گونه بیان کرد که در ذهن مسلمانان ۲ نوع دفاتر مالی وجود دارد.

۱- دفاتر دنیایی که متعاقباً صورت‌های مالی دنیایی را در بر خواهد داشت.

۲- دفاتر مالی اعتقادی که نهایتاً صورت‌های مالی اعتقادی از آن استخراج می‌شود.

در زمانی که وجهی را به قصد کمک پرداخت می‌کند در صورت مالی دنیایی خود این گونه ثبت می‌زند:

هزینه \*\*\*

وجه نقد \*\*\*

در صورتی که در دفاتر اعتقادی خود این گونه عمل می‌کند:

سرمایه گذاری \*\*\*

درآمد ناشی از کمک به دیگران \*\*\*

و در نهایت می‌توان از مجموعه ثبت‌هایی که در دفاتر اعتقادی خود زده است صورت‌های مالی از قبیل صورت سود و زیان تهیه کند.

تفاوت در تصمیم‌گیری این دو شخص در این امر است که فردی که اعتقاد به آخرت دارد به دنبال کسب سود بیشتر در دفاتر اعتقادی‌اش است، زیرا می‌داند دفاتر دنیایی خود را روزی به جا خواهد گذاشت و چیزی که برای او باقی می‌ماند دفاتر اعتقادی (آخرتی) اوست. به همین دلیل سعی در انتقال از دفاتر دنیایی به دفاتر اعتقادی خود دارد.

یکی از عواملی که باعث انگیزه بیشتر در وی برای این امر می‌شود استانداردهای حسابداری دفاتر اعتقادی است. استانداردهایی که تدوین‌کننده آن بسیار دقیق است و منافع همه اشخاص را نظر دارد.

به عنوان نمونه می‌توان به این حدیث بیان شده از امام صادق (ع) اشاره کرد: بر روی درب بهشت نوشته شده است که پاداش صدقه ده برابر است.

به همین صورت ذهن شخص معتقد در دفاتر دنیایی و آخرتی خود این ثبت‌ها را می‌زند

دفاتر دنیایی: هزینه اهدایی ۱۰۰۰

وجه نقد ۱۰۰۰

دفاتر اعتقادی: سرمایه گذاری ۱۰۰۰۰

درآمد ناشی از کمک به دیگران ۱۰۰۰

سود مازاد دریافتی ۹۰۰۰

حسابداری اعتقادی بر پایه اسلام از منظر مالی و سرمایه ای حداقل از چهار وجه به هم مربوط هستند.

### ابعاد و آثار چهار گانه حسابداری اعتقادی

بعد اول شامل اثرات مستقیم در مال و سرمایه است. هر مالی که با قصد الهی و در قالب‌های مشخص شده از سوی او (انفاق، خمس، زکات، قرض الحسنه و...) داده شود، خداوند ضمانت کرده، از مال کم نشود بلکه بر آن افزوده گردد.

هر چیزی که در راه خدا انفاق کنید، جای آن را پر می‌کند و او بهترین روزی دهندگان است (سوره سبأ، آیه ۳۹).

امام علی (ع) می‌فرماید: هیچ مالی در خشکی و دریا تباه نشود مگر به خاطر ندادن زکات. مال‌های خود را با دادن زکات بیمه کنید (بحار الانوار، ج ۹۶، ص ۱۲).

و امام صادق (ع) می‌فرماید: صدقه بدهید، زیرا که صدقه مال را زیاد می‌کند (المیزان، ج ۲، ص ۴۲۰). بعد دوم اثرات غیر مستقیم در مال و سرمایه است مثل رفع بلا، ضمانت سلامتی، طول عمر که همه فرصت‌هایی را ایجاد می‌کنند که آدمی برمال و سرمایه خود بیافزاید و البته اگر بازهم بخشی از آن را در راه خداوند صرف کند، این حلقه افزایشی بازهم ادامه می‌یابد.

امام کاظم (ع) فرمود: هیچ چیزی اثر آن زودتر از صدقه آشکار نمی‌شود و هیچ چیزی برای مریض سودمندتر از صدقه نیست (وسائل الشیعه، ج ۶، ص ۲۶۰).

امام باقر (ع) می‌فرماید: نیکی و صدقه فقر را می‌زداید، عمر را طولانی و هفتاد مرگ بد را از انسان دور می‌کند (ثواب الأعمال ۱۱/۱۶۹).

بعد سوم کاستن از مال به نفع دیگری و البته با قصد الهی، اثرات غیر قابل انکار آن بر آرامش روانی بخشنده است. مهم‌تر این که باعث رشد شخصیت او نیز می‌شود. آدمی با بخشیدن به خاطر خداوند اصطلاحاً رشد می‌کند و بزرگ می‌شود.

... شما هرگز به مقام نیکو کاران و خاصان نخواهید رسید، مگر آنکه از آن چه دوست دارید در راه خدا انفاق کنید (سوره آل عمران، آیه ۹۲).

ای رسول ما، تو از مومنان صدقات را دریافت دار تا بدان صدقات، نفوس آنان را از پلیدی و حب دنیا، پاک و پاکیزه سازی (سوره توبه، آیه ۱۰۳).

سه بعد ذکر شده آثار این جهانی سرمایه گذاری در دفتر حسابداری خداوند است و بعد چهارم که غیر قابل مقایسه با ابعاد این جهانی آن است؛ رضایت و خشنودی خداوند از معامله ای است که با او صورت گرفته و البته بهشت و نعمت های بی حساب آن از آثار رضایت و خشنودی اوست.

و کسانی که اموالشان را برای جلب خشنودی خدا انفاق می کنند (سوره بقره، آیه ۲۶۵).

در پایان تاکید بر این نکته ضروری است که محور حسابداری اعتقادی و آثار بی شمار آن صرفاً خشنودی خداوند است، بنابراین گذشتن و دادن مال خود به دیگری اگر برای تشفی خاطر خود باشد و یا از سر دلسوزی و یا برای نشان دادن به مردم و یا هر قصد دیگری، شامل ابعاد و آثار فوق نیست بلکه صرفاً برای رضایت خداست که در دفتر حسابداری او ثبت می شود.

بر این اساس می توان نتیجه گرفت که تصمیمات اقتصادی یک فرد مسلمان پس از عبور از دو فیلتر حلال و حرام که توسط احکام شریعت تعیین شده اند به منصف ظهور می رسد، بدیهی است از آنجا که احکام شریعت نشأت گرفته از علم الهی است این سازو کار در نهایت به ارتقاء سطح رفاه اجتماعی منجر خواهد شد.

### نتیجه گیری

کسب انتفاع یک شخص مسلمان فقط جنبه مادی ندارد. به بیان دیگر وی در چارچوب احکام شریعت اقدام به تصمیم گیری در زمینه های مختلف از جمله مسائل اقتصادی می نماید. این شرایط را می توان این گونه تصور کرد که یک فرد معتقد به احکام اسلام هر تصمیم را از دو زاویه دنیوی و اخروی در ذهن خود مورد بررسی قرار می دهد. و یا به عبارتی رویدادهای مالی زندگی خود را در دو دفتر جداگانه در ذهن خود ثبت می کند. ۱- دفتر دنیوی ۲- دفتر اعتقادی. در این صورت در زمان تصمیم گیری هر دو دفتر را بررسی کرده و در نهایت تصمیم گیری می کند. به علت متفاوت بودن استانداردهای حسابداری اعتقادی و دنیایی شاید تصمیمی را اتخاذ کند که با منطق یک شخصی که به آخرت اعتقادی ندارد همخوانی نداشته باشد. بر این اساس آنچه می تواند فرایند تصمیم گیری یک فرد مسلمان را از یک فرد غیر مسلمان متفاوت می سازد وارد شدن مضامینی است که از احکام شریعت نشأت گرفته و وارد حوزه تصمیم گیری وی می شود.

### منابع

- ارومیه، محمد حسن بن محمد ولی (۱۳۶۱)، **بحار الانوار**، (مجلسی، محمدباقر)، تهران: اسلامیه.
- انصاری محلاتی، محمد رضا (۱۳۸۲)، **ثواب الاعمال**، (ابن بابویه، محمد بن علی "شیخ صدوق")، قم: نسیم کوثر.
- پارسائیان، علی (۱۳۸۱)، **تنوری های حسابداری**، (ریاحی، بلکویی، احمد)، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- راشدی، لطیف و سعید (۱۳۸۸)، **اصول کافی**، (کلینی، محمد بن یعقوب)، قم: انتشارات اجود.

- شهیدی، سید جعفر (۱۳۷۴)، **نهج البلاغه** (سیدرضی موسوی)، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- صحت، علی (۱۳۶۴)، **وسائل الشیعه**، (حر عاملی، محمد بن حسن)، انتشارات ناس.
- مرادزاده‌فر، مهدی؛ ناظمی اردکانی، مهدی؛ **حسابداری ذهنی: رویکردی متفاوت با سناریوهای تصمیم‌گیری**، بورس، شماره ۴۶.
- موسوی همدانی، محمد باقر (۱۳۶۳)، **تفسیر المیزان**، (طباطبایی، سید محمد حسین)، قم: موسسه تحقیقات و نشر معارف اهل بیت (ع).
- Heath C. & Soll J. (1996). **Mental Budgeting and Consumer Decisions**, Journal of Consumer Research, Vol. 23, 40-52.
- Hodge S. & Mason C.H. (1995). **Work Versus Wind Fall: an Exploration of Saving on Subsequent Purchase** Marketing Letters, Vol. 6, 91-100.
- Prelect D. & Lowenshtain G. (1998). **The Red And The Black: Mental Accounting of Sowings & Debt**, Marketing Science Vol. 17.4-28.
- Schelling T. C., ( 1984). **Self Command in Practice, in Policy & in a Theory of Rational Choice**, American Economic Review, 74, 1-11.
- Thaler, R., (1999). **Mental Accounting Matters**, Journal of Behavioral Decision Making, Vol. 12, 183-206.
- Thaler, R. (1985). **Mental Accounting and Consumer Choice**, Marketing Science Vol. 4, 199-214.
- Thaler, R. (1990). **Anomalies: Saving, Fungibility, and Mental Accounts**, The Journal of Economic Perspectives, Vol.4, No.1.

## **Believe Mental Accounting**

**Mohammad Hossein Setayesh (Ph.D)**

Associate Professor of Accounting, Shiraz University, Iran

[Setayesh@shirazu.ac.ir](mailto:Setayesh@shirazu.ac.ir)

**Mojtaba Saeedi (Corresponding Author)**

M.A. in Accounting, Shiraz University, Iran

[Mojtaba\\_pc2011@yahoo.com](mailto:Mojtaba_pc2011@yahoo.com)

**Mohammad Hossein Ghadirian Arani**

M.A. in Clinical Psychology, Kharazmi University of Tehran, Iran

[Shayanfar\\_22@yahoo.com](mailto:Shayanfar_22@yahoo.com)

### **ABSTRACT**

Psychologists believe that human beings' actions are mostly the consequence of some emotional stimuli such as fear, love, hate, pleasure and pain, rather than rational or reasonable ones. Moreover, it has been scientifically proved that people are not totally profit-seeking; otherwise, the existence of any kinds of altruism has been denied, and some religions such as Islam, which value self-sacrifice, devotion and pathos, could not indelibly remain for many centuries. A Muslim unconsciously regards halal (legitimate) and haram (illegitimate) affairs and do not only consider worldly matters in his decision-makings. He does not accept the invitation to gamble on something (except some things that is permissible in Islam, such as horseback riding and shooting), even if his chance of being the winner is higher than 90% and he can easily come in first. The present study aims to investigate the concept of mental accounting and the effects of religious beliefs on people's mentality when making financial decisions. At last, religiously oriented mental accounting is discussed. It is hoped that the current study can be beneficial to advance the knowledge of this field.

**KEY WORDS:** Mental Accounting, Islamic Accounting.

# SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



سامانه ویراستاری STES



فیلم های آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



توجه: ترمینال

بررسی مقاله ای متون (مقدماتی)

کارگاه آنلاین  
بررسی مقابله ای متون (مقدماتی)



PROPOSAL  
پروپوزال

توجه: ترمینال

پروپوزال نویسی و پایان نامه نویسی

کارگاه آنلاین  
پروپوزال نویسی و پایان نامه نویسی



توجه: ترمینال

آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو

کارگاه آنلاین آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو