مجله اقتصادی
شماره‌های ۱۱ و ۱۲، بهمن و اسفند ۱۴۰۱، صفحات ۵۶-۲۹

اثر ثروت‌اندوزی بر خالص مطلوبیت با تکیه بر نظریات اقتصاد رفتاری

مهدی تقوی
کارشناس ارشد اقتصاد
meh_di13@yahoo.com

ثروت به عنوان عاملی برای امکان خرید کالاهای بیشتر، استفاده از تکنولوژی برتر و افزایش مطلوبیت شناخته می‌شود. به دلیل محدودیت عمر و عدم امکان استفاده کامل از ثروت در سنین بالا به دلیل ناتوانی، به هنگام بررسی تأثیر ثروت بر مطلوبیت، مشابه در نظر گرفتن قید بودجه به دلیل محدودیت بودجه‌ای در بررسی تأثیر مصرف کالاهای مختلف بر مطلوبیت، باید محدودیت عمر در نظر گرفته شود تا اثر ثروت‌اندوزی در مطلوبیت به طور دقیق‌تر مشخص شود. در این مقاله برخی نظریات اقتصاددانان رفتاری در مورد رفتار انسانی تشریح شده و بر مبنای این نظریات، به جای در نظر گرفتن عامل ثروت به تنهایی، تأثیر امکان استفاده از ثروت بر مطلوبیت مورد تحلیل قرار گرفته است. روش تحقیق توصیفی و تحلیلی است. نتایج نشان می‌دهد، اگرچه در نگاه اول افزایش ثروت با افزایش سطح زندگی موجب افزایش مطلوبیت می‌شود، ولی به دلیل محدودیت امکان استفاده از ثروت و رنج‌آور بودن عدم امکان استفاده اجباری کالا و امکاناتی که مصرف آن‌ها عادت شده است، افزایش ثروت موجب افزایش خالص مطلوبیت نمی‌شود. نتایج مطابق اصول بنیادی اعتدال و میانه‌روی در اسلام و لزوم دوری از هرگونه افراط و تفریط است.

واژگان کلیدی: ثروت‌اندوزی، اقتصاد رفتاری، اثر مالکیت، اثر چشم‌انداز.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

۱. مقدمه

طبیعت بشر به این‌گونه است که همواره به دنبال مطلوبیت و بیشینه کردن حس رضایت خود از زندگی است. مطلوبیت عبارت است از رضایت مصرف‌کننده که از مصرف کالا و خدمات (هر آنچه نیازها و خواسته‌های انسان را ارضا می‌کند) حاصل می‌شود. عوامل متعددی بر مطلوبیت و رضایت‌خاطر تأثیرگذار هستند که یکی از این عوامل، داشتن ثروت است که عموماً به عنوان عامل افزایش‌دهنده رفاه، مطلوبیت و احساس رضایت‌خاطر شناخته می‌شود. نمایش ثروت نیز، به تعبیر دوزنبری «تأثیر نمایش»[1] حالتی است که ثروتمندان در آن شرایط، ثروت خود را به نمایش می‌گذارند (Duesenberry, 1966). در این شرایط، ثروت تبدیل به ارزش می‌شود که در دست ثروتمندان و فرزندان آن‌ها به منظور خودنمایی و برتری‌جویی است و در پی خود اثرهای منفی فراوانی دارد و در صورت تداوم باعث می‌شود ارزش‌هایی مانند قناعت، اعتدال، زهد و ... کمرنگ‌تر شده و ناارزش‌هایی مانند ثروت‌اندوزی، مصرف بی‌رویه، اسراف، تبذیر، مدگرایی و ... ارزشمند شوند. از سوی دیگر این رویه باعث شکاف طبقاتی و نابرابری اجتماعی می‌شود؛ کسانی که در جامعه ثروتمند هستند و به دلخواه مصرف می‌کنند، از افرادی که فقیر هستند و توان خرید ندارند جدا می‌شوند. این در حالی است که اقتصاد رایج نئوکلاسیک نگاه جامعی به مبحث مطلوبیت افراد نداشته است. در اقتصاد رایج برای استخراج تقاضای مصرف‌کننده، مفاهیم ترجیحات مصرف‌کننده و مطلوبیت ناشی از مصرف کالاها توضیح داده می‌شوند و مصرف کالا و خدمات بیشتر تا زمانی که فرد به نقطه اشباع نرسد منجر به افزایش مطلوبیت می‌شود. در این حوزه موضوع مهمی که تاکنون مغفول بوده است، عدم‌مطلوبیت و ناراحتی ناشی از کهولت سن و ناتوانی در مصرف کالاها و خدماتی که فرد زمانی به مصرف آن‌ها عادت کرده بوده است، است و قید محدودیت عمر و عدم امکان استفاده از ثروت در نظر گرفته نشده است.[2] در پژوهش حاضر به

1. Demonstration effect

۲. در این مقاله کهولت سن به عنوان عامل عدم امکان استفاده از ثروت در نظر گرفته شد، عوامل دیگری در سنین کمتر مانند در انتظار مرگ بودن به دلیل بیماری، از دست دادن توانایی به دلیل تصادف، ورشکستگی یا از دست دادن بخشی از ثروت و ... نیز باعث عدم امکان استفاده از ثروت می‌شوند.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

منظور بررسی تأثیر واقعی ثروت در خالص مطلوبیت[۱] (مجموع مطلوبیت‌ها منهای عدم مطلوبیت‌ها در طول عمر)، از مفاهیم و نظریاتی که عمدتاً توسط اقتصاددانان رفتاری مطرح شده و در آزمایش‌ها و بررسی‌های متعدد تأیید شده‌اند، استفاده شده است. علت مبنا قرار دادن نظریات اقتصاددانان رفتاری این است که اقتصاد رفتاری تلاش می‌کند به کمک دانش تخصصی روان‌شناسی و علوم اجتماعی، نقش عوامل رفتاری انسان‌ها را در تصمیم‌گیری و انتخاب پررنگ نماید؛ چیزی که تاکنون در اقتصاد کلاسیک به دلیل لحاظ فرض عقلانیت کامل و به بهانه کیفی بودن این متغیرها در تجزیه‌وتحلیل رفتار عوامل اقتصادی به آن‌ها کمتر توجه شده است. پژوهش حاضر در مقایسه با پژوهش‌های قبلی چندین نوآوری دارد: ۱- این مقاله در پی اثبات دلیل نکوهش ثروت‌اندوزی و مال‌دوستی در اسلام با بهره‌گیری از نظریات اقتصاددانان رفتاری غربی است و از این حیث تاکنون پژوهش مشابهی انجام نشده است. ۲- تاکنون در مباحث مربوط به مطلوبیت مصرف‌کننده در اقتصاد، محدودیت طول عمر در نظر گرفته نشده است. ۳- در مباحث مصرف‌کننده، همواره مطلوبیت حاصل از استفاده کالاها و خدمات در نظر گرفته شده است و به عدم مطلوبیت حاصل از مصرف کالاها و خدماتی که امکان استفاده از آن‌ها وجود ندارد، توجه نشده است. این پژوهش می‌تواند مسیر مطالعات آینده در مورد تأثیر سایر مواردی از قبیل قدرت‌طلبی، شهرت‌طلبی، حب دنیا و ... که در اسلام نهی شده‌اند، بر خالص مطلوبیت با اهتمام به قید طول عمر بگشاید.

پرسش‌های تحقیق

پرسش‌هایی که این تحقیق به دنبال پاسخ به آن‌ها است، شامل موارد زیر هستند:

۱. آیا افزایش ثروت منجر به افزایش خالص مطلوبیت کل دوران زندگی می‌شود؟

۲. چرا اکثر افراد با وجود علم به این موضوع که در دوران پیری به دلیل کهن‌سالی و ناتوانی امکان استفاده از ثروت نخواهند داشت، در هر سنی از جوان و میان‌سال گرفته یا حتی افراد مسن‌تر ترجیح می‌دهند که ثروت بیشتری داشته باشند؟

---

۱. مجموع مطلوبیت‌های ناشی از داشتن ثروت منهای مجموع ناراحتی‌ها و عدم مطلوبیت‌های ناشی از عدم امکان استفاده از ثروت

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

۳. با وجود آگاهی از این واقعیت که «افراد حتی اگر بدانند که عدم امکان استفاده از ثروت در آینده موجب رنج و ناراحتی آن‌ها خواهد شد ولی عموماً در زمان حال همچنان در پی افزایش ثروت خواهند بود»، تلاش برای اثبات اینکه «ثروت‌اندوزی لزوماً منجر به افزایش خالص مطلوبیت نمی‌شود»، چه فایده‌ای دارد؟

۴. تا چه حد نتایج پژوهش منطبق با فرامین دینی در زمینه ثروت‌اندوزی است؟

پیشینه تحقیق

مطالعات زیادی در باب نظریه مطلوبیت در اقتصاد اسلامی انجام شده و مقالات متعددی نگاشته شده است. برخی از پژوهش‌های انجام شده در این حوزه عبارتند از:

محمود اکرم (۲۰۲۰) در مقاله خود با عنوان «نظریه رفتار مصرف‌کننده: دیدگاه اسلامی» نظریه رفتار مصرف‌کننده را با بینش‌هایی از منابع اولیه اسلام تکمیل می‌کند. از نظر وی مصرف‌کننده‌ای که مطلوبیت را حداکثر می‌کند در ابعاد اعتدال، اسراف و بخل عمل می‌کند. وی در پژوهش خود رفتار مصرف‌کننده را با رفاه و شادی مرتبط می‌کند و نتیجه می‌گیرد که اعتدال منجر به بالاترین سطوح شادی در مقایسه با سایر ابعاد رفتار مصرف‌کننده می‌شود. متقین و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه خود با عنوان «بازتعریف مطلوبیت مصرف‌کننده در دیدگاه چارچوب اقتصاد اسلامی» به بازتعریف مطلوبیت مصرف‌کننده در چارچوب اقتصاد اسلامی می‌پردازند. از نظر آن‌ها مطلوبیت ترجیحات فردی است که می‌تواند به روش‌های عددی نمایش داده شود. این مطالعه بیان می‌کند که اسلام مطلوبیت را عملی برای خودشکوفایی منفعت تعریف کرده است که به نفع دیگران و به دنبال ارتقای اهداف دوبعدی دنیا و آخرت است. گل‌دوزها و میرزاپور (۱۴۰۳) در مقاله خود با عنوان «کاوشی در معرفت‌شناسی تابع مطلوبیت در اقتصاد اسلامی» ضمن نقد تعریف مطلوبیت در علم اقتصاد رایج، با روش مرور روایتی از مجموعه مطالعات منتخب در این خصوص، بیان بدیلی از نظریه مطلوبیت از منظر اسلامی را ارائه داده است. آن‌ها در خصوص نظریه بیشینه‌سازی دو ساحته مادی و معنوی مطلوبیت، اعتقاد دارند که با توجه به اشکالات در تعریف لذات مادی و معنوی، تفکیک این دو لذات، تناقض در تابع بیشینه‌سازی، لازم است این نظریه با مفاهیمی چون ایمان و عدم توجه به جایگاه لذت در کنار تکلیف تکمیل شود. ربانی عارف و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه خود با عنوان «رفاه و اشرافی‌گری در اسلام» ضمن تبیین تفاوت میان رفاه مطلوب با رفاه‌زدگی در

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

اسلام توضیح می‌دهد که گاهی افراد در این زمینه دچار تفریط می‌شوند و خود را از نعمت‌های الهی بی‌بهره نموده و گاهی عده‌ای با افراط، مبتلا به روحیه دنیامداری و غفلت از مبدأ و معاد می‌شوند. از نظر ایشان در اثر توسعه بی‌حدوحصر و افسارگسیختگی در مصرف، فرهنگ اشرافی‌گری در جامعه رواج پیدا خواهد کرد که آفات بسیاری همچون شکاف طبقاتی، ایجاد روحیه رقابت در جمع کردن مال و اموال، مصرف‌گرایی، افول معنویت در اثر غفلت و فراموشی مبدأ و معاد، محاسبه سود و زیان و مصلحت‌اندیشی صرفاً بر مدار بهره‌مندی از متامع دنیا و در پی آن تمسخر و تکذیب انبیاء، آیات و دستورات الهی و آفات بسیار دیگر با خود به همراه می‌آورد. شورکی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود با نام «بررسی تطبیقی هدف مصرف‌کننده در اقتصاد اسلامی و اقتصاد متعارف» بیان می‌کنند که در اقتصاد اسلامی با توسعه در مفهوم و محدوده لذت، بیشینه‌سازی مطلوبیت گسترده، شامل مجموع لذت‌های مادی و معنوی در دنیا و آخرت، به عنوان هدف مصرف‌کننده تلقی شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، پذیرش بیشینه‌سازی مطلوبیت گسترده، به عنوان هدف مصرف‌کننده در اقتصاد اسلامی، مستلزم تعدیل بهره‌مندی از لذت‌های مادی و گذر از عقلانیت ابزاری است. مهم‌ترین نتایج در مقالات مشابه عبارتند از: مذموم نبودن کسب درآمد حلال، آثار منفی مصرف‌گرایی، حاکم بودن حرمت اسراف، تبذیر و اتراف در رفتار مصرف‌کننده مسلمان، بیشینه کردن پاداش الهی به عنوان هدف اصلی فرد مسلمان، حرمت ربا. نیک‌پور (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «جایگاه ثروت در اسلام و نقش آن در زندگی و سرنوشت انسان» به تبیین نقش ثروت در زندگی معنوی و مادی انسان می‌پردازد و در مورد ثروت‌اندوزی این‌گونه بیان می‌کند که دین اسلام از ثروت‌اندوزی به دلیل آسیب‌های اعتقادی، اخلاقی، روانی و اخروی آن باز می‌دارد. باید دید که انسان دست‌یابی به ثروت را هدف خود قرار داده یا آن را ابزاری برای رسیدن به سعادت ابدی قرار می‌دهد. لازم به ذکر است در خصوص تأثیری که ثروت‌اندوزی مستقیماً بر خالص مطلوبیت می‌تواند داشته باشد با استناد به نظریه‌های اقتصاد رفتاری و انطباق آن با مبانی دینی، مطالعه‌ای انجام نشده است؛ از این‌رو این مقاله از این نظر جدید بوده و می‌تواند مبنای مطالعه‌های بعدی در زمینه موضوعات مشابه باشد.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

روش تحقیق

این تحقیق بر اساس هدف، از نوع بنیادی و از نظر ماهیت، تحقیقی- توصیفی است. بنابراین در این تحقیق از دو روش مطالعه کتابخانه‌ای در گردآوری اطلاعات و از روش توصیفی و نظری در طراحی مدل استفاده شده است. در این مقاله ابتدا ۵ خصوصیت انسانی در قالب عناوین غیرعقلایی رفتار کردن، نظریه سطح انطباق و تردمیل یا انطباق لذت‌گرایی، نظریه چشم‌انداز، اثر مالکیت یا اثر برخورداری و ترجیحات زمانی که عمدتاً توسط اقتصاددانان رفتاری آزمایش و تأیید شده‌اند بیان می‌شود و با مبنا قرار دادن این نظریات، خالص مطلوبیت دو فرد ثروتمند و معمولی با هم مقایسه می‌شوند و نهایتاً نتایج به دست آمده با آموزه‌های دینی مرتبط انطباق داده می‌شود.

۱- غیرعقلایی رفتار کردن انسان

پیش‌فرض محوری نظریه‌های اقتصاد متعارف (اقتصاد نئوکلاسیک) این است که انسان‌ها از طریق بهینه‌سازی اقدام به انتخاب می‌کنند و خانوار نیز از میان تمام کالاها و خدمات قابل خرید، بهترین مورد در حد وسع خود را انتخاب می‌کند. به‌علاوه، فرض می‌شود باورهایی که انسان‌های اقتصادی با تکیه بر آن‌ها دست به انتخاب می‌زنند، سوگیری ندارد و بر اساس انتظارات عقلایی اقدام به انتخاب می‌کنند. در این حالت فرض می‌شود که افراد باورها و اطلاعات جدید را به موقع و در زمان مناسب به‌روزرسانی می‌کنند. این فرض گرچه ابزار تحلیلی قدرتمند ارائه می‌کند، اما با ساده‌سازی رفتار انسانی، پیچیدگی‌های رفتاری انسان و هنجارهای اخلاقی حاکم بر رفتار او را نادیده می‌گیرد و می‌تواند به تحلیل‌ها و سیاست‌گذاری‌های غیرواقع‌بینانه منجر گردد. بسیاری از اقتصاددانان رفتاری تلاش کردند مدل سنتی عقلانیت نئوکلاسیکی را با این استدلال که فاقد حمایت تجربی است، بی‌اعتبار سازند. آن‌ها به طور عمده از بینش‌های مفید روان‌شناسی بهره می‌برند و برای بررسی فرآیند تصمیم‌گیری بر انتخاب‌های اقتصادی در شرایط آزمایشگاهی متمرکز می‌شوند. از نظر آن‌ها انسان واقعی دارای ظرفیت شناختی محدود است. به همین دلیل با عقلانیتی سازگار با آن محدودیت ظرفیت شناختی در دنیای واقعی تصمیم می‌گیرد. در همین راستا، اقتصاد رفتاری مفهوم نئوکلاسیکی عقلانیت را یک مدل هنجاری درباره رفتار عقلایی معرفی می‌کند که نمی‌تواند با واقعیت‌های تجربی داوری شود. سایمون اولین کسی بود که نظریه عقلانیت محدود را پیش کشید. وی با ارائه این نظریه توضیح داد که چگونه عقلانیت افراد به واسطه چهارچوب زمانی، منابع شناختی و

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

میزان دشواری هر تصمیم‌گیری محدود می‌شود. از نظر سایمون تصمیم‌گیرندگان اغلب به دنبال راه‌حلی هستند که متناسب با سطح آرزوها و اهداف متغیر در لحظه نتیجه‌ای رضایت‌بخش داشته باشد و به همین خاطر اغلب راه‌حل مطلوب را نادیده می‌گیرند. او همچنین معتقد بود که افراد دارای ظرفیت محدودی برای پردازش و به‌روزرسانی اطلاعات هستند و تمام اطلاعات موجود را در نظر نمی‌گیرند (Gradinaru, 2014). به اعتقاد مکنزی هرچند مدل نئوکلاسیکی ابزار روش‌شناختی قدرتمندی را در اختیار اقتصاددانان و در عین حال دانشمندان دیگر علوم اجتماعی قرار می‌دهد، اما اغلب از سوی جریان‌های فکری مختلف در درون علم اقتصاد و حوزه‌های دیگر دانش مانند علوم اجتماعی، علوم شناختی، علوم سیاسی، روان‌شناسی شناختی، زیست‌شناسی تکاملی و زیست‌شناسی عصب مورد انتقاد قرار گرفته است. این منتقدان به مجموعه‌ای از «سوگیری‌های تصمیم‌گیری» اشاره می‌کنند که به بروز بسیاری از رفتارهای غیرعقلایی منجر می‌شود (McKenzie, 2010). آریلی با بررسی بحران‌های اقتصادی در دنیای سرمایه‌داری معتقد است که تئوری‌های عقلایی قادر به تبیین دقیق تصمیم‌گیری‌ها نیستند، بنابراین توجه به جنبه‌های رفتاری بیش از پیش ضرورت دارد. در مدل‌های اقتصاد رفتاری، افراد در جهت بیشینه کردن منافع خود تلاش می‌کنند اما با توجه به محدودیت‌هایی مانند نقص اطلاعات و محدودیت سیستم شناختی در پردازش اطلاعات تصمیمات آن‌ها لزوماً بهینه نخواهد بود (Ariely, 2010). کاوالیراکی مدل انسان اقتصادی را به عنوان یک توصیف کلی از انگیزش و رفتار انسان می‌داند که دارای چنان الزام‌های سخت‌گیرانه‌ای مانند حداکثرسازی، ابزاری بودن، عقلانیت کامل و همچنین ترجیحات کامل، پیوسته، خودخواهانه و به شکل برون‌زا تعیین شده است که هیچ فردی در عمل نمی‌تواند به خوبی همگی آن‌ها را برآورده سازد. به اعتقاد وی می‌توان استدلال کرد، دلیل اینکه مدل انسان اقتصادی به شدت مورد حمله واقع می‌شود، به طور کلی سه چیز است: نخست، به علت فرض معرفت‌شناختی سؤال‌برانگیز آن در مورد عقلانیت، دوم به دلیل مفروضات بیش از حد ساده شده و به ظاهر غیرواقع‌گرایانه آن و سوم، به علت گسترش استعمارطلبانه آن تقریباً در همه جنبه‌های اساسی رفتار انسان (Foka et al. 2011). ویلکینسون و کلاس بر این باورند که انسان‌ها کاملاً عقلایی نیستند، بدان معنا که ممکن نیست هرگز باورهای غلط نداشته باشند و در هیچ یک از انواع محاسبات مرتکب اشتباه نشوند. ممکن است افراد گاهی اوقات اطلاعات موجود را به‌دست نیاورند یا به‌درستی درک نکنند، فاقد

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

قدرت اراده برای رسیدن به اهداف خود باشند یا برای دستیابی به اهداف خود موفق به یافتن ابزارهای بهینه نشوند (Wilkinson & Klaes, 2012). از نظر آلتمن اقتصاد متعارف (نئوکلاسیک) فرض می‌کند که همه تصمیمات به طور دقیق حداکثرساز هستند، افراد همواره مطلوبیت خود را حداکثر می‌کنند و به صورت ایدئال انتخاب می‌کنند؛ اما واقعیت این است که بیشتر مردم مطابق با تعریف عقلانیت در جریان اصلی اقتصاد رفتار نمی‌کنند و آن‌ها موجودات فوق‌العاده محاسبه‌گری نیستند که جریان اصلی فرض می‌کند. این واقعیت یک کاستی مهم در اقتصاد متعارف است که اغلب به شکل چشمگیری قدرت توضیحی و پیش‌بینی آن را تضعیف می‌کند (Altman, 2012). تالر اقتصاد رفتاری را به گونه‌ای معرفی می‌کند که می‌خواهد یک مدل قابل آزمون تجربی (توصیفی) از رفتار عقلایی ارائه کند که اساس آن مدل پذیرش محدودیت ظرفیت شناختی کارگزار اقتصادی در سازگار کردن نیازها و امکانات خود با محدودیت‌های موجود است. مدلی که بتواند با آزمون تجربی مورد ارزیابی قرار گیرد و در مقاومت در مقابل آزمون تجربی و نه صرفاً با تکیه بر استنتاج قیاسی از اکسیوم‌های بدیهی فرض شده درباره رفتار عقلایی، مدل واقع‌بینانه از رفتار عقلایی کارگزار اقتصادی ارائه کند. وی برخلاف نئوکلاسیک‌ها که معتقدند باید افراد را آزاد بگذاریم و خودشان تصمیم درست می‌گیرند، از لزوم کمک به افراد برای اتخاذ تصمیم صحیح پشتیبانی می‌کند. از نظر او، تذکر به افراد (تلنگر) می‌تواند باعث اصلاح رفتار آن‌ها شود. وی معتقد است که باید گزینه‌ها را به گونه‌ای دستکاری کنیم که افراد تصمیم صحیح بگیرند. (Thaler, 2015). کامونه و لیبنریسول با بررسی رفتار واقعی سرمایه‌گذاران در بازارهای مالی، به این نتیجه می‌رسند که شواهد متقاعدکننده‌ای وجود دارند که حاکی از وجود خطاهای سیستماتیک عمده و سوگیری‌های روانی در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران است (Kamoune & Ibenrissoul, 2022). از نظر بردر افراد به هنگام قضاوت یا تصمیم‌گیری اغلب بر پردازش اطلاعات ساده شده تکیه کرده و این امر ممکن است منجر به بروز خطاهای نظام‌مند و قابل‌پیش‌بینی به نام سوگیری شناختی گردد (Berthet, 2022).

۲- نظریه سطح انطباق و تردمیل (انطباق) لذت‌گرایی

نظریه سطح انطباق از مطالعه هلسون در مورد ادراک بصری سرچشمه می‌گیرد. بر اساس این نظریه افراد محرک را بنا بر میزان سطحی مورد قضاوت قرار می‌دهند که به آن عادت کرده‌اند یا با آن

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

انطباق یافته‌اند (Edwards, 2018). هلسون ابتدا نظریه کمی چارچوب‌های مرجع را ارائه کرد. بر اساس این نظریه برای هر لحظه تحریک یک سطح انطباق وجود دارد که در زمان و با شرایط مختلف تحریک تغییر می‌کند (Helson, 1948). وی سپس تئوری سطح انطباق را با طبقه‌بندی تمام محرک‌هایی که روی ارگانیسم عمل می‌کنند به سه دسته مختلف، بسط داد: دسته اول محرک‌های کانونی؛ فقط شامل محرک‌هایی است که مورد قضاوت قرار می‌گیرند و به محض بروز به آن‌ها پاسخ داده می‌شود. دسته دوم محرک‌های زمینه‌ای؛ تمام محرک‌هایی که قبلاً تجربه شده‌اند و برای محرک‌های کانونی زمینه فراهم می‌کنند و دسته سوم محرک‌های درونی؛ که اموری مانند خاطرات و فرآیندهای فیزیولوژیک درون فرد هستند. این سه دسته محرک با یکدیگر ترکیب می‌شوند تا سطح سازش را تشکیل دهند. سطح سازش یا زمینه خنثی و انطباق یافته استانداردی است که محرک‌های تازه مطابق آن درک می‌گردند. هلسون در نسخه کامل نظریه اعتقاد دارد که نگرش‌ها، ارزش‌ها، روش‌های ساختاردهی تجربیات، قضاوت در مورد اشیاء فیزیکی، رفتار فکری و عاطفی و ... همگی نشان‌دهنده شیوه‌های سازگاری با نیروهای محیطی هستند (Helson, 1964). بریکمن و همکاران چند سال بعد از نظریه سطح انطباق و تحت تأثیر آن نظریه، در مقاله خود با عنوان «برندگان لاتاری و قربانیان تصادف: آیا شادی نسبی است؟»، تردمیل (انطباق) لذت‌گرایی را برای تأیید نسبی بودن شادی مطرح کردند. آن‌ها پرسش‌هایی را از ۳ گروه برندگان بخت‌آزمایی، فلج‌شدگان در تصادف و افراد عادی (گروه کنترل) مطرح کردند. در پاسخ، اغلب برندگان قرعه‌کشی، برنده شدن در لاتاری را به عنوان یک رویداد بسیار مثبت ارزیابی کردند ولی اعلام کردند که قبل و بعد از این رویداد به طور مشابهی خوشحال بودند و انتظار داشتند در چند سال آینده سطح شادی مشابه قبل از رویداد داشته باشند. آن‌ها دلیل اینکه دریافت‌کنندگان یک اقبال بسیار خوب معمولاً از افرادی که چنین اقبال خوبی نداشته‌اند، خوشحال‌تر نخواهند بود را به دو علت تضاد و عادت کردن نسبت دادند. تضاد باعث می‌شود که با وجود آنکه برندگان قرعه‌کشی احساس بسیار خوبی نسبت به برنده شدن در لاتاری داشته باشند، اما لذت کمتری نسبت به گروه کنترل در انواع رویدادهای معمولی ببرند و به طور کلی بیشتر از کنترل‌ها خوشحال نباشند. برنده شدن یک میلیون دلار هم یک رویداد متمایز و هم رویدادی است که به بسیاری از رویدادهای دیگر زندگی مرتبط است. با این حال، از آنجایی که این یک نقطه مقایسه بسیار مثبت است، هیجان

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

برنده شدن در لاتاری باید منجر به تغییر در سطح سازگاری به سمت بالا شود. درنتیجه، بسیاری از رویدادهای معمولی ممکن است کمتر خوشایند به نظر برسند، زیرا اکنون با تجربه گذشته مقایسه می‌شوند؛ بنابراین، در حالی که برنده شدن یک میلیون دلار می‌تواند لذت‌های جدیدی را در دسترس قرار دهد، ممکن است لذت‌های قدیمی را نیز کمتر لذت بخش به نظر برساند. دومین محدودیت برای لذت بردن عادت کردن است. هیجان برنده شدن در قرعه‌کشی به دلیل عادی شدن از بین خواهد رفت و اگر همه رویدادها بر اساس میزان انحراف از خط پایه تجربه گذشته مورد قضاوت قرار گیرند، به تدریج حتی مثبت‌ترین رویدادها تأثیر خود را از دست خواهند داد زیرا خود در خط پایه جدیدی جذب می‌شوند که رویدادهای بعدی بر اساس آن قضاوت می‌شوند. بنابراین، از آنجایی که برندگان قرعه کشی به لذت های اضافی که با ثروت جدیدشان ممکن می‌شود عادت می کنند، این لذت ها باید با شدت کمتری تجربه شوند و دیگر کمک زیادی به سطح کلی شادی آن‌ها نکند. نتیجه مهم دیگری که بریکمن و همکاران از تحقیقات خود گرفتند عبارت بود از اینکه هر فرد با نادیده گرفتن تأثیرات سازگاری، میزان، کلیت و مدت احساسات دیگران را بیش از حد برآورد می کند. بنابراین تردمیل لذت‌گرایی که به عنوان سازگاری لذت‌گرایی نیز شناخته می‌شود، تمایل مشاهده‌شده انسان برای بازگشت سریع به سطح نسبتاً پایدار شادی علی‌رغم رویدادهای مثبت یا منفی عمده یا تغییرات زندگی است. طبق نظریه تردمیل لذت‌گرایی، اتفاقات خوب و بد موقتاً بر شادی تأثیر می‌گذارند، اما افراد به سرعت خود را با بی‌طرفی لذت‌طلبانه وفق می‌دهند (Brickman et al. 1978). مدل تردمیل شادی ارائه شده توسط بریکمن و کمپبل نشان‌دهنده نقطه عطفی در درک روانشناسان از شادی است و بسیاری از یافته‌های محققین در سال‌های بعد و با استفاده از داده‌های سری زمانی از ایده تردمیل شادی حمایت می‌کنند، با این وجود دهه‌ها تحقیق در مورد سطح انطباق و مدل تردمیل لذت‌گرایی منجر به انجام اصلاحاتی در این تئوری شد. بر اساس تئوری اولیه، افراد پس از یک دوره هیجانی به نقطه تنظیم خنثی بازمی‌گردند. تحقیقات بعدی نشان داد انطباق ممکن است در طی چند سال به کندی پیش رود و در برخی موارد این فرآیند هرگز کامل نشود، ضمن اینکه در میزان سازگاری تفاوت‌های فردی وجود دارد و سطح انطباق برای برخی افراد می‌تواند تغییر کند. با این وجود اغلب اقتصاددانان رفتاری نظریه انطباق را به دلیل آنکه شواهد فراوانی از آن ایده حمایت می‌کند پذیرفته‌اند. به مرور مباحث مربوط به نظریه سطح انطباق و

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

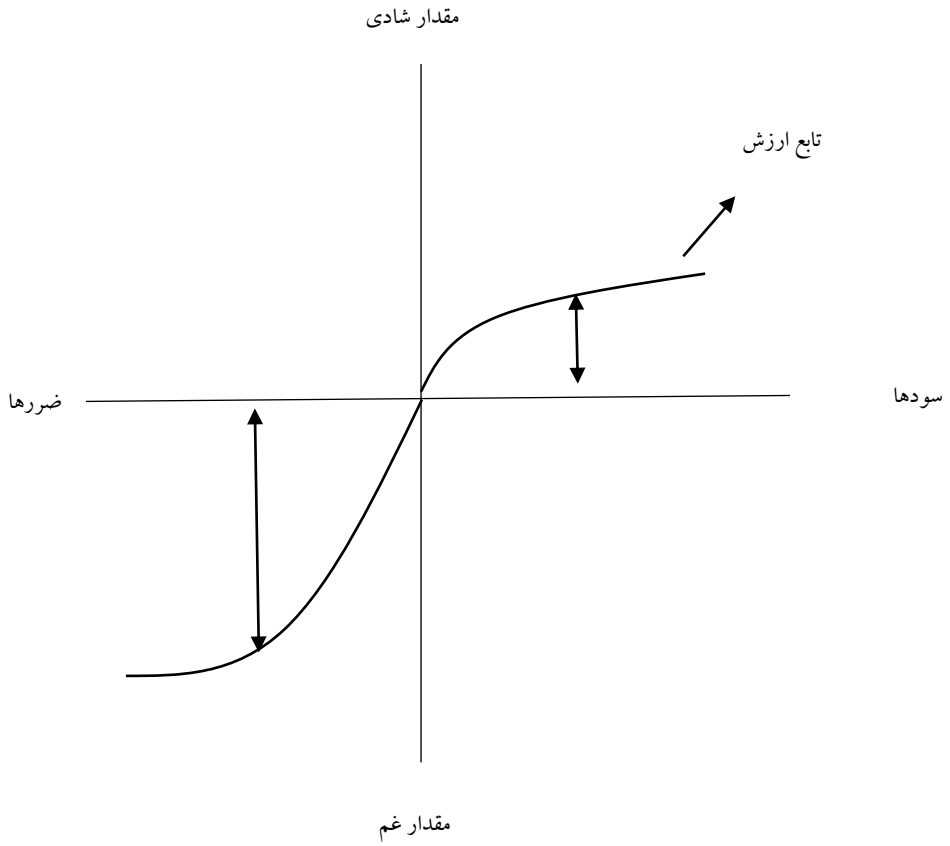
تردمیل (انطباق) لذت‌گرایی گسترش یافت و تحقیقاتی با موضوعات دیگر را نیز در بر گرفت. در زمینه قیمت‌گذاری، قیمت مرجعی که بر اساس انتظارات تعیین می‌شود، به شکل سطح انطباقی است که بر اساس آن دیگر محرک‌های قیمت‌گذاری قضاوت می‌شوند. تحقیقات تجربی چویی و همکاران نشان می‌دهد که مشتریان با مقایسه قیمت واقعی با قیمت مرجع، ارزیابی را انجام می‌دهند. استفاده نسبی از قیمت مرجع داخلی در مقابل قیمت مرجع بیرونی به دلیل محبوبیت تبلیغات مبتنی بر قیمت، یک مسئله مهم در صنعت مسکن است. اگرچه ادبیات قبلی نشان می‌دهد که عوامل جمعیت شناختی در استفاده نسبی از قیمت مرجع داخلی و قیمت مرجع بیرونی تأثیر می‌گذارد، اما تأثیر جنسیت در رابطه بین قیمت‌های مرجع و ارزیابی قیمت‌ها، هم در زمینه‌های مهمان‌نوازی و هم در بازاریابی کمتر مورد توجه قرار گرفته است (Choi et al. 2018). لمرر و منارد به بررسی قیمت مرجع و عوامل تعدیل‌کننده روانشناختی بر رفتار خریدار پرداخته‌اند، نتایج مطالعات آن‌ها نشان می‌دهد که تاریخچه خرید مصرف‌کننده بر سود یا ضرری که تفسیر می‌کنند تأثیر مستقیم می‌گذارد. همچنین نمایش قیمت‌های ویژه بر پذیرش مصرف‌کننده تأثیر مستقیم می‌گذارد (Lemmerer et al. 2019). کاهمن و دیتون تحقیقاتی را بر روی رابطه میان درآمد و شادی انجام دادند. آن‌ها داده‌های خود را از طریق نظرسنجی روزانه از ۱۰۰۰ نفر انجام دادند (بیش از ۴۵۰،۰۰۰ پاسخ). نتایج بررسی آن‌ها نشان می‌دهد با افزایش درآمد شادی افزایش می‌یابد ولی برای درآمدهای بیش از سالانه ۷۵۰۰۰ دلار (نقطه میانی درآمد ۶۰ تا ۹۰ هزار دلار)، افزایشی در شادی به وجود نمی‌آید و سایر عوامل مانند سپری کردن اوقات با دوستان، نداشتن درد و بیماری و لذت بردن از اوقات فراغت باعث افزایش شادی می‌شود. بنابراین درآمد بالاتر از سطح متوسط (۷۵۰۰۰ دلار) تأثیری بر میزان احساسات افراد ندارد و این رقم همان سطح انطباق درآمدی افراد در میزان شادی است (Killingsworth et al. 2023).

۳- نظریه چشم‌انداز

یکی از نظریه‌هایی که در حوزه اقتصاد رفتاری برای بررسی الگوی تصمیم‌گیری رفتاری و بیان انحراف از رفتار عقلایی ارائه شد، نظریه چشم‌انداز است که توسط کانمن و تورسکی مطرح گردید. طبق این نظریه فرآیند تصمیم‌گیری از عوامل مختلفی مخصوصاً ویژگی‌های انسانی تأثیر می‌پذیرد و نقش جنبه‌های رفتاری بر تصمیم‌گیری غیرقابل انکار است. طبق این نظریه، تصمیم‌گیری

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

افراد بر اساس توابع هدفی صورت می‌گیرد که از سه خصیصه مهم برخوردار هستند: نخست آنکه این توابع علاوه بر میزان ثروت به تغییرات ثروت بستگی دارد و به این ترتیب مفهوم تعدیل در آن‌ها لحاظ می‌شود. دوم آنکه در این توابع تأثیر از دست دادن ثروت بیش از کسب ثروت جدید است، درنتیجه مفهوم زیان‌گریزی منعکس می‌شود، چراکه افراد معمولاً نسبت به از دست آوردن ثروت بیش از به دست آوردن ثروت جدید حساس هستند. سوم آنکه مطلوبیت انتظاری، به تابع ارزشی مربوط می‌شود که روی تغییرات در ثروت تعریف می‌شود. این تابع به شکل S است و نسبت به محور سودها مقعر و نسبت به محور ضررها محدب است که نشان‌دهنده داشتن حساسیت نزولی نسبت به تغییرات در هر دو جهت است. به علاوه در نقطه مبدأ یک پیچ‌خوردگی دارد، به طوری که شیب آن نسبت به ضررهای کوچک، بیشتر از سودهای کوچک است.



نمودار ۱: نمودار تابع مطلوبیت تصمیم‌گیرنده در نظریه چشم‌انداز. مأخذ: (Zamir, 2012)

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

از یافته‌های مهم کاهنمن و تورسکی در تئوری چشم‌انداز این است که افراد غالباً نسبت به نتیجه‌ای که از سطح مرجع[۱] تفاوت داشته باشد، بسیار حساس‌ترند تا نتیجه‌ای که بر حسب مقادیر مطلق اندازه‌گیری شود. این فرض با اصول اساسی ادراک و قضاوت سازگار است. دستگاه ادراکی انسان به جای ارزیابی قدر مطلق، با ارزیابی تغییرات یا تفاوت‌ها هماهنگ است. به طور مثال زمانی که به محرک‌هایی مانند روشنایی، بلندی صدا یا دما پاسخ می‌دهیم، ذهن از تجربه گذشته و حال یک سطح انطباق یا نقطه مرجع تعریف می‌کند و محرک‌ها در رابطه با این سطح انطباق درک می‌شوند. بنابراین در تئوری چشم‌انداز، تصمیم‌گیرنده فی‌نفسه نگران مقادیر نهایی ثروت نیست، بلکه نگران تغییرات در ثروت، نسبت به نقطه مرجع است. این نقطه مرجع غالباً سطح ثروت جاری تصمیم‌گیرنده است، به‌طوری‌که سود و زیان‌ها نسبت به وضع موجود تعریف می‌شوند. اما سطح مرجع می‌تواند سطح ثروت آرزویی باشد؛ یعنی ثروتی که شخص تلاش می‌کند با توجه به ثروت و انتظارات جاری خودش، آن را به‌دست آورد. تحقیقات مختلف تأیید کرده که نظریه چشم‌انداز با رفتار تصمیم‌گیرندگان سازگار است. این نظریه همچنین پیش‌بینی و توصیف رفتارهایی را که جنبه‌هایی از عقلانیت را نقض می‌کنند، ممکن می‌سازد. در نظریه چشم‌انداز، تصمیم‌گیری نسبت به کسب سود یا زیان با توجه به یک نقطه مرجع تعریف می‌شود. افراد وضعیت موجود را به عنوان نقطه مرجع انتخاب نموده و معمولاً انتظار دارند که وضعیت موجود حفظ شود. نقطه مرجع شکل‌دهنده انتظارات افراد از نتایج تصمیمات و نیز تعیین‌کننده سود و زیان است. به دیگر سخن سود و زیان یک تصمیم بر حسب ذهنیتی که هر فرد نسبت به سود و زیان مرجع دارد، مقایسه می‌شود و بر این اساس مطلوبیت فرد از آن تصمیم ارزیابی می‌شود. نقطه مرجع معمولاً بر اساس ذهنیت افراد و در طول زمان شکل می‌گیرد. بنابراین از نظر هر فرد می‌تواند متفاوت باشد و در بعضی از مواقع نیز کلیشه‌های ذهنی بر آن تأثیر می‌گذارند و آن را تحریف می‌کنند. همان‌طور که در شکل ۱ نشان داده شده است، افراد نسبت به تابع زیان خود بیشتر حساس هستند و به همین دلیل تلاش می‌کنند که با یک برخورد مبتنی بر ریسک‌پذیری تا حد امکان آن را حداقل کنند (Zamir et al. 2018). بنابراین بر اساس نظریه چشم‌انداز، افراد زیان‌گریزند و این زیان‌گریزی بر

[۱]. بر اساس یافته‌های اخیر محققان، سطح مرجع غیرثابت است.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

تصمیماتشان تأثیر می‌گذارد. برای مثال اگر شخصی به طور همزمان ۱ دلار ببازد و ۱ دلار هم برنده شود، حال او بدتر می‌شود نه بهتر و سطح شادمانی او نیز کاهش می‌یابد، حتی اگر وضعیت مالی خوبی داشته باشد (Artman, 2019).

٤- اثر مالکیت یا اثر برخورداری[1]

ریچارد تیلر برای اولین بار اثر مالکیت یا اثر برخورداری که به عنوان بیزاری از واگذاری نیز شناخته می‌شود را با کمک‌گیری از نظریه چشم‌انداز مطرح کرد. بنا به تعریف این اثر، افراد برای چیزهایی که مالک آن هستند، ارزش بیشتری قائل می‌شوند. می‌توان تأکید کرد که اثر مالکیت، یک محصول یا دلیل جانبی اجتناب از ضرر احتمالی است. برای اغلب مردم ترس از دست دادن قوی‌تر از جذابیت به دست آوردن است. درنتیجه، ممکن است سعی کنند با نگه‌داشتن دارایی‌ها به همان شکلی که هستند، آن را حفظ کنند. یکی از دلایل اینکه اثر مالکیت رخ می‌دهد این است که انسان از یک سو معمولاً دلباخته دارایی‌های خود می‌شود، یعنی زمانی که دارایی دارد ناخودآگاه اثر مالکیت رخ می‌دهد و از سوی دیگر ذهن انسان معمولاً بر چیزی که از دست می‌دهد متمرکز می‌شود تا چیزی که به دست می‌آورد. در اثبات این اثر، بسیاری از مطالعات تجربی با ایجاد فرصت‌هایی برای امکان تغییر در داشته‌ها از جمله مبادله کالا و پول یا مبادله کالای متعلق به فرد با یک کالای دیگر، عدم تقارن زیادی را میان از دست دادن داشته‌ها و به دست آوردن داشته‌های جدید نشان داده‌اند و اختلاف زیاد بین ارزش‌گذاری خریدوفروش بارها و بارها در نتایج تعداد زیادی از آزمایش‌های انجام‌شده مشهود است (Thaler, 1980). در یک آزمایشی توسط کانمن و همکاران لیوان‌هایی به نیمی از شرکت‌کنندگان در یک نظرسنجی داده شد و در پایان نظرسنجی از آن‌ها پرسیده شد که چقدر حاضرند دریافت کنند تا لیوان‌ها را پس دهند. از نیم دیگر شرکت‌کنندگان که به آن‌ها لیوانی داده نشده بود حداکثر مبلغی که حاضر به پرداخت برای خرید لیوان بودند پرسیده شد. نتایج آزمایش نشان داد که حداقل مبلغ مورد نیاز برای جبران خسارت کسانی که لیوان از آن‌ها گرفته می‌شود حدود دو و نیم برابر حداکثر مبلغی است که دیگران مایل بودند برای همان لیوان‌ها بپردازند. کانمن و همکارانش این اثر را به بیزاری از محرومیت و ترس از

[1]. Endowment effect

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

دست دادن نسبت دادند (Kahneman et al. 2008). تیلر تجربیات ریچارد روزت رئیس دانشکده اقتصاد دانشگاه راچستر را اینچنین بیان می‌کند؛ روزت به‌نوعی نوشیدنی علاقه بسیار زیادی داشت. وی سال‌ها پیش چند بطری از این نوشیدنی مورد علاقه خود را با قیمت‌های پایین خریداری کرده بود. ارزش این نوشیدنی‌ها بعد از مدتی بسیار بالا رفته بود، به‌طوری‌که یک بطری که در هنگام خرید فقط ۱۰ دلار قیمت داشت، اکنون هرکدام بیش از ۱۰۰ دلار ارزش داشت. روزت اکنون گهگاهی مقداری از این نوشیدنی را می‌نوشد، کاسب محلی نیز حاضر بود برخی از بطری‌های کهنه را به قیمت روز بخرد. تیلر از همکار خود می‌پرسد که آیا حاضر است نوشیدنی‌های خود را به قیمت ۱۰۰ دلار بفروشد که با پاسخ منفی همکار خود مواجه می‌شود. مجدداً از همکار خود می‌پرسد که آیا حاضر است بطری‌های نوشیدنی جدید با قیمت ۱۰۰ دلار بخرد که باز هم پاسخ همکارش به دلیل قیمت بالا منفی است. تیلر دلیل این نوع تصمیم‌گیری همکار خود را به اثر مالکیت نسبت داد. آزمایش‌های گوناگون انجام‌شده در این زمینه نشان می‌دهند که انسان‌ها به دلیل اثر مالکیت در بیشتر مواقع برای دست‌کشیدن از چیزی، در مقایسه با به دست آوردن آن مبلغ بیشتری طلب می‌کنند. تبیین تیلر برای اثر مالکیت بر مفهوم بیزاری از زیان استوار است. بر اساس بیزاری از زیان افراد به کاهش‌های سطوح رفاه بیش از افزایش سطوح رفاه حساست دارند (Thaler, 2015). کلوسی و همکاران اثر مالکیت را از دو جنبه طول مدت مختلف تحت تملک بودن و نوع دارایی (کالای ملموس و نامشهود)، مورد بررسی قرار داده‌اند. برخلاف نتایج مطالعات اقتصاددانان قبلی که اعتقاد داشتند، شدت اثر مالکیت کالایی که مدت طولانی از مالکیت آن‌ها نمی‌گذرد بیشتر از وابستگی به کالاهایی است که طی زمان طولانی در مالکیت فرد است، نتایج مطالعات آن‌ها نشان داد رابطه مستقیمی میان‌مدت زمان در تملک بودن دارایی و شدت اثر مالکیت وجود ندارد. همچنین اثر مالکیت برای کالاهای فیزیکی مشهود شدت بیشتری نسبت به کالاهای نامشهود دارد (Colucci et al. 2024). گوآ چگونگی تأثیرگذاری اثر مالکیت بر قیمت‌گذاری در بازار و ترجیحات مصرف‌کننده را از سه جنبه مختلف بررسی کرده است: ۱- صاحبان کسب‌وکار می‌توانند از قیمت‌گذاری لنگری (مرجع) برای بهره‌گیری از اثر مالکیت در فرآیند تصمیم‌گیری مصرف‌کننده استفاده کنند. قیمت‌گذاری لنگری شامل تعیین قیمت‌های اولیه بالاتر برای محصولات و ایجاد نقطه مرجعی است که تخفیف‌های بعدی جذاب‌تر به نظر می‌رسد. ۲- با

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

ایجاد کمبودهای مقطعی در بازار می‌توان در مشتری میل شدید به خرید ایجاد کرد. ۳- از آنجا که افراد تمایل به داشتن کالاهای منحصربه‌فرد دارند، با ایجاد خدماتی مانند امکان سفارش دادن ساخت محصول با سلیقه هر مشتری و ایجاد حس منحصربه‌فرد بودن فروش را افزایش داد (Guo, 2024).

۵- ترجیحات زمانی

در اقتصاد نئوکلاسیک چنین فرض می‌شود که انسان پس از شناسایی راه‌حل بهینه یقیناً آن را به کار خواهد بست، در حالی که انسان‌های واقعی حتی زمانی که به بهترین گزینه آگاهی دارند گاه به دلیل ضعف اراده در عمل از انجام آن سر باز می‌زنند. انسان گاه در خوردن، آشامیدن، خوابیدن و ولخرجی کردن زیاده‌روی کرده و از کار، ورزش و پس‌انداز شانه خالی می‌کند. عامل دیگری که سبب این نوع رفتار می‌شود این است که غالب انسان‌ها پاداش‌های ناچیز در زمان حال را به پاداش‌های هرچند بزرگ آینده ترجیح می‌دهند که سوگیری به حال افراد نامیده می‌شود. این سوگیری اغلب به عنوان یک شکل افراطی از بی‌حوصلگی یا ترجیح قوی برای نتایج فوری به جای نتایج دیرهنگام بیان می‌شود (Direr, 2020). در مدل‌های جدید، ترجیحات زمانی معلول سه عامل است و بر اساس سه فرآیند شکل می‌گیرد. سه عامل ترجیحات زمانی عبارتند از: تأثیر مرگ[1]، تأثیر بی‌صبری[2] و تأثیر برجستگی[3]. احتمال وقوع مرگ در آینده احتمال دریافت پاداش در آینده را کاهش می‌دهد، همین مسئله باعث می‌شود تا پاداش در زمان اکنون نسبت به همین میزان پاداش در آینده ترجیح داشته باشد. بی‌صبری افراد، موجب می‌شود تا دریافت پاداش در زمان اکنون نسبت به دریافت پاداش در آینده ترجیح داشته باشد. برجستگی عبارت است از هر چیزی (شخص، صفت، رفتار و یا پاداش) که نسبت به محیط زمینه‌اش برجسته و قابل توجه باشد. از آنجا که توانایی مغز در تجزیه‌وتحلیل داده‌ها محدود است، برجستگی نقش مهمی در دریافتِ توجه فرد و درنتیجه مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفتن و در نهایت ترجیحات فرد دارد. از آنجا که پاداش فوری و یا نزدیک به فرد نزدیک‌تر است، این نزدیکی باعث برجستگی آن پاداش می‌شود؛ برجستگی نیز پاداش فوری و

[1]. Mortality effect
[2]. Impatience effect
[3]. Sailience effect

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

یا نزدیک را نسبت به پاداش دور مرجح می‌کند (Charbis et al., 2010). مطالعات گوناگونی در زمینه ترجیحات زمانی انجام شده است که سوگیری به حال افراد را تأیید می‌کند. پیگولوم و ریبونی سوگیری به حال در تصمیمات سیاستمداران برای تصویب بودجه دولت در مجلس ملی را مورد بررسی قرار داده‌اند، آن‌ها به این نتیجه دست یافتند که سوگیری به حال در تصمیمات بودجه سیاستمداران وجود دارد، به این صورت که تمایل دارند هزینه‌های جاری دولت را افزایش دهند و تصور می‌کنند این رویکرد یک دیدگاه بین‌زمانی بی‌نقص است و بدین ترتیب تمایل دارند که تصمیمات کاهش هزینه‌های دولت را در دوره‌های بعدی اجرا کنند (Piguillem & Riboni, 2015). هیدهاس و استراک مدلی را معرفی کردند که بر اساس آن میزان سوگیری به حال افراد، از طریق زمان‌بندی انتخاب‌های آن‌ها قابل تخمین است. آن‌ها با علم به این موضوع که ترجیح هر فرد به انجام تکالیف و وظایف خود (به طور مثال پرداخت جریمه راهنمایی و رانندگی) در زمان حال یا موکول کردن آن به آینده، بستگی به میزان ترجیحات زمانی آن فرد دارد، در پی برآورد زمان انجام تکلیف یا وظیفه بر اساس ویژگی‌های آن فرد هستند (Heidhues & Strack, 2021). سه فرآیند شکل‌دهنده رفتار رجحان زمانی بر اساس مدل‌های جدید عبارتند از: فرآیند ارزش‌گذاری که ارزش ذهنی پاداش‌های موجود را محاسبه می‌نماید؛ فرآیند کنترل شناختی که مسئول توانایی برای به تأخیر انداختن دریافت پاداش است و فرآیند چشم‌انداز زمانی که اتفاقات (پاداش) آینده را بازنمایی می‌کند. این سه فرآیند در تعامل پویا با یکدیگر و متأثر از عوامل ذکر شده رفتار ترجیحات زمانی را می‌سازند. علاوه بر این پژوهش‌های متنوعی نشان داده‌اند که ترجیحات زمانی تحت تأثیر عواملی نظیر ویژگی‌های شخصیتی و ژنتیک قرار دارد (زندی، ۱۴۰۰). گارلینگ و همکاران به بررسی این سؤال می‌پردازند که تنزیل زمانی سوگیری به حال اندازه‌گیری شده با معیارهای احساس کمبود مالی، نگرش نسبت به استقراض و مشارکت مالی و دانش، چگونه احتمال استقراض جوانان را برای خرید محصولات مصرفی مورد نظر تعیین می‌کند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که کمبود منابع مالی (که موجب سوگیری به حال در افراد می‌شود) احتمال استقراض را افزایش می‌دهد. هر دو مشارکت و دانش مالی و نگرش منفی نسبت به استقراض نیز انتخاب ماه‌های پرداخت اقساط را کاهش داده و درنتیجه هزینه بازپرداخت ماهانه افزایش پیدا کرده است (Garling et al., 2020). چاولا و سوک الگوی پس‌انداز خانوارهای چینی را بررسی کردند. یافته‌های آن‌ها نشان داد ترجیحات مصرف در

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

زمان حال توسط زنان، تأثیر منفی بر پس‌انداز خانوار دارد (زمانی که زنان درخصوص پس‌انداز قدرت تصمیم دارند). این تأثیر منفی، سوگیری به حال در رفتار مالی زنان در خانوار را تأیید می‌کند (Chawla & Svec, 2023). آیکینک و همکاران با انجام یک مطالعه مقطعی در میان سه گروه از کودکان، نوجوانان و بزرگسالان، به بررسی تأثیر سن بر انتخاب‌های بین زمانی پرداخته‌اند. آن‌ها همچنین به بررسی میزان تأثیر ساختار انتخاب بین زمانی (تغییر در تأخیرها، پاداش نسبی و پاداش مطلق) بر انتخاب پاداش در گروه‌های سنی می‌پردازند. یافته‌های پژوهش نشان داده است که سوگیری به حال در بین گروه‌های سنی متفاوت است. کودکان و نوجوانان انتخاب‌های با فوریت بیشتر را نسبت به بزرگسالان ترجیح می‌دهند. ساختار انتخاب بین‌زمانی بر انتخاب پاداش مورد انتظار در هر گروه سنی تأثیرگذار است (Ikink et al., 2023).

مقایسه خالص مطلوبیت دو فرد با ثروت متفاوت با در نظر گرفتن قید طول عمر

با استفاده از نظریات مطرح شده در قسمت قبل و برای تحلیل اثر واقعی ثروت در زندگی، خالص مطلوبیت دو فرد با ثروت متفاوت با هم مقایسه می‌شوند: همان‌طور که در اقتصاد برای تعیین حداکثر مطلوبیت مصرف‌کننده ناشی از مصرف کالاهای مختلف، قید بودجه در نظر گرفته می‌شود یا تولیدکنندگان برای ترکیب بهینه منابع تولید با قید هزینه تولید مواجه هستند، از آنجا که هر انسان عمر محدودی دارد برای ارزیابی دقیق‌تر میزان خالص مطلوبیت کل دوران زندگی باید قید طول عمر در نظر گرفته شود. یکی از عوامل تأثیرگذار بر مطلوبیت، ثروت است. تاکنون در تحلیل‌های اقتصادی عموماً ثروت به عنوان عامل افزایش‌دهنده رفاه و مطلوبیت در نظر گرفته شده است و به دلیل در نظر نگرفتن قید محدودیت عمر، تحلیل‌های اساسی در مورد امکان استفاده از ثروت در طول زندگی صورت نگرفته است. افراد معمولاً خود را با کسانی که سطح درآمدی و ثروت بیشتری دارند مقایسه می‌کنند و تصور فرد در ذهن خود نسبت به فردی که خود را با وی مقایسه می‌کند به این‌گونه است که آن فرد به دلیل اینکه دارای موقعیت بهتری از نظر درآمد و ثروت است، پس بنابراین فرد خوشبخت‌تری نسبت به وی است. فارغ از اینکه آن فرد نیز خود را با فردی که موقعیت بهتری نسبت به وی دارد مقایسه می‌کند و دقیقاً همان حس را نسبت به آن فرد دارد. حال چنانچه که سراغ ثروتمندترین افراد جهان رفته و از آن‌ها در مورد میزان حس خوشبختی سؤال شود، احتمالاً آن‌ها نیز خود را با دوران جوانی خود و یا افراد جوان مقایسه کنند و از این بابت

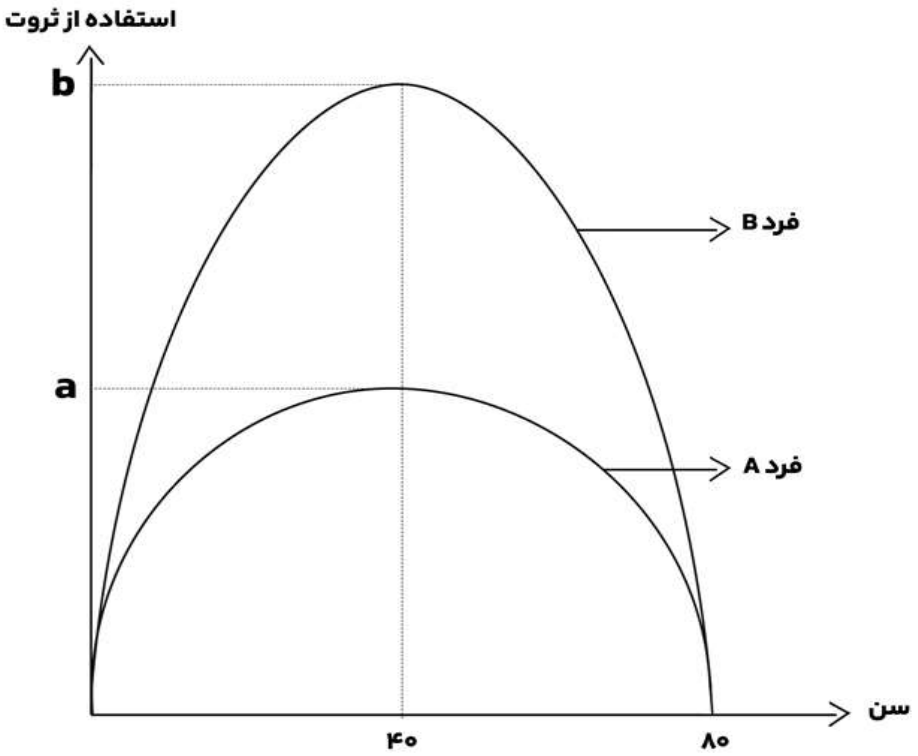
[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

احساس ناراحتی خواهند کرد. واقعیت این است که ممکن است ثروت یک فرد به دلیل بازدهی دارایی‌ها تا سنین پایانی عمر مدام افزایش یابد ولی کهن‌سالی و ضعف بدنی باعث شود آن فرد امکان استفاده از ثروت را نداشته باشد و چه بسا افزایش ثروت موجب افزایش حسرت و درنتیجه کاهش مطلوبیت و رضایت‌خاطر فرد شود، بنابراین داشتن امکان استفاده از ثروت می‌تواند مهم‌تر از کسب ثروت باشد.

به منظور درک بهتر تأثیر ثروت بر مطلوبیت خالص کل دوران زندگی، مطلوبیت دو فرد با طول عمر ۸۰ سال شامل؛ A با ثروت معمولی و B به عنوان یک فرد ثروتمند با مبنا قرار دادن اصول و نظریات مطرح شده در قسمت قبل، با هم مقایسه می‌شوند. به منظور مقایسه بهتر طول عمر این دو فرد را به دو نیمه از تولد تا میانسالی و از میانسالی تا زمان فوت تقسیم می‌کنیم:[1]

۱. لازم به ذکر است در دنیای واقعی سن دقیق میانسالی برای انسان‌های مختلف متفاوت است ولی به منظور امکان تجزیه و تحلیل و مقایسه افراد، به طور متوسط ۴۰ سالگی به عنوان میانه سن افراد در نظر گرفته شده است. شرایط افراد بعد از میانسالی نسبت به قبل آن کاملاً متفاوت است.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]



نمودار ۲. مقایسه ۲ فرد با ثروت متفاوت

الف- از زمان تولد تا میانسالی

در سنین جوانی و میانسالی عموماً افراد خود را با شدت بیشتری با دیگران مقایسه می‌کنند و این مقایسه، خود را در تمایل بیشتر به افزایش ثروت نشان می‌دهد. به دلیل وجود احساساتی از قبیل حسادت، خودبرتربینی و ... انسان تمایل دارد ثروتی بیش از دیگران داشته باشد. در توضیح این واقعیت باید گفت، مشابه آنچه دوزنبری در تشریح اثر تقلیدی یا اثر تظاهری، احساس بهبود موقعیت مصرفی توسط فرد را منوط به مقایسه خود با دیگران و افزایش مصرف نسبت به مصرف متوسط جامعه می‌داند، از منظر ثروت نیز مقایسه خود با دیگران و داشتن ثروت بیشتر نسبت به متوسط جامعه در فرد ایجاد رضایت‌خاطر می‌کند.

بر اساس نمودار ۲ در بدو تولد به دلیل عدم هوشمندی، میزان استفاده از ثروت هر دو فرد صفر است. مسلم است که در طول سال‌های بدو تولد تا میانسالی، فرد B به دلیل داشتن ثروت بیشتر، امکان استفاده بیشتری از ثروت دارد. همان‌طوری که دوزنبری در تحلیل رفتار مصرفی افراد اثر

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

چشم و هم‌چشمی را مطرح کرد در اینجا نیز این اثر باعث می‌شود فرد A در هر سنی با مقایسه خود با فرد B و مخصوصاً به دلیل آنکه ثروت فرد B به نظرش دست‌نیافتنی می‌آید احساس ناراحتی کند. نکته مهم در اینجا این است که فرد A به اشتباه میزان مطلوبیت و رضایت‌خاطر فرد B را بیش از مقدار واقعی آن برآورد می‌کند. دلایل این واقعیت عبارتند از: ۱- درست است که فرد B به دلیل فخرفروشی یا مقایسه خود با فرد A احساس رضایت می‌کند ولی در عالم واقع عموماً افراد بسیاری با ثروت یا شرایط بهتر زندگی نسبت به فرد B وجود دارند که فرد B از مقایسه خود با آن‌ها احساس ناراحتی می‌کند و این موضوع احساس رضایت‌خاطر آن فرد را کاهش می‌دهد. ۲- بر مبنای تئوری سطح انطباق، با افزایش ثروت فرد B از یک طرف این فرد به ثروت زیاد عادت می‌کند و خود را با آن وفق می‌دهد و از طرف دیگر ثروت زیاد باعث افزایش انتظارات وی از زندگی می‌شود که به نوبه خود این امر باعث می‌شود از رویدادهای معمولی زندگی به اندازه فرد A لذت نبرد. این ۲ عامل ذکر شده باعث کاهش اثر ثروت در مطلوبیت فرد B می‌شود بدون آنکه برای فرد A ملموس باشد. بنابراین میزان مطلوبیت فرد B از بدو تولد تا میانسالی بیشتر از فرد A است ولی نه به اندازه‌ای که فرد A تصور می‌کند.

ب- از میانسالی تا زمان فوت

با افزایش سن به مرور امکان استفاده از ثروت کمتر می‌شود، چراکه عموماً افراد با افزایش سن به دلیل داشتن برخی بیماری‌ها امکان خوردن هر نوع غذایی را نخواهند داشت، در سنین پیری امکان رانندگی کردن و لذت بردن از رانندگی نخواهند داشت، شادابی و سرزندگی جوانی را نخواهند داشت و در مجموع امکان انجام بسیاری از فعالیت‌های دوران جوانی را نخواهند داشت و به مرور در سنین نزدیک به فوت به دلیل ناتوانی، مشابه بدو تولد میزان استفاده از ثروت آن‌ها به سمت صفر میل خواهد کرد. بنابراین انسانی که تا میانسالی تنها خود را با دیگران مقایسه می‌کرد به مرور و با گذشت سن خود را با گذشته خود نیز مقایسه می‌کند و دلیل این مقایسه عدم امکان استفاده از ثروت و حسرت خوردن از گذشته تکرارنشدنی است. بنا بر آنچه گفته شد دو فرد A و B در نیمه دوم زندگی، علاوه بر مقایسه خود با دیگری خود را با گذشته خود نیز مقایسه می‌کنند. فرد A مشابه نیمه اول زندگی در اینجا نیز از مقایسه خود با فرد B احساس سرخوردگی و ناراحتی خواهد داشت ولی به دلیل آنکه در جوانی نیز امکان استفاده از ثروت زیادی نداشته است از مقایسه خود با گذشته

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

خود، رنج و حسرت بسیار کمتری نسبت به فرد B خواهد برد. بر اساس اثر مالکیت، ثروت کسب شده توسط هر فردی ارزش بسیار زیادی برای وی دارد (حتی بسیار بیشتر از مقدار واقعی آن) و از دست دادن قابلیت استفاده آن موجب رنج و ناراحتی بسیار زیاد آن فرد می‌شود و با تکیه بر نظریه چشم‌انداز می‌توان گفت شدت این رنج و ناراحتی بسیار بیشتر از احساس رضایت‌خاطر زمان به دست آوردن ثروت است. بنابراین هرچه ثروت اندوخته فرد بیشتر باشد مابه‌التفاوت میان رنج عدم امکان استفاده از ثروت از لذت به دست آوردن آن ثروت مقدار بیشتری خواهد شد. بنا بر آنچه گفته شد، فرد B در نیمه دوم زندگی هر چه به پایان عمر خود نزدیک‌تر می‌شود، به علت ناتوانی بیشتر و کاهش مداوم امکان استفاده از ثروت، از یک طرف از مقایسه خود با فرد A (به دلیل فخرفروشی و خودبرتربینی) لذت کمتری خواهد برد چراکه اختلاف میان امکان استفاده از ثروت آن‌ها کاهش می‌یابد و از طرف دیگر از مقایسه خود با گذشته خود رنج و ناراحتی بیشتری خواهد برد. بنابراین در نیمه دوم عمر و مخصوصاً با نزدیک شدن به سال‌های پایانی زندگی، ناراحتی و رنج فرد B بیشتر از فرد A خواهد بود.

ج- کل دوران زندگی

بر اساس آنچه گفته شد در نیمه اول عمر مطلوبیت و رضایت‌خاطر فرد B بیشتر از فرد A است و در نیمه دوم عمر و هر چه به سال‌های پایانی عمر نزدیک می‌شوند مطلوبیت فرد A بیشتر از B می‌شود (به دلیل رنج و ناراحتی بیشتر فرد B ناشی از مقایسه خود با گذشته خود). در مورد خالص مطلوبیت کل دوران زندگی این دو فرد، با تکیه بر نظریه‌های اثر مالکیت و چشم‌انداز می‌توان گفت از آنجا که رنج و ناراحتی از دست دادن یا عدم امکان استفاده از ثروت بسیار بیشتر از لذت و مطلوبیت به دست آوردن ثروت است، می‌توان گفت خالص مطلوبیت فرد A بیشتر از فرد B است.[1] بنابراین برای انسانی که از نظر اقتصاد کلاسیک به دنبال نفع شخصی و حداکثرسازی مطلوبیت خود است، در زمان کهن‌سالی و عدم امکان استفاده از ثروت، این جهان تبدیل به جهانی خشک و سرد مکانیکی می‌شود که اندوخته‌های فرد را با بی‌رحمی تمام از وی بازپس می‌گیرد و مطلوبیت و لذتی

[1]. زمانی که از وضعیت بهتر به وضعیت بدتری می‌رسیم، نسبت به شادی و لذتی که رسیدن از وضعیت ناخوشایند به وضعیت بهتر به ما دست می‌دهد، بیشتر ناراحت می‌شویم.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

که فرد از به دست آوردن ثروت کسب می‌کرده است جای خود را به رنج و ناراحتی ناشی از عدم امکان استفاده از ثروت می‌دهد. سؤالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که چرا اکثر مردم با وجود علم به این موضوع که به دلیل کهن‌سالی و ناتوانی امکان استفاده از ثروت نخواهند داشت، در هر سنی از جوان و میان‌سال گرفته یا حتی افراد مسن‌تر ترجیح می‌دهند که ثروت بیشتری داشته باشند؟ ۴ دلیل برای پاسخ به این پرسش می‌توان بیان کرد: ۱- بر اساس نظریات اثبات شده اقتصاددانان رفتاری، انسان همواره عقلایی رفتار نمی‌کند و این تفکر که افزایش ثروت قطعاً منجر به افزایش مطلوبیت و رضایت‌خاطر می‌شود ناشی از غیرعقلایی بودن انسان است. البته که در نگاه اول داشتن ثروت منجر به افزایش امکانات رفاهی و مصرف بیشتر کالا و مصرف کالاهای مرغوب‌تر می‌شود، اما واقعیت این است که از یک طرف مطلوبیت استفاده از امکانات و کالاها به دلیل عادت کردن به آن‌ها و عادی شدن کاهش می‌یابد و از طرف دیگر عدم امکان استفاده از آن‌ها رنج و سختی به مراتب بیشتری نسبت به مطلوبیت حاصل از تهیه و استفاده از آن‌ها خواهد داشت. منتها حتی با وجود علم به این واقعیت عموم مردم به دلیل رفتار غیرعقلایی همچنان تمایل به افزایش ثروت دارند. ۲- ترجیح زمانی حال نسبت به آینده جزء جدایی‌ناپذیر اکثر انسان‌ها است. اغلب افراد به دلایلی از جمله بی‌صبری و عجول بودن، عدم اطمینان به آینده و ... ترجیح می‌دهند در زمان حال بیشترین مطلوبیت و لذت ممکن را ببرند و به این نکته که در آینده و به دلیل ناتوانی امکان استفاده از ثروت مشابه زمان حال را نخواهند داشت و این امر برای آن‌ها رنج‌آور و حتی دردناک خواهد بود توجهی نمی‌کنند. به همین دلیل نیز با وجود علم به این واقعیت همچنان در پی افزایش ثروت هستند. ۳- مطابق نتایج تحقیقات بریکمن و همکاران، هر فرد با نادیده گرفتن تأثیرات سازگاری، میزان و مدت احساسات دیگران را بیش از حد برآورد می‌کند، بنابراین به دلیل آنکه فرد موقعیت داشتن ثروت بیشتر را تجربه نکرده است، این موقعیت به طور غیرواقعی در ذهن فرد بیش از مقدار حقیقی مطلوب به نظر می‌رسد و ناراحتی‌هایی که بعد از رسیدن به این موقعیت و به هنگام عدم امکان استفاده از ثروت برای فرد پیش خواهد آمد، در مقطع کنونی توسط وی در نظر گرفته نمی‌شود. ۴- از آنجا که بخش قابل توجهی از لذت حاصل از ثروت ناشی از مقایسه خود با دیگران است که این امر عمدتاً ناشی از ذات برتری‌طلبی انسان است، بنابراین به دلیل اثر چشم و هم‌چشمی افراد در هر سنی بدون در نظر گرفتن ناراحتی‌های ناشی از عدم امکان استفاده از ثروت همواره

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

تمایل دارند ثروت بیشتری نسبت به دیگران داشته باشند. سؤال مهم دیگری که می‌توان مطرح کرد عبارت است از اینکه، با وجود آگاهی از این واقعیت که «افراد حتی اگر بدانند که عدم امکان استفاده از ثروت در آینده موجب رنج و ناراحتی آن‌ها خواهد شد ولی عموماً در زمان حال همچنان در پی افزایش ثروت خواهند بود»، تلاش برای اثبات اینکه «ثروت‌اندوزی لزوماً منجر به افزایش خالص مطلوبیت نمی‌شود»، چه فایده‌ای دارد؟ در پاسخ باید گفت علم به این موضوع باعث می‌شود فرد زمانی که با شخص ثروتمندتر از خود مواجه می‌شود یقین داشته باشد که آن شخص در آینده به دلیل عدم امکان استفاده از ثروت رنج و سختی به مراتب بیشتری نسبت به مطلوبیت زمان حال خواهد برد و این نوع آگاهی باعث عدم حرص و طمع برای ثروت‌اندوزی می‌شود.

تطابق نتایج تحقیق با دیدگاه اسلام در مورد ثروت‌اندوزی

اسلام دین اعتدال و میانه‌روی است؛ از طرفی از ثروت‌اندوزی و مال‌دوستی به دلیل آسیب‌های اعتقادی، اخلاقی، روانی و اخروی آن بازمی‌دارد و از طرف دیگر بر مسلمانان تأکید می‌کند که از نعمت‌های الهی بهره‌مند شده و نیازهای شخصی خود را برآورده سازند (ملک (۶۷)، ۱۵؛ یس (۳۶)، ۳۴، ۳۵؛ سبأ (۳۴)، ۱۵؛ نحل (۱۶)، ۱۱۴؛ طه (۲۰)، ۸۱؛ بقره (۲)، ۱۷۲؛ مائده (۵)، ۸۷ و ۸۸). بهره‌مندی و مصرف بهینه و دور از اسراف و تبذیر مورد تأکید اسلام است و از رهبانیت و سخت گرفتن بر خود و خانواده نهی شده است (سیدی‌نیا، ۱۳۸۸). بنابراین اسلام دوگونه نگاه به ثروت دارد. گاهی داشتن مال را تأیید می‌کند، مانند اینکه بخشی از احکام اسلامی به عقود و ایقاعات اختصاص داده شده است که با دارایی انسان، ارتباطی مستقیم دارد. توصیه به کار و کسب روزی، حفظ دارایی، نکوهش فقر و ... نشان از توجه ویژه دین به امور مادی انسان در کنار مسائل معنوی او دارد. در مقابل، مال‌دوستی و حب دنیا اصلی‌ترین عامل گمراهی شمرده می‌شود و از ثروت‌اندوزی و مال‌دوستی به دلیل آسیب‌های اعتقادی، اخلاقی، روانی و اخروی آن باز می‌دارد. بر اساس آیات و روایات انسان وابسته به ثروت تا زمانی که اموالش را در اختیار دارد، دائم نگران از دست دادن آن است. از این رو برای جلوگیری از کم شدن یا از کف دادن آن، چه بسا سختی و حقارت را بر خود تحمیل می‌کند و زمانی که دستش از اموالش کوتاه می‌شود، افسوس گریبان او را می‌گیرد. بنابراین کسانی که ثروت‌اندوزی و دنیا را هدف خود قرار داده‌اند، هیچ‌گاه روی آرامش را نخواهند دید.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

(نیک‌پور، ۱۳۹۵). بنابراین نتایج پژوهش مبنی بر کاهش خالص مطلوبیت به هنگام ثروت‌اندوزی، مطابق اصول بنیادی اعتدال و میانه‌روی در اسلام و لزوم دوری از هرگونه افراط و تفریط است.

نتیجه‌گیری

بر اساس اصول نظام سرمایه‌داری، عدم ثروت‌اندوزی باعث عدم پیشرفت و توسعه جامعه در سطح کلان می‌شود زیرا زاهدان و قانعان خریدار کالاهای لوکس و گران‌بها نبوده و در نتیجه تولید آن‌ها متوقف شده و توسعه‌ای در کار نخواهد بود. بنابراین پیشرفت کل جامعه بشری مرهون ثروت‌اندوزی غیر زاهدان و قانعان بوده است. ایراد اساسی این نوع تفکر این است که قید عدم امکان استفاده از ثروت به دلیل کهن‌سالی و ناتوانی در نظر گرفته نمی‌شود. در این پژوهش سعی شده است ضمن تشریح برخی نظریات اثبات شده در مورد رفتار انسانی که توسط اقتصاددانان رفتاری بیان شده‌اند، با به تصویر کشیدن نمایی کلی از کل دوران زندگی، نشان داده شود که تلاش در جهت ثروت‌اندوزی باعث می‌شود در صورت رسیدن به هدف، در کوتاه‌مدت احساس رضایت‌خاطر و شادی در فرد به وجود بیاید ولی کهن‌سالی و ناتوانی باعث می‌شود انسان به مرور امکان استفاده از ثروت را از دست بدهد و به استناد نظریات اثبات شده مذکور در متن، رنج و ناراحتی عدم امکان استفاده از ثروت بیش از مطلوبیت کسب ثروت و استفاده از کالاها و خدمات گوناگون است. بنابراین زمان اندوخته کردن ثروت، در قبال لذت‌های کسب شده در کوتاه‌مدت باید در انتظار رنج‌های بسیار شدیدتری به دلیل عدم امکان استفاده از آن ثروت بود. البته عدم ثروت اندوزی متفاوت از توصیه به عدم تلاش برای کار کردن و فقر است، چرا که تلاش برای تأمین حداقل نیازهای زندگی امری بدیهی است. نتایج پژوهش در انطباق کامل با فرامین دینی است.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

منابع

- ابوطالبدخت شورکی، مصطفی و محمد جمال خلیلیان اشکذری و محمد جواد توکلی (۱۳۹۹)، بررسی تطبیقی هدف مصرف‌کننده در اقتصاد اسلامی و اقتصاد متعارف، فصلنامه معرفت اقتصاد اسلامی، شماره دوم، ۵۵-۳۹.
- تیموری، عباد و محسن رنانی (۱۳۶۹)، نقد انتخاب عقلانی از منظر رویکردهای رقیب: اقتصاد رفتاری، آزمایشگاهی و علوم مغزی، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، شماره ۷۳، صص ۴۳-۱.
- ربانی‌عارف، هادی و صادق رزاقی و علی‌رضا دهقان‌پور (۱۳۹۹)، رفاه و اشرافی‌گری در اسلام، فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۳۲، صص ۱۴۶-۱۲۳.
- زندی، محمد امین (۱۴۰۰)، اندازه‌گیری ضمنی دینداری، جنسیت و ترجیحات بین زمانی فردی، یک مطالعه آزمایشگاهی، دو فصلنامه علمی مطالعات اقتصاد اسلامی، شماره ۲۷، صص ۶۷-۱۰۱.
- سیدی‌نیا، سیداکبر (۱۳۸۸)، مصرف و مصرف‌گرایی از منظر اسلام و جامعه‌شناسی اقتصادی، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، شماره ۳۴، صص ۱۷۸-۱۵۱.
- گل‌دوزها، مهدی و اکبر میرزاپور (۱۴۰۳)، کاوشی در معرفت‌شناسی تابع مطلوبیت در اقتصاد اسلامی، فصلنامه پژوهش‌های بازاریابی اسلامی، شماره ۳، صص ۷۸-۶۷.
- نیک‌پور، مهدی (۱۳۹۵)، جایگاه ثروت در اسلام و نقش آن در زندگی و سرنوشت انسان، فصلنامه علوم و معارف قرآن و حدیث، شماره ۷، صص ۱۰۲-۸۵.
- Ariely, D (2010), The Upside of Irrationality: The Unexpected Benefits of Defying Logic at Work and at Home, Journal of Economic Psychology, Vol. 32, No.3, PP. 534-535.
- Berthet, Vincent (2022), The Impact of Cognitive Biases on Professionals Decision-making: A review of four Occupational Areas, Journal of Frontiers in Psychology, Vol. 12, P. 802439.
- Brickman, P and Dan Coates and Ronnie Janoff-Bulman (1978), Lottery winners and accident victims: Is happiness relative? Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 36, No.8, PP. 917–927.
- Chawla, I and Joseph Svec (2023), Household Savings and Present Bias among Chinese Couples: A Household Bargaining Approach, Journal of Consumer Affairs,Vol. 57, No.1, PP. 648-672.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

- Choi, C and Sung Jun Joe and Anna Mattila (2018), Refrence price and its asymmetric effects on price evaluations: the moderating role of gender, Cornell Hospitality Quarterly, Vol. 59, No. 2, PP. 189-194.
- Colucci, D and Chiara Franco and Vincenzo Valori (2024), The endowment effect with different possession times and types of items. Journal of Behavioral and Experimental Economics. Vol. 110, NO. 6: 102216
- Edwards, Jose (2018), Harry Helson's adaptation-level theory, happiness treadmills, and behavioral economics, Journal of the History of Economic Thought Thought, Vol. 40, No.1, PP.1-22.
- Foka-Kavalieraki, Y and Hatzis Aristides (2011), Rational after All: Toward an Improved Theory of Rationality in Economics, Revue de Philosophie Economique, Vol. 12, No. 1, pp.3-51.
- Garling, T and Patrik Michaelsen and Amelie Gamble (2020), Young Adults' Borrowing to Purchases of Desired Consumer Products Related to Present-Biased Pemporal Discounting, Attitude towards Borrowing and Financial Involvement and Knowledge, International Journal of Consumer Studies, Vol.44, No.2, PP.131-139.
- Gradinaru, A (2014), The Contribution of Behavioral Economics in Explaining the Decisional Process, Procedia Economics and Finance, Vol,16, PP.417-426.
- Guo, Yanjiang (2024), Unveiling the Endowment Effect: Understanding Its Significance and Applications, Proceedings of the 2nd International Conference on Financial Technology and Business Analysis, Advances in Economics Management and Political Sciences, Vol.60, No.1, PP.199-205.
- Heidhues, Paul and Philipp Strack (2021), Identifying Present Bias from the Timing of Choices, American Economic Review, Vol.111, No.8, PP.2594–2622
- Helson, H (1948), Adaptation-level as a basis for a quantitative theory of frames of reference, Psychological Review, Vol.55, No.6, PP.297–313.
- Helson, H (1964), Current trends and issues in adaptation-level theory, American Psychologist, Vol.19, No.1, PP.26– 38.
- Ikink, I and Anna van Duijvenvoorde and Hilde Huizenga (2023), Age Differences in Intertemporal Choice among Children, Adolescents, and Adults, Journal of Experimental Child Psychology, 233, 105691.
- Kahneman, D and Jack Knetsch and Richard Thaler (2008), the Endowment Effect: Evidence of Losses Valued More than Gains, Handbook of experimental economics results, Vol.1, PP. 939-948.
- Thaler, Richard (2015), Misbehaving: The Making of Behavioral Economics, New York: W.W. Norton and Company.
- Thaler, Richard (1980), Toward a positive theory of consumer choice, Journal of Economic Behavior and Organization Vol. 1, No.1, PP.39–60.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]

- Kamoune, A and Nafii Ibenrissoul (2022), Traditional Versus Behavioral Finance Theory, International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, Vol. 3, No. 2, PP. 282-294.
- Killingsworth, M and Daniel Kahneman and Barbara Mellers (2023), Income and emotional well-being: A conflict resolved, Proceedings of the National Academy of Sciences, Vol. 120, No. 10, e2208661120.
- Khan, Muhammad Akram (2020), Theory of Consumer Behavior: An Islamic Perspective, MPRA Paper No. 104208.
- Lemmerer, A and klaus Menrad (2019), Acceptance of New Food Products: Reference Prices and eneous Psychological Moderators of Heterogeneous Price Effects, Journal of Food Products Marketing, Vol. 25, No. 7. PP. 1-21.
- McKenzie, Richard (2010), Predictably Rational: In Search of Defenses for Rational Behavior in Economics, New York: Springer Heidelberg Dordrecht.
- Piguillem, F and Alessandro Riboni (2015), Spending-Biased Legislators: Discipline Through Disagreement, The Quarterly Journal of Economics, Vol. 130, No. 2, PP.901-949.
- Wilkinson, N and Matthias Klaes (2012), An Introduction to Behavioral Economics, Bloomsbury Publishing.
- Zamir, E (2012), Loss Aversion and The Law. Vanderbilt Law Review,Vol. 65, No.3, PP. 829-895.
- Martini, Zein Muttaqin and Dwi Pusparini (2019), Redefining Consumer Utility in The Perspective of Islamic Economics Framework, Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking, Vol. 2, No. 1, PP. 1-19.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-29]