

Identifying and Prioritizing Factors That Are Effective in Promoting the Culture of Zakat Among People in the West Azerbaijan Province and Five Other Provinces Designated by the Relief Foundation

Habib Valizadeh

PhD in Business Administration; Assistant Professor and Faculty Members of the Business Management Research Group of the ACECR of West Azarbaijan Province; West Azarbaijan, Iran; Email: valizadeh@acecr.ac.ir

Received: 27, Jun. 2023 Accepted: 16, Jul. 2023

Abstract

Introduction/Background: Zakat is one of the Islamic orders and one of the branches of religion and it is established for things that humans create with the help of nature. Fulfilling this religious obligation can remove the effects of poverty from the Islamic society and provide better grounds for human growth and excellence. In order to achieve this, this research has been conducted with the aim of identifying the effective factors in promoting the culture of zakat among the people of the society.

Methodology: This research is applied in terms of purpose and descriptive-causal in nature, and in terms of data collection, it is a survey type. The statistical population of the research includes zakat collectors, zakat agents, and zakat councils in the provinces of West Azerbaijan, Kurdistan, Kermanshah, Golestan, and Sistan. and Balochistan and North Khorasan with a number of approximately 750 people (this community was based on the employer's announcement). The data collection method was field and the data collection tool is a questionnaire. The first questionnaire is a Delphi questionnaire and the dimensions and components collected from the review of the theoretical foundations were provided to the selected experts for a suitable theoretical consensus. Data analysis has been done using the technique of structural equations and regression tests.

Findings: The results of the survey showed that the effective factors in promoting the culture of zakat among the people of the society include 3 ethical/organizational dimensions (including the components of ethics, work conscience, honesty and truthfulness and coherence and integrity), communication/information (including the components Consensus of local councils, informing people and communication)



Imam Khomeini Relief Foundation
**Empowerment and
Deprivation-elimination Journal**

<https://pajooresh.emdad.ir>

Vol. 1 | No. 1 | pp. 3-38
Summer 2023



and values (including the components of strengthening values and norms, comforting and paying attention to the needy, accountability and direction of zakat towards the elimination of deprivation).

Conclusion: operational strategies for promoting the culture of zakat, according to experts, include targeting the collected zakat to remove deprivation, taking into account the principle of trust when collecting zakat, continuous communication with zakat agents and city-level clerics regarding the promotion and promotion of zakat, documented The Secretariat of the Zakat Council is responsible for creating and informing people about the way of spending zakat and employing and increasing the experienced and capable staff for jurisprudential issues.

Keywords: Zakat, Promotion of Zakat Culture, Relief Foundation

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات بین افراد جامعه در استان‌های آذربایجان غربی، کردستان، کرمانشاه، گلستان، سیستان و بلوچستان و خراسان شمالی

حبیب ولی‌زاده

دکتری مدیریت بازرگانی؛ استادیار و عضو هیئت علمی
گروه پژوهشی مدیریت کسب و کار؛ جهاد دانشگاهی
واحد استان آذربایجان غربی؛ آذربایجان غربی، ایران
valizadeh@acecr.ac.ir



دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۰۶ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۲۵

چکیده/ زمینه: زکات از دستوره‌های اسلامی و یکی از فروع دین می‌باشد و در مورد چیزهایی وضع شده که انسان آن‌ها را با کمک طبیعت به وجود می‌آورد. انجام این واجب دینی می‌تواند آثار فخر را از جامعه اسلامی پاک کرده و زمینه‌های رشد و تعالی بهتر انسان‌ها را فراهم آورد. جهت دستیابی به این امر این تحقیق با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه صورت گرفته است.

روش‌شناسی: این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی- علی و از نظر گردآوری داده‌ها از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق شامل مبلغین زکات، عاملین زکات و شوراهای زکات ای آذربایجان غربی، کردستان، کرمانشاه، گلستان و سیستان و بلوچستان و خراسان شمالی به تعداد تقریبی ۷۵۰ نفر است (این جامعه بر اساس اعلام کارفرما بوده است). روش گردآوری داده‌ها میدانی بود و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه اول، پرسشنامه دلفی است و ابعاد و مؤلفه‌های گردآوری شده از مرور مبانی نظری برای اجماع نظری مناسب در اختیار خبرگان منتخب قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری و آزمون‌های رگرسیونی انجام شده است.

نشریه علمی توانمندسازی و محرومیت‌زدایی

کمیته امداد امام خمینی (ره)

<https://pajooresh.emdad.ir>

دوره ۱ | شماره ۱ | صص ۳-۳۸

تابستان ۱۴۰۲



یافته‌ها: نتایج بررسی‌ها نشان داد عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه شامل ۳ بعد اخلاقی / سازمانی (شامل مؤلفه‌های اخلاق‌مداری، وجدان‌کاری، صداقت و راستگویی و انسجام و یکپارچگی)، ارتباطی / اطلاعاتی (شامل مؤلفه‌های همفکری شوراهای محلی، آگاه‌سازی مردم و ارتباطات) و ارزشی (شامل مؤلفه‌های تقویت ارزش‌ها و هنجارها، دلجویی و توجه به مستضعفین، پاسخگویی و جهت‌دهی زکات به سمت محرومیت‌زدایی) است. **نتیجه‌گیری:** راهکارهای عملیاتی ترویج فرهنگ زکات از نظر خبرگان شامل هدفمند کردن زکات جمع‌آوری شده جهت رفع محرومیت‌زدایی، در نظر گرفتن اصل اعتماد در هنگام جمع‌آوری زکات، ارتباط مستمر با عاملین زکات و روحانیون سطح شهرستان در خصوص تبلیغ و ترویج زکات، مستندسازی و آگاه‌سازی مردم در خصوص نحوه مصرف زکات و به کارگیری و افزایش نیروی مجرب و توانا به مسائل فقهی توسط دبیرخانه شورای زکات است.

کلیدواژه‌ها: زکات، ترویج فرهنگ زکات، کمیته امداد

مقدمه

اخبار و روایات وارده در فضیلت و فواید صدقه، بسیار است؛ مانند اینکه صدقه سبب زیادی رزق، شفای بیماری‌ها، دوری از آتش جهنم، دفع هفتاد بلا در دنیا، طولانی شدن عمر و ... می‌شود (حر عاملی، ۱۴۰۹، ج ۶، ص ۲۵۷). حتی زکات، که یک نوع صدقه است، از ضروریات دین دانسته شده و منکر آن از کفار شناخته شده است (خمینی، ۱۴۲۵، ج ۲/ ص ۵). از آنجایی که یکی از اهداف سنن مذهبی به‌طور کلی برقراری و به منصفه ظهور رساندن وحدت اجتماعی است، پرداخت زکات می‌تواند یک نماد بارز از تعهد اشخاص به ارزش‌های مذهبی و اجتماعی در یک جامعه اسلامی در حال توسعه محسوب شود. در دو عید مذهبی مهم مسلمین، عید فطر و عید قربان، که توسط پیامبر اکرم بنیانگذاری شد، اهمیت مسأله زکات دو چندان شد. وجه مشترک روزه و حج با صدقه این است که هر دو سبب پالایش روحی می‌شود.

بیان مسأله

زکات در اصطلاح فقه اسلامی، حق واجبی در مال است که در صورت تحقق نصاب، باید پرداخت شود (بختیاروند و همکاران، ۱۳۹۹)؛ همه مذاهب پنج‌گانه در اصل وجوب زکات هم‌جهت هستند، اما نظرات و دیدگاه‌های آن‌ها درباره سعه و ضیق موارد زکات که موجب وفور اموال زکوی یا کمی آن می‌شود، مختلف است. برخی از مذاهب آن را منحصر در موارد نه‌گانه می‌دانند و برخی دیگر آنقدر توسعه می‌دهند که شامل هر



مال با ارزش می‌شود. آموزه‌های قرآن نشان می‌دهد، تطهیر مال از حقوق دیگران یکی از عوامل رشد و برکت در مال است (شعبانی و کاشیان، ۱۳۹۵).

در حال حاضر بسیار از کشورهای اسلامی، متناسب با فقه دینی خود، به دنبال احیاء حکم زکات در سطح کلان کشورشان هستند. دریافت زکات در ایران، متولیان مختلفی از جمله کمیته امداد امام خمینی، ستاد زکات، دفاتر مراجع عظام تقلید و ... دارد. با این وجود میزان وجوه جمع‌آوری شده از طریق زکات در کشور ما بسیار کمتر از مقدار بالقوه‌ای است که وجود دارد (دبیرخانه ستاد احیای زکات، ۱۳۹۸). شمس و همکاران (۱۳۹۴) معتقدند که مهم‌ترین مشکلاتی که بر سر راه پرداخت و دریافت زکات موجود است عبارتند از: عدم آگاهی بسیاری از مضمولین زکات به احکام شرعی آن، عدم آگاهی بسیاری از مضمولین زکات به منافع پرداخت زکات و زیان‌های عدم پرداخت آن و ضعیف بودن سازوکار اجرایی جهت اطلاع‌رسانی و جمع‌آوری زکات. اما ضعف فرهنگی حاکم در این حوزه دستیابی به این هدف را با مشکل مواجه کرده است. یکی از عواملی که در تحقیقات مختلف به آن اشاره شده است، عدم وجود انگیزه برای پرداخت زکات در میان مردم است (مسرورخان، ۲۰۰۷ و عبدالله، ۲۰۰۸). فرهادیان و وثوق (۱۳۹۰) کمبود انگیزه را تابع شرایط فرهنگی حاکم بر جامعه می‌دانند و معتقد است که با سازوکارهای فرهنگی می‌توان این خلاء را پوشش داد. استان‌های آذربایجان غربی، کردستان، کرمانشاه، گلستان، خراسان شمالی و سیستان و بلوچستان از جمله استان‌هایی هستند که در آن تنوع قومیتی و مذهبی بالایی وجود دارد. آمارها نشان می‌دهد که این استان‌ها وضعیت متنوع در خصوص جمع‌آوری زکات داشته‌اند. به‌عنوان مثال استان آذربایجان غربی در ۵ سال گذشته شرایط پرفراز و نشیبی را در مورد جمع‌آوری زکات تجربه کرده است، به‌طوری که در سال ۱۳۹۹ این رقم از ۸۲۲۳۴۸ میلیون ریال به رقم ۷۶۱۶۸۷ میلیون ریال رسیده است و همین موضوع باعث شده است که رتبه استان از سهم درآمد کل کشور در سال ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ به ترتیب سوم، سوم، دوم و پنجم باشد. این تغییر و تغییرات مشابه موجب ایجاد حساسیت‌هایی در بین مسئولین شده است تا با اتخاذ رویکردهای مناسبی عملکرد مناسبی در این خصوص ایجاد شود. ارائه عملکرد مناسب برای کمیته امداد امام خمینی (ره) از این حیث اهمیت دارد که بتواند زکات جمع‌آوری شده را برای جبران عقب‌ماندگی این استان‌ها و رسیدن به شاخص‌های توسعه‌یافتگی مطلوب از طریق تأمین جهیزیه، هزینه درمان و عمران و آبادانی و ... صرف نماید. علاوه بر این، رویکرد این

نهاد برای توسعه و توانمندی خانوارهای تحت پوشش خود، رویکردی مهارت‌محور است به طوری که بتواند با اتخاذ روش‌های مناسب و صرف هزینه‌های کافی در بحث اشتغال‌زایی و کارآفرینی اجتماعی تا رسیدن به درجه مناسبی از خودکفایی اقدامات لازم را انجام دهد. لذا جمع‌آوری حداکثری زکات یکی از پیش‌شرط‌های تحقق این هدف است. از این رو سؤال اساسی این تحقیق به این صورت شکل می‌گیرد که عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه کدامند و اولویت‌بندی آن‌ها از نظر اهمیت و ترتیب به چه صورتی است؟

مبانی نظری تحقیق

زکات به‌عنوان یکی از پنج «رکن» اسلام، یک واجب اساسی دینی است که همه مسلمانان باید از آن پیروی کنند. اهدای سالیانه بخشی از ثروت به‌عنوان زکات، عملی است که آثار دینی، مادی و اجتماعی به‌دنبال دارد. در اصطلاح کلامی، پرداخت زکات یک عمل پرهیزکارانه است، عملی آشکار از انجام آنچه که پسندیده و امر خداوند است. زکات به‌عنوان یک واجب، تقوای زکات‌دهنده را ثابت می‌کند و او را فردی صالح نشان می‌دهد، اما زکات نه تنها بر بخشنده، بلکه در اموال او نیز تأثیر می‌گذارد. طبق روایات، زکات برای «تزکیه» مال لازم است و سعادت مادی را نیز تضمین می‌کند (زیسو، ۱۳۸۱؛ ۴۰۷). در حوزه اجتماعی، دادن و دریافت زکات، مردم را به هم پیوند می‌دهد و به آن‌ها یادآوری می‌کند که سعادت انسان در نهایت با حمایت و قدردانی متقابل، جمعی و پایدار پیوند خورده است. این آثار متعدد زکات به‌طور همزمان با هم کار می‌کنند. زکات، همراه با آداب انتقال ثروت، شامل توزیع مجدد منابع در شکل‌گیری مداوم سنت اسلامی می‌شد. زکات از طریق منطق توزیع مجدد برای انتقال منابع از کسانی که مازاد دارند به نیازمندان عمل می‌کند. تا جایی که زکات به اقشار آسیب‌پذیر - از جمله یتیمان و فقرا - داده می‌شود، به‌عنوان یک استراتژی حفاظت جمعی و یکپارچگی جمعی عمل می‌کند. در حالت ایده‌آل، زکات با ترمیم همه شکاف‌ها انسجام اجتماعی را تقویت می‌کند. زکات نابرابری اجتماعی را در رابطه‌ای قرار می‌دهد که کارکردی مقدس برای گسترش فیض الهی دارد (ابراهام، ۲۰۱۸). زکات اقدامی پایدار برای بازتولید مستمر سنت اسلامی در جامعه است. در دوره معاصر، زکات توسط کسانی پذیرفته شده است که به‌دنبال یک اصطلاح دگرگونی برای پروژه‌های جهت‌دهی اجتماعی و اخلاقی هستند (لیو، ۲۰۱۲، ص ۱۵۲).



زکات

یکی از چیزهایی که اسلام ارائه می‌کند زکات است به طوری که کلمه زکات در قرآن کریم ۳۲ بار و ۲۸ بار در نماز آمده است. زکات از واجباتی است که به‌عنوان فروع دین ذکر شده است. در واقع زکات یکی از روش‌های اقتصادی فرقه اسلامی برای تأمین هزینه‌های حکومت اسلامی برای حمایت از آن در مسائل و اموراتی است که به‌طور صریح یا ضمنی در قرآن و سنت آمده است. در اسلام زکات که گاهی به آن هم صدقه گفته می‌شود عبارت است از اینکه افرادی که بالغ، عاقل، مالک، مجاز در تصرف‌اند در صورتی که گندم، جو، خرما، کشمش، گاو، گوسفند، شتر، طلا، نقره، داشته باشند و به اندازه نصاب مال آن‌ها برسد با شرائط و مقرراتی که بیان خواهد شد باید مقداری از آن‌ها را به حاکم شرع یا مستمندان بدهند یا در اموری که اجازه داده شده مصرف نمایند.

رویکردهای زکات

زکات یک عمل اساسی مسلمانان، مظهر ایمان و تأیید تعلق به جامعه مؤمنان است. قرآن علاوه بر تأکید بر وجوب و محاسن زکات، دسته‌هایی از افرادی را که دریافت‌کنندگان مشروع به‌شمار می‌روند: فقرا، بردگان آزاد شده، بدهکاران در راه خدا، و مسافران معرفی می‌کند (قرآن ۹:۶۰).

زکات به‌عنوان مکانی برای بازسازی خلاقانه اسلام در مدرنیته ظاهر می‌شود. به‌عنوان بخشی از پروژه اصلاحات اجتماعی مدرن، زکات‌گفتمانی را در مورد بهترین روش ارائه می‌دهد. برازندگی اخلاقی در جهانی که با عدم تعادل خطرناک قدرت توأم است، وقتی زکات از این منظر دیده شود، تلاش‌ها برای تغییر اجتماعی را با چارچوب‌بندی آن‌ها بر اساس ارزش‌ها و اعمالی که می‌توان به‌عنوان «اسلامی» واقعی تلقی کرد، تأیید می‌کند.

وجوب زکات

وجوب زکات از ضروریات دین اسلام و مورد اتفاق همه مسلمانان است و انکار وجوب آن موجب ارتداد خواهد شد. زکات از عبادات به‌شمار می‌رود، از این رو، نیست (قصد قربت) در آن شرط است.

نفوذ مذهب در جامعه

باید در نظر داشت که مذهب عاملی پایه‌ای برای شکل‌گیری رفتارهای انسانی است. بالا بودن ایمان

مذهبی، باعث می‌گردد آدمی برای تحقق آخرت ایمان بیشتری یابد و بر این اساس پایه‌های زندگی بهتر در آخرت را فراهم آورد. بر پایه آموزه‌های مذهبی برای دستیابی مطلوب‌تر به زندگی متعالی در جهان بعد از مرگ، باید در این دنیا مال و زمان خود را در راه‌هایی که مذهب نمایان کرده است هزینه کرد. پرداخت زکات یکی از بهترین گزینه‌هایی است که پیشنهاد شده است.

نهادینه کردن ارزش‌های قرآنی

در نهادینه کردن ارزش‌های قرآنی باید به این نکته توجه کرد که رفتار پیامبر در زمینه صدقه دادن، بخشش و ایثار می‌تواند الگو قرار گیرد. گزارش‌ها در مورد صدقه دادن پیامبر حاکی از آن است که با این عمل، پیامبر احتمال وقوع هرگونه واکنش متعصبانه افراطی نسبت به آموزه‌های مذهبی را عقیم کرد. در منابع شیعه هم به نقل از علی (علیه‌السلام) و چند تن از امامان بعد از او به این مسئله اشاره شده است که می‌بایست زکات به مراجع ذی‌صلاح تحویل داده می‌شد، چرا که آن‌ها صلاحیت نگهداری زکات و هزینه کردن آن را دارند. با اینکه در گذر زمان جهان اسلام به لحاظ جغرافیایی و فرهنگی گسترش زیادی یافت، اما همان الگوهای اندیشه‌ورزی بسط یافتند و شکل حقوقی و علوم الهی به خود گرفتند و به شعائر اجتماعی تبدیل شدند.

قانون زکات در ایران و دیگر کشورها

به دلیل وسعت اموال مورد تعلق زکات در چهار مذهب فقهی اهل سنت و دلایل سیاسی-اجتماعی، قانون زکات در دهه‌های گذشته در چندین کشور اسلامی تصویب و به مرحله اجراء درآمد. در تعدادی از کشورهای اسلامی دارای قانون زکات، اجرای قانون زکات اجباری می‌باشد به نحوی که دولت بر اساس قوانین مصوب به صورت یک جانبه، از کل اموال زکوی یا بعضی از آن‌ها زکات اموال را - مثل مالیات - اخذ کرده و در صورت امتناع یا کشف خلاف، افراد مشمول جرائم یا غرامت می‌گیرند.

در سال ۱۳۷۵ کرسی تجدید زکات در استانداری‌های زیر نظر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی مستقر شد اما در سال ۱۳۸۳ این امر به کمیته یاری امام خمینی (ره) محول شد و این سازمان به عنوان دبیر انتخاب شد. ستاد اجرایی و وظیفه جمع‌آوری و پرداخت زکات را بر عهده دارد. کمیته امداد موظف است زکات جمع‌آوری شده در هر محل را برای مصرف در آن محل به همراه کمک‌های دولتی معادل ریالی توزیع کند. طبق قانون زکات، کلیه هزینه‌های جمع‌آوری و توزیع زکات بر عهده کمیته امداد است.



عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت زکات

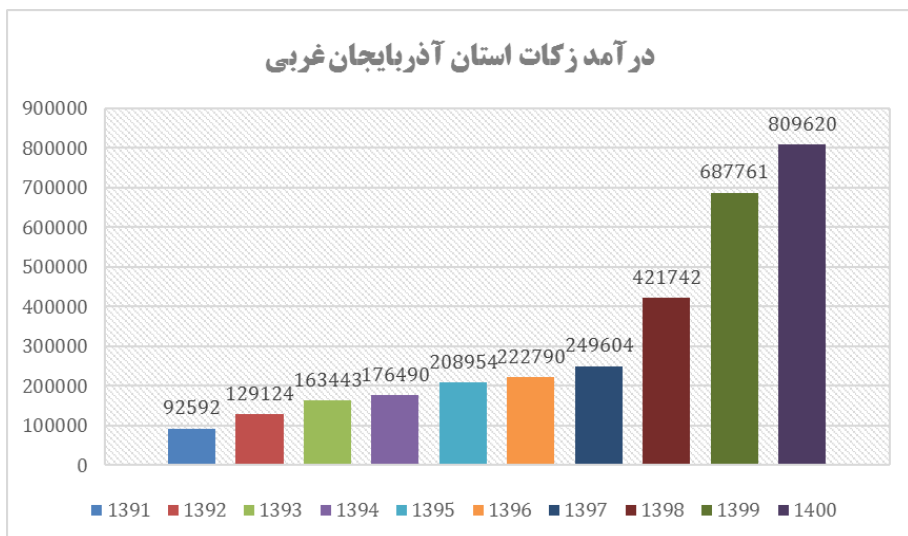
عوامل متعددی برای رفتار پرداخت زکات‌داران بررسی شده است. از آنجایی که زکات ارتباط نزدیکی با درآمد دارد، منطقی است که درآمد عنصر اصلی تمایل مردم به دادن زکات باشد. با این حال، میراواتی، مالک و ابراهیم (۲۰۱۸)، هدی و غفور (۲۰۱۲)، و مولانا (۲۰۲۰)، ثابت می‌کنند که درآمد تأثیر معنی‌داری بر تمایل مزکی (زکات اجباری) به پرداخت زکات ندارد. عوامل دیگری به‌عنوان علت تمایل مردم به پرداخت زکات مورد بررسی قرار گرفته است. یکی از آن‌ها مربوط به عامل دینداری است. یزید (۲۰۱۷)، میراواتی، تانجونگ و عارف (۲۰۱۹)، مولانا (۲۰۲۰) و مولینا و سوله (۲۰۲۰) که همگی ثابت می‌کنند که تأثیر دینداری بر تمایل مردم به پرداخت زکات معنی‌دار است. عوامل دیگری که عموماً به‌عنوان تأثیرگذار در تمایل به پرداخت زکات در نظر گرفته می‌شوند، مانند کیفیت خدمات، تصویر سازمانی، باورها، نگرش‌ها و غیره نیز به‌طور گسترده نشان داده شده‌اند. اعتماد نیز اغلب به‌عنوان عاملی بر تصمیم زکات‌دهنده برای پرداخت زکات مطرح می‌شود. میراواتی و همکاران (۲۰۱۸) دریافتند که ماهیت اعتماد در این امر ناچیز است، زیرا این تحقیق تنها به پرداخت زکات حرفه‌ای برای کارمندان دولتی اختصاص یافته است که عموماً زکات را به‌دلیل درخواست سازمان‌های محلی پرداخت می‌کنند. سازمان‌ها نیز تأثیر به‌سزایی در تصمیم‌گیری برای پرداخت زکات دارند. از نظر ریبدو (۲۰۱۴)، یکی از فوریت‌های زکات در شکل‌گیری رفاه، نهادینه‌سازی زکات به‌عنوان تضمینی برای انجام بهینه جمع‌آوری، مدیریت و توزیع زکات است.

بررسی عملکرد زکات در کشور و استان

موضوع جمع‌آوری و هزینه زکات از سال ۱۳۷۵ زیر نظر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی بود و از سال ۱۳۸۳ این موضوع بر عهده کمیته امداد واگذار شده است. مجموع زکات اموال و فطره جمع‌آوری شده کشور تا قبل از تصویب قانون زکات نشان‌دهنده این است که ارزش زکات از سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۰ همواره صعودی است و از رقم ۲۰۵ به ۸۰۱۲۶۰ رسیده است.

جدول ۱. درآمد زکات، رتبه استان آذربایجان غربی و تعداد مودی زکات در ۵ سال گذشته
منبع: کمیته امداد امام خمینی استان آذربایجان غربی، (۱۴۰۱)

ردیف	سال	مبلغ درآمد زکات (میلیون ریال)	رتبه سهم از درآمد کل	تعداد مودی ثبت شده در سامانه زکات
۱	۱۳۹۶	۲۲۲,۷۹۰	۴	۰
۲	۱۳۹۷	۲۴۹,۶۰۴	۳	۲۰۹
۳	۱۳۹۸	۴۲۱,۷۴۲	۲	۳۲
۴	۱۳۹۹	۶۸۷,۷۶۱	۵	۱۰۵۰۲
۵	۱۴۰۰	۸۰۹,۶۲۰	۹	۹۵۰



نمودار ۱. درآمد زکات استان آذربایجان غربی از سال ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۰ (ارقام به میلیون ریال)

درآمدهای ناشی از جمع‌آوری زکات شامل زکات مال، زکات فطره و زکات مستحبی است. بر همین اساس گزارش شده است استان‌های فارس، گلستان، خراسان رضوی، آذربایجان غربی، مازندران، خوزستان و آذربایجان شرقی در سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ رتبه‌های اول تا هفتم را کسب کرده‌اند. همچنین بر اساس این گزارش‌ها استان‌های بوشهر، کهگیلویه و بویراحمد، خراسان جنوبی، قم و ایلام در رتبه‌های آخر درآمدهای ناشی از زکات هستند. زکات جمع‌آوری شده در استان آذربایجان غربی از سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ همواره صعودی گزارش شده است. به طوری که این میزان از عدد ۹۲۵۲۹ به رقم ۲۴۹۶۰۴ میلیون ریال رسیده است.

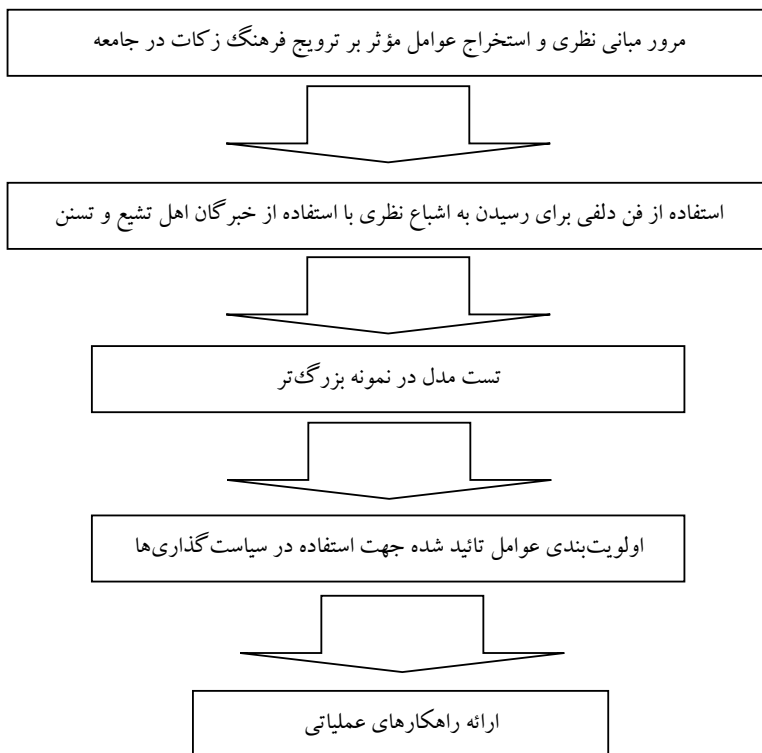


در استان آذربایجان غربی نیز همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، درآمد زکات از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ همواره افزایشی بود. به‌طوری که این میزان از ۲۲۷۹۰ میلیون ریال در سال ۱۳۹۶ به رقم ۸۰۹۶۲۰ میلیون ریال در سال ۱۴۰۰ رسیده است. آنچه که در این گزارش نیاز به تعمق بیشتر دارد مربوط به رتبه سهم درآمد از کل است. به‌گونه‌ای که رتبه استان در سال ۱۳۹۸ به رتبه ۲ رسیده است. اما بعد از آن عملکرد استان در ارتباط با جمع‌آوری زکات در سال ۱۳۹۹ به رتبه ۵ و در سال ۱۴۰۰ به رتبه ۹ کشوری تنزل یافته است.

روش‌شناسی تحقیق

نوع و روش تحقیق

در ابتدا عوامل فرهنگی مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات شناسایی می‌گردد و سپس از طریق تکنیک دلفی جهت اشباع نظری در اختیار خبرگان قرار داده می‌شود. به همین خاطر این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-علی و از نظر گردآوری داده‌ها از نوع پیمایشی است.



نمودار ۲. فرایند اجرای تحقیق

عوامل شناسایی شده در مرحله کتابخانه‌ای، در مرحله بعدی با استفاده از پرسشنامه‌های طراحی شده در نمونه بزرگتر مورد آزمون قرار می‌گیرد تا برازش آن به صورت علمی مورد بررسی قرار بگیرد. در مرحله آخر مدل برازش شده برای اولویت‌بندی از طریق تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی از نظر خبرگان بهره خواهد برد.

جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری تحقیق شامل مبلغین زکات، عاملین زکات و شوراهای زکات استان‌های آذربایجان غربی، کردستان، کرمانشاه، گلستان و سیستان و بلوچستان و خراسان بوده است. در جدول ۲ به تفکیک اجزای جامعه و نمونه آماری ارائه شده است. لازم به ذکر است که پرسشنامه‌های طراحی شده از طریق نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای در بین نمونه آماری توزیع شده است.

جدول ۲. جامعه نمونه آماری تحقیق

استان	مسئولین زکات		عاملین زکات				مبلغ زکات		سنی			
	زن	مرد	شیعه	سنی	زن	مرد	زن	مرد				
گلستان	۰	۱۲	۷	۵	۱۰۰	۱۳۴۰	۸۴۰	۶۰۰	۸۸	۱۰۰۰	۵۸۸	۵۰۰
کردستان	۰	۱۲	۲	۱۰	۵	۲۷۵۱	۱۷۶	۲۵۸۰	۰	۸۷	۲۹	۵۸
سیستان و بلوچستان	۰	۳	۲	۱	۱	۳۶۸	۱۰۱	۹۹	۰	۳۳۴	۲۸۵	۱۱۸
کرمانشاه	۰	۱۰	۶	۴	۱۰۶	۱۹۵۰	۱۶۰۴	۴۵۲	۲۱	۲۰۹	۲۰۷	۲۳
خراسان شمالی	۰	۷	۶	۱	۱۰	۱۴۴۵	۱۴۱۹	۳۶	۵۷	۱۷۳	۲۲۰	۱۰
آذربایجان غربی	۰	۱۳	۱۰	۳	۶۱	۲۴۷۸	۱۹۰۶	۶۳۳	۶۳	۲۲۴	۲۵۲	۳۵
جمع	۰	۵۷	۳۳	۲۴	۲۸۳	۱۰۳۳۲	۶۰۴۶	۴۴۰۰	۲۲۹	۲۰۲۷	۱۵۸۱	۷۴۴

در بخش دلفی و به منظور اشتراک نظری مناسب تعداد ۲۵ نفر از خبرگان به عنوان نمونه برای پر کردن پرسشنامه‌های دلفی استفاده شدند. شاخص‌های مورد استفاده در تعیین افراد خبره عبارتند از:

۱. دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و یا بالاتر مرتبط با موضوع تحقیق؛
۲. داشتن سابقه کاری مرتبط با زکات حداقل به مدت ۴ سال برای مقطع کارشناسی ارشد و پایین‌تر و ۲ سال برای دکتری.



روش و ابزار گردآوری داده‌ها

روش گردآوری داده‌ها میدانی است و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه اول، پرسشنامه دلفی است. در پرسشنامه دوم، پرسشنامه طراحی شده بر اساس ابعاد و مؤلفه‌های مدل است و از سه قسمت مقدمه، سؤالات جمعیت‌شناختی و سؤالات تشکیل شده است.

جدول ۳. اجزای پرسشنامه

مفهوم	ابعاد	مؤلفه	سؤالات	طیف	
ترویج فرهنگ زکات	عوامل سازمانی / اخلاقی	اخلاق‌مداری	۳ تا ۱	۵ درجه‌ای لیکرت	
		وجدان کاری	۴ تا ۶	۵ درجه‌ای لیکرت	
		صداقت	۷ تا ۹	۵ درجه‌ای لیکرت	
	عوامل ارتباطی / اطلاعاتی	انسجام و یکپارچگی	۱۰ تا ۱۲	۵ درجه‌ای لیکرت	
		همفکری	۱۳ تا ۱۵	۵ درجه‌ای لیکرت	
	عوامل ارزشی / هنجاری	ارتباط	۱۶ تا ۱۸	۵ درجه‌ای لیکرت	
		آگاه‌سازی	۱۹ تا ۲۱	۵ درجه‌ای لیکرت	
		ارزش و هنجار	۲۲ تا ۲۴	۵ درجه‌ای لیکرت	
		دلجویی	۲۵ تا ۲۷	۵ درجه‌ای لیکرت	
		پاسخگویی	۲۸ تا ۳۰	۵ درجه‌ای لیکرت	
	-	افکار مذاهب	محرومیت‌زدایی	۳۱ تا ۳۳	۵ درجه‌ای لیکرت
			-	۳۴ تا ۳۷	۵ درجه‌ای لیکرت
			کار بر روی افکار مذاهب	۳۸ تا ۴۰	۵ درجه‌ای لیکرت

روایی و پایایی ابزار پژوهش

به‌منظور تعیین روایی پرسشنامه طراحی شده از روش روایی محتوا استفاده شده است. برای بررسی پایایی پرسشنامه طراحی شده از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. در این آزمون چنانچه میزان آلفای کرونباخ بالاتر از حد آستانه ۰,۷ گزارش شود نشان‌دهنده پایایی مناسب ابزار است. در جدول ۴ نتایج این آزمون برای مؤلفه‌های تحقیق نشان داده شده است.

جدول ۴. پایایی پرسشنامه

پایایی	ابعاد
۰,۹۴	عوامل سازمانی / اخلاقی
۰,۹۳	عوامل ارتباطی / اطلاعاتی
۰,۹۲	عوامل ارزشی / هنجاری
۰,۹۳	افکار مذاهب
۰,۹۲	کار بر روی افکار مذاهب
۰,۹۴	پایایی کل

روش تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در آمار توصیفی از آماره‌های میانگین و انحراف معیار برای توصیف ویژگی‌های مشاهده شده استفاده گردید و در آمار استنباطی نیز از تکنیک معادلات ساختاری و آزمون‌های رگرسیونی استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق**جمعیت‌شناسی (تست مدل)****بررسی جنسیت پاسخ‌دهندگان**

در جدول ۵ جنسیت پاسخ‌دهندگان نشان داده شده است.

جدول ۵. بررسی جنسیت پاسخ‌دهندگان

درصد	فراوانی	
۸۸,۶	۱۸۶	مرد
۱۱,۴	۲۴	زن
۱۰۰	۲۱۰	جمع

بررسی پاسخ‌دهندگان از نظر استانی

در جدول ۶ پاسخ‌دهندگان از نظر استانی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.



جدول ۶. بررسی پاسخ‌دهندگان از نظر استانی

درصد	فراوانی	
۲۱	۴۴	آذربایجان غربی
۳۰	۶۳	گلستان
۸,۱	۱۷	سیستان و بلوچستان
۳۲,۴	۶۸	کردستان
۵,۲	۱۱	کرمانشاه
۳,۳	۷	خراسان شمالی
۱۰۰	۲۱۰	جمع

بررسی مقطع تحصیلی پاسخ‌دهندگان

در جدول ۷ مقطع تحصیلی پاسخ‌دهندگان نشان داده شده است.

جدول ۷. بررسی مقطع تحصیلی پاسخ‌دهندگان

درصد	فراوانی	
۱	۲	زیر دیپلم
۳,۳	۷	دیپلم
۸,۱	۱۷	فوق دیپلم
۴۵,۷	۹۶	لیسانس
۳۱	۶۵	فوق لیسانس
۱۱	۲۳	حوزوی
۱۰۰	۲۱۰	جمع

بررسی مذهب پاسخ‌دهندگان

در جدول ۸ پاسخ‌دهندگان از نظر مذهب نشان داده شده است.

جدول ۸. بررسی مذهب پاسخ‌دهندگان

درصد	فراوانی	
۶۰,۵	۱۲۷	شیعه
۰	۰	حنبلی
۳,۸	۸	حنفی
۳۵,۷	۷۵	شافعی
۰	۰	مالکی
۱۰۰	۲۱۰	جمع

چگونگی توزیع عامل‌های استخراج شده و بررسی نرمال بودن داده‌ها

شاخص‌های توصیف داده‌ها به سه گروه شاخص‌های مرکزی، شاخص‌های پراکندگی و شاخص‌های شکل توزیع، تقسیم می‌شوند. در این بخش به چگونگی توزیع متغیرهای پژوهش بر اساس مهم‌ترین شاخص‌های مرکزی (میانگین)^۱، شاخص‌های پراکندگی (واریانس^۲ و انحراف معیار^۳) و شکل توزیع (چولگی^۴ و کشیدگی^۵) مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۹. آمار توصیفی داده‌ها

	تعداد	مینیمم	ماکسیمم	میانگین	انحراف استاندارد
اخلاق‌مداری	۲۱۰	۱,۳۳	۵,۰۰	۴,۴۵۷۱	۰,۵۴۳۲۰
وجدان کاری	۲۱۰	۱,۳۳	۵,۰۰	۴,۴۶۳۵	۰,۵۰۵۱۵
صداقت-راستگویی	۲۱۰	۱,۳۳	۵,۰۰	۴,۴۶۱۹	۰,۵۳۲۶۹
انسجام و یکپارچگی	۲۱۰	۱,۳۳	۵,۰۰	۴,۳۷۶۲	۰,۵۳۰۵۸
همفکری	۲۱۰	۱,۰۰	۵,۰۰	۴,۴۳۸۱	۰,۵۵۳۹۸
ارتباط	۲۱۰	۱,۰۰	۵,۰۰	۴,۴۱۵۹	۰,۵۴۸۱۲
آگاه‌سازی	۲۱۰	۱,۰۰	۵,۰۰	۴,۴۹۵۲	۰,۵۰۱۱۷

1. Mean
2. Variance
3. Std.Deviation
4. Skewness
5. Kurtosis



انحراف استاندارد	میانگین	ماکسیمم	مینیمم	تعداد
۰,۵۲۹۲۵	۴,۴۳۶۵	۵,۰۰	۱,۰۰	۲۱۰
۰,۶۰۴۷۷	۴,۳۳۶۵	۵,۰۰	۱,۰۰	۲۱۰
۰,۵۶۱۲۱	۴,۳۵۰۸	۵,۰۰	۱,۰۰	۲۱۰
۰,۵۳۸۴۰	۴,۳۷۱۴	۵,۰۰	۱,۰۰	۲۱۰
۰,۶۲۷۲۶	۴,۲۸۵۷	۵,۰۰	۱,۰۰	۲۱۰
۰,۵۹۱۲۶	۴,۲۵۵۶	۵,۰۰	۱,۰۰	۲۱۰

آمار توصیفی داده‌ها در جدول ۹ نشان داده شده است. بر اساس نتایج به‌دست آمده مشخص است که بیشترین میانگین مربوط به عامل آگاه‌سازی با میانگین ۴/۴۹ و کمترین میانگین نیز مربوط به عامل کار بر روی افکار مذاهب با میانگین ۴/۴۲ است.

سؤال‌های اصلی

سؤال اصلی ۱. عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه کدامند؟

برای طراحی مدل نیاز به شناسایی عوامل و زیرعوامل است. به‌منظور شناسایی عوامل اثرگذار، از مقالات مختلف و طی جلسات با خبرگان، شاخص استخراج گردید. به‌دلیل اینکه تعداد متغیرها شناسایی شده زیاد است و به‌منظور شناسایی متغیرها و کاهش ورودی‌ها و هم‌چنین تعیین اهمیت ورودی‌ها نسبت به هم، محدودیت وزنی در مدل اعمال گردیده است. برای انجام این کار پرسشنامه‌ای با ۳۳ سؤال طراحی گردید و ۲۵ پرسشنامه در اختیار آن‌ها قرار گرفت.

نظرسنجی مرحله نخست

در این مرحله میانگین قطعی به‌دست آمده نشان‌دهنده شدت موافقت خبرگان با هر کدام از معیارهای پژوهش است. نتایج این محاسبات در جدول ۱۰ آمده است.

جدول ۱۰. اجرای دور اول دلفی

ردیف عوامل	میانگین هندسی	دیفازی ملاحظات
۱ تقویت ارزش‌ها و هنجارها در خصوص پرداخت زکات در بین افراد جامعه	۵,۲۷ ۷,۵۰ ۹,۰۶	۷,۳۹ دور دوم
۲ تقویت نگرش افراد جامعه در خصوص زکات	۵,۲۲ ۷,۳۸ ۸,۹۶	۷,۲۸ دور دوم
۳ توجه به آداب و رسوم اقوام و مذاهب در خصوص ترویج مناسب فرهنگ زکات	۵,۲۹ ۷,۴۳ ۹,۰۶	۷,۳۵ دور دوم



ردیف	عوامل	میانگین هندسی	دیفازی	ملاحظات
۴	توجه بر هنجارهای اخلاقی در خصوص ترویج مناسب فرهنگ زکات	۴,۵۷	۶,۷۹	دور دوم
۵	برگزاری مراسم تجلیل از زکات دهندگان	۵,۳۶	۷,۵۱	دور دوم
۶	به کارگیری و همفکری شوراهای محلی و ریش سفیدان و معتمدان محلی برای امر زکات	۵,۹۵	۸,۰۰	دور دوم
۷	توجه بر هنجارهای دستوری در خصوص ترویج مناسب فرهنگ زکات	۵,۲۹	۷,۴۷	دور دوم
۸	افزایش عدالت اقتصادی	۴,۹۹	۷,۲۳	دور دوم
۹	محرومیت زدایی	۵,۴۹	۷,۵۶	دور دوم
۱۰	دلجویی و توجه به مستضعفین	۵,۴۰	۷,۵۶	دور دوم
۱۱	تقویت نوع دوستی در بین افراد جامعه	۵,۰۱	۷,۱۹	دور دوم
۱۲	گسترش مجامع معنوی	۴,۹۱	۷,۰۷	دور دوم
۱۳	اخلاق مداری کارکنان و مسئولان کمیته امداد با مردم	۵,۵۶	۷,۶۴	دور دوم
۱۴	وجود انسجام و یکپارچگی در بین کارکنان و مسئولان در خصوص ترویج فرهنگ زکات	۴,۹۹	۷,۲۳	دور دوم
۱۵	ایجاد خانه های زکات	۵,۴۸	۷,۶۱	دور دوم
۱۶	ایجاد مؤسسه های خیریه ای زکات (غیرانتفاعی و غیردولتی)	۴,۸۹	۷,۰۹	دور دوم
۱۷	ایجاد مؤسسات تسهیلگری زکات	۴,۷۶	۶,۹۵	دور دوم
۱۸	استفاده از شبکه های مجازی برای ترویج فرهنگ زکات	۶,۵۸	۸,۴۱	دور دوم
۱۹	رسانه های اجتماعی برای ترویج فرهنگ زکات	۶,۸۱	۸,۶۴	دور دوم
۲۰	تبلیغات سطح خیابانی برای ترویج فرهنگ زکات	۴,۴۹	۶,۶۵	دور دوم
۲۱	تولید انیمیشن های زکات	۶,۴۹	۸,۴۱	دور دوم
۲۲	استفاده از شهرنوشته های زکات	۵,۸۳	۷,۸۵	دور دوم
۲۳	ترویج زکات از طریق فعالیت های نمایی	۶,۴۵	۸,۳۰	دور دوم
۲۴	افزایش ارتباطات چهره به چهره با زکات دهندگان	۷,۳۰	۸,۹۴	دور دوم
۲۵	برگزاری جشنواره های زکات	۴,۶۳	۶,۸۵	دور دوم
۲۶	برگزاری مسابقات زکات	۶,۰۹	۸,۰۳	دور دوم
۲۷	چاپ پرچم زکات	۵,۶۹	۷,۷۰	دور دوم
۲۸	برگزاری اردوهای زکاتی	۶,۵۴	۸,۳۸	دور دوم
۲۹	برگزاری جلسات پرسش و پاسخ حضوری زکات	۶,۶۰	۸,۵۳	دور دوم
۳۰	افزایش مبلغان زکات	۵,۷۷	۷,۹۲	دور دوم



ردیف عوامل	میانگین هندسی	دیفازی	ملاحظات			
۳۱	۵,۰۹	۷,۳۳	۸,۹۳	۷,۲۲	دور دوم	صداقت و راستگویی کارکنان و مسئولان کمیته امداد با مردم
۳۲	۵,۲۷	۷,۵۰	۹,۰۶	۷,۳۹	دور دوم	وجدان کاری کارکنان و مسئولان کمیته امداد در انجام وظایف قانونی خود
۳۳	۵,۷۱	۷,۷۹	۹,۲۵	۷,۶۹	دور دوم	پاسخگویی مسئولین امر در خصوص عملکرد خود

نظرسنجی مرحله دوم

در مرحله دوم اعضای گروه خبره با توجه به نقطه‌نظرات سایر اعضای گروه مجدداً به سؤالات ارائه‌شده پاسخ دادند، که نتایج آن در جدول شماره ۱۱ ارائه شده است. در این مرحله بنا به پیشنهاد خبرگان تعداد ۲۲ عامل به عوامل قبلی اضافه شد و تعداد عوامل در دور دوم دلفی از ۳۳ عامل به ۵۵ عامل افزایش یافت.

جدول ۱۱. اجرای دور دوم دلفی

ردیف عوامل	میانگین هندسی	دیفازی ۱	دیفازی ۲	ملاحظات		
۱	۴,۹۹	۷,۰۷	۸,۸۰	۷,۳۹	دور سوم	تقویت ارزش‌ها و هنجارها در خصوص پرداخت زکات در بین افراد جامعه
۲	۴,۸۱	۶,۹۵	۸,۷۳	۷,۲۸	حذف	تقویت نگرش افراد جامعه در خصوص زکات
۳	۴,۸۴	۷,۰۰	۸,۷۲	۷,۳۵	حذف	توجه به آداب و رسوم اقوام و مذاهب در خصوص ترویج مناسب فرهنگ زکات
۴	۳,۷۲	۵,۹۳	۷,۹۲	۶,۷۱	حذف	توجه بر هنجارهای اخلاقی در خصوص ترویج مناسب فرهنگ زکات
۵	۰,۰۰	۶,۱۳	۸,۰۸	۷,۴۱	حذف	برگزاری مراسم تجلیل از زکات‌دهندگان
۶	۵,۰۳	۷,۱۲	۸,۷۹	۷,۹۰	دور سوم	به‌کارگیری و همفکری شوراهای محلی و ریش‌سفیدان و معتمدان محلی برای امر زکات
۷	۰,۰۰	۵,۴۳	۷,۵۲	۴,۷۷	حذف	توجه بر هنجارهای دستوری در خصوص ترویج مناسب فرهنگ زکات
۸	۴,۲۰	۶,۴۷	۸,۲۸	۷,۱۳	حذف	افزایش عدالت اقتصادی
۹	۴,۵۱	۶,۷۲	۸,۵۳	۷,۴۸	حذف	محرومیت‌زدایی
۱۰	۵,۰۸	۷,۲۱	۸,۹۵	۷,۴۵	دور سوم	دلجویی و توجه به مستضعفین
۱۱	۴,۸۴	۷,۰۰	۸,۷۲	۷,۰۹	حذف	تقویت نوع‌دوستی در بین افراد جامعه

ردیف	عوامل	میانگین هندسی	دیفازی ۱	دیفازی ۲	ملاحظات
۱۲	گسترش مجامع معنوی	۴,۶۷	۶,۷۲	۸,۶۲	حذف
۱۳	اخلاق‌مداری کارکنان و مسئولان کمیته امداد با مردم	۵,۳۸	۷,۴۳	۹,۱۱	قبول
۱۴	وجود انسجام و یکپارچگی در بین کارکنان و مسئولان در خصوص ترویج مناسب فرهنگ زکات	۵,۱۲	۷,۲۴	۹,۰۰	قبول
۱۵	ایجاد خانه‌های زکات	۰,۰۰	۵,۰۱	۷,۱۳	حذف
۱۶	ایجاد مؤسسه‌های خیریه‌ای زکات (غیرانتفاعی و غیردولتی)	۰,۰۰	۵,۰۲	۷,۰۸	حذف
۱۷	ایجاد مؤسسات تسهیلتی زکات	۰,۰۰	۵,۵۴	۷,۶۱	حذف
۱۸	استفاده از شبکه‌های مجازی برای ترویج فرهنگ زکات	۰,۰۰	۵,۵۱	۷,۶۸	حذف
۱۹	رسانه‌های اجتماعی برای ترویج فرهنگ زکات	۰,۰۰	۵,۶۲	۷,۷۴	حذف
۲۰	تبلیغات سطح خیابانی برای ترویج فرهنگ زکات	۳,۹۱	۶,۰۹	۸,۰۱	حذف
۲۱	تولید انیمیشن‌های زکات	۰,۰۰	۵,۶۰	۷,۶۰	حذف
۲۲	استفاده از شهرنوشته‌های زکات	۰,۰۰	۵,۶۴	۷,۶۳	حذف
۲۳	ترویج زکات از طریق فعالیت‌های نمایشی	۰,۰۰	۵,۳۲	۷,۳۶	حذف
۲۴	افزایش ارتباطات چهره به چهره با زکات‌دهندگان	۵,۶۴	۷,۶۹	۹,۲۸	دور سوم
۲۵	برگزاری جشنواره‌های زکات	۰,۰۰	۶,۱۳	۸,۱۲	حذف
۲۶	برگزاری مسابقات زکات	۰,۰۰	۵,۵۲	۷,۵۳	حذف
۲۷	چاپ پرچم زکات	۰,۰۰	۴,۵۴	۶,۷۶	حذف
۲۸	برگزاری اردوهای زکاتی	۰,۰۰	۵,۰۹	۷,۲۴	حذف
۲۹	برگزاری جلسات پرسش و پاسخ حضوری زکات	۰,۰۰	۶,۰۷	۸,۰۹	حذف
۳۰	افزایش مبلغان زکات	۴,۹۸	۷,۱۱	۸,۸۶	دور سوم
۳۱	صداقت و راستگویی کارکنان و مسئولان کمیته امداد با مردم	۵,۴۹	۷,۵۳	۹,۲۰	دور سوم
۳۲	وجدان کاری کارکنان و مسئولان کمیته امداد در انجام وظایف قانونی خود	۵,۳۸	۷,۴۱	۹,۱۸	قبول
۳۳	پاسخگویی مسئولین امر در خصوص عملکرد خود	۵,۲۴	۷,۲۹	۹,۰۳	دور سوم



ردیف	عوامل	میانگین هندسی	دیفازی ۱	دیفازی ۲	ملاحظات
۳۴	تقویت جایگاه دبیرخانه شورای زکات در شهرها	۶,۸۵	۸,۶۲	۷,۳۹	حذف
۳۵	تقویت جایگاه و پست سازمانی مسئول زکات در سازمان‌ها	۵,۸۷	۷,۸۲	-	حذف
۳۶	تقویت قدرت دبیرخانه در بین نهادها و ادارات برای پیگیری مشکلات مودیان و مؤثرین	۴,۶۸	۶,۹۹	۸,۶۳	حذف
۳۷	انتخاب رئیس شورای زکات هر استان با توجه به بافت جمعیتی همان استان از نظر مذهبی	۴,۷۴	۶,۹۰	۸,۶۳	حذف
۳۸	دادن تسهیلات ویژه به زکات‌دهندگان	۵,۸۵	۷,۸۲	-	حذف
۳۹	مطالبه از مسئولین در خصوص عملکرد زکات	۶,۴۷	۸,۳۴	-	حذف
۴۰	افتتاح شماره حساب مخصوص زکات در بانک کشاورزی	۵,۱۶	۷,۲۷	-	حذف
۴۱	نشست تخصصی زکات در شبکه تلویزیونی پرمخاطب	۵,۳۴	۷,۴۰	-	حذف
۴۲	ایجاد اتاق زکات در فرمانداری‌ها، بخشداری‌ها و اداره جهاد کشاورزی و دارایی	۵,۳۵	۷,۴۱	-	حذف
۴۳	ایجاد کارت‌خوان مخصوص زکات	۶,۴۷	۸,۳۴	-	حذف
۴۴	آگاه‌سازی مردم در خصوص چگونگی مصرف زکات	۵,۱۱	۷,۲۶	۸,۹۳	دور سوم
۴۵	ارتباط مؤثر با عاملین زکات و روحانیون سطح شهرستان	۴,۴۸	۶,۶۹	۸,۴۸	حذف
۴۶	ایجاد پایگاه‌های جمع‌آوری زکات در فصل برداشت محصولات	۵,۸۱	۷,۸۷	-	حذف
۴۷	پیش‌قدم شدن مسئولین در پرداخت زکات	۵,۸۴	۷,۷۹	-	حذف
۴۸	افزایش ارتباط مسئولین زکات با سایر کشورهای اسلامی در جهت کسب تجربه بیشتر	۴,۶۴	۶,۹۱	-	حذف
۴۹	راه‌اندازی سامانه زکات	۶,۷۸	۸,۵۲	-	حذف
۵۰	حذف مالیات از زکات‌دهندگان	۵,۴۲	۷,۵۶	-	حذف
۵۱	افزایش تعامل حوزه‌های علمیه اهل سنت و تشیع	۵,۲۷	۷,۳۳	۹,۰۲	دور سوم

ردیف	عوامل	میانگین هندسی	دیفازی ۱	دیفازی ۲	ملاحظات
۵۲	جهت‌دهی به سمت محرومیت‌زدایی	۵,۵۶	۷,۶۴	۹,۱۷	دور سوم
۵۳	تعریف پروژه‌های حمایتی و واگذاری مسئولیت به مودیان و شوراهاى زکات روستا	۴,۴۵	۶,۶۷	۸,۴۳	حذف
۵۴	ایجاد سازوکارهای قوی حکومتی جمع‌آوری زکات	۰,۰۰	۵,۹۶	۷,۹۷	حذف
۵۵	توجه ویژه به اقلیت‌های مذهبی جهت بهره‌گیری از ظرفیت آن‌ها در راستای جمع‌آوری زکات	۴,۹۹	۷,۰۷	۸,۸۰	دور سوم

با توجه به دیدگاه‌های ارائه شده در مرحله اول و مقایسه آن با نتایج این مرحله، در صورتی که اختلاف بین دو مرحله کمتر از حد آستانه ۰/۲ باشد؛ در این صورت فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود. در برخی از مؤلفه‌ها، اعضای گروه خبره به وحدت نظر رسیده‌اند و میزان اختلاف نظر در مراحل اول و دوم کمتر از حد آستانه ۰/۲ بوده است. لذا نظرسنجی در خصوص مؤلفه‌های فوق متوقف گردید. از بین مؤلفه‌های اشاره شده، مؤلفه‌هایی که میانگین غیرفازی شده نظرات خبرگان کمتر از ۹ باشد، از مدل مفهومی تحقیق حذف گردید. در این مرحله ۴۴ مؤلفه متوقف گردیده و نظرسنجی در مورد ۱۱ مؤلفه باقی‌مانده باید صورت بگیرد که در مرحله سوم انجام می‌شود.

نظرسنجی مرحله سوم

در این مرحله ضمن اعمال تغییرات لازم در مؤلفه‌های مدل، پرسشنامه سوم تهیه گردیده و همراه با نقطه‌نظر قبلی هر فرد و میزان اختلاف آن‌ها با میانگین دیدگاه سایر خبرگان، مجدداً به خبرگان ارسال گردید که نتایج آن در جدول ۱۲ ارائه شده است.

جدول ۱۲. اجرای دور سوم دلفی

ردیف	عوامل	میانگین هندسی	دیفازی ۲	دیفازی ۳	ملاحظات
۱	تقویت ارزش‌ها و هنجارها در خصوص پرداخت زکات در بین افراد جامعه	۵,۱۶	۷,۲۴	۸,۹۳	قبول
۲	به‌کارگیری و همفکری شوراهاى محلی و ریش‌سفیدان و معتمدان محلی برای امر زکات	۵,۴۵	۷,۵۱	۹,۱۵	قبول
۳	دلجویی و توجه به مستضعفین	۵,۹۱	۷,۹۸	۹,۳۸	قبول



ردیف	عوامل	میانگین هندسی	دیفازی ۲	دیفازی ۳	ملاحظات
۴	افزایش ارتباطات چهره به چهره با زکات‌دهندگان	۵,۹۱	۷,۳۶	۷,۸۶	قبول
۵	افزایش مبلغان زکات	۴,۸۱	۷,۸	۶,۸۹	حذف
۶	صداقت و راستگویی کارکنان و مسئولان	۵,۸۳	۷,۲۲	۷,۷۹	قبول
۷	کمیته امداد با مردم	۵,۶۴	۷,۶۹	۷,۶۱	قبول
۸	پاسخگویی مسئولین امر در خصوص عملکرد خود	۵,۵۲	۷,۱۸	۷,۵۱	قبول
۹	آگاه‌سازی مردم در خصوص چگونگی مصرف زکات	۳,۸۷	۷,۹۶	۶,۰۵	حذف
۱۰	افزایش تعامل حوزه‌های علمیه اهل سنت و تشیع	۵,۵۲	۷,۱۲	۷,۵۱	قبول
۱۱	جهت‌دهی به سمت محرومیت‌زدایی توجه ویژه به اقلیت‌های مذهبی جهت بهره‌گیری از ظرفیت آن‌ها در راستای جمع‌آوری زکات	۳,۶۲	۷,۷۳	۵,۷۹	حذف

همان‌طور که جدول فوق نشان می‌دهد، میزان اختلاف نظر خبرگان در مراحل دوم و سوم کمتر از حد آستانه ۰/۲ می‌باشد و لذا نظرسنجی در این مرحله متوقف می‌شود و متغیرهای حذف شده به تعداد ۴۴ متغیر است که با آستانه بالاتر از ۰/۲ حذف می‌گردد. بنابراین در طی سه مرحله نظرسنجی از ۵۵ مؤلفه، ۴۴ مؤلفه از مدل مفهومی نهایی تحقیق حذف گردیده و مدل نهایی دارای ۱۱ مؤلفه گردید.

سؤال اصلی ۲. برآزش عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه از طریق نظر خبرگان به چه صورتی است؟

منظور از برآزش مدل این است که تا چه حد یک مدل با داده‌های مربوطه سازگاری و توافق دارد. لذا در این قسمت به ارزیابی برآزش مدل مفروض پرداخته می‌شود تا از سازگاری آن با داده‌های پژوهش اطمینان حاصل گردد. بررسی برآزش مدل مفهومی پژوهش در دو مرحله صورت پذیرفته است. نخست؛ ارزیابی برآزش بخش اندازه‌گیری مدل و دوم؛ ارزیابی برآزش ساختاری مدل.

آزمون بار تلت و KMO

در انجام تحلیل عاملی باید از این مسأله اطمینان حاصل شود که آیا می‌توان داده‌های

موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد یا نه؟ به عبارت دیگر؛ آیا داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده گردیده است.

جدول ۱۳. آزمون بارتلت و KMO برای داده‌های پرسشنامه

آزمون KMO	۰/۸۸۶
آزمون بارتلت	۲۶۹۴/۳۱۱
سطح معنی داری	۰/۰۰
درجه آزادی	۵۲۸
خی دو	

با توجه به جدول ۱۳ مقدار شاخص KMO برابر ۰/۸۸۶ است (بیشتر از ۰/۶)، لذا تعداد نمونه (تعداد پاسخ‌دهنده) برای تحلیل عاملی کافی می‌باشد. همچنین مقدار سطح معنی داری آزمون بارتلت کوچکتر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است و فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی، رد می‌شود. با توجه به اینکه نتایج آزمون‌های KMO و بارتلت، داده‌های به دست آمده از پرسشنامه پژوهش را برای تحلیل عاملی، کافی و مناسب می‌دهند؛ پس می‌توان تحلیل عاملی تأییدی را بر روی سؤالات پرسشنامه پیاده نمود.

نمادسازی متغیرهای تحقیق

جهت تسهیل در روند تجزیه و تحلیل معادلات ساختاری، نیاز است تا متغیرهای شناسایی شده با حروف لاتین مختصرسازی شده و در فرایند مدل‌سازی مورد استفاده قرار گیرد. به همین جهت در جدول ۱۴ متغیرهای مورد نظر به همراه نمادهای اختصاری نشان داده شده است.

جدول ۱۴. نمادسازی متغیرهای تحقیق

مفهوم	نماد	ابعاد	نماد	مولفه	نماد
ترویج فرهنگ زکات	zakat	عوامل سازمانی / اخلاقی	Akhlag	اخلاق مداری	akhlag
				وجدان کاری	vejdan
				صداقت	sedagat
				انسجام و یکپارچگی	ensejam



مفهوم	نماد	ابعاد	نماد	مؤلفه	نماد
		عوامل ارتباطی / اطلاعاتی	ertebat	همفکری	hamfekri
		ارتباط		ارتباط	ertebat
		آگاه‌سازی		آگاه‌سازی	agahee
		ارزش و هنجار		ارزش و هنجار	arzesh
		عوامل ارزشی / هنجاری	arzesh	دلجویی	deljoee
		پاسخگویی		پاسخگویی	pasokh
		محرومیت‌زدایی		محرومیت‌زدایی	mahromyat

ارزیابی بخش اندازه‌گیری مدل پژوهش

برای بررسی پایایی مدل (سازه) پیشنهادی پژوهش از معادله پایایی ترکیبی استفاده شده است که با استفاده از معادله زیر به دست می‌آید.

$$P_c = \frac{(\sum \lambda^2)}{(\sum \lambda^2) + (\sum \theta)}$$

معادله محاسبه پایایی ترکیبی:

در این معادله P_c ؛ پایایی ترکیبی، λ ؛ بارهای مربوط به شاخص‌ها، θ ؛ واریانس خطاهای شاخص‌ها (δ یا ε) و \sum ؛ مجموع شاخص‌های هر متغیر نهفته می‌باشد. در صورتی که مقدار به دست آمده برای پایایی ترکیبی بیش از (۰/۶) باشد، سازه مورد نظر از پایایی لازم برخوردار است.

تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول متغیرها

مقدار تمام پارامترهای برآورد شده، بیش از عدد ۱/۹۶ می‌باشند، لذا هم بستگی درونی میان ابعاد معنی‌دار است و هم بستگی میان سؤالات و ابعاد به سطح معنی‌داری رسیده‌اند.

تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم متغیرها

به منظور بررسی معنادار بودن رابطه متغیرها با ابعادش، تحلیل عاملی مرتبه دوم انجام گرفت که اعداد معنی‌دار تحلیل عاملی مرتبه دوم را نمایش می‌دهد. جدول ۱۵ نیز ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم متغیرها را نشان می‌دهد که با توجه به این نمودار حد آستانه عدد تی گزارش شده بالاتر از میزان ۱,۹۶ است. لذا به همین علت تمامی ابعاد و مؤلفه‌ها معنی‌دار هستند و باید در مدل طراحی شده باقی بمانند. در ادامه شاخص‌های برازش مدل طراحی شده گزارش شده است.

جدول ۱۵. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تائیدی مرتبه دوم متغیرها

ارزیابی	نتیجه	مقدار مطلوب	شاخص برازش
متوسط	2.43	<3	χ^2/df
متوسط	0.95	>0/90	GFI
خوب	0.069	<0/08	RMSEA
خوب	0.042	<0/05	RMR
خوب	0.95	>0/90	NFI
خوب	1.00	>0/90	NNFI
خوب	1.00	>0/90	CFI

سؤال‌های فرعی

سؤال فرعی ۱. عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه آماری (در استان‌های مورد اشاره و با فرقه‌های مختلف) کدامند؟

برای پاسخگویی به این سؤال از آزمون رگرسیون چندگانه به روش گام به گام استفاده شده است. بر این اساس مدل مناسب برای استان آذربایجان غربی در جهت ترویج فرهنگ زکات شامل دلجویی از محرومان و محرومیت‌زدایی، برای استان خراسان شمالی شامل اخلاق‌مداری و راستگویی و صداقت، برای استان گلستان شامل محرومیت‌زدایی، پاسخگویی، ارتباط و آگاه‌سازی، برای استان سیستان و بلوچستان شامل دلجویی از محرومان و ارزش‌ها و هنجارها، برای استان کردستان شامل دلجویی از محرومان، ارتباط و ارزش‌ها و هنجارها و نهایتاً برای استان کرمانشاه شامل ارزش‌ها و هنجارها و انسجام و یکپارچگی است.

همچنین در ارائه مدل بر اساس مذاهب مختلف نیز مشخص شد که مدل مناسب برای مذهب شیعه در جهت ترویج فرهنگ زکات شامل محرومیت‌زدایی، پاسخگویی و همفکری، برای مذهب حنفی شامل محرومیت‌زدایی و ارزش‌ها و هنجارها، برای مذهب شافعی شامل ارزش‌ها و هنجارها، ارتباطات و دلجویی از محرومان است.

سؤال فرعی ۲. افکار رهبران مذاهب و علماء دینی مختلف چه تأثیری بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه دارد؟

بر اساس نتایج گزارش شده به علت اینکه سطح معنی‌داری گزارش شده از حد آستانه ۰,۰۵ کمتر است لذا می‌توان نتیجه گرفت که افکار رهبران مذاهب و علماء دینی مختلف



بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه دارای تأثیر معنی‌داری است. عدد بتای گزارش شده نیز نشان می‌دهد که افکار رهبران مذاهب و علماء دینی مختلف بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه دارای تأثیر ۰,۷۲۵ است و همچنین ضریب تبیین بین این دو متغیر نیز ۰,۵۲۵ است که بیان‌کننده این واقعیت است که با در نظر گرفتن شرایط فعلی در بهترین حالت نزدیک به ۵۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته از روی متغیر مستقل قابل پیش‌بینی است.

سؤال فرعی ۳. آیا کارکردن در افکار و نظرات رهبران مذاهب می‌تواند در ترویج فرهنگ زکات مؤثر باشد؟

نتایج گزارش شده نشان می‌دهد که به‌علت اینکه سطح معنی‌داری گزارش شده از حد آستانه ۰,۰۵ کمتر است لذا می‌توان ادعا کرد که کارکردن در افکار و نظرات رهبران مذاهب می‌تواند در ترویج فرهنگ زکات مؤثر باشد. میزان این تأثیر ۰,۷۵۲ است. به این معنی که کارکردن در افکار و نظرات رهبران مذاهب می‌تواند در ترویج فرهنگ زکات به میزان ۰,۷۵۲ مؤثر باشد. همچنین بر اساس ضریب تعیین گزارش شده می‌توان ادعا کرد که نزدیک به ۵۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته از طریق متغیر مستقل قابل پیش‌بینی است.

سؤال فرعی ۴. شناسایی عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات و اولویت‌بندی آن از نظر خبرگان به چه صورتی است؟

با استناد به نتایجی که در آن سه دور کامل دلفی اجرا شده است، عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات از نظر خبرگان دارای ۳ بعد و ۱۱ مؤلفه است که در ادامه تشریح شده است.

بعد ۱: اخلاقی/سازمانی

۱. اخلاق‌مداری کارکنان و مسئولان کمیته امداد با مردم؛
۲. وجدان کاری کارکنان و مسئولان کمیته امداد در انجام وظایف قانونی خود؛
۳. صداقت و راستگویی کارکنان و مسئولان کمیته امداد با مردم؛
۴. وجود انسجام و یکپارچگی در بین کارکنان و مسئولان در خصوص ترویج مناسب فرهنگ زکات.

بعد ۲: عوامل ارتباطی / اطلاعاتی

۱. به کارگیری و همفکری شوراهای محلی و ریش سفیدان و معتمدان محلی برای امر زکات؛
۲. افزایش ارتباطات چهره به چهره با زکات دهندگان؛
۳. آگاه‌سازی مردم در خصوص چگونگی مصرف زکات.

بعد ۳: عوامل ارزشی

۱. تقویت ارزش‌ها و هنجارها در خصوص پرداخت زکات در بین افراد جامعه؛
 ۲. دلجویی و توجه به مستضعفین؛
 ۳. پاسخگویی مسئولین امر در خصوص عملکرد خود؛
 ۴. جهت‌دهی زکات به سمت محرومیت‌زدایی.
- برای اولویت‌بندی عوامل شناسایی شده از آزمون فریدمن استفاده شده است. بر اساس نتایج گزارش شده علت پایین بودن سطح معنی‌داری از حد آستانه ۰,۰۵ رتبه‌بندی صورت گرفته معنی‌دار است و می‌توان رتبه‌بندی‌های صورت گرفته در استان‌های مختلف را از نظر آماری معتبر تلقی کرد. لذا در استان آذربایجان غربی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد به ترتیب آگاه‌سازی، همفکری، ارتباط؛ در استان گلستان اخلاق‌مداری، وجدان کاری، همفکری؛ در استان سیستان و بلوچستان انسجام و یکپارچگی، پاسخگویی، ارتباط؛ در استان کردستان صداقت - راستگویی، وجدان کاری، آگاه‌سازی، در استان کرمانشاه صداقت - راستگویی، آگاه‌سازی، همفکری؛ و نهایتاً در استان خراسان شمالی ارتباط، ارزش و هنجار، وجدان کاری دارای بیشترین اهمیت است. عوامل وجدان کاری، آگاه‌سازی، ارتباط و همفکری دارای بیشترین اشتراک در بین استان‌های کشور است.

سؤال فرعی ۵. راهکارهای عملیاتی برای ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه از نظر خبرگان کدامند؟

- ◇ فرهنگ‌سازی از دوره ابتدایی تا دانشگاه در کتب درسی؛
- ◇ ممانعت از ورود افراد متفرقه در جمع‌آوری زکات؛
- ◇ اخذ زکات از طریق مراکز خرید گندم و تعاونی‌های سراسر کشور؛
- ◇ پرداخت وام‌های قرض‌الحسنه به افراد زکات‌دهنده؛



- ◇ ملزم نمودن افراد متمکن به پرداخت زکات در ارائه تسهیلات دولتی و خدماتی؛
- ◇ موضوع تبلیغ زکات در ماه رمضان و در فصل برداشت محصولات از طریق ائمه جمعه؛
- ◇ مطالبه از تمامی دستگاه‌های عضو شورای زکات در امر جمع‌آوری زکات؛
- ◇ اختصاص خودروی مستقل برای تسهیل در امر تبلیغ زکات به دبیرخانه شورای زکات؛
- ◇ معرفی حجاج به دبیرخانه شورای زکات برای پرداخت زکات اموال قبل از اعزام؛
- ◇ به‌کارگیری و افزایش نیروی مجرب و توانا به مسائل فقهی توسط دبیرخانه شورای زکات؛
- ◇ هماهنگی بودن دبیرخانه شورای زکات، ستاد اقامه نماز و ستاد امر به معروف و نهی از منکر؛
- ◇ ممانعت از استخراج معادن خدادادی بدون پرداخت سهمیه زکات توسط دستگاه‌های مربوطه؛
- ◇ جمع‌آوری زکات در مناطق سنی‌نشین زیر نظر مذهب سنی و با مشورت امام جمعه به شورای زکات با تجربیات مسئول زکات؛
- ◇ ارتباط مستمر با عاملین زکات و روحانیون سطح شهرستان در خصوص تبلیغ و ترویج زکات؛
- ◇ مستندسازی و آگاه‌ساز مردم در خصوص نحوه مصرف زکات؛
- ◇ هماهنگی و ایجاد پایگاه‌های هماهنگی و ایجاد پایگاه‌های جمع‌آوری زکات در فصل برداشت محصولات کشاورزی؛
- ◇ هدفمند کردن زکات جمع‌آوری شده جهت رفع محرومیت‌زدایی؛
- ◇ تبلیغات گسترده و تأثیرگذار در شبکه‌های پرمخاطب در سطح کشور؛
- ◇ تقویت جایگاه دبیرخانه شورای زکات و مسئولین جمع‌آوری زکات؛
- ◇ انتخاب مبلغ متناسب با حرفه و شغل خاص (مثلاً در حرفه پزشکی، مبلغ از خود پزشکان باشد)؛
- ◇ ایجاد سازوکار حکومتی مناسب برای پرداخت زکات قبل از خرید و فروش اموال شامل زکات (همانند پرداخت مالیات قبل از فروش مال)؛
- ◇ ایجاد معاونت زکات در کمیته امداد و یا خارج از آن؛
- ◇ افزایش نیروهای زکاتی خصوصاً در ایام‌های خاص برداشت محصول؛
- ◇ مدیریت موازی کاری در خصوص امر جمع‌آوری؛

- ◇ لحاظ نمودن فعالیت‌ها و دریافتی‌های مراکز مشارکت‌های مردمی همانند مراکز نیکوکاری و خیریه‌ها با عنوان زکات واجب یا مستحبی؛
- ◇ در نظر گرفتن اصل اعتماد در هنگام جمع‌آوری زکات؛
- ◇ فعال‌تر کردن شورای عالی زکات در خصوص ایجاد همبستگی بیشتر بین اعضای سازمان در امر جمع‌آوری زکات؛
- ◇ جهت‌دهی زکات به سمت محرومیت‌زدایی؛
- ◇ ایجاد ساختار حکومتی زکات در نهادهای متولی (همانند ایجاد بخش زکات در جهاد کشاورزی)؛
- ◇ تعامل بیشتر با حوزه‌های اهل تسنن و تشیع در امر زکات؛
- ◇ ایجاد اشتغال از محل زکات.

سؤال فرعی ۶. آیا راهکارهای عملیاتی ترویج فرهنگ زکات در جامعه که خبرگان ارائه نمودند قابلیت اجرایی دارد؟

برای پاسخ‌گویی به این سؤال پرسشنامه‌ای در طیف ۳ درجه‌ای لیکرت طراحی و در اختیار ۱۲ نفر خبره از کمیته امداد استان آذربایجان غربی قرار گرفت. داده‌های گردآوری شده از طریق آزمون فریدمن تجزیه و تحلیل گردید و راهکارهای ارائه شده از نظر میانگین، انحراف از معیار، حداقل، حداکثر و صدک‌های مورد بررسی قرار گرفته است. از ۳۱ راهکار ارائه شده، بیشترین میانگین مربوط به راهکار هدفمند کردن زکات جمع‌آوری شده جهت رفع محرومیت‌زدایی با میانگین $2,9167 \pm 0,28$ است که از ۱۲ نفر خبره، هیچ کدام نمره خیلی کم به آن ندادند و پاسخ‌دهندگان نمره‌های متوسط و زیاد را برای آن اختصاص داده‌اند. همچنین در بین راهکارهای ارزیابی شده راهکار ملزم نمودن افراد متمکن به پرداخت زکات در ارائه تسهیلات دولتی و خدماتی و ایجاد معاونت زکات در کمیته امداد یا خارج از آن به ترتیب $1,5833 \pm 0,90$ و $1,5833 \pm 0,51$ است.

نتیجه‌گیری

نتایج بررسی‌ها نشان داد عوامل مؤثر بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه شامل ۳ بعد اخلاقی / سازمانی، ارتباطی / اطلاعاتی، و ارزشی است. همچنین نتایج نشان داد که بعد ارزشی بیشترین اهمیت را در مدل طراحی شده دارد. علاوه بر این در شناسایی مدل مناسب در حالت هم‌زمان به تفکیک هر استان مشخص گردید که توجه به دلجویی



از محرومان و محرومیت‌زدایی برای استان آذربایجان غربی، اخلاق‌مداری و راستگویی و صداقت برای استان خراسان شمالی، محرومیت‌زدایی، پاسخگویی، ارتباط و آگاه‌سازی برای استان گلستان، دلجویی از محرومان و ارزش‌ها و هنجارها برای استان سیستان و بلوچستان، دلجویی از محرومان، ارتباط و ارزش‌ها و هنجارها برای استان کردستان و نهایتاً ارزش‌ها و هنجارها و انسجام و یکپارچگی برای استان کرمانشاه داری اثر معنی‌دار در ترویج فرهنگ زکات است. همچنین در بررسی مؤلفه‌های مدل به تفکیک مذاهب نیز مشخص شد که در حالت بررسی هم‌زمان متغیرها، متغیرهای محرومیت‌زدایی، پاسخگویی و همفکری برای مذهب شیعه، محرومیت‌زدایی و ارزش‌ها و هنجارها برای مذهب حنفی و ارزش‌ها و هنجارها، ارتباط و دلجویی از محرومان برای مذهب شافعی دارای ارتباط معنی‌داری است. نتایج همچنین مشخص کرد که افکار رهبران مذاهب و علماء دینی بر ترویج فرهنگ زکات در بین افراد جامعه تأثیر ۰,۷۲۴ و کار کردن در افکار و نظرات رهبران مذاهب نیز در ترویج فرهنگ زکات تأثیر ۰,۷۲۴ دارد. در رتبه‌بندی مؤلفه‌های استخراج شده مشخص شد که مؤلفه‌های آگاه‌سازی، صداقت و راستگویی و اخلاق‌مداری دارای بیشترین اهمیت در ترویج فرهنگ زکات در بین استان‌های مورد مطالعه است. نهایتاً نتایج مشخص کرد که مناسب‌ترین راهکار برای عملیاتی شدن شامل هدفمند کردن زکات جمع‌آوری شده جهت رفع محرومیت‌زدایی و در نظر گرفتن اصل اعتماد در هنگام جمع‌آوری زکات است.

پیشنهادات کلی

- با توجه به نتایج حاصل از تحلیل‌های انجام یافته پیشنهاد می‌شود روی سه عامل کلی ذکر شده کار شود و آن‌ها در جامعه هدف تقویت شوند.
- ◇ پیشنهاد می‌شود جهت ترویج فرهنگ زکات از مدل سه بعدی که شامل سه بعد اخلاقی/سازمانی، عوامل ارتباطی/اطلاعاتی و عوامل ارزشی است، استفاده شود؛
 - ◇ در بعد اخلاقی/سازمانی پیشنهاد می‌شود اصول وجدان کاری، مسئولیت‌پذیری، ادب و احترام، صداقت و صراحت، امانت‌داری و الگو بودن در بین کارکنان از طریق برگزاری دوره‌های آموزش عمومی و تخصصی تقویت گردد؛
 - ◇ از مؤلفه‌های دیگر بعد اخلاقی و درون سازمانی شناسایی شده تحقیق انسجام و یکپارچگی می‌باشد بنابراین پیشنهاد می‌گردد برای افزایش فرهنگ زکات اقداماتی همانند بهبود ارتباطات درون و بیرون سازمانی از طریق کاهش لایه‌های زائد

بروکراسی، مدیریت صحیح منابع انسانی با در نظر گرفتن اولویت‌های انگیزشی و عملکردی و توجه به نظرات کارکنان در هنگام تصمیم‌گیری خصوصاً در حوزه زکات بر انسجام و یکپارچگی اجزای سازمانی افزوده گردد؛

◇ از آنجایی که از نظر خبرگان، راهکار عملیاتی هدفمند کردن زکات جمع‌آوری شده جهت رفع محرومیت‌زدایی به‌عنوان مهم‌ترین راهکار در ترویج فرهنگ زکات شناسایی شده است لذا پیشنهاد می‌گردد سازوکار شفاف از مرحله جمع‌آوری تا تخصیص آن جهت رفع محرومیت‌زدایی طراحی گردد تا از این طریق علاوه بر اینکه اعتماد عمومی نسبت به نحوه تخصیص زکات جمع‌آوری شده افزایش می‌یابد همچنین میل باطنی در افراد برای پرداخت زکات نیز تقویت می‌گردد؛

◇ همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق مشخص گردید اصل اعتماد در هنگام جمع‌آوری زکات بسیار اهمیت دارد لذا پیشنهاد می‌گردد در زمان جمع‌آوری زکات گفته‌ها و اظهارات زکات‌دهنده منبای تعامل قرار گیرد؛

◇ علاوه بر این، نتایج تحقیق نشان داد ارتباط مستمر با عاملین زکات و روحانیون شهرستان در خصوص تبلیغ و ترویج زکات می‌تواند به‌عنوان راهکار عملیاتی در ترویج فرهنگ زکات اهمیت داشته باشد. لذا پیشنهاد می‌گردد طی جلسات دوره‌ای با هدف افزایش تعاملات و هم‌اندیشی عاملین زکات و روحانیون شهرستان‌ها برگزار گردد؛

◇ از نتایج مهم دیگر این تحقیق مستندسازی و آگاه‌سازی مردم در خصوص نحوه مصرف زکات بود. لذا پیشنهاد می‌گردد با هدف افزایش شفافیت اطلاعات لازم در این خصوص یا از طریق شبکه‌های ارتباطی (تلویزیون، رادیو، رسانه‌های اجتماعی و مجازی) در غالب برنامه‌های تخصصی و منظم به ارائه گزارش‌های جهت آگاه‌سازی مردم در خصوص نحوه مصرف زکات مبادرت گردد؛

◇ یافته‌های تحقیق نشان داد به‌کارگیری و افزایش نیروی مجرب و توانا به مسائل فقهی می‌تواند در ترویج فرهنگ زکات مؤثر باشد. لذا پیشنهاد می‌گردد توسط دبیرخانه شورای زکات افراد به‌کارگیری شده گزینش و آموزش لازم را دیده باشند.



فهرست منابع

- آهنگران محمدرسول، سنایی حسین (۱۳۹۲). عنوان فارسی: کاوشی نوین در مسأله زکات اسکناس (عنوان عربی: استقصاء جدید فی زکاة العلمة الورقیة). پژوهش‌های فقه و حقوق اسلامی، دوره ۱۰، شماره ۳۴.
- ابراهیم، عبدالله (۱۹۹۵ م.). اداره الزکاة فی مالیزیا- فی: الاطار الموسسی للزکاة؛ ابعاده و مضامینه- تحریر بو علام بن جیلانی و محمد العلمی- المعهد الاسلامی لبحوث و التدريب البنک الاسلامی للتنمیة- جدہ.
- ابن فارس، ابوالحسن احمدین فارس (۱۴۰۴ق.). معجم مقائیس اللغه. قم: بی‌نا.
- ابن منظور، ابوالفضل جمال‌الدین محمدبن مکرم (۱۴۱۴ق.). لسان‌العرب. بیروت: دارالفکر للطباعة و النشر و التوزیع؛ دار صادر.
- ابوالفتح رازی، حسین بن علی (۱۴۰۸ق.). روض الجنان فی تفسیر القرآن. مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی.
- احدی سیف‌اله، فخعلی محمدتقی، حائری محمدحسن (۱۳۹۶). بررسی حکم زکات در ملک متزلزل، فقه و مبانی حقوق اسلامی، دوره ۵۰، شماره ۱.
- احمد، الجعلی بشیر (۱۹۹۵ م.). توزیع الزکاة فی السودان فی: المواد العلمیه لبرنامج التدريب علی تطبیق الزکاة فیالجمتع الاسلامی المعاصر، تحریر منذز قحف، المعهد الاسلامی لبحوث و التدريب، البنک الاسلامی للتنمیة، جد، ۱۴۱۶ ه. ق.
- احمد بت، برویز (۱۹۹۵ م.). دراسه عن حاله تحصیل الزکاة فی پاکستان- فی المواد العلمیه.
- احمد سلامه، عابدین- التطبیق التطوعی و الازامی للزکاة؛ دراسه عن السودان- فی: الاطار الموسسی للزکاة السابق.
- اسکونزاد، محمد مهدی (۱۳۷۵). اقتصاد مهندسی، نشر دانشگاه امیر کبیر.
- اصفهان‌ی، محمدباقر (۱۴۱۰ق.). بحارأنوار الجامعه لدرر أخبار الأئمه الأطهار علیهم‌السلام. بیروت: مؤسسه الطبع و النشر.
- الاسلامی للبحوث و التدريب، البنک الاسلامی للتنمیة، جد، ۱۴۱۶ ه. ق.
- الاشقر، محمدسلیمان و آخرون (۱۹۹۸ م.). اباحت فقیهه فی قضايا الزکاة المعاصرة دار الفئاس اردن، ۱۴۱۸ ه. ق.
- الحزّ العاملی، محمدبن الحسن (۱۴۰۳ ه. ق.). وسائل الشیعه، المكتبه الاسلامیه. تهران، ایران.
- الحسینی، خالدبن عبدالله بن محمد، تجربه بیت الزکاة فی الكويت، فی: المواد العلمیه لبرنامج التدريب المصدر السابق.
- العمر، فؤاد عبدالله (۱۹۹۶ م.). دراسه مؤسسات فی المجتمعات المعاصرة- ذات السلاسل- کویت. ۱۴. فدایی، مهدی و صالحه آتشکار (۱۳۹۲). بهره‌وری عوامل کل مالیات‌های اسلامی در ایران با بررسی عملکرد قانون زکات در ایران روش مال م کوئیست، دو فصلنامه پژوهش‌های مالیة اسلامی، شماره دوم، پاییز و زمستان.

العمر، فؤاد عبدالله، دراسه مقارنه لنظم الزكاة؛ الجوانب العامه و الاداريه و التنظيميه فى: الاطار الموسيقى للزكاة، المصدر السابق.

القحف، منذر، تحصيل و توزيع زكاة؛ تجربيه المملكه العربيه السعوديه فى: المواد العلميه لبرنامج التدريب، المصدر السابق.

القرضاوى، يوسف (۱۹۹۱ م). فقه الزكاة، مؤسسه الرساله، بيروت، ۱۴۱۲ هـ.ق.

انصارى، مرتضى (۱۴۱۵ق). صراة النجاة (محشى). قم: كنگره بزرگداشت شيخ اعظم انصارى. جرجانى، سيد امير ابوالفتح حسيني (۱۴۰۴ق). تفسير شاهى. تهران: بى.نا.

بادبا، مهدى (۱۳۹۸). اثر زكات بر نابرابرى درآمد در ايران، مطالعات اقتصاد اسلامى، دوره ۱۱، شماره ۲.

باقرى، احمد (۱۳۸۶). بازجستى در ادله عباديت زكات و خمس، فصلنامه مطالعات اسلامى، پيايى ۹۷.

بختياروند مريم، هاشمى سيد جلال، نوکاريلى حسن (۵۹۳۱). نقش تربيتى زكات در سبک زندگى اسلامى: استنتاج اصول تربيتى، بصيرت و تربيت اسلامى، دوره ۳۱، شماره ۳۷.

جاوى دى عبداله زاده اول نرگس، اسدزاده احمد، متفکر آزاد محمدعلى، شهراد صداقت (۸۱۳۹). بررسى تأثير زكات بر توزيع ثروت جامعه با استفاده از رويکرد مدل سازى عامل-بنیان، تحقيقات اقتصادى، دوره ۴۵، شماره ۳.

جزيرى، عبدالرحمن، الفقه على مذاهب الاربعه، ج ۱، ص ۳۲۸، بيروت، المكتبه العصريه، ۱۴۲۶ق.

مجموم، عبدالعزيز (۱۹۸۵ م). فريضه الزكاة و تطبيقاتها العمليه فى المملكه العربيه السعوديه، ندوة الزكاة الثانيه بالمملكه العربيه السعوديه.

جوهرى، اسماعيل بن حماد (۱۴۱۰ق). تاج اللغه و صحاح العربيه. بيروت: دارالعلم للملايين. حر عاملى، محمدبن حسن (۱۴۰۹ق). وسائل الشيعه. قم: مؤسسه آل البيت.

حبيبيان نقييى، مجيد، كفشگر، حسين (۱۳۹۵). مقايسه تطبيقى قانون زكات در ايران و ديگر كشوررهای اسلامى. فصلنامه تخصصى دين و قرآن، شماره ۱۲.

حلى، مقدادبن عبدالله سيورى (بى.تا). كنزالعرفان فى فقه القرآن. ترجمه: عبدالرحيم عقيقى بخشايشى، قم: بى.نا.

خادم على، حمزه، مقاره‌اى، محمدحسين (۱۳۹۴). نظريه اجتماعى قرآن، دانشگاه باقرالعلوم.

خمينى، سيد روح الله، توضيح المسائل، ص ۳۸۳، قم، مؤسسه تنظيم و نشر آثار امام خمينى، چاپ اول، ۱۴۲۶ق.

خمينى، سيد روح الله موسى (بى.تا). تحريرالوسيله. قم: مؤسسه مطبوعات دارالعلم.

راغب اصفهانى، حسين بن محمد (۱۴۱۰ق). المفردات فى غريب القرآن. سوريه: المدار الشاميه. راوندى، قطب الدين (۱۴۰۵ق). فقه القرآن. قم: مكتبه آيه الله العظمى النجفى المرعشى.

زبيدى، سيد محمد مرتضى حسيني (۱۴۱۴ق). تاج العروس من جواهر القاموس. بيروت: دارالفكر. شهابى خراسانى، محمود (۱۴۱۷ق). ادوار فقه. تهران: سازمان چاپ و انتشارات.



شعبانی احمد، کاشیان عبدالمحمد (۱۳۹۲). زکات پول از منظر فقه فریقین و بررسی ظرفیت بالقوه آن در فقرزدایی (مطالعه سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۹ اقتصاد ایران)، مطالعات اقتصاد اسلامی، دوره ۶، شماره ۱. شعبانی احمد، کاشیان عبدالمحمد (۱۳۹۵). طراحی سازوکار ورود خمس و زکات به نظام مالیاتی ایران و آثار بالقوه اقتصادی آن، مطالعات اقتصاد اسلامی، دوره ۸، شماره ۲.

شمس احمد، فتحی هفشجانی کیامرث (۱۳۹۴). تحلیل حقوقی و ارائه مدل تصمیم‌گیری چند شاخصه برای گرفتن زکات بر اساس مبانی اسلام، مبانی فقهی و حقوق اسلامی، دوره ۸، شماره ۱۵.

شهید ثانی (۱۴۱۰ق). الروضه البهیة فی شرح اللعنة الدمشقیة. بی‌جا: منشورات جامعه النجف الدینیة. طباطبایی، سید محمدحسین (بی‌تا). المیزان فی تفسیر القرآن قم: مؤسسه الناشر الإسلامی التابعه لجماعه المدرسین بقم المشرفه.

طبری، ابوجعفر محمدبن جریر (۱۴۱۲ق). جامع‌البیان فی تفسیر القرآن. بیروت: دارالمعرفه. طوسی، محمدبن حسن (بی‌تا). التبیان فی تفسیر القرآن. بیروت: دار احیاء التراث العربی. عاملی، ابراهیم (بی‌تا). تفسیر عاملی. تهران: کتابخانه صدوق.

عاملی، علی‌بن حسین (۱۴۱۳ق). الوجیز فی تفسیر القرآن العزیز. قم: دارالقرآن الکریم. قرشی، سید علی‌اکبر (۱۴۱۲ق). قاموس قرآن. تهران: دارالکتب الإسلامیه.

عزتی، مرتضی، شهریار، لیلا (۱۳۹۱). ارزیابی عملکرد کمیته امداد امام خمینی در زمینه گردآوری زکات، نشریه پژوهشنامه مالیات، شماره ۱۶، پیاپی ۶۴.

عزتی، مرتضی، شهریار، لیلا (۱۳۹۱). ارزیابی عملکرد کمیته امداد امام خمینی (ره) در زمینه جمع‌آوری زکات، پژوهشنامه مالیات، شماره ۱۶، زمستان.

عسکری حشمت‌اله، بادپا بهروز (۱۳۹۳). اثر زکات بر مصرف عمومی در ایران، مطالعات اقتصاد اسلامی، دوره ۶، شماره ۲.

عسکری، محمد مهدی، زاهدی وفا، محمد هادی، محمدپور، احمد (۱۳۹۶). اثر زکات در توازن اجتماعی و ثروت جامعه با استفاده از مدل تصادفی، فصلنامه راهبردی بسیج، سال بیست‌ویکم، شماره ۸۱.

غفاری هادی، حسامی عزیزی باقر، بهزادی موحد محمدامین (۱۳۹۷). مقایسه تأثیر مالیات اسلامی زکات با مالیات متعارف بر توزیع درآمد در استان‌های منتخب ایران، مطالعات اقتصاد اسلامی، دوره ۱۱، شماره ۱. فدایی، مهدی، آتشکار، صالحه (۱۳۹۲). بهره‌وری عوامل کل مالیات‌های اسلامی در ایران با روش مالم کوئیست، پژوهش‌های مالیه اسلامی، ۱ (۲).

فرهادیان، علی، وثوق، بلال (۱۳۹۲). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر میزان مشارکت افراد در پرداخت زکات، مطالعات اقتصاد اسلامی، سال سوم، شماره دوم.

قانون الزکاة فی لیبیا (۱۹۸۴ م.). رقم ۸۹ لسنه ۱۹۷۱م الصادره عم مجلس قیاده الثوره فی ۹ رمضان ۱۳۹۱ هـ (۵). الموافق ۱۹۷۱/۱۰/۲۸ م.

قانون الزکاة و الضرائب فی السودان، لسنه ۱۹۸۴ م، الموافق ۵۱۴۰۵ هـ. ۱۸. قانون الزکاة السودانی، عام ۱۹۸۹ م.



قحف، منذر، النماذج المؤسسية التطبيقية لتحصيل الزكاة و توزيعها في البلدان و المجتمعات الاسلاميه - في: الاطار المؤسسي للزكاة- المصدر السابق.

قمي، محمدبن محمدرضا (۱۳۶۸ق). تفسير كنزالدقائق و بحرالغرائب. تهران: سازمان چاپ و انتشارات. لبرنامج التدريب على تطبيق الزكاة في المجتمع الاسلامي المعاصر، تحرير: منذر قحف، المعهد. مرسوم ملكي رقم ۸۶۳۴/۲/۱۷ تاريخ ۱۹۵۱/۴/۷ (م) باستيفاء الزكاة الكامله من الافراد و الشركات (المملكه العربيه السعوديه).

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. <http://rc.majlis.ir/fa/law>. مصطفوی، حسن (۱۴۳۰ق). التحقیق فی کلمات القرآن الکریم. بیروت: دارالکتب العلمیه. مقدس اردبیلی، احمدبن محمد (بی تا). زبده البيان. تهران: المكتبه الجعفریه. مغنیه، محمدجواد، الفقه على مذاهب الخمسه، ص ۱۶۹، تهران، مؤسسه الصادق، ۱۳۷۷ش.

مومن قمی، م. (۱۳۹۰). عنوان فارسی: ولی امر و مالکیت اموال عمومی (۳) خمس - زکات - موقوفات عامه (عنوان عربی: ولی الأمر و ملکية الأموال العامه (۳)). فقه اهل بیت علیهم السلام، ۱۷ (۶۸)، ۳۰-۷۲. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=160733>

مکارم شیرازی، ناصر (بی تا). الأمتل فی تفسیر کتاب الله المنزل (تفسیر نمونه). بی جا: بی نا. ناجی میدانی، علی اکبر، مرتضوی کاخکی، مرتضی، ارشدی، وحید (۱۳۹۱). روش‌های پیاده‌سازی مالیات‌های اسلامی در قوانین مالیاتی عصر حاضر: مطالعه موردی: زکات در مالزی و عربستان، پنجمین همایش مالیات‌های اسلامی.

هاشمی شاهرودی، س. (۱۳۹۰). درسنامه فقه: کتاب زکات (۴) شرایط تعلق زکات شرط مالکیت- شرط تمکن از تصرف. فقه اهل بیت علیهم السلام، ۱۷ (۶۵)، ۵-۴۱. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=148767>

کاشانی، محمدمحسن فیض (۱۴۲۹ق). رسائل فیض کاشانی. تهران: بی نا. کلینی، ابوجعفر محمدبن یعقوب (۱۴۰۷ق). الکافی. تهران: دارالکتب الإسلامیه.

کمیته امداد امام خمینی (ره)، دفتر آمار و فناوری اطلاعات. کیاالحسینی، سید ضیاءالدین (۱۳۹۰). مطالعه تطبیقی اجرای قانون زکات کشور با بعضی از کشورهای اسلامی، دومین همایش مالیات‌های اسلامی.

گیلانی، ابوالقاسم میرزای قمی (۱۴۱۳ق). جامع الشتات فی أجوبه السؤالات. تهران: مؤسسه کیهان. محمودی، محمدرضا (۱۴۲۹ق). مناسک حج (محتشی). تهران: بی نا.

یزدی، سید محمد کاظم طباطبایی (۱۴۱۵ق). سؤال و جواب (للسید یزدی). تهران: مرکز النشر العلوم الإسلامیه.

یزدی، سید مصطفی محقق داماد (۱۴۰۶ق). قواعد فقهی. تهران: مرکز نشر علوم اسلامی.



References

- Asiati, D.I., Nopriyansah,R,. (2020). Determinants of Zakat Behavior, International Journal of Business, Management and Economics, 1 (2).
- Aziz Ur Rehman, Ejaz Aslam, Anam Iqbal (2020). give zakāt on employment income: evidence from the Kingdom of Saudi Arabia, The current issue and full text archive of this journal is available on Emerald Insight at:<https://www.emerald.com/insight/1319-1616.htm>
- Danielle Widmann Abraham (2018). ZAKAT AS PRACTICAL THEODICY: PRECARIY AND THE CRITIQUE OF GENDER IN MUSLIM INDIA, JOURNAL OF MUSLIM PHILANTHROPY & CIVIL SOCIETY (DOI: 10.2979/muslphilcivisoc.2.1.02)
- Diah Isnaini Asiati & Reza Nopriyansah (2020). Determinants of Zakat Behavior, International Journal of Business, Management & Economics Research.
- Einstein, D. (2006), Does one contribution come at the expense of another? Empirical evidence on substitution among charitable donations, Mumbai: Jaico Publishing House.
- Wahab N Abd, Rahman A R A (2015). Efficiency of zakat institutions and its determinants. In H A El-Karanshaw et al. (Eds.), Access to finance and human development – Essays on zakah, awqaf and microfinance. Doha, Qatar: Bloomsbury Qatar Foundation.

