

محددات سلوك المستهلك المسلم

د. إبراهيم البطاينة**

د. حسين الزيود*

تاريخ قبول البحث: ٢٠١١/١١/١٣م

تاريخ وصول البحث: ٢٠١١/١/٦م

ملخص

بينت الدراسة أن سلوك المستهلك المسلم في ضوء الاقتصاد الإسلامي ينطلق من عدة ضوابط وقيود غايته تحقيق المنفعة من كل عملية استهلاك، فالمستهلك المسلم يفترض به أن يكون رشيداً واعياً، وقد وفر له الإسلام من خلال توجيهاته أرضية صلبة لعملية الرشد والعقلانية، كما تتفاعل القيم الإيمانية والقيم الأخلاقية للمستهلك المسلم وينجم عنها سلوك سوى يقوده نحو الحلال الطيب النافع والمرضي والذي يعينه على عبادة الله وطاعته، وكذلك يضبط احتياجاته في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية ومبادئها.

كما إن فكرة المستهلك في الاقتصاد الإسلامي تختلف عن فكرة المستهلك في الاقتصاد الوضعي، فالمستهلك المسلم يجمع بين المادة والروح بينما المستهلك غير المسلم لا يهتم إلا بالماديات فقط، ومن ثم نستخلص أن سلوك المستهلك المسلم هو نموذج أمثل.

Abstract

This study shows that consumer behavior is recognized in the light of Islamic economics is based on several criteria and restrictions than mutual benefit of all the consumption, Consumers Muslim is supposed to be rational and conscious, has provided him with Islam through directives solid ground for the process of maturity and rationality, and interact values of faith and values ethical consumer Muslim and the resulting behavior only led to beneficial good and sick, who is appointed to worship God and obey him, as well as controlling its needs in the light of the provisions and principles of Islamic Law.

And the idea of the consumer in the Islamic economy is different from the idea of the consumer in the economic theory; the Muslim Consumers combines the material and spirit, while consumer non-Muslim is only interested in worldly issues only, and therefore conclude that the Muslim consumer behavior is the optimal model.

المقدمة:

أكبر قدر ممكن من لذات الدنيا؛ مما أدى إلى أن أصبح الفرد يلهث وراء النزوات والشهوات.

أما سلوك المستهلك المسلم في ضوء الاقتصاد الإسلامي فإنه ينطلق من عدة ضوابط وقيود غايته تحقيق المنفعة من كل عملية استهلاك وفق ما يسمى (تفضيل المستهلك) الذي يفترض فيه الإسلام الرشد والعقلانية عند اتخاذ قراره بالاستهلاك.

ويحكم سلوكيات المستهلك ضوابط شرعية مستنبطة من مصادر الشريعة الإسلامية منها على سبيل المثال: الحلال والطيبات والأولويات الإسلامية والاعتدال وتجنب الإسراف والتبذير والتقتير والتقليد المخالف لشرع الله وكذلك تحريم التعامل مع أعداء الدين

يُعتو الاستهلاك أحد مكونات الدخل القومي للمجتمع وإن دراسة الاستهلاك لها أهمية كبيرة في الاقتصاد؛ حيث إنه يوجّه الإنتاج ويعمل على تحقيق الموازنة الكاملة بين الإمكانيات المتاحة والحاجات، وأن للمستهلك حقوقاً تتمثل في حق المعرفة وحق الاختيار وحق الأمان وحق الاهتمام ويهدف الاستهلاك في الاقتصاد المعاصر إلى تحقيق المنفعة للفرد دون النظر إلى كونها مشروعة أو غير مشروعة، وبالتالي فلا يقف الاستهلاك عند حدٍّ معين، بل يتعدى ذلك إلى الوصول إلى

* أستاذ مساعد، كلية إدارة المال والأعمال، جامعة آل البيت.

** أستاذ مشارك، كلية إدارة المال والأعمال، جامعة آل البيت.

إلا لضرورة معتبرة شرعاً.

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال الاعتبارات الآتية:

١ إن حلول المشكلة الاقتصادية التي شغلت بال العلماء، وجعلوها موضوعاً لعلم الاقتصاد وينظر لها النظام الرأسمالي والاشتراكي من خلال مبادئه وتصوراته المادية تأتي قاصرة عن تحقيق الغاية. لذلك يرى الباحث في نمط وقواعد الاستهلاك في الإسلام دوراً كبيراً في علاج هذه المشكلة.

٢ من المعروف أن للعالم الإسلامي قيمه الاجتماعية الخاصة به ومن ثم وجود سلوك استهلاكي للمسلمين يختلف عن السلوك الاستهلاكي عند غير المسلمين. لذلك جاءت هذه الدراسة لمحاولة إبراز محددات سلوك المستهلك المسلم.

٣ جاءت هذه الدراسة لسد النقص الملموس في البحوث المتخصصة حول استخدام التحليلات الاقتصادية الكمية بصفة عامة والمتعلقة بسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي بصفة خاصة، لا سيما في المجال الرياضي والإحصائي.

مشكلة الدراسة:

- ١ ما ضوابط سلوك المستهلك المسلم؟
- ٢ بماذا يتميز سلوك المستهلك المسلم عن سلوك المستهلك غير المسلم؟
- ٣ ما أثر القيم الإيمانية على سلوك المستهلك؟

فرضيات الدراسة:

- ١ يحكم سلوكيات المستهلك المسلم ضوابط شرعية مستنبطة من مصادر الشريعة الإسلامية.
- ٢ يوجد أثر للقيم الإيمانية على سلوك المستهلك.
- ٣ عقيدة المستهلك المسلم تجعله يتميز عن المستهلك غير المسلم.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة لبيان أهمية الاقتصاد الإسلامي من

ولقد وضع علماء الاقتصاد الإسلامي المعاصرون نماذج بيانية لسلوك المستهلك المسلم، وأوضحوا العلاقة بين التغير في الدخل والاستهلاك، وكذلك العلاقة بين التغير في الأسعار والاستهلاك وخلصوا إلى أن هناك حدوداً دنياً وحدوداً قصوى لا يجب للمستهلك المسلم تجاوزها مهما زاد الدخل أو انخفضت الأسعار وهي حدود الإسراف والتقتير.

كما أن استهلاك السلع والخدمات في الإسلام لم يترك عبثاً دون قيود أو ضوابط تنظم هذا الاستهلاك؛ لأن الإفراط فيه وخروجه عن المسار السليم سيؤدي إلى أزمات اقتصادية كالتالي نعيشها اليوم والتي أنهكت كبرى الاقتصاديات في العالم ودمرت بنیان كبرى الشركات وأجبرتها على إعلان إفلاسها، فالاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي هو "الاستهلاك الرشيد" المنضبط بقيود تعود بالنفع والفائدة على اقتصاد الأمة وتزيده قوة ومثانة، وليس ذلك الاستهلاك الذي نراه اليوم في دول الشرق والغرب استهلاك ترفي كماله زائد عن الحاجة فرضته وشجعت عليه وسائل الإعلام المعاصرة والتي لم يكن لها غاية سوى دفع الناس إلى استهلاك ما يحتاجون وما لا يحتاجون حيث جندت من أجل ذلك كل ما تملك من طاقات بقصد الترويج للمنتجات، حتى بات المستهلك يضطر إلى الاستدانة والاقتراض من البنوك والمصارف بغية إشباع حاجاته ورغباته التي ليس لها حدود دون تحقيق أية منفعة، والباحث في أسباب الأزمة المالية العالمية الحالية يجد أن لها جذران أساسيان هما الرغبة في الاستهلاك المفرط ونظام الفائدة المجحف.

كما إن الاستهلاك في الإسلام هو استهلاك رشيد منضبط يسهم في بناء الاقتصاد، فالله ﷻ اختار للإنسان ما ينفعه ويعينه على أداء رسالته في الحياة وما على المسلم سوى إتباع نهج الله والابتعاد عما نهى عنه ليكون حينها مستهلكاً رشيداً عقلانياً واعياً يسهم في صنع اقتصاد أمته وبناء طاقاتها لا وسيلة هدم لها.

المستهلك، تحليل سلوك المستهلك في الاقتصاد الوضعي.
المطلب الثاني: دوافع الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي،
 تحليل سلوك المستهلك المسلم.
المطلب الثالث: ضوابط الاستهلاك في الإسلام وتوازن
 المستهلك المسلم.

الدراسات السابقة:

لاقى موضوع الاستهلاك في الإسلام وما زال
 يلقى اهتماماً متزايداً من قبل الباحثين. وبالرغم من أن
 أدبيات هذا الموضوع تزخر بالعديد من الدراسات إلا أننا
 سنعرض هنا الدراسات ذات العلاقة بموضوع هذه
 الدراسة.

١ ومن الدراسات التي أجريت حول الاستهلاك في
 الإسلام تلك الدراسة التي قام بها (Nazlida)^(١)،
 بهدف استكشاف طبيعة الفتوى في الإسلام، وأثر
 أحكامها على المستهلكين المسلمين. وبينت نتائج
 الدراسة أن أحكام الفتوى في مجال القضايا
 الاقتصادية لها تأثير على سلوك المستهلكين في
 السوق الإسلامية، كما أن المستهلكين المسلمين
 يميلون إلى الحصول على معلومات بشأن مزيد من
 الأحكام المثيرة للجدل من خلال مصادر الفتوى
 الأقل رسمية.

٢ أما (شريف)^(٢) فقام بدراسة السلوك الاستهلاكي من
 خلال دراسة الاستهلاك وأثره في الاقتصاد وعرض
 الآثار البيئية لسلوك المستهلك بهدف تعظيمها وعرض
 الآثار البيئية السلبية بهدف تقليل آثارها وصولاً إلى
 وقف التدهور البيئي المستمر، وعرض رؤية الإسلام
 في تحديد الضوابط التي تعمل على ترشيد سلوك
 المستهلك. وبينت الدراسة أن الاقتصاد الإسلامي حمل
 طابع الوسطية، وأن اتباع القيم الإسلامية كقيل
 بالقضاء على العديد من الأزمات الاقتصادية التي
 يعاني منها عالمنا المعاصر.

٣ وفي دراسة قام بها (Hasan)^(٣) لاختبار معنوية
 وطبيعة مصطلح تعظيم المنفعة والربح في نظرية

خلال ما يفرض من ضوابط شرعية على سلوك المستهلك
 وإلى جانب هذا الهدف الرئيس، فإنه توجد مجموعة من
 الأهداف الجزئية التي نصير إلى تحقيقها وهي:

- ١ توضيح ما يحكم سلوكيات المستهلك المسلم من
 محددات شرعية مستنبطة من مصادر الشريعة
 الإسلامية.
- ٢ بيان أثر القيم الإيمانية على سلوك المستهلك.
- ٣ توضيح أن عقيدة المستهلك المسلم تجعله يتميز عن
 المستهلك غير المسلم.

منهج الدراسة:

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي
 بهدف الإحاطة بمختلف الجوانب النظرية للموضوع
 ابتداءً من تعريف الاستهلاك وصولاً إلى التحليل النظري
 للاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي بالإضافة إلى
 استخدام المنهج الكمي والمتمثل في الأدوات الإحصائية
 والقياسية بحيث يساعد ذلك في تحليل وفهم سلوك
 المستهلك المسلم.

دوافع اختيار الموضوع:

- ١ ميل الباحثين للتركيز على استخدام التحليل الكمي
 في تحقيق هدف الدراسة.
- ٢ نقص الدراسات المتخصصة حول هذا الموضوع
 وخاصة فيما يتعلق بدراسة سلوك المستهلك المسلم.
- ٣ محاولة القيام بنمذجة سلوك المستهلك المسلم وتمييزه
 عن سلوك المستهلك غير المسلم.

موقوفات البحث:

- ١ نقص المراجع في هذا المجال وبخاصة في مجال
 القياس الاقتصادي التطبيقي.
- ٢ عدم الاهتمام الكافي بهذا النوع من البحوث والتي
 تعتبر من أهم البحوث الاقتصادية الكمية.

خطة الدراسة:

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: مفاهيم الاستهلاك، المستهلك وسلوك

الاستهلاكية على مستوى الفرد ومستوى الدولة. وجدت الدراسة أن الشريعة الإسلامية مجموعة من الأحكام والمبادئ العامة التي تحكم سلوك المسلم في مجال الإنفاق بهدف تحقيق إشباع الحاجات الأصلية بدون سرف أو مخيلة غير متجاوز للقصد، وتعتبر هذه الأحكام والمبادئ بمثابة الضوابط التي يلتزم بها المسلم عند اتخاذ قرار الإنفاق، كما تعتبر المعايير والمقاييس لتقويم أدائه الإنفاقي وبيان التجاوزات أو المخالفات لتصويبها حتى يرجع إلى الرشد وإلى السلوك القويم.

وباعتبار أن للعالم الإسلامي قيمه الاجتماعية الخاصة به، نحاول في هذه الدراسة القيام بدراسة محددات المستهلك المسلم، وذلك من خلال التطرق إلى مختلف ضوابط الاستهلاك في الإسلام، بالاستعانة بالمعادلات الرياضية والرسومات البيانية.

المطلب الأول

مفاهيم الاستهلاك والمستهلك

لم يكن للاستهلاك مجال في الدراسات الاقتصادية قديماً واعتبره الاقتصاديون في السابق خارج مجال علم الاقتصاد لتأثره بعوامل غير اقتصادية كالمناخ والتقاليد الاجتماعية وهيكل السكان والموقع الجغرافي^(٧)، وفيما بعد تم إدخال الاستهلاك ضمن علم الاقتصاد للافتتاح بأن الاقتصاد يتأثر بالاستهلاك كما أن الاستهلاك يتأثر بالاقتصاد وأصبحت أهمية الاستهلاك تكمن في كونه غاية النشاط الإنتاجي لان المنتجين ينتجون السلع لإشباع الحاجات الاستهلاكية للناس فإذا لم يقم أحد بعملية الاستهلاك فلن تقوم نشاطات إنتاجية.

تعريف الاستهلاك لغةً واصطلاحاً:

يعرف الاستهلاك اصطلاحاً بأنه "استعمال السلع والخدمات بقصد الإشباع المباشر لحاجات الإنسان"^(٨). "إن الاستهلاك هو استعمال السلع والخدمات لغاية إشباع الحاجيات والرغبات الإنسانية". كما عرف الاستهلاك بأنه المحرك الأساسي للإنتاج وغايته النهائية، ولهذا فان

السعر، ومدى توافرها مع الاقتصاد الإسلامي، ووجد الباحث تعارض هذه المصطلحات مع القيم الإسلامية. كما أن المستهلك في ظل الاقتصاد الإسلامي يعمل على تعظيم المنفعة بما فيها المنفعة الروحية وضمن تعاليم الإسلام، كما أوصى الباحث بضرورة إضافة القيم والاعتبارات الاجتماعية للإسلام في افتراضات النظريات الاقتصادية.

وفي دراسة أخرى (Hasan)^(٩) بين فيها أن الاستهلاك في الإسلام أقل والادخار أكثر ومن ثم تحقق وفورات أكبر في ظل الاقتصاد الإسلامي مقارنة مع الاقتصاد الوضعي، كما بينت الدراسة أنه لا يوجد مجال للمخاوف التي أثرت في بعض الأوساط عن عملية الأسلمة الجارية حالياً في بعض المجتمعات المسلمة والتي تدعي أن الأسلمة في المعاملات تؤدي إلى تخفيض إمكانات الاستثمار مما يعوق التقدم الاقتصادي.

وقامت (أسماء)^(١٠) بدراسة أثر الضوابط الشرعية للإنفاق والاستهلاك في ظل السنة النبوية. وقد وجدت الدراسة أن الملكية في الإسلام ليست مطلقة وإنما هي بضوابط ونظم ومن هذه النظم أنه لا يجوز للواحد أن يكنز ماله، كما بينت الدراسة أن الإسلام اهتم بالمستهلك من حيث الترشيح والتوجيه ووضع مجموعة من الضوابط التي إن التزم بها كانت قراراته رشيدة وحصل على أقصى إشباع مادي ومعنوي، وأن هناك جهات مسؤولة عن حماية المستهلك: أهمها جهاز الحسبة وجمعيات حماية المستهلك، وأن قيام الجهات المسؤولة عن حماية المستهلك تزرع الثقة والأمان والسلامة في قلب ونفس المستهلك.

وأخيراً وفي دراسة (شحاتة)^(١١) عن أثر القيم الإسلامية التربوية والضوابط الشرعية على سلوك المستهلك المسلم وتأصيل ذلك من مصادر الشريعة الإسلامية، وتقديم نموذج إسلامي للسلوك الاستهلاكي يمكن الاستعانة به في اتخاذ القرارات

الاستهلاك الذي يكون "من حق المستهلك فعله، بشرط الحفاظ على مصلحته ومصلحة المجتمع"^(١٤) وذلك سواء كان الاستهلاك هائياً أو وسطياً، مع الابتعاد عن الاستهلاك الذي تكون الغاية منه جلب الأنظار.

المستهلك في الاصطلاح الشرعي هو: "من يقوم باستعمال السلع والخدمات؛ لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس هدف إعادة بيعها، أو تحويلها، أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني"^(١٥)، غير أن استعمال المستهلك للسلع والخدمات في الاقتصاد الإسلامي، ينبغي أن يكون مقيداً بضوابط الشريعة الإسلامية.

ثم إن المستهلك في النظرية الاقتصادية الغربية يسعى لتحقيق أقصى "منفعة" لنفسه من وراء إنفاق دخله المحدود والأصل في هذا التصور الاستقلالي أو الأثاني لشخصية الفردية في الغرب.

والإسلام لا يقر بهذا التصور حيث إن المستهلك (الفرد) المسلم جزء من جماعة المسلمين لا يتجزأ عنهم وتبدأ صلة الفرد بالجماعة أولاً عن طريق الأسرة (شاملة الأقارب)، وثانياً عن طريق الجيران (الحي أو القرية) وثالثاً عن طريق الوطن بمفهومه الإسلامي الواسع وليس بالمفهوم الجغرافي أو السياسي. ومن هنا فإنه بصفة عامة يختلف مفهوم المستهلك في الاقتصاد الإسلامي عنه في الاقتصاد الوضعي"^(١٦).

مفهوم سلوك المستهلك:

تعريف السلوك: "السلوك هو عبارة عن نشاط يصدر عن الكائن الحي، نتيجة لعلاقته بظروف منبهات معينة، ويمثل هذا في محاولاته المتكررة للتعديل، أو التغيير من هذه الظروف، حتى تتناسب مع مقتضيات حياته، وحتى يتحقق له البقاء ولجنسه الاستمرار"^(١٧).
فالسلوك الإنساني يتحقق عن طريق اندماج وتفاعل الظروف الخارجية، مع ما يعتري الإنسان من نشاط داخلي، مما ينتج عنه استجابة قد تكون لفظية أو حركية.

الاستهلاك هو الهدف الاقتصادي الرئيس في أي مجتمع^(٩). وقد عرفه قاموس علم الاقتصاد بأنه: عملية إتلاف السلع والخدمات بعد إشباع حاجيات الأشخاص من هذه السلع والخدمات.

تعريف المستهلك لغةً:

من الموضوعات التي احتدم الخلاف حولها، موضوع تعريف المستهلك "Consumer" لأن صفة المستهلك يمكن أن تطلق، ليس فحسب على من يحصل على متطلباته الأساسية أو الكمالية لسد حاجاته الشخصية أو الأسرية، بل أيضاً على من يشتري سلعة أو خدمة لأغراض صناعته أو حرفته. وبالرجوع إلى معاجم الاقتصاد وقواميسه، نجد تعريفات أخرى، نختار منها الآتي:

٤ جاء في "معجم المصطلحات التجارية التعاونية" هذا التعريف: "المستهلك الفرد الذي يستهلك السلع سواء كانت مؤقتة أو معمرة أو ينتفع بالخدمات ويقابله المنتج الذي يقوم بإنتاج السلع"^(١٠).

٥ أما في "معجم مصطلحات الاقتصاد المال والأعمال" نجد التعريف الآتي: "المستهلك: الشخص الذي يستعمل أو يستهلك البضاعة أو الخدمات لمنفعته وفائدته الخاصة تمييزاً له عن الذي يتاجر بها أو يوزعها أو ينتجها"^(١١).

٦ بينما نجد "القاموس الاقتصادي" يعرف المستهلك بأنه "الذي يستهلك السلع والخدمات لتلبية حاجاته"^(١٢)، وعليه فإن المستهلك يصرف قسماً من دخله لشراء السلع والخدمات الضرورية ويذخر الباقي.

تعريف الاستهلاك اصطلاحاً:

الاستهلاك هو: الإتلاف فيما ينفع، أو هو زوال المنافع التي وجد الشيء من أجل تحقيقها، وإن بقيت عينه قائمة^(١٣)، فالاستهلاك في الاصطلاح الشرعي إذاً هو عبارة عن: استخدام السلع والخدمات، فيما يحقق المنفعة للفرد، مع الالتزام بضوابط الشريعة. إن الاستهلاك المشروع الذي يدعو إليه الاقتصاد الإسلامي هو ذلك

تعريف سلوك المستهلك:

يقصد بسلوك المستهلك: "مجموعة الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الفرد في موقف معين، وبحسب إمكاناته المتاحة، والمعبر عنها بقراره في شراء المنتج، الذي يتوقع بأنه يشبع حاجاته ورغباته فيها لحظة الشراء^(١٨).

فسلوك المستهلك ما هو إلا عبارة عن تلك الأفعال والتصرفات التي يتبعها الأفراد، من أجل الحصول على سلعة أو خدمة ما، حيث يقوم المستهلك بعملية الاختيار ما بين البدائل المطروحة أمامه، ويتم ذلك وفق الإمكانيات المتاحة للمستهلك وفي حدود دخله.

تحليل سلوك المستهلك في الاقتصاد الوضعي:

توجد نظريتان أساسيتان في الاقتصاد الوضعي، تتناولان تحليل سلوك المستهلك وهما: نظرية المنفعة الحدية ونظرية منحنيات السواء.

أولاً نظرية المنفعة الحدية (النظرية الكلاسيكية): "إن المقصود بالمنفعة الحدية هو: مقدار المنفعة التي يحصل عليها المستهلك، من استهلاك وحدة إضافية واحدة من سلعة، خلال فترة معينة"^(١٩) وتقوم هذه النظرية على مجموعة من الافتراضات التي يتسم معظمها بالمغالاة في عدم الواقعية ومن بينها افتراض الرشد الاقتصادي للمستهلك: أي أن المستهلك يتصرف بطريقة منطقية، وينفق دخله بالطريقة التي تحقق له أقصى إشباع أو منفعة ممكنة.

"إن المستهلك قادر على قياس المنفعة التي يستمدّها من سلعة أو خدمة ما، بوحدات عددية يطلق عليها وحدات المنفعة، وهذه الوحدات العددية لها كل خصائص الأعداد الجبرية، من حيث التساوي والتضاعف، وهي وحدات شخصية تختلف من مستهلك لآخر، حيث أنها تعتمد على ذوق المستهلك ورغباته"^(٢٠) هذه المنفعة المتحصّل عليها باستهلاك وحدة إضافية من سلعة أو خدمة معينة، تتناقص بزيادة المقدار المستخدم من هذه السلعة أو الخدمة.

"أن المستهلك يكون على علم تامّ بالبدائل المتوقّرة

له من السلع والخدمات، وأنه قادر على تقويم تلك البدائل؛ أي إن المستهلك قادر على الاختيار بين تلك البدائل وبطريقة يُعظّم فيها منفعته من الاستهلاك، فالمستهلك الرشيد اقتصادياً يختار غالباً البدائل، التي يتوقع أنها تزيد من إشباعه أو من رفايته الشخصية بالنسبة إلى تكاليفه، ولا يُقدّم على اختيار البديل الأقل قيمة عندما تتساوى تكلفته مع غيره من البدائل^(٢١).

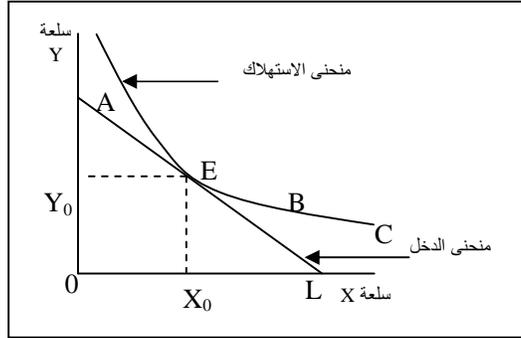
"إن هذا التحليل الكلاسيكي لسلوك المستهلك، يستند أساساً على مجموعة افتراضات تفتقر إلى الواقعية؛ إذ تفترض في المستهلك العقلانية أو ما يسمّى بالرشادة الاقتصادية، التي تمكنه من المفاضلة بين البدائل المطروحة أمامه، وبين مقدار الدخل الذي يملكه، وذلك لأجل تحقيق أقصى إشباع ممكن، من خلال قياسه للمنفعة التي تعود عليه من استهلاك السلع والخدمات، وهذا ما جعل علماء الاقتصاد المعاصر يتجهون إلى التحليل الحديث الذي يستند على منحنيات السواء.

ثانياً نظرية منحنيات السواء (النظرية الحديثة): "هذه النظرية تستند إلى استخدام منحنيات السواء في تفسير سلوك المستهلك أي الإشباع المتماثل نظراً لعدم قابلية المنفعة للقياس، والتحليل الحديث يستند فقط على رشادة المستهلك؛ أي أن المستهلك عند اختياره بين السلع والخدمات المختلفة، لا يقوم بقياس المنفعة التي تعود عليه من استهلاك كل منها، وإنما يبني اختياره فقط على أفضلية الحصول على وحدات إضافية من هذه السلعة أو الخدمة أو تلك"^(٢٢)، "فالمستهلك يستطيع أن يرتّب المجموعات السلعية المختلفة المتاحة له، على حسب مستوى الإشباع الذي تحقّقه كل منها من وجهة نظره، ترتيباً تصاعدياً أو تنازلياً"^(٢٣)، وبهذا فكل ما يقوم به المستهلك من خلال هذه النظرية؛ هو عملية المفاضلة بين مجموع السلع والخدمات المطروحة أمامه، للحصول على وحدات إضافية منها وهذا الأمر نجده يختلف من شخص لآخر، حسب الأدواق وما يتمتّع به من رشادة اقتصادية، التي تختلف من شخص لآخر، بل

ميل منحنى الاستهلاك، والشكل رقم (1) يبين توازن المستهلك عند النقطة (E) وأي نقطة خلافاً لهذه النقطة لا تحقق توازن المستهلك، وهي تحقق أقصى إشباع ممكن في حدود الدخل المتوفر، ويكون معدل الإحلال الحدي للسلعة X محل السلعة Y مساوياً لنسبة السعر بينهما^(٢٤).

تختلف لدى الشخص نفسه، وذلك باختلاف المكان والزمان والظروف المحيطة كون المستهلك في الفكر الوضعي غالباً ما يقوم باستهلاك سلعة أو خدمة لا حاجة له فيها، وإنما رغبة في التباهي والتقليد، وتعتبر هذه النظرية أن المستهلك في حالة التوازن وتعظيم المنفعة في الحالة التي يكون فيها ميل خط الدخل =

شكل (1)



حيث أنه في حالة التوازن سيكون:

$$\frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة Y}}{\text{ثمن السلعة Y}} = \frac{\text{ثمن السلعة X}}{\text{المنفعة الحدية للسلعة X}} = \text{معدل الإحلال الحدي للسلعة X محل السلعة Y}$$

وهو ميل منحنى السواء.

المطلب الثاني

دوافع الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي

الموارد المتاحة له، بل لم ينظر إلى حاجات الإنسان الحقيقية، وعليه فيمكن القول أن حاجات الإنسان محدودة، أو على الأقل قابلة للتحديد^(٢٥) وتعرّف الحاجة في الاقتصاد الإسلامي بأنها: "كل رغبة مشروعة تتطلب الإشباع"^(٢٦)؛ فمن خلال هذا التعريف نستنتج أن الحاجة في الاقتصاد الإسلامي، تختلف عنها في "الاقتصاد الوضعي بشرط واحد، ألا وهو كون الرغبة يجب أن تكون مشروعة، وهو قيد يخرج من التعريف كل رغبة غير مشروعة، وهي التي تحيد عن المسار، الذي رسمه الإسلام للفرد في إشباعه لحاجاته، كالرغبة في شرب الخمر، فالحاجة الحقيقية إذاً تتمثل أساساً في: الغذاء الكافي الذي يشبع الحاجة دون إسراف أو تقتير، اللباس الذي يستر العورة ويقي من الحرّ والبرد، المسكن الذي يدقق الراحة، العلاج، التعليم^(٢٧)،

إن المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، تحفزه مجموعة من الدوافع، التي أقرّها وبينتها الشريعة الإسلامية، والتي تدفعه لاستهلاك، فهي تعتبر ذات أهمية؛ إذ إنها تميز المستهلك المسلم عن غيره، ذلك أن المستهلك في الاقتصاد الوضعي، أهمّ ما يدفعه للاستهلاك هو إشباع حاجة لديه، سواء كانت مشروعة أم لا، بينما المستهلك في الاقتصاد الإسلامي فإن ما يدفعه للاستهلاك؛ هو الحاجة المشروعة (حاجة حقيقية)، وابتغاء الثواب من عند الله.

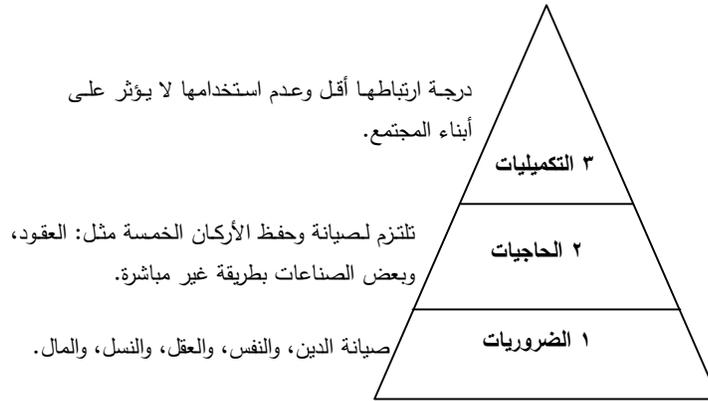
الحاجة الحقيقية: "يعتبر الفكر الاقتصادي الوضعي، أن الحاجات الإنسانية غير محدودة، في مقابل الموارد المحدودة، متجاهلاً دور الإنسان في الإنتاج باستخدام

حاجات تحسينية: "ومعناها الأخذ بما يليق من محاسن العادات، وتجنب الأحوال المندسات التي تأنفها العقول الراجحات"^(٣٣).

الثواب (الأجر): إذا كان الدافع الأول للمستهلك في الاقتصاد الإسلامي هو إشباع حاجة حقيقية له، ملتزماً في ذلك بضوابط الشرع في الاستهلاك، فإن الهدف الثاني له هو بلوغ ثواب. حيث يعتبر الإسلام أن إشباع الحاجات لا يتم إلا بالطيبات لقول الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُونَ﴾ [البقرة: ١٧٢].

ويؤشر الشكل التالي ترتيب هذه المستويات^(٣٤):

شكل (٢)



الصعوبات أن الباحثين يتعاملون مع نصوص مجردة لا مجتمع فعلي قائم، والسبب في ذلك أننا لا نجد في الواقع المعاصر مجتمعاً إسلامياً يلتزم التزاماً إسلامياً تاماً.

فالإسلام كمنهج حياة يستمد منه التشريعات التي تنظم الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وبالتالي فإن مجتمع من المجتمعات الإسلامية المعاصرة لا يصلح بصفة عامة أن يكون مجالاً لبحث السلوك الملتزم للمستهلك المسلم، وذلك أن السلوك الحقيقي للمستهلك المسلم هو السلوك الذي ينضبط مع القواعد والأخلاق الاستهلاكية. كما أن طبيعة النشاط الاقتصادي

أيضاً نجد أن هذه الحاجات لا تقع كلها في نفس الترتيب فقد تكون: حاجات ضرورية: وهي التي "لا بد منها في قيام مصالح الدين والدنيا، بحيث إذا فقدت لم تجر مصالح الدنيا على الاستقامة"^(٣٨)، مثل: "المنتجات الغذائية الأساسية الزراعية والصناعية، مياه الشرب النقية"^(٣٩).

حاجات حاجية: وهي التي يفقر إليها من حيث التوسعة ورفع الضيق، المؤدي في الغالب إلى الحرج والمشقة، اللاحقة بفوت مطلوب...، ولكنه لا يبلغ مبلغ الفساد العادي المتوقع في المصالح العامة^(٣٠)، "أي إنه لا ينتج عن عدم توافرها مشقة زائدة"^(٣١)، ومن أمثلتها: "السلع والخدمات المتطورة التي تعمل على تحسين الظروف المعيشية للأفراد"^(٣٢).

حيث تنقسم الطيبات إلى نوعين:

- ١ طيبات حرة: أو ما يعرف بالسلع والخدمات غير الاقتصادية، وهي ما يحصل عليه الإنسان في أي أرض أو تحت السماء بدون أن يدفع مقابله كالهواء وأشعة الشمس.
- ٢ طيبات اقتصادية: وهي ما يعمل فيها الإنسان ويبدل قدراته العلمية والجسمية ليتسنى له الحصول عليها.

تحليل سلوك المستهلك المسلم:

تواجه الباحثين في الاقتصاد الإسلامي صعوبات كبيرة في تحليل سلوك المستهلك المسلم، وأهم هذه

متشابهات لا يعلمهم كثير من الناس، فمن اتقى الشبهات فقد استبرأ لدينه وعرضه... الحديث^(٣٥). ويحكم هذا الضابط القاعدة الشرعية: الأصل في المعاملات الحل ما لم يتعارض مع نص من الكتاب والسنة.

ومن المنظور الإيماني يحقق الإنفاق في مجال الحلال إشباع نفسي معنوي للإنسان يتمثل في الرضا والاطمئنان والبركة حيث أن الطاعات تجلب الأرزاق وأن الذنوب تمحقها^(٣٦).

والاستهلاك عبادة وطاعة أمر يتميز فيه الاقتصاد الإسلامي عن غيره من الأنظمة حيث تجعل النظرية الاقتصادية المعاصرة من عملية إشباع الإنسان لحاجاته الهدف النهائي من النشاط الاقتصادي وأي قصور في تحقيق هذا الإشباع المادي يعتبر من منفضات الحياة لدى الفرد^(٣٧) وهذا يرجع للنظرة المادية البحتة التي لا وجود معها لاعتبارات القيم والأخلاق، أما في الاقتصاد الإسلامي فإن سعى الإنسان لطلب الرزق واكل الطيب من الطعام واستهلاك المباح من الرزق يعتبر طاعة من الطاعات وعبادة يؤجر عليها إذا فعلتها ابتغاء الأجر من الله فالله ﷻ قد أحل لنا الطيبات قال تعالى ﴿هُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْأَكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ أُنْجُوتًا وَمِنْهَا تَخْتَضِعُ لَهَا خَيْلٌ كَسِيتَ الْوُجُوهَ بِهَا وَتَرَى فِيهَا مَوَازِعَ مَوَازِعَ مِنْ ذَلِكَ عَلَى عَقِيدَةِ الْأَفْرَادِ وَمَدَى التَّزَامِهِمْ بِهَذِهِ الْعَقِيدَةِ، فَضَّلَهُ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ﴾ [النحل: ١٤].

٤ الإنفاق في الطيبات: لقد أمرنا ﷻ أن يكون الإنفاق

في مجال الطيبات، ودليل من الكتاب قول الله ﷻ ﴿وَلَا يَجْرِمُكُمْ إِلَى ظُلْمٍ إِيَّائِي﴾ [النحل: ١٠٧]، ﴿لَهُمُ الطَّيِّبَاتُ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ﴾ [الأعراف: ٣٢]، ودليل ذلك من السنة النبوية المباركة قول الرسول ﷺ: "إن الله طيب لا يقبل إلا طيباً"^(٣٨)، كما ورد في هذا الخصوص قول الرسول ﷺ: "إن الله حرم بيع الخمر والميتة والخنزير والأصنام، فقيل يا رسول الله: رأيت شحومها؟ فإنها تطلّى بها السفن ويدهن

في المجتمع الإسلامي الملتزم بأحكام الإسلام جمعا ليست متوفرة في المجتمعات الحاضرة ولا يخفى مالها من تأثير على السلوك الاستهلاكي للفرد المسلم. ويهدف النشاط الاقتصادي في الإسلام إلى بناء الإنسان.

ولذلك لا بد من أن نأخذ عند تحليل سلوك المستهلك المسلم في الاقتصاد الإسلامي بالاعتبارات الآتية:

١ أن التحليل يتم من منطلق استقراء النصوص وتصور لطبيعة المجتمع المسلم وطبيعة النشاط الاقتصادي ثم تصور السلوك الذي يتخذه المسلم في عملية الاستهلاك.

٢ أن ما يقدم من تحليل إنما هو تصور لما ينبغي أن يكون عليه سلوك المستهلك المسلم لأننا في الحقيقة لا نجد واقعاً عملياً يحكم عليه.

٣ أن الاعتماد على قواعد وأخلاقيات الاستهلاك قد يعطينا صورة أقرب لحقيقة السلوك الاستهلاكي للفرد المسلم.

المطلب الثالث

يعتبر الاستهلاك هو أحد الوسائل الأساسية في حياة الإنسان وله آثار مباشرة في الاقتصاد، لذلك نجد أن الإسلام وضع له الوسائل التي تنظمه معتمداً حقيقتاً على عقيدة الأفراد ومدى التزامهم بهذه العقيدة، إضافة إلى قيام ولي الأمر بتنفيذ هذه التعليمات التي تختص بتثقيف المستهلك.

ضوابط الاستهلاك في الإسلام:

١ الإنفاق في طاعة الله: يستشعر المستهلك المسلم بأن الإنفاق وفقاً لشرع الله عبادة وطاعة يثاب عليها ﷻ والطيّبات من الرزق قل هي للذين آمنوا في هذا يدفعه ويحثه أن يكون سلوكه مطابقاً لما أمر الله ﷻ الدنيا الخالصة يوم القيامة كذلك نفضل الآيات لقوم به، وفي هذا الخصوص يقول الله تبارك وتعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلالاً طَيِّباً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ﴾ [البقرة: ١٦٧]، وأمرنا الرسول ﷻ تحرى الحلال وتجنب الحرام بصفة عامة، فقال: "الحلال بين والحرام بين، وبينهما أمور

حالة الإفطار تتعدم هذه المنفعة نتيجة شربه لكميات تسد حاجته من الماء.

رابعاً: تقل المنفعة الحدية للسلعة كلما كان هناك وفرة أكبر فيها، والعكس صحيح.

والمنفعة الحدية = $\frac{\text{مقدار التغير في الوحدات الاستهلاكية}}{\text{مقدار التغير في المنفعة الكلية}}$

فكلما كان هناك استهلاك أكبر للسلعة ذات المنفعة، قلت منفعتها بالنسبة للمستهلك.

خامساً: تتوقف منفعة بعض السلع على ضرورة توافر سلع أخرى مكملة لها، فمنفعة البذور تكون قليلة لمن لا يملك الأرض ليزرعها فيها، ويكون المستهلك في حالة التوازن وتعظيم المنفعة في الحالة التي يكون فيها ميل خط الدخل = ميل منحنى الاستهلاك.

٤ الحجر على السفية: السفه لغة: الخفة وسافه الشراب: شربه جزافاً بغير تقدير^(٤٢).

السفه اصطلاحاً: عبارة عن خفة تعرض للإنسان من الفرح والغضب فتحمله على العمل بخلاف طور العقل وموجب الشرع^(٤٣).

الحجر لغة: مطلق المنع.

وفي الاصطلاح: منع نفاذ تصرف أي منع السفية من التصرف فيما لا يليق من التصرفات^(٤٤).

ويفهم من ذلك أن يقوم الفرد بالعمل بخلاف ما أوجبه الشريعة الإسلامية فيتصرف في أملاكه تصرفات يجيز الإسلام منعه من القيام بها، التصرفات ويعد السفه من العوارض المكتسبة، لأن السفية يقوم بالتصرف باختياره على خلاف ما يتطلبه العقل السليم، وهو يؤثر في بعض الأحكام، ويظهر هذا في عدم تسليم الأموال إلى من يعرف عنهم سوء التصرف بها وذلك عملاً بقوله **تَوَالَى تَوَالَى تَوَالَى السُّفَهَاءُ أَمْوَالَهُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا**^(٥) [النساء].

وكذلك جواز عدم تسليم المال إلى الصبي إذا بلغ لكن بقي سفياً لأنه سيتصرف بالمال في غير مقتضى العقل أيضاً فإن بلغ سن الرشد فيدفع له ماله كما في

بها الجلود ويستصبح بها الناس، فقال ﷺ: "لا، هو حرام، ثم قال: قاتل الله اليهود إن الله حرم عليهم شحومها جملوه ثم باعوه فأكلوا ثمنه"^(٣٩).

فعلى المستهلك المسلم أن ينفق ماله في شراء السلع والخدمات الطيبة والتي تعود عليه وعلى المجتمع الإسلامي بالنفع وأن يمتنع عن الإنفاق في مجال الخبائث حتى لا يضيع ماله بدون منفعة معتبرة شرعاً.

٣ تحريم التبذير: والتبذير لغة: تبذر، بذر الحب في الأرض ورجل بذر: يبذر ماله^(٤٠).

التبذير اصطلاحاً: هو تفريق المال على وجه الإسراف^(٤١).

أو هو المغالاة في تجاوز الحد في المباحات والإنفاق على المحرمات والمعاصي والشهوات.

ويحرم الإسلام التبذير في قوله تعالى **وَلَا تَبْذُرُوا أَمْوَالَكُمْ الَّتِي حَقَّتْ لِكُلِّ شَيْءٍ مِمَّا كَسَبْتُمْ مِنْهَا حَقًّا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ** [البقرة: ٢٦٧].

والتبذير من الوسائل التي حرمها الإسلام في محاربهته للمشكلة الاقتصادية لما يترتب عليه من أضرار تلحق بالأفراد والمجتمع سواء في حالة الاستهلاك أو الاستثمار. فالإسلام لم يقف من الاستهلاك موقف الحياد، وإنما عمل على تنظيم هذا الاستهلاك بما يحقق المرجو منه من قيام الناس بالعبادة لله شكراً على نعمائه، والسعي في إعمار الأرض والقيام بمهمة الخلافة، وتحقيق المنفعة، وتتميز المنفعة من الناحية الاقتصادية بخصائص متعددة:

أولاً: هناك علاقة طردية بين المنفعة ومقدار الحاجة إليها، فتكون المنفعة في سلعة معينة كبيرة طالما أنها تؤدي إلى إشباع حاجة ملحة، فمنفعة الماء لشخص ظمآن في صحراء لا ماء فيها أكبر بكثير من منفعتها له لو كان قرب مورد ماء.

ثانياً: تختلف المنفعة باختلاف الأشخاص المستهلكين باختلاف الدخول والرغبات.

ثالثاً: تختلف المنفعة أيضاً باختلاف الزمن، فمنفعة الماء للشخص الصائم تكون كبيرة قبل الإفطار، وفي

مجازرة القصد، والسرف الذي نهى الله عنه هو ما أنفق في غير طاعة الله كثيرة أو قليلة.

وفي قوله تعالى: ﴿لَا تُسْرِفُوا﴾ الإسراف: كل ما لا يحل أكله وقيل هو مجازة القصد في الأكل مما أحل الله^(٤٥) أو هو إنفاق الكثير في الغرض الخسيس^(٤٦). اصطلاحاً: هو الإنفاق في الحلال بصورة تزيد كثيراً عن الحاجة والمعقول^(٤٧).

وعرفه الدكتور العبادي بقوله^(٤٨): "إن الإسراف مجازة الحد في إنفاق المال وهذه المجازة تكون في حالتين:

الأولى: بإنفاقه في استهلاك الحرام وإن قل.
الثانية: بإنفاقه فيما هو مباح في الأصل ولكن لا على وجه مشروع.

يدعو الإسلام صاحب المال إلى اتخاذ سبيل الاعتدال والتوازن في الاستهلاك والإنفاق دون إسراف أو تبذير لأن الله ﷻ نهى عنه في قوله تعالى: ﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ [الأعراف: ٣١].

وفي قوله تعالى في تمييز الإنفاق المعتدل عن الإسرافين: ﴿إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتَرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾ [الفرقان: ٦٧]. وتميزها الشريعة عن البخل بقوله تعالى ﴿عَمَلٌ يَدِكْ مَعْلُومَةٌ إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَعَهَا مَدْسُورًا﴾ [الإسراء: ٢٩]. وفي حديث رسولنا الكريم إذ يقول: (كلوا واشربوا والبسوا وتصدقوا من غير إسراف ومخيلة)^(٤٩).

ونخلص من الأدلة السابقة أن الإسلام يسع كل أنماط الاستهلاك حسب سعة كل مستهلك في إطار عدم التجاوز إلى التقثير أو الإسراف وفي هذا مرونة إشباع الرغبات المحدودة، وفي الشكل التالي تصور بياني يوضح ذلك.

قوله تعالى ﴿إِنَّمَا حَرَّمَ الْمُفْسِدَ إِذَا بَلَغَ النِّكَاحَ فَإِنْ آنَسْتُمْ مِنْهُمْ رُشْدًا فَادْفَعُوا إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ...﴾ [النساء: ٦].

هذا ما يتعلق بالصبي غير البالغ أما ما يختص بالسفيه البالغ فقد أجاز الإسلام الحجر عليه كما ورد في القرآن الكريم في قوله تعالى: ﴿فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَفِيعُ أَنْ يُمِذَّ هُوَ قَلِيلٌ لِّ وَ لِيَهُ بِالْعَدْلِ...﴾ [البقرة: ٢٨٢].

فهذه الآيات تدل على ثبوت الحجر وإقامة الولاية على السفيه كون أن هذا السفيه لا يحسن التصرف فيما يملك، وهو بحاجة إلى من يرعاه ويحفظ له ماله، ولا يتم هذا إلا بالحجر عليه، حيث أن تصرف السفيه بأمواله قد يلحق الضرر به، كقيامه بإنفاقها في القمار وشرب الخمر وارتكاب المحرمات الأخرى، وهذه فيها ضرر مادي وجسدي ومعنوي على مرتكبها، أو قد يكون إنفاق السفيه لأمواله على استهلاك الحاجات الشخصية التي يميل إليها، ودون النظر إلى ما يحتاجه، مما يؤدي إلى زيادة الاستهلاك من سلعة معينة نتيجة الإقبال عليها من قبل زبائنكم عند كل مسجد وكلوا واشربوا ولا تسرفوا إنه لا السفهاء.

وفي زيادة الاستهلاك يكون الطلب متزايداً على هذه السلعة مما يدفع بأسعارها إلى الارتفاع، وبالتالي حرمان الأفراد من ذوي الدخل المحدود والمعدمين من الحصول عليها لسد حاجاتهم منها، وفي زيادة الاستهلاك أيضاً زيادة استخدام الموارد لزيادة الإنتاج، وذلك بهدف تغطية الطلب في السوق وتحقيق الأرباح من قبل المنتجين مما يشكل سوءاً في استخدام الموارد، وشحها في المدى البعدي، والحجر على السفيه كان من الأدوات التي تدفع الضرر عن المجتمع من خلال ترشيد استهلاك هذا السفيه بما يزيد عن حاجته، وفيه صيانة لماله وحفظاً له من النفاذ لأنه في حالة نفاذ مال السفيه فإنه سيكون عالة على غيره، وقد يتحمل بيت مال المسلمين مسؤولية الإنفاق عليه.

• تحريم الإسراف والنهي عن الترف:

مفهوم الإسراف لغة: سرف، السرف، والإسراف،

الشكل رقم (٣)

التمثيل البياني لحدود الوسطية بين خطي الإسراف والتقتير



المصدر: حسين حسن شحاتة، القيم التربوية والضوابط الشرعية للسلوك الاستهلاكي الإسلامي، بحث مقدم إلى ندوة التربية الاقتصادية والإيمانية في الإسلام، جامعة الأزهر، ٢٠٠٢.

رسول الله ﷺ من ذلك فقال: "لتنبعن سنن من كان قبلكم شبراً بشبر، وباعاً باع، وذراعاً بذراع، حتى لو دخلوا في حجر ضب خرب لدخلتموه فيه، قالوا يا رسول الله اليهود والنصارى، قال: فمن إذا غيرهم"^(٥١).

وتأسيساً على ذلك يجب على المستهلك المسلم تجنب كافة النفقات التي فيها تقليداً لمجتمعات لها عادات وتقاليد تخالف القيم والأخلاق والعادات والتقاليد الإسلامية، كما يجب على الحكومات الإسلامية أن تراقب كافة أجهزة الإعلام وكذلك المجالات والجراند التي تدفع الشباب دفعاً إلى مجازاة شباب الغرب المنحل في تقاليده السيئة، ويسبب إرهاباً لميزانية البيت والدولة ومدخلاً لفساد العقيدة واضمحلال الأخلاق.

التقشف عند الأزمات المالية: لقد أمرنا الإسلام بالتقشف في حالة وقوع الأزمات، فمن خلال النظر إلى تاريخ الأمة الإسلامية نجد إنها مرت بعدة أزمات

٦ أولوية التعامل مع المسلمين وأبناء الوطن: يحث الإسلام على التعاون والترابط بين المسلمين، ويرشدهم إلى الشعور بمعاناة الآخرين في مجال الاستهلاك يدعهم إلى التكافل والتأسي ومن النصوص في ذلك: "ذكر مسلم في باب استحباب خلط الأزواج إذا قلت والمؤاساة فيها حديث إياس بن سلمة عن أبيه قال: خرجنا مع رسول الله ﷺ في غزوة فأصبنا جهد حتى هممنا أن ننحر بعض ظهرنا فأمر نبي الله ﷺ فجمعنا مزاودنا فبسطنا له نطعا فاجتمع زاد القوم على النطع قال: فتناولت لا حرزه كم هو؟ فحرزته كريضه العنز ونحن أربع عشرة مائة. قال: فأكلنا حتى شبعنا جميعاً ثم حشونا جريثاً الحديث"^(٥٢).

٧ تجنب التقليد المخالف المصدر: لقد أمرنا الله أن نتجنب تقليد غير المسلمين في سننهم وعاداتهم وتقاليدهم التي تخالف أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية، وحذرتنا

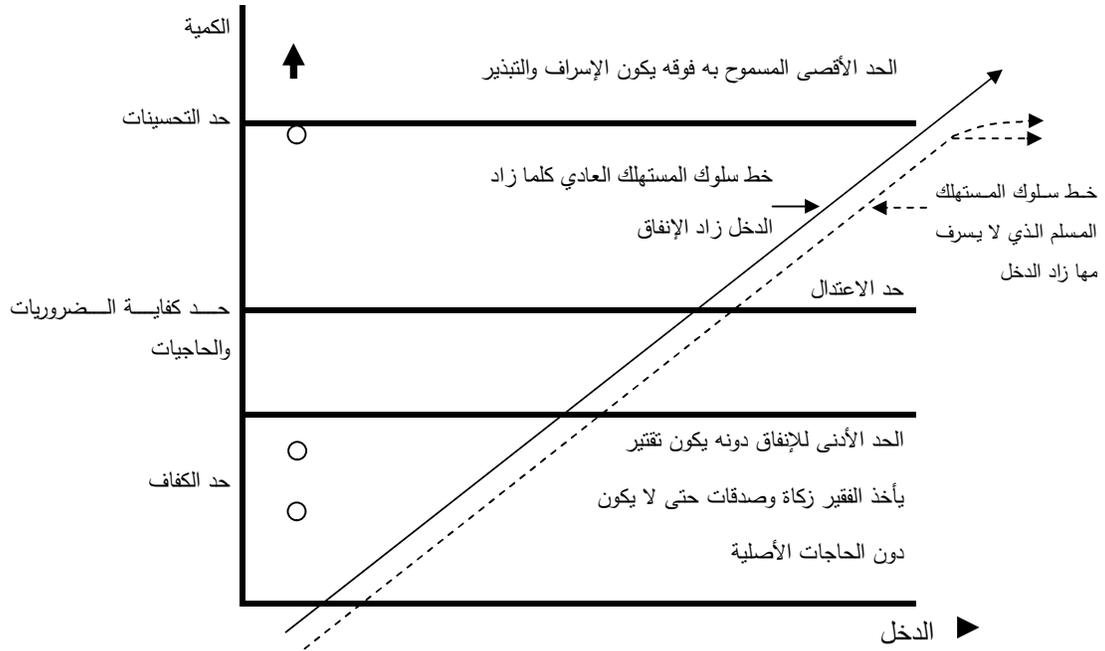
طردية بين الدخل والاستهلاك فكلما زاد الدخل زاد الإنفاق دون قيود أو حدود حتى يتجاوز الاعتدال إلى الإسراف والتبذير والترف والبذخ (البخاري)، وهذا الفكر خاطئ من المنظور الإسلامي حيث يوجد على المستهلك قيود وحدود لا يتجاوزها حتى ولو زاد دخله حتى لا يقع في المحرمات، ويتم توجيه هذه الزيادة في الدخل إلى الاستثمار للأجيال القادمة أو إلى الزكاة والصدقات لدعم الفقراء الذين هم دون حد الكفاية. ويمكن تمثيل العلاقة بين الدخل والاستهلاك في حالة المستهلك المسلم بيانياً على النحو الآتي:

الاقتصادية، فكان الرسول ﷺ والخلفاء الراشدون ﷺ أجمعين يبيتون الليالي الطويلة جائعين يشدون الحجارة على بطونهم الخاوية خلال عام المجاعة، لا يأكلون إلا ما يأكل سائر الناس كي يشعروا بشعورهم ويحسون بتجربتهم، ويسرعون في إيجاد الحلول لبؤسهم وضنكهم، إذ يقول عليه الصلاة والسلام: مثل المؤمن في توادمهم وتراحمهم وتعاطفهم مثل الجسد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى" (٥٢).

- التمثيل البياني للسلوك الاستهلاكي في الإسلام:
يرى الاقتصاديون الوضعيون أن هناك علاقة

الشكل رقم (٤)

التمثيل البياني لسلوك المستهلك العادي والمسلم عند ارتفاع الدخل



حيث إن سلوك المستهلك المسلم في ضوء الاقتصاد الإسلامي ينطلق من عدة ضوابط وقيود غايته تحقيق المنفعة من كل عملية استهلاك وفق ما يسمى (تفضيل المستهلك) الذي يفترض فيه الإسلام الرشيد والعقلانية عند اتخاذ قراره بالاستهلاك، فالمستهلك المسلم يفترض به أن يكون رشيداً واعياً، وقد وفر له الإسلام من خلال توجيهاته أرضية صلبة لعملية الرشيد

ومن خلال كل ما سبق، يتبين لنا بأن الفرد المسلم عكس الفرد غير المسلم الذي لا هم له إلا الانشغال بالدنيا، فالفرد المسلم لا ينشغل كثيراً بالدنيا، لأن الهدف الأساسي الذي خلق من أجله هو عبادة الله ﷻ في هذه الدنيا للفوز برضوان الله وجنانه يوم القيامة وبعد تحليلنا لضوابط الاستهلاك في الإسلام يتبين لنا أن المستهلك المسلم يختلف تماماً عن سلوك المستهلك غير المسلم،

وبالتالي دالة المنفعة للمستهلك المسلم هي دالة

المسلم هي:

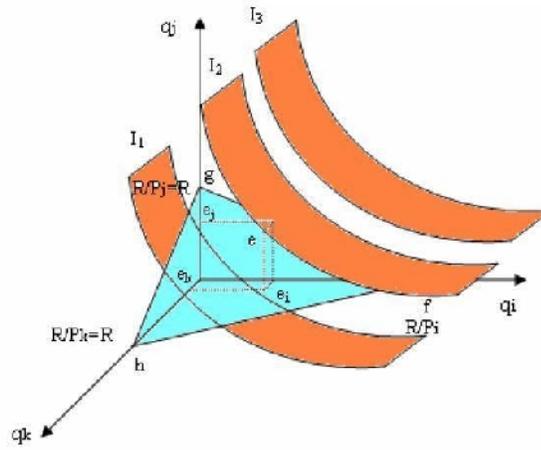
للكميات المستهلكة من السلع والخدمات، ولمقدار الإنفاق في وجوه الخير، وأيضاً لمقدار الادخار، ويمكننا التعبير عن ذلك من خلال الشكل التالي والذي يبين لنا مختلف مستويات المنفعة للمستهلك المسلم:

$$U = f \left(\begin{matrix} q_1, q_2, q_3, \dots, q_i, \dots, q_n \\ q_1, q_2, q_3, \dots, q_j, \dots, q_m \\ q_1, q_2, q_3, \dots, q_k, \dots, q_l \end{matrix} \right) \quad (3)$$

$$U = f(C, B, S) \quad (4)$$

الشكل رقم (٦)

توازن المستهلك المسلم



المصدر: Monzer Kahf

وأخيراً من خلال الشكل رقم (٦) يكون المستهلك المسلم في حالة توازن عند النقطة e_i ، والإنفاق الخيري التوازني C^* عند النقطة e_i ، والادخار التوازني S^* عند النقطة e_k ، وهنا سوف يتحصل المستهلك المسلم على أكبر منفعة ممكنة له ولتكن هذه الأخيرة U^* بحيث:

المسلم في حالة توازن عند النقطة e_i ذات الإحداثيات (e_i, e_j, e_k) ، حيث يلتقي مستوى الدخل مع أعلى منحنى المنفعة الذي يمكن تحقيقه في حدود دخله R وهو منحنى المنفعة I_2 ، ونقطة التوازن هذه هي التي تبين كيفية توزيع الدخل المتاح للمستهلك بين الاستعمالات الثلاث

$$U^* = f(C^*, B^*, S^*) \quad (5)$$

وباستعمال صيغة لاغرانج نتحصل على ما يلي:

$$\begin{cases} \frac{UMq_i}{P_i} = \frac{UMq_j}{P_j} = \frac{UMq_k}{P_k} = \lambda \quad / \quad i = \overline{1, n}, j = \overline{1, m}, k = \overline{1, l} \quad \dots (6) \\ \text{and} \\ R - \left(\sum_{i=1}^n p_i \cdot q_i + \sum_{j=1}^m p_j \cdot q_j + \sum_{k=1}^l p_k \cdot q_k \right) = 0 \quad \dots (7) \end{cases}$$

ويفترض دائماً أن: $(p_j - p_k - 1UM \quad \forall j = \overline{1, m} \text{ and } \forall k = \overline{1, l})$ ، تصبح المعادلتين (6) و (7)

كما يلي:

$$\begin{cases} \frac{UMq_i}{P_i} = UMq_j = UMq_k = \lambda \quad / i = \overline{1, n}, j = \overline{1, m}, k = \overline{1, l} \dots (8) \\ \text{and} \\ R \left(\sum_{i=1}^n p_i q_i + \sum_{j=1}^m q_j + \sum_{k=1}^l q_k \right) = 0 \dots \dots \dots (9) \end{cases}$$

عن فكرة المستهلك في الاقتصاد الوضعي، فالمستهلك المسلم يجمع بين المادة والروح بينما المستهلك غير المسلم لا يهتم إلا بالماديات فقط، ومن ثم نستخلص أن سلوك المستهلك المسلم هو نموذج أمثل^(٦٠).

٣ أما عن أثر القيم الإيمانية فيعتقد المستهلك المسلم أن الغاية من الإنفاق هي توفير الاحتياجات الأصلية لتحقيق عبادة، وطاعة الله، فالإنسان مكون من روح وجسد، وغذاء الروح القيم الروحية، وغذاء الجسد القيم المادية، وهما معاً من لوازم الحياة، فالإنفاق على القيم الروحية والمادية من ضروريات الإنسان للعبادة^(٦١).

٤ وتأسيساً على ذلك فإن المستهلك المسلم الملتزم في سلوكه الاستهلاكي بشرع الله ينال الثواب والأجر. كما إن المال الذي ينفقه ملك لله، ودليل ذلك قوله الله: ﴿لَهُمْ مِّن مَّالِ اللَّهِ الَّذِي آتَاكُمْ﴾ [التور: ٣٣]، وأن الأشياء التي يشتريها أو يحصل عليها من رزق الله ﷻ، وأصل ذلك قول الله تبارك وتعالى: ﴿شُؤا فِي فَمَنَّا كِبَهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَآلِيهِ النُّشُورُ﴾ [١٥: الملك]، وأن له وقفه أمام الله ﷻ يوم القيامة ليحاسبه عن ذلك، مصداقاً لقول الله تبارك وتعالى: ﴿ثُمَّ لَنُحِيطَنَّ يَوْمَ مَئِدِ عَنِ النَّعِيمِ﴾ [٨: التكاثر]، وقول الرسول: "لن تزول قدما عبد يوم القيامة حتى يسأل عن أربع، عن عمره فيما أفناه، وعن شبابه فيما أبلاه، وعن ماله من أين اكتسبه وفيم أنفقه، وعن علمه ماذا عمل به"^(٦٢).

٥ الاعتقادات الدينية تؤثر على سلوك المستهلك المسلم

وانطلاقاً من المعادلتين الأخيرتين يكون المستهلك المسلم في حالة توازن إذا تحقق الشرطين التاليين:

٢ تساوي المنفعة الحدية للنقد الواحد، والمنفق سواء على الاستهلاك "C"، أو على الإنفاق الخيري في سبيل الله "B"، أو على الادخار "S".

٣ استفاد جميع الدخل في شتى أنواع الإنفاق الثلاثة. ومن خلال ما سبق يتبين لنا أن منفعة المستهلك المسلم من جراء إنفاق دخله هي منفعة مادية وخلقية روحية، فلا غرابة أن نجد وجوه للإنفاق لا تولد منفعاً في المفهوم الاقتصادي الوضعي، بينما تولد منفعة عظيمة في المفهوم الاقتصادي الإسلامي^(٥٨).

نتائج الدراسة:

وبعد دراستنا لسلوك المستهلك المسلم يمكننا الخروج بالنتائج الآتية:

٢ إن سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي يخضع لفكرة الاختيار الواسع والموجه، فالإسلام لا يثبط الهمم في السعي والكسب، بل هو رحمة للعالمين، لذلك جاء بضوابط لتحديد المسار الرشيد بالنية للاستهلاك وهي بمثابة توجيهات لسلوك المستهلك^(٥٩)، فمثلاً من ضوابط الإنفاق في الإسلام في الطيبات والامتناع عن الإنفاق في الخبائث، مع العلم أن حجم هذه الأخيرة لا يكاد أن يساوي شيئاً إذا ما قرن مع حجم الطيبات من السلع والخدمات، وهذا يدل على أنه اختيار المستهلك في الاقتصاد الإسلامي يكون واسع المجال ولكن موجه بتعاليم الإسلام.

٣ إن فكرة المستهلك في الاقتصاد الإسلامي تختلف

- من حيث تجنب ما نهى الله عنه مثل: الإسراف والتبذير والإنفاق الترفي وكذلك التقدير والتقليد الاستهلاكي غير المنضبط بشرع الله.
- ٦ ومن ناحية أخرى يستشعر المستهلك المسلم بالراحة القلبية والأطمئنان النفسي عندما يجد نفسه ملتزماً بأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية في سلوكه الاستهلاكي (مثل سائر حياته) وهذا يبعث لديه الرضا التام، ويرى مظاهر البركة في حياته.
- مقترحات الدراسة:**
- (١) أن زيادة المشاريع الإنتاجية التي تعمل على تلبية طلبات المستهلكين تحتاج إلى المزيد من الأيدي العاملة لمواكبة الزيادة في هذا الطلب، وزيادة الأيدي العاملة تؤدي إلى زيادة الدخل وتحسينها نتيجة لارتفاع الطلب عليها، وزيادة الدخل تؤدي إلى زيادة الاستهلاك والإنفاق على استهلاك السلع والخدمات بشكل نسبي وليس مطلق.
- (٢) الدعوة لضرورة التركيز على استخدام الموارد بشكل أمثل.
- (٣) توجيه الموارد نحو إنتاج السلع الاستهلاكية وفق الأولويات التي تضعها الشريعة الإسلامية في نظرية الإنتاج والقائمة على ضرورة التقيد بإنتاج السلع الضرورية أولاً ثم الانتقال إلى الحاجيات والتحسينيات في حالة إشباع الضروريات، بحيث يتحقق التوازن في المجتمع بين السلع الاستهلاكية والحاجات الحقيقية للمستهلكين.
- الهوامش:**
- (1) Nazlida Muhamad Hashim, Exploring Muslim Consumer Information Sources for Fatwa Ruling on Product and Behave, **Journal of Islamic Marketing**, Vol.1, Issue.1, 2010.
- (٢) شريف عبد الحليم محمد، ترشيد السلوك بهدف وقف التدهور البيئي دراسة مقارنة بالفكر الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، مصر، جامعة عين شمس، ٢٠٠٦م.
- (٣) أسماء احمد، الضوابط الشرعية للإنفاق والاستهلاك في ضوء السنة النبوية، الندوة العلمية الدولية الثالثة للحديث الشريف حول القيم الحضارية في السنة النبوية الأمانة العامة الندوة الحديث، موقع بني الرحمة دوت كوم، ٢٠٠٦.
- (٤) حسين حسن شحاتة، القيم التربوية والضوابط الشرعية للسلوك الاستهلاكي الإسلامي، بحث مقدم إلى ندوة التربية الاقتصادية والإيمانية في الإسلام، جامعة الأزهر، ٢٠٠٢.
- (٥) عبد النبي حسن يوسف، الاقتصاد المعاصر، القاهرة، مكتبة عين شمس، ١٩٧٦.
- (٦) أحمد جامع، النظرية الاقتصادية، القاهرة، دار النهضة العربية، ط٣، ١٩٧٦.
- (٧) ناظم محمد نوري ومحمد موسى الشروق مدخل في علم الاقتصاد الأردن، دار زهران، ط٢، عمان، الأردن، ٢٠٠٢.
- (٨) محمد زكي بدوي، معجم المصطلحات التجارية والتعاونية، دار النهضة العربية، بيروت، ١٤٠٤هـ.
- (٩) نبيه غطاس، معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال، لبنان، ١٩٨٥.
- (١٠) محمد البشير فرحان مرعي، الحاجات البشرية مدخل إلى النظرية الاقتصادية الإسلامية، دبي، دار البحوث، ٢٠٠١م.
- (١١) محمد رواس وحامد صادق قنبي، معجم لغة الفقهاء، لبنان، دار القائس، ط٢، ١٩٨٨.
- (١٢) منظور احمد الازهوي، ترشيد الاستهلاك الفردي في الاقتصاد الإسلامي، القاهرة، ٢٠٠٢.
- (١٣) عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٢م.

- (١٦) عبد الرحمن يسري أحمد، دراسات في عالم الاقتصاد الإسلامي، الإسكندرية، دار الجامعات المصرية، ١٩٨٨.
- (١٧) محمود جاسم الصعيدي وبشير عباس العلق، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، عمان، دار المناهج للنشر، ٢٠٠١ + ٤٢١ م.
- (١٨) نزار عبد المحيد البرواري، وأحمد محمد فهمي البرزنجي، استراتيجيات التسويق المفاهيم الأسس الوظائف، عمان، دار وائل للنشر، ٢٠٠٤ م.
- (١٩) عفاف عبد الجبار معيد، ومجيد علي حسن، مقدمة في التحليل الاقتصادي الجزئي، عمان، دار وائل للنشر، ١٩٩٧.
- (٢٠) محمد علي الليثي ومحمد فوزي، مقدمة في الاقتصاد الجزئي، الإسكندرية، الدار الجامعية، ٢٠٠٠ م.
- (٢١) نوري والشروق، مدخل في علم الاقتصاد، ط٢، عمان، الأردن، ٢٠٠٢ م.
- (٢٢) نوري والشروق، مدخل في علم الاقتصاد، ط٢، عمان، الأردن، ٢٠٠٢ م.
- (٢٣) عبد القادر محمد عبد القادر عطية، التحليل الاقتصادي الجزئي بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، ٢٠٠٣ م.
- (٢٤) إبراهيم البطاينة، وزينب الغريزي، النظرية الاقتصادية في الإسلام، عمان، دار المسيرة للنشر والطباعة والتوزيع، ٢٠١١ م.
- (٢٥) حسين غانم، الاقتصاد الإسلامي طبيعته ومجالاته، المنصورة، دار الوفاء، ١٩٩١ م.
- (٢٦) مرعي، الحاجات البشرية مدخل إلى النظرية الاقتصادية الإسلامية، ٢٠٠١ م.
- (٢٧) الازهوي، ترشيد الاستهلاك الفردي في الاقتصاد الإسلامي، ٢٠٠٢ م.
- (٢٨) الشاطبي- لأبي إسحاق إبراهيم بن موسى اللخمي الغرناطي المالكي، الموافقات في أصول الشريعة، ج/٢، (د.ط.)، القاهرة، مصر، المكتبة التجارية، (د.ت.).
- (٢٩) رشيد حميران، مبادئ الاقتصاد وعوامل التنمية في الإسلام، الجزائر، دار هومة، ٢٠٠٣ م.
- (٣٠) الشاطبي- لأبي إسحاق إبراهيم بن موسى اللخمي الغرناطي المالكي، الموافقات في أصول الشريعة، ج/٢، (د.ط.)، القاهرة، مصر، المكتبة التجارية، (د.ت.).
- (٣١) سلام عبد الكريم سميم، كسر الاحتكار مهمة الدولة في الأمن الغذائي، مجلة آفاق الثقافة والتراث، عدد ٤٨، ٢٠٠٥ م.
- (٣٢) مرعي، الحاجات البشرية مدخل إلى النظرية الاقتصادية الإسلامية، ٢٠٠١ م.
- (٣٣) الشاطبي- لأبي إسحاق إبراهيم بن موسى اللخمي الغرناطي المالكي، الموافقات في أصول الشريعة، ج/٢، (د.ط.)، القاهرة، مصر، المكتبة التجارية، (د.ت.).
- (٣٤) البطاينة، والغريزي، النظرية الاقتصادية في الإسلام، ٢٠١١ م.
- (٣٥) الألباني، صحيح الجامع، رواه النعمان بن بشير، الصفحة أو الرقم: ٣١٩٣ م.
- (٣٦) ابن عبد البر.
- (٣٧) منذر قحف، الاقتصاد الإسلامي، دراسة تحليلية للفعالية الاقتصادية في مجتمع يتبنى النظام الاقتصادي الإسلامي، الكويت، دار القلم، البنك الإسلامي للتنمية بجدة، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م.
- (٣٨) مسلم، صحيح مسلم، رواه أبو هريرة، الصفحة أو الرقم: ١٠١٥ م.
- (٣٩) البخاري، صحيح البخاري، رواه جابر بن عبدالله، الصفحة أو الرقم: ٢٢٣٦ م.
- (٤٠) الزمخشري، ص ٣٣.
- (٤١) الجرجاني، ص ٥٣.
- (٤٢) الزمخشري، ص ٢٩٩.
- (٤٣) الجرجاني، ص ١٢٥.
- (٤٤) سعدي أبو حبيب، القاموس الفقهي، ط١، بيروت، لبنان، دار الفكر، ١٩٨٢، ص ٧٧.
- (٤٥) ابن منظور، لسان العرب، مادة سرف، ط١، بيروت، لبنان، دار صادر، ١٣٠٠هـ.
- (٤٦) الجرجاني، كتاب التعريفات، ص ٢٢.
- (٤٧) المغربي، ص ٦٣.
- (٤٨) عبد السلام العبادي، الملكية في الشريعة الإسلامية، ط١، عمان، الأردن، مكتبة الأقصى، ١٩٧٧م، ج ٢،

- (60) Waller, DS, Famks, Advertising of Controversial Products Across – Cultural –Study, **Journal of Consumer Marketing**, Vol.22 (1), 2005. ص ٨٢.
- (61) Rice, G. and Al-Al-Mossawi, The Implications of Islam for Advertise Messages, **Journal of Euromarketing**, Vol.(2) 11, 2004. (٤٩) أخرجه البخاري في صحيحه، ج ١٠، ص ٢٥٢.
- (٥٠) مسلم، صحيح مسلم، رواه سلمة بن الأكوع، الصفحة أو الرقم: ١٧٢٩.
- (٥١) البخاري، صحيح البخاري، رواه أبو سعيد الخدري، الصفحة أو الرقم: ٧٣٢٠.
- (٥٢) مسلم، صحيح مسلم، رواه النعمان بن بشير، الصفحة أو الرقم: ٢٥٨٦.
- (53) Siti Hannah Hassan, The Study of Muslim Consumer Values and Preferences toward Generically Modified Food Products, Malaysia, University Sains, 2010.
- (٥٤) نوري والشروق، مدخل في علم الاقتصاد، ط ٢، عمان، الأردن، ٢٠٠٢.
- (٥٥) عطية، التحليل الاقتصادي الجزئي بين النظرية والتطبيق، ٢٠٠٣.
- (٥٦) نوري والشروق، مدخل في علم الاقتصاد، ط ٢، عمان، الأردن، ٢٠٠٢.
- (٥٧) منذر قحف، الاقتصاد الإسلامي، دراسة تحليلية للفعالية الاقتصادية في مجتمع يتبنى النظام الاقتصادي الإسلامي، البنك الإسلامي للتنمية بجدة، ١٩٧٩م.
- (58) Sitit, Functional Food Consumption in Multicultural Society, 2008.
- Zubair, Macro Consumption Function in an Islamic Framework by Fahim Khan Comments, 2007.
- Boualem Bendjilali, On Muslim Consumer Behavior a Mathematical Set up, **Journal of Islamic Economics**, Vol.3, No.1, 1993.
- (59) Choudhury, MA and Hussein MDM, "A Paradigm of Islamic Money Banking", **International of Social Economics**, Vol. 32(3), 2005.
- Angelidis, J. and Ibrahim N., An Exploratory Study of the Impact of degree of Reliousness upon and Individuals Corporate Social Responsiveness, **Journal of Business Ethics**, 2004.
- Fam, K.S, Waller, DS and Erdogran Bz., The Influence of Religion on Attitudes Towards the Advertising of Controversial Products, **European Journal of Marketing**, Vol. B 8 (5\6), 2004.
- (٦٢) المنذري، الترغيب والترهيب، رواه معاذ بن جبل، الصفحة أو الرقم: ٢٩٨/٤.