

PAPER DETAILS

TITLE: ????? ????????? ????????? ?????? ?????????? ?????????? ??????? ??? ????? ??????????

AUTHORS: Esref MAHMUTOGLU

PAGES: 45-80

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3062832>

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

فلسفة الاقتصاد السلوكي مقابل الاقتصاد الإسلامي وأثرها على سلوك المستهلك*

Eşref Mahmutoglu¹

الملخص

علم الاقتصاد السلوكي هو علم حديث، يهدف هذا البحث التعرف على فلسفته، التي تقوم على أن الفرد في سلوكه الاقتصادي غالباً ما يتخذ قراره الاقتصادي دون تدبر أو تعقل، وإنما يتخذها إما من خلال التفكير التلقائي، أو من خلال التفكير الاجتماعي، أو بناءً على أنماط ذهنية نمطية سائدة في مجتمعه؛ لذلك نجد به الكثير من الجوانب القيمة، وكذلك محاوره بما كل ما يتصل بالفلسفة الرأسمالية الاستهلاكية، وأنه جاء لتخفيف آثارها السلبية الواقعة على الفرد والمجتمع.

كما يهدف البحث للتعرف على فلسفة الاقتصاد الإسلامي، التي لا تتبنى الفلسفة الاستهلاكية، والترشيد عنده جزء من قيمه الأساسية، لا من القيم التصحيحية. وحُلِّصَ البحث إلى أن هناك جوانب كثيرة يتشارك فيها كل من الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي، وأن فلسفة الاقتصاد الإسلامي لم تقتصر على القيم الضابطة للسلوك الاستهلاكي وعلاقته بالغير، بل وضعت أيضاً قيماً ضابطة لعلاقة الاستهلاك بالثروة، والدخل، وحددت مراتب وأولويات الاستهلاك عند المسلم؛ حتى يتحقق الانضباط الاستهلاكي في عمارة الأرض وعبودية الله تعالى.

الكلمات المفتاحية: فلسفة، الاقتصاد السلوكي، الاقتصاد الإسلامي، سلوك المستهلك

التصنيف JEL: D90; Z12; D11

* Bu çalışma Eşref Mahmutoglu'nun İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İslam İktisadı ve Hukuku (Arapça) bölümünde hazırlamış olduğu Tüketici Davranışının İslam Ekonomisi ile Davranışsal Ekonomi Arasında İncelenmesi isimli tezinden türetilmiştir.

¹ İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İslam İktisadı ve Hukuku (Arapça) Yüksek Lisans Öğrencisi

E-posta: ashrafmhmdd6@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-3412-8453>

Atıf/Citation: Mahmutoglu, E. (2023). Davranışsal İktisada Karşı İslam İktisadı ve Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi, *Maruf İktisat İslam İktisadı Araştırmaları Dergisi*, 3(1), s.45-80.

• DOI: 10.58686/marufiktisat.1277915 • Geliş/Received - 05.04.2023 • Kabul/Accepted - 5.06.2023

Behavioral Economics versus Islamic Economics and its Impact on Consumer Behavior

Abstract

Behavioral Economics is a modern science. This research aims to describe the philosophy of Behavioral Economics. This philosophy suggests that individuals generally do not make rational and rational decisions in their economic behavior. It states that decisions are usually made automatically, by the opinion of society or by the influence of common mental patterns in society. Therefore, the field in question has many aspects that are intertwined with values. In addition, it is in a relationship with the consumption-oriented capitalist philosophy. The study aims to reduce the effects of this philosophy, which has negative effects on individuals and society. The research also aims to understand the philosophy of Islamic Economics. Islamic Economics does not adopt a consumption-oriented philosophy. Saving is part of their core values. The research shows that there are many common points between behavioral economics and Islamic Economics and that Islamic Economics does not only set limits on consumption behavior and relations with others; At the same time, it has been revealed that it determines priorities such as consumption of wealth, income, ranking in consumption. Thus, the Muslim individual will be able to build the world and fulfill his servitude with the consumption discipline determined by Islamic Economics.

Keywords: Philosophy, Behavioral Economics, Islamic Economics, Consumer Behavior

JEL Classification: D90; Z12; D11

Davranışsal İktisada Karşı İslam İktisadı ve Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi

Öz

Davranışsal İktisat, modern bir bilimdir. Bu araştırma, Davranışsal İktisat'ın felsefesini tarif etmeyi amaçlar. Bu felsefe, bireylerin iktisadi davranışlarında genellikle düşünerek ve mantıklı kararlar almadıklarını öne sürer. Kararların genellikle otomatik bir şekilde, toplumun düşüncesiyle veya toplumdaki yaygın zihinsel kalıpların etkisiyle alındığını belirtir. Bu nedenle, söz konusu alanın değerlerle iç içe olan bir çok yönü bulunmaktadır. Bunun yanında tüketim odaklı kapitalist felsefeyle bir ilişki içerisinde. Çalışma bireylerin ve toplumun üzerinde olumsuz etkilere sahip olan bu felsefenin etkilerini azaltmayı amaçlamaktadır. Araştırma ayrıca İslam İktisadı'nın felsefesini anlamayı hedeflemektedir. İslam İktisadı, tüketim odaklı felsefeyi benimsemez. Tasarruf, temel değerlerinin bir parçasıdır. Araştırma, davranışsal iktisat ve İslam İktisadı arasında birçok ortak nokta olduğunu ve İslam İktisadı'nın sadece tüketim davranışı ve başkalarıyla ilişkilerde sınırlar koymadığını; aynı zamanda servetin tüketimi, gelir, tüketimde sıralama gibi öncelikler belirlediğini ortaya koymuştur. Böylece Müslüman birey İslam İktisadının belirlediği tüketim disipliniyle dünyayı imar edip kulluğunu yerine getirebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Felsefe, Davranışsal İktisat, İslam İktisadı, Tüketici Davranışı

JEL Sınıflandırması: D90; Z12; D11

المقدمة

لقد قام العديد من رواد الاقتصاد السلوكي بتمييز هذا النوع من الاقتصاد على أنه فرع زاوية جديدة من علم الاقتصاد، قُوم باستخدام أساليب وتقنيات تحليلية من علم النفس الاجتماعي أو علم السلوك، وذلك لدراسة عمليات صنع القرار والسلوكيات الاقتصادية؛ بهدف تنمية القوة التفسيرية والتنبؤية للنظرية الاقتصادية، من خلال تزويدها بدوافع نفسية أكثر معقولة. فاستخدام أفكار وتطبيقات الاقتصاد السلوكي في تنظيم التفضيلات والقرارات الخاصة بالأفراد، أصبح توجهاً عالمياً، ولا يزال يتنامى بشكل مستمر.

حيث يعمل الاقتصاد السلوكي على إعادة صياغة السياسات العامة في العديد من المجالات الهامة، إما عن طريق مساندة أدوات السياسية التقليدية، مثل أدوات الإلزام الجبرية كالقوانين والغرامات والضرائب وغيرها، أو عن طريق اقتراح أساليب مبتكرة؛ لحل التحديات التي تواجه تطبيق تلك السياسات، من ناحية أخرى فإن نمط الاستهلاك في أي مجتمع يعكس تصور وقيم ومعتقدات هذا المجتمع.

ومن منظور الاقتصاد الإسلامي فإن الإطار المرجعي لنظرية سلوك المستهلك في الإسلام، يتأسس على ثوابت عقدية ومذهبية وأخلاقية، تكشف عن النموذج المرجعي الذي يحدد السلوك الاستهلاكي المتوازن، ويضبط تعامله الأفقي والعمودي مع ذاته ومجتمعه وبيئته.⁽¹⁾ إنَّ نظرية سلوك المستهلك من المنظور الإسلامي جزء من النظرية الاقتصادية العامة، التي تحكم سلوك المسلم وتصرفاته، وهي نظرية تكاملية تجمع بين مطالب الروح والجسد، وبين مطالب الفرد والجماعة، ومطالب الدين والدنيا.

(1) معصر، عبد الله، نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الوضعي والاقتصاد الإسلامي، جريدة ميثاق الرابطة (جريدة مغربية)، مقال منشور بتاريخ 7 فبراير 2013، بتصرف.

مشكلة البحث:

يُحاول البحث التعرف على الفلسفة أو الرؤية الفكرية والقيم والآليات التي ينادي بها الاقتصاد السلوكي، وعمل مقارنة بينها وبين فلسفة وقيم وآليات الاقتصاد الإسلامي فيما يتعلق بسلوك المستهلك.

وتكمن مشكلة البحث في الأسئلة الآتية:

- 1- ما هي الفلسفة والقيم للاقتصاد السلوكي، مقابل فلسفة وقيم الاقتصاد الإسلامي التي تؤثر على سلوك المستهلك؟
- 2- ما هي النقاط المشتركة بين الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي، وأثر ذلك على المستهلك؟
- 3- وهل أوجه الخلاف بين الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد السلوكي وأثر ذلك على المستهلك؟

أهمية البحث:

تتضح الأهمية العلمية للبحث في التعرف على علم الاقتصاد السلوكي من منظور إسلامي خالص، يعزز من ثقة الأفراد والمؤسسات الاقتصادية (الحكومية - الخاصة) في تميز الاقتصاد الإسلامي ومساواته بين كافة أطراف المجتمع في الواجبات والحقوق. كما يُعد البحث إضافة علمية في بابه، فالكتابات في هذا العلم الجديد تكاد تُحصى على الأيدي، غير أن تطبيقات هذا العلم نزلت على أرض الواقع منذ زمن قريب، فهو مجال بكر على مستوى البحث العلمي.

وهذا البحث سوف يعزز المكتبات البحثية والإسلامية، محاولاً إثبات أسبقية الاقتصاد الإسلامي بمقاصده ووكلياته، على الاقتصاد السلوكي المقوم للاقتصاد التقليدي في مجال القيم والأخلاق المجتمعية.

أهداف البحث:

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

1. معرفة فلسفة وقيم الاقتصاد السلوكي مقابل الاقتصاد الإسلامي، وأثرهما على سلوك المستهلك.
 2. بيان النقاط المشتركة بين الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي، وأثر ذلك على المستهلك.
 3. تحديد أوجه الخلاف بين الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد السلوكي وأثر ذلك على المستهلك.
- منهج البحث: استخدم البحث المنهج التأصيلي المقارن.
- هيكلية البحث: تم تقسيم البحث إلى تمهيد وثلاثة مباحث، خُصص المبحث الأول للحديث عن فلسفة الاقتصاد السلوكي وأثرها على سلوك المستهلك، أما المبحث الثاني فتضمن الحديث عن فلسفة الاقتصاد الإسلامي وأثرها على سلوك المستهلك، وجاء المبحث الثالث موضحاً أوجه الاتفاق والاختلاف بين الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي وأثر ذلك على سلوك المستهلك.

الدراسات السابقة:

- 1- أحمد النجار، مدخل مختصر لمفاهيم الاقتصاد السلوكي (مؤتمر البرنامج الأول لإعداد الباحثين في الاقتصاد الإسلامي، جمعية الاقتصاد والتمويل الإسلامي، جامعة صباح الدين زعيم، 22-24 أكتوبر 2020).

ماهية الاقتصاد السلوكي وعلاقته بفرضية "الرشد الاقتصادي"، الاقتصاد السلوكي وكيف يتم التأثير على العقول، التحيزات المعرفية المؤثرة في سلوك البشر من وجهة نظر مدرسة الاقتصاد السلوكي، ماهية الاقتصاد السلوكي، الاقتصاد السلوكي وسياسة الوكز، مجالات تطبيق الاقتصاد السلوكي وسياسة الوكز، الاقتصاد السلوكي وإدارة التغيير، كما يؤكد على أهمية دراسة الاقتصاد السلوكي وعلاقته بالسلوك البشري.

وأهمية دراسة تطبيقاته وتأثيرها على التنمية الاقتصادية بشكل عام، ولم تتناول علاقة الاقتصاد الإسلامي بالقيم وقواعد السلوك في الإسلام كما سوف يتناولها الباحث في هذا البحث.

2- محمد أحمد الأفندي، مقولات الاقتصاد السلوكي وعلاقتها بالاقتصاد التقليدي مع الإشارة إلى الاقتصاد الإسلامي (مجلة جامعة العلوم والتكنولوجيا اليمن، المجلد 22، سبتمبر 2019).

تناقش الدراسة المقولات الرئيسية للاقتصاد السلوكي الذي يقوم على دمج المحددات النفسية والعصبية في علم الاقتصاد، بغية تقديم فهم أفضل للتصرفات الاقتصادية للأفراد. وتحدث عن سقوط حيادية علم الاقتصاد أو الفصل بين الاقتصاد والأخلاق، وركزت على أن الاقتصاد السلوكي ليس بديلاً عن الاقتصاد التقليدي. كما اهتمت الدراسة بتقييم مستوى التقارب بين الاقتصاد السلوكي ومنهجية التحليل في الاقتصاد الإسلامي، وانتهت الدراسة إلى أن هناك جسراً جديداً للتواصل بين الاقتصاد المعاصر والاقتصاد الإسلامي وهو ما يبدو في جوانب كثيرة من قواعد التصرفات الاقتصادية للفرد والمجتمع.

3- أحمد عبد الكريم، دور قواعد الاقتصاد الإسلامي لاستنباط الممارسات التطبيقية لوحدة الاقتصاد السلوكي (مؤتمر الفعالية الاقتصادية بعنوان الوكر السلوكي، مركز الكويت للاقتصاد الإسلامي، مارس 2019)

تحدث البحث عن أن علم الاقتصاد السلوكي هو علم حديث ويقوم على أساس أن الفرد في سلوكه الاقتصادي غالباً ما يتخذ قراره الاقتصادي دون تدبر أو تعقل، وإنما يتخذها إما من خلال التفكير التلقائي أو من خلال التفكير الاجتماعي أو بناء على أنماط ذهنية نمطية سائدة في مجتمعه.

ولذلك جاء علم الاقتصاد السلوكي ليركز على الوكر السلوكي، والذي مفاده إحداث التغيير في السلوك الاقتصادي للفرد والمؤسسات وذلك بابتكار قواعد جديدة وإحداث تغييرات اجتماعية أو بتغيير سلوك المجتمع والمستثمر والمنتج بما يؤدي بالنتيجة إلى إحداث تعديل إيجابي في السلوك الاقتصادي للفرد.

وقد خلص البحث إلى تبني قواعد ومداخل الاقتصاد الإسلامي في حفظ المال والمتمثلة في واجب المسلم في إعمار الأرض وفي الإنفاق المعتدل وفي العمل على الكسب الحلال.

التمهيد: تحرير مصطلحات البحث.

أولاً: تعريف علم الاقتصاد السلوكي:

تعريف الاقتصاد لغة :

"والقصد في الشيء: خلاف الإفراط وهو ما بين الإسراف والتقتير، والقصد في المعيشة: ألا يسرف ولا يُقْتَر، يقال: فلان مقتصد في النفقة وقد اقتصد. واقتصد فلان في أمره أي استقام، واقتصد بذرعك؛ أي ازبغ على نفسك. وقصد فلان في مشيه إذا مَشَى مستويا، ورجل قصد ومقتصد والمعروف مقصد: ليس بالجسيم ولا الضئيل" (2)، واقتصد في النفقة: تَوَسَّطَ بَيْنَ التَّقْتِيرِ والإسراف، قَالَ صلى الله عليه وسلم "وَلَا عَالَ مَنِ اقْتَصَدَ" (4) (3)، و"اقتصد في النفقة: إذا لم يبدّر ولم يقتر" (5).

تعريف علم الاقتصاد اصطلاحاً:

لعلم الاقتصاد تعريفات كثيرة، ومن أشهر التعريفات للاقتصاد بأنه: "ذلك العلم الذي يدرس بنى الإنسان في أعمال حياتهم العادية، فهو يبحث في كيفية حصول الإنسان على أكبر دخل ممكن في حدود إمكانياته، وكيفية استخدامه لهذا الدخل بصورة رشيدة تجلب له أكبر إشباع ممكن" (6)، وهذا التعريف ما زال يلقي قبولاً لدى العديد من علماء الاقتصاد اليوم.

(2) ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الأنصاري الرويفي الإفريقي (المتوفى: 711هـ)، لسان العرب، دار صادر - بيروت، ط3 (1414هـ)، ج 3، ص 354.

(3) أخرجه الإمام الطبراني، سليمان بن أحمد بن أيوب بن مطير اللخمي الشامي، أبو القاسم الطبراني (المتوفى: 360هـ)، في المعجم الأوسط، بتحقيق طارق بن عوض الله بن محمد، عبد المحسن بن إبراهيم الحسيني، دار الحرمين القاهرة، باب الميم من اسمه محمد، حديث رقم 6627، وقال الطبراني: لَمْ يَرْوِهِ عَنِ الْحَسَنِ إِلَّا عَبْدُ الْقُدُّوسِ، تَفَرَّدَ بِهِ وَلَكِنَّهُ عَنْهُ.

(4) الزبيدي، محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، ت 1205هـ، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق: مجموعة من المحققين، دار الهداية، ج9، ص 36.

(5) الحميري، نشوان بن سعيد اليمني، ت 573هـ، شمس العلوم ودواء كلام العرب من الكلوم، تحقيق: د. حسين بن عبد الله العمري - مطهر بن علي الإرياني - د يوسف محمد عبد الله، دار الفكر المعاصر (بيروت - لبنان)، دار الفكر (دمشق - سورية)، ط1 (1420هـ - 1999م)، ج 8، ص 5524.

(6) Marshall, Alfred et Mary Paley (1879). **The Economics of Industry**. Bastian Books. p. 5.

تعريف علم الاقتصاد السلوكي:

هو محصلة التزاوج أو المزج بين علم النفس وعلم الاقتصاد التقليدي حيث يتم إدماج العوامل والمحددات النفسية والعصبية في صلب التحليل الاقتصادي للأفراد.⁽⁷⁾ تتمثل وظيفة علم الاقتصاد السلوكي بدراسة تأثيرات العوامل النفسية، والمعرفية، والعاطفية، والثقافية، والاجتماعية وتطورها حسب الزمان والمكان على القرارات الاقتصادية للأفراد والمؤسسات والسلطة المعنية.⁽⁸⁾

ثانياً: تعريف سلوك المستهلك:

تعريف السلوك لغة:

سلوك: السلوك: مصدر سلك طريقاً؛ وسلك المكان يسلكه سلكاً وسلوكاً وسلوكه غيره وفيه وأسلكه إياه وفيه وعليه، والسلك، بالفتح: مصدر سلكت الشيء في الشيء فانسلكت أي أدخلته فيه فدخل، وفي التنزيل العزيز: "كَذَلِكَ سَلَكْنَاهُ فِي قُلُوبِ الْمُجْرِمِينَ" (الشعراء: 200)⁽⁹⁾.

تعريف السلوك اصطلاحاً :

السلوك في الاصطلاح هو " مجموعة من الاستجابات التي تصدر عن الفرد تجاه المثيرات البيئية المختلفة؛ حيث تمثل البيئة جميع المؤثرات التي تدعم آلية ظهور السلوك"⁽¹⁰⁾. تعريف سلوك المستهلك:

هو " السلوك الذي يقوم به المستهلك عندما يبحث ويشترى ويستعمل ويقيم ويتخلص من السلع والخدمات التي يتوقع أن تشبع حاجاته بعد استهلاكها"⁽¹¹⁾

(7) أحمد الدخيل، الاقتصاد السلوكي من منظور قانوني، بغداد،

https://www.youtube.com/watch?v=i0Mp_JYNqh

(8) Investopedia; **behavioral economics definition**;

<https://www.investopedia.com/terms/b/behavioraleconomics.asp>

(9) ابن منظور، لسان العرب، فصل السين المهملة، ج 10، ص 442.

(10) منى خضر الحبش (2007 - 2008)، المشكلات التربوية والسلوكية، الجامعة العربية المفتوحة، صفحة 3. بتصرف.

(11) رانية المجني ونريمان عمار، سلوك المستهلك الإجاز في علوم الإدارة، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020، ص 17.

ثالثاً: تعريف علم الاقتصاد الإسلامي:

تم تعريفه بأنه: "مجموعة الأصول العامة التي نستخرجها من القرآن والسنة النبوية والبناء الاقتصادي الذي نقيمه على أساس تلك الأصول بحسب كل بيئة وكل عنصر".⁽¹²⁾ كذلك تم تعريفه بأنه: " العلم الذي يوفق بين حاجات الأفراد المادية والروحية وما استخلفهم الله - تعالى - فيه من موارد وفقاً لقيم وضوابط الشريعة لتحقيق الرفاه في الدنيا والآخرة".⁽¹³⁾

المبحث الأول: فلسفة الاقتصاد السلوكي وأثرها على سلوك المستهلك.

المطلب الأول: فلسفة الاقتصاد السلوكي:

يعتقد الباحثون في الاقتصاد السلوكي أن الأخذ بالجوانب النفسية في التحليل الاقتصادي يجعل الاقتصاد أكثر واقعية ويزيد من مقدرته على تفسير الظواهر الاقتصادية وقدرته على التوقع للسلوك الاقتصادي للإنسان، وعلى اقتراح سياسات جيدة.

أولاً: المعالم الفلسفية لعلم الاقتصاد السلوكي.

بدأت بفكر مؤسس علم الاقتصاد (آدم سميث) في نظرية الأخلاق العاطفية " Theory of moral sentiments" وضع فيه المبادئ النفسية للسلوك الاقتصادي، كما كانت العوامل النفسية في صلب النظرية الكنزوية في دافع المضاربة للطلب على النقود، وقد فاز عالمين غير اقتصاديين بجائزة نوبل على دراستهما حول تأثير العوامل النفسية على السلوك وهما: (كامبرت سايمون) في الأربعينيات، (دانييل كتمان) عام 1997م.

ثانياً: النقطة المركزية في فلسفة هذا العلم وتميزه هي (عدم رشد السلوك الاقتصادي ومن أهمها سلوك المستهلك).

فالاقتصاد قام على فرضية السلوك الرشيد، والرشد في الفكر الاقتصادي يعني: "اختيار الشيء تبعاً لبناء منطقي معين ولغرض تحقيق هدفٍ معيّن"⁽¹⁴⁾، ويُطلق الاقتصاد الوضعي الرشد على سلوك المستهلك: "إذا استطاع أن يصلَ بإنفاق دخله المحدود، وفق أسلوب عقلانيٍّ، إلى أقصى

(12) الفنجري، حمد شوقي، المذهب الاقتصادي الإسلامي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط2 (1986م)، ص31.

(13) دوابه، أشرف محمد، الاقتصاد الإسلامي مدخل ومنهج، دار السلام، ط1 (2010م)، ص25.

(14) المنيف، ماجد عبد الله، مبادئ الاقتصاد: التحليل الجزئي، عمادة شؤون الكليات، جامعة الملك سعود، الرياض، سنة 1410هـ، ص: 160.

منفعة ممكنة"⁽¹⁵⁾، بصرف النظر عن مضمون المنفعة، وعن آثارها الاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية...، وعن الوسائل والسبل التي يسلكها المستهلك للوصول إلى هذه المنفعة، وقد أثبت الاقتصاد السلوكي عدم انتظام السلوك وهدم هذا الركن وقدم مبدأ القصور المعرفي الذي يمنع السلوك الرشيد.

ثالثاً: بدأ الاهتمام بدراسة سلوك المستهلك مع بداية الخمسينيات.

حينما أدرك رجال الأعمال عدم جدوى السياسة التي تقوم على التركيز على الإنتاج، أو تبني مفهوم تصريف منتجاتهم وفقاً لقانون "ساي" في الأسواق أن كل ما يتم إنتاجه يتم بيعه (أنّ المنتجات تستبدل بمنتجات وأن النقود ما هي إلا وسيلة وواسطة)، فقد أصبح من الواضح أن أي منظمة أو منشأة تريد أن تستمر وتنمو في مجال نشاطها، فإنّ عليها القيام بمجهود في تحديد ما يريده عملاؤها الحاليون والمرتبون من سلع وخدمات.

كما أنّ افتراض السلوك الرشيد للمستهلك وقدرته على اتخاذ قراراته بالاستهلاك وفقاً لذلك، لا يجد أرضية واقعية إزاء جهود الدعاية والإعلان التي تؤثر في قرارات المستهلك، وتجعلها تنحرف بعيداً عن الرشد الاقتصادي (بمفهومه الوضعي) المفترض في قرارات المستهلك، فاتخاذ القرار باستهلاك مجموعة معينة من السلع والخدمات دون أخرى لم يعد راجعاً إلى السلوك الرشيد للمستهلك فهناك "محرضات مفتعلة"، فالدعاية مع تطور تقنياتها أصبحت لها دور بارز في تشكيل توليفة المستهلك.⁽¹⁶⁾

رابعاً: تقوم فلسفة الاقتصاد السلوكي على افتراضات أساسية وهي:

يتضمن الاقتصاد السلوكي عدداً من الفرضيات التي تستهدف توصيف طبيعة وشكل التصرفات الاقتصادية للأفراد، وهي بطبيعتها تمثل محددات وحوافز ودوافع نفسية ذات تأثير على السلوك الفعلي للأفراد، من خلال تدخلات سلوكية قائمة على فهم تصرفات الأفراد بشكل معمق، ويمكن عرضها كما يلي:

(15) غانم، حسين، نظرية سلوك المستهلك، دون ناشر، سنة: 1406هـ، ص: 27.

(16) حسن، عماد كامل، إشراف د. سهيل أحمد حوامده، أثر اختلاف ضوابط الرشد الاستهلاكي بين الاقتصاد الوضعي والإسلامي، رسالة ماجستير، جامعة إسطنبول صباح الدين زعيم، بحث 2018، ص 9.

المبدأ الأول: هندسة المعلومات:

إن تأطير المعلومات أو تكييف المعلومات وهندستها يؤثر على المزاج النفسي للأفراد ويحفزهم على تجنب ألم الخسارة، فعرض المعلومات بشكل متكرر في أكثر من مكان، وعرضها بأحجام مختلفة، وأوقات متفرقة، وكذلك زيادة المثيرات في المعلومات من حيث الثبات وعدمه، كل ذلك يعمل على تأثير الفرد والتأثير على قراره السلوكي الاقتصادي.⁽¹⁷⁾

فالمؤكد كلما زادت الخيارات كلما صعب القرار على الفرد، ويستطيع أن يرى الفرد ذلك في حياته اليومية بشكل مستمر، فمثلاً طريقة عرض قائمة الطعام في كثير من المطاعم، من حيث وضع ترتيب المأكولات وأسعارها وأحجامها وأسعارها، له أثر كبير على قرار الأفراد، وبالطبع يغير سلوك الفرد بشكل غير مباشر وفعال بنفس الوقت.

المبدأ الثاني: تجنب الخسارة:

تم عمل استبيان بهدف مدى تأثير وفاعلية هذا المبدأ الاقتصادي في مؤتمر هل يحسن الاقتصاد السلوكي قراراتنا؟، وعُرض في شكل مجموعتين من الأسئلة، المجموعة الأولى في حالة الربح: إذا أتيح عمل اقتصادي يكون ربح الفرد منه 240 ريال سعودي بشكل مؤكد، وعمل اقتصادي يكون الربح فيه 1000 ريال بنسبة 25 % وقد لا يربح الفرد شيئاً بنسبة 75 %، وكانت النتيجة إقدام الأفراد في العمل الأول بنسبة 81 %، المجموعة الثانية في حالة الخسارة: تم عرض أمام كل فرد من المجموعة خيارين، الخيار الأول تخسر فيه 240 ريال بشكل مؤكد، والخيار الثاني قد تخسر فيه 1000 ريال بنسبة 25 % وهناك احتمال ألا تخسر شيئاً بنسبة 75 %، وكانت النتيجة إقدام الأفراد على الخيار الثاني بنسبة 75 % على الخيار الأول.⁽¹⁸⁾

ويتبين مما سبق من هذا الاستبيان أن الفرد حين يدخل في دائرة الخسارة ولو كانت محتملة، يكون عنده دافع المخاطرة من أجل عدم الاعتراف بالخسارة، كما تُظهر الإجابات نتائج واضحة حول أحد أهم الاعتبارات التي تم التوصل لها في مجال الاقتصاد السلوكي:

- أننا نقع في تحيزات تقود لاختيارات خاطئة.
- نميل إلى التحفظ في حالة المكسب والربح، ونتقبل المخاطرة في حالة الخسارة.

(17) الخطيب، أحمد، الإدراك والتعلم، مقالة منشورة، عمان، الأردن 2014 بتصرف.

(18) الزهراني، أحمد، مؤتمر هل يحسن الاقتصاد السلوكي قراراتنا؟، معهد الإدارة العامة، برنامج التحول الوطني 2020م، تصرف.

فالأفراد يفضلون غالباً تجنب الخسارة أكثر من حوافز الربح المتوقع؛ ذلك أن ألم خسارة الشيء هو أعظم من الرضا أو السعادة المتحصلة من الفوز بالربح عند حصولهم على نفس الشيء، فالأثر النفسي للخسارة أكبر بكثير من الأثر النفسي للربح.

المبدأ الثالث: التنبيه أو الترغيب:

يستهدف التحفيز - التنبيه - حث الأفراد على خيارات سلوكية مرغوبة دون إجبارهم عليها، فمثلاً بدلاً من إجبار الأفراد على إزالة القمامة من خلال فرض غرامات مالية يمكن الوصول إلى نفس النتيجة من خلال زيادة سلات القمامة، وبدلاً من الحد من عدد السيارات لتقليل الزحام المروري من الممكن تخفيف الزحام بتخصيص حارات وشوارع للدراجات.

ويعرف هذا المبدأ في علم التسويق بتقنيات التسويق الخفي، فغالباً ما تستخدم الشركات أشخاصاً يتمتعون بالجاذبية والأناقة والمصداقية بهدف الترويج للعلامات التجارية وإشراك الزبائن في الاطلاع عن كتب على مواصفات المنتج المعلن، وكذلك يتم الاستعانة بمشاهير المجتمع - تسويق المشاهير - للقيام بالترويج لأفكار محددة أو منتجات بعينها بطريقة عفوية غير مقصودة تجعل المتلقي أكثر اقتناعاً عن طريق من طرق الترغيب أو التنبيه.⁽¹⁹⁾

المبدأ الرابع: الميل إلى التشبث والحفاظ على الوضع الحالي:

فالمستهلكين أسرى العادات، كما أنهم يقارنون الظروف المحيطة بهم بالمؤشرات المرجعية أي: أنهم يميلون إلى الأخذ بالاختيار الافتراضي، ولهذا المبدأ بُعد سلوكي آخر يتعلق بما يطلق عليه "الليبرالية الأبوية" حيث يكون الخيار المحدد مسبقاً الخيار الافتراضي (مناسباً للأغلبية، وهذا هو الجانب الأبوي، بيد أن للأفراد الحق في رفض الخيار المبدئي واختيار غيره وهذا هو الجانب الليبرالي أو الحرية في الاختيار.

لنتأمل في المثال التطبيقي: من أجل تحفيز الموظفين الجدد للتسجيل في نظام التقاعد، قررت حكومة ولاية فرجينيا الأمريكية دفع دولار واحد من خزائنها مقابل كل دولار يدفعه الموظف لصندوق التقاعد، لكن لم يسجل في النظام إلا نحو 20% فقط، لذلك اتجهت الحكومة إلى أسلوب آخر، وهو زيادة مستوى النظام ليكون هو الخيار المحدد سلفاً للموظفين ما لم يطلبوا

(19) روؤف، رعد عدنان، التسويق الخفي هل هو أداة لخداع الزبون أم لتعزيز السلوك الشرائي، بحث منشور، المجلة العربية للإدارة مج 38، عدد 4 ديسمبر (كانون الأول) 2018، ص 7.

الانسحاب منه أخذتا بعين الاعتبار الاستفادة من سلوك الموظفين المتعلق بالحفاظ على الوضع الحالي.(20)

المبدأ الخامس: المحاسبة الذهنية (العقلانية المحدودة):

هي تبسيط عملية صنع القرارات المالية، حيث أظهرت الملاحظات التجريبية أن الأفراد يخصصون الإنفاق على بنود مختلفة كإيجار السكن والطعام والملابس وغير ذلك، ولكل بند من هذا الإنفاق صلة بمحاسبة ذهنية منفصلة، أي له ميزانية خاصة به ومؤشر مرجعي خاص به كذلك.

أي أن قيمة مصروفات الشخص ترمز إلى مبلغ معين من النقود وفقاً للحساب المخصص له مما يشجع على عدم الإسراف في الإنفاق على الأشياء غير الضرورية. فالعقلانية المحدودة تعني أنه عندما يتخذ الأفراد القرارات، فإن عقلانيتهم تكون محدودة بقابلية تتبع المسألة التي يتخذون القرار فيها، وقيدوها المعرفية والوقت المتوفر. يتصرف صانعو القرار في هذا المشهد كإرضائيين، ويبحثون عن الحل المرضي بدلاً من الحل الأمثل.

وتم طرح العقلانية المحدودة لتكون أساساً بديلاً للنموذج الرياضية لصنع القرار، وتعد العقلانية المحدودة مكملية «للعقلانية كأمثلية»، والتي تعتبر أن عملية صنع القرار هي عملية عقلانية بشكل كامل تهدف إلى إيجاد الخيار الأمثل في ضوء المعلومات المتاحة، استخدم سيمون تشبيه المقص، حيث تمثل إحدى شفرته القيود الإنسانية المعرفية وتمثل الأخرى «بنية البيئة»، موضحاً كيف تعوض العقول عن الموارد المحدودة من خلال استغلال الانتظام البنيوي المعروف في البيئة (21).

(20) الافندي، محمد احمد، النظرية الاقتصادية الجزئية المتوسطة، مركز الكتاب الأكاديمي عمان، ط2 (2018)، ج 2، ص258.

(21) Gigerenzer, Gerd; Selten, Reinhard (2002). **Bounded Rationality: The Adaptive Toolbox**. MIT Press. ISBN 978-0-262-57164-7.

المبدأ السادس: التفضيلات الاجتماعية:

يتضمن هذا المبدأ وجود قدر من الإحساس الاجتماعي لدى الفرد نحو الآخرين، فكما أن الفرد يعني بمصالحه الشخصية فهو كذلك يهتم ويعتني بالآخرين، بمعنى آخر يأخذ في الاعتبار الأفراد بمسائل العدالة في كثير من التصرفات السلوكية الفعلية للإنسان.

وقد يسمى هذا المبدأ - جزء الحب - لأنه يرتبط بـ (الوكسيتوسين) الذي يعد الناقل العصبي لوظيفة إقامات علاقات مع الأفراد المنتمين للمجموعة وأن الفرد يبالغ في إعطاء قيمة لقرارات وأحكام المجموعة بغض النظر عن صحتها على قرارات الآخرين، ويعد هذا المبدأ تأكيداً عند الفرد له فطري.⁽²²⁾

كما يسمى أحياناً بالمصادر الشخصية⁽²³⁾، أو "بالمعلومات الاجتماعية"⁽²⁴⁾، وتأتي عن طريق الاتصال بالآخرين (أفراد الأسرة - الأصدقاء - الجيران) وتعتبر أكثر المصادر تأثيراً في اتخاذ قرار المستهلك وسلوكه، خاصة إذا جاءت المعلومات من شخص موثوق به وعلى خبرة ودراية بالبدائل المختلفة التي يمكن أن تتحقق هدف المستهلك.⁽²⁵⁾

المطلب الثاني: أثر فلسفة الاقتصاد السلوكي على سلوك المستهلك.

بما أن فلسفة الاقتصاد السلوكي قامت على قصور الرشد الإنساني؛ ولذلك آثار على سلوك المستهلك منها:

1) حماية الفرد من اتخاذ قرارات سريعة غير مدروسة:

الإنسان يخشى المخاطر: ولكن فهمه للمخاطر يختلف حسب طريقة عرضها عليه، فهو بصفة عامة يميل لتجنب المخاطر، فإذا أردت أن تدفعه لقرار معين إما أن تبرز له الجانب الإيجابي أو تبرز له جانب المخاطر حسب هدفك، لو هناك عملية جراحية (Framing) وعلى الرغم

(22) جابر على صكر، وعبد الأمير، عذراء خالد، الانحياز المعرفي لدى طلبة الجامعة، بحث منشور في جامعة القادسية، كلية التربية 2017م، ص 12. بتصرف.

(23) ثابت عبد الرحمن إدريس، منى راشد الغيص، إدارة التسويق، مدخل استراتيجي تطبيقي، مكتبة الفلاح الكويت 1994م، ص 182.

(24) طلعت أسعد عبد الرحمن، التسويق الفعال، مكتبة الشقري الرياض، ط9 (1999م)، ص 144.

(25) الجريسي، خالد عبد الرحمن، سلوك المستهلك دراسة تحليلية للقرارات الشرائية للأسرة السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية 1427هـ، ص 89 بتصرف.

من أن احتمال نجاحها 90% إلا أن الإنسان يكره أن يموت حتى لو بنسبة 10% لو أظهرت له هذه النسبة بوضوح، وكذلك تحفيز الناس على عدم شرب الخمر مثلاً يتم بتذكيرهم بما يخسرونه بإدماهم لا بما يكسبونه من تركهم الخمر.

يقول دانيال في كتابه⁽²⁶⁾ : هناك نوعين من القرارات، القرارات السريعة وهي التي يجب أخذها في وقت قصير ومحدود، وهي تعتمد في هذه الحالة على النظام الأول في المخ الذي يأخذ قراراً حسب المعلومات المتوفرة وقتها وحسب الخبرات المتراكمة وما يتبادر إلى الذهن وقتها، وحالته النفسية وقتها، أما النظام الثاني فهو القرار البطيء والذي يأخذه الإنسان بعد جمع المعلومات وتحليلها.⁽²⁷⁾

2) عدم الوقوع في مصيدة الإعلانات للشركات.

الاقتصاد السلوكي يعمل على توجيه سلوك الفرد للأفضل له، فحينما يتعرض الإنسان لمعلومات معينة (Science Of availability) تكون هذه المعلومات حاضرة في تفكيره وتؤثر على قراراته القريبة منها زمنياً حتى لو كانت هذه المعلومات لا تخصه ويصعب تأثيرها عليه، مثلاً لو تعرض الإنسان لأخبار عن حوادث طائرات أو الاغتصاب يجعله يأخذ حذره منها على الرغم من أن احتمال وقوعها له أقرب للصفر، فأول شيء يتبادر للذهن هو آخر شيء مر على ذهن الإنسان، وهذا ما تستخدمه الشركات في الدعاية، حيث تجد اسمها في كل مكان حولك (ماكدوناز - ستار بكس)، وكذلك تعطينا الإعلانات الكثيرة بشكل غير مباشر أن المنتج هذا هو الأكثر استخداماً، والأكثر مبيعاً وجودة دون المنتجات الأخرى ولو كان معجون أسنان.⁽²⁸⁾

(26) دانيال كانيمان (بالإنجليزية Daniel Kahneman): عالم نفس أمريكي إسرائيلي ولد في تل أبيب (فلسطين) عام 1934 وكان والده رئيس الأبحاث الكيميائية في مصنع كبير. حصل على أول درجة من الجامعة العبرية في القدس. في عام 2011، أضيف من قبل مجلة السياسة الخارجية على قائمة المفكرين العالميين. وفي العام نفسه، نشر كتابه المسمى التفكير السريع والبطيء، حائز على جائزة نوبل في الاقتصاد.

(27) كانيمان، دانيال، التفكير السريع والبطيء، ترجمة شيماء طه الريدي ومحمد سعد طنطاوي، دار هنداوي، ط1 2015، ص 553-554.

(28) سيالدين، روبرت، التأثير علم نفس الإقناع، ترجمة سامر الأيوبي، مكتبة مؤمن قريش، ط1 (2010م)، ص 309

3) التركيز على اختيار الأفضل للإنسان لا اختيارات الآخرين.

من أهم ثمرات وأثر فلسفة الاقتصاد السلوكي على سلوك المستهلك، أنه يوضح الإنسان قدراته الذهنية والعقلية التي يشوبها الكثير من التحيزات، فعندما يعطي البائعون لنا غالباً الخيارات التي نختار من بينها، فإننا نتأثر كثيراً بهذه الخيارات "مثل: هذا غالي وهذا رخيص، فيجعل البائع الرخيص في المنطقة السعرية التي يريد البيع بها والغالي أعلى منه، وكثير من مثل هذه التحيزات التي تستخدمها الشركات، فالاقتصاد السلوكي يعصمنا من الوقوع في اتخاذ القرارات وفقاً لهذه التحيزات في كثير من الأوقات والقرارات الاقتصادية.⁽²⁹⁾

4) الموازنة بين الربح والخسارة.

تعمل آليات ووسائل الاقتصاد السلوكي على تبسيط المعلومات لدى المستهلك؛ من أجل قيامه بالموازنة بين الربح والخسارة، والمزايا والعيوب لمنتج ما نريده، فمن المعروف أن قراراتنا الاقتصادية تتأثر كثيراً بكثرة المعلومات المعروضة علينا. فالإنسان في العادة يكره بطبعه الخسارة بشكل أكبر من حبه للكسب، فلو كان هناك رمي عملة على مكسب 1000 أو خسارة 1000 فإن الإنسان كرهه للخسارة لن يحفزها للعب، ولكن لو كان احتمال أن يخسر 10 مقابل أن يربح 1000 يحفزها للمقامرة، وهذا ما يحدث فعلاً في (اليانصيب) مثلاً يتغلب أصحاب الإعلانات على خوف الخسارة بالتعويض بالمكاسب الكبير، فالإنسان بطبعه لا يحسب الاحتمالات في النظام الأول (فمثلاً فلان كسب مليوناً إذن نفعل مثله رغم أن هناك مليوناً مثله خسروا)⁽³⁰⁾. وأمثلة ذلك كثيرة في شتى مجالات الحياة الشخصية والاجتماعية، فحينما تشتري شيئاً ولم يعد له استعمال يصعب عليك التخلص منه على الرغم من تكلفة الاحتفاظ به، وكذلك فائض الدواء بعد شفاءك أو الملابس التي ضاقت عليك.....الخ.

(29) الزهراني، مؤتمر هل يحسن الاقتصاد السلوكي قراراتنا؟، معهد الإدارة العامة، برنامج التحول الوطني 2020م،

بتصرف.

(30) المرجع السابق، بتصرف.

المبحث الثاني: فلسفة الاقتصاد الإسلامي وأثرها على سلوك المستهلك.

مما لا شك فيه أن النظام الاقتصادي الإسلامي نظام مثالي لا يقف عند حدود الوصف لما هو كائن، وإنما يهتم بما يجب أن يكون، وهو يرتبط بالشرعية الإسلامية - التي تنظم نواحي الحياة - ارتباط الكُل بأجزائه، فلا يمكن فصله عن القواعد العقدية والإيمانية والأخلاقية، وفي هذا الإطار يمكن القول بأن الاقتصاد الإسلامي يقوم على فلسفة عامة شاملة من أبرز معالم هذه الفلسفة أستعرض بعضها في المطالب التالية:

المطلب الأول: محددات الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي - مركزية الحلال

والحرام:-

يتميّز المستهلك المسلم عن غيره، ذلك أن المستهلك في الاقتصاد الوضعي، أهم ما يدفعه للاستهلاك هو إشباع حاجة لديه، سواء كانت حلالاً أم لا، بينما المستهلك في الاقتصاد الإسلامي فإن ما يدفعه للاستهلاك؛ هو الحاجة المشروعة والحلال (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 الموارد المتاحة له، بل لا ينظر إلى حاجات الإنسان الحقيقية، وعليه يمكن القول إن حاجات الإنسان محدودة⁽³¹⁾، أو على الأقل قابلة للتحديد. وتُعرّف الحاجة في الاقتصاد الإسلامي بأنها: "كل رغبة مشروعة تتطلب الإشباع"⁽³²⁾.

فمن خلال هذا التعريف نستنتج أن الحاجة في الاقتصاد الإسلامي، تختلف عنها في "الاقتصاد الوضعي بشرط واحد، ألا وهو كون الرغبة تحب أن تكون مشروعة، وهو قيد أخرج 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:

(31) غانم، حسين، الاقتصاد الإسلامي طبيعته ومجالاته، المنصورة، دار الوفاء، ١٩٩١.

(32) مرعي، الحاجات البشرية مدخل إلى النظرية الاقتصادية الإسلامية، ٢٠٠١م.

الغذاء الكافي الذي يشبع الحاجة دون إسراف أو تقتير، "اللباس الذي يستر العورة ويقي من الحرّ والبرد، المسكن الذي يحقق الراحة، العلاج، التعليم.⁽³³⁾

المطلب الثاني: ترتيب الاستهلاك وأولوياته:

وبعد تحديد مركزية الحلال والحرام من الحاجة المشروعة لدى المستهلك المسلم، نجد الاقتصاد الإسلامي يُلبي للمستهلك المسلم هذه الحاجة على درجات متفاوتة، فليست كلها في نفس الترتيب بل تخضع لمقاصد الشريعة ومراتبها كالتالي:

أولاً: الضروريات: وهي التي "لا بدّ منها في قيام مصالح الدّين والدنيا، بحيث إذا فقدت لم تخر مصالح الدنيا على الاستقامة، بل على فساد وتّهارج وفوت حياة، وفي الأخرى فوت النجاة والنعيم والرجوع بالخسران المبين".⁽³⁴⁾

وتشمل الضروريات: كافة الأشياء والتصرفات التي لا بد منها للمحافظة على الدين والنفس والعقل والنسل والمال⁽³⁵⁾، والضروريات بالنسبة للمستهلك – المستعمل المباشر للسلع والخدمات – تتمثل فيما لا بقاء له بدونه، وأهمها المطعم والمشرب والملبس والمسكن، لأن الله خلق أولاد آدم خلقاً لا تقوم أبدانهم إلا بهذه الأشياء الأربعة.⁽³⁶⁾

وكل ما يتوقف عليه حفظ النفس من جميع المأكولات يُعد من الضروريات، لأن حفظ النفس واجب، وما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب، وهنا أوجب الإسلام على المستهلك المسلم تلبية هذه الضروريات، وجعلها في مقدمة قائمة الاستهلاك لديه، ولب سلوكه الاقتصادي الذي ينظم دخله ومصروفه عليه، بحيث لا ينتقل منه إلا غيره إلا بعد استيفائه.

ثانياً: الحاجيات: والحاجيات هنا هي المرتبة الوسطى بين الضروريات والتحسينات، والسلع والخدمات التي تُعد في هذه المرتبة هي التي يحتاج إليها المستهلك لرفع الحرج والضييق الذي

(33) الأزهوي، ترشيد الاستهلاك الفردي في الاقتصاد الإسلامي، ٢٠٠٢.

(34) الشاطبي، أبي إسحاق إبراهيم بن موسى اللخمي الغرناطي المالكي، الموافقات في أصول الشريعة، القاهرة، مصر، المكتبة التجارية، ج2، ص 4.

(35) الغزالي، الوجيز، 164/30-88 بتصرف.

(36) السرخسي، محمد بن أحمد بن أبي سهل، المبسوط، دار المعرفة بيروت بدون طبعة (1414هـ - 1993م)، ج30، ص 251، بتصرف.

يلحقه بفقدانها كالطعام والشراب الذي يكفيه حتى الشبع، والمسكن يكون له أبواب ونوافذ تفتح وتغلق عند الحاجة وهكذا كل ما يرفع الحرج.

ونقصد بهذه الحاجيات "وأما الحاجيات، فمعناها: أنها مفتقر إليها من حيث التوسعة ورفع الضيق، المؤذي في الغالب إلى الحرج والمشقة، اللاحقة بفوت المطلوب، فإذا لم تراع دخل على المكلفين -على الجملة- الحرج والمشقة، ولكنه لا يبلغ مبلغ الفساد العادي المتوقع في المصالح العامة"⁽³⁷⁾، "أي إنه لا ينتج عن عدم توافرها مشقة زائدة"⁽³⁸⁾.

فكل سلعة أو خدمة تسهم في رفع الحرج والضيق عن جمهور المستهلكين هي من قبيل الحاجيات ما أمكنهم العيش بغيرها، أما إذا لم يمكنهم العيش بغيرها فهي من الضروريات كما تقدم، ويحق للمسلم أن يضعها في سلم استهلاكه، ويسعى لجلبها.

ثالثاً: التحسينيات: وتأتي في المرتبة الثالثة بعد الضروري والحاجي، وفيها تعريفات متعددة - منها: " ما لا يرجع إلى ضرورة ولا إلى حاجة، ولكن يقع موقع التحسين والتزيين والتيسير للمزايا والمزائد، ورعاية أحسن المناهج في العادات والمعاملات"⁽³⁹⁾.

وتعتبر هذه المرتبة هي الحد الفاصل بين المسلم الملتزم بتعاليم دينه، الموقر لحدود شريعة الله، الذي ينظر لنفسه وأسرته على أنهم لبنة من مجتمع، وعضو في نظام كامل، يتألم لآلام غيره، ويسعى لسد حاجات المسلمين في قطره ودائرة سكنه، فضلاً عن متابعتهم لكافة المسلمين في شتى بقاع الأرض قدر استطاعته، وبين المسلم الذي لا يرى لتلك الحدود مكانة، ولا لتشريعات السماء حكمة، فكل مسئول ومُسائل.

ومنها: "الأخذ بما يليق من محاسن العادات، وتجنب الأحوال المندسات التي تأنفها العقول الراجحات، ويجمع ذلك قسم مكارم الأخلاق"⁽⁴⁰⁾.

ولعل الأمثلة في هذه الدائرة - التحسينيات - تطول، لكثرتها في زماننا، كالسلع التي يساعد استهلاكها على الأخذ بالملائم من أنماط الحياة الحسنة، وتجنب الأحوال المندسات التي تأنفها

(37) الشاطبي، الموافقات، ج2، ص4-5.

(38) سميم، سلام عبد الكريم، كسر الاحتكار مهمة الدولة في الأمن الغذائي، مجلة آفاق الثقافة والتراث، عدد48، عام ٢٠٠٥.

(39) الغزالي، المستصفى، مرجع سابق، ج2 ص485.

(40) لشاطبي، الموافقات، مرجع سابق، ص203.

العقول الراجحات مما تشتمله على دنس وأدران، وتلك التي يؤدي عدم استهلاكها بلا حرج أو ضيق، وتتعلق بما يليق من محاسن العادات ومكارم الأخلاق، وهي بالطبع زائدة على الضروريات والحاجيات، والتي لا يؤدي عدم الوفاء بها إلى الإخلال بأمر ضروري أو حاجي، لأنها تجري مجرى التحسين والتزين، وتدخل في نطاق المتع الدنيوية في الحياة الإنسانية.

إذاً رسم الإسلام للمسلم مناطق الاستهلاك وبين الحدود بينها على النحو التالي:

1- منطقة القوام (الوسطية والاعتدال) منطقة مباحة، وهي وسط بين الإسراف والتقتير، ووسط بين الزينة والورع، وأكثر الناس لا يأخذ بها؛ إذ هم يميلون غالباً إلى الزينة، ويتجاوز بعضهم إلى الترف والسرف والتبذير، والدليل على هذه المنطقة آيات كريمة عديدة، منها قوله -تعالى-: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يَسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾ (الفرقان: 67)، وقوله -صلى الله عليه وسلم-: "كُلُوا، وَاشْرَبُوا، وَتَصَدَّقُوا، وَالْبَسُوا، فِي غَيْرِ مَخِيلَةٍ وَلَا سَرَفٍ، إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ أَنْ تَرَى نِعْمَتَهُ عَلَى عَبْدِهِ".⁽⁴¹⁾

2- منطقة الزينة (الطيبات وإظهار الغنى) منطقة مباحة، يقول -تعالى-: ﴿وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ﴾ (الضحى: 11)، ويقول -سبحانه-: ﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ﴾ (الأعراف: 32).

وفي الحديث الشريف: "إن الله يحب أن يرى أثر نعمته على عبده"⁽⁴²⁾، من هذه المنطقة يتحدث بالنعم والرفاهة، على ألا يخرج المستهلك المسلم إلى منطقة الترف المنهي عنه.

3- منطقة الورع (التقشف والزهد) منطقة مباحة، وهي منطقة جيدة، إلا أن الذين يستطيعون المكث فيها قلة من الناس، وعلى رأس هذه المنطقة الأنبياء -عليهم السلام- والزهاد الأوائل، وقليل من المتأخرين، وهذه المنطقة فيها كثير من التضحية بالدنيا

(41) رواه أحمد في مسند أحمد، مسند المكثرين من الصحابة مسند عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله عنهما حديث رقم 6708، المحقق: شعيب الأرنؤوط - عادل مرشد، وآخرون، إشراف: د عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، ط1 (1421 هـ - 2001 م). من طريق عمرو بن شعيب، عن أبيه، عن جده، إسناده حسن.

(42) أخرجه الترمذي في سنن الترمذي، أبواب الأدب، باب ما جاء إن الله تعالى يحب أن يرى أثر نعمته على عبده حديث رقم 2819، تحقيق وتعليق: أحمد محمد شاكر ومحمد فؤاد عبد الباقي وإبراهيم عطوة عوض المدرس في الأزهر الشريف، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر، ط2 (1395 هـ - 1975 م)، من طريق عمرو بن شعيب، عن أبيه، عن جده رضي الله عنهم، وقال حديث حسن.

ومباهجها، بل وفيها إيثار للآخرين على النفس، ولو تيسر هذا السلوك لأمكن حلّ المشكلات الاقتصادية وغيرها، ومن أدلتها قوله -تعالى-: ﴿وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ﴾ (الحشر: 9)، وحديث: "مَا مَلَأَ آدَمِيٌّ وِعَاءَ شَرًّا مِنْ بَطْنٍ. يَحْسِبُ ابْنُ آدَمَ أَكْثَلَتْ يَمْنُ صُلْبُهُ، فَإِنْ كَانَ لَا مَحَالَةَ فَتُلْتُ لِبَطْنِي لِبَطْنِي وَتُلْتُ لِبَطْنِي وَتُلْتُ لِنَفْسِي" (43)، ونصوص أخرى تشير إلى الزهد والورع والتقليل من السلع والخدمات؛ انتظاراً للثواب في الآخرة.

4- منطقة الإسراف (التبذير والترف) منطقة محرمة، ومن أدلتها، قوله -تعالى-: ﴿وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ (الأنعام: 141)، وقوله -سبحانه-: ﴿وَلَا تُبْذِرْ تَبْذِيرًا * إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا﴾ (الإسراء: 26-27)، وقول النبي -صلى الله عليه وسلم-: "سَيَكُونُ رَجُلٌ مِنْ أُمَّتِي يَأْكُلُونَ أَلْوَانَ الطَّعَامِ، وَيَشْرَبُونَ أَلْوَانَ الشَّرَابِ، وَيَلْبَسُونَ أَلْوَانَ الثِّيَابِ، يَتَشَدَّقُونَ فِي الْكَلَامِ، أُولَئِكَ شِرَارُ أُمَّتِي". (44) ولقد مرَّ جابرٌ على عُمَرَ بِلَحْمٍ قَدْ اشْتَرَاهُ بِدِرْهَمٍ، قَالَ: فَقَالَ لَهُ عُمَرُ رضي الله عنه: مَا هَذَا؟ قَالَ: اشْتَرَيْتُهُ بِدِرْهَمٍ، قَالَ: كُلَّمَا اشْتَهَيْتُ شَيْئًا اشْتَرَيْتُهُ؟ لَا تَكُونُ مِنْ أَهْلِ هَذِهِ الْآيَةِ ﴿أَذْهَبْتُمْ طَيِّبَاتِكُمْ فِي حَيَاتِكُمُ الدُّنْيَا﴾ (الأحقاف: 20) (45)، فالتبذير أشد من الإسراف، فهو المغالاة في تجاوز الحد، والتوسع في الإنفاق على المحرمات والمعاصي والشهوات، كما أن الترف أشد من التبذير، فيتوسع في ملأ الدنيا وشهواتها، وإذا انتشر الترف في الأمة أودى بها إلى الفناء، ومن هذه المنطقة إضاعة المال.

5- منطقة التقدير (البخل والشح) منطقة محرمة، فالبخل عدو الله وعدو لنفسه وعدو لكل ما ينفع الغير، وإذا أوصلت به الحال إلى الزهد الأعجمي، قتل نفسه شيئاً فشيئاً بحرامها من أبسط الضروريات، يقول -تعالى-: ﴿وَمَنْ يَبْخُلْ فَإِنَّمَا يَبْخُلْ عَنْ نَفْسِهِ وَاللَّهُ الْغَنِيُّ

(43) أخرجه الترمذي في سنن الترمذي، باب ما جاء في كراهية كثرة الأكل حديث رقم 2380، من طريق مِقْدَامِ بْنِ مَعْدِي كَرِبَ، وقال حديث حسن صحيح.

(44) رواه الطبراني في المعجم الأوسط، باب الألف باب من اسمه إبراهيم حديث رقم 2351، المحقق: طارق بن عوض الله بن محمد - عبد المحسن بن إبراهيم الحسيني، دار الحرمين - القاهرة، من طريق أبي أمامة رضي الله عنه.

(45) رواه ابن أبي شيبة في المصنف في الأحاديث والآثار، كتاب الأطعمة الرجل يشتري اللحم لأهله برقم 24524، المحقق: كمال يوسف الحوت، مكتبة الرشد - الرياض، ط 1 (1409هـ)، عن الأعمش رضي الله عنه.

وَأَنْتُمْ الْفُقَرَاءُ ﴿٣٨﴾، وقال رسول الله - صلى الله عليه وسلم -: "إِيَّاكُمْ وَالشُّحَّ، فَإِنَّمَا هَلَكَ مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ بِالشُّحِّ، أَمَرَهُمْ بِالْبُحْلِ فَبَحِلُوا، وَأَمَرَهُمْ بِالْقَطِيعَةِ فَقَطَعُوا، وَأَمَرَهُمْ بِالْفُجُورِ فَفَجَرُوا". (46)

المبحث الثالث: أوجه الاتفاق والاختلاف بين فلسفة الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي.

حين النظر في فلسفة الاقتصاد السلوكي، يمكننا الأخذ بكل ما قُدم لنفع البشرية والحفاظ على قانون التوازن المطلوب في المجتمع ما لم يخالف الشريعة الإسلامية، كما يجمع النظام الاقتصادي الإسلامي مجموعة من النماذج السلوكية والعلاقات في كل دائرة من دوائر الاقتصاد (الإنتاج والتوزيع والاستهلاك)؛ بحيث تعمل على ربط المساهمين في بناء النظام الاقتصادي من - المنتجين والمستهلكين والدولة وما إلى ذلك - ببعضهم، وبالمصادر الاقتصادية، وتأخذ بالمجتمع نحو الأهداف الاقتصادية المنشودة في الإسلام.

وفيما يلي نعرض لأوجه الاتفاق والاختلاف بين فلسفة الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي فيما يخص سلوك المستهلك:

المطلب الأول: أوجه الاتفاق بين فلسفة الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي.

أولاً: الاتفاق على أن الإنسان تفكيره وسلوكه الاقتصادي ليس راشداً في قراراته الاقتصادية:

هناك نوع من الاتفاق بين علم الاقتصاد السلوكي، والاقتصاد الإسلامي من حيث عدم رشد الإنسان في قضية الاستهلاك المالي، فقرارات الإنسان الاقتصادية في الاقتصاد السلوكي لا تكون رشيدة في معظم الأوقات، ولكن لها ما يبررها، وإذا ما قارنا ذلك بالشرع الإسلامي نجده يتوافق معه، مثلاً في قول الله تعالى: ﴿وَيَدْعُ الْإِنْسَانُ بِالشَّرِّ دُعَاءَهُ بِالْخَيْرِ﴾ وَكَانَ الْإِنْسَانُ عَجُولاً ﴿١١﴾ (الإسراء-11)، وخلق الإنسان خطأ في قول النبي - صلى الله عليه وسلم -: "كلُّ

(46) رواه الحاكم في المستدرک علی الصحیحین، کتاب الزکاة وأما حدیث محمد بن أبی حفصة، حدیث رقم 1516، تحقیق: مصطفی عبد القادر عطا، دار الکتب العلمیة - بیروت، ط 1 (1411هـ - 1990م)، من طریق عبد الله بن عمر رضي الله عنه، وقال: هَذَا حَدِيثٌ صَحِيحُ الْإِسْنَادِ، وَلَمْ يُحَرِّجَاهُ.

بني آدم حَطَّاءٌ، وخَيْرُ الحَطَّائِينَ التَّوَابُونَ⁽⁴⁷⁾، والإنسان بطبعه يعرف الجنة والنار ويخطئ، ولم نجد له عزماً.

وأيضاً من حيث عدم فهم المعلومات أو عدم توفر المعلومات: تتفق الشريعة الإسلامية مع هذه الفرضية ولذلك نزلت الكتب السماوية، ونزل الوحي؛ ليعلم الإنسان ويعرفه أنه لا يعلم جميع المعلومات، وذلك في قول الحق سبحانه: ﴿وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ (البقرة -216).

ومن ناحية أن السلوك الإنساني يتأثر بعوامل اجتماعية وثقافية وخلقية وبيئية، وهذا أيضاً لا يتعارض مع الشريعة الإسلامية ففي الحديث الشريف يقول النبي -صلى الله عليه وسلم-: "ما من مَوْلُودٍ إِلَّا يُولَدُ عَلَى الْفِطْرَةِ، فَأَبَوَاهُ يُهَوِّدَانِهِ أَوْ يُنَصِّرَانِهِ، أَوْ يُمَجِّسَانِهِ، كما تُنْتَجِجُ الْبَهِيمَةُ بَجِيمَةً جَمْعَاءَ، هل تُحْسِنُونَ فِيهَا مِنْ جَدْعَاءَ، ثُمَّ يَقُولُ أَبُو هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: ﴿فَطَرَتِ اللَّهُ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا﴾ (الروم: 30) الآية⁽⁴⁸⁾، معنى ذلك أن البيئة تؤثر في قيم الإسلام والقيم الثابتة لسلوكه.

ثانياً: الاتفاق على أهمية ترشيد سلوك المستهلك:

يلتقي علم الاقتصاد السلوكي مع علم الاقتصاد الإسلامي في نقاط مشتركة من أهمها فكرة بحث كل منهما عن ترشيد السلوك، والسلوك الرشيد، فالإقتصاد دائماً يسعى لتعظيم الإنتاجية، ولتحسين أنماط الاستهلاك، بينما تدعو القواعد الأخلاقية من جهتها إلى الرشد أيضاً، ولكن في التعاملات بين البشر، بالعدل والتزام قيم الأمانة والصدق وغيرها من الصفات الحميدة، فالأخلاقيات في الاقتصاد السلوكي يبنه بها المستهلك في أماكن عديدة عبر الوسائل الحديثة من (كتابة لوحات إعلانية - طريقة عرض معينة ...)؛ نظراً إلى اهتمامها بالفعالية البشرية في هدفها لتصحيح أوجه القصور الأخلاقية الموجودة في الاقتصاد الكلاسيكي المحدث، أي الافتقار إلى البعد الأخلاقي وعدم وجود مخاوف معيارية.

(47) ابن ماجه في سنن ابن ماجه، باب ذكر التوبة، حديث رقم 4251، خرج أحاديثه عماد الطيار وآخرون، مؤسسة الرسالة ناشرون، ط1 (1438هـ-2017م)، من حديث أنس بن مالك رضي الله عنه، وحسنه الألباني في صحيح الترغيب، رقم (3139).

(48) البخاري في صحيح البخاري، برقم (1358) واللفظ له، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، دار طوق النجاة (مصورة عن السلطانية بإضافة ترقيم محمد فؤاد عبد الباقي)، ط1 (1422هـ)، من حديث أبي هريرة رضي الله عنه.

إن دمج أخلاقيات الفضيلة في علم الاقتصاد السلوكي قد سهل تطوير النظريات التي تحاول وصف العديد من الانحرافات الموجودة في كيفية اتخاذ الوكلاء الاقتصاديين للقرارات.⁽⁴⁹⁾

والاقتصاد الإسلامي يرتبط بالشرعية الإسلامية (عقائد – عبادات – أخلاق)، ولا يمكن تصور اقتصاد إسلامي منفصل عن الدين في الإسلام، ومن أهم الضوابط والأخلاق الدينية المرتبطة بالاقتصاد البر والتقوى والإيمان التي من أثرها العملي في الاقتصاد الأمانة، قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم - محذراً من الغدر والخيانة: "إذا جمع الله الأولين والآخرين يوم القيامة، يرفع لكل غادر لواء، فقليل: هذه غدرة فلان بن فلان".⁽⁵⁰⁾

كما يدعو إلى وجوب الصدق، وحرمة الكذب، وجوب البيان والشفافية، وحرمة الكتمان، والإخفاء، حرمة الغش والتدليس والتغريب، والتحاييل بأي وسيلة كانت، حرمة الربا باعتباره ظلماً واستغلالاً لحاجة المدين، وأضراراً بالمجتمع، وحرمة الإكراه، وحرمة الجهالة الفاحشة، والغرر في المعاملات، باعتباره مؤثراً في الإرادة والرضا، حرمة بيع النجش باعتباره تحايلاً وتغريباً، حرمة بيع الحاضر للبادي وتلقي الركبان منعاً للغش، والإضرار بالسوق، والتحاييل على الجاهل، منع الغبن الفاحش، ومنع الغبن مطلقاً في عقود القصر، والأوقاف، تحقيقاً للجانب الأخلاقي، ومنع بيع الثمار قبل بدو صلاحها، حفاظاً على الحقوق ومنعاً للاستغلال، تشريع بعض الأحكام الخاصة بالقصر والمسترسل والأوقاف، وبالعقود القائمة على الأمانة⁽⁵¹⁾، ووجوب وضع الجوائح⁽⁵²⁾ أي التزام البائع برد ثمن المقدار الذي أصابته الجائحة من الثمار، منعاً للاستغلال، وتحقيقاً للجانب الأخلاقي والتكافلي.

(49) leurbaey, M., Salles, M., Weymark, J. A. (2011). **Social Ethics and Normative Economics: Essays in Honour of Serge-Christophe Kolm.** New York: Springer. 20. ISBN 978-3-642-17806-1.

(50) رواه مسلم في صحيح مسلم، كتاب الجهاد والسير، باب تحريم الغدر حديث رقم 1735، من حديث عبد الله بن عمر رضي الله عنه.

(51) على محيي الدين على القره داغي، مبدأ الرضا في العقود: دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي، بيروت: دار البشائر الإسلامية (1985)، ص 953.

(52) الجوائح: هي الكوارث الطبيعية التي تصيب الزروع قبل جذاذها، أو حصادها من الجراد، والنار، والريح، والفيضانات، ونحوها. يراجع: المدونة (37/5) والذخيرة (212/5) والمقدمات (545/2) والشرح الكبير (185/3) وبداية المجتهد، ط. دار السلام (1698/3).

ثالثاً: الاتفاق على أن العوامل الاجتماعية والثقافية والدينية والبيئية تؤثر على السلوك الاقتصادي.

السلوك الإنساني في كلا الرؤيتين - الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي - يتأثر بعوامل اجتماعية وثقافية وخلقية وبيئية، فكل مولود يولد على الفطرة، ثم تنتقل الشخصية بسلوك الآباء والأمهات إلى مجتمع وثقافة وسلوكيات مختلفة عما يعيشه الآخرون في مجتمع آخر، وهذا يؤكد أن البيئة تؤثر في الفرد، وكذلك في القيم الثابتة لسلوكه، ومعرفة ذلك في كلا الرؤيتين، يمكننا من معرفة الخيارات التي نستخدمها في التوجيه الصحيح للسلوك، ومن ثم نصل إلى أن تعديل السلوك واجب اجتماعي سواء على مستوى النفس أو على مستوى العائلة أو على مستوى الدولة، وهذا لا يتأتى إلا باستخدام الطرق المناسبة للتعديل والتغيير.

رابعاً: الاقتصاد السلوكي يحد من النزعة الفردانية للإنسان.

ويحاول أن يكبح جماح النفس، وإيقاظها لما فيه مصلحتها، ويوعيتها بالنافع والضار من نتائج سلوكها الاقتصادي المعين، ويعلي من قيمة المجتمع والدولة، والاقتصاد الاسلامي كذلك يتفق معه في كل ذلك.

خامساً: الاقتصاد السلوكي يدعو الى دراسة النفس البشرية.

وهذه الدراسة تعني دراسة النفس بصفاتها، وتحليل تأثير هذه الصفات على نتائج سلوكه ومن خلال ذلك توصل الى التحيزات المعرفية رغبة في تحسين جودة الحياة وكذلك الاسلام يدعو إلى دراسة النفس " وَفِي أَنْفُسِكُمْ أَفَلَا تُبْصِرُونَ " (الذاريات: 21).

سادساً: الاقتصاد السلوكي يؤمن بالمنهج التجريبي في التحليل

مثل البصائر السلوكية وكذلك الاقتصاد الاسلامي يشجع على المنهج التجريبي وهو ما يميز العلماء المسلمين مثل جابر بن حيان⁽⁵³⁾ وغيرهم.

(53) جابر بن حيان بن عبد الله الكوفي، أبو موسى: فيلسوف كيميائي، كان يعرف بالصوفي ت 200 هـ، من أهل الكوفة، وأصله من خراسان. اتصل بالبرامكة، وانقطع إلى أحدهم جعفر بن يحيى، وتوفي بطوس. له تصانيف كثيرة قيل: عددها 232 كتاباً، وقيل: بلغت خمسمائة، ضاع أكثرها، وترجم بعض ما بقي منها إلى اللاتينية. وما بين أيدينا من كتبه - أو الكتب المنسوبة إليه - (مجموع رسائل - ط) نحو ألف صفحة، و (أسرار الكيمياء - ط) و (علم الهيئة - ط) و (أصول الكيمياء - ط) و (المكتسب - ط) مع شرح بالفارسية للجلدي، وكتاب في (السموم و (تصحیحات كتب أفلاطون - خ) و (الخماثر - خ) و (الرحمة - خ) وكتاب (الخواص) الكبير المعروف

المطلب الثاني: أوجه الاختلاف بين فلسفة الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي.

أولاً: مصدرية الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد السلوكي:

يتضح لنا أن الفلسفة والأسس والضوابط الحاكمة لسلوك المستهلك في الاقتصاد السلوكي مصدرها ومرجعها الإنسان بعقله أو بتجربته، فالاقتصاد السلوكي فرع من الاقتصاد التقليدي الذي ينادي بمبدأ "دعه يعمل دعه يمر"، ومبدأ "الحرية المطلقة"، ثم بدأ الاقتصاد السلوكي يضع لتلك المبادئ قيوداً وضوابط؛ ليحقق بذلك أكثر منفعة ممكنة للفرد.

لكن في الاقتصاد الإسلامي بكلياته ومقاصده الأمر يختلف تماماً، فالربانية مصدره، وكليات الشريعة ومقاصدها حاكمة على آلياته ووسائله، وما أصدق على ذلك من أن الصحابة عندما سمعوا نداء تحريم الخمر أراقوها في شوارع المدينة دون تأخير، وعظمة هذه الخاصية القوية في الاقتصاد الإسلامي أنها تضع بذرة الرشد الاستهلاكي في قلب كل مسلم، بينما يمكنه من الناحية الاعتبارية التمتع كما يريد بالحلال.⁽⁵⁴⁾

ثانياً: أسبقية الاقتصاد الإسلامي في توجيه وترشيد سلوك المستهلك:

الاقتصاد الإسلامي له الأسبقية الزمنية عن الاقتصاد السلوكي في الدعوة إلى التوسط والاعتدال، فالتعاليم الإسلامية تحض المسلم على بلوغ حد الكفاية، وتحرم عليه الإسراف أو الإفراط أو التبذير في الإنفاق، مثل قوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ

بالمقالات الكبرى والرسائل السبعين، و (الرياض - خ) و (صندوق الحكمة - خ) و (العهد - خ) في الكيمياء. وأكثر هذه المخطوطات رسائل. ولجابر شهرة كبيرة عند الفرنج بما نقلوه، من كتبه، في بدء يقطتهم العلمية. قال برتلو (Berthelot: M). لجابر في الكيمياء ما لأرسطو طالس قبله في المنطق، وهو أول من استخرج حامض الكبريتيك وسماه زيت الزاج، وأول من اكتشف الصودا الكاوية، وأول من استحضر ماء الذهب، وينسب إليه استحضر مركبات أخرى مثل كربونات البوتاسيوم وكربونات الصوديوم. وقد درس خصائص مركبات الزئبق واستحضرها) وقل لوبون: (G. Le Bon) تتألف من كتب جابر موسوعة علمية تحتوي على خلاصة ما وصل إليه علم الكيمياء عند العرب في عصره. انظر الأعلام للزركلي، ج 2، ص 104.

(54) الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية، الجزء الخامس، أهم الخصائص المميزة للاقتصاد الإسلامي، القاهرة، 1983 م، ص 180، بتصرف.

قَوَامًا ﴿الفرقان: 67﴾، وقول الرسول صلى الله عليه وسلم: "إِيَّاكُمْ وَالشُّحَّ، فَإِنَّمَا هَلَكَ مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ بِالشُّحِّ: أَمَرَهُمْ بِالْبُخْلِ فَبَخِلُوا، وَأَمَرَهُمْ بِالْقَطِيعَةِ فَقَطَّعُوا، وَأَمَرَهُمْ بِالْفُجُورِ فَفَجَرُوا". (55) ولقد تمثلت الأمة الإسلامية منذ بدايتها التوازن الاستهلاكي، في عصر الرسول صلى الله عليه وسلم، والصحابة والتابعين رضي الله عنهم، وظلَّت الأمة تسأل عن حد التوازن والاستهلاك، حتى سأل الإمام محمد بن الحسن الشيباني -رحمه الله- (56) عن ذلك فقال: "وَفِي الْحَاصِلِ الْمَسْأَلَةُ صَارَتْ عَلَى أَرْبَعَةِ أَوجِهٍ فَقَفِي مِقْدَارُ مَا يَسُدُّ بِهِ رَمَقَهُ وَيَتَّقَوِي عَلَى الطَّاعَةِ هُوَ مَثَابُ غَيْرِ مَعَاتِبٍ وَفِيمَا زَادَ عَلَى ذَلِكَ إِلَى حَدِّ الشَّبَعِ هُوَ مُبَاحٌ لَهُ مُحَاسَبٌ عَلَى ذَلِكَ حَسَابًا يَسِيرًا بِالْعَرَضِ وَفِي قَضَاءِ الشَّهَوَاتِ وَنِيلِ اللَّذَاتِ مِنَ الْحَلَالِ هُوَ مَرْخَصٌ لَهُ فِيهِ مُحَاسَبٌ عَلَى ذَلِكَ مَطَالِبٌ بِشُكْرِ النِّعْمَةِ وَحَقِّ الْجَائِعِينَ وَفِي مَا زَادَ عَلَى الشَّبَعِ هُوَ مَعَاقِبٌ فَإِنِ الْأَكْلُ فَوْقَ الشَّبَعِ حَرَامٌ". (57)

ثالثاً: البعد الاجتماعي في الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد السلوكي.

يتميز الاقتصاد الإسلامي عن الاقتصاد السلوكي في إعطاء أهمية أكبر لتأثيره الاجتماعي والمجتمع المسلم ككلمة واحدة، أكثر من تأثيره في الاقتصاد السلوكي على ترشيد السلوك الاستهلاكي، وهو ما يظهر في آليات وتطبيقات كل منهما، ويعتبر الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر من أبجديات الاقتصاد الإسلامي في البعد الاجتماعي وأولوياته، ومسؤولية دينية أخلاقية لا مجال للتقصير فيها أو التساهل، وصمام أمان للمحافظة على رشد وصحة السلوك المجتمعي في الأمة، ومعياري معايير الضامن للهوية المسلمة.

قال -تعالى-: ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ (آل عمران: 104)، وقال تعالى: ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ

(55) رواه أبو داود في سنن أبي داود، تحقيق شعيب الأرنؤوط، باب في الشح، حديث رقم 1698، من حديث عبد الله بن عمرو رضي الله عنه، وقال المحقق: إسناده صحيح، ج 3 ص 123.

(56) مولى لبني شيبان، مات بالري سنة سبع وثمانين ومائة وهو ابن ثمان وخمسين سنة. حضر مجلس أبي حنيفة سنتين ثم تفقه على أبي يوسف، وصنف الكتب الكثيرة ونشر علم أبي حنيفة، انظر طبقات الفقهاء، لأبي إسحاق الشيرازي، ج 1، ص 135.

(57) الشيباني، أبو عبد الله محمد بن الحسن بن فرقد، كتاب الكسب، المحقق: د. سهيل زكار الناشر: عبد الهادي حرصوني - دمشق، ط 1 (1400هـ)، ص 104.

تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١٠٤﴾ (آل عمران: 104).

إن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر مبدأ كبير مؤسس لمفهوم الأمة ورسالتها الإسلامية وحقيقة وظيفتها الحضارية، التي تبدأ بالطبع من سلوكيات وتصرفات الفرد، وتنعكس بدورها على الأسرة والمجتمع والعالم.

وكذلك يدخل الإنفاق بأوجه المختلفة من الزكاة وصدقات التطوع والأوقاف وغيرها من وجه الإنفاق في البعد الاجتماعي الذي تفرد وتميز به الاقتصاد الإسلامي عن الاقتصاد السلوكي. وإذا كان المستهلك في الاقتصاد السلوكي يحقق مصلحته الذاتية في المقام الأول، فإن الاقتصاد الإسلامي يبحث المستهلك المسلم على تحقيق مصلحته ومصلحة الآخرين في نفس الدرجة والمقام، دون إفراط أو تفريط؛ فعلاقة المسلم بأخيه هي علاقة محبة وأخوة وتعاون وتشارك وتكافل، وكثير من النصوص القرآنية والنبوية تؤكد على هذه العلاقة، وتجعلها مقصد من كثير من الفرائض كالزكاة، ويقول النبي صلى الله عليه وسلم: "لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ". (58)

رابعاً: مبدأ الحريات في الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد السلوكي.

مبدأ الحريات في الاقتصاد السلوكي يعني ببساطة أنه لا نمنع الشخص من مطلق حريته فيما يريد، لكن يمكننا التنبيه على أن هذا السلوك أو التصرف فيه ضرر قد يلحق بك في الوقت الحاضر أو المستقبل، دون تجريم أو التنبيه على خطر الخيارات الأخرى التي تسبب للفرد هذه الأضرار، وتم ضرب العديد من الأمثلة على ذلك، مثل: وضع الفاكهة أمام الأطفال في المدرسة دون حظر الوجبات السريعة المضرة بالطفل في طبيعة الحال. (59)

(58) رواه البخاري في صحيح البخاري، باب من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه، حديث رقم 13، من حديث أنس بن مالك رضي الله عنه.

(59) Richard H. Thaler Cass R. Sunstein, **NUDGE Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness**, Library of Congress, 2008, page:17. بتصرف

صحيح أن هذا المفهوم الجديد للحريات في الاقتصاد السلوكي أفضل بكثير منه في الاقتصاد التقليدي وأخف حدة، لكنه يُبقى أيضاً على مطلق الحرية للفرد وسلوكه بما يراه هو لنفسه أفضل، مع اعتراف الكاتب بعدم الشرد البشري، وقصور الاختيارات لدى الفرد. على الطرف الآخر نجد أن الاقتصاد الإسلامي يعتبر الحرية في الدين أصل من الأصول والثوابت في الإسلام، ولكن هذه الحرية ليست مطلقة دون قيد أو ضابط كما هو الحال في ظل الاقتصاد السلوكي. فالحرية في الإسلام مقيدة وموجهة بمقاصد الشريعة الإسلامية وضوابط الدين فلا منع أو اعتراض في الإسلام على حرية سلوك الفرد الخاصة ما دامت لا تتعارض مع مقاصد الدين وكيالاته، وكذلك لا تتعارض مع المصلحة العامة أو تؤدي إلى إحداث ضرر عام بالمجتمع. يقول الرسول صلى الله عليه وسلم: "المُسْلِمُونَ شُرَكَاءُ فِي ثَلَاثٍ: الْمَاءِ وَالْكَلَاءِ وَالنَّارِ"⁽⁶⁰⁾، إن كان الإسلام يدعم حرية الفرد الشخصية في الاختيار والتفاوض وتحديد عائداته، فإنه -مع ذلك- لا يقر الحرية المطلقة (اختيارات المستهلك)، ولا يميل إلى (الضبط الاستهلاكي)، بل يدعم الحرية الموجهة، تلك الحرية المستنيرة بتعاليم الدين، والتي تهدف إلى إيجاد الوثام والانسجام بين مصلحة الفرد والمجتمع.⁽⁶¹⁾

وذلك لأن المال في الاقتصاد الإسلامي عند المستهلك المسلم وديعة، والتصرف في هذه الوديعة أو الأمانة يجب أن يتضمن إطار التعليمات الإسلامية، وما جاوز ذلك يمكن اعتباره غير شرعي، يحاسب عليه الفرد؛ لما قد يسببه من أضرار تلحق ببعض أفراد المجتمع، ودليل ذلك قوله -تعالى-: ﴿وَإِذَا تَوَلَّى سَعَى فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ﴾ (البقرة: 205).

سادساً: بُعد الثواب والعقاب في الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد السلوكي.

عامل الزمن في الاقتصاد السلوكي هو دنيا بحت، مرتبط بعمر الشخص القصير، بينما البعد الزمن في الاقتصاد الإسلامي يمتد للدنيا والآخرة، كما ينظر الاقتصاد الإسلامي للدنيا على أنها دار عمل وليست دار جزاء، فينعكس ذلك على سلوك المستهلك في عدم الانغماس في

(60) رواه أحمد في "المسند"، باب أحاديث رجال من أصحاب الرسول صلى الله عليه وسلم، حديث رقم 23082، من حديث أبي خدّاش، إسناده صحيح.

(61) بوخاري عبد الحميد، وزرقون محمد، جامعة ورقلة، بدون تاريخ للنشر والطبع، دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي، ص 16.

الشهوات، وفي ربط الإسلام لسلوك الفرد بمبدأ الثواب والعقاب، الدنيوي والأخروي معاً، فالمسلم يضع في اعتباره وسلوكه الاقتصادي الذي يصل به إلى حد التوازن- المادي والروحي الدنيوي والأخروي- في أوجه الاستهلاك والإنفاق المتعددة في أوجه الخير لتحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع.

يتفرد الاقتصاد الإسلامي على الاقتصاد السلوكي بهذا البعد الديني الخالص، ففي الاقتصاد السلوكي لا تُرتب الدولة أو المؤسسة على السلوكيات الاقتصادية سوى منافع وقتية، تختلف في مدى تحقيقها من مكان لآخر، وبشروط والتزامات قد لا يطيقها شخص من الأشخاص، بينما في الاقتصاد الإسلامي المسلم مثاب على كل سلوكياته الاقتصادية في الدنيا والآخرة، إذا ابتغى فيه وجه الله-تعالى-، واكتسبها من طريق حلال مشروع.

ف نجد اهتمام القرآن الكريم بالسلوك الاقتصادي وأعطى له قيمة عالية، وقد صنف هذا السلوك ما بين سلوك اقتصادي إيجابي وآخر سلبي، رتب على كل منها ثواب وعقاب دنيوي وأخروي. فسلوك المسلم الاقتصادي الإيجابي رتب عليه الشارع أموراً منها:

- التحلي بالتقوى.
- التحلي بالإيمان.
- التحلي بالعبودية الحقّة.
- الفوز بالجنة.
- وكذلك سلوك المسلم الاقتصادي السلبي رتب عليه الشارع أموراً منها:
- عدم محبة الله- عز وجل-.
- التكذيب بالدين.
- إثارة الدنيا ومتاعها.
- دخول النار.
- نزع البركة.

سابعاً: الشريعة قائمة على محاربة الطغيان الاقتصادي للدولة.

أشار القرآن الكريم إلى أن الهدف من إرسال رسل الله عليهم السلام القضاء على الطغيان المالي والاقتصادي لبعض البلدان.

وإذا نظرنا إلى الوقت المعاصر نجد أن هناك نظامين تحكمان عملية تدخل الدولة مع الاقتصاد من حيث التوسعة أو من حيث التضييق وهما (النظام الرأسمالي - النظام الاشتراكي). وجاء الاقتصاد السلوكي كفرع من فروع الاقتصاد التقليدي والاقتصاد التقليدي قائم على فكرة الدولة الحديثة وتمركز السلطات في يد مؤسسات تتبع الدولة سواء تشريعيه او قضائية أو تنفيذية.... وهذا انعكس بدوره على الاقتصاد السلوكي في طرق علاج التحيزات المعرفية ومحاولات ترشيد الاستهلاك للفرد المذكورة في التجارب للدول المختلفة جاءت من خلال وحدات تتبع الحكومات من رئاسة الوزراء او تتبع احدي الوزارات وبالتالي كان دور المجتمع المدني او التطوعي محدودا للغاية، وهو عكس هيكل الدولة الاسلامية حيث يقع الجهاد والحفاظ على الحدود من اهم سلطات الدولة وبقية الامور تديرها وتمولها مؤسسات ائمية او مجتمعية سواء وقفية او غير ذلك .

وفي الاقتصاد الإسلامي جعل دور الدولة في الاقتصاد الإسلامي لا يخضع للظروف والملازمات ولا للأهواء والتوجهات البشرية.

الخاتمة

وفي نهاية هذا الجهد المتواضع فقد توصل الباحث إلى النتائج الآتية:

1. الاقتصاد السلوكي فرع جديد من علم الاقتصاد التقليدي، يقوم على المزج بين علم الاقتصاد وعلم النفس في تفسيره لسلوك الفرد الاقتصادي.
2. فلسفة الاقتصاد السلوكي تقوم على مبادئ أساسية هي: هندسة المعلومات وتبسيطها للمستهلك، تجنب الخسارة بوسائل التنبيه المتعددة والمتجددة، ومثلت نقطة عدم الرشد الاستهلاكي عند الفرد والعقلانية المحدودة مركزية فلسفة الاقتصاد السلوكي.
3. ولقد أثرت فلسفة الاقتصاد السلوكي على سلوك المستهلك، للوصول إلى أكبر درجة من حماية الفرد من اتخاذ قرارات سريعة غير مدروسة، وعدم وقوعه في مصيدة الإعلانات للشركات، والتركيز على اختيار الأفضل للإنسان لا اختيارات الآخرين، والموازنة بين الربح والخسارة.
4. فلسفة الاقتصاد السلوكي قامت على مركزية الحلال والحرام، وترتيب الاستهلاك وأولوياته من سُلّم الضروريات للحاجيات للتحسينيات.

5. أوجه الاتفاق بين فلسفة الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي تمثلت في:

- الاتفاق على أن الإنسان تفكيره وسلوكه الاقتصادي ليس راشداً في قراراته الاقتصادية.
- الاتفاق على أهمية دور الأخلاق والقيم الإنسانية في ترشيد سلوك المستهلك.
- الاتفاق على أن العوامل الاجتماعية والثقافية والدينية والبيئية تؤثر على السلوك الاقتصادي.

6. بينما كانت أوجه الاختلاف بين فلسفة وقيم الاقتصاد السلوكي والاقتصاد الإسلامي في النقاط الآتية:

- ربانية المصدر في الاقتصاد الإسلامي بخلاف الاقتصاد السلوكي.
- أسبقية الاقتصاد الإسلامي في توجيه وترشيد سلوك المستهلك.
- تميز الاقتصاد الإسلامي عن الاقتصاد السلوكي في إعطاء أهمية أكبر لتأثيره الاجتماعي والمجتمع المسلم كلحمة واحدة.
- مبدأ الحريات في الاقتصاد الإسلامي له ضوابطه وقيدوه التي تمنع وقع الضرر بالآخرين.
- البعد الزمن في الاقتصاد الإسلامي يمتد للدنيا والآخرة، كما ينظر الاقتصاد الإسلامي للدنيا على أنها دار عمل وليست دار جزاء، فينعكس ذلك على سلوك المستهلك في عدم الانغماس في الشهوات.
- في الاقتصاد الإسلامي المسلم مثاب على كل سلوكياته الاقتصادية في الدنيا والآخرة، إذا ابتغى فيه وجه الله-تعالى-، واكتسبها من طريق حلال مشروع.

المراجع والمصادر

- (1) ابن أبي شيبة، أبوبكر ت 235هـ، المصنف في الأحاديث والآثار، المحقق: كمال يوسف الحوت، مكتبة الرشد - الرياض، ط 1 (1409هـ).
- (2) ابن حنبل، أحمد ت 241هـ، مسند الإمام أحمد بن حنبل، المحقق: شعيب الأرناؤوط - عادل مرشد، وآخرون، إشراف: د عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، ط 1 (1421 هـ - 2001 م).
- (3) ابن ماجه، أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني ت 273هـ، سنن ابن ماجه، المحقق: شعيب الأرناؤوط - عادل مرشد، وآخرون، مؤسسة الرسالة ناشرون، ط 1 (1430هـ-2009م).
- (4) ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي ت 711هـ، لسان العرب، دار صادر - بيروت، ط 3 (1414هـ).
- (5) أبو داود، أبو داود سليمان بن الأشعث بن إسحاق ت 275هـ، سنن أبي داود، تحقيق شعيب الأرناؤوط، دار الرسالة العالمية، ط 1 (1430 هـ - 2009م).
- (6) الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية، الجزء الخامس، أهم الخصائص المميزة للاقتصاد الإسلامي، القاهرة، 1983 م.
- (7) الأزهوي، ترشيد الاستهلاك الفردي في الاقتصاد الإسلامي، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، ط 1 (2002).
- (8) الافندي، محمد احمد، النظرية الاقتصادية الجزئية المتوسطة، مركز الكتاب الأكاديمي عمان، ط 2 (2018).
- (9) البخاري، محمد بن إسماعيل أبو عبد الله ت 256هـ، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه = صحيح البخاري، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، دار طوق النجاة (مصورة عن السلطانية بإضافة ترقيم محمد فؤاد عبد الباقي)، ط 1 (1422هـ).
- (10) بوخاري عبد الحميد، وزرقون محمد، جامعة ورقلة، دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي، بدون تاريخ للنشر والطبع.

- (11) الترمذي، محمد بن عيسى بن سؤرة بن موسى بن الضحاك ت 279هـ، سنن الترمذي، تحقيق وتعليق: أحمد محمد شاكر ومحمد فؤاد عبد الباقي وإبراهيم عطوة عوض المدرس في الأزهر الشريف، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر، ط2 (1395 هـ - 1975 م).
- (12) ثابت عبد الرحمن إدريس، منى راشد الغيص، إدارة التسويق، مدخل استراتيجي تطبيقي، مكتبة الفلاح الكويت 1994م.
- (13) جابر، علي صكر، وعبد الأمير، عذراء خالد، الانحياز المعرفي لدى طلبة الجامعة، بحث منشور في جامعة القادسية، كلية التربية 2017م.
- (14) الجريسي، خالد عبد الرحمن، سلوك المستهلك دراسة تحليلية للقرارات الشرائية للأسرة السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية 1427هـ.
- (15) النيسابوري، الحاكم أبو عبد الله الحاكم محمد بن عبد الله بن محمد بن حمدويه ت 405هـ، المستدرك على الصحيحين، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية - بيروت، ط1 (1411هـ - 1990م).
- (16) حسن، عماد كامل، إشراف سهيل أحمد حوامده، أثر اختلاف ضوابط الرشد الاستهلاكي بين الاقتصاد الوضعي والإسلامي، رسالة ماجستير، جامعة إسطنبول صباح الدين زعيم، تركيا، 2018م.
- (17) غانم، حسين، الاقتصاد الإسلامي طبيعته ومجالاته، المنصورة، دار الوفاء، ١٩٩١.
- (18) غانم، حسين، نظرية سلوك المستهلك، دون ناشر، سنة: 1406هـ.
- (19) الخطيب، أحمد، الإدراك والتعلم، مقالة منشورة، عمان، الأردن 2014 م.
- (20) دوابه، أشرف محمد، الاقتصاد الإسلامي مدخل ومنهج، دار السلام، ط 1 (2010م).
- (21) رانية المجني ونريمان عمار، سلوك المستهلك الإجاز في علوم الإدارة، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، ط2020.

- (22) رؤوف، رعد عدنان، التسويق الخفي هل هو أداة لخداع الزبون أم لتعزيز السلوك الشرائي، بحث منشور، المجلة العربية للإدارة مج 38، عدد 4 ديسمبر (كانون الأول) 2018 م.
- (23) الزهراني، أحمد، مؤتمر هل يحسن الاقتصاد السلوكي قراراتنا؟، معهد الإدارة العامة، برنامج التحول الوطني 2020م،
- (24) السرخسي، محمد بن أحمد بن أبي سهل ت 483هـ، المبسوط، دار المعرفة بيروت بدون طبعة (1414هـ - 1993م).
- (25) سلام عبد الكريم سميم، كسر الاحتكار مهمة الدولة في الأمن الغذائي، مجلة آفاق الثقافة والتراث، عدد 48، عام 2005.
- (26) سيالديني، روبرت، التأثير علم نفس الإقناع، ترجمة سامر الأيوبي، مكتبة مؤمن قريش، ط 1 (2010م).
- (27) الشاطبي، أبي إسحاق إبراهيم بن موسى اللخمي الغرناطي المالكي 790 هـ، الموافقات في أصول الشريعة، دار ابن عفان، ط 1 (1417هـ - 1997م).
- (28) الشيباني، أبو عبد الله محمد بن الحسن بن فرقد الشيباني، كتاب الكسب، المحقق: د. سهيل زكار الناشر: عبد الهادي حرصوني - دمشق، ط 1 (1400هـ).
- (29) الطبراني، سليمان بن أحمد بن أيوب بن مطير اللخمي الشامي ت 360هـ، المعجم الأوسط، المحقق: طارق بن عوض الله بن محمد - عبد المحسن بن إبراهيم الحسيني، دار الحرمين - القاهرة.
- (30) طلعت أسعد عبد الرحمن، التسويق الفعال، مكتبة الشقري الرياض، ط 9 (1999م).
- (31) الفنجري، حمد شوقي، المذهب الاقتصادي الإسلامي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط 2 (1986م).
- (32) القره داغي، على محيي الدين على، مبدأ الرضا في العقود: دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي، بيروت: دار البشائر الإسلامية (1985).
- (33) كانيمان، دانيال، التفكير السريع والبطيء، ترجمة شيماء طه الريدي ومحمد سعد طنطاوي، دار هنداي، ط 1. 2015.

- (34) ماجد عبد الله المنيف، مبادئ الاقتصاد: التحليل الجزئي، عمادة شؤون الكليات، جامعة الملك سعود، الرياض (1410هـ).
- (35) مرعي، محمد البشير فرحان، الحاجات البشرية مدخل إلى النظرية الاقتصادية الإسلامية، دار البحوث للدراسات الإسلامية وإحياء التراث-دبي، ط 1 (2001م).
- (36) النيسابوري، مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري ت 261هـ، المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله-صلى الله عليه وسلم-، المحقق: محمد فؤاد عبد الباقي الناشر: دار إحياء التراث العربي.
- (37) منى خضر الحبش، المشكلات التربوية والسلوكية، الجامعة العربية المفتوحة، بحث منشور، (2007 - 2008).

المواقع الالكترونية

- (38) Investopedia; behavioral economics definition;
<https://www.investopedia.com/terms/b/behavioraleconomics.asp>

المراجع الأجنبية

- (39) Fleurbaey, M., Salles, M., Weymark, J. A. (2011). Social Ethics and Normative Economics: Essays in Honour of Serge-Christophe Kolm. New York: Springer.
- (40) Gigerenzer, Gerd; Selten, Reinhard (2002). Bounded Rationality: The Adaptive Toolbox. MIT Press. ISBN 978-0-262-57164-7.
- (41) Richard H. Thaler Cass R. Sunstein, NUDGE Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness, Library of Congress, 2008