

عقلنة السلوك الاستهلاكي من منظور القيم الدينية

Rationalization of consumer behavior by religion's values approach



د/ لزهري بوراضي

جامعة الجزائر 3 ، الجزائر

lazhar.bouradi@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/06/04

تاريخ القبول: 2023/05/23

تاريخ الارسال: 2023/02/05

ملخص: يشير السلوك الاستهلاكي إلى دراسة الأشخاص، الجماعات والمؤسسات وكل النشاطات المتعلقة باستعمال وشراء السلع والخدمات، كما يتضمن علاقة استجابات ومواقف المستهلك من خلال السلوك الشرائي. ينطلق سلوك المستهلك المسلم في ضوء الاقتصاد الإسلامي من عدة ضوابط وقيم، غايته تحقيق المنفعة من كل عملية استهلاكية، غير أن هذا لا ينفي حرية الإختيار لما يريد استهلاكه من سلع وخدمات ضمن دائرة المتاح من الطيبات والنعم، فالمستهلك المسلم يفترض أن يكون راشدا واعيا، وقد وقر له الإسلام من خلال أرضيته الصلبة مسار الترشيد والعقلانية. وتظهر لنا هذه الدراسة أن الغاية من الإستهلاك في الإقتصاد الإسلامي هي تحقيق المصلحة الدينية والدنيوية وأن عقلنة السلوك الإستهلاكي هي محددة ضمن ضوابط لانجدها في الإقتصاديات الوضعية وذلك من خلال مجموعة من القيم والممارسات.

الكلمات المفتاحية: القيم؛ القيم الدينية؛ السلوك الاستهلاكي؛ العقلنة

Abstract:

22

Consumer behavior refers to the study of people, groups, institutions and all activities related to the use and purchase of goods and services, and includes the relationship of consumer responses and attitudes through the purchasing behaviour.

The behaviour of the Muslim consumer in the light of the Islamic economy stems from several controls and values. Its aim is to achieve benefit from every consumption process. But, this does not neglect the freedom of choice of goods and services that he wants to consume within the circle of available goodies and blessings. The Muslim consumer is supposed to be an adult and aware and Islam, through its solid ground, provided him with the path of rationalization and rationality

This study shows us that the purpose of consumption in the Islamic economy is to achieve religious and worldly interests, and that the rationalization of consumer behaviour is defined within controls that we do not find in positive economics, through a set of values and practices.

Keywords: values; religious values; consumer behaviour; rationalization.

1. مقدّمة:

السلوك الاستهلاكي ممارسة إنسانية، تستهدف إشباع حاجات الإنسان المختلفة حسب ظروفه الاجتماعية ومكانته المادية، وله أثر بالغ في الواقع الاقتصادي، لأنّه نشاط دائم ومستمر يقوم به الأفراد والمؤسسات، إذ يوجّه الإنتاج ويعمل على تحقيق التناسق بين الحاجات والإمكانات المتاحة، ويتضمن مجموعة من الوظائف، تختلف باختلاف ثقافة المجتمعات.

غير أنه في ظلّ تزايد النزعة الاستهلاكية، وتفاقم الممارسات التسويقية اللاأخلاقية، من تكديس للبضائع في الأسواق، إلى جانب الحملات الترويجية المغرية، والتي تكوّن لدى المستهلك رغبات مصطنعة، وتدفعه نحو المزيد من الإستهلاك، يجعل من إستدعاء القيم والضوابط الدينية أكثر من ضرورة، من أجل ترشيد سلوك المستهلك وعقلنته.

ركز الفكر الرأسمالي في نزعته الليبرالية والنيوليبرالية إهتماماته على الجانب المادي في الإنسان، بما يحقق له من رفاهية قصوى، متجاوزا بذلك مبادئه وقيمه وفطرته السليمة، ودونما أيّ إعتبار للقيم والضوابط التي ترعى السلوك الاستهلاكي، من باب أنّ هدف الرأسمالي الأول والأخير هو تحقيق أقصى هامش من الربح.

إنّ هذه النزعة النيو-ليبرالية التي سادت عالمنا المعاصر، أفرزت ميولاً حادة نحو الإستهلاك، خلقتها أوضاع وتطورات متتالية في مجالات الإنتاج والتوزيع والاحتكار والاتصال والإعلان، ولم تعد النزعة الاستهلاكية مقتصرة على العالم الصناعي والمتقدم فحسب، بل طالت أرجاء أخرى عديدة من العالم الفقير، وصار السلوك الاستهلاكي موضوعاً للبحث العلمي في نظم معرفية مختلفة، يأتي في مقدمتها علم الاقتصاد وعلم النفس وعلم الاجتماع، ومع إختلاف المرجعيات والتوجهات ومجالات التركيز في تلك النظم المعرفية، إلا أنّ الباحثين يتفقون على أنّ هذا السلوك لم يَعدْ سلوكاً فردياً بحثاً يَخْصُ شخصاً مستقلاً، بل غدت تساهم في تشكيله عوامل خارجية متعددة تمارس تأثيرات متنوعة على الفرد المستهلك.

ويذهب نفر من المثقفين إلى القول بأنّ الإنسان محتاج بنيويّاً إلى تحقيق حاجاته وتأمين رغباته، الضروري منها، بل والترفيهي أيضاً، مدافعين عن طرحهم هذا بأطروحة إجمالية محورها الناظم هو أنّ أصل حركية الحضارة بكل مظاهرها، القيمية والمادية، هدفها هو تحسين شروط العيش الإنساني وتأمين إحتياجاته، الأمر الذي يحيلنا من جديد على مسألة أنّ الإنسان كائن إستهلاكي بالضرورة.

وإذا سلّمنا بأنّ الإستهلاك ضرورة إنسانية، بل هي من صميم التعابير الخارجية عن إنسانية الإنسان، فإنّنا نسارع هنا إلى الإقرار بأنّنا نميّز بين الإستهلاك حين يكون سلوكاً محدوداً بضوابط التوازن والعقلنة، وبين الإستهلاك حين يكون في علاقة صدام وخرق لمنظومة القيم الدينية والاجتماعية، بما تمثله هذه الأخيرة من أفكار وتصورات يعتنقها الأفراد، والتي توجّه الإختيار الحر، أو السلوك الاستهلاكي إلى ما يتوافق مع قبول الجماعة له، وكل خروج عن هذه القيم يؤلّد شعوراً عند الفرد بالخروج عن قاعدة الإلتزام.

إذا، فالقيم هنا، لا تخرج عن كونها ممارسة الإختيارات الشخصية في إطار من الإتساق مع الاختيار الجماعي الذي يقتنع الفرد أنه ينتسب إليه، ومن خلال هذه الممارسة، يصبح السلوك- السلوك الاستهلاكي في دراستنا- ممارسة طوعية جماعية تتحدّد وفق إختيارات قيمة عامة، والتي يشكل فيها الدين أو القيم الدينية حلقة الوصل الرئيسية.

وإذا كنّا نركز على القيم الدينية ودورها في توجيه سلوك الأفراد والجماعات إلى ما ينبغي فعله، فلكونها تكتسب صفة الإلزام، كما أنها تنبثق من مصدر ديني، يؤمن معتنقوه بقداسته وخلّوه من الأخطاء. ويزداد الاهتمام بالقيم الدينية في عالمنا المعاصر، بالنظر إلى هيمنة المنطق الرأسمالي على الحياة المعاصرة وطغيان النظرة المادية والتشيؤ المفرط للسلع والخدمات والأفكار، وحتىّ الإنسان نفسه.

كل هذا نمت من وراءه أنماط إستهلاكية منحرفة، تستهدف إشباعاً للرغبات دون قيد أو شرط، وما ينجّر عنها من تبيد للموارد، وإهدار للطاقات، وإختلال في توازن الحياة وذلك بسبب إبتعاد الأفراد عن الأعراف والضوابط والقيم التي يستمدّون منها توازنهم ورشدتهم الإستهلاكي.

إنطلاقاً ممّا سبق فإنّ التساؤل التالي يطرح نفسه:

أي دور للقيم والضوابط الدينية في ترشيد وعقلنة السلوك الإستهلاكي لدى الأفراد؟

2. فرضية الدراسة

تساهم الضوابط والقيم الاجتماعية ذات البعد الإسلامي في عقلنة وترشيد السلوك الاستهلاكي للأفراد، لاسيّما إذا كان هناك تشرب لهذه القيم الدينية من خلال التنشئة الاجتماعية، مما يجعلها تتجسّد في سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم، وعليه فإن السلوك الاستهلاكي للأفراد ينزع نحو العقلانية، كلما كان هناك إمتثال للضوابط والقيم الدينية.

3. أهمية الدراسة:

تحدد أهمية هذه الدراسة بأهمية موضوع القيم الدينية وأثرها على السلوك الاجتماعي بصفة عامة، والسلوك الإستهلاكي بصفة خاصة، كونها تضع للأفراد ضوابط يتقيدون بها، حتى ينحوا نحو الاعتدال والترشيد.

كما تظهر أهمية هذه الدراسة في تحديد بعض ضوابط السلوك الإستهلاكي، حتى نتمكن من الوصول إلى مواطن مسؤول ومتزن.

- الكشف عن مدى تجسّد القيم الدينية: الإيمان، المسؤولية، عدم الإسراف والتبذير، الاعتدال والوسطية في الاستهلاك في سلوك الأفراد.

- كما تعتبر حماية المستهلك من القضايا الهامة في عصرنا الحالي حيث قلّ الوازع الديني لدى الأفراد. كما أنّ ما شهده العالم من نقلة نوعية، سواء بالنسبة للنواحي الاجتماعية أو الاقتصادية، أدى إلى تغيير في إنتاج السلع والخدمات، وبالتالي تغيير في السلوكات الاستهلاكية لدى الأفراد.

- تبرز الأهمية البالغة للقيم الدينية في عقلنة وترشيد السلوك الاستهلاكي، لاسيما في ظل تفاقم الممارسات التسويقية للمؤسسات على الاستهلاك، والتي تمتد لتشمل أغلب مجالات حياته.

4. مفهوم القيم الدينية:

يحيل موضوع القيم إلى عدة مجالات، قيم أخلاقية وجمالية وإجتماعية ونفسية وبيئية، وغيرها من القيم، وكل مجال مما ذكرنا أنفاً يكسب الفرد سلوكيات وقواعد تمكنه من التعايش مع المجتمع ضمن المعايير والمبادئ والضوابط الأخلاقية والإجتماعية.

وقبل أن نتطرق إلى مفهوم القيم الدينية، علينا أن نعرج أولاً على مفهوم القيم.

1.4 مفهوم القيم:

مفهوم القيمة من المفاهيم التي إهتم بها الكثير من الباحثين في مجالات مختلفة كالفلسفة والتربية والاقتصاد، وعلم النفس وغيرها من مجالات الحياة، لذا تعددت تعريفات القيم، وتراوحت بين التحديد الضيق للقيم على أنها مجرد إهتمامات أو رغبات غير ملزمة، وبين المفهوم الواسع للقيم وتغلغلها في كل مجالات الحياة، بإعتبارها تمثل جوهر الأخلاق وقواعد السلوك اجتماعي.

- القيمة لغة: تورد المعاجم اللغوية مجموعة من الدلالات لكلمة "قيمة"، وجمعها "قيم"، وتظهر الأصول اللغوية أن كلمة "قيمة" مشتقة من الفعل "قَوَمَ"، الذي تتعدد موارده ومعانيه، فقد استخدمت العرب هذا الفعل ومشتقاته للدلالة على معان عدة يعيننا منها، في مقالنا هذا، ثلاثة هي: (الجلاد، 2005، ص ص 19-20)

(أ)- الديمومة والثبات: وهو ما يشير إليه أصل " ماله قيمة"، إذا لم يدم على الشيء، ومنه قوله عزوجل: "إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي مَقَامٍ أَمِينٍ" سورة الدخان، الآية: 51.

(ب)- السياسة والرعاية: ومنه ما قالته العرب عن الذي يرعى القوم ويسوسهم، فالقيم هو السيد وهو سائس الأمر.

(ج)- الصلاح والاستقامة: فالثيء القيم ماله قيمة إلا بصلاحه وإستقامته، ومنه قوله عزوجل: "إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي مَقَامٍ أَمِينٍ" سورة الأنعام، الآية: 161 أي ديناً مستقيماً.

- القيمة إصطلاحاً: هي الأفكار التي يؤمن الناس بها فيما يتعلق بالسلوك الأخلاقي وما هو خطأ وما هو صواب وما هو مرغوب فيه، وما هو غير مرغوب فيه. (مارشال، د.س.، ص 1135)

كما تعني القيم: " منظمة متكاملة لضبط السلوك، تتسع لتشمل المعنى الوجداني الذي يرتبط بالإنسان في كيانه ودافعيته وحافزيته، وترتبط القيم بكل عوالم الإنسان، عالم الأشخاص وعالم الأفكار وعالم الأشياء. (عبد الفتاح، 2010، ص 45)

وتسهم في تحسين واقع الأفراد والمجتمعات من خلال تفعيل المنظومات الكلية والرؤى النظرية. (عبد الفتاح، 2010، ص 46)

كما تعرّف القيم بأنها: "الأحكام العقلية والوجدانية والمعتقدات المتعلقة بفكرة أو موضوع أو موقف معين، وهي تعدّ موجّهات عامة لسلوك الأفراد، فهي معايير للسلوك الفردي والاجتماعي في الحياة". (أبو جحجوح، 2005، ص 45)

والقيم أيضًا هي عبارة عن الأحكام التي يصدرها الأفراد للأشياء في ضوء تقييمهم لها، وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد وواقعه، ولا يمكن أن توجد قيم إلا إذا وجدت حاجة ملحة إليها، فهي بمثابة قيم بيولوجية تتحول مع مرور الزمن إلى قيم اجتماعية. (خليفة، د.س.، ص 51)

وتمثل القيم ركناً أساسياً في تكوين العلاقات بين الأفراد وتسهم بشكل فعّال في تحديد طبيعة التفاعل بينهم، إضافة إلى أنّها تشكّل معايير وأهداف لتنظيم سلوك الجماعة وتوجهه نحو ما هو مقبول ومرغوب فيه، كما أنّها بالنسبة للفرد بمثابة دوافع محرّكة لسلوكه، ومحدّدة لهذا السلوك، كما تلعب دوراً فعّالاً في تكامل الشخصية، ويمكن الاستعانة بها على فهم سلوكها. (السويدي، 1989، ص 22)

وتلعب القيم الدينية دوراً بارزاً في توجيه السلوك وضبطه، حيث أنّ هناك إتصال قوي بين الدين والقيم، بل إنّها يمكن القول أنّ الدين هو مصدر القيم، وبالتالي فإن الدارس لطبيعة الدين الإسلامي، وما إشتمل عليه من تنظيمات ونظام للحياة الاجتماعية بصفة خاصة، سيخرج بنتيجة مؤداها أنّ الإسلام يقدم التقديس للقيم التي يمكن من خلالها إختيار المعايير الناظمة، وأنّ كل نشاطات الإنسان، سواء على المستوى الشخصي أو الاجتماعي ينبغي أن تعكس قيم الإسلام. (بيومي، 2004، ص ص 131-132)

والقيم الدينية: "هي تلك القيم السامية التي تسمو بالإنسان وتأخذه بيده، وتضيء له السبيل، وتوجّه عقله، وتحرّره من الأنانية والذاتية، وتقوده نحو الفلاح في الدنيا والآخرة، إنّها قيم روحية صالحة لكل زمان ومكان، لأنّها نابعة من العلم المطلق الأزلي للخالق عزّوجل. (الدعيج، سلامة، 2007، ص 19)

والقيم الدينية تعتبر من القيم الأساسية في كل المجتمعات، فرغم أنّ المجتمعات العلمانية تقوم بالفصل بين الدين والدولة، إلا أنّ القيم الدينية تسود أعماق الأفراد ووجدانهم، ويتاح لهم حرية ممارسة الشعائر الدينية، دون وضع هذه القيم في الاعتبار عند وضع السلم الطبقي أو الفئوي أو الاجتماعي لتنظيم المجتمع. (الكافي، د.س.، ص ص 21-23)

ويمكن أن نوجز ما تطرقنا إليه سابقاً حول مفهوم القيم الدينية، بالقول أنّها معايير للحكم على الأشياء، وبيان الحسن والقبيح منها، كما تعتبر مقياس التفضيل لما هو مرغوب فيه من السلوك الاجتماعي، وما هو غير مرغوب فيه.

5. أهمية القيم الدينية:

إهتم الباحثون والعلماء في مختلف التخصصات بدراسة القيم، لإرتباطها بكافة مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية والأخلاقية والجمالية للأفراد والجماعات، ولأنّها تلعب دوراً مهمّاً في تحديد جوانب السلوك الإنساني،

وتتمسك الجماعة الاجتماعية بالقيم لأنّها تعطي لوجودها الإنساني معنى، وهي التي تميّزها عن غيرها من جماعات الأحياء الأخرى.

ويمكن أن نستشف الأهمية البالغة للقيم الدينية في حياة الفرد والمجتمع، من خلال القضايا الرئيسية الآتية: (الجلاد، 2005، ص ص 39-40)

(أ)- بالنسبة لفرد:

- القيم جوهر الكينونة الإنسانية، حيث تضرب القيم جذورها في النفس البشرية لتمتد إلى جوهرها وخلفياتها وأسرارها، وهي تشكل ركناً أساسياً في بناء الإنسان وتكوينه، فبالقيم يصبح الإنسان إنساناً، وبدونها يفقد إنسانيته ويرد إلى أسفل سافلين، ويصبح كائنًا حيوانيًا بهيميًا، تسيطر عليه الأهواء وتقوده الشهوات، فينحط إلى مرتبة يفقد فيها عنصر تميّزه الإنساني الذي وهبه الله له.

➤ القيم تحدّد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة، حيث ينبع السلوك الإنساني من القيم، والتي تنشأ بدورها عن التصور والمعتقد والفكر، فتفكير الإنسان في الأشياء والمواقف التي تدور حوله، وبناء تصوراتها عنها، هو الذي يحدّد منظومته القيمية، ومن ثمّ تتصدر أنماط السلوك وفق هذه المنظومة، وبناءً على ذلك تأتي أهمية القيم كمنظم لسلوك الأفراد فيما ينبغي فعله والتحلّي به، وفيما ينبغي تركه والابتعاد عنه.

- القيم الدينية حماية للفرد من الانحراف والإجرام وراء شهوات النفس وغرائزها، فهي بمثابة السياج الذي يحفظ الإنسان من الانحراف النفسي والجسدي والاجتماعي...إلخ.

- تزود القيم الإنسان بالطاقات الفاعلة في الحياة، حيث تشعره بالنجاح والإنجاز والتقدم، وتبعث في نفسه السعادة الحقيقية الكامنة.

(ب)- بالنسبة لمجتمع:

- القيم تحفظ للمجتمع بقاؤه واستمراره، حيث تشهد الحقائق التاريخية أنّ قوة المجتمعات وضعفها لا تتحدد بالمعايير المادية وحدها، بل إنّ بقاءها ووجودها واستمراريتها مرهون بما تملكه من معايير قيمية وخلقية.

- القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميّزه، لأنّها تشكل محوراً رئيسياً من ثقافة المجتمع، وهي الشكل الظاهر البيّن من هذه الثقافة، التي تعكس أنماط السلوك الإنساني الممارس فيه، ونظرًا لتغلغل القيم في جوانب الحياة كافة، فإنّ هوية المجتمع تتشكل وفقًا للمنظومة القيمية السائدة في تفاعلات أفرادها الاجتماعية. فالمجتمعات تتمايز وتختلف عن بعضها، لما تتبناه من أصول ثقافية ومعايير قيمية تشمل نواحي الحياة المختلفة، وتظهر القيم كعلامات فارقة، وشواهد واضحة لتمييز المجتمعات عن بعضها.

- القيم تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة، بحيث تمثل حصنًا راسخًا من السلوكات والقيم والأخلاق التي تحفظ له سلامته من المظاهر السلوكية الفاسدة، ممّا يجعله مجتمعًا قويًا بمثله، تسوده قيم الحق والفضيلة والإحسان، وتحارب فيه قيم الشر والفساد.

- كما أنّ المجتمعات التي تعمل على تنمية غرس القيم الدينية في نفوس أفرادها، عن طريق مؤسسات التنشئة الاجتماعية، هي مجتمعات تعمل على الازدهار والتطور الرقي، وينتج عن ذلك إنسجام في الحياة وإستقرار في نفوس الأفراد.

6. مفهوم سلوك المستهلك:

يعرّف الاستهلاك لغة بإشتقاقه من الفعل إستهلك، يقال إستهلك المال: أي أنفقه وأنفذه، (إبراهيم، 2008، ص 991) والإستهلاك بمعنى الإهلاك يقال: استهلك الرجل الشيء، وأهلكه، تصيير الشيء هالكًا أو كالهالك. (حماد، 2008، ص 58)

أمّا إصطلاحًا فيقصد بالإستهلاك: استخدام السلع ضمن ضوابط معينة ومحدّدة في علم الإقتصاد، إذ أنّ هذه السلع تتطلب الإنفاق والجديّة في الحصول عليها، عن طريق التبادل الذي يوصل في النهاية إلى إستخدامها إستهلاكًا أو إنتاجًا. (الهيبي، 2015، ص 24)

ويعتبر الإستهلاك المحرك الأساسي في أي عملية اقتصادية، وغاية كل نشاط إنتاجي، (الزيود والبطانية، 2013، ص 266)، حتّى صار السلوك الإستهلاكي في حدّ ذاته قيمة إجتماعية، بها يقاس مركز الفرد الاجتماعي، وبها تقاس قدرته على التغيير وإتباع "الموضة". (الرماني، 1439هـ، ص 08)

ومما لاشكّ فيه بأنّ سلوك المستهلك هو أحد أنواع السلوك الإنساني، وبالتالي فإنه يتأثر بمؤثرات متعدّدة، وأن المؤثر الواحد يؤدي إلى أنواع متباينة من السلوك، وقد تؤدي المؤثرات المتباينة إلى سلوك واحد. وتجدر الإشارة إلى أن معظم المقاربات التي سعت إلى فهم وتفسير السلوك الإستهلاكي، كانت ذات منحنى إقتصادي أكثر مما هو عليه الحال في التناول السوسولوجي، لذلك نجد من التعريفات الشائعة التي تعبّر عن السلوك الإستهلاكي هي تلك القائلة بأنّ سلوك المستهلك هو ذلك السلوك الذي يبرزه المستهلك في البحث عن شراء وإستخدام السلع أو الخدمات أو الأفكار أو الخبرات، التي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو حاجاته، وذلك حسب الإمكانيات الشرائية المتاحة.

ونظرا لأهمية دراسة سلوك المستهلك، كانت هناك الكثير من المحاولات التي قام بها عدد كبير من الباحثين لمعرفة وتفسير سلوك المستهلك، وخاصة ما قام به علماء النفس والإجتماع، وعلماء النفس الاجتماعي، إلّا أن هذه المحاولات تعتبر حديثة مقارنة بالمحاولات المتعلقة بدراسة السلوك الإنساني، نتيجة الاهتمام الكبير الذي حظي به سلوك المستهلك، ومن بين التعاريف التي أعطيت لسلوك المستهلك نذكر ما يلي:

" هو الأفعال والتصرفات المباشرة للأفراد من أجل الحصول على المنتج والخدمة، ويتضمن إجراءات إتخاذ قرار الشراء. (الصميدعي، وردينة، 2006، ص 17-18)

يعرّف السلوك الإستهلاكي على أنّه: " ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك في البحث أو الشراء، وإستخدام السلع والخدمات والأفكار أو الخبرات، التي يتوقع أنّها تشبع رغباته أو حاجاته، وحسب الإمكانيات الشرائية المتاحة". (عبيدات، 2004، ص 13)

وكتعريف أشمل لسلوك الإستهلاكي، " فهو كل أنواع التصرفات التي يمارسها الإنسان في حياته، وذلك من أجل أن يتكيف مع متطلبات البيئة والحياة المحيطة به، وبغض النظر عمّا إذا كانت هذه تصرفات ظاهرة أو تصرفات مستترة". (العلاق، الربايعة، 1998، ص 420)

ويعرف السلك الإستهلاكي أيضاً بأنه: " مجموعة الأنشطة والتصرفات التي يقدم عليها المستهلكون أثناء بحثهم عن السلع والخدمات التي يحتاجونها، بهدف إشباع حاجاتهم لها ورغباتهم فيها، وأثناء تقييمهم لها والحصول عليها وإستعمالها والتخلص منها، وما يصاحب ذلك من عملية إتخاذ القرارات. (سليمان، د.س.)

7. علاقة القيم الدينية بالسلوك:

تعتبر القيم اللاعب الأبرز في تشكيل سلوكنا وردود أفعالنا، بل هي التي تشكل طريقة حياتنا، ويرجع الإختلاف بين الناس إلى منظومة القيم التي يحملها الفرد، فكل إنسان لديه منظومة من القيم تشكل شخصيته وترسم ملامح هويته.

تكتسب القيم منذ المراحل المبكرة من حياة الفرد، ويتشكل التأثر أولاً بمنظومة قيم الوالدين، ومع تقدم العمر تتأثر بقيم القبيلة ثم الأصدقاء، فالمجتمع، وبذلك يكون للمجتمع منظومة من القيم تشكل ثقافته وسلوكه وعاداته وتقاليده.

وعليه فإنه لا يخلو أي مجتمع، مهما كان نمطه بدائياً، أو حديثاً، من الضوابط للسلوك، أو ما يصطلح عليه بقواعد السلوك أو معايير السلوك، لكنها تختلف من مجتمع إلى آخر، حسب القيم السائدة في كل مجتمع، وغالباً ما تشتمل هذه القواعد بجانب المسموح والممنوع نظاماً للمكافأة والعقاب، و تتم صياغة القواعد السلوكية في كل مجتمع من المجتمعات بطرق متعددة، بعضها يكون محدداً بدقة ومسجلاً، ويخضع للثواب والعقاب العام، والبعض الآخر يخضع للثواب والعقاب الاجتماعي". (محسن، 2005، ص 93)

وضوابط السلوك من منظور إسلامي، هي القواعد والتعاليم التي حددها الدين الإسلامي في مصادره الشرعية المختلفة، والتي يجب على الأفراد والجماعات الإلتزام بها في جميع مناحي حياتهم، حيث نجد في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة توجيهات لما ينبغي أن يكون عليه السلوك، " فالدين يؤدي دوره الأخلاقي والتهديبي أكثر من أية قوة ضبطية أخرى، فهو يؤثر في إستقامة السلوك وتعميق العلاقات الإنسانية وتنمية الجماعات والمجتمعات أكثر من القانون الوضعي ". (إحسان، 2005، ص 107)

كما نجد أنه في كل جماعة بشرية، تنتظم مجموعة من المعايير يشترك فيها الناس تنظم سلوكهم الاجتماعي، ويطلق على هذا النظام " منظومة القيم ".

ويلاحظ تأثير القيم على السلوك في الحياة العملية، منذ أن يتم إدخالها شعورياً أو لا شعورياً، فإذا أراد شخص تسود عنده القيمة الإقتصادية، أن يتزوج، فإنه سوف يسأل أول ما يسأل عن المركز المالي لمن يبحث عنها، وربما لا يلتفت إلى جمالها وثقافتها... إلخ، وإذا أراد أن يعمل فإنه يبحث عن العمل الذي يوفر له أكبر جزاء مادي، وإذا صادق فإنه يبحث عن الصديق الذي يستفيد من وراء صداقته، وهو في حياته بصفة عامة، يقيم كل شيء في ضوء القيمة الاقتصادية السائدة عنده. (عبد السلام زهران، 2003، ص 161)

وهذا يعني أنّ القيم هي التي توجه سلوك الأفراد إلى ما يرغبون فيه، في جميع جوانب حياتهم، كما تشير إلى ذلك منظومة القيم الإسلامية: " حيث يربط الإسلام بين التصور العقدي وبين السلوك القيمي، فالسلوك الإنساني لا ينبعث من فراغ، بل يقوم على قاعدة راسخة ثابتة من المعتقدات المعرفية والوجدانية، تشكل الدافع الأقوى لما يصدر عن الإنسان من أنماط السلوك، ممثلة في الأقوال والفعال، وبذلك يكون السلوك القيمي جزءاً مهماً يعبر عن جوهر الإيمان ومدى عمقه في النفس والعقل والقلب ". (الجلاد، 2005، ص 57)

" ومما لاشك فيه أنّ التصور الذي يحمله الإنسان، ونظام القيم الذي يرتبط به، يترك أثره في سلوكه سلباً أو إيجاباً، وينعكس ذلك الأثر على سير المجتمع وبناء الحضارة ". (بن مسعود، 1419هـ، ص 125)

وبناءً على ما أسلفنا ذكره، فإنّ السلوك الإنساني، مهما كان نوعه يبقى قابلاً للتغيير والتعديل من أجل إضفاء عليه صفة العقلانية والترشيد وقابلية الإجراء، ويستلزم ذلك وجود ضوابط ثابتة تُغرس في الفرد تدريجياً، حتى يصبح نافعا لنفسه ولمجتمعه، والقيم الدينية الإسلامية تحمل من المضامين الأخلاقية ذات المقصد الهادف والموجه لعقلنة السلوك الاجتماعي، مما يجعلها تمثل أهم ضوابط لتعديل إنحرافات السلوك.

8. قيم عقلنة السلوك الاستهلاكي من منظور إسلامي:

يعتبر الاستهلاك أحد جوانب النظرية الاقتصادية الجزئية والكلية، ويعدّ المحرك الأساسي للنشاط الاقتصادي، والباعث على الإنتاج، كما يقول بذلك " بانفليد " حين يعتبر أنّ نظرية الاستهلاك هي الأساس العالمي لعلم الاقتصاد ". (مارشال، 1952، ص 139).

ومعنى ذلك أنّ دراسة السلوك الاستهلاكي وفهم حقيقة الوظيفة التي يؤديها المستهلك تعدّ أمراً ضرورياً لتفسير كثير من الظواهر والمشكلات الاقتصادية، وهذا إن دلّ على شيء، فإنّما يدلّ على تلك الأهمية التي يمثلها المستهلك، وخطورة تأثيره في الحياة الاقتصادية للمجتمع، ممّا جعل تناوله في الأدب الاقتصادي المعاصر يأخذ مساحة واسعة.

ونظراً لهذه الأهمية، فقد إستحوذت نظرية الإستهلاك في الاقتصاد الوضعي على مزيد من البحث والتحليل على المستويين: النظري والتطبيقي، التعرّف على أهم جوانبها، من أجل التوصل إلى نظرية متكاملة يمكن أن تفسر وتحلّل سلوك المستهلك.

إن الجانب الإستهلاكي من القضايا المهمّة والأساسية في العالم المعاصر، حيث تنتشر المجاعات في أنحاء كثيرة من العالم، وفي المقابل تكثر أمراض التخمة والإسراف الغذائي في قطاعات أخرى من المجتمعات المعاصرة، ممّا يدل على أنّ الأنماط والقواعد السائدة في إستهلاك المجتمعات منحرفة عن الخط الصحيح، ممّا يجعل الحاجة إلى إعادة تفعيل القيم الدينية في واقع الجماعات الاجتماعية ضرورة إلزامية تستهدف إرشاد العملية الإستهلاكية.

" إن النظرية الاقتصادية في نماذجها الغربية المختلفة تبني أساسًا على مرتكزات مادية فردية، ولهذا تفشل في معالجة جميع المسائل التي تتعلق بالمجتمع، كما تؤدي بالفرد إلى طريق مسدود، حيث يصبح مستسلمًا للدعايات الاستهلاكية، وفي قلق بسبب عدم قدرته على مسايرة هذه الدّوامة، فلا يكون أمامه أي منفذ للخلاص، حيث يستحيل عليه تحقيق إستقراره النفسي ". (فهبي هيكل، 1403هـ، ص 28)

وعليه فإن علم الاقتصاد من منظور إسلامي، أو ما يعرف بالإقتصاد الإسلامي، " يفترض وجود نمطا من السلوك الإنساني، يلتزم بالمثل والقيم الإسلامية مثل مسؤوليته أمام الله سبحانه وتعالى، وعنايته وإهتمامه بالآخرين، والإلتزام الذاتي والقناعة والغيرية ". (خورشيد، د.س، ص 49-50)

يرتبط الإقتصاد الإسلامي بفروع المعرفة الإسلامية، وذلك لأنّه ينهل من نفس المصادر التي تنهل منها هذه الفروع، كما أنّ الإقتصاد الإسلامي يدرس جانبًا من السلوك الإنساني وهو السلوك الإستهلاكي، وهذا السلوك نفسه الذي تدرس جوانبه الأخرى في الفروع الأخرى من العلوم الإنسانية والإجتماعية، كعلم النفس وعلم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، كما أنّ للإقتصاد إسلامي علاقات أوثق مع بعض العلوم الإسلامية، وخاصة علوم العقيدة والصول والفقّه والتاريخ والأخلاق.

من المنظور الإسلامي، فإنّ السلوك الإستهلاكي ليس عملية عبثية، وإنما هو عملية واعية وموجّهة، حيث نجد أنّ المستهلك في الإقتصاد الإسلامي تحفّزه مجموعة من الدوافع، التي أقرّها وبينتها الشريعة الإسلامية، فهي تعتبر ذات أهمية، إذ أنّها تميّز المستهلك المسلم عن غيره، ذلك أنّ المستهلك في الإقتصاد الوضعي، أهمّ ما يدفعه للإستهلاك هو إشباع حاجة لديه، سواءً أكانت مشروعة أم لا، بينما المستهلك في الإقتصاد الإسلامي، فإنّ ما يدفعه للإستهلاك هو الحاجة المشروعة " حاجة حقيقية ".

وعليه يمكن تقسيم الحاجة على ثلاثة أنواع:

(أ)- الحاجة الحقيقية: يعتبر الفكر الاقتصادي الوضعي أنّ الحاجات الإنسانية غير محدودة، في مقابل الموارد المحدودة، متجاهلاً دور الإنسان في الإنتاج بإستخدام الموارد المتاحة له، عليه فيمكن القول أنّ حاجات الإنسان محدودة أو قابلة للتحديد. (عانم، 1991).

وتعرّف الحاجة في الإقتصاد الإسلامي: "بأنها كل رغبة مشروعة تتطلب الإشباع" (الزيود، 2013، ص 269)

ومن خلال هذا التعريف نستنتج أنّ الحاجة في الإقتصاد الإسلامي تشترط أن تكون الرغبة مشروعة، فكل سلعة غير مباحة وغير مشروعة لا تدخل في مسار السلوك الإستهلاكي الذي رسمه الإسلام للفرد في إشباعه لحاجاته.

(ب)- الحاجة الحاجية: وهي التي يفتقر إليها من حيث التوسعة ورفع الضيق، المؤدي في الغالب إلى المشقة والحرّج، ومن أمثلتها السلع والخدمات المتطورة التي تعمل على تحسين الظروف المعيشية للأفراد. (الزيود، 2013، ص 269)

(ج)- الحاجة التحسينية: وعناها الأخذ بما يليق من محاسن العادات، وتجنّب الأحوال المندّسات التي تأنفها العقول الراجحات.

يعتبر الإستهلاك في التشريع الإسلامي وسيلة لتربية الإنسان وتقويمه، يقول الله تعالى في محكم تنزيله: "وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا". وبناء على نص الآية القرآنية، فإن المستهلك عليه أن يتحلى بسلوك رشيد ومتوازن بين طرفين سلبيين، هما: الإسراف والتقتير " الشح والبخل"، ومعادلته في الاقتصاد الإسلامي هي: الحاجة + القدرة المادية + الرغبة المشروعة، في حين أنّ المستهلك في الاقتصاد الوضعي فمعادلته هي الرغبة + القدرة المادية فقط، إذ أنّ دوافعه الأولية من الإستهلاك هي إشباع رغباته فحسب". (الزيود، 2013، ص 269)

من هنا يمكن القول، أنّ السلوك الإستهلاكي، إذ ما أسقطنا عليه مقارنة من القيم الدينية الإسلامية، فإنّه ينحو نحو التوازن والعقلنة والترشيد، حيث تنعكس هذه القيم إذا ما تتم ترجمتها في سلوك الأفراد المستهلكين، بالفائدة الجمة على الأفراد، وعلى المجتمع، على حدّ سواء.

إنّ أهمّ القيم الدينية الإسلامية التي تمارس دورًا فعالاً في عقلنة السلك الإستهلاكي، نجدها اليوم غائبة لدى شرائح إجتماعية واسعة، حيث تسود في مجتمعات العالم الإسلامي، نزعة إستهلاكية مفرطة، جعلت الفرد أسيرًا لعالم الأشياء، وأصبحت السلع والخدمات تمارس قهراً خارجياً على الأفراد، وفق المنطق النيوليبرالي، الذي حوّل كل شيء إلى سلعة، وفي ظل هذا الوضع الذي ينبئ بمعضلة قيمية وإجتماعية، يبقى اللجوء إلى منظومة القيم الدينية، الملاذ الآمن للحدّ من النزعة الإستهلاكية التي تتزايد بإطراد منتظم، ومن المعايير والضوابط والقيم التي تقوم بعقلنة السلوك الإستهلاكي، وفق الرؤية الإسلامية هي ما سنورده في ما يلي:

8-1- الإستهلاك وسيلة وليس غاية:

الإستهلاك في الإسلام وسيلة ليحقق الإنسان أهدافه الدينية والدينيوية، مهما تعدّدت إحتياجاته وتطورت، فليس له أن يتوسع فيها خارج إطار " الوسيلة"، وأن لا يتخذ الإستهلاك غاية في حدّ ذاته، فيصبح من الذين يعيشون ليأكلوا، لا يأكلون لكي يعيشوا، ويقول الرسول- صلى الله عليه وسلّم- في هذا السياق: " مَا مَلَأَ آدَمِيٌّ وَعَاءً شَرًّا مِنْ بَطْنِهِ". (الترمذي، 2409)

فالإسلام حرّم الإستهلاك التفاخري لأنّه إنحراف وتحول من عملية مرتبطة بالإنتاج ومكمّلة له إلى حالة مرضية تشبه الإدمان.

8-2- العناية بحقوق الغير:

إنّ منهج الاقتصاد الإسلامي لا يركز فقط على تعظيم الربح وإشباع الحاجات المادية للأفراد فحسب، بل جاء متضمناً العدالة وتحقيق القيم والأبعاد الاجتماعية عامة، فالإنسان المسلم لا يتجاهل عند إشباع رغباته حاجة الآخرين ممّن يعول، أو حتّى عامة المستهلكين والمحتاجين، لقوله- صلى الله عليه وسلّم- " مَا آمَنَ مِنْ بَاتٍ شَبَعَانِ وَجَارُهُ جَائِعٌ إِلَى جَنْبِهِ وَهُوَ يَعْلَمُ بِهِ".

إذ قيّد الإستهلاك بحالات المجتمع وإمكانياته، وعلى حسب ظروفه يتم تحديد أولوياته، مع ترشيد إستخدام موارده.

3-8- قاعدة الحرية:

إذا أخذنا مسألة الإستهلاك كأحد محاور علم الاقتصاد الهامة، نجد أنّ مفهوم حرية المستهلك وقضية الإختيار واضحة بالنسبة للمستهلك المسلم الراشد، وهي مرتبة بتدرج منطقي على ثلاث مستويات هي: مستوى الضروريات، مستوى الحاجيات ومستوى التحسينات.

هذا الترتيب المنطقي للسلوك الإستهلاكي يحقق أيضاً التوافق والإنسجام مع السلوك الإنتاجي في المجتمع، ويؤدي إلى ترتيب أولويات الإنتاج بالنسبة إلى المنتج، وعلى توجيه المنتجات لتأمين الطلب على الضروريات، التي يكون الطلب الاستهلاكي عليها عادةً عاليًا، وهذا يؤدي بالطبع إلى وفرة السلع الضرورية ورفع معدل مرونتها، ممّا يساعد في تحقيق وتحسين رفاهية المجتمع وسعادته.

4-8- قيم العدالة والتكافل الاجتماعي:

يبدو ذلك من واقع رعاية الاقتصاد لمصالح الأفراد والمجتمع، من خلال إهتمامه بقضية الفقر، وغرس قيم التكافل والتعاون والتراحم في المجتمع.

ومن خلال نظام الزكاة يهدف الاقتصاد الإسلامي إلى الحدّ من تفاوت توزيع الدخل والثروات بطريقة غير عادلة، ممّا يزيد من القوة الشرائية لطبقة الفقراء، ورفع مستوى معيشتهم ورفاهيتهم، من حيث إستيفائهم لحاجاتهم الضرورية.

5-8- التوسط والتوازن في الإستهلاك:

في ضوء القيم الدينية الإسلامية، يكون السلوك العقلاني في الإستهلاك على أساس التوازن بين إشباع حاجات الأفراد الضرورية، وبين الوفاء بحاجات الغير في المجتمع، وتعتبر العدالة الاجتماعية أساس الحياة، حيث تتم مراعاة مصالح الأغنياء والفقراء على حدّ سواء.

وتهدف قاعدة التوسط والتوازن في الإستهلاك إلى عدم الغلوّ في إشباع الحاجات المادية الذاتية للمستهلك، وعلى عدم المبالغة في تعظيم الربح وإعلاء شأن الملكية الخاصة كما يحدث في النظم الوضعية الرأسمالية.

6-8- الإنفاق حسب الحاجة والمنفعة:

إن سلوك المستهلك في الإقتصاد الإسلامي تحكمه قيم شرعية وإجتماعية وأخلاقية، غاية ذلك تحقيق المنفعة من كل إستهلاك، حيث يشترط فيه العقلانية والرشد عند إتخاذ القرار.

7-8- الاقتصاد في الإنفاق والحثّ على الإدّخار:

يكون ذلك عن طريق الوعي الاقتصادي وترشيد النفقات، وكذلك من خلال الإدّخار.

9-8- التقشف عند الأزمات المالية:

يرى الاقتصاد الإسلامي أنّ السلع والخدمات، قد تصاب بالندرة، بفعل الأزمات المالية والاقتصادية، ممّا يجعل من التقشف إحدى السبل الوقائية التي تنتهجها الحكومات والأفراد لمواجهة هذه المعضلة.

خاتمة:

للإستهلاك أهمية خاصة في النظام الاقتصادي بأكمله، ذلك أنّ كل فرد في المجتمع يعتبر مستهلكًا، وإذا كانت الغالبية العظمى من أفراد المجتمع منتجة ومستهلكة في آن واحد، فإنّ الاقتصاد الإسلامي ينطلق من مبدأ الإرتباط الشامل بين القيم الدينية والمعايير الأخلاقية، وبين قرارات الحياة اليومية على مستوى الفرد أو الدولة، إذ هو يرفض الفصل بين تلك القيم وبين التحليل النظري أو التطبيقي للمشكلات الاقتصادية، ومنه فإنّ قواعد الإستهلاك وأخلاقياته تسهم إلى حدّ كبير في ترشيد الإنفاق الاستهلاكي، وفي تكييف الهيكل السلعي للطلب الفعلي في المجتمع لصالح الحاجات الضرورية وشبه الضرورية، ثمّ الكمالية.

إنّ ضوابط السلوك الإستهلاكي من خلال القيم الإسلامية مثل: كراهية المباهاة والتظاهر، وتفضيل التّقشف والتوسط والاعتدال في الإنفاق تؤدي بصورة مباشرة إلى خلق مستهلك مسؤول وواعٍ ومتّزنٍ وعقلاني.

قائمة المصادر والمراجع:

المصادر:

- القرآن الكريم
- جامع الإمام الترمذي- باب ما جاء في كراهية كثرة الأكل- حديث رقم: 2409.

المراجع:

1. إبراهيم مصطفى، (2008)، المعجم الوسيط- باب الهاء-تحقيق: مجمع اللغة العربية- الجزء الثاني- دار الدعوة.
2. أبو جحجوح يحي محمد، (2005)، القين البيئية المتضمنة في كتب المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير، غزة، فلسطين.
3. إحسان محمد حسن، (2005)، علم الاجتماع الديني، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن.
4. أحمد خورشيد، (د.س)، التنمية الاقتصادية في إطار إسلامي، ترجمة: رفيق المصري، مجلة أبحاث الاقتصاد الإسلامي، العدد الثاني، مركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز- جدة.
5. أحمد علي سليمان، (د.س)، سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق، مهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية.
6. إسماعيل عبد الفتاح الكافي، (د.س)، موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية، مركز الإسكندرية للكتاب
7. بشير العلاق، علي ربايعية، (1998)، الترويج الإعلان: أسس نظريات، تطبيقات، مدخل متكامل، دار البارودي العلمية للنشر والتوزيع.
8. جوردون مارشال، علم الاجتماع، المجلد الثاني، (د-س).
9. حامد عبد السلام زهران، (2003)، علم النفس الاجتماعي، علام الكتب، الطبعة السادسة.
10. حسين الزيود، إبراهيم البطاينة، (2013)، محددات سلوك المستهلك المسلم، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، المجلد التاسع، العدد الرابع.
11. حسين غانم، (1991)، الاقتصاد الإسلامي، طبيعته ومجالاته، دار الوفاء، المنصورة، مصر.

12. الرماني زيد محمد، (1439هـ)، الإستهلاك في حياتنا، إضاءات إقتصادية، أربعون نموذجًا شبكة الألوكة ، WWW.ALUKAH.net
13. سيف الدين عبد الفتاح، (2010)، قيم الواقع وواقع القيم، ما معنى للقيم، أعمال الدروس المنهجية في كيفية تفعيل القيم في البحوث والدراسات الاجتماعية، 6-11 فبراير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
14. عبد الستار إبراهيم الهيتي، (2015)، الاستهلاك وضوابطه في الاقتصاد الإسلامي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.
15. عبد العزيز فهد هيكمل، (1403هـ)، مدخل إلى الاقتصاد الإسلامي، دار النهضة العربية، القاهرة
16. عبد اللطيف خليفة، (د.س)، ارتقاء القيم، دراسة نفسية (ن.م).
17. عبد المجيد بن مسعود، (1419هـ)، القيم الإسلامية التربوية المجتمع، كتاب الأمة، العدد 67، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطر.
18. الفرد مارشال، (1952)، الأصول الاقتصادية، ترجمة: وهيب مسيحة، المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
19. ماجد زكي الجلال، (2005)، تعلم القيم وتعليمها، كلية التربية، جامعة اليرموك، دار السيرة لنشر والتوزيع.
20. محمد إبراهيم أعبيدات، (2004)، سلوك المستهلك، الطبعة الرابعة، دار وائل لنشر، الأردن.
21. محمد أحمد بيومي، (2004)، علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
22. محمد صالح الدعيح، عماد محمد سلامة، (2007)، أثر العولمة في القيم، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 35، العدد الثالث، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت.
23. محمد عبد الغني محسن، (2005)، مهارات إدارة السلوك الإنساني: متطلبات التحديث المستمر للسلوك، مركز تطوير الأداء والتنمية، الطبعة الثانية، مصر الجديدة.
24. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، (2006)، سلوك المستهلك، دار المنابع للنشر والتوزيع، الأردن.
25. نزيه حماد، (2008)، معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء، دار القلم، دمشق، الطبعة الأولى.
26. وضحة علي السويدي، (1989)، تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية بدولة قطر، الطبعة الأولى، دار الثقافة، الدوحة.