

دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي: دراسة اقتصادية إسلامية
(جائحة كورونا نموذجاً)

**The role of crises and disasters in achieving the concept of economic
maturity: an Islamic economic study
(Corona pandemic as an example)**

إعداد: مهند مصطفى احمد عقايله

كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة اليرموك، اربد، الأردن

الداكتور: محمد محمود بني عيسى

أستاذ مشارك، قسم الاقتصاد والمصارف الإسلامية، جامعة اليرموك

تاريخ النشر: 2024/4/15

تاريخ القبول: 2024 /4/4

تاريخ الاستلام: 2024/3/15

المخلص:

هدفت الدراسة إلى توضيح إلى بيان دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي، بالإضافة إلى بيان دور الأزمات والكوارث في التأثير على سلوك المستهلك وخصوصاً في ظل جائحة كورونا، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي، وقد قسمت الدراسة إلى مبحثين، فبين المبحث الأول ماهية الرشد الاقتصادي في النظم الاقتصادية الوضعية، وفي النظام الاقتصادي الإسلامي وأهم موجهاته، بينما تناول المبحث الثاني دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي، والسلوك الاستهلاكي للأفراد في ظل جائحة كورونا، وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج، ومن أهمها، أن للأزمات والكوارث تأثير إيجابي على المستهلك، حيث تبين أنه يتجه نحو الحد من النفقات، والادخار بسبب توقع أي أمر طارئ آخر، بالإضافة إلى الإنفاق على ما هو ضروري، وقدرته على الاستغناء عن الكماليات، وأن جائحة كورونا كان لها أثر بالغ في التأثير على سلوك المستهلك، فأصبح المستهلك يؤمن حاجاته الضرورية من الطعام والشراب والأدوات الصحية ما يكفيه لأسبوع أو لشهر، كما خلصت الدراسة إلى أن السياسات الحكومية التي تهدف إلى ترشيد الاستهلاك العام من بين الأدوات المهمة التي تستخدمها الحكومات لتحسين الاستدامة.

الكلمات المفتاحية: الرشد الاقتصادي، الأزمات والكوارث، جائحة كورونا

Abstract

The study aimed to clarify and explain the role of crises and disasters in achieving the concept of economic maturity, in addition to explaining the role of crises and disasters in influencing consumer behavior, especially in light of the Corona pandemic, and in order to achieve the objectives of the study, the descriptive and analytical approaches were used, and the study was divided into two sections, which showed The first topic is the nature of economic maturity in positive economic systems, and in the Islamic economic system and its most important guidelines, while the second topic dealt with the role of crises and disasters in achieving the concept of economic maturity and the consumer behavior of individuals in light of the Corona pandemic. The study concluded with a number of results, the most important of which is that Crises and disasters have a positive impact on the consumer, as it has been shown that they tend towards reducing expenses and saving due to the expectation of any other emergency, in addition to spending on what is necessary, and their ability to dispense with luxuries, and that the Corona pandemic had a significant impact on consumer behavior. The consumer now secures his necessary needs of food, drink, and sanitary ware, enough to last him a week or a month. The study also concluded that government policies that aim to rationalize public consumption are among the important tools that governments use to improve sustainability.

Keywords: economic maturity, crises and disasters, the Corona pandemic.

المقدمة:

الحمد لله والصلاة والسلام على المبعوث رحمةً للعالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله الطاهرين وأصحابه الذين عملوا على نشر هذا الدين بالحجة والدليل الواضح المبين، أما بعد: فقد راعت الشريعة الإسلامية كل السبل الممكنة التي تسعى من خلالها للارتقاء بالمجتمع المسلم، وتلبي رغباته وحاجاته المتنوعة، وحرصت كل الحرص على النظم المرتبطة بأوجه الإنفاق المختلفة، وإنفاق المال في موضعه من غير إسراف أو تقتير.

وترشيد الاستهلاك واحدة من هذه النظم التي تنصرف إلى تنظيم سلوك المستهلك المسلم حسب سلم الأولويات، عن طريق المفاضلة والموازنة الدقيقة، للوصول إلى أقصى منفعة ممكنة، بما يضمن للمجتمع استهلاك رشيد منضبط بضوابط الشريعة الإسلامية من غير إلحاق ضرر فردي أو جماعي.

ومن ناحية أخرى هناك عوامل خارجية تؤثر على منظومة الاقتصاد الكلي وما يتفرع عنه، كالأزمات والكوارث التي تلحق تغييرات في كافة مفردات الاقتصاد، ومن ضمنها الاستهلاك وتصرفات المستهلك المسلم؛ ومن هنا جاءت هذه الدراسة لبيان دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي، مع التمثيل على ذلك في ظل جائحة كورونا.

مشكلة الدراسة:

إن السلوك الاستهلاكي أحد جوانب النظرية الكلية والجزئية، ويعد المحرك الأساس للنشاط الاقتصادي، والباعث على الإنتاج، والأساس العلمي لعلم الاقتصاد، ولا يزال موضوع سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي وخصوصاً في ظل الأزمات والكوارث بحاجة إلى مساهمة تبين قواعده وأساسه وموجهاته، وتميزه عن غيره من الأنظمة الوضعية، لذا كان لا بد من البحث في دور الأزمات في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي، وذلك من خلال الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي؟ ويتفرع منه الأسئلة الآتية:

1. ما ماهية الرشد الاقتصادي في النظم الاقتصادية؟
2. ما دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي؟
3. ما أبرز التغيرات التي طرأت على السلوك الاستهلاكي في جائحة كورونا؟

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس من الدراسة ببيان دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي وخصوصاً في ظل جائحة كورونا، ويندرج تحت هذا الهدف ما يلي:

1. توضيح ماهية الرشد الاقتصادي في النظم الاقتصادية.

2. بيان دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي.
3. الوقوف على أبرز التغيرات التي طرأت على السلوك الاستهلاكي في جائحة كورونا.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في بيان دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي وخصوصاً في ظل جائحة كورونا كما يلي:

الأهمية العلمية، ومنها:

1. بيان دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي في ضوء قواعد الاقتصاد الإسلامي.
2. تزويد المكتبة الإسلامية بدراسة متخصصة وحديثة في هذا المجال.

الأهمية العملية، ومنها:

1. تشكل الدراسة أهمية اقتصادية لمركز إدارة الأزمات والكوارث، من خلال الاطلاع على السلوك الاستهلاكي للأفراد في ظل جائحة كورونا.
2. يستفيد من هذه الدراسة طلاب العلم الشرعي والاقتصادي لزيادة المعرفة وفتح آفاق البحث في هذا الموضوع.

الدراسات السابقة:

من خلال البحث في المصادر العلمية وقواعد البيانات وفي حدود علم الباحث، وجدت هذه الدراسات والأبحاث التي تناولت بعض الجوانب المشتركة والمتعلقة بموضوع الدراسة:

أولاً: دراسة الرفاعي "2023": "دراسة المستهلك في المملكة العربية السعودية بعد جائحة كورونا".⁽¹⁾

هدفت هذه الدراسة إلى بيان سلوك المستهلك في المملكة العربية السعودية بعد جائحة كورونا، وعرض بعض التحليلات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية، وبيان الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك السعودي بعد الجائحة، وخلصت الدراسة إلى أن الجائحة أحدثت تغييراً كبيراً في سلوك المستهلكين، أن المتابع للسوق في الآونة الأخيرة يلاحظ هذا التحول الملحوظ الذي حدث في سلوك المستهلك، ودخول أعداد كبيرة جداً من السعوديين والمقيمين إلى الأسواق الرقمية، وسوق التجارة الإلكترونية، وتحول المشتريين على درجة كبيرة من الوعي والرشد. تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة: في بيان سلوك المستهلك في ظل جائحة كورونا، ومدى التأثير على وعي ورشد المستهلكين.

¹ الرفاعي، علاء بن سعد بن رجا الله، دراسة سلوك المستهلك في المملكة العربية السعودية بعد جائحة كورونا (2023)، المجلة القانونية،

جامعة القاهرة، ع2، ج15.

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في أن دراسة الرفاعي لم تتناول دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي.

ثانياً: دراسة بن لاغة وسعيد "2021": "أثر جائحة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك".⁽²⁾

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على جائحة كورونا، والتي كانت لها عدة تداعيات على المستهلك سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية، وأشارت الدراسة إلى سبل التخفيف من تداعيات هذه الجائحة على القدرة الشرائية للمستهلك، واعتمدت الدراسة الجائز كدولة تبنت السياسات المتبعة على المدى القصير والطويل لمواجهة الآثار الاقتصادية للجائحة، وخلصت الدراسة وجوب تفعيل دور الأجهزة المكلفة لمراقبة الاحتكارات والمضاربات التي تحدث بين التجار والتي كان لها تداعيات سلبية على القدرة الشرائية للمستهلك، مع الإشارة إلى أن دولة الجزائر أصدرت مؤخراً قانون يمنع المضاربة بالأسعار والاحتكار والذي يؤثر سلباً على الاقتصاد والقدرة الشرائية للمستهلك.

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة: في بيان أثر جائحة كورونا في القدرة الشرائية للأفراد.

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في أن الدراسة السابقة لم تبين دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي.

ثالثاً: دراسة جيلالي "2019": "ترشيد السلوك الاقتصادي لتنظيم السوق في الاقتصاد الإسلامي".⁽³⁾

هدفت الدراسة بربط السلوك الاقتصادي للأفراد والمجتمعات بالعقيدة الإسلامية، والتركيز على القيم الأخلاقية في تنظيم السوق، ومدى تحقيق الرشد للتوازن الاقتصادي، كما أشارت الدراسة إلى أهم مكونات ترشيد السلوك الاقتصادي في تنظيم قوى السوق، وقد خلصت الدراسة إلى أن الاقتصاد الإسلامي لا ينظر للسوق على أنه ساحة يتقابل فيها العرض مع الطلب فحسب بل هو مجال واسع لممارسة القيم الأخلاقية الكلية المضبوط بضوابط الشريعة الإسلامية، من أجل تحقيق التوازن الشامل.

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة: في بيان مكونات ترشيد السلوك الاقتصادي في تنظيم قوى السوق.

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة: في أن الدراسة السابقة لم تبين دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي.

الإضافة العلمية

² لاغة، محمد رضا، وفوزي سعيد، أثر جائحة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك (2021)، المجلة الدولية في الاقتصاد واستراتيجيات الأعمال، الجزائر، ج1، ع1.

³ عشير، جيلالي، ترشيد السلوك الاقتصادي لتنظيم السوق في الاقتصاد الإسلامي (2019)، مجلة دراسات اقتصادية، الجزائر، ع 22.

تتميز الدراسة الحالية عن بقية الدراسات السابقة بالآتي:

1. بيان دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي.
2. بيان السلوك الاستهلاكي للمجتمعات في ظل جائحة كورونا.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهجين الوصفي والتحليلي، من خلال مراجعة الكتب والدوريات والدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة وغيرها من المصادر، لبيان دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي.

المبحث الأول

الرشد الاقتصادي في النظم الاقتصادية

يعتبر الرشد الاقتصادي من المفردات التي ركزت النظم الاقتصادية على دراستها وصياغة مفهومها ووضع موجّهات ومحددات لها. وقد جاء هذا المبحث لعرض مفهوم الرشد الاقتصادي في النظام الرأسمالي والاشتراكي، وكذلك في النظام الاقتصادي الإسلامي.

المطلب الأول: ماهية الرشد الاقتصادي في النظم الاقتصادية الوضعية (الرأسمالي، الاشتراكي)

يصف الاقتصاد الرأسمالي سلوك المستهلك بالسلوك الرشيد أو العقلاني، إذا استطاع أن يصل بإنفاق دخله المحدود وفق أسلوب عقلاني لأقصى منفعة ممكنة، بصرف النظر عن مضمون المنفعة وحقلها، وعن آثارها وأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية، وعن الوسائل والسبل التي يسلكها المستهلك للوصول الى هذه المنفعة؛ أي أن استهداف الفرد أقصى منفعة بأسلوب عقلاني قائم على الموازنة والمفاضلة في مجال الاستهلاك، يُكسبه صفة الرشد.⁽⁴⁾

أما في ظل النظام الاشتراكي الذي تركز قواعده على التخطيط الاقتصادي لكل مفردات النظام؛ فإنه لن تكون هناك حرية اختيار بالنسبة للمستهلكين بل تسود تماماً تفضيلات المخططين في تحديد أنواع وكميات السلع والخدمات الاستهلاكية، وعليه فإن مبدأ (اختيار المستهلك) في الاقتصاد الرأسمالي، يقابله مبدأ (الضبط الاستهلاكي) في الاقتصاد الاشتراكي، الذي يترتب عليه إهدار خيارات المستهلك، لأنه يناقض حق الفرد في التمتع بحرية الاختيار بين البدائل.⁽⁵⁾

وعليه فإن المستهلك الرشيد هو الذي يحاول أن يحصل على أكبر إشباع ممكن من السلع والخدمات المتاحة في السوق، أو يحاول أن يحصل على أكبر منفعة ممكنة من شراء السلع والخدمات في حدود دخله

⁰⁴ الرماني، محمد بن زيد، الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك (2001)، دار طويق للنشر والتوزيع، ط1، الرياض، ص23.
⁰⁵ أوّشلا، يحيى عبد الله علي، دور ترشيد السلوك الاقتصادي في التنمية الاقتصادية: دراسة مقارنة (2016)، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، ص134-137، بتصرف.

المخصص لشراء السلع والخدمات، فالسلوك الرشيد كما افترضه النظام الوضعي يقضي بأن المستهلك قادر على القيام بالاختيار العقلاني لما هو متاح من السلع في السوق وتحديد منفعته.⁽⁶⁾

وبناءً على ما سبق؛ فإن المستهلك الرشيد بنظر الاقتصاد الوضعي هو مستهلك يقوم بمزج توليفة من السلع والخدمات تحقق له أقصى إشباع ممكن ضمن دخله المحدود، ويتحقق هذا عندما يقوم بالاختيار بين البدائل التي تحقق أعلى معدلات الإشباع ضمن بناء منطقي معين ولتحقيق هدف معين.

أما الموقف الإسلامي من الرشد الاقتصادي فيختلف كلياً عنه في الأنظمة السابقة؛ حيث أن مفهوم الرشد لا يعني رشد الإنسان بنفسه ومصالحته الفردية فقط، وإنما الإنسان الرشيد في عرف الفقهاء هو الرشيد بنفسه وبغيره⁽⁷⁾، الذي يجيد التصرف في المال ضمن ضوابط وموجهات شرعية، وهذا ما سيتناوله المطلب الثاني.

المطلب الثاني: الرشد الاقتصادي في النظام الاقتصادي الإسلامي، وموجهاته.

أولاً: ماهية الرشد الاقتصادي في الاقتصاد الإسلامي

يقصد بالرشد في اللغة: "الاستقامة والاهتداء على طريق الحق، وهو ضد الغي".⁽⁸⁾

أما في الاصطلاح: فقد ذهب العلماء الى أن الرشد: (العقل والدين والصلاح)، وذهب الحسن البصري إلى أنه: (صلاح في الدين، وإصلاح في المال).⁽⁹⁾

والرشد الاقتصادي من وجهة نظر الشريعة الإسلامية: هو وضع الشيء في نصابه، وإنفاق المال في موضعه، فلا يمنعه من واجب، ولا ينفقه على غير هدى، بل ينفق وهو على بينة من عاقبة انفاقه، وعلى كامل وعي بما يحققه الانفاق من منفعة، وما يتحملة في سبيله من تضحية، يقول الله تعالى {وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا} [الفرقان: 67]، وذلك من خلال أخذ الإجراءات والتدابير التي من شأنها تنظيم

⁰⁶ حسن، عماد كامل، وسهيل حوامدة، أثر اختلاف ضوابط الرشد الاستهلاكي بين الاقتصاد الوضعي والإسلامي (2018)، مجلة الاقتصاد الإسلامي والمالية، جامعة إسطنبول، إسطنبول، ص 231.

⁰⁷ علي، ريم عوض، أثر الرشد الاقتصادي على التنمية في الدول الإسلامية بالتطبيق على السودان (2010-1990م) (2013)، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، ص 16.

⁰⁸ معلوف، لويس، المنجد في اللغة (2003)، دار المشرق، ط 40، بيروت، ص 261.

⁰⁹ الطوسي، محمد بن الحسن، التبيان في تفسير القرآن (1957)، المطبعة العلمية، النجف، ج 3، ص 11.

الاستهلاك وتوجيهه ملتزماً بمبادئ الشريعة الإسلامية؛ فالهدف ليس تحقيق أقصى درجة من الإشباع فقط، وإنما يكون إيفاء الحاجات حسب الأولوية ومقتضى الشرع.(10)

وعليه فإن تصرف المستهلك في الاقتصاد الإسلامي يختلف عنه في الأنظمة الاقتصادية الأخرى، وذلك بسبب انضباط المسلم بما هو مكلف به، وتنظيم سلوكه الاستهلاكي ضمن سلم الأولويات الذي يراعي الضروريات كأولوية ومن ثم الحاجيات فالكماليات، واتباعه لهذه القواعد الضابطة لسلوكه الاقتصادي تجعل منه مستهلكاً رشيداً اقتصادياً.

وبناءً على ما سبق؛ نجد أن الاقتصاد الإسلامي يتفق مع الاقتصاد الوضعي في إقرار المبدأ الاقتصادي، أي أنه يوصي المستهلك المسلم بسلوك طريق المفاضلة والموازنة الدقيقة؛ للوصول إلى أقصى منفعة، ولكنه لا يقصر رشد المستهلك على الطبيعة المادية للسلع ودرجة اشباعها، بل يمتد بها الى كل من طبيعة الوسيلة المنفعة التي يسعى المستهلك لتحقيقها، بالإضافة إلى الهدف من استهلاك المنافع؛ حيث لا يجوز أن يؤدي تحقيقه للمنفعة إلى ضرر فردي أو جماعي.(11)

إذن لا يمكن اسباغ تفسير (رشيد) في الاقتصاد الإسلامي على أي سلوك أو تصرف إلا إذا تم قياسه وفقاً لمجموعة من الضوابط والمبادئ المستنبطة من الشريعة الإسلامية؛ ومن الموجهات التي تضبط مفهوم الرشد في الاقتصاد الإسلامي وتضمن تحققه ما يلي:

ثانياً: موجهات وضوابط الرشد الاقتصادي في الإسلام

1. البعد الزمني لسلوك المستهلك؛ وذلك بربط نتائج تصرفات المستهلك المسلم في الحياة الدنيا بالآخرة،(12) حيث أن للبعد الأخروي أثر كبير في ضبط جميع التصرفات المالية وأوجه الإنفاق وخططه لدى المستهلك المسلم.

¹⁰ انظر: أثر اختلاف ضوابط الرشد الاستهلاكي بين الاقتصاد الوضعي والإسلامي، مرجع سابق، ص223. عبد السلام، انصاف مصطفى، المنهج القرآني في ترشيد سلوك المستهلك (2005)، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، ص83.

¹¹ بوخاري، عبد الحميد، ومحمد زرقون، دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي (2011)، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، ع12، الجزائر، ص88، بتصرف.

¹² الرفاعي، علاء بن سعد بن رجاء الله، دراسة سلوك المستهلك في المملكة العربية السعودية بعد جائحة كورونا (2023)، المجلة القانونية، جامعة القاهرة، ع2، ج15، ص493.

2. تحديد أولويات الانفاق؛ حيث يترتب على المستهلك المسلم الإنفاق على مصلحته الخاصة ومن يعول وكذلك مصالح المجتمع، فالإنفاق الاستهلاكي يكون بالحد الذي يؤمن للفرد كامل طاقاته وطاقات من يعول، شريطة عدم الاسراف والتبذير لقوله تعالى: { يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ } [الأعراف:31]، وبأن لا يخل بنظام ترتيب الحاجات وأولويات إشباعها حتى لا يفوت مصلحة أعلى بمصلحة أدنى؛ وذلك لارتباط ترتيب الحاجات بمقاصد الشريعة الإسلامية،⁽¹³⁾ حيث يمكن النظر لهذه المقاصد كضوابط لمفهوم الرشد الاقتصادي.

والجدير بالذكر، أن الحديث عن تحديد أولويات الانفاق يعد من أهم ضوابط وموجهات الرشد في الاقتصاد الإسلامي؛ ويبنى عليه العديد من الضوابط الفرعية، وذلك لأنه لا يلزم منه الانفاق على ما هو ضروري فقط، بل يجب أيضاً النظر إلى حكم استهلاك أي سلعة أو شراء أي خدمة، ومن ثم تحديد حصة هذه السلعة من إجمالي النفقات، فلا يجوز التوسع بشكل كبير في استهلاك المباحات حتى لا يدخل المستهلك في دائرة الاسراف المحرم شرعاً؛ لقوله تعالى: { وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا } [الاسراء:29]، فالحاجة يجب أن تكون حقيقية ومباحة، ولا يكون الاستهلاك من أجل التظاهر والتفاخر.

ومن ناحية أخرى فإنه على المؤمن القادر مسؤولية إعالة أهله ورعاية أصحاب الحاجات من أهل الجيرة والفقير فخرجت بذلك حسابات المنفعة في الاستهلاك من حيز الحسابات الخاصة إلى حيز الحسابات الأسرية والاجتماعية. لذلك فإن مشكلة الرغبات اللامتناهية لم تكن أبداً ماثلة في عقل المؤمن ولم تتعكس أبداً في سلوكياته إلا بقدر ما ينحرف عن إيمانه الصحيح.⁽¹⁴⁾

3. الاستهلاك من الدخل وليس من رأس المال؛ حيث وجهت الشريعة الإسلامية إلى حفظ المال وصيانته من خلال عدم الاسراف والتقتير، وضبطت بذلك مفهوم الرشد الاقتصادي في المال، كما حذرت من تحويل المال الإنتاجي إلى مال استهلاكي، وذلك بالمحافظة عليه بالتنمية والاستثمار، ودعت إلى استهلاك بعض الدخل لا كله؛ قال تعالى { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا

¹³ انظر: غيث، مجدي علي، ومنيير الحكيم، متطلبات الوضع الاقتصادي الأمثل في الإسلام -دراسة مقارنة- (2018)، مجلة دراسات (علوم الشريعة والقانون)، الجامعة الأردنية، عدد4، ج45، ص135، بتصرف.

¹⁴ يسري، عبد الرحمن، التنمية المتواصلة: المفاهيم والمستلزمات، تقييم الفكر الوضعي ورؤية إسلامية (2002)، المركز الوطني للتوثيق، المغرب، ص33.

لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ بِ{ [البقرة: 267]، فالآية الكريمة تأمر بالإنفاق من الكسب ومن ما أخرج الله من الأرض، وكما هو معلوم فالكسب والخارج من الأرض دخل وليس رأس مال.⁽¹⁵⁾

4. اهتمام الإسلام بموضوع البيوع المشروعة وغير المشروعة، وحث الأفراد على التفقه بقواعد التعامل داخل السوق، من القواعد المهمة في ترشيد السلوك الاقتصادي⁽¹⁶⁾؛ حيث أن العلم بقواعد السوق وماهية البيوع وشروطها يقلل من احتمالية تعرض المستهلك للغش أو الغبن والجهالة والغرر، مما يعزز قدرته على الانفاق دون إضاعة جزء من دخله دون وجه حق.

5. الحرية الموجهة؛ حيث أن 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، المستمدة من تعاليم الدين، فالمال في الاقتصاد الإسلامي وديعة عند المستهلك المسلم، يتصرف به ضمن إطار القواعد والضوابط الشرعية، يحاسب عليه لما قد يسببه من أضرار تلحق بأفراد المجتمع.⁽¹⁷⁾

وبناءً على ما سبق؛ فإن انضباط سلوك المستهلك المسلم بهذه الضوابط والموجهات يجعل منه مستهلكاً رشيداً، يحسن التصرف في دخله المتاح مع مراعاة سلم الأولويات لاستهلاك السلع المباحة دون الضرر بنفسه أو بالآخرين، مع مراعاة ما يترتب على هذه النفقات من أبعاد وعقاب وثواب، وما يجب عليه تجاه من يعول، ومجموع سلوك الأفراد بهذه الصورة، يؤدي بالضرورة إلى تحقيق خير المجتمع وصلاحه.

¹⁵ انظر: أثر اختلاف ضوابط الرشد الاستهلاكي بين الاقتصاد الوضعي والإسلامي، مرجع سابق، ص: 227-225.

¹⁶ عشير، جيلالي، ترشيد السلوك الاقتصادي لتنظيم السوق في الاقتصاد الإسلامي (2019)، مجلة دراسات اقتصادية، الجزائر، ع 22، ص: 159-158.

¹⁷ أوشلا، يحيى عبد الله علي، دور ترشيد السلوك الاقتصادي في التنمية الاقتصادية: دراسة مقارنة (2016)، مرجع سابق، ص: 144.

المبحث الثاني

دور الأزمات والكوارث في تحقيق مفهوم الرشد الاقتصادي

يعد السلوك الاستهلاكي من أهم الموضوعات التي يتم دراستها، حيث يتأثر القرار الاستهلاكي بشكل عام بمؤثرات خارجية كثيرة، كالأزمات والكوارث؛ فلا بد من التعقيب عليها والوقوف على أبعادها وعلى دورها في الوصول إلى تحقيق القرار الاستهلاكي الرشيد.

المطلب الأول: دور الأزمات والكوارث في التأثير على سلوك المستهلك

إن العالم اليوم يتميز بالمتغيرات السريعة التي أسفرت عن توترات شتى وعلى الرغم من التقدم الحضاري وثبات الدعائم والأسس التي تقوم عليها العلاقات فإن العالم يتسم بتعدد الأزمات الناجمة عن اختلال توازنات القوى الكبرى مع سعي القوى الصغرى إلى تحقيق المزيد من الاستقلال والنمو مما أدى إلى حدوث صراعات وتحالفات تمثلت في أزمات عالمية، إقليمية ومحلية ذات طبيعة زمنية ومكانية مركبة ومعقدة، لذا كان تفاعل العلاقات بين القوى والكيانات المختلفة وصراعاتها الخفية والعلنية بهدف نقل مراكز السيطرة والهيمنة، بينما تعمل الدول المتقدمة على امتلاك عناصر القوة المختلفة والارتقاء بوسائلها المادية، فإن الدول النامية تختلف أزماتها، بسبب إفرزتها المتناقضة الناتجة عن الحقبة الاستعمارية بدلاً عن طموحات الاستقلال والتنمية، وإذا كانت الدول المتقدمة تتعامل مع أزماتها بمناهج علمية فإن الدول النامية ترفض إتباع هذه الأساليب في مواجهة أزماتها مما يجعل الأزمة أشد عمقاً وأقوى تأثيراً بسبب التفاعل الواضح بين عدم إتباع المناهج العلمية في التعامل مع الأزمات وبين الجهل بتلك المناهج والتمسك بتلك الأساليب العشوائية.⁽¹⁸⁾

وتعد الأزمة بمثابة خلل يؤثر تأثيراً مادياً على النظام كله، كما أنه يهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها هذا النظام، وتتسم الأزمة غالباً بعناصر المفاجأة وضيق الوقت، ونقص في المعلومات، بالإضافة إلى عوامل التهديد المادي والبشري.⁽¹⁹⁾

وعليه فإن عنصر المفاجأة الذي تتسم به الأزمات والكوارث بشكل عام يتطلب من الفرد والمجتمع سرعة في اتخاذ القرار الاستهلاكي، وحكمة في التبديل بين الخطط الاقتصادية، وذلك بسبب ضيق الحال الذي يعم على

¹⁸ لقمان، عمر، وسعيد بن شهرة، إدارة الأزمات الاقتصادية بين الفكر الوضعي والفكر الإسلامي 2009-2008 أنموذجاً (2019)،

مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، الجزائر، ج3، ع1، ص38.

¹⁹ عبد الحميد، رجب، دور القيادة في اتخاذ القرارات خلال الأزمات (2000)، مطبعة الإيمان للطبع والنشر، ص26.

الجميع خلال هذه الأزمات؛ فتنبذ فرص الاختيار المتاحة أمام المستهلك، حيث لا يمكنه أن يتمتع برفاهية الاختيار بين البدائل كما هو الحال في الأوضاع الطبيعية.

وبناء على ذلك فإن سلوك المستهلك يتأثر من خلال إمكاناته المادية وتوقعاته المالية وميوله وتوجهاته واهتماماته، وبعض سمات شخصيته، ولا شك أن سلوك المستهلك ينضبط بضوابط الشريعة الإسلامية، فالمستهلك المسلم الأصل أن يراعي تحديد نمط الاستهلاك الذي من شأنه أن يضع الأساس الاقتصادي لأي مجتمع، ولذا المستهلك المسلم لا يتصرف بعشوائية، ويتقيد بمدى قدرته المادية على الوفاء باحتياجاته واحتياجات عائلته، ويلتزم بسلم الأولويات، فينتقل من الضروري للحاجي ومن الحاجي للتحسيني حسب قدراته وإمكانياته، ويزداد حرصاً في ظل الأزمات والكوارث.

ومن التوجيهات القرآنية في ترشيد السلوك الاقتصادي من خلال التوازن الاقتصادي بين الموارد والنفقات في المحن والأزمات الاقتصادية، تبرز قصة يوسف عليه السلام في حسن التخطيط وإدارة الاقتصاد، كما قال تعالى: {قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْم} (55) وَكَذَلِكَ مَكَّنَّا لِيُوسُفَ فِي الْأَرْضِ يَتَّبِعُ مِنْهَا حَيْثُ يَشَاءُ ۚ نُصِيبُ بِرَحْمَتِنَا مَنْ نَشَاءُ وَلَا نُضِيعُ أَجْرَ الْمُحْسِنِينَ} [سورة يوسف: 55-66]. وحفيظ أي على الأموال لا أخرجها إلا في مخرجها الصحيحة، ولا أصرفها في غير مصارفها، وهو كذلك عليم بوجوه جمعها وتقريبها ومصالحها. (20)

ويتضح أن أنماط الاستهلاك تتأثر باختلاف الزمان والمكان، كما تتغير حسب الحالة الاقتصادية والاجتماعية، فنجد أن استهلاك كل دول العالم يتأثر تأثيراً واضحاً في الأزمات العالمية، التي لها تأثيراً كبيراً على أنماط الاستهلاك؛ من خلال خفض الإنفاق خلال الأزمة والتركيز على العناصر الأساسية مثل الغذاء والسكن والرعاية الصحية، كما تؤثر الأزمات على تفضيلات المستهلك فيصبح تركيزهم على المنتجات والخدمات التي ينظر إليها على أنها ضرورية وتوفر قيمة أكبر مقابل المال، كما تؤدي طبيعة الأزمة سواء كانت صحية أو طبيعية أو اقتصادية إلى زيادة الطلب على منتجات معينة مثل إمدادات الطوارئ أثناء الكوارث الطبيعية، أو أدوات العناية الشخصية أثناء الأزمات الصحية، وطبيعة الأزمة وشدتها تؤثر على سلوك التسوق مثل الشراء بالجملة أو التسوق عبر الإنترنت بدلاً من التسوق التقليدي. (21)

²⁰ انظر: ترشيد السلوك الاقتصادي لتنظيم السوق في الاقتصاد الإسلامي، مرجع سابق، ص: 156-155.

²¹ الشريف، عبد الرحمن أحمد، كيف استطاعت بعض الدول ترشيد الاستهلاك في ظل الأزمات (2023)، مجلة آفاق اقتصادية معاصرة،

مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري، القاهرة، ص: 4-2، بتصرف.

والجدير بالذكر، أن هذا التحول في النمط الإستهلاكي خلال أزمة مفاجئة، يعني أن الفرد قادر على التكيف مع وضعه الاقتصادي الجديد، ويتحمل مسؤولية اتخاذ قرارات استهلاكية قد لا يمكنه التراجع عنها في مثل هذه الأوضاع؛ ويلزم من هذا أن المستهلك بهذه الصورة عقلائي ورشيد؛ وكون الفرد المنتج في اقتصاد اسلامي مسؤول عن نفسه وعن من يعول فهو مستعد للتضحية ومد يد التكافل لمجتمعه، واتخاذ القرار الذي يصب في مصلحتهم ككل، على النقيض تماماً في اقتصاد وضعي، ولا نغفل عن أن أنماط الاستهلاك في الأزمة غير متوقعة ويمكن أن تختلف بناء على طبيعة الأزمة وشدتها، فضلاً عن العوامل الخارجية مثل السياسات الحكومية والتأثير الإعلامي في الشعوب.

وتعد السياسات الحكومية التي تهدف إلى ترشيد الاستهلاك العام من بين الأدوات المهمة التي تستخدمها الحكومات لتحسين الاستدامة، وتعزيز التوزيع العادل للثروة والموارد، من خلال فرض ضرائب على المواد الاستهلاكية الضارة، وإقرار قوانين ومعايير صارمة للحد من استخدام هذه السلع، وتشجيع الانتاج المستدام، والتوعية والتثقيف بأهمية الحفاظ على الموارد وتقليل الاستهلاك الزائد للمواد الاستهلاكية، ويتم ذلك من خلال حملات إعلامية وورش عمل وتدريبات وندوات، وهذا من شأنه أن يساهم في ترشيد استهلاك المستهلك في الأوضاع الطبيعية فضلاً عن ترشيد المستهلك في الأزمات والكوارث.⁽²²⁾

وعليه يرى الباحث أن للأزمات والكوارث تأثير إيجابي على المستهلك، حيث تبين أنه يتجه نحو الحد من النفقات، والادخار بسبب توقع أي أمر طارئ آخر، بالإضافة إلى الإنفاق على ما هو ضروري، وقدرته على الإستغناء عن الكماليات.

المطلب الثاني: السلوك الاستهلاكي في جائحة كورونا

مع انتشار فيروس كورونا المستجد حول العالم وإعلان سلطات كل دولة إما الحجر الجزئي أو الكلي فيها، ظهر نوع من السلوك الشرائي لدى المستهلك والذي يطلق عليه بالذعر الشرائي أو ظاهرة الشراء الهوس الشرائي، وهي ظاهرة ناتجة عن ظهور بعض الأوبئة الصحية والتي قد تلزم الفرد بالمكوث بالمنزل وعدم الخروج منه إلا للضرورة، وعليه فإن السلوك الشرائي يتم عبر قيام العديد من الأشخاص حول العالم بعمليات الشراء لأكثر احتياجاتهم للدرجة التي تجعل من رفوف المحلات التجارية شبه فارغة، إن لم نقل فارغة بشكل تام، وهو فعل يتصف فيه الأفراد الذين يقومون بشراء كميات كبيرة من المنتجات وبشكل غير عادي، وذلك لتجنب النقص في المستقبل، وسبب قيام الأفراد بهذا السلوك هو تعزيز الشعور بالأمان، وانطباع خاطئ بندرة السلع، مما أدى إلى ارتفاع الأسعار، ووجد المستهلك نفسه محاصراً بين نفاذ هذه السلع نتيجة تهافت الجميع على اقتنائها وبين جشع

²² المرجع السابق: ص 4-5، بتصرف.

التجار المضاربين الذين كان لهم يد في شح وقلة المنتجات من السوق نتيجة احتكارهم لهذه السلع وطمعهم في بيعها بأسعار مضاعفة بعد تأزم الوضع، بالإضافة إلى أن العديد من الشركات قامت بتخفيض الرواتب وبالإستغناء عن العمال، فكان لا بد في مثل هذه الجائحة من أخذ التدابير اللازمة لتحسين القدرة الشرائية للمستهلك، كتشجيع وتحفيز العمل المنزلي، وتدعيم المؤسسات الصغيرة، وتشجيع المستهلكين على اقتناء المنتجات عن طريق الإنترنت، وتقديم المساعدات الاجتماعية.⁽²³⁾

وبناء على ما سبق فإن جائحة كورونا كان لها أثر بالغ في التأثير على سلوك المستهلك، فقد اتجهت المجتمعات نحو الإفراط في الشراء، بسبب الإغلاقات الكلية والحجر الصحي، فأصبح المستهلك يؤمن حاجاته الضرورية من الطعام والشراب والأدوات الصحية ما يكفيه لأسبوع أو لشهر، ووجدنا هذا من خلال الملاحظة والتجربة أن الأفراد يقومون بشراء كميات كبيرة من السلع وبشكل غير معتاد.

وقد وجد أحد الباحثين في دراسة أجراها في المملكة العربية السعودية أن عادات الشراء قد تغيرت لدى المستهلكين، فتحولوا إلى مشترين على درجة كبيرة من الوعي والرشد، أي يقبلون على شراء السلع المتعلقة بالصحة، مثل المشروبات الغازية ومشروبات الطاقة، وعموماً نستطيع القول أن المستهلك أصبح رشيداً ويهتم كثيراً بشراء السلع الأساسية والمهمة دون الانزلاق وراء شراء السلع الكمالية أو السلع الضارة بالصحة، وفي ضوء ذلك فإن سلوك المستهلك مثله مثل أي مستهلك آخر في أي دولة من الدول سيتغير، وسيتجه إلى خفض مصروفاته في محاولة إلى رفع معدلات الادخار أكثر من الاستثمار، أيضاً ارتفعت نسبة النمو في عدد المستهلكين الذين يتسوقون جميع حاجياتهم إلكترونياً.⁽²⁴⁾

²³ انظر: لاغة، محمد رضا، وفوزي سعيد، أثر جائحة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك (2021)، المجلة الدولية في الاقتصاد واستراتيجيات الأعمال، الجزائر، ج1، ع1، ص: 85-90، بتصرف.

²⁴ انظر: الرفاعي، علاء بن سعد، دراسة سلوك المستهلك في المملكة العربية السعودية بعد جائحة كورونا (2023)، المجلة القانونية، السودان، ص: 498-499.

الخاتمة:

الحمد لله في البدء والختام، والصلاة والسلام على رسوله، وعلى آله وأصحابه الكرام، فقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، ومن جهة أخرى اقترحت بعضاً من التوصيات المناسبة لها، وهي كالآتي:

النتائج:

1. يعد تحديد أولويات الإنفاق من أهم ضوابط وموجهات الرشد في الاقتصاد الإسلامي؛ ويبني عليه العديد من الضوابط الفرعية.
2. المستهلك المسلم يجب أن يراعي تحديد نمط الاستهلاك الذي من شأنه أن يضع الأساس الاقتصادي لأي مجتمع، فالمستهلك المسلم لا يتصرف بعشوائية، ويتقيد بمدى قدرته المادية على الوفاء باحتياجاته واحتياجات عائلته، ويزداد حرصاً في ظل الأزمات والكوارث.
3. للأزمات والكوارث تأثير إيجابي على المستهلك، حيث تبين أنه يتجه نحو الحد من النفقات، وزيادة الادخار بسبب توقع أي أمر طارئ آخر، بالإضافة إلى الإنفاق على ما هو ضروري.
4. تعد السياسات الحكومية التي تهدف إلى ترشيد الاستهلاك العام من الأدوات المهمة التي تستخدمها الحكومات لتحسين الاستدامة، وتعزيز التوزيع العادل للثروة والموارد، من خلال إقرار قوانين وإجراءات ومعايير صارمة للحد من استهلاك بعض السلع، في ظل الأزمات والكوارث.
5. جائحة كورونا كان لها أثر بالغ في التأثير على سلوك المستهلك، فقد اتجهت المجتمعات نحو الإفراط في الشراء، بسبب الإغلاقات الكلية والحجر الصحي، فأصبح المستهلك يؤمن حاجاته الضرورية من الطعام والشراب والأدوات الصحية ما يكفيه لأسبوع أو لشهر، ووجدنا هذا من خلال الملاحظة والتجربة أن الأفراد يقومون بشراء كميات كبيرة من السلع وبشكل غير معتاد.

التوصيات:

استناداً إلى النتائج المتوصل إليها سابقاً الذكر، يوصي الباحث بالآتي:

1. ضرورة إجراء المزيد من الدراسات الميدانية، لقياس مدى وعي الأفراد في ترشيد استهلاكهم في ظل الأزمات والكوارث.
2. العمل على زيادة الوعي المجتمعي من خلال حملات التوعية والتثقيف، وعقد الندوات والورش ذات العلاقة بالمفاهيم الاقتصادية السلوكية.

المصادر والمراجع:

- 1- أوشلا، يحيى عبد الله علي، دور ترشيد السلوك الاقتصادي في التنمية الاقتصادية: دراسة مقارنة (2016)، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- 2- بوخاري، عبد الحميد، ومحمد زرقون، دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي (2011)، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، ع12، الجزائر.
- 3- حسن، عماد كامل، وسهيل حوامده، أثر اختلاف ضوابط الرشد الاستهلاكي بين الاقتصاد الوضعي والإسلامي (2018)، مجلة الاقتصاد الإسلامي والمالية، جامعة إسطنبول، إسطنبول.
- 4- الرفاعي، علاء بن سعد بن رجاء الله، دراسة سلوك المستهلك في المملكة العربية السعودية بعد جائحة كورونا (2023)، المجلة القانونية، جامعة القاهرة، ع2، ج15.
- 5- الرماني، محمد بن زيد، الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك (2001)، دار طويق للنشر والتوزيع، ط1، الرياض.
- 6- الشريف، عبد الرحمن أحمد، كيف استطاعت بعض الدول ترشيد الاستهلاك في ظل الأزمات (2023)، مجلة آفاق اقتصادية معاصرة، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري، القاهرة.
- 7- الطوسي، محمد بن الحسن، التبيان في تفسير القرآن (1957)، المطبعة العلمية، النجف، ج3.
- 8- عبد الحميد، رجب، دور القيادة في إتخاذ القرارات خلال الأزمات (2000)، مطبعة الإيمان للطبع والنشر.
- 9- عبد السلام، انصاف مصطفى، المنهج القرآني في ترشيد سلوك المستهلك (2005)، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- 10- عشير، جباللي، ترشيد السلوك الاقتصادي لتنظيم السوق في الاقتصاد الإسلامي (2019)، مجلة دراسات اقتصادية، الجزائر، ع22.
- 11- علي، ريم عوض، أثر الرشد الاقتصادي على التنمية في الدول الإسلامية بالتطبيق على السودان (1990-2010م) (2013)، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- 12- غيث، مجدي علي، ومنير الحكيم، متطلبات الوضع الاقتصادي الأمثل في الإسلام -دراسة مقارنة- (2018)، مجلة دراسات (علوم الشريعة والقانون)، الجامعة الأردنية، عدد4، ج45.
- 13- قمان، عمر، وسعيد بن شهرة، إدارة الأزمات الاقتصادية بين الفكر الوضعي والفكر الإسلامي 2008-2009 أنموذجاً (2019)، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، الجزائر، ج3، ع1.

- 14- لاغة، محمد رضا، وفوزي سعيد، أثر جائحة كورونا على القدرة الشرائية للمستهلك (2021)
المجلة الدولية في الاقتصاد واستراتيجيات الأعمال، الجزائر، ج1، ع1.
- 15- معلوف، لويس، المنجد في اللغة (2003)، دار المشرق، ط40، بيروت.
- 16- يسري، عبد الرحمن، التنمية المتواصلة: المفاهيم والمستلزمات، تقييم للفكر الوضعي ورؤية إسلامية (2002)، المركز الوطني للتوثيق، المغرب.