المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH

مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم الشرعية

مَجَلَّةٌ عِلْمِيَّةٌ دَوْرِيَّةٌ مُحَكَّمَةٌ

العدد (215) - الجزء (3) - السّنة (59) - رجب 1447هـ

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH

مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم الشرعية

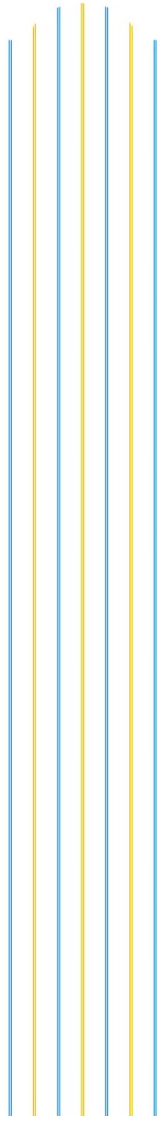
مَجلَّةٌ عِلْمِيَّةٌ دَوْرِيَّةٌ مُحكَّمَةٌ

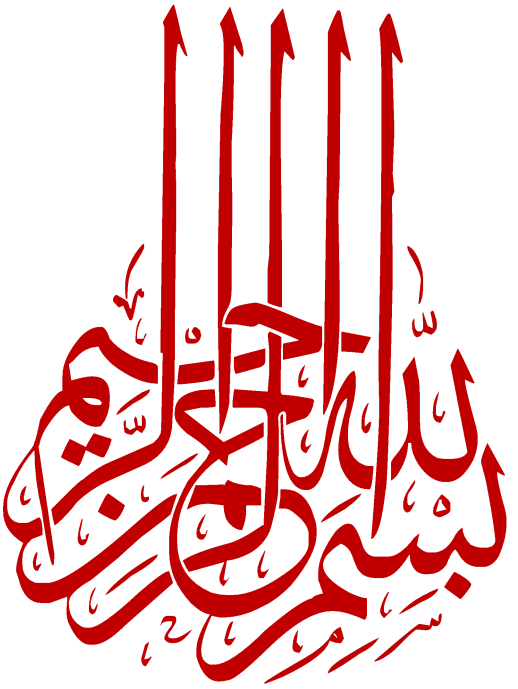
العدد (٢١٥) - الجزء (٣) - السَّنة (٥٩) - رجب ١٤٤٧هـ

حُقُوقُ الطَّبْعِ مَحْفُوظَةٌ

النسخة الورقيَّة :
رقم الإيداع في مكتبة الملك فهد الوطنيَّة :
١٤٣٩ - ٨٧٣٦
بتاريخ : (١٤٣٩/٩/١٧)
الرقم التسلسلي الدولي للدوريَّات (ردمد)
١٦٥٨ - ٧٨٩٨

النسخة الإلكترونيَّة :
رقم الإيداع في مكتبة الملك فهد الوطنيَّة :
١٤٣٩ - ٨٧٣٨
بتاريخ : (١٤٣٩/٩/١٧)
الرقم التسلسلي الدولي للدوريَّات (ردمد)
١٦٥٨ - ٧٩٠١




بسم الله الرحمن الرحيم

عنوان المراسلات:

ترسل البحوث باسم رئيس التحرير عبر منصة المجلة:

https://journals.iu.edu.sa/ILS

الموقع الإلكتروني للمجلة:

http://journals.iu.edu.sa/ILS/index.html

الهيئة الاستشاريَّة

أ. د/ فيصل بن جميل غزاوي
إمام وخطيب المسجد الحرام، والأستاذ بقسم القراءات بجامعة أُمِّ القرى (سابقًا)

سمو الأمير د/ سعود بن سلمان بن محمد آل سعود
أستاذ العقيدة المشارك بجامعة الملك سعود

معالي أ. د/ يوسف بن محمد بن سعيد
عضو هيئة كبار العلماء

معالي أ. د/ سعد بن تركي الخثلان
عضو هيئة كبار العلماء (سابقًا)

أ. د/ إسماعيل لطفي جافاكيا
رئيس جامعة فطاني بتايلاند

أ. د/ عبد الهادي بن عبد الله حميتو
أستاذ القراءات بمعهد محمد السَّادس للقراءات بالمغرب

أ. د/ غانم قدوري الحمد
الأستاذ بكليَّة التربية بجامعة تكريت بالعراق (سابقًا)

أ. د/ نجم عبد الرحمن خلف
أستاذ الحديث الشريف وعلومه بالجامعة الإسلاميَّة العالميَّة بماليزيا (سابقًا)

هيئة التحرير

أ . د/ يوسف بن مصلح الردادي
أستاذ القراءات بالجامعة الإسلاميَّة
(رئيس التحرير)

أ . د/ عبد القادر بن محمد عطا صوفي
أستاذ العقيدة بالجامعة الإسلاميَّة
(مدير التحرير)

أ . د/ محمد بن أحمد برهجي
أستاذ القراءات بجامعة طيبة

أ . د/ عبد الله بن إبراهيم اللحيدان
أستاذ الدعوة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلاميَّة

أ . د/ حمد بن محمد الهاجري
أستاذ الفقه المقارن والسياسة الشرعيَّة بجامعة الكويت

أ . د/ حمدان بن لافي العنزي
أستاذ التفسير وعلوم القرآن بجامعة الحدود الشماليَّة

أ . د/ رمضان محمد أحمد الروبي
أستاذ الاقتصاد والمالية العامة بجامعة الأزهر بالقاهرة

أ . د/ نايف بن يوسف العتيبي
أستاذ التفسير وعلوم القرآن بالجامعة الإسلاميَّة

أ . د/ عبد الله بن عيد الجربوعي
أستاذ علوم الحديث بالجامعة الإسلاميَّة

أ . د/ عبد الرحمن بن رباح الردادي
أستاذ الفقه بالجامعة الإسلاميَّة

أ . د/ عبد الله بن علي البارقي
أستاذ أصول الفقه بالجامعة الإسلاميَّة

أ . د/ إبراهيم بن سالم الحبيشي
أستاذ القانون الخاص بالجامعة الإسلاميَّة

د/ علي بن محمد البدراني
(سكرتير التحرير)
د/ نايف بن جبر السلمي
(رئيس قسم النشر)

قواعد النشر في المجلة(*)

١- أن يكون البحث جديدًا لم يسبق نشره.
٢- أن يتَّسم بالأصالة والجدَّة والابتكار والإضافة للمعرفة.
٣- أن لا يكون مستلًّا مِن بحوثٍ سبق نشرها للباحث.
٤- أن تراعى فيه قواعد البحث العلمي الأصيل، ومنهجيَّته.
٥- ألَّا يتجاوز البحث (١٢,٠٠٠) ألف كلمة، وكذلك لا يتجاوز (٧٠) صفحة.
٦- يلتزم الباحث بمراجعة بحثه وسلامته من الأخطاء اللغويَّة والطباعيَّة.
٧- في حال نشر البحث ورقيًّا يمنح الباحث (١٠) مستلَّات من بحثه.
٨- فى حال اعتماد نشر البحث تؤول حقوق نشره كافة للمجلة، ولها إعادة نشره ورقيًّا أو إلكترونيًّا، ويحقُّ لها إدراجه في قواعد البيانات المحليَّة والعالميَّة - بمقابل أو بدون مقابل - وذلك دون حاجة لإذن الباحث.
٩- لا يحقُّ للباحث إعادة نشر بحثه المقبول للنشر في المجلة - في أي وعاءٍ من أوعية النشر - إلَّا بعد إذن كتابي من رئيس هيئة تحرير المجلة.
١٠- نمط التوثيق المعتمد في المجلة هو نمط (شيكاغو) (Chicago).
١١- أن يكون البحث في ملف واحد ويكون مشتملًا على:
- صفحة العنوان مشتملة على بيانات الباحث باللغة العربيَّة والإنجليزيَّة.
- مستخلص البحث باللغة العربيَّة، واللغة الإنجليزيَّة.
- مقدِّمة؛ مع ضرورة تضمنها لبيان الدراسات السابقة، والإضافة العلمية في البحث.
- صلب البحث.
- خاتمة؛ تتضمن النتائج والتوصيات.
- ثبت المصادر والمراجع باللغة العربيَّة.
- رومنة المصادر العربيَّة بالحروف اللاتينيَّة في قائمة مستقلة.
- الملاحق اللازمة (إن وجدت).
١٢- يُرسل الباحث على منصة المجلة المرفقات الآتية:
البحث بصيغة (WORD) و (PDF)، نموذج التعهد، سيرة ذاتيَّة مختصرة، خطاب طلب النشر باسم رئيس التحرير.

(*) يرجع في تفصيل هذه القواعد العامة إلى الموقع الإلكتروني للمجلة:
http://journals.iu.edu.sa/ILS/index.html

الآراء الواردة في البحوث المنشورة تعبر عن وجهة نظر الباحثين فقط، ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلة

محتويات الجزء (٣)

م	البحث	الصفحة
-١	شهادة الحلال من التأصيل الشرعي إلى التطبيق النظامي أ. د/ محمد بن سند الشاماني	١١
-٢	المسائل الأصوليَّة المستنبطة من حديث: «دعوني ما تركتكم، إنما هلك مَن كان قبلكم بسؤالهم واختلافهم على أنبيائهم، فإذا نهيتكم عن شيءٍ فاجتنبوه، وإذا أمرتكم بأمر فأتوا منه ما استطعتم» د/ خولة بنت عبد الرحمن الخميس	٥٣
-٣	الإسفار عمَّا في برهان الجويني (ت٤٧٨هـ) من الأسرار د/ حاتم بن عبد الله بن جلوي المطيري	١٠٣
-٤	الحيثية الإطلاقية، والتعليلية، والتقييدية، عند العلامة العطار (ت١٢٥٠هـ) في "حاشيته على شرح المحلي على جمع الجوامع" - دراسة استقرائية تحليلية - د/ ثامر بن عبد الرحمن بن عمر نصيف	١٣١
-٥	أثر الذكاء الاصطناعي في تطوير التجارة الالكترونية - دراسة تحليلية في ضوء النظام السعودي - أ. د/ إبراهيم بن سالم الحبيشي الجهني	١٨٥
-٦	الرشد الاقتصادي ودوره في تعزيز سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي د/ وليد بن محمد بن أحمد عسيري	٢٥٣
-٧	قيمة جبر الخواطر في الاحتساب الشرعي -دراسة تأصيلية تحليلية- د/ محمد بن عبد الله العبد الكريم	٣٠٧
-٨	مطاعن المستشرقين في نُظُمِ الحضارة الإسلامية ودحضها د/ أروى بنت محمد بن علي العقلا	٣٥٥

الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة
١٣٨١
1961
الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH

الرشد الاقتصادي ودوره في تعزيز سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي

Economic Rationality and Its Role in Enhancing Consumer Behavior from the Perspective of Islamic Economics

إعداد:

د/ وليد بن محمد بن أحمد عسيري

الأستاذ المساعد بقسم الاقتصاد بكلية الأعمال بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

Prepared by:

Dr. Waleed bin Mohammed bin Ahmed Asiri

Assistant Professor in the Department of Economics, College of Business, at the Islamic University in Madinah

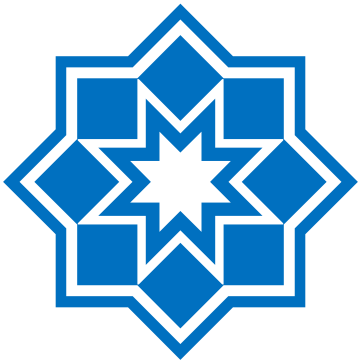
Email: wmalasiri@iu.edu.sa

استلام البحث A Research Receiving		اعتماد البحث A Research Approving
2025/01/23		2025/10/21

نشر البحث
A Research publication

December 2025 - رجب ١٤٤٧هـ

DOI:10.36046/2323-059-215-022



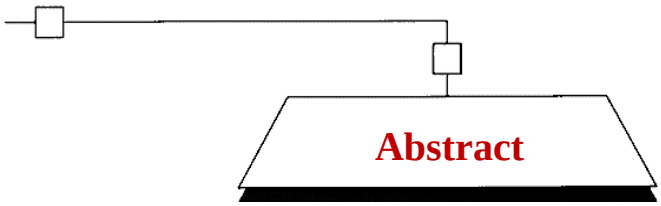
ملخص البحث

يتناول هذا البحث دراسة الرشد الاقتصادي ودوره في تعزيز سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي وتحليل مفاهيم الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك، وبيان التأثيرات التبادلية بين الرشد والسلوك بما يحقق نفع الفرد والمجتمع. وقد اعتمد البحث على الأدلة الشرعية من القرآن الكريم والسنة النبوية لتقديم رؤية تطبيقية لمفهوم الرشد الاقتصادي في الحياة اليومية.

يتكون البحث من مبحثين رئيسيين: الأول يتناول الإطار المفاهيمي للرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك، من خلال بيان مفهوم الرشد وعلاقته بالتوجيه الاستهلاكي ومحدداته وأبعاده المؤثرة في بناء استهلاك رشيد قائم على الاعتدال والمسؤولية. أما المبحث الثاني فقد ركز على دور الرشد الاقتصادي في تعزيز سلوك المستهلك، من خلال ربطه بالمبادئ الإسلامية وبيان الضوابط والقواعد التي تضبط الاستهلاك وتوجهه نحو التوازن.

ختاماً، توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن الرشد الاقتصادي يعزز القيم الإسلامية كالاعتدال والشفافية، ويوجه سلوك المستهلك نحو الاستدامة، ويحد من الإسراف والاستهلاك المفرط بما يحقق التنمية المستدامة. كما أوصى البحث بضرورة تكثيف التوعية بالقيم الإسلامية، وإعداد برامج تثقيفية حول الرشد الاقتصادي، وتطوير سياسات تحد من الاستهلاك المفرط، وتشجيع الأبحاث والابتكار في الحلول الاقتصادية الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: الرشد الاقتصادي، الرشد، سلوك المستهلك، الاستهلاك، الاقتصاد الإسلامي.



Abstract

This research examines economic maturity and its role in enhancing consumer behavior from the perspective of Islamic economics. It employs a descriptive method to analyze the concepts of economic maturity and consumer behavior, highlighting the mutual influences between them in ways that serve both the individual and society. The study relies on evidence from the Qur'an and the Prophetic Sunnah to provide an applied vision of economic maturity in daily life.

The research consists of two main sections. The first section addresses the conceptual framework of economic maturity and consumer behavior by defining the concept of maturity, its relationship with consumer guidance, and its determinants and dimensions that contribute to building rational consumption based on moderation and responsibility. The second section focuses on the role of economic maturity in enhancing consumer behavior by linking it to Islamic principles and outlining the rules and guidelines that regulate consumption and direct it toward balance.

In conclusion, the study reached several key findings, most notably that economic maturity strengthens Islamic values such as moderation and transparency, guides consumer behavior toward sustainability, and reduces waste and excessive consumption, thereby contributing to sustainable development. The study recommends intensifying awareness of Islamic values, developing educational programs on economic maturity, formulating policies to curb excessive consumption, and encouraging research and innovation in Islamic economic solutions.

Keywords: Economic Maturity – Maturity – Consumer Behavior – Consumption – Islamic Economics.

المقدِّمة

يُعد الاقتصاد أحد مقومات الحياة البشرية التي لا غنى لأحدٍ عنها، لما له من تأثيرٍ بالغٍ على جوانب الحياة المختلفة، ولما له من تداخلٍ في تشكيل سلوك الفرد وتوجهاته، ومن بين المفاهيم الأساسية التي ظهرت لتعزيز التعامل الرشيد مع الموارد وتنظيم استهلاكها، يبرز مصطلح "الرشد الاقتصادي"، حيث أن هذا المفهوم ذو أصلٍ شرعي وقاعدة تبنى عليها المصالح والحاجات في الشريعة الإسلامية بوصفه المبدأ الذي يسعى إلى تحقيق التوازن بين حقوق الأفراد وواجباتهم، وبين الاستفادة من النعم والحفاظ عليها، وبين الاستهلاك والإنتاج في إطارٍ منتظمٍ من القيم الأخلاقية التي تعزز الوسطية والاعتدال.

إن الرشد الاقتصادي في الاقتصاد الإسلامي ليس مجرد توجيه نظري، بل هو نظام شامل يُعنى بتحقيق التنمية الاقتصادية والعدالة الاجتماعية، ويدعو إلى حسن استغلال الموارد وفق ما يرضي الله ﷻ، ولقد أرسى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة دعائم هذا النظام بأسس متينة، منها: الدعوة إلى عدم الإسراف والتبذير، والحث على العمل والإنتاج، وتحقيق التوازن بين الضروريات والحاجيات والتحسينات، وهو ما يسهم في ترسيخ سلوك اقتصادي متزن يسعى إلى الاستدامة والرفاه الاقتصادي.

قال الله ﷻ في محكم التنزيل: ﴿وَكُلُوا۟ وَٱشْرَبُوا۟ وَلَا تُسْرِفُوٓا۟ ۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلْمُسْرِفِينَ﴾[الأعراف:٣١]، فهذه الآية الكريمة تلخص مفهومًا عميقًا يتعلق بالرشد في الاستهلاك، وتوجه الفرد نحو تحقيق الوسطية في النفقات والموارد، بما يضمن بقاء النعم

واستدامتها، كما ورد عن النبي ﷺ أنه قال: «**ما ملأ آدمي وعاءً شرًا من بطن، بحسب ابنِ آدم أكلاتٌ يقمن صلبه، فإن كان لا محالة فثُلثٌ لطعامه، وثلثٌ لشرابه، وثلث لنَفَسِهِ**»(١)، فهذا التوجيه النبوي يجسد الرؤية الإسلامية في ضبط سلوك المستهلك وعدم الانسياق وراء الشهوات والرغبات الاستهلاكية بلا وعي أو تروٍّ.

إن الرشد الاقتصادي يتجاوز كونه مفهومًا فرديًّا ليصبح حجر الزاوية في تنظيم شؤون المجتمع، حيث يشكل إطارًا ناظمًا للسلوكيات الاقتصادية العامة والخاصة، ويعكس فهمًا عميقًا للطريقة المثلى لتحقيق التوازن بين مصلحة الفرد والمجتمع، وبين الاحتياجات الحقيقية والكماليات، وبين التمتع بالنعم والحفاظ عليها للأجيال القادمة. ومن هذا المنطلق، يهدف هذا البحث إلى دراسة مفهوم الرشد الاقتصادي ودوره المحوري في تعزيز سلوك المستهلك، من خلال استقراء النصوص الشرعية والأدلة من الكتاب والسنة التي تدعو إلى الاعتدال في الاستهلاك وتجنب الإسراف، وبيان كيفية مساهمة المبادئ الإسلامية في توجيه الفرد نحو التصرف الحكيم والمسؤول في موارده، بما يعزز وعيه الاقتصادي ويحقق له الاستقرار المادي والمعنوي، ويسهم في بناء مجتمع قائم على العدل والتكافل.

وفي هذا الإطار، يتناول البحث العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك وفق القيم الإسلامية التي تضبط الاستهلاك وتوجهه نحو التوازن، موضحًا كيفية ترشيد السلوك الاستهلاكي وتنظيمه بما يتوافق مع الأسس الأخلاقية والاقتصادية التي تدعو إليها الشريعة الإسلامية. ومن أجل تحقيق ذلك، جاءت خطة البحث لتبدأ بتمهيد يشمل المقدمة وبيان مشكلة البحث وتساؤلاته وفرضياته، إلى

---

(١) سنن الترمذي، (ط ١، الرياض: دار الرسالة العالمية، ١٤٣٠هـ)، حديث رقم: (٢٥٣٧) ٤: ٣٩١.

جانب أهميته وأسباب اختياره، واستعراض الدراسات السابقة وبيان منهجية البحث المتبعة. ثم يتناول المبحث الأول الإطار المفاهيمي للرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، حيث يركز المطلب الأول على مفهوم الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك، بينما يعرض المطلب الثاني أبعاد وخصائص الرشد الاقتصادي وأثرها في توجيه السلوك الاستهلاكي. أما المبحث الثاني فيبحث دور الرشد الاقتصادي في تعزيز سلوك المستهلك، من خلال المطلب الأول الذي يوضح العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك وفق المبادئ الإسلامية، والمطلب الثاني الذي يبين القواعد والضوابط التي يقوم عليها الرشد الاقتصادي لتوجيه سلوك المستهلك وضبطه.

وفي الختام، تسعى هذه الدراسة إلى تقديم رؤية متكاملة للرشد الاقتصادي من منظور الاقتصاد الإسلامي، باعتباره مدخلًا لفهم أعمق للسلوك المثالي الذي يحقق استقرار الفرد والمجتمع، ويقود إلى نهضة اقتصادية مستدامة ترتكز على قيم العدل والتوازن والإحسان التي يسعى الاقتصاد الإسلامي إلى تحقيقها.

❁ مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في عدم وضوح مفهوم الرشد الاقتصادي، وتأثيره على سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي لدى المستهلكين، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات استهلاكية غير رشيدة تؤثر سلباً على الاستقرار المالي والاجتماعي. يواجه الأفراد صعوبة في الربط بين السلوك الاستهلاكي الرشيد والمبادئ الشرعية، في ظل التغيرات الاقتصادية المستمرة التي تزيد من تعقيد هذه القرارات. كما أن تعزيز السلوك الاستهلاكي الرشيد يعد ضرورة لتحقيق التنمية المستدامة. لذا، يتطلب الأمر دراسة شاملة للعلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك، وبيان دور الرشد الاقتصادي في تعزيز ذلك السلوك؛ لتقديم حلول فعالة تعزز الوعي وتحقق استهلاكاً مسؤولاً يتماشى مع القيم الإسلامية.

❁ تساؤلات البحث:

١. ما المقصود بالرشد الاقتصادي في ضوء مبادئ الاقتصاد الإسلامي، وما أبرز خصائصه ومقوماته؟

٢. كيف يؤثر الرشد الاقتصادي في توجيه سلوك المستهلك نحو القرارات المعتدلة والمتزنة من منظور الاقتصاد الإسلامي؟

٣. ما أبرز العوامل الشرعية والاقتصادية والاجتماعية التي تسهم في تحقيق الرشد الاقتصادي لدى المستهلكين؟

٤. كيف يسهم الرشد الاقتصادي في الحد من ظاهرة الإسراف والاستهلاك غير الرشيد، وبأي صورة يدعم الاستدامة الاقتصادية؟

٥. ما الدور الذي تؤديه القيم والمبادئ الإسلامية في ترسيخ سلوك المستهلك الرشيد، وتعزيز وعيه بالاستهلاك المسؤول؟

❁ فرضيات البحث:

١. يُفترض أن الرشد الاقتصادي في ضوء مبادئ الاقتصاد الإسلامي يقوم على مجموعة من الخصائص والمقومات التي تُبرز توازنه وارتباطه بمقاصد الشريعة في ضبط السلوك الاقتصادي وتحقيق المنفعة المشروعة للفرد والمجتمع.

٢. يُفترض أن الرشد الاقتصادي يؤثر إيجابًا في توجيه سلوك المستهلك نحو قرارات معتدلة ومتزنة تنسجم مع القيم الإسلامية القائمة على الاعتدال والتوازن.

٣. يُفترض أن العوامل الشرعية والاقتصادية والاجتماعية تسهم مجتمعة في تحقيق الرشد الاقتصادي لدى المستهلكين، من خلال ترسيخ الوعي وضبط أنماط الاستهلاك وفق المنهج الإسلامي.

٤. يُفترض أن الرشد الاقتصادي يسهم في الحد من ظاهرة الإسراف والاستهلاك غير الرشيد، مما يؤدي إلى تعزيز الاستدامة الاقتصادية والاستهلاك الرشيد في ضوء القيم الإسلامية.

٥. يُفترض أن القيم والمبادئ الإسلامية تؤدي دورًا محوريًّا في ترسيخ سلوك

المستهلك الرشيد، وتعزيز وعيه بالاستهلاك المسؤول والمتوازن بما يحقق مقاصد الشريعة في حفظ المال والموارد.

❁ أهمية البحث:

تظهر أهمية هذا البحث من خلال النقاط التالية:

١. تعزيز الوعي الاستهلاكي من منظور إسلامي: يُعد موضوع الرشد الاقتصادي ركيزة أساسية في الاقتصاد الإسلامي، إذ يسهم في تشكيل سلوكيات استهلاكية مسؤولة ومستدامة، تساعد على تحقيق العدالة الاجتماعية وتقليل الفاقد والهدر، مما يجعله ذا قيمة عملية للمجتمع.

٢. الإسهام العلمي في دراسة الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك: يقدم البحث إسهامًا معرفيًّا من خلال تحليل وتفسير العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك وفق الاقتصاد الإسلامي، مما يعزز الفهم الأكاديمي لآليات ترشيد الاستهلاك وبناء إطار مفاهيمي شامل في هذا المجال.

٣. إبراز أثر الرشد الاقتصادي على الفرد والمجتمع: يسعى البحث إلى توضيح كيفية تأثير الرشد الاقتصادي في تعزيز السلوكيات الاستهلاكية الإيجابية، بما يعود بالنفع على المجتمع من خلال خلق بيئة استهلاكية واعية ومستدامة، وهو ما يمثل جانبًا عمليًّا واضحًا لتطبيق النتائج.

٤. الاستجابة للتحديات الاقتصادية المعاصرة: يعكس البحث مقاربة عملية وعلمية للتحديات المرتبطة بالاستهلاك غير الرشيد وانتشار النزعة الاستهلاكية المفرطة، مقدمًا حلولًا متوافقة مع مبادئ الاقتصاد الإسلامي لتحقيق توازن اقتصادي واجتماعي.

٥. تسليط الضوء على تأثير القيم والمبادئ الإسلامية في الاقتصاد: يوضح البحث دور القيم الإسلامية، مثل الرشد والاعتدال، في توجيه سلوك المستهلك نحو الاستهلاك المسؤول والمتوازن، مما يربط بين النظرية والقيمة العملية في الحياة اليومية.

❁ أسباب اختيار البحث:

تظهر أسباب اختيار هذا البحث من خلال النقاط التالية:

١. سد الفجوة البحثية: هناك ندرة في الدراسات الأكاديمية التي تتناول مفهوم الرشد الاقتصادي، وتأثيره على سلوك المستهلك من منظور إسلامي، مما يجعل البحث في ذلك إضافة قيمة للأدبيات الاقتصادية الإسلامية.

٢. تحقيق فائدة للمجتمع: نظرًا لأهمية استهلاك الأفراد بشكل مسؤول، فإن التركيز على مفهوم الرشد الاقتصادي من منظور الاقتصاد الإسلامي، يمكن أن يسهم في رفع مستوى الوعي العام وتعزيز سلوكيات إيجابية، تسهم في تحقيق الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي.

٣. تلبية الحاجة إلى إطار اقتصادي أخلاقي: يهدف البحث إلى توفير إطار أكاديمي يعكس رؤيةً أخلاقيةً للاستهلاك، يسهم من خلاله في نشر سلوكيات أخلاقية، تُحقق توازنًا بين احتياجات الفرد ومصالح المجتمع.

٤. دعم التنمية المستدامة: يُعد الرشد الاقتصادي أحد العوامل التي تسهم في تقليل الهدر وتحقيق استدامة الموارد، مما يعزز من قدرة المجتمع على تلبية احتياجات الأجيال القادمة، وفقًا للضوابط الشرعية.

٥. إبراز المزايا التنافسية للاقتصاد الإسلامي: يُعتبر البحث فرصةً لإظهار تميّز الاقتصاد الإسلامي في طرح حلول اقتصادية قائمة على قيم وأخلاق، وهو ما يميز هذا النظام عن الأنظمة الاقتصادية الأخرى.

❁ الدراسات السابقة:

عند استعراض الدراسات السابقة، لم يتم العثور – فيما اطلعت عليه – على دراسة تناولت العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك، بل اقتصرت معظم الدراسات على تناول موضوع ترشيد السلوك الاستهلاكي بشكل عام. وفيما يلي بعض هذه الدراسات:

- **الدراسة الأولى: السلوك الاستهلاكي للمجتمع المسلم وأثره في تحقيق المقاصد الشرعية، دراسة نظرية وتطبيقية على ولاية الخرطوم بالسودان، إيمان سلمان علي، رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، ١٤٣٧هـ.**

تناولت هذه الدراسة السلوك الاستهلاكي للمجتمع المسلم وأثره في تحقيق المقاصد الشرعية، دراسة نظرية وتطبيقية على ولاية الخرطوم، حيث استعرضت مفهوم السلوك الاستهلاكي وضوابطه، ومحددات الاستهلاك والعوامل المؤثرة فيه، كما أشارت إلى الأنماط الاستهلاكية السائدة في المجتمعات المسلمة، تناولت الدراسة الموضوع من جانب المقاصد الشرعية، حيث استعرضت مفهومها ومراتبها، وتأثير السلوك الاستهلاكي في تحقيق المقاصد الشرعية، بالإضافة إلى الجانب التطبيقي على ولاية الخرطوم بالسودان، وتوصلت إلى نتائج منها: مراعاة استهلاك ما يوافق العقيدة والاهتمام بالقيم الإسلامية، وأن السلوك الاستهلاكي التفاخري يقلل من ادخار الأموال التي تدعم التنمية.

وتختلف هذه عن دراستي، في أن الدراسة التي قمت بها دراسة اقتصادية، حيث تناولت الجانب النظري فقط، ببيان دور الرشد الاقتصادي في توجيه وتعزيز وضبط سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي، مع بيان المفاهيم والمصطلحات، ثم إبراز دور الرشد الاقتصادي في ضبط سلوك المستهلك، من خلال قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي الحاكمة والموجهة لسلوك المستهلك، والتي تسهم في تعزيز ذلك السلوك من منظور الاقتصاد الإسلامي.

- **الدراسة الثانية: دور ترشيد السلوك الاقتصادي في التنمية الاقتصادية، دراسة مقارنة، يحيى عبدالله علي، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، ١٤٣٧هـ.**

تناولت هذه الدراسة ترشيد السلوك الاقتصادي ودوره في التنمية الاقتصادية كدراسة مقارنة، حيث استعرضت الإنتاج، وتوزيع الثروة، وترشيد السلوك الاستهلاكي في النظم الاقتصادية، كالرأسمالية والاشتراكية، مع مقارنة ذلك بالنظام الإسلامي، واستخدمت المنهج الاستقرائي التحليلي والمنهج الاستدلالي، كما توصلت

إلى عدد من النتائج منها: أن النظم الاقتصادية المعاصرة تتفق في توجيه اهتمامها بالإنتاج كمحرك رئيسي لكافة النشاطات الاقتصادية، وأن ترشيد السلوك الاستهلاكي يضمن تحقيق الرشد في السلوك الاقتصادي باعتباره الغاية الأخيرة.

وتختلف هذه عن دراستي، في أن الدراسة التي قمت بها دراسة اقتصادية، حيث تناولت دور الرشد الاقتصادي في توجيه وتعزيز وضبط سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي، مع بيان المفاهيم والمصطلحات، ثم إبراز دور الرشد الاقتصادي في ضبط سلوك المستهلك، من خلال قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي الحاكمة والموجهة لسلوك المستهلك، والتي تسهم في تعزيز ذلك السلوك من منظور الاقتصاد الإسلامي.

- **الدراسة الثالثة: سلوك المستهلك بين الضوابط الشرعية والممارسات العملية، حواء زعبي، رسالة ماجستير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الجزائر، ٢٠١٧م.**

تناولت هذه الدراسة سلوك المستهلك من جانبين: الجانب النظري، والجانب الميداني، ففي النظري: تناولت الدراسة مفهوم سلوك المستهلك، وتحدثت عن الضوابط الشرعية في مجال المباحات، ثم المحرمات، ثم التي تسهم في ضبط سلوكيات المستهلكين من خلال ضوابط السلم الاستهلاكي للمسلم، كما تناولت أثر القيم الإيمانية والأخلاقية على سلوك المستهلك، وفي الجانب الميداني: استعلمت الدراسة أداة الاستبانة، والأدوات الإحصائية، ثم قامت بتحليل ذلك بناءً على النسب المتحصل عليها جراء تلك الأدوات.

وتختلف هذه عن دراستي، في أن الدراسة التي قمت بها دراسة اقتصادية في الجانب النظري فقط، حيث تناولت دور الرشد الاقتصادي في توجيه وتعزيز وضبط سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي، مع بيان المفاهيم والمصطلحات، ثم إبراز دور الرشد الاقتصادي في ضبط سلوك المستهلك، من خلال قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي الحاكمة والموجهة لسلوك المستهلك، والتي تسهم في تعزيز ذلك

السلوك من منظور الاقتصاد الإسلامي.

- **الدراسة الرابعة: ترشيد الاستهلاك وأثره في مواجهة الأزمات المعيشية، من منظور الفقه الإسلامي، د. أيمن مصطفى الجمل، بحث منشور في مجلة جامعة الأزهر، الإصدار الثالث ٢/٢، العدد الثامن والثلاثين، يوليو/ سبتمبر، ٢٠٢٣م.**

تناولت هذه الدراسة من منظور الفقه الإسلامي، مفهوم ترشيد الاستهلاك، ومفهوم الأزمة المعيشية، وأسبابها، وآليات مواجهتها، ثم تناولت وسائل ترشيد الاستهلاك من خلال التوعية والتوجيه عبر وسائل الاتصال الحديثة، ومن خلال الوسائل الرقابية، ثم تناولت أثر ترشيد الاستهلاك في مواجهة الأزمات المعيشية، كالغلاء، وخطر الاقتراض لسد الحاجات، وأخيراً، أثر الترشيد في تعظيم مبدأ الادخار.

وتختلف هذه عن دراستي، في أن الدراسة التي قمت بها دراسة اقتصادية، تناولت المشكلة من منظور الاقتصاد الإسلامي، حيث تناولت دور الرشد الاقتصادي في توجيه وتعزيز وضبط سلوك المستهلك، مع بيان المفاهيم والمصطلحات، ثم إبراز دور الرشد الاقتصادي في ضبط سلوك المستهلك، من خلال قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي الحاكمة والموجهة لسلوك المستهلك، والتي تسهم في تعزيز ذلك السلوك من منظور الاقتصاد الإسلامي.

❁منهجية البحث:

في هذا البحث، سأتبع المنهج الاستقرائي الوصفي لتحليل مفهوم الرشد الاقتصادي وتحديد معاييره، مع دراسة سلوك المستهلك في ضوء الاقتصاد الإسلامي. سأسلط الضوء على العلاقة التكاملية بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك، مبيّناً كيف يسهم الرشد في ترشيد السلوك الاستهلاكي وتعزيزه وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية. وسأعتمد في ذلك على التأصيل الشرعي من خلال استقراء النصوص القرآنية والأحاديث النبوية التي تتناول هذا الجانب، بما يعزز الفهم العميق لدور

الاقتصاد الإسلامي في توجيه سلوك الفرد.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي

وفيه مطلبان:

في هذا المبحث، يتم استعراض الإطار المفاهيمي للرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي. يتناول المطلب الأول: توضيح مفهوم الرشد الاقتصادي وعلاقته بتوجيه سلوك المستهلك في ضوء أسس ومبادئ الاقتصاد الإسلامي. أما المطلب الثاني: فيبحث في محددات وأبعاد الرشد الاقتصادي، وتأثيرها المباشر على سلوك المستهلك، بما يسهم في تحقيق استهلاك رشيد يتسم بالاعتدال والمسؤولية وفقاً لأسس الاقتصاد الإسلامي.

المطلب الأول: مفهوم الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي

في هذا المطلب، سيتم الحديث حول الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك من خلال تعريفهما وبيان مفهومهما، مع التركيز على هذه المفاهيم في إطار الاقتصاد الإسلامي. يهدف المطلب إلى تقديم تصور واضح لكيفية ارتباط الرشد الاقتصادي بتوجيه سلوك المستهلك بما يتماشى مع القيم الإسلامية، في الفرعين التاليين:

❁ الفرع الأول: مفهوم الرشد الاقتصادي:

في اللغةِ، جاءت كلمة (الرشد) بعدةِ معانٍ منها:

- ذهب بعضُ أهل اللغة إلى أن (الرُّشْد) هو ما كان في الأمور الدنيوية والأخروية، و(الرَّشَد) ما كان في الأمور الأخروية لا غير، وعلى أساس ذلك يكون الرَّشَد (بالفَتحِ) أخصَّ من الرُّشْد (بالضَّمِ). ومعناه: خلاف الغَيِّ، يستعمل استعمال

الهداية(١).

- والرُّشد: الراء والشين والدال: أصلٌ واحدٌ، يدلُّ على استقامة الطريق؛ فالمرَاشِدُ: مَقَاصِدُ الطريقِ، والرُّشدُ: خِلافُ الغَيِّ(٢).
- ومنه: رَشَدَ الإنسانُ يَرشُدُ رُشدًا: إذا أصابَ وَجه الأمرِ والطَّريق، وهو نقيض الضلال...، واسترشده: أي: طلب منه الرُّشد(٣).
- والرشد: الصَّلاح، وهو خلاف الغَيِّ والضَّلالِ، وهو: إصَابة الصَّوابِ(٤).

من خلالِ ما سبق ذكره من معانٍ للرشد في اللغة، يلاحظ أن الرُّشدَ لا يَخرج عن معاني: الهدايةِ، والاستقامة، والإصابةِ للأمرِ، والصلاحِ، ومفادُ ذلك كله هو: أن الرشدَ خلافُ الغَيِّ والضلالِ.

وجاء الرشد الاقتصادي في اصطلاح الاقتصاديين بعدة تعاريفٍ، منها:

- يمكن النظر إلى الرشد باعتبارين، أحدهما: الرشد هو الطريق، أو المنهج المتبع، أي: "اختيار الشيء تبعًا لبناءٍ منطقي معين، والثاني: باعتبار النتيجة أو الأثر

---

(١) الحسين بن محمد الأصفهاني، "مفردات ألفاظ القرآن"، (ط ١، بيروت: دار القلم، الدار الشامية، ١٤١٢هـ) ٢١٣.

(٢) أحمد بن فارس القزويني، "معجم مقاييس اللغة"، مادة: (رشد). ت: عبدالسلام هارون، (ب. ط، بيروت: دار الجيل) ٢: ٣٩٨.

(٣) ابن منظور الأنصاري، "لسان العرب"، (ط ٣، بيروت: دار صادر، ١٤١٤هـ) ٣: ١٦٤٩ – ١٦٥٠.

(٤) أحمد بن محمد الحموي، " المصباح المنير في غريب الشرح الكبير"، (ب. ط، بيروت: المكتبة العلمية) ٨٧.

الناتج، فيعني: اختيار الشيء لغرض تحقيق هدفٍ معيَّن(١).

- كما أُطلق مصطلح الرشد على سلوك المستهلك المطلق، دون اعتبارٍ أو نظرٍ لمضمون ومآل ذلك السلوك، هل حقق الرشد والنفع المعتبر أم لم يحققه، "إذا استطاع أَن يصلَ بإنفاق دخله المحدود، وفق أسلوب عقلانيّ، إلى أقصى منفعة ممكنة"(٢).

- ويعبر عَن الرشد أيضاً، بالإنجازِ والنجاحِ في تحقيق الرغبةِ وإشباعِ الحاجةِ في إطارٍ زمنيّ محددٍ، أي: "نجاح الشخص بتحقيق الحصول على أعلى مستوى مِن الحيازة المادِّية؛ لبلوغِ أقصى إشباعٍ لحاجاتهِ وشهواته في بُعدٍ زمنيّ محدَّدٍ، وهي الحياة الدُنيا"(٣).

- وورد وصف الرشد بالاختيار القائم على تحكيم العقل، أي: "اتخاذ قرارٍ اقتصاديّ بعدَ محاكمةٍ عقليةٍ، مبنيَّةٍ على المعطيات ذاتِ العلاقة، ويتمُّ لتحقيقِ أهدافٍ معلومةٍ"(٤)، وأيضاً: "إعادةُ تنظيمِ الحياة الاقتصادية على أساسٍ رشيدٍ؛ أَي: طبقًا لما يُملي بهِ العقلُ"(٥).

إن هذا التحليل لمفهوم الرُّشد في الفكر الوضعي، أصبح منتقَدًا وبحدة؛ لأنه

---

(١) د. ماجد بن عبدالله المنيف، "مبادئ الاقتصاد – التحليل الجزئي"، (الرياض: عمادة شؤون الكليات، جامعة الملك سعود، ١٤١٠هـ) ١٦٠.

(٢) د. حسين غانم، "نظرية سلوك المستهلك"، (ب. ن، ١٤٠٦هـ) ٢٧.

(٣) د. خالد التركماني، "المذهب الاقتصادي الإسلامي"، (جدة: مكتبة السوادي، ١٤١١هـ) ٣٤٠.

(٤) د. محمد نجاة الله صديقي، "تدريس الاقتصاد الجزئي من منظور إسلامي"، جدة، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز، (١٤٠٩هـ) ١: ١١٨.

(٥) عبدالغني سعيد، "نحو الرشد الاقتصادي"، (القاهرة: دار النيل للطباعة، ١٩٥٠م).

يقصر الرشدَ على أسلوبِ وطريقةِ وصول الفرد إلى تعظيم منافِعِه الشخصية، وغير آخذٍ في الاعتبار طبيعةَ هذه المنفعة، ولا آثارها على مصلحة المجتمع والفرد الحقيقيَّة، ولا طبيعةَ الوسائل التي يسلكها المستهلك لتحقيق هذه المنفعة(١).

وفي الاقتصاد الإسلامي جاء الرشد الاقتصادي بتعاريفٍ متعددةٍ، منها:

- " وصولُ المستهلكِ للسِّلَع والخدماتِ على منفعةٍ مشروعةٍ، وفقَ طريقةٍ مباحةٍ، يترتَّبُ عليها نفعٌ في الدُنيا، وأجرٌ في الآخِرةِ"(٢).
- وعرَّف فقهاء الشريعة الإسلامية الرشد، فالجمهور يرون الرشد بأنه: "الصلاح في المال، والحفظ له عن التبذير"(٣)، وذهب بعض الشافعية إلى أن الرشد يراد به: " الصلاح في المال والدين"(٤)، وبعضهم ذهب إلى أنه: "الصلاح في الدين فقط"(٥).

ومما سبق ذكره من أقوال الفقهاء حول تعريف الرشد، يظهر أن الراجح منها -والله أعلم-، هو: "صلاح الدِّين والمال"، وذلك لعدة أسباب منها: أن هذا القول يجمع بين الأقوال جميعًا، والجمع أولى، كما أنَّ الرشدَ في المالِ وحدهُ دونَ دِينٍ لا

---

(١) أ.حميد الصغير، "الرشد الاقتصادي للمستهلك بين الاقتصاد الإسلامي ونظيره الوضعي"، (المملكة المغربية: جامعة محمد الأول)، مقالة منشورة على الشبكة العنكبوتية، (٢٠١٥م)، بتصرف.

(٢) الصغير، "الرشد الاقتصادي للمستهلك بين الاقتصاد الإسلامي ونظيره الوضعي"، بتصرف.

(٣) محمد بن أحمد ابن رشد، "بداية المجتهد ونهاية المقتصد"، (بيروت: دار المعرفة، ١٤٠٣هـ) ٢: ٢٨١؛ وأحمد بن قدامة المقدسي، "المغني"، (ط ١، مكتبة القاهرة، ١٣٨٨هـ) ٤: ٥٢٢.

(٤) محمد بن إدريس الشافعي، "الأم"، (ط ٢، بيروت: دار الفكر، ١٤٠٣هـ) ٣: ٢١٦؛ ومحيي الدين النووي، "تحرير ألفاظ التنبيه"، (ط ١، دمشق: دار القلم، ١٤٠٨هـ) ١٩٩.

(٥) علي بن أحمد بن حزم، "المحلى"، (مصر: مكتبة الجمهورية العربية، ١٣٨٩هـ) ٧: ١٤٩.

يُحقق الرشد التَّام[(١)]، قال الله تعالى: ﴿وَلَقَدْ ءَاتَيْنَآ إِبْرَٰهِيمَ رُشْدَهُۥ مِن قَبْلُ وَكُنَّا بِهِۦ عَٰلِمِينَ﴾[الأنبياء:٥١]، وقال سبحانه: ﴿لَآ إِكْرَاهَ فِى ٱلدِّينِ ۖ قَد تَّبَيَّنَ ٱلرُّشْدُ مِنَ ٱلْغَىِّ﴾ [البقرة: ٢٥٦]. فهذه الآية فيها إشارة إلى أن الرشد هو الاعتدال والطريق المستقيم، وضده الغيّ، وفي قوله ﷻ: ﴿قَالُوا۟ يَٰشُعَيْبُ أَصَلَوٰتُكَ تَأْمُرُكَ أَن نَّتْرُكَ مَا يَعْبُدُ ءَابَآؤُنَآ أَوْ أَن نَّفْعَلَ فِىٓ أَمْوَٰلِنَا مَا نَشَٰٓؤُا۟ ۖ إِنَّكَ لَأَنتَ ٱلْحَلِيمُ ٱلرَّشِيدُ﴾ [هود:٨٧]. إشارة واضحة المفهوم والدلالة على أن الرشد الاقتصادي مقصود في الشريعة الإسلامية.

والخلاصة، يتبين لنا أن الاقتصاد الإسلامي يدعو إلى أن يكون الإنسان رشيداً جامعاً لصلاح الدين والمال، فيكون صالحاً في دينه بطاعة الله ورسوله وامتثال الأوامر واجتناب النواهي، صالحاً في ماله فلا ينفقه إلا في الحلال، ولا يصرفه في الحرام: كالربا، والقمار، والإسراف والتبذير، والمسكرات والمخدرات وغيرها من السلع والخدمات الضارة.

❁ الفرع الثاني: مفهوم سلوك المستهلك:

لتوضيح هذا المفهوم كان لابد من بيان معنى كل كلمةٍ على حدة، ثم يُبَيَّن المفهوم المركب لسلوك المستهلك، فكلمة (سلوك) لها عدة تعريفات، منها:

- عُرِّفَ السلوك بشكل عام بأنه: "الاستجابة الحركية الفردية، أي الاستجابة الصادرة عن عضلات الكائن الحي، أو الغدد الموجودة في جسمه"[(٢)].
- وعُرِّف أيضاً بأنه: "يمثل كل استجابة لفظيةٍ أو حركيةٍ للمؤثرات الداخلية

---

(١) د. زيد بن محمد الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، كتاب منشور على الشبكة العنكبوتية، ٣٢، بتصرف.

(٢) محمود جاسم الصميدعي؛ وردينة عثمان يوسف، "سلوك المستهلك"، (عمَّان: دار المنهاج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م) ١٦.

والخارجية، التي يواجهها الفرد، والتي يسعى من خلاله إلى تحقيقِ توازنه البيئيّ"(١).

●ويُعرَّفُ السلوك الإنساني بأنه: "سلسلة متعاقبة من الأفعال والردود التي تصدر عن الإنسان في محاولاته المستمرة لتحقيق أهدافه وإشباع رغباته المتطورة والمتغيرة، كذلك هي الأفعال والاستجابات التي يعبر بواسطتها الإنسان بالقبول أو الرفض اتجاه العوامل المحيطة به، سواء أكانت بشرية أم مادية"(٢).

وكلمة: (المستهلك)، باعتبار عموم المستهلكين على نوعين: مستهلك نهائي: وهو المستفيد النهائي من السلع والخدمات التي يقدمها المستهلك الصناعي، والأخير: وهو من يستهلك السلع والخدمات من المواد الخام؛ ليدخلها في العملية الإنتاجية للسلع والخدمات التي يقدمها للمستفيدين.

●باعتبار المستهلك النهائي: "الهدف الذي يسعى إليه منتج السلعة، أو مقدم الخدمة، والذي تستقر عنده السلعة أو يتلقى الخدمة، أي: محط أنظار جميع من يعمل في مجال التسويق"(٣).

●وباعتبار المستهلك الصناعي: "مَن يقومُ بشراءِ السلعِ والخدماتِ لإنتاجِ سلعٍ وخدماتٍ أُخرى، أَو للاستعانةِ بِها في أَداءِ أَعمالِه"(٤).

●وعُرِّف المستهلك بأنه: "الشخص الذي يقوم بشراء السلع والخدمات للاستعمال الشخصي، أو للاستهلاك العائلي، أو تُستَهلك من طرف فرد من العائلة،

(١) الصميدعي،"سلوك المستهلك"، ١٧.

(٢) علي السلمي، "السلوك التنظيمي"، (القاهرة: مكتبة القاهرة، ١٩٧٩م) ٥٥.

(٣) أيمن علي عمر، "قراءات في سلوك المستهلك"، (الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٦م) ١٥.

(٤) محمود صادق بازرعة، "إدارة التسويق"، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٨٥م) ١: ٢٢٠.

أو لتقديمها هدية لصديق، وهكذا"(١).

ويعرف سلوك المستهلك في اصطلاح الاقتصاديين بأنه:

●"النمط الذي يتبعه المستهلك في سلوكه للبحث، أو الشراء، أو الاستخدام، أو التقييم للسلع والخدمات، والأفكار التي يتوقع منها أن تشبع حاجته ورغباته"(٢).

●وعُرِّف بأنه: "جميع الأفعال والتصرفات المباشرة وغير المباشرة التي يقوم بها الأفراد، في سبيل الحصول على سلعة أو خدمة معينة، من مكان معين وفي وقت محدد"(٣).

●وكذلكَ عُرِّفَ بأنَّه: "الخطواتُ التي يتبعها الأفرادُ في تقريرِ الشِّراءِ، وتقريرِ نوعيةِ ما يشتري مِن سلعٍ أو خدماتٍ، وتوقيتِ الشِّراء، وكيفية الشراءِ، ومن أين يتم الشراء"(٤).

استناداً إلى التعريفات السابقة، يلاحظ أنها تدور حول آلية تصرف الفرد للحصول على سلعةٍ أو خدمةٍ ما، واختيار ما يناسبه منها وما يحتاجه، مع مراعاة مكان وزمن الشراء، ويمكن من خلاله استنباط تعريف لسلوك المستهلك مفاده: "مجموعة التصرفات التي يقوم بها الأفراد في عملية الحصول عَلى السلعِ والخدمات الاقتصادية واستهلاكها، بما في ذلكَ القراراتِ التي تسبقُ هذهِ التصرفاتِ وتؤثرُ في توجيهها".

---

(١) عنابي بن عيسى، "سلوك المستهلك، عوامل تأثير البيئة"، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٣م) ١٥ – ٤٧.

(٢) "التسويق الفعَّال–كيف تواجه تحديات القرن الحادي والعشرون؟"، (مصر: مكتبات مؤسسة الأهرام، ٢٠٠٢م) ٩٥.

(٣) محمد صالح المؤذن، "مبادئ التسويق"، (عمَّان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م) ٢٣٥.

(٤) بول، إروين، "سلوك المستهلك"، (١٩٧٠م) ٦، بتصرفٍ يسيرٍ.

المطلب الثاني: أبعاد، وخصائص الرشد الاقتصادي المؤثرة على سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي

في هذا المطلب، سيتم الحديث عن الأبعاد والخصائص التي يتميز بها الرشد الاقتصادي، ومدى تأثيرها على سلوك المستهلك في إطار الاقتصاد الإسلامي، يتسم الرشد الاقتصادي بقدرته على توجيه سلوك الأفراد نحو اتخاذ قرارات مستدامة ومسؤولة تعكس القيم الإسلامية. ومنه، يمكن تقسيم هذا المفهوم إلى محورين، هما: الأبعاد، والخصائص التي تؤثر على سلوك المستهلك، في الفرعين التاليين:

❁ الفرع الأول: أبعاد الرشد الاقتصادي المؤثرة على سلوك المستهلك:

تمثل الأبعاد الجوانب المتعددة التي يمكن من خلالها فهم الرشد الاقتصادي، وتأثيره على سلوك المستهلك. حيث إن هذه الأبعاد تشتمل على جوانب متعددة، وهي: الجوانب الروحية، والشرعية، والاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية. كل بُعدٍ من هذه الأبعاد له دور محوري في تحديد كيفية توجيه استهلاك المستهلك في إطار الاقتصاد الإسلامي، وهي النحو التالي:

١) **البعد الروحي**: ويمثل إدراك الفرد المستهلك أن ما يملكه من مالٍ وموارد هي أمانة وديعة في يده من الله، ويجب أن ينفقها في مرضاة الله، وأن يسعى لتحقيق السعادة في الدارين من خلال استهلاك متوازنٍ ومسؤولٍ، قال سبحانه: ﴿وَمِمَّا رَزَقْنَٰهُمْ يُنفِقُونَ﴾ [البقرة: ٣]، يعزز هذا النص القرآني أهمية الإنفاق باعتباره جزءًا من العبادة، وأن يعكس الاستهلاك الوعي والإدراك الصحيح بأن المال هو وسيلة لتحقيق طاعة الله ومرضاته سبحانه(١).

٢) **البعد الشرعي**: يعتبر الأساس في الرشد الاقتصادي، إذ يرتبط بالالتزام

(١) د. الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، ٣٤، بتصرف.

بأحكام الشريعة الإسلامية. حيث يتعين على المستهلك في سلوكه أن يراعي المبادئ والقواعد الحاكمة لسلوكه، كقاعدة الحلال والحرام، وقاعدة الأصل في الأشياء الإباحة، وقاعدة القيم الخُلُقيّة، وقاعدة الاعتدال والتوسط، ويتجنب التعاملات المالية المحرمة والمشبوهة، مثل: الربا، والاحتكار، والقمار، وغيرها، قال الله تعالى: ﴿وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ﴾ [البقرة: ٢٧٥]، هذا النص يشير إلى أن المعاملات الاقتصادية يجب أن تكون قائمة على الأسس الشرعية، والتي تراعي الحلال وتلتزمُ به، كسائر المعاملات المباحة، استناداً على القاعدة الفقهية: (الأصل في المعاملات الحل والإباحة)، والقياس على البيع باعتبار الأصل فيه الحل للآية السابقة، وتبتعد عن المعاملات المحرمة، مثل: الربا، لورود تحريمه في الآية(١).

٣) **البعد الاقتصادي**: يتطلب الرشد الاقتصادي أن يكون المستهلك على وعيٍ تامٍ بأهمية حسن إدارة الموارد المالية والاقتصادية، وأن يوازن بين الاحتياجات الشخصية والواجبات التي تلزمه في حق مجتمعه. يجب أن يكون الاستهلاك معتدلاً ومتوسطاً دون إسرافٍ أو تبذيرٍ، قال ﷻ: ﴿وَكُلُواْ وَٱشْرَبُواْ وَلَا تُسْرِفُوٓاْ ۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلْمُسْرِفِينَ﴾ [الأعراف:٣١]، في هذه الآية يحث سبحانه على ضرورة الاعتدال والتوسط في الاستهلاك، وتجنب الإسراف وذم أهله بعدم محبته لهم، وهو مبدأ أساسي في الرشد الاقتصادي(٢).

---

(١) ينظر: د. محمد فاروق النبهان، "أبحاث في الاقتصاد الإسلامي"، (بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٤٠٦هـ) ١٠ – ٢٦؛ ود. محمد العلي القري بن عيد، "مقدمة في أصول الاقتصاد الإسلامي"، (جدة: دار حافظ للنشر والتوزيع، ١٤١١هـ) ٣٧ – ٣٩، بتصرف.

(٢) ينظر: محمد عبدالمنان، "الاقتصاد الإسلامي بين النظرية والتطبيق". ترجمة د. منصور التركي، (القاهرة: المكتب المصري الحديث، ١٩٧٦م) ٨٤ – ٨٧؛ وزيدان قعدان، "منهجُ الاقتصادِ في القُرآنِ"، (طرابلس: منشورات جمعية الدعوة الإسلامية العالمية، ١٩٩٠م) ١٩ – ٢٧.

٤) **البعد الاجتماعي**: يجب أن يأخذ المستهلك في اعتباره، الأثر الاجتماعي لاستهلاكه. فالاقتصاد الإسلامي يولي التكافل الاجتماعي ودعم الفئات المحتاجة وإعانتهم أهميةً كبيرةً، من خلال الحث على الإنفاق في سبيل الله، ووجوب إيتاء الزكاة، والندب في الصدقات، قال النبي ﷺ: «**مَثَلُ المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم مثل الجسد، إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى**»(١)، هذا الحديث يبرز أهمية التعاون الاجتماعي عبر التكاتف لتحقيق التآلف والتآخي، والذي يجب أن يكون جزءًا من سلوك المستهلك، مما يعزز الرشد الاقتصادي من منظور اجتماعي(٢).

٥) **البعد البيئي**: يدعو الاقتصاد الإسلامي إلى تعزيز المحافظة على البيئة ومواردها، من خلال الاستخدام الأمثل والرشيد والمستدام لها. فالاستهلاك الرشيد يتطلب من المستهلك أن يكون واعيًا بمدى أفعاله التي يقوم بها، وأثرها على البيئة والموارد الطبيعية، ويتجنب التلوث والإسراف في الموارد والإضرار بها، حتى تكون وافرةً ومتاحةً للأجيال القادمة، قال النبي ﷺ: «**لا ضرر ولا ضرار**»(٣). هذه القاعدة الشرعية تؤكد ضرورة تجنب الضرر وتحريم تعمده، سواء كانت على مستوى الفردي أو

(١) صحيح البخاري، كتاب الأدب، (ط ٢، مكتبة دار السلام، ١٤١٩هـ)، حديث رقم: (٦٠١١)، ١٠٥١.

(٢) ف. خان، "دالة الاستهلاك الكلي في إطار إسلامي". جدة، مجلة أبحاث الاقتصاد الإسلامي ٢، (١٤٠٤هـ) ١: ٣ – ٤١٠ وم. إقبال، "الزكاة، الاعتدال، والبحث"، جدة، معهد الاقتصاد الإسلامي ١، (١٤٠٥هـ) ٣: ٥٠ – ٥٦.

(٣) سنن ابن ماجه، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، (ط١، دار الرسالة العالمية، ١٤٣٠هـ)، حديث رقم: (٢٣٤١). ٣: ٤٣٢.

البيئي، مما يعزز مفهوم الرشد في استخدام الموارد بشكلٍ أمثلٍ ومستدامٍ(١).

❁ الفرع الثاني: خصائص الرشد الاقتصادي المؤثرة على سلوك المستهلك:

في هذا الصدد، يمكن أن تُعَرَّف الخصائص بأنها: السمات التي تميز سلوك المستهلك، وتظهر في كيفية تعامله مع المال والموارد، وفقًا لمبادئ وأسس الرشد الاقتصادي. ومن أبرز هذه الخصائص:

١. الاعتدال والتوازن: الاعتدال والتوسط في الإنفاق وعدم التبذير من السمات الأساسية للرشد الاقتصادي في الإسلام، فيجب على الفرد أن يوازن بين احتياجاته المادية والروحية، بما لا يتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية، ومن ذلك: عدم الإسراف والتبذير، وعدم البخل والتقتير. قال الله تعالى: ﴿وَٱلَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمۡ يُسۡرِفُواْ وَلَمۡ يَقۡتُرُواْ وَكَانَ بَيۡنَ ذَٰلِكَ قَوَامٗا﴾[الفرقان:٦٧]، فتوضح هذه الآية أهمية التوازن في الإنفاق كخاصية رئيسية في الرشد الاقتصادي(٢).

٢. المسؤولية الفردية والاجتماعية: المستهلك يتحمل مسؤولية فردية واجتماعية تجاه موارده، ويسعى لتحقيق الفائدة العامة من خلال التصرف الرشيد، سواء على مستوى استهلاكه الشخصي أو إنفاقه في صالح المجتمع. قال ﷻ: ﴿وَءَاتُواْ حَقَّهُۥ يَوۡمَ حَصَادِهِۦ﴾ [الأنعام:١٤١] تبين هذه الآية أنه يجب على الفرد أن يؤدي كامل الحقوق التي عليه للآخرين في وقتها، ولا يؤخر ذلك؛ لما فيه من تفويت للمصالح وضياع للحقوق، وهو جزء من المسؤولية الفردية والاجتماعية(٣).

---

(١) د. الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، ٢٨، بتصرف.

(٢) ينظر: د. محمد رواس قلعجي، "مباحث في الاقتصاد الإسلامي"، (بيروت: دار النفائس، بيروت، ١٤١٢هـ) ٩٧ – ١٠٠؛ ود. شوقي دنيا، "أعلام الاقتصاد الإسلامي"، (الرياض: مكتبة الخريجي، ١٤٠٤هـ) ١٧٣ – ١٨٠.

(٣) د. الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، ٣٣، بتصرف.

٣. الترشيد وحسن التدبير: الترشيد في الإنفاق وحسن التدبير للأموال من الخصائص المهمة للرشد الاقتصادي، فالمستهلك مطالبٌ بالحرص على كيفية الإنفاق للموارد التي يمتلكها، ويسعى لتحقيق أكبر منفعةٍ ممكنةٍ بأقل تكلفة، دون أن يتورط في الإسراف أو التبذير، قال النبي ﷺ: « **خيرُ الصَّدقةِ ما كان عن ظهرِ غنًى، وابدأْ بمَنْ تعولُ**»(١). في الحديث إشارة إلى أن المستهلك الرشيد هو الذي ينفق بحكمة بعد تحقيق الاكتفاء وسد الحاجة لديه، مع تحقيق الموازنة في ذلك، وهذا يعكس مبدأ الترشيد في السلوك الاستهلاكي(٢).

٤. الزهد والبعد عن الترف: الإسلام يحث على أن يبتعد المستهلك عن الترف الزائد والاستهلاك غير الضروري، ويحث على تحقيق الاكتفاء بالضروريات، وما يؤدي إلى الحياة الكريمة دون الإفراط في الكماليات، فالمستهلك الرشيد يبتعد عن استهلاك السلع والمنتجات التي تزيد عن حاجته وعن ضرورياته، قال تعالى: ﴿**وَلَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِۦٓ أَزْوَٰجًا مِّنْهُمْ زَهْرَةَ ٱلْحَيَوٰةِ**﴾ [طه:١٣١]، هذا النص يوجه الفرد إلى عدم الطمع في متاع الدنيا الزائل، والاقتصار على ما يحتاجه، وهو ما يعزز مفهوم الزهد في الاستهلاك(٣).

٥. الالتزام بالقيم الإسلامية: يجب على المستهلك أن يلتزم بالقيم الإسلامية، ومنها: العدالة، الأمانة، والصدق في التعاملات المالية وغيرها، وأن يتجنب الغش والاحتيال، وأن يتحلى بالسلوكيات الأخلاقية التي تعزز الاستهلاك الرشيد وتحقق

---

(١) البخاري، كتاب الزكاة، حديث رقم: (١٤٢٦) ٢٣١.

(٢) ينظر: د. عابد صونية، "ترشيد الاستهلاك الفردي بين الاقتصاد الوضعي والاقتصاد الإسلامي وأثره في التنمية المستدامة"، (الجزائر: جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر، ٢٠٢٤م) ١٣ – ١٤.

(٣) د. الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، ٢٨، بتصرف.

الرشد الاقتصادي، قال ﷺ: «**من غشنا فليس منا**»(١)، هذا الحديث يؤكد أن الأمانة في التعاملات الاقتصادية هي جزء أساسي من الرشد الاقتصادي في الإسلام، كما يلزم المستهلك أن يعلم أن هناك ثواب وعقاب، مما يجعل تصرفاته في الحياة الدنيا مؤثرة في نتائج الآخرة(٢)، قال سبحانه: ﴿وَلَا تَبۡغِ ٱلۡفَسَادَ فِي ٱلۡأَرۡضِۖ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُفۡسِدِينَ﴾ [القصص:٧٧].

خلاصة ما سبق، يتبين لنا أن الرشد الاقتصادي في الإسلام يشكل حجر الزاوية في تنظيم سلوك المستهلك، حيث يسعى إلى توجيهه نحو استهلاكٍ رشيدٍ قائمٍ على التوازن بين المصلحة الخاصة والمصلحة العامة، وبين الدنيا والآخرة. أما عن الأبعاد المختلفة للرشد الاقتصادي مثل: البعد الروحي، والشرعي، والاقتصادي، والاجتماعي، والبيئي. فهي تضع إطارًا شاملاً لسلوك المستهلك. بينما تظهر الخصائص مثل: الاعتدال، والمسؤولية، والترشيد، والزهد والبعد عن الترف، والالتزام بالقيم الأخلاقية، كموجهاتٍ رئيسيةٍ للسلوك الاقتصادي الرشيد، فالقرآن الكريم والسنة النبوية يقدمان أساسًا صلبًا لهذه المفاهيم، مما يجعل الاقتصاد الإسلامي نظامًا فريدًا يتبنى القيم الأخلاقية والاجتماعية ويضع الإنسان والبيئة في صلب الاهتمام.

---

(١) صحيح مسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبدالباقي، كتاب الإيمان، (القاهرة: مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه، ١٣٧٤هـ)، حديث رقم: (٩٨) ١: ٩٨.

(٢) محمد عللّوة، "الدُّنيا والآخِرة في ميزان الإسلام"، (بيروت: دارُ قتُيبة، ١٤١١هـ) ٢٣ و٧٥، بتصرف.

المبحث الثاني: دور الرشد الاقتصادي في تعزيز سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي

وفيه مطلبان:

في هذا المبحث، سيتم تسليط الضوء على دور الرشد الاقتصادي في تعزيز سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي. يتناول المطلب الأول: العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك في ضوء المبادئ والقيم الإسلامية التي تهدف إلى ضبط الاستهلاك وتوجيهه نحو الاعتدال والتوازن. أما المطلب الثاني: فيبحث قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي الموجهة لسلوك المستهلك، موضحًا كيفية إسهام هذه القواعد والضوابط في تحقيق استهلاك مسؤول ومنظم، يتماشى مع الأسس الأخلاقية والاقتصادية التي تدعو إليها الشريعة الإسلامية.

المطلب الأول: العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي

في هذا المطلب، سيتم الحديث عن العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي، من خلال الحديث عن محددات وعوامل الرشد الاقتصادي المؤثرة على سلوك المستهلك، ومن خلال العناصر المكونة لسلوك المستهلك، حيث سيتم توضيح كيف يسهم الرشد الاقتصادي في توجيه السلوك الاستهلاكي وفقاً لمبادئ الاقتصاد الإسلامي التي تدعو إلى التوازن والاعتدال، بما يحقق استهلاكاً واعياً ومسؤولاً.

تُعد العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك في ضوء الاقتصاد الإسلامي علاقة متداخلة ومتكاملة، حيث يشكل الرشد الاقتصادي حجر الأساس في بناء سلوك استهلاكي متوازن يتماشى مع القيم الأخلاقية والمبادئ التشريعية للاقتصاد الإسلامي، فالرشد الاقتصادي في جوهره يتجاوز مجرد القدرة على اتخاذ القرارات الاقتصادية الصائبة، ليشمل أيضًا القدرة على توجيه الفرد نحو تحقيق

المصلحة العامة والخاصة في استهلاكه، بما يتفق مع تعاليم الشريعة الإسلامية(١).

فالرشد الاقتصادي كما ينظر إليه الاقتصاد الإسلامي، هو حالة من الوعي والتحليل المستمر للسلوك الاستهلاكي، حيث يتم توجيه سلوك المستهلك ليكون مسؤولًا وهادفًا إلى تحقيق الكفاية والاعتدال في استخدام الموارد، فهو مفهومٌ يشير إلى القدرة على التفريق بين الاحتياجات الأساسية والرغبات الثانوية، بحيث يُقدِّر الفرد قيمة ما يستهلكه، ولا يسرف فيما يستخدمه، يراعي في ذلك المنهج الرباني في الآية، قال تعالى: ﴿وَكُلُوا۟ وَٱشْرَبُوا۟ وَلَا تُسْرِفُوٓا۟ ۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلْمُسْرِفِينَ﴾[الأعراف:٣١]، والتي تعد مبدأً إرشاديًّا رئيسيًّا في الاقتصاد الإسلامي لضبط سلوك المستهلك(٢).

كما تتجلى العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك في عدة جوانب عملية، منها: توجيه الاستهلاك نحو الحاجات الضرورية، وتجنب الكماليات المبالغ فيها، والاستخدام العقلاني للموارد بما لا يؤدي إلى النقص أو الفقر، وهنا يأتي دور الاقتصاد الإسلامي في تعزيز هذا السلوك من خلال التشريعات التي تنظم المعاملات، وتوجه الأفراد إلى سلوك استهلاكي يتسم بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية.

إضافة إلى ذلك، يُسهم الرشد الاقتصادي في توجيه سلوك المستهلك نحو المحافظة على البيئة وتقليل الهدر، فتوجيه الاستهلاك بما يتماشى مع المحافظة على الموارد الطبيعية، والتقليل من استخدام المواد الضارة، هو جزء من الرشد الذي يعزز من استدامة الحياة الاقتصادية على المدى البعيد، ويبرز هذا التوجه في الاقتصاد الإسلامي من خلال الحث على احترام الطبيعة وعدم استنزاف مواردها، وتحريم التبذير

---

(١) ينظر: "المقاصد الشرعية لحماية المستهلك في الفقه الإسلامي"، موقع جامع الكتب الإسلامية على الشبكة العنكبوتية، ١: ١٧٢.

(٢) ينظر: د. زيد بن محمد الرُّماني، "المفاهيم الاستهلاكية في ضوءِ القرآنِ والسُّنةِ"، مجلةُ دعوةِ الحق، رابطة العالم الإسلامي ١٥٣، (١٤١٥هـ) ٢: ٨٧.

والإسراف في مكتسباتها ومقدراتها.

من هنا، يمكن القول إن العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي ليست فقط علاقة توجيه فردي، بل هي علاقة تفاعلية تشمل البُعدين الفردي والجماعي، حيث يُعد الرشد الاقتصادي وسيلة لتحقيق التنمية المستدامة، وضمان رفاهية الأفراد والمجتمعات على حد سواء.

واستناداً على ما سبق ذكره، سيتم إيضاح العلاقة بين الرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي بشكلٍ مفصّلٍ، من خلال بيان محددات وعوامل الرشد الاقتصادي المؤثرة على سلوك المستهلك، وبيان العناصر المكونة لسلوك المستهلك، في الفرعين التاليين:

❁ الفرع الأول: محددات الرشد الاقتصادي المؤثرة على سلوك المستهلك:

في هذا الصدد، يمكن أن تُعَرَّف المحددات بأنها: العوامل التي تؤثر بشكلٍ مباشرٍ أو غيرِ مباشرٍ على سلوك المستهلك، وتساهم في توجيه هذا السلوك نحو الرشد الاقتصادي. وهذه المحددات تشمل:

١) العقيدة والإيمان: فالعقيدة الإسلامية والإيمان بالله واليوم الآخر، هما الأساسان اللذان يوجهان سلوك المستهلك. فعندما يكون الإيمان لدى الفرد بأن الأموال والموارد التي يملكها أمانة عنده من الله، وأنه سيُحاسبه تعالى على كيفية استخدامها، وأنه سيسأل عنها من أين اكتسبها، وفيما أنفقها، يجعله حريصًا على التصرف بمسؤولية، ويستشعر عظم تلك الأمانة، قال الله تعالى: ﴿وَٱتَّقُواْ يَوۡمٗا تُرۡجَعُونَ فِيهِ إِلَى ٱللَّهِۖ﴾ [البقرة:٢٨١]، فهذا تحذير قرآني يدفع الفرد إلى التفكير في عواقب تصرفاته الاقتصادية، وأن هناك حساب وجزاء يوم القيامة(١).

(١) أ. بو خاري عبدالحميد ود. زرقون محمد، "دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي"، جامعة ورقلة، بحث منشور على الشبكة العنكبوتية، ٤، بتصرف.

٢) الوعي الاقتصادي: يعتمد الرشد الاقتصادي على مدى الوعي لدى المستهلك بأهمية التخطيط والإدارة الجيدة لموارده التي يملكها. فالمستهلك مطالب بفهم احتياجاته الحقيقية، وتجنب الإنفاق على السلع والكماليات غير الضرورية، والادخار لوقت الحاجة في المستقبل، وقد ورد في الحديث عن النبي ﷺ أنه قال: «**أَنْ تَدَعَ ورَثَتَكَ أَغْنِيَاءَ خَيْرٌ مِن أَنْ تَذَرَهُمْ عَالَةً يَتَكَفَّفُونَ النَّاسَ**»(١)، يشير هذا الحديث إلى أهمية الادخار والتخطيط المالي الجيد للمستقبل، وهو عنصر أساسي في الوعي الاقتصادي الرشيد(٢).

٣) **القيم الأخلاقية**: يجب على المستهلك أن يلتزم بالقيم الأخلاقية التي تحث عليها الشريعة الإسلامية، مثل: الأمانة، والصدق، وتجنب الغش والخداع والغرر في التعاملات المالية، قال ﷺ: «**من غشنا فليس منا**»(٣). فهذا الحديث يبرز أهمية الأمانة في التعاملات المالية، والتأكيد على أن الرشد الاقتصادي يعتمد على المنهج النبوي في التأسي بالأخلاق الفاضلة والتعامل الحسن(٤).

٤) **المسؤولية الاجتماعية**: يحمل الإسلام الفرد مسؤولية عظيمةً بما يستطيع تجاه المجتمع، ويحثه على إيتاء الزكاة الواجبة، والصدقات التطوعية، والإنفاق في سبيل الله، ومساعدة المعوزين والمحتاجين، وإعطاء الفقراء والمساكين. هذه المسؤولية

---

(١) البخاري، كتاب المرض، حديث رقم: (٥٦٦٨) ١٠٠٣.

(٢) عبدالحميد وآخرون، "دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي"، ١٥، بتصرف.

(٣) مسلم، سبق تخريجه في المطلب الثاني، من المبحث الأول في هذا البحث.

(٤) ينظر: د. أحمد يوسف، "القيم الإسلاميَّة في السُلوك الاقتصادِي"، (القاهرة: دَارُ الثَّقافةِ للنَّشرِ والتَّوزيعِ، ١٤١٠هـ) ٥٧ – ٩٧؛ ود. عبدالرحمن عيسوي، "الهديُ الإسلامي في مجال الاستهلاك"، المجلة الثقافية ٢٠، الأُردن، (١٤١١هـ) ٧٧ – ٧٨.

الاجتماعية تؤثر بشكل كبير على سلوك المستهلك، وتجعله يستشعر عظم هذه المسؤولية، والدور الذي يقوم عليه. قال تعالى: ﴿لَن تَنَالُواْ ٱلۡبِرَّ حَتَّىٰ تُنفِقُواْ مِمَّا تُحِبُّونَ﴾ [آل عمران:٩٢]، هذا النص يشير إلى أن الإنفاق في سبيل الله هو من وسائل تحقيق الرشد الاجتماعي والاقتصادي(١).

ومما سبق تُحدد المحددات مثل: العقيدة والإيمان، والوعي الاقتصادي، والقيم الأخلاقية، والمسؤولية الاجتماعية، كيفية توجيه هذا السلوك.

❁الفرع الثاني: العناصر المكونة لسلوك المستهلك:

يتكون سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي من أربعة أمور، هِي: الرشدُ الاقتصاديُّ، والبُعدُ الزَّمنيُّ، والحريَّةُ الموجِّهةُ، والمنفعَةُ الماديَّةُ والرُّوحِيَّةُ. وهي بالتفصيل على النحو التالي:

١. **الرشد الاقتصادي**: يعتبر المستهلك في الاقتصاد الإسلامي رشيد، لكونه يؤمن بالله وبرسوله، ويلتزم بما أُمراه به، ويعيش وفق تعليمات القرآن الكريم والسنة النبوية، ويُعمل العقل ويُحسن تدبير الأمور والتصرف وفق مرضاة الله ﷻ، قال سبحانه: ﴿وَأَنَّا مِنَّا ٱلۡمُسۡلِمُونَ وَمِنَّا ٱلۡقَٰسِطُونَۖ فَمَنۡ أَسۡلَمَ فَأُوْلَٰٓئِكَ تَحَرَّوۡاْ رَشَدٗا﴾ [الجن:١٤](٢)، والبشر بطبيعتهم يتفاوتون في الرشد، فمنهم القاصر، ومنهم السفيه والمبذر والمسرف والمضيع لماله، ويقابلهم البخيل والشحيح والمكتنز والمقتِّر؛ فَإنَّ الله ﷻ قد نهى أَنْ تُدفع إليهم أمْوالهم طالما كانوا كذلك، قال تَعالى: ﴿وَلَا تُؤۡتُواْ ٱلسُّفَهَآءَ أَمۡوَٰلَكُمُ ٱلَّتِي جَعَلَ ٱللَّهُ لَكُمۡ قِيَٰمٗا﴾ [النساء:٥]. كل ذلك من أجل ضمان تحقيق الرشد

(١) عبدالحميد وآخرون، "دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي"، ١٥، بتصرف.

(٢) سورة الجن، الآية: ١٤.

الاقتصادي في المجتمع(١). كما أن الغني البخيل ذا المال الكثير، أكثر ذمًّا من الفقير البخيل ذي المال القليل، مع أن سلوكهما مذموم وغير رشيد، إلا أن الثاني أقل درجة من الأول(٢)، وقد قال الإمام ابن قدامة رَحِمَهُ اللَّهُ في ذلك: "إنَّ البراءةَ من البخلِ تكونُ بفعلِ الواجبِ بالشرعِ واللازمِ بطريقةِ المروءةِ، مع طيبِ النفسِ بالبذلِ. أما الواجبُ بالشرعِ فهو الزكاةُ، ونفقةُ العيالِ، وأما اللازمُ بطريقِ المروءةِ فهو تركُ المضايفةِ، والاستقصاءُ عن المستحقراتِ، وقد يستقبحُ من الغنيّ ما لا يستقبحُ من الفقيرِ"(٣). ويقول الإمام العزُّ بن عبدالسلام رَحِمَهُ اللَّهُ: "الإطعامُ في المجاعةِ أتمُّ إحسانًا مِن الإطعامِ في الرَّخاءِ، لأنَ فَضلَ الإطعامِ بِقدرِ الاحتياجِ، فإطعَامُ المضْطَرِّ أفضلُ مِن إطعَامِ مَن مَسهُ الجُوعُ، وإطْعامُ من مسهُ الجوعُ أفضلُ ممن ليسَ كذلكَ؛ ولذلكَ غَفرَ اللهُ لِمن سقى كلبًا يَلهَثُ ويأْكلُ الثَّرى مَن العَطَشِ"(٤).

٢. البعد الزمني لسلوك المستهلك: يعتد الاقتصاد الإسلامي بتصرفات الإنسان في حياته وبعد مماته، فلا تنتهي بموته، بل إن ما يكسبه من مصالح ومنافع، وما يتمتع به في الدنيا يحاسب عليه في الآخرة من خيرٍ أو شرٍّ، ويَربِطُ بينَ كلٍّ مِن الحَياتينِ بِوشيجةٍ متينةٍ وهي وشيجَةُ العِلَّةِ والمعلولِ، مِمَّا يَجعلُ تَصرُّفاتِ الإنسانِ في الحياةِ الدنيا مُؤثِّرةً في نَتائجِ الآخِرةِ(٥). قال سُبحانه: ﴿وَٱبۡتَغِ فِيمَآ ءَاتَىٰكَ ٱللَّهُ ٱلدَّارَ ٱلۡأٓخِرَةَۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ ٱلدُّنۡيَاۖ وَأَحۡسِن كَمَآ أَحۡسَنَ ٱللَّهُ إِلَيۡكَۖ وَلَا تَبۡغِ ٱلۡفَسَادَ

(١) د. الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، ٣٠، بتصرف.

(٢) د. الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، ٣١، بتصرف.

(٣) أحمد بن قُدامَة المقدسيّ، "مختصر منهاج القاصدين"، (بَيرُوت: مكتبة دار البيان، مُؤسسة عُلوم القُرآن، ١٣٩٨هـ) ٢٠٧.

(٤) العز بن عبدالسلام، "شجرة المعارف والأحوال"، (دمشق: دار الطباع، ١٤١٠هـ) ١٩١.

(٥) عللّوة، "الدنيا والآخرة في ميزان الإسلام"، ٢٣ و٧٥، بتصرف.

فِي ٱلۡأَرۡضِۖ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُفۡسِدِينَ ﴾ [القصص:٧٧].

وعن أنس ﷺ عن النبي ﷺ قال: «**إِنْ قامتِ الساعةُ وفي يدِ أَحدكم فسيلةٌ، فإن استطاعَ أن لا تقومَ حتى يَغرِسها؛ فليغرِسها**»(١).

وبناءً على ذلك، فإن ظهور نتائج السلوك ومنافعه لا يقتصر على الحياة الدنيا فحسب، بل يمتد ليشمل الحياة الآخرة، مما يجعل تحقيق الفلاح متصلًا بالجانبين الدنيوي والأخروي.

إنَّ هذه المفاهيم والاعتقادات لها أثران مهمان على سلوك المستهلك ودالة منفعته(٢):

أ – إنَّ النتيجة المترتبة على أيِّ عمل أَو تصرف يقوم بهِ المستهلك تتألف من جزئيين، أحدهما: الأثر القريب في الحياة الدُنيا، والآخَر: الأثرُ البعيد في الحياة الأخرى، وعليه فإن المنفعة التي تستفاد من مثل هذا العمل هي مجموع القيمة الحالية لهذين الجزيئين.

ب – إنَّ العدد الممكن لاستعمالات الوحدة الواحدة من الدخل الفردي المتاح يزداد زيادة كبيرة؛ حيث يمكن أن تشمل تلك الوجوه التي تنتج أثرها في الحياة الآخرة وحدها، دونَ أَيِّ نَفعٍ ماديٍّ للمنفقِ في الحياةِ الدنيا، كالإنفاقِ بالصدقةِ على الفُقراءِ والمساكينِ، وفي المصالحِ العامةِ والأجيالِ القادمةِ، عن طريق الوقف، والقرضِ الحسنِ، وغير ذلك من وجوه الخير.

٣. الحرية الموجَّهة: يدعم الاقتصاد الإسلامي حرية الفرد الشخصية في

---

(١) محمد ناصر الدين الألباني، "سلسلة الأحاديث الصحيحة"، (ط ١، الرياض: مكتبة المعارف للنشر والتوزيع، ١٤١٥هـ)، حديث رقم: (٩)، ١: ٣٨. والفسيلة: هي النخلةُ الصغيرةُ.

(٢) د. الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، ٣٤، بتصرف.

الاختيار والتفاوض وتحديد ما يرغب، لكن لا يُقر الحرية المطلقة في اختيارات المستهلك، ولا يميل إلى فرض الضبط الاستهلاكي وإعمال القيود التي تعيق حرية الفرد، بل يدعم الحرية الموجهة، والتي تستمد أصولها ومبادئها من الشريعة الإسلامية وتعاليم الدين الحنيف، بما يحقق مصلحة الفرد والمجتمع في آنٍ واحدٍ. ولذلك؛ فالمال وديعةً وأمانة عند المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، يجب أن تؤدى بحقها، ضمن حدود الشريعة الإسلامية ومقاصدها، وما خالف ذلك يُحاسب عليه؛ لما فيه من ضررٍ وتعدٍ قد يلحق بالآخرين وحقوقهم(١)، قال ﷻ: ﴿وَإِذَا تَوَلَّىٰ سَعَىٰ فِي ٱلْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ ٱلْحَرْثَ وَٱلنَّسْلَ ۗ وَٱللَّهُ لَا يُحِبُّ ٱلْفَسَادَ﴾ [البقرة:٢٠٥].

٤. المنفعة المادية والروحية: يجمع الاقتصاد الإسلامي بين المادة والروح، فلا يركز على جانب ويهمل آخر، ولا يثبّط الهمم في السعي والكسب وتحقيق مستويات معيشية جيدة لأفراد المجتمع، بل يدعو إلى طلب الرزق والسعي في الأرض وعمارتها، لكن بالطرق المشروعة وفق المفاهيم والتعاليم الإسلامية.

ولذلك نجد أن دالة المنفعة للمستهلك في الاقتصاد الإسلامي تحوي متغيرًا إضافيًا إلى جانبِ المتعةِ الماديَّةِ، هو: الثواب أو العقاب في الآخرة.

ومن ثَمَّ فلا غرابةَ أنْ توجدَ وجوهٌ للإنفاقِ(٢) تبدو اقتصاديةً، ولكنها في نظر الاقتصاد الوضعي لا تولد منفعة معتبرةً، بينما تولِّدُ منفعةً عظيمةً في الاقتصادِ الإسلاميِّ، مثل: القرض الحسن، والوقف، ومساعدة الفقراء والمحتاجين، وغير ذلك من وجوه البر والإحسان.

(١) د. الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، ٣٤، بتصرف.

(٢) د. التركماني، "المذهب الاقتصادي الإسلامي"، ٣٤٦، بتصرف.

المطلب الثاني: قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي الموجهة لسلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي

في هذا المطلب، سيتم الحديث عن قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي الموجهة لسلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي، من خلال محورين، هما: قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي الحاكمة لسلوك المستهلك، وتعزيز سلوك المستهلك من خلال قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي.

يمثل الرشد الاقتصادي منطلقًا أساسيًّا لفهم سلوك المستهلك في إطار الاقتصاد الإسلامي، حيث يعتمد هذا المفهوم على مجموعة من القيم والمبادئ التي تهدف إلى توجيه سلوك المستهلك نحو التوسط والاعتدال في شؤون الحياة الاقتصادية، كما يعتبر الرشد الاقتصادي عنصرًا محوريًّا في تحقيق التوازن بين الحاجات والرغبات، وهو مرتبط ارتباطًا وثيقًا بمقاصد الشريعة الإسلامية، في المقابل هناك ضوابط وتوجيهات وضعها الإسلام، لتحدد سلوك المستهلك الرشيد، ومنها: تحريم الإسراف والتبذير، والدعوة إلى الاعتدال في الإنفاق، وتحريم استهلاك السلع والخدمات الضارة(١).

فالاستهلاك أمرٌ فِطريٌّ ضروريٌّ للإنسانِ، وما كان كذلك فلا يمنعه الإسلام، بل يرغِّب فيه، ومع ذلك، فلا يُترك هذا السلوك دون توجيهٍ، بل يُشجَّع على أن يكونَ معتدلًا ومنضبطًا. ولقد وضع التشريع الإسلامي المبادئ والقواعد التي تُرَشِّدُ السلوكيات الاستهلاكية نحو الاستخدام الرشيد؛ بهدفِ تحقيقِ حياةٍ كريمةٍ، مع حِفظٍ لضروريات الفرد والمجتمعِ ككل، وموازنةٍ بين المصالح العامة والخاصة، بما يسهم في تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد واستدامتها(٢)، وعلى ذلك، يمكن إيضاح

(١) ينظر: د. علي عبد رب الرسول، "المبادئ الاقتصادية في الإسلام"، ص: ١٨٦ – ١٩٢.

(٢) د. زيد بن محمد الرماني، "أهمية الاستهلاك في الإسلام"، مقالة منشورة على الشبكة =

القواعد والضوابط الحاكمة لسلوك المستهلك، وتعزيز الرشد الاقتصادي لسلوك المستهلك، في الفرعين التاليين:

❁الفرع الأول: قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي الحاكمة لسلوك المستهلك(١):

●القاعدة الأولى: الأمر بتوفير الحياة الكريمة، وتحقيق حد الكفاية(٢):

من معاني الكفايةُ في اللغة: القوت، ويطلقُ على ما يسد الرمق(٣)، وفي الاصطلاح: اختلفوا في تحديد مفهوم الكفاية على قولين: القول الأول:"الكفاف هو الكفاية بلا زيادة ولا نقصان"(٤)، وفي الحديث عن النبي ﷺ قال: «**قد أفلح من أسلم ورُزِقَ كفافاً وقنعه الله بما آتاه**»(٥)، وعلى القول الثاني: "سدُّ الضروريات

=

العنكبوتية، (٢٠١٠م)، بتصرف.

(١) ينظر: د. عبدالرحمن نجار، "أثر الضوابط والقيم على سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي"، الجزائر: جامعة باتنة (١)، مجلة الإحياء ٢٨، (٢٠٢١م) ٢١: ٥٣٢ – ٥٣٧؛ ود. محمود عبدالكريم أرشيد، "المدخل إلى الاقتصاد الإسلامي"، (ط ١، الأردن: دار النفائس، ١٤٣٣هـ) ٣٠٦ – ٣٢١؛ ود. عبدالستار إبراهيم الهيتي، "المبادئ الأساسية للاقتصاد الإسلامي"، (الدمام: مكتبة المتنبي، ١٤٢٩هـ) ٢٨٧ – ٢٩٥.

(٢) أ.د. ياسر عبدالكريم الحوراني، "معيار حد الكفاية وأثره في استحقاق الزكاة"، (دبي: دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري، ٢٠١٧م) ٦ – ١١، بتصرف.

(٣) محيي الدين النووي، "المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج"، (ط ٢، بيروت: دار إحياء التراث العربي، ١٣٩٢هـ) ٧: ١٤٦.

(٤) النووي، "المنهاج"، ٧: ١٤٥.

(٥) مسلم، حديث رقم: (١٠٥٤)،٢: ٧٣٠.

والحاجيات للإنسان"(١). وهي أوَّلُ مراتب الغنى، ومن خلال هذا المستوى تُشبَع الحاجات الأساسية المشروعة للإنسانِ(٢)، وتتهيأ له فرص التنعم بالمباحات، والتي لا تقتصر على القوت فحسب، بل تتعدى ذلك إلى رغد العيش وما يحتاجه الفرد من مطعمٍ، ومشربٍ، وملبسٍ، ومسكنٍ، ونحوه، وهذا ما يمكن أن يطلق على مفهوم حد الكفاية ب(الحاجيات)، وهو مستوى أعلى من حد الكفاف الذي ينحصر بالضروريات(٣).

وعليه، يتبين أن حد الكفاية له مدلول خاص، يميزه عن مدلول حد الكفاف، والذي يسهم في القدرة على تفسير المستويات المعيشية، ويقدم محاولة للتحليل الاقتصادي بصورةٍ أفضل(٤).

ومن ذلك، يتبين أن الاقتصاد الإسلامي بمبادئه وقيمه الإسلامية، يحث الأفراد على السعي للحياة الطيبة، بالأمر بطلب الرزق الوفير، والكسب المباح والمشروع، وبذل الأسباب للعيش الرغيد، للوصول إلى تحقيق حد الكفاية والمتضمن الاستغناء عن طلب الآخرين، وتحقيق الرفاه الاجتماعي، الذي يعود على الفرد والمجتمع بالخير الوفير.

---

(١) د. محمد شوقي الفنجري، "الإسلام والمشكلة الاقتصادية"، (ط ٢، القاهرة: مكتبة السلام العالمية، ١٤٠١هـ) ٢٤.

(٢) عبدالسلام العبادي، "المفهوم الإسلامي للحاجات الأساسية للإنسان"، (وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية، ١٩٨٦م) ٣٢٥.

(٣) إبراهيم بن موسى الشاطبي، "الموافقات"، (ط ١، دار ابن عفان، ١٤١٧هـ) ٢: ١١، بتصرف.

(٤) د. الفنجري، "الإسلام والمشكلة الاقتصادية"، ٢٤ – ٢٦، بتصرف.

● **القاعدة الثانية: الأمر بالتوسط والاعتدال في الإنفاق:**

يحث الاقتصاد الإسلامي على التوسط والاعتدال في الإنفاق والرشد في ذلك، كما يدعو إلى أن يسلك الفرد سلوكاً استهلاكيًّا متزناً، حيث جاءت النصوص الشرعية ببيان ذلك وتوضيحه، فاعتبرت الإنفاق في الحرام تبذيراً، والإمساك عن الإنفاق الحلال تقتيراً، وأن الوسط في ذلك هو القوام، فمن أنفق في طاعة الله بلا إسرافٍ ولا مخيلةٍ، فقد وافق في ذلك الاعتدال والتوسط، قال سبحانه: ﴿وَٱلَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمۡ يُسۡرِفُواْ وَلَمۡ يَقۡتُرُواْ وَكَانَ بَيۡنَ ذَٰلِكَ قَوَامٗا﴾[الفرقان:٦٧]، ومفهوم القوام في كل فردٍ بحسب حاله واستطاعته، وقد قال ﷺ: «**كلوا واشربوا وتصدقوا والبسوا، من غير إسراف ولا مخيلة**»(١).

●**القاعدة الثالثة: النهي عن الإسراف:**

يُطلق الإسراف ويراد به: مجاوزة الحد المتعارف عليه في الشيء(٢). على اعتبار أن مفهوم الإسراف يكون في كل أمرٍ مشروعٍ، جاء على وجه الزيادة فيما لا حاجة للمستهلك إليه، وقيل هو بذل للمال فيما لا ينبغي(٣). باعتبار أن الإسراف لا يطلق إلا على الإنفاق في كل أمرٍ غيرِ مشروعٍ، بغضِّ النظر عن الزيادة فيه أو النقصان.

ولقد نهت الشريعة الإسلامية عن هذا السلوك، وحذّرت منه في آياتٍ وأحاديثَ كثيرةٍ، فقال سبحانه: ﴿وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ

(١) محمد ناصر الدين الألباني، "صحيح الجامع الصغير وزيادته"، (المكتب الإسلامي)، حديث رقم: (٤٥٠٥)، ٢: ٨٣٠، ومخيلة: من الخيلاء، وهو التكبر.

(٢) الطاهر بن عاشور، "التحرير والتنوير"، (تونس: الدار التونسية للنشر، ١٩٨٤م) ٨: ٩٥.

(٣) ينظر: إبراهيم بن عمر البقاعي، "نظم الدرر في تناسب الآيات والسور"، (القاهرة: دار الكتاب الإسلامي) ١١: ٤٠٥.

﴿ٱلْمُسْرِفِينَ﴾[الأعراف:٣١]، وقال ﷺ: «**إن الله كَرِهَ لكم ثلاثًا: قِيلَ وقال، وإضاعةَ المال، وكثرة السُّؤال**»(١). ومن إضاعة المال مجاوزة الحد في الأمور المباحة(٢).

●القاعدة الرابعة: النهي عن التبذير:

يُعرَّفُ التبذير بأنه: إنفاق المال في غير حقّه، وهو مروي عن عبدالله بن عباس وعن عبدالله بن مسعود رضي الله عنهما. وقيل: الإسراف الزيادة في الحلال، وأما التبذير فلا يكون إلا في الحرام(٣)، ومن أهل العلم من رأى أنه لا فرق بين الإسراف والتبذير.

ولقد نهت الشريعة الإسلامية عن هذا التبذير وحذرت منه، فقال الله تعالى: ﴿وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ ٱلْمُبَذِّرِينَ كَانُوٓاْ إِخْوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِ ۖ وَكَانَ ٱلشَّيْطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورًا﴾ [الإسراء: ٢٦-٢٧].

●القاعدة الخامسة: النهي عن الشُّح، والبخل، والتَّقتير:

والتَّقتير هو: تقليل النّفقة، وهو مقابل الإسراف، وكلاهما مذمومان(٤). وعُرِّف بأنه: التضييق فيما لابد منه من النفقة، فهو الوقوف بحجم الاستهلاك عند

---

(١) البخاري، كتاب الزكاة، حديث رقم: (١٤٧٧)، ٢٤٠.

(٢) ينظر: علي بن محمد الجزري، "النهاية في غريب الحديث والأثر"، (بيروت: المكتبة العلمية، ١٣٩٩هـ) ٤: ٣٧٣، بتصرفٍ يسيرٍ.

(٣) ينظر: محمد بن أحمد القرطبي، "الجامع لأحكام القرآن"، (ط ٢، القاهرة: دار الكتب المصرية، ١٣٨٤هـ) ١٠: ٢٤٧؛ وعلي بن محمد الجرجاني، "التعريفات"، (ط ١، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٤٠٣هـ) ٢٤.

(٤) ينظر: الراغب الأصفهاني، "المفردات في غريب القرآن"، (ط ١، بيروت: دار القلم، الدار الشامية، ١٤١٢هـ) ٦٥٥.

حدٍ أقلَّ من الحجم اللازم للوفاء بضروريات الحياة، مع القدرة على الوفاء(١). والشحُّ هو البخل بأداء الحقوق، والحرص على ما ليس له(٢). والتقتير والشح يفيدان التضييق.

ولقد نهى الله ﷻ عن الشح، والبخل، والتقتير، كما نهى سبحانه عن الإسراف، والتبذير، والترف، فقال تعالى: ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ ٱلْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا﴾ [الإسراء:٢٩]، "وهذا مجاز عبّر به عن البخيل، الذي لا يقدر من قلبه على إخراج شيء من ماله، فضرب له مثل الغلّ الذي يمنع من التصرف باليد...، وضرب بسط اليد مثلاً لذهاب المال، فإن قبض الكف يحبس ما فيها، وبسطها يذهب ما فيها"(٣). وقد قال الإمام الطاهر بن عاشور رحمه الله: "الشح وهو مفسدة للمحاويج ولصاحب المال، إذ يجر إليه كراهية الناس إياه، وكراهيته إياهم"(٤).

وفي الاقتصاد الإسلامي تظهر نتيجة ذلك السلوك واضحة، حيث يؤدي كل من الشح، والبخل، والتقتير، إلى اكتناز الأموال، وعدم توزيع الثروة والدخل، وعدم دوران النقود، وتعطيل وظيفة المال الحقيقية المتمثلة في إنفاقه على النفس وإشباع الحاجة، كما يؤدي ذلك السلوك إلى عدم تحقيق التكافل الاجتماعي؛ نتيجةً للامتناع عن إيتاء الزكاة وبذل الصدقات، وعلى إثر ذلك تتعطل التنمية والازدهار(٥)؛ لأجل

---

(١) يوسف إبراهيم يوسف، "القيم الإسلامية، ودورها في ترشيد السلوك الإسلامي"، (جامعة الأزهر، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، ١٩٩٩م) ١٣.

(٢) النووي، "المنهاج"، ١٦: ٢٢٢.

(٣) القرطبي، "الجامع لأحكام القرآن"، ١٠: ٢٥٠.

(٤) ينظر: الطاهر بن عاشور، "التحرير والتنوير"، ١٥: ٨٤، بتصرّف.

(٥) د. محمد نايف العتيبي، "مواجهة أزمة الغذاء العالمية من منظور إسلامي"، جامعة الأزهر، =

ذلك قرن النبي ﷺ البخلَ بالظلم، فقال ﷺ: «**اتَّقُوا الظلمَ، فإن الظلمَ ظُلُماتٌ يوم القيامةِ، واتَّقُوا الشُّحَّ، فإن الشُّحَّ أَهلَكَ مَن كان قبلَكُم، حَمَلَهُم على أَن سَفَكُوا دِماءَهُم واستَحلُّوا مَحارِمَهُم**»(١).

❁الفرع الثاني: تعزيز سلوك المستهلك من خلال قواعد وضوابط الرشد الاقتصادي(٢):

يسهم الرشد الاقتصادي بشكلٍ مباشرٍ في تعزيز سلوك المستهلك؛ وذلك لأن الرشد في الاقتصاد الإسلامي يعدُّ حقيقةً واقعةً لا مجال للشك فيها، فالمستهلك المسلم رشيدٌ، متعقلٌ ومتدبرٌ في الأصل، متى ما التزم منهج القرآن الكريم والسنة النبوية، وبالتالي يتصرف بسلوكٍ اقتصاديٍّ رشيدٍ متزنٍ ومعززٍ، يُوجه المستهلك نحو استهلاك مسؤول يرتكز على الحاجة الفعلية ويبتعد عن التبذير والإسراف، مما يحقق التوازن والاعتدال بين تلبية المتطلبات الشخصية والحفاظ على الموارد الاقتصادية، بحيث لا يكون الإنفاق مجرد استجابة لنزوات وقتية أو لإشباع رغبات آنية، بل يتسم بالعقلانية ويُبنى على أسس تحقق مصلحة الفرد والمجتمع في آنٍ واحدٍ(٣).

إن تحقيق الرشد الاقتصادي لدى المستهلك يستلزم وعياً اقتصاديًّا يُمكّنه من إدراك الفرق بين الحاجة والترف، وبين الإنفاق الضروري وغيره، فالإنسان بطبيعته يميلُ إلى الاستزادة مما حوله، وقد تغريه المظاهر الاستهلاكية البراقة، فينجرف وراء موجات الترف والإنفاق غير المبرر، إلا أن الرشد الاقتصادي بمبادئه وقواعده يعزز من سلوكه

=

المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة ١١، (٢٠١٤م): ٢٤، بتصرف.

(١) مسلم، حديث رقم: (٢٥٧٨)، ٤: ٩٩٦.

(٢) ينظر: د. صونية، "ترشيد الاستهلاك الفردي بين الاقتصاد الوضعي والاقتصاد الإسلامي وأثره في التنمية المستدامة"، ١٦ – ١٨، بتصرف.

(٣) د. الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، ٣٠، بتصرف.

ويمنحه القدرة على التحكم في نزواته المالية، واتخاذ قراراتٍ شرائيةٍ متزنةٍ، تحقق له المنفعة دون إضرار بمستقبله الاقتصادي(١).

وفي ضوء الشريعة الإسلامية، لا يُنظر إلى المال باعتباره وسيلة للاستهلاك العشوائي، بل هو أمانة ينبغي استثمارها بحكمة، فيما يعود بالنفع، والبعد عن التبذير والتفاخر الذي يؤدي إلى إهدار الثروات دون مبرر، كما يرتبط هذا المفهوم في الاقتصاد الإسلامي بمبدأ الرقابة الذاتية، واستشعار حمل الأمانة التي في ذمة المستهلك، حيث يُعتبر الفرد مُستَأمَناً على المال والموارد التي يملكها، مما يُلزمه بالتصرف فيها بعناية وحكمة دون إسراف(٢)، تطبيقاً لقوله تعالى: ﴿**وَكُلُوا۟ وَٱشْرَبُوا۟ وَلَا تُسْرِفُوٓا۟ ۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلْمُسْرِفِينَ**﴾.

وتتجلى مظاهر الرشد الاقتصادي في قدرة المستهلك على تنظيم أولوياته المالية، بحيث يقدم الضروريات على الكماليات، ويوازن بين الإنفاق والادخار، فلا يكون مغالياً في اقتناء ما لا حاجة له به، ولا يكون شحيحاً يمنع عن نفسه وأسرته ما يسد احتياجاتهم الأساسية، كما ينبغي أن يكون قنوعاً راضياً بما لديه، حيث يرتبط مفهوم القناعة بالتوجيه النبوي، حيث قال ﷺ: «**ارضَ بما قسم الله لك تكن أغنى الناس**»(٣).

كما يعزز الرشد الاقتصادي سلوك المستهلك، بترسيخ مفهوم الاستدامة المالية، حيث لا يقتصر الإنفاق على الزمن الحاضر، بل يجب أن يأخذ في الاعتبار المستقبل كذلك. فالادخار، على سبيل المثال، ليس مجرد عملية اكتناز للمال، بل هو

---

(١) ينظر: د. الرماني، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، ٣٣، بتصرف.

(٢) حسين حسين شحاتة، "الاقتصاد الإسلامي بين النظرية والتطبيق"، (ط ١، القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠٨م) ٩٦، بتصرف.

(٣) الترمذي، حديث رقم: (٢٤٥٨) ٤: ٣٤٦.

وسيلة لتحقيق الاستقرار المالي وضمان استمرارية العيش الكريم في المستقبل، وذلك من خلال التخطيط المالي السليم، وفي الحديث عن النبي ﷺ أنه قال: «**اعقلها وتوكل**»(١)، فهذا المنهج النبويُّ يشير إلى أهمية الأخذ بالأسباب، والعمل الذي لا ينافي التوكل على الله سبحانه، ومن ذلك التخطيط المالي، مما يدعم ثقافة الادخار وإدارة المال بوعي وعقل، وترك مظاهر الترف.

ومن المبادئ المهمة التي يؤكد عليها الاقتصاد الإسلامي في هذا السياق، ضرورة توجيه المال نحو أوجه الإنفاق النافع، سواء من خلال الاستثمار في مشاريع إنتاجية، أو من خلال الإنفاق في وجوه الخير مثل: الصدقات والزكاة، مما يحقق تكافلاً اقتصاديًّا، يحد من الفجوات الاجتماعية ويعزز العدالة في توزيع الثروات، ويعكس تحفيز المستهلكين على المساهمة في العدالة الاجتماعية، ودعم الفئات المحتاجة؛ امتثالاً لقوله ﷺ: «**ليس بمؤمنٍ من بات شبعان، وجارُه إلى جنبِه جائعٌ وهو يعلمُ**»(٢).

ولا يقتصر الرشد الاقتصادي على ضبط سلوكيات الأفراد في الإنفاق، بل يمتد ليشمل المجتمع ككل، حيث يؤدي تطبيقه إلى استقرار الأسواق، والحد من التقلبات الاقتصادية، ومنع الأزمات المالية الناتجة عن أنماط الاستهلاك غير الرشيدة، كما أن للدولة دوراً مهماً في تعزيز هذا المفهوم، من خلال سن التشريعات التي تحمي المستهلك من التضليل الإعلاني والاستغلال التجاري، فضلاً عن توفير برامج توعوية تسهم في نشر ثقافة الاستهلاك المسؤول.

---

(١) صحيح ابن حبان، تحقيق: محمد علي سونمز، (ط ١، بيروت: دار ابن حزم، ١٤٣٣هـ)، حديث رقم: (٤٤٧٥) ٥: ٣٢٤.

(٢) محمد ناصر الدين الألباني، "تخريج أحاديث مشكلة الفقر وكيف عالجها الإسلام"، (ط ١، بيروت: المكتب الإسلامي، ١٤٠٥هـ)، حديث رقم: (٩٧) ٦٥.

وفي الختام، يمكن القول إن تعزيز سلوك المستهلك من خلال الرشد الاقتصادي وفق منظور الاقتصاد الإسلامي يمثل منهجاً متكاملاً، يحقق التوازن بين الاستهلاك المسؤول، وحماية الموارد المالية، وتحقيق العدالة الاقتصادية. فالرشد الاقتصادي ليس مجرد سلوك فردي، بل هو منظومة أخلاقية واقتصادية تُسهم في ضبط وتعزيز سلوك المستهلكين، وتسعى لتحقيق الاستقرار المالي والاجتماعي، وتجعل من المال وسيلة للبناء والتنمية، وليس أداة للإسراف والضياع.

الخاتمة

في ختام هذا البحث، يظهر دور الرشد الاقتصادي واضحاً وجليّاً في تعزيز وتوجيه سلوك المستهلك نحو التوسط والاعتدال، وعدم مجاوزة الحد، حيث أرشد الاقتصاد الإسلامي الأفراد إلى ضبط سلوكهم وتصرفاتهم الاقتصادية من خلال النصوص الشرعية التي جاءت ببيان الحلال والحرام، والأمر والنهي، وبيان أن الأصل في المعاملات هو الحل والإباحة، إلا ما ورد فيه النص، وعلى إثر ذلك، يمكن إيجاز أبرز النتائج التي توصل إليها البحث، فيما يلي:

١. تعزيز القيم الإسلامية: يعزز الرشد الاقتصادي القيم الإسلامية الأساسية، مثل: الاعتدال، والشفافية، مما يؤدي إلى تشكيل سلوكيات استهلاكية مسؤولة ورشيدة.

٢. توجيه سلوك المستهلك: يسهم الرشد الاقتصادي في توجيه سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي، نحو خيارات استهلاكية أكثر استدامة، مما يقلل من الهدر ويعزز من الاستخدام الأمثل والفعّال للموارد.

٣. أثر الثقافة الاقتصادية: تؤثر الثقافة الاقتصادية المستندة إلى المبادئ الإسلامية في تشكيل المفاهيم المتعلقة بالاستهلاك، مثل: التوسط في الإنفاق، والاعتدال في الاستهلاك، والتوازن بين درجات الحاجات، مما يعزز من السلوكيات الاقتصادية الرشيدة.

٤. الحد من الاستهلاك المفرط: يسهم تعزيز مفهوم الرشد الاقتصادي في

تقليل ظاهرة الاستهلاك المفرط، مما ينعكس إيجابًا على الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي، ويتحقق بذلك مقصد الاقتصاد الإسلامي من الترشيد.

٥. المساهمة في التنمية المستدامة: تظهر أهمية الرشد الاقتصادي كأداة فعالة في الاقتصاد الإسلامي؛ لتحقيق التنمية المستدامة، من خلال تحسين إدارة الموارد، وتعزيز الوعي الاستهلاكي.

❁ ويمكن إيجاز أبرز التوصيات، فيما يلي:

١. ضرورة التوعية بالقيم الإسلامية في المجال الاقتصادي، بتكثيف الجهود لنشر الوعي بأهمية القيم الإسلامية، من خلال المناهج الدراسية، والخطب، والندوات، ووسائل الإعلام.

٢. ضرورة إعداد برامج تثقيفية عن الرشد الاقتصادي، بتنظيم حملات توعوية وبرامج تدريبية موجهة للأفراد والعائلات؛ لتعليمهم أسس الإنفاق الرشيد والاستهلاك المسؤول وفق الضوابط الإسلامية.

٣. ضرورة تطوير سياسات للحد من الاستهلاك المفرط، بتشجيع المؤسسات الحكومية والخاصة على وضع سياسات وآليات تقلل من الهدر وتحد من الاستهلاك المفرط، من خلال التشريعات والرقابة الاقتصادية.

٤. ضرورة تشجيع ودعم الأبحاث في مجال الاقتصاد الإسلامي، من خلال الدراسات المتعلقة بالرشد الاقتصادي وسلوك المستهلك، مع التركيز على تقديم حلول مبتكرة ومتوافقة مع متغيرات العصر.

٥. ضرورة تحفيز الابتكار في الحلول الاقتصادية الإسلامية، بدعوة المؤسسات المالية إلى تطوير منتجات وخدمات تعزز من مفهوم الاستهلاك الرشيد، وتحفز على الاستثمار المسؤول، بما يؤول إلى تحقيق التنمية المستدامة.

ختاماً، تؤكد هذه النتائج والتوصيات على أهمية الرشد الاقتصادي في تعزيز سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي، مما يستدعي المزيد من الدراسات والأبحاث التي تستكشف هذا الجانب بشكل أعمق، لتوفير حلول مستدامة تتماشى

مع المبادئ والقيم الإسلامية.

فهرس المصادر والمراجع

القرطبي، محمد بن أحمد، "الجامع لأحكام القرآن"، (ط ٢، القاهرة: دار الكتب المصرية، ١٣٨٤هـ).

الأصفهاني، الحسين بن محمد، "المفردات في غريب القرآن"، (ط ١، بيروت: دار القلم، الدار الشامية، ١٤١٢هـ).

الأصفهاني، الحسين بن محمد، "مفردات ألفاظ القرآن"، (ط ١، بيروت: دار القلم، الدار الشامية، ١٤١٢هـ).

البقاعي، إبراهيم بن عمر، "نظم الدرر في تناسب الآيات والسور"، (القاهرة: دار الكتاب الإسلامي).

صحيح البخاري، (ط ٢، مكتبة دار السلام، ١٤١٩هـ).

صحيح مسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبدالباقي، (القاهرة: مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه، ١٣٧٤هـ).

النووي، محيي الدين، "المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج"، (ط ٢، بيروت: دار إحياء التراث العربي، ١٣٩٢هـ).

سنن الترمذي، (ط ١، الرياض: دار الرسالة العالمية، ١٤٣٠هـ).

سنن ابن ماجه، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، (ط١، دار الرسالة العالمية، ١٤٣٠هـ).

صحيح ابن حبان، تحقيق: محمد علي سونمز، (ط ١، بيروت: دار ابن حزم، ١٤٣٣هـ).

الجزري، علي بن محمد، "النهاية في غريب الحديث والأثر"، (بيروت: المكتبة العلمية، ١٣٩٩هـ).

الألباني، محمد ناصر الدين، "سلسلة الأحاديث الصحيحة"، (ط ١، الرياض: مكتبة المعارف للنشر والتوزيع، ١٤١٥هـ).

الألباني، محمد ناصر الدين، "صحيح الجامع الصغير وزيادته"، (المكتب الإسلامي).

الألباني، محمد ناصر الدين، "تخريج أحاديث مشكلة الفقر وكيف عالجها الإسلام"، (ط ١، بيروت: المكتب الإسلامي، ١٤٠٥هـ).

القزويني، أحمد بن فارس، "معجم مقاييس اللغة"، ت: عبدالسلام هارون، (ب. ط، بيروت: دار الجيل).

الأنصاري، ابن منظور، "لسان العرب"، (ط ٣، بيروت: دار صادر، ١٤١٤هـ).

الحموي، أحمد بن محمد،" المصباح المنير في غريب الشرح الكبير"، (ب. ط، بيروت: المكتبة العلمية).

ابن رشد، محمد بن أحمد، "بداية المجتهد ونهاية المقتصد"، (بيروت: دار المعرفة، ١٤٠٣هـ).

المقدسي، أحمد بن قدامة، "المغني"، (ط ١، مكتبة القاهرة، ١٣٨٨هـ).

الشافعي، محمد بن إدريس، "الأم"، (ط ٢، بيروت: دار الفكر، ١٤٠٣هـ).

النووي، محيي الدين، "تحرير ألفاظ التنبيه"، (ط ١، دمشق: دار القلم، ١٤٠٨هـ).

ابن حزم، علي بن أحمد، "المحلى"، (مصر: مكتبة الجمهورية العربية، ١٣٨٩هـ).

المقدسيّ، أحمد بن قُدامَة، "مختصر منهاج القاصدين"، (بَيرُوت: مكتبة دار البيان، مُؤسسة عُلوم القُرآن، ١٣٩٨هـ).

ابن عبدالسلام، العز، "شجرة المعارف والأحوال"، (دمشق: دار الطباع، ١٤١٠هـ).

الشاطبي، إبراهيم بن موسى، "الموافقات"، (ط ١، دار ابن عفان، ١٤١٧هـ).

ابن عاشور، الطاهر، "التحرير والتنوير"، (تونس: الدار التونسية للنشر، ١٩٨٤م).

الجرجاني، علي بن محمد، "التعريفات"، (ط ١، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٤٠٣هـ).

الصغير، أ. حميد، "الرشد الاقتصادي للمستهلك بين الاقتصاد الإسلامي ونظيره الوضعي"، (المملكة المغربية: جامعة محمد الأول)، مقالة منشورة على الشبكة العنكبوتية، (٢٠١٥م).

المنيف، د. ماجد بن عبدالله، "مبادئ الاقتصاد – التحليل الجزئي"، (الرياض: عمادة شؤون الكليات، جامعة الملك سعود، ١٤١٠هـ).

غانم، د. حسين، "نظرية سلوك المستهلك"، (ب. ن، ١٤٠٦هـ).

التركماني، د. خالد، "المذهب الاقتصادي الإسلامي"، (جدة: مكتبة السوادي، ١٤١١هـ).

صديقي، د. محمد نجاة الله، "تدريس الاقتصاد الجزئي من منظور إسلامي"، جدة، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز، (١٤٠٩هـ).

سعيد، عبدالغني، "نحو الرشد الاقتصادي"، (القاهرة: دار النيل للطباعة، ١٩٥٠م).

الرماني، د. زيد بن محمد، "الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك"، كتاب منشور على الشبكة العنكبوتية.

الصميدعي، محمود جاسم؛ وعثمان يوسف، ردينة "سلوك المستهلك"، (عمَّان: دار المنهاج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م).

السلمي، علي، "السلوك التنظيمي"، (القاهرة: مكتبة القاهرة، ١٩٧٩م).

عمر، أيمن علي، "قراءات في سلوك المستهلك"، (الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٦م).

بازرعة، محمود صادق، "إدارة التسويق"، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٨٥م).

ابن عيسى، عنابي، "سلوك المستهلك، عوامل تأثير البيئة"، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٣م).

"التسويق الفعَّال-كيف تواجه تحديات القرن الحادي والعشرون؟"، (مصر: مكتبات مؤسسة الأهرام، ٢٠٠٢م).

المؤذن، محمد صالح، "مبادئ التسويق"، (عمَّان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).

إروين، بول، "سلوك المستهلك"، (١٩٧٠م).

النبهان، د. محمد فاروق، "أبحاث في الاقتصاد الإسلامي"، (بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٤٠٦هـ).

ابن عيد، د. محمد العلي القري، "مقدمة في أصول الاقتصاد الإسلامي"، (جدة: دار حافظ للنشر والتوزيع، ١٤١١هـ).

عبدالمنان، محمد، "الاقتصاد الإسلامي بين النظرية والتطبيق". ترجمة د. منصور التركي، (القاهرة: المكتب المصري الحديث، ١٩٧٦م).

قعدان، زيدان، "منهجُ الاقتصادِ في القُرآنِ"، (طرابلس: منشورات جمعية الدعوة

الإسلامية العالمية، ١٩٩٠م).

خان، ف، "دالة الاستهلاك الكلي في إطار إسلامي". جدة، مجلة أبحاث الاقتصاد الإسلامي ٢، (١٤٠٤هـ).

إقبال، م، "الزكاة، الاعتدال، والبحث"، جدة، معهد الاقتصاد الإسلامي ١، (١٤٠٥هـ).

قلعجي، د. محمد رواس، "مباحث في الاقتصاد الإسلامي"، (بيروت: دار النفائس، بيروت، ١٤١٢هـ).

دنيا، د. شوقي، "أعلام الاقتصاد الإسلامي"، (الرياض: مكتبة الخريجي، ١٤٠٤هـ).

صونية، د. عابد، "ترشيد الاستهلاك الفردي بين الاقتصاد الوضعي والاقتصاد الإسلامي وأثره في التنمية المستدامة"، (الجزائر: جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر، ٢٠٢٤م).

نجار، د. عبدالرحمن، "أثر الضوابط والقيم على سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي"، الجزائر: جامعة باتنة (١)، مجلة الإحياء ٢٨، (٢٠٢١م).

عللّوة، محمد، "الدُّنيا والآخِرة في ميزان الإِسلام"، (بيروت: دارُ قتُيبة، ١٤١١هـ).

"المقاصد الشرعية لحماية المستهلك في الفقه الإسلامي"، موقع جامع الكتب الإسلامية على الشبكة العنكبوتية.

الرُّماني، د. زيد بن محمد، "المفاهيم الاستهلاكية في ضوءِ القرآنِ والسُّنةِ"، مجلةُ دعوةِ الحق، رابطة العالم الإسلامي ١٥٣، (١٤١٥هـ).

عبدالحميد، أ. بو خاري؛ ومحمد، د. زرقون، "دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي"، جامعة ورقلة، بحث منشور على الشبكة العنكبوتية.

يوسف، د. أحمد، "القيم الإسلاميَّة في السُلوك الاقتصادِي"، (القاهرة: دَارُ الثَّقافةِ للنَّشرِ والتَّوزيعِ، ١٤١٠هـ).

عيسوي، د. عبدالرحمن، "الهديُ الإسلامي في مجال الاستهلاك"، المجلة الثقافية ٢٠، الأُردن، (١٤١١هـ).

عبد رب الرسول، د. علي، "المبادئ الاقتصادية في الإسلام".

الرماني، د. زيد بن محمد، "أهمية الاستهلاك في الإسلام"، مقالة منشورة على الشبكة

العنكبوتية، (٢٠١٠م).

أرشيد، د. محمود عبدالكريم، "المدخل إلى الاقتصاد الإسلامي"، (ط ١، الأردن: دار النفائس، ١٤٣٣هـ).

الهيتي، د. عبدالستار إبراهيم، "المبادئ الأساسية للاقتصاد الإسلامي"، (الدمام: مكتبة المتنبي، ١٤٢٩هـ).

الحوراني، أ.د. ياسر عبدالكريم، "معيار حد الكفاية وأثره في استحقاق الزكاة"، (دبي: دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري، ٢٠١٧م).

الفنجري، د. محمد شوقي، "الإسلام والمشكلة الاقتصادية"، (ط ٢، القاهرة: مكتبة السلام العالمية، ١٤٠١هـ).

العبادي، عبدالسلام، "المفهوم الإسلامي للحاجات الأساسية للإنسان"، (وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية، ١٩٨٦م).

يوسف، يوسف إبراهيم، "القيم الإسلامية، ودورها في ترشيد السلوك الإسلامي"، (جامعة الأزهر، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي، ١٩٩٩م).

العتيبي، د. محمد نايف، "مواجهة أزمة الغذاء العالمية من منظور إسلامي"، جامعة الأزهر، المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة ١١، (٢٠١٤م).

شحاتة، حسين حسين، "الاقتصاد الإسلامي بين النظرية والتطبيق"، (ط ١، القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠٨م).

bibliography

Al-Qurtubi, Muhammad ibn Ahmad, Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an (2nd ed., Cairo: Dar al-Kutub al-Misriyya, 1384 AH).

Al-Asfahani, Al-Husayn ibn Muhammad, Al-Mufradat fi Gharib al-Qur'an (1st ed., Beirut: Dar al-Qalam, Al-Dar Al-Shamiya, 1412 AH).

Al-Asfahani, Al-Husayn ibn Muhammad, Mufradat Alfaz al-Qur'an (1st ed., Beirut: Dar al-Qalam, Al-Dar Al-Shamiya, 1412 AH).

Al-Biqa'i, Ibrahim ibn Umar, Nazm al-Durar fi Tanasub al-Ayat wa al-Suwar (Cairo: Dar al-Kitab al-Islami).

Sahih al-Bukhari (2nd ed., Maktabat Dar al-Salam, 1419 AH).

Sahih Muslim, edited by Muhammad Fu'ad Abdul-Baqi (Cairo: Matba'at Isa Al-Babi Al-Halabi wa Shurakah, 1374 AH).

Al-Nawawi, Muhyi al-Din, Al-Minhaj Sharh Sahih Muslim ibn al-Hajjaj (2nd ed., Beirut: Dar Ihya al-Turath al-Arabi, 1392 AH).

Sunan al-Tirmidhi (1st ed., Riyadh: Dar al-Risalah al-Alamiyah, 1430 AH).

Sunan Ibn Majah, edited by Shu'ayb al-Arna'ut (1st ed., Dar al-Risalah al-Alamiyah, 1430 AH).

Sahih Ibn Hibban, edited by Muhammad Ali Sonmez (1st ed., Beirut: Dar Ibn Hazm, 1433 AH).

Al-Jazari, Ali ibn Muhammad, Al-Nihaya fi Gharib al-Hadith wa al-Athar (Beirut: Al-Maktaba al-Ilmiyya, 1399 AH).

Al-Albani, Muhammad Nasir al-Din, Silsilat al-Ahadith al-Sahiha (1st ed., Riyadh: Maktabat al-Ma'arif lil-Nashr wa al-Tawzi', 1415 AH).

Al-Albani, Muhammad Nasir al-Din, Sahih al-Jami' al-Saghir wa Ziyadatuh (Al-Maktab al-Islami).

Al-Albani, Muhammad Nasir al-Din, Takhreej Ahadith Mushkilat al-Faqr wa Kayfa A'alajaha al-Islam (1st ed., Beirut: Al-Maktab al-Islami, 1405 AH).

Al-Qazwini, Ahmad ibn Faris, Mu'jam Maqayis al-Lughah, edited by Abdul-Salam Harun (n.p., Beirut: Dar al-Jil).

Ibn Manzur, Al-Ansari, Lisan al-Arab (3rd ed., Beirut: Dar Sader, 1414 AH).

Al-Hamawi, Ahmad ibn Muhammad, Al-Misbah al-Munir fi Gharib al-Sharh al-Kabir (n.p., Beirut: Al-Maktaba al-Ilmiyya).

Ibn Rushd, Muhammad ibn Ahmad, Bidayat al-Mujtahid wa Nihayat al-Muqtasid (Beirut: Dar al-Ma'arifa, 1403 AH).

Al-Maqdisi, Ahmad ibn Qudama, Al-Mughni (1st ed., Maktabat al-Qahira, 1388 AH).

Al-Shafi'i, Muhammad ibn Idris, Al-Umm (2nd ed., Beirut: Dar al-Fikr, 1403 AH).

Al-Nawawi, Muhyi al-Din, Tahrir Alfaz al-Tanbih (1st ed., Damascus: Dar al-Qalam, 1408 AH).

Ibn Hazm, Ali ibn Ahmad, Al-Muhalla (Egypt: Maktabat al-Jumhuriyya al-Arabiyya, 1389 AH).

Al-Maqdisi, Ahmad ibn Qudama, Mukhtasar Minhaj al-Qasidin (Beirut: Maktabat Dar al-Bayan, Mu'assasat Ulum al-Qur'an, 1398 AH).

Ibn Abdul-Salam, Al-Izz, Shajarat al-Ma'arif wa al-Ahwal (Damascus: Dar al-Tibaa, 1410 AH).
Al-Shatibi, Ibrahim ibn Musa, Al-Muwafaqat (1st ed., Dar Ibn Affan, 1417 AH).
Ibn Ashur, Al-Tahir, Al-Tahrir wa al-Tanwir (Tunis: Al-Dar al-Tunisiyya lil-Nashr, 1984).
Al-Jurjani, Ali ibn Muhammad, Al-Ta'rifat (1st ed., Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyya, 1403 AH).
Al-Saghir, A. Hamid, Economic Maturity of the Consumer Between Islamic Economics and Secular Counterparts (Kingdom of Morocco: Mohamed I University), published online, (2015).2008.
Al-Munif, Dr. Majid bin Abdullah, Principles of Economics - Microeconomic Analysis, (Riyadh: Deanship of College Affairs, King Saud University, 1410 AH).
Ghanem, Dr. Hussein, Consumer Behavior Theory, (n.p., 1406 AH).
Al-Turkmany, Dr. Khalid, The Islamic Economic Doctrine, (Jeddah: Al-Sawadi Library, 1411 AH).
Siddiqui, Dr. Muhammad Najatullah, Teaching Microeconomics from an Islamic Perspective, Jeddah, King Abdulaziz University Journal, (1409 AH).
Saeed, Abdelghani, Towards Economic Maturity, (Cairo: Al-Nil Printing House, 1950).
Al-Romani, Dr. Zaid bin Muhammad, The Islamic Perspective on Consumer Behavior, published online.
Al-Sumaidaie, Mahmoud Jassim; and Othman Yusuf, Radina, Consumer Behavior, (Amman: Dar Al-Manhaj Publishing and Distribution, 2006).
Al-Salami, Ali, Organizational Behavior, (Cairo: Cairo Library, 1979).
Omar, Ayman Ali, Readings in Consumer Behavior, (Alexandria: The University Publishing House, 2006).
Bazaraa, Mahmoud Sadeq, Marketing Management, (Cairo: Dar Al-Nahda Al-Arabiya, 1985).
Ibn Issa, Anabi, Consumer Behavior and Environmental Influences, (Algeria: University Press Bureau, 2003).
Effective Marketing: How to Face the Challenges of the 21st Century?, (Egypt: Al-Ahram Institution Libraries, 2002).
Al-Mu'azin, Mohammed Saleh, Principles of Marketing, (Amman: Dar Al-Thaqafa Publishing and Distribution, 2008).
Irwin, Paul, Consumer Behavior, (1970).
Al-Nabhan, Dr. Muhammad Farouq, Studies in Islamic Economics, (Beirut: Al-Resalah Foundation, 1406 AH).
Ibn Eid, Dr. Muhammad Al-Ali Al-Qari, Introduction to the Foundations of Islamic Economics, (Jeddah: Dar Hafiz Publishing and Distribution, 1411 AH).
Abdul-Mannan, Muhammad, Islamic Economics Between Theory and Application. Translated by Dr. Mansour Al-Turki, (Cairo: The Modern Egyptian Office, 1976).
Qadaan, Zaidan, The Approach of Economics in the Qur'an, (Tripoli: Publications of the Islamic Call Association, 1990).
Khan, F., Aggregate Consumption Function in an Islamic Framework, Jeddah, Islamic Economics Research Journal 2, (1404 AH).
Iqbal, M., Zakat, Moderation, and Research, Jeddah, Islamic Economics Institute 1, (1405 AH).
Qalaji, Dr. Muhammad Rawas, Studies in Islamic Economics, (Beirut:

Dar Al-Nafaes, 1412 AH).

Dunya, Dr. Shawqi, Figures of Islamic Economics, (Riyadh: Al-Khuraiji Library, 1404 AH).

Souniya, Dr. Abed, Rationalizing Individual Consumption Between Conventional and Islamic Economics and Its Impact on Sustainable Development, (Algeria: Mustapha Stambouli University Mascara, 2024).

Najjar, Dr. Abdulrahman, The Impact of Regulations and Values on Consumer Behavior in Islamic Economics, Algeria: University of Batna (1), Al-Ihyaa Journal 28, (2021).

Allaloua, Muhammad, The World and the Hereafter in the Balance of Islam, (Beirut: Dar Qutaiba, 1411 AH).

The Sharia Objectives of Consumer Protection in Islamic Jurisprudence, Islamic Books Archive website.

Al-Romani, Dr. Zaid bin Muhammad, Consumer Concepts in Light of the Qur'an and Sunnah, Dawat Al-Haq Journal, Muslim World League 153, (1415 AH).

Abdelhamid, A. Boukhari; and Mohamed, Dr. Zarqoun, The Role of Islamic Economics in Rationalizing Consumer Behavior, University of Ouargla, published online.

Youssef, Dr. Ahmed, Islamic Values in Economic Behavior, (Cairo: Dar Al-Thaqafa Publishing and Distribution, 1410 AH).

Eisaoui, Dr. Abdulrahman, Islamic Guidance in the Field of Consumption, Cultural Journal 20, Jordan, (1411 AH).

Abdul-Rabb Rasoul, Dr. Ali, Economic Principles in Islam.

Al-Romani, Dr. Zaid bin Muhammad, The Importance of Consumption in Islam, an article published online, (2010).

Arshed, Dr. Mahmoud Abdulkarim, Introduction to Islamic Economics, (1st Edition, Jordan: Dar Al-Nafaes, 1433 AH).

Al-Hiti, Dr. Abdul Sattar Ibrahim, Basic Principles of Islamic Economics, (Dammam: Al-Mutanabbi Library, 1429 AH).

Al-Hourani, Prof. Dr. Yasser Abdulkarim, The Criterion of Sufficiency and Its Impact on Zakat Eligibility, (Dubai: Department of Islamic Affairs and Charitable Work, 2017).

Al-Fanjari, Dr. Muhammad Shawqi, Islam and the Economic Problem, (2nd Edition, Cairo: International Peace Library, 1401 AH).

Al-Abadi, Abdulsalam, The Islamic Concept of Basic Human Needs, (Ministry of Awqaf and Islamic Affairs, 1986).

Youssef, Youssef Ibrahim, Islamic Values and Their Role in Rationalizing Islamic Behavior, (Al-Azhar University, Saleh Kamel Center for Islamic Economics, 1999).

Al-Otaibi, Dr. Muhammad Nayef, Addressing the Global Food Crisis from an Islamic Perspective, Al-Azhar University, Scientific Journal of the Faculty of Commerce 11, (2014).

Shehata, Hussein Hussein, Islamic Economics Between Theory and Application, (1st Edition, Cairo: University Publishing House, 2008).

الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH

The Contents of Part (3)

No.	Researches	page
1-	**Halal Certification Sharia Foundation and Regulatory Requirement** Prof. Mohammad bin Sanad Al Shamani	11
2-	**Do not ask me unnecessarily about the details of the things which I do not mention to you. Verily, the people before you were doomed because they were used to putting many questions to their Prophets and had differences about their Prophets. Refrain from what I forbid you and do what I command you to the best of your ability and capacity** Dr. Khawla bint Abdul Rahman Al-Khamis	53
3-	**Revealing the Secrets Contained in Al-Burhān of Al-Juwaynī (d. 478 AH)** Dr. Hatem bin Abdullah bin Jalawy Almutayri	103
4-	**The Terms: "Al-Ḥaythiyyah, Al-Iṭlāqiyyah, Al-Ta'līliyyah, and Al-Taqyīdiyyah" According To Al-'Aṭṭār (d. 1250 AH) in His Annotation on the Commentary of Al-Maḥallī on" Jam' 'Al-Jawāmi** **- An Inductive Analytical Study -** Dr. Thamer bin Abdurrahman bin Omar Nassief	131
5-	**The Impact of Artificial Intelligence on the Development of ECommerce** **- An Analytical Study in Light of the Saudi Law -** Prof. Ibrahim bin Salem Al-Hubayshi Al-Juhani	185
6-	**Economic Rationality and Its Role in Enhancing Consumer Behavior from the Perspective of Islamic Economics** Dr. Waleed bin Mohammed bin Ahmed Asiri	253
7-	**The Value of Consoling Hearts in Islamic Legal Reasoning** **- A Fundamental and Analytical Study -** Dr. Mohammed Abdullah Mohammed AlAbdulkarim	307
8-	**The stabbings of orientalists in the systems of Islamic civilization and their refutation** Dr. Arwa bint Muhammad Al-uqla	355

The views expressed in the published papers reflect the view of the researchers only, and do not necessarily reflect the opinion of the journal

Publication Rules at the Journal (*)

1-The research should be new and must not have been published before.

2-It should be characterized by originality, novelty, innovation, and addition to knowledge.

3-It should not be excerpted from a previous published works of the researcher.

4-It should comply with the standard academic research rules and its methodology.

5-The paper must not exceed (12,000) words and must not exceed (70) pages.

6-The researcher is obliged to review his research and make sure it is free from linguistic and typographical errors.

7-In case the research publication is approved, the journal shall

8- assume all copyrights, and it may re-publish it in paper or electronic form, and it has the right to include it in local and international databases - with or without a fee - without the researcher's permission.

9-The researcher does not have the right to republish his research that has been accepted for publication in the journal - in any of the publishing platforms - except with written permission from the editor-in-chief of the journal.

10-The journal's approved reference style is "Chicago".

11-The research should be in one file, and it should include:

- A title page that includes the researcher's data in Arabic and English.
- An abstract in Arabic and English.
- An Introduction which must include literature review and the scientific addition in the research.
- Body of the research.
- A conclusion that includes the research findings and recommendations.
- Bibliography in Arabic.
- Romanization of the Arabic bibliography in Latin alphabet on a separate list.
- Necessary appendices (if any).

12-The author should send the following attachments on the portal:

The research in WORD and PDF format, the undertaking form, a brief CV, and a request letter for publication addressed to the Editor-in-chief.

(*) These general rules are explained in detail on the journal's website: http://journals.iu.edu.sa/ILS/index.html

The Editorial Board

Prof. Youssef bin Muslih Al-Raddadi
Professor of Qur'an Readings at the Islamic University
(Editor-in-Chief)

Prof. Abd-al-Qādir ibn Muḥammad ʻAṭā Ṣūfī
Professor of Aqeedah at the Islamic University
(Managing Editor)

Prof. Muhammad bin Ahmad Barhaji
Professor of Qirāʾāt at Taibah University

Prof. Hamad bin Muhammad Al-Hājiri
Professor of Comparative Jurisprudence and Islamic Politics at Kuwait University

Prof. Ramadan Muhammad Ahmad Al-Rouby
Professor of Economics and Public Finance at Al-Azhar University in Cairo

Prof. Abdullah bin Eid Al-Jarboui
Professor of Hadith Sciences at the Islamic University of Madinah

Prof. Abdullah bin Ali Al-Bariqi
Professor of the Fundamentals of Jurisprudence at the Islamic University of Madinah

Prof. Abdullāh ibn Ibrāhīm Al-Luḥaidān
Professor of Daʿwah at Imam Muhammad bin Saud Islamic University

Prof. Hamdān ibn Lāfī Al- Enazī
Professor of Qur'an Exegesis and Its Sciences at the University of Northern Boarder

Prof. Nayef bin Youssef Al-Otaibi
Professor of Exegesis and Qur'anic Sciences at the Islamic University

Prof. Abdul Rahman bin Rabah Al-Raddadi
Professor of Jurisprudence at the Islamic University of Madinah

Prof. Ibrahim bin Salim Al-Hubaishi
Professor of Private Law at the Islamic University

Dr. Ali bin Mohammed Albadrani
(Editorial Secretary)

Dr. Naif bin Jabr Al-Sulami
(Head of Publishing Department)

The Consulting Board

Prof. Faisal bin Jameel Ghazzawi
Imam and Khateeb of Masjid Al-Haraam, and former Professor in the Department of Qiraa'aat at Umm Al-Qura University (formerly)

His Highness Prince Dr. Sa'oud bin Salman bin Muhammad A'la Sa'oud
Associate Professor of Aqidah at King Sa'oud University

His Excellency Prof. Yusuff bin Muhammad bin Sa'eed
A former member of the high scholars

His Excellency Prof. Sa'd bin Turki Al-Khathlan
A former member of the high scholars (formerly)

Prof. Ismail Lutfi Japakiya
President of Fatani University, Thailand

Prof. Abdul Hadi bin Abdullah Hamito
Professor of Qiraa'aat at Mohammed VI Institute for Quranic Recitations, in Morocco

Prof. Ghanim Qadouri Al-Hamad
Professor at the College of Education, Tikrit University, Iraq (formerly)

Prof. Najm Abdul Rahman Khala
Former Professor of Noble Hadith and Its Sciences at the International Islamic University Malaysia (formerly)

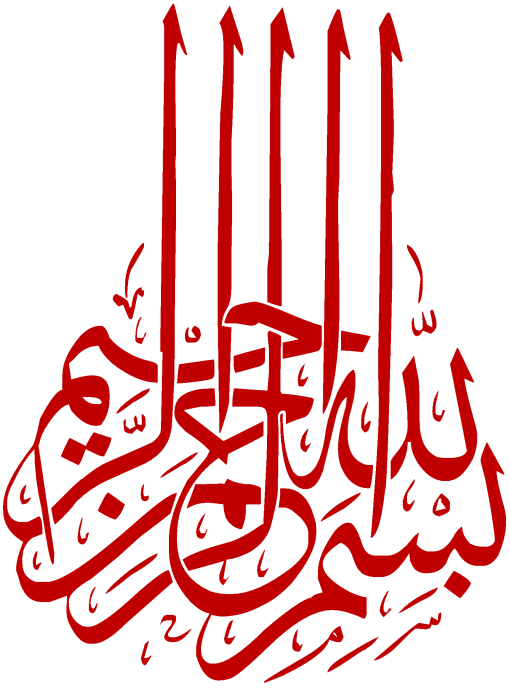
Correspondence :

Papers sent should be addressed to the Chief Editor through the journal's portal:

https://journals.iu.edu.sa/ILS

the journal’s website :

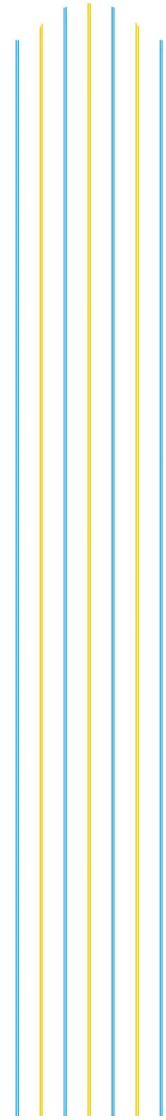
http://journals.iu.edu.sa/ILS/index.html


بسم الله الرحمن الرحيم

Copyrights are reserved

Paper Version :
Filed at the King Fahd National Library No :
7836 - 1439
and the date of : (17/9/1439 AH)
International serial number of periodicals (ISSN)
1658 - 7898

Online Version :
Filed at the King Fahd National Library No :
7838 - 1439
and the date of : (17/9/1439 AH)
International Serial Number of Periodicals (ISSN)
1658 - 7901



KINGDOM OF SAUDI ARABIA
MINISTRY OF EDUCATION
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH

ISLAMIC UNIVERSITY JOURNAL OF ISLAMIC LEGAL SCIENCES

REFEREED PERIODICAL SCIENTIFIC JOURNAL

Issue (215) - Volume (3) - Year (59) - December 2025

KINGDOM OF SAUDI ARABIA
MINISTRY OF EDUCATION
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH

ISLAMIC UNIVERSITY JOURNAL OF ISLAMIC LEGAL SCIENCES

REFEREED PERIODICAL SCIENTIFIC JOURNAL

Issue (215) - Volume (3) - Year (59) - December 2025