T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU ANABİLİM DALI
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU BİLİM DALI

TÜKETİCİ DAVRANIŞININ ŞEKİLLENDİRİLMESİNDE BANKA VE FİNANSAL KURUMLARDAKİ İSLAMİ FİNANSIN ROLÜ 2015-2019 SUUDİ ARABİSTAN KRALLIĞI DURUM İNCELEMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sawsan ALSAOUR

İstanbul
Mart – 2022

T.C.

İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU ANABİLİM DALI
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU BİLİM DALI

TÜKETİCİ DAVRANIŞININ ŞEKİLLENDİRİLMESİNDE BANKA VE FİNANSAL KURUMLARDAKİ İSLAMİ FİNANSIN ROLÜ 2015-2019 SUUDİ ARABİSTAN KRALLIĞI DURUM İNCELEMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sawsan ALSAOUR

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Abdalrahman MIGDAD

İstanbul
Mart – 2022

الجمهورية التركية
جامعة إسطنبول صباح الدين زعيم
معهد الدراسات العليا
قسم الاقتصاد الإسلامي والقانون

دور التمويلات الإسلامية في البنوك ومؤسسات التمويل في تشكيل السلوك الاستهلاكي

– دراسة حالة المملكة العربية السعودية ٢٠١٥–٢٠١٩م –

إعداد الطالبة:
سوسن بنت محمد الساعور

إشراف:
د. عبد الرحمن مقداد

إسطنبول
٢٠٢٢م – مارس

SAWSAN ALSAOUR

Ocak – 2022

TÜKETİCİ DAVRANIŞININ ŞEKİLLENDİRİLMESİNDE BANKA VE FİNANSAL KURUMLARDAKİ İSLAMİ FİNANSIN ROLÜ

2015-2019 SUUDİ ARABİSTAN KRALLIĞI DURUM İNCELEMESİ

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından İslam İktisadı ve Hukuku Anabilim Dalı, İslam İktisadı ve Hukuku Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Dr. Öğr. Üyesi Abdalrahman MİGDAD ……..……

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Abdelkader CHACHI .....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Zaid ALAZAKİ .....

Onay

Yukardaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

…….…….

Prof. Dr. Metin TOPRAK

Enistitü Müdürü

Bilimsel Etik Bildirimi

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırladığım "**Tüketici Davranışının Şekillendirilmesinde Banka ve Finansal Kurumlardaki İslami Finansın Rolü 2015-2019 Suudi Arabistan Krallığı Durum İncelemesi**" Çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

SAWSAN ALSAOUR

تعهدٌ بالالتزامِ بالقواعدِ العلمِية الأخلاقيةِ

لقد التزمت خلالَ الفترة الممتدة من مرحلة اقتراح الرسالة بعنوان: **"دور التمويلات الإسلامية في البنوك ومؤسسات التمويل في تشكيل السلوك الاستهلاكي دراسة حالة المملكة العربية السعودية ٢٠١٥–٢٠١٩"**، إلى نهاية إعدادي لها بالقواعد الأخلاقية العلمية، وأُقِّر بأنَّنِّي قد قمت بإعداد جميع المعلومات في الرسالة وفقاً لقواعد كتابة الرسالة التي حصلتُ عليها في إطار الأخلاقيات العلمية، وأنَّ جميع الاقتباسات التي استخدمتها في الرسالة بشكلٍ مباشرٍ وغير مباشرٍ هي كما وثَّقتها، وأثبتُها في قائمة المراجع.

الباحثة

سوسن الساعور

شكر وعرفان

الحمد لله المستحق للحمد.. الحمد لله المنان المتفضل بعطائه وإسباغ نعمه..
الحمد لله لكرمه ولطفه.. الحمد لله حمداً كثيراً طيباً..
كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه..
فاللهم كما أكرمت فسدد وبارك.. وكما هديت وأنعَمت فَزِد..
والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين.. من نهتدي بهديه ونقتدي بسنته..
عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم وعلى آله وصحبه أجمعين..

ثم شكري وامتناني لمشرفي الفاضل الدكتور عبد الرحمن مقداد حفظه الله.. لما قدمه من دعم ومساعدة وتطوير لتظهر الرسالة بصورتها النهائية.. فأجزل الله له الأجر والمثوبة..

وكل الشكر والعرفان للدكتور الفاضل أشرف دوابه.. على تيسيره لبرنامج الماجستير ووقوفه معي ودعمه المتواصل.. أسأل الله أن يجزيه عني خير الجزاء..

ولوالديّ الحبيبَين، اللذَيْن رافقتني دعَواتُهما طيلة سنوات الدراسة.. هذا العمل ثمرة دعائكما.. وكلماتي عاجزة عن العرفان لجميلكما.. شكرًا واحدة لا تكفي، شُكْري لكما أبدِيٌّ لا ينقطع.. حفظكما الله لنا بخير.. وكتب أجركما في عليين..
ولأخواتي وأخي.. لساني يلهج بشكركم.. وقلبي ممتن لدعمكم.. كنتم خير سند رغم البُعْد.. زادنا الله قرباً وألفة.. وجمعنا الله في جناته..
ولبقية أفراد العائلة العزيزة جميعاً.. التي ساندتني وكانت خير داعم بدعائها وقربها..
جزاكم الله خير الجزاء.. وزادكم رفعةً في الدنيا والآخرة..
والحمد لله أولاً وآخراً

سوسن الساعور
إسطنبول – ٢٠٢٢

ÖZET

TÜKETİM DAVRANIŞLARINI ŞEKİLLENDİRMEDEKİ BANKALARDA VE FİNANSAL KURUMLARINDA İSLAMİ FİNANSIN ROLÜ 2015-2019 YILLARI ARASINDA SUUDİ ARABİSTAN KRALLIĞI DURUM ÇALIŞMASI

Sawsan ALSAOUR

Yüksek Lisans Tezi: İslam İktisadı ve Hukuku

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Abdalrahman MİGDAD

Mart, 2022 - 145 Sayfa

İşbu çalışmanın amacı, Suudi Arabistan Krallığı'ndaki bireylerin ve ailelerinin tüketim davranışlarını şekillendirmedeki bankalarda ve finansal kurumlarında islami finansın rolün türünü aşağıdaki soruları yanıtlayarak ortaya koymaktır:

İslam ekonomisinin tüketim davranışına bakış açısı nedir? Tüketim davranışını etkileyen İslami finans biçimleri nelerdir? Suudi Arabistan Krallığı'nda tüketici davranışı nasıl tanımlanabilir? Bu da, Suudi Arabistan'daki bankacılık ve finans kurumları sektöründeki İslami finansın tüketici davranışlarını şekillendirmede ve onları yatırıma değil tüketime motive etmede olumsuz bir role sahip olduğu varsayıma dayanmaktadır.

2015 - 2019 yılların arasında Suudi Arabistan'daki İslami finanstan yararlanan kişiler hedef kitlesi olarak belirlemiştim. Çalışmanın, teorik tarafında tümevarım yaklaşımı, pratik tarafında ise analitik betimsel yaklaşımı izlemişimdir. Çalışma örneklemi 433 kişiden oluşmakta olup, bilgi toplamak için anket yöntemi kullanmışımdır; vardığım en önemli sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Finanstan yararlanmadan önce geliri gerekli ihtiyaçları karşılamaya yetecek düzeyde olanların çoğunluğu, finanslarını “tümü tüketime” ya da “çoğu tüketime, küçük bir kısmını yatırıma” yönlenmiştir. Finanslarını "temel ihtiyaçları karşılamaya" yönlendirenlerin çoğu, bu finansın nasıl tüketeceğini planlamamış veya bir kısmını nasıl tüketeceğini planlamıştır. Ve finanstan yararlandıktan sonra harcamalarını finansı yararlandıktan önce aynı düzeyde harcamaya devam edenlerin veya harcamalarını

artanların büyük bir kısmı, Finanstan önce gelirinin gerekli ihtiyaçları karşılamaya yeterliydi, böylece Çalışma, varsayımını geçerliliğini kısmen doğruladı.

Örneklem üyelerinin çoğu finansı "temel ihtiyaçları karşılamak" için yararlanırken, çoğu "orta-yüksek" gelirlidir, yani gelirlerini tüketime harcamakta ve dayanıklı tüketim malları satın almak için borçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İslami Ekonomi, Tüketim Davranışları, Tüketim Finansı.

ABSTRACT

THE ROLE OF ISLAMIC FINANCE IN BANKS AND FINANCIAL INSTITUTIONS FOR SHAPING CONSUMPTION BEHAVIOR CASE STUDY OF KINGDOM OF SAUDI ARABIA 2015-2019

Sawsan Al-SAOUR

Master's Thesis: Islamic Economics and Law,

Dissertation Supervised by: Asst. Prof. Dr. Abdul Rahman MEQDAD

March, 2022 - 145 pages

This study aims to shed light on the type of role played by Islamic finance in the banking and funding institutions sector for shaping the attitude of individuals and their families in the Kingdom of Saudi Arabia, through answering the following questions: **What is the perspective of Islamic economics on consumer attitude; What are the formulas of Islamic finance affecting consumer attitude; How can consumer attitude be described in the Kingdom**, based on the assumption that Islamic finance in the banking and funding institutions sector in the Kingdom has had a negative role in shaping and motivating consumer attitude towards consumption rather than investment.

The study sample is made up of a group of Islamic finance beneficiaries in Saudi Arabia during the period (2015-2019), and adopted the inductive approach in the theoretical aspect, and the descriptive analytical approach in the practical aspect. In addition, the study employed a questionnaire tool to collect data for a sample of 443 persons.

Eventually, the study has concluded a number of findings, the most important of which are: the majority of those, whose income is sufficient enough to meet the essential needs before financing, have allocated their “full” finance “for consumption” or “most of it for consumption and a small part of it for investment”, and most of those whose finance was allocated for “meeting essential needs” did not plan a method for consuming the finance or planned only a part of it. Moreover, a large portion of those, whose spending after finance continued at the same, or higher than, their spending level at the time of obtaining the finance, had pre-finance income sufficient to meet the essential needs. Hence, the study partially proved the validity of its hypothesis. While most of the sample members

are financed to “meet essential needs”, most of them have “moderate to high” incomes, which means that they turn their income to consumption and borrow funds to acquire durable goods.

Keywords: Islamic Economics, Consumer Attitude, Consumer Finance.

الملخص

دور التمويلات الإسلامية في البنوك ومؤسسات التمويل في تشكيل السلوك الاستهلاكي – دراسة حالة المملكة العربية السعودية ٢٠١٥-٢٠١٩م –

سوسن بنت محمد الساعور

رسالة ماجستير: الاقتصاد والحقوق

المشرف على الرسالة: د. عبد الرحمن مقداد

١٤٥ صفحة مارس- ٢٠٢٢

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف نوع الدور الذي تؤديه التمويلات الإسلامية في قطاع البنوك ومؤسسات التمويل في تشكيل سلوك الأفراد وأسرهم بالمملكة العربية السعودية، وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة الآتية؛ ما منظور الاقتصاد الإسلامي للسلوك الاستهلاكي، وما صيغ التمويلات الإسلامية المؤثرة في السلوك الاستهلاكي، وكيف يمكن وصف سلوك المستهلك في المملكة، منطلقة من فرضية أن للتمويلات الإسلامية في قطاع البنوك ومؤسسات التمويل بالمملكة دور سلبي في تشكيل سلوك المستهلك وتحفيزه نحو الاستهلاك لا الاستثمار. واستهدفت مجتمع المستفيدين من التمويلات الإسلامية في السعودية خلال الفترة (٢٠١٥-٢٠١٩م)، واتبعت المنهج الاستقرائي في الجانب النظري منها، والمنهج التحليلي الوصفي في الجانب العملي. واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات لعينة تمثلت في٤٤٣ شخصاً.

وتوصلت لنتائج أهمها: غالبية من كان دخله يكفي لسد الاحتياجات الضرورية قبل التمويل، اتجه تمويله "بالكامل للاستهلاك" أو "أغلبه للاستهلاك وجزء قليل منه للاستثمار"، ومعظم من تمويله اتجه لـ "سد احتياجات أساسية" لم يُخطط لطريقة استهلاك التمويل أو خطَّط لجزءٍ منه، وأن نسبة كبرى ممّن استمر إنفاقه بعد التمويل بنفس مستوى وقت الحصول عليه أو زاد عليه؛ كان دخله قبل التمويل كافيًا لسد الاحتياجات الضرورية، وأثبتت الدراسة صحة فرضيتها جزئيًّا، ففي حين أن أغلب أفراد العينة تمَوَّل لـ"سد احتياجات أساسية"، فإن أغلب أفرادها من ذوي الدخل "المتوسط إلى المرتفع" ما يعني أنها تنفق دخلها على الاستهلاك وتقترض لاقتناء السلع المُعَمِّرة.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الإسلامي، السلوك الاستهلاكي، التمويل الاستهلاكي.

المحتويات

TEZ ONAY SAYFASI ..... **i**

تعهدٌ بالالتزامِ بالقواعدِ العلمِية الأخلاقيةِ ..... **ii**

شكر وعرفان ..... **iii**

ÖZET ..... **iv**

ABSTRACT ..... **vi**

الملخص ..... **viii**

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة **١**

١,١.موضوع البحث ١

١,٢.أهمية موضوع البحث ١

١,٣.مشكلة البحث ٣

١,٤.أسئلة البحث ٣

١,٥.فرضية البحث ٤

١,٦.منهاج البحث في الدراسة ٤

١,٧.تحليل الأدبيات المتعلقة بموضوع البحث ٥

الفصل الثاني: نظرة حول السلوك الاستهلاكي في النظام الاقتصادي الإسلامي **١٢**

٢,١. مفهوم سلوك المستهلك ١٢

٢,٢. العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي ١٤

٢,٢,١. القواعد الحاكمة للسلوك الاستهلاكي للمسلم ١٨

٢,٢,٢. محددات سلوك المستهلك المسلم ٢٣

٢,٢,٣. مكونات السلوك الاستهلاكي في الإسلام ٢٨
٢,٣. أهمية فهم سلوك المستهلك المسلم ٣٢
٢,٣,١. دور القِيَم في النظرية الاقتصادية ٣٥
٢,٣,٢. الفرق بين معنى الرشد الاستهلاكي في الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد الرأسمالي
..... ٤٠
الفصل الثالث: نظرة حول التمويلات الإسلامية التي تؤثر في السلوك الاستهلاكي ٤٥
٣,١. التمويلات الإسلامية التي تؤثر على السلوك الاستهلاكي ٤٥
٣,١,١. مفهوم التمويلات الإسلامية ٤٥
٣,١,٢. صيغ التمويلات الإسلامية الاستهلاكية في البنوك ومؤسسات التمويل ٤٧
٣,٢. التمويلات الإسلامية في المملكة العربية السعودية ٥١
٣,٢,١. نظام البنوك ومؤسسات التمويل في المملكة ٥١
٣,٢,٢. التمويلات الاستهلاكية في البنوك ومؤسسات التمويل في المملكة..... ٥٢
الفصل الرابع: دراسة حالة المملكة العربية السعودية ٥٥
٤,١. نظرة على سلوك المستهلك في المملكة العربية السعودية. ٥٥
٤,٢.العوامل المؤثرة في سلوك الفرد الاستهلاكي في المملكة العربية السعودية..... ٥٨
٤,٢,١. الأثر الاجتماعي على سلوك المستهلك..... ٥٨
٤,٢,٢.أثر الإعلام على السلوك الاستهلاكي ٥٩
٤,٢,٣.أثر التمويل الإسلامي على السلوك الاستهلاكي..... ٦٠
٤,٣. تأثير السلوك الاستهلاكي غير المنتج على الاقتصاد..... ٦١
٤,٤. دراسة تطبيقية على البنوك والمؤسسات التمويلية الإسلامية في المملكة ٦٤

٤,٤,١.سرد النتائج. ٦٤

٤,٤,٢.التعليق على النتائج ومناقشتها. ٩٩

الفصل الخامس: الخاتمة ١٠٩

٥,١. النتائج ١١٢

٥,٢. التوصيات ١١٣

المراجع ١١٥

السيرة الذاتية ١٢٦

الملاحق ١٢٧

فهرس الجداول

جدول ٢-١ الأحكام الشرعية والاستهلاك ٢٤
جدول ٣-١ القروض الاستهلاكية "الشخصية"مليار ريال سعودي.....٥٣
جدول ٤-١ متوسط الإنفاق والدخل للأسرة في السعودية ريال سعودي..... ٥٥
جدول ٤-٢ متوسط الإنفاق الشهري موزع على عناصر الإنفاق..... ٥٦
جدول ٤-٣ نتائج اختبار كروسكال ويلز للعلاقة بين العمر وبين كل من: اتجاه مبلغ التمويل للاستهلاك وللاستثمار، وأخذ التمويل بسبب ضغوطات المجتمع، والتعثر في السداد..... ٧٩
جدول ٤-٤ علاقة اتجاه التمويل للاستهلاك أو الاستثمار بشكل كامل أو جزئي مع العمر ٨٠
جدول ٤-٥ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة مكان الحصول على التمويل بكل من: نوع التمويل، مساهمة عروض التسهيلات، تقديم النصيحة من مقدمي التمويل ٨٢
جدول ٤-٦ العلاقة بين التمويل الشخصي ومكان الحصول على التمويل ٨٣
جدول ٤-٧ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة نوع التمويل بكل من: تأثير ضغط المجتمع، ومساهمة عروض التسهيلات، والتعثر في السداد ٨٥
جدول ٤-٨ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة عدد مرات أخذ التمويل مع نوع السلع والخدمات..... ٨٦
جدول ٤-٩ بعض مقاييس النزعة المركزية والتشتت لمتغير مبلغ التمويل ٨٧
جدول ٤-١٠ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة اتجاه التمويل للاستهلاك أو الاستثمار مع كفاية الدخل قبل التمويل للاحتياجات ٨٨
جدول ٤-١١ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة التخطيط الجيد لكامل مبلغ التمويل ونوع السلع والخدمات التي توجه لها التمويل..... ٨٩
جدول ٤-١٢العلاقة بين كفاية الدخل والتخطيط المسبق لمبلغ التمويل..... ٩٠
جدول ٤- ١٣ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة توجه التمويل للسلع والخدمات بكل من: مساهمة عروض التسهيلات، ومستوى الإنفاق، والتعثر بالسداد..... ٩١

جدول ٤-١٤ العلاقة بين أهمية أخذ تمويل وتوجه التمويل للسلع والخدمات ٩٢
جدول ٤-١٥ العلاقة بين أهمية أخذ تمويل وتوجه التمويل للسلع والخدمات ٩٣
جدول ٤- ١٦ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة كفاية الدخل للاحتياجات الضرورية وبين مساهمة عروض التسهيلات، ومستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل..... ٩٤
جدول ٤-١٧ الدخل بالفعل يغطي الاحتياجات الضرورية ومستوى الإنفاق ٩٥
جدول ٤-١٨ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة زيادة التمويل لإنفاق الأسرة على السلع الكمالية، ومساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في أخذ التمويل..... ٩٦
جدول ٤-١٩ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة انعكاس السلوك الاستهلاكي للطبقة بأثر سداد القسط الشهري على احة الأسرة..... ٩٦
جدول ٤-٢٠ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة مساهمة عروض الائتمان في أخذ التمويل بكل من: مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل، وعدم أخذ التمويل..... ٩٧
جدول ٤-٢١ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة إمكانية الاستغناء عن التمويل بتقديم مقدم التمويل النصح..... ٩٨

فهرس الرسوم البيانية

الرسم البياني ٤- ١ توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس..... ٦٤
الرسم البياني ٤- ٢ توزيع أفراد العينة وفق متغير العمر..... ٦٥
الرسم البياني ٤- ٣ توزيع أفراد العينة وفق الحالة الاجتماعية..... ٦٥
الرسم البياني ٤- ٤ توزيع أفراد العينة وفق المنطقة الإدارية..... ٦٦
الرسم البياني ٤- ٥ توزيع أفراد العينة وفق المستوى التعليمي..... ٦٦
الرسم البياني ٤- ٦ توزيع أفراد العينة وفق عدد أفراد الأسرة ٦٧
الرسم البياني ٤- ٧ توزيع أفراد العينة وفق الدخل الشهري ٦٧
الرسم البياني ٤- ٨ توزيع أفراد العينة وفق متغير العمل ٦٨
الرسم البياني ٤- ٩ توزيع أفراد العينة وفق نوع الوظيفة ٦٨

الرسم البياني ٤- ١٠ توزيع أفراد العينة وفق قطاع الوظيفة ٦٩
الرسم البياني ٤- ١١ توزيع أفراد العينة وفق مكان الحصول على التمويل ٦٩
الرسم البياني ٤- ١٢ توزيع أفراد العينة وفق نوع التمويل..... ٧٠
الرسم البياني ٤- ١٣ توزيع أفراد العينة وفق عدد مرات أخذ تمويل..... ٧٠
الرسم البياني ٤- ١٤ توزيع العينة وفق اتجاه مبلغ التمويل إلى الاستهلاك أو الاستثمار ٧١
الرسم البياني ٤- ١٥ توزيع العينة وفق التخطيط بشكل جيد مسبقاً لكامل مبلغ التمويل.. ٧١
الرسم البياني ٤- ١٦ توزيع أفراد العينة وفق توجه التمويل للسلع والخدمات..... ٧٢
الرسم البياني ٤- ١٧ توزيع العينة وفق كفاية الدخل قبل التمويل للاحتياجات الضرورية ... ٧٢
الرسم البياني ٤- ١٨ توزيع أفراد العينة وفق زياد التمويل من إنفاق الأسرة على السلع الكمالية ٧٣
الرسم البياني ٤- ١٩ توزيع أفراد العينة وفق انعكاس السلوك الاستهلاكي الطبقة الاجتماعية التي تنتمي إليها..... ٧٣
الرسم البياني ٤- ٢٠ توزيع أفراد العينة وفق أخذ التمويل بسبب ضغوطات المجتمع ٧٤
الرسم البياني ٤- ٢١ توزيع أفراد العينة وفق مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية ٧٤
الرسم البياني ٤- ٢٢ توزيع أفراد العينة وفق مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل ٧٥
الرسم البياني ٤- ٢٣ توزيع أفراد العينة وفق أهمية أخذ التمويل ٧٥
الرسم البياني ٤- ٢٤ توزيع أفراد العينة وفق إمكانية الاستغناء عن التمويل..... ٧٦
الرسم البياني ٤- ٢٥ توزيع العينة وفق أثر سداد القسط الشهري على راحة الأسرة ٧٦
الرسم البياني ٤- ٢٦ توزيع أفراد العينة وفق تقديم موظف البنك النصح ٧٧
الرسم البياني ٤- ٢٧ توزيع أفراد العينة وفق التعثر في السداد..... ٧٧

الفصل الأول
الإطار العام للدراسة

١,١ . موضوع البحث

تتناول الرسالة موضوع السلوك الاستهلاكي بصفته السلبية التبذيرية والترفيَّة، وتدرس بشكل رئيس مدى وجود علاقة للتمويلات الإسلامية في تشكيل هذا السلوك أو وزيادته. وبالتالي تناقش الرسالة أولاً سلوك المستهلك في النظام الاقتصادي الإسلامي، وما يجب أن يكون عليه، ثم تعرّج على التمويلات الإسلامية وصيغها في البنوك ومؤسسات التمويل الإسلامية بشكل عام، وتركز أخيراً بشكل خاص على المملكة العربية السعودية، التي يظهر فيها هذا السلوك بشكل جلي للعديد من الأسباب؛ كارتفاع مستوى الإنفاق عن الدخل والمتطلبات الاجتماعية المرتفعة وغيرها مما تم بحثه في هذه الرسالة. وبناءً عليه بحث الموضوع من جانبين رئيسين؛ الأول ما يجب أن يكون عليه سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، والثاني التمويلات الإسلامية الموجودة في البنوك ومؤسسات التمويل، ثم العلاقة بينهما.

وركزت الدراسة على دور البنوك ومؤسسات التمويل في المملكة، كونهما المؤسسات الأكبر والأهم التي تقدم أنواع التمويل المختلفة. كما تم عرض بعض الآليات المقترحة لترشيد السلوك الاستهلاكي، التي تدعم السير في المسار الصحيح.

١,٢ . أهمية موضوع البحث

يعد الاستهلاك أحد الركائز الأساسية لأي بنيان اقتصادي، حيث يلعب دوراً مهماً في تحريك العجلة الاقتصادية، وله علاقة وثيقة ببقية الركائز الاقتصادية؛ كالإنتاج والاستثمارات وفرص العمل وغيرها، مما يحدد كمية ونوعية السلع والخدمات، سواء أكانت استهلاكية أو تصنيعية إنتاجية (كبارة ٢٠٠٠م). ويركز البحث على توضيح شكل السلوك الرشيد للاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي، ومدى أهميته في تنمية المجتمع، ويدرس العلاقة التي تربطه مع التمويل الإسلامي في

البنوك ومؤسسات التمويل، كونه يجمع صيغاً وأساليبُ تمويلية متنوعة ومتجددة، تلبي متطلبات الأنشطة والقطاعات الاقتصادية (دوابه، ٢٠١٥م).

وتعد ثقافة السلوك السلبي للاستهلاك ظاهرة منتشرة في كل دول العالم؛ ساهم بدايةً بخلقها النظام الرأسمالي، وذلك بوضعه أسساً مدروسة لصناعة الاستهلاك، لا تقتصر على الجانب المادي إنما تتجاوزه للجانب المعنوي؛ من استهلاك الصور والرموز والمعاني، فتبرز تحت شعارات تحقيق الأحلام والرغبات والطموحات، لإعداد جمهور "مستعد لاستهلاك السلع" (العائلة، ٢٠١٥م)، ومع تضخم هذه الظاهرة بِتنا نرى مؤخراً تنبُّه البعض لحجم خطر السلوك الاستهلاكي على المجتمعات، فمثلاً نرى في المجتمعات الغربية تَكوُّن الحركات الفردية والمؤسسية التطوعية، لنشر الوعي بضرورة الاعتدال في الاستهلاك، وذلك لأهداف بيئية ومادية وغيرها.

في المقابل تؤثر منظومة القيم الإسلامية والمقاصد الشرعية في ضبط وتهذيب سلوك المستهلك المسلم، متمثلةً في قوله تعالى: ﴿وَٱلَّذِينَ إِذَآ أَنفَقُواْ لَمۡ يُسۡرِفُواْ وَلَمۡ يَقۡتُرُواْ وَكَانَ بَيۡنَ ذَٰلِكَ قَوَامٗا﴾ (سورة الفرقان، القرآن الكريم ٦٧)، فهذا الاختلاف في القيم والضوابط الفلسفية لكل نظام اقتصادي، هو ما يبني عليه الفرد نظرته لمفهوم الرشد الاستهلاكي (حسن، وحوامده ٢٠١٨)، وبرغم هذا، إلا أن السلوك الاستهلاكي العالي والبعيد عن الاعتدال موجود، خاصة سلوك الطبقة المرتفعة، الذي وصل إلى ١٦ضعفاً عن استهلاك الطبقة المتوسطة في بعض البلدان العربية (الإسكوا، ٢٠١٤). الشيء الذي استمر في التزايد عبر السنين كما هو ملاحظ، والذي كوَّن سقفاً عالياً لكل طبقة عن التي تدنوها، وبذلك يصبح الفرق واضحاً بين طبقات المجتمع، وتتسع الفجوة بينهم، حتى كادت الطبقة المتوسطة أن تتلاشى في بعض البلدان العربية مع تراكم الظروف عليها (الدولية، ٢٠١٨).

وتكمن أهمية الرسالة في سعيها للفت نظر القائمين على المؤسسات الإسلامية وبخاصة التمويلية، والأفراد أنفسهم، لخطورة السلوكيات الاستهلاكية السلبية، وأهمية السلوك الذي يدعم التنمية والاستدامة، وهذا للوصول إلى إشباع الحاجات والرغبات لدى الأفراد بشكل إيجابي وفعال.

١,٣ . مشكلة البحث

دراسة سلوك المستهلك من منظور إسلامي صحيح، وتحديد جوانبه، والنظر في تطابق أو اختلاف الواقع معه، يعطينا الكثير من الحلول لعلاج المشكلة الاقتصادية المرتبطة به بشكل وثيق. وقد شغلت دراسة سلوك المستهلك بحث كثيرٍ من العلماء –سواءً في النظام الرأسمالي أو الاشتراكي– وفقاً لآرائهم وتصوراتهم المادية البحتة. ولظهور الحاجة الماسة في الدول الإسلامية، كان لابد من بيان جوانب الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي، والنظر في أهمية ترشيد الاستهلاك على إنعاش الاقتصاد، وتحريك عجلة التنمية. وبالنظر إلى التدهور الذي تعاني منه الدول الإسلامية، فإنها تحتاج حلولاً عملية للمشكلات الفعلية التي تعاني منها؛ كالبطالة، والفقر، واتساع الفجوة بين طبقات المجتمع، وعدم القدرة على الادخار، ومن ثم ضعف الاستثمار وغيرها من المشكلات التي من الممكن أن تتأثر بالثقافة الاستهلاكية في المجتمع.

ومن خلال هذه الدراسة البحثية سعت الباحثة في الإجابة على التساؤل الرئيسي:

هل للتمويلات الإسلامية في قطاع البنوك ومؤسسات التمويل دور في تشكل السلوك الاستهلاكي في المملكة؟

١,٤ . أسئلة البحث

سيتم البحث عن إجابات للأسئلة التالية:

١– ما هو منظور الاقتصاد الإسلامي للسلوك الاستهلاكي؟

٢– ما هي صيغ التمويلات الإسلامية التي قد تؤثر على السلوك الاستهلاكي؟

٣– كيف يمكن وصف سلوك المستهلك في المملكة العربية السعودية؟

٤– ما هو دور التمويلات الإسلامية في قطاع البنوك ومؤسسات التمويل في تشكيل السلوك الاستهلاكي في المملكة؟

١,٥. فرضية البحث

تفترض الدراسة أن للتمويلات الإسلامية في قطاع البنوك ومؤسسات التمويل في المملكة –ومن خلال التسهيلات الائتمانية البعيدة عن المخاطرة دور سلبي في تشكيل سلوك المستهلك– وتحفيزه للاستهلاك لا الاستثمار.

١,٦. مناهج البحث في الدراسة

اعتمد البحث في الفصل الثاني والثالث على المنهج الاستقرائي والوصفي، في استقراء السلوك الاستهلاكي في النظام الاقتصادي الإسلامي، سعياً لوصف ما يجب أن يكون عليه سلوك المستهلك في النظام الاقتصادي الإسلامي.

واستخدم في الفصل الرابع المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل ظاهرة السلوك الاستهلاكي في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال توزيع استبانات على أفراد المجتمع، للحصول على صورة أوسع وأقرب لحالة السلوك الاستهلاكي، ومدى تأثير التسهيلات الائتمانية على دعم هذا السلوك، وتم توزيع الاستبانات إلكترونياً لصعوبة الوصول إلى الأفراد وجهاً لوجه –في ظل أزمة كورونا–، بالإضافة إلى ملاحظة الباحثة، لمعايشتها الوضع عن قرب، وتم جمع النتائج وإيجاد بعض العلاقات والروابط بينها، وتحليلها، ومن ثم مناقشتها والتعليق عليها.

واشتمل مجتمع الدراسة على مختلف مناطق المملكة، وقد تم استخدام أسلوب العينة العشوائية، وتحديدها بأن تكون أكثر من ٣٨٤ لمجتمع دراسة أكثر من مليون شخص، حسب قانون تحديد حجم العينة (Krejcie، ١٩٧٠)، وتم تمثيلها الفعلي بِـ ٤٤٣ مفردة، وقد كانت الاستبانات كلها إلكترونية ببرنامج جوجل، وتم التحليل بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي "SPSS" ، وتم تحري الدقة في نقل النتائج وتحليلها.

١,٧. تحليل الأدبيات المتعلقة بموضوع البحث

قُسمت الدراسات السابقة على مجموعتين؛ الأولى لما يخص الجانب النظري من الدراسة، والثانية للجانب العملي، وتم ترتيب الدراسات حسب التسلسل الزمني لها.

١,٧,١. دراسات فيما يتعلق بالجانب النظري للدراسة

يقارن العليمي (١٩٨٨م) في دراسته "**السياسة الاقتصادية الإسلامية لترشيد الاستهلاك الفردي**" سياسة ترشيد الاستهلاك الفردي، من خلال عرض موقف الفكر الإسلامي تجاه القضية، وموقف الفكر الوضعي تجاهها، ثم عقد مقارنة بين كلا الفكرين.

وخلصت إلى أن السياسة الاقتصادية الإسلامية لترشيد الاستهلاك الفردي للسلع والخدمات، ذات طابع أخلاقي واقتصادي، وتفوقت من الناحيتين على السياسات الاقتصادية الوضعية.

ويدرس الرماني (٢٠٠١م) في كتابه "**الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك**" سلوك المستهلك في ضوء الشريعة الإسلامية، ويحاول صياغة نظرية لهذا السلوك، وتحديد دالة الاستهلاك التي تناسب القيم الإسلامية، باستخدام المنهج التحليلي، بحيث استند على نصوص القرآن والسنة والأقوال والآراء في مجال الاقتصاد الإسلامي وتحليلها، كما أجرى مقارنة مع النظام الرأسمالي خاصة، والنظام الاشتراكي أحياناً.

وكانت أهم النتائج التي ذكرها عبارة عن مقارنة بين كل من سلوك المستهلك في الاقتصاد الرأسمالي، وفي الاقتصاد الاشتراكي، وفي الاقتصاد الإسلامي.

وناقشت ورقة بوخاري وزرقون (٢٠١١) المعنونة بـ"**دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي**" محورين رئيسين؛ الأول عن الاقتصاد الإسلامي، مفهومه خصائصه وأركانه، والثاني عن ترشيد السلوك الاستهلاكي، من مفهوم وأهمية الاستهلاك، والقواعد الحاكمة له، والعوامل المؤثرة عليه، ومكوناته.

وخلُصت إلى عدة نتائج منها: أن للاستهلاك أهمية خاصة في النظام الاقتصادي لأن كل فرد يعتبر مستهلكاً، تسهم قواعد الاستهلاك وأخلاقياته في ترشيد الإنفاق الاستهلاكي، وترشيد الطلب الفعلي السلعي للضروريات ثم الكماليات.

وركزت دراسة زعبي (٢٠١٧م) "**سلوك المستهلك بين الضوابط الشرعية والممارسات العملية**" على الإجابة على سؤال: ما هي الضوابط الشرعية الحاكمة لسلوك المستهلك؟ وما مدى التزام الأسرة بها؟ وذلك من خلال: مفهوم سلوك المستهلك، والضوابط الشرعية لسلوك المستهلك، وأثر القيم الإيمانية والأخلاقية على سلوك المستهلك، وعملت دراسة ميدانية لمعرفة مدة التزام الأسر بضوابط الاستهلاك.

وتوصلت الدراسة إلى **نتائج عامة**، منها: أن الهدف من الاستهلاك ليس مجرد إشباع لرغبات المستهلك، بل هو عبودية لله، ولابد من ضبط الأولويات حسب مقاصد الشريعة، وللقيم مساهمة في ضبط السلوك الاستهلاكي، وبالنسبة **للدراسة الميدانية** فإن مسؤولية الإنفاق الاستهلاكي في الأسرة مرتبطة بفئة المتزوجين، خاصة الذكور، وأن سلوك المستهلك المسلم غالباً ما ينضبط بالضوابط الشرعية في استهلاكه، وضوابطه غالباً ما تتناسق مع الشرع والواقع.

وأوصت الباحثة بالتوسع في دراسة سلوك المستهلك، ودور العوامل الخارجية -كالإعلام والإشهار- في التأثير على الاستهلاك، ودراسة علاقة الاستهلاك بالتنمية الاقتصادية والدورة الاقتصادية.

١,٧,٢. دراسات فيما يتعلق بالجانب العملي من الدراسة

درس الزهراني وحساني (٢٠٠٩م) في ورقتهم البحثية "**السلوك الاستهلاكي لدى عينة من سكان مدينة الباحة وأساليب ترشيده في ضوء بعض محددات التربية الإسلامية**"، بعض المتغيرات الإقامة، المهنة، مستوى التعليم، العمر، متوسط الدخل الشهري، واستخدما مقياس السلوك الاستهلاكي واستمارة البيانات كأدوات للبحث. وتوصلا لنتائج أهمها: أن السلوك الاستهلاكي وترشيده يتناسب عكسياً مع مستوى التعليم، وطردياً مع العمر الزمني، ومتوسط الدخل الشهري. وأوصى الباحثان بوصايا عدة، منها: ضرورة تنشئة ناشئة الأمة في جميع سلوكياتهم في ضوء تعاليم الإسلام وخاصة في المجال الاقتصادي، التي تحث على العمل والادخار وتنفر من الإسراف، وعلى المؤسسات التربوية تنمية القيم بترشيد السلوك الاستهلاكي.

أفرد دوابه (٢٠١٠م) في كتابه "**دراسات في الاقتصاد الإسلامي**" الفصل الرابع عن الأسرة الخليجية وثقافة الاستهلاك، حيث تطرق في ثلاثة مباحث إلى: نظرة حول الاستهلاك من مفهومه ومحدداته إلى المزايا والعيوب، ثم فسر واقع الاستهلاك في الأسر الخليجية، وأسباب سيادة ثقافة الاستهلاك لديهم ومخاطرها، وعرج على آليات مقترحة لثقافة استهلاكية إسلامية.

وتوصل في نهاية الفصل إلى أن الاستهلاك في الأسر الخليجية أصبح ثقافة سلبية، وعزا ذلك لأسباب، منها: انتشار المنشآت الاستهلاكية، وسياسة الإعلانات التي تروج للاستهلاك، وزيادة دخل الأفراد، والتقليد والتبعية، وغيرها مما يؤدي إلى مخاطر اقتصادية واجتماعية وغيرها، ولابد من التدخل بالآليات المقترحة وترشيد الإشباع بالقيم الإسلامية.

وناقش الرميح (٢٠١١م) في ورقته "**مقاربات ورؤى عملية نحو إصلاح مظاهر الخلل الاقتصادي في نمط الاستهلاك لدى الأسرة السعودية**" العوامل الاقتصادية التي تؤثر على الأسرة والاستهلاك غير الرشيد، ومن ثم قدم مقترحات وحلول عملية لمواجهة الخلل في الاستهلاك في الأسرة السعودية. وخلُص لنتائج أهمها؛ أن الاستهلاك الترفي لم يكن وليد المجتمع، إنما لعبت فيه العولمة والانفتاح على الثقافات الأخرى من الدول الرأسمالية دوراً مهماً، كما لعبت القروض الاستهلاكية دوراً سلبياً في تشجيع أفراد المجتمع على إنفاق الأموال على سلع كمالية ليست من الاحتياجات الأساسية للأسر.

وأوصى بضرورة توجيه الاهتمام لدراسة قضايا الأسر السعودية خاصة في المتغيرات الاقتصادية، وتنظيم برامج توعوية بمخاطر الاستهلاك الترفي، والإنفاق الصحيح، وتبني سياسة استهلاك مستقبلية تشجع على الادخار والاستثمار الفعال، وضرورة تفعيل العامل الديني الذي يدعم ثقافة الاستهلاك العقلاني الرشيد.

وركزت ورقة الزعبي والعنزي (٢٠١٦) بعنوان "**الاستهلاك الترفي: مجتمعات الخليج العربي نموذجاً**" على البحث والتحليل في النمط الاستهلاكي في المجتمع الخليجي. حيث بدأت الورقة بدراسة مفردة عن ثقافة الاستهلاك وانعكاساتها، وطبيعة الأدوات التي نشرت العولمة من خلالها ثقافة الاستهلاك الترفي، وأثر انتشارها على القيم، ومخاطر انتشارها، والعلاقة بين انتشارها وظهور المشكلات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع.

وتوصلت إلى تزايد الإنفاق الاستهلاكي للأسرة الخليجية خلال العشر سنوات الأخيرة، وأن القروض الترفيَّة استحوذت على نسبة كبيرة من حجم مديونية الأفراد من دول الخليج، وبالتالي يتحول من مقترض إلى مدمن، وأن الإنفاق الأسري في الخليج يتجه نحو الاستهلاك المفرط، ونمو القروض الاستهلاكية الممنوحة للأفراد ساهم في تعميق هذه الثقافة، وترسيخ النزعة الاستهلاكية، وتقليل ثقافة الادخار.

ومن توصيات الورقة؛ التخلص من قيم الاستهلاك السلبي كيلا ينعكس على معدلات التنمية والنمو الاقتصادي، ولابد من دعم الأسرة في ترسيخ قيم الادخار والاعتدال في الاستهلاك، وحث الحملات الإعلامية على إعادة النظر في مضمونها.

وناقشت العتيبي والتويجري وأبا الخيل (٢٠١٦م) في دراستهم "**أثر إعادة تخصيص موارد الاستهلاك الترفي في المجتمع المسلم**" وضع المجتمع السعودي من ناحية السلوك الترفي المنتشر فيه. وأجروا دراسة على المنطقة الوسطى، للمساهمة في تخفيف ظاهرة الإسراف والتبذير، وترشيد استهلاك الفرد المسلم، وتوجيهه إلى مجالات أخرى تفيد المجتمع، ومساعدة الأسر في تكوين بعض السلوكيات الناجحة كالاستثمار والادخار.

ومما توصلوا إليه؛ أن المجتمع السعودي متسم بارتفاع معدلات الاستهلاك والهدر، وفي نفس الوقت لديه الرغبة في تقليل معدل الاستهلاك وإعادة تخصيصه لمجالات أخرى. وأوصوا بعدة مقترحات لترشيد الإنفاق الاستهلاكي، وأن مسؤولية التوعية تقع على عاتق الحكومة والمجتمع والأفراد، ووضعت مقترحاً لإنشاء صندوق يضع خططاً لكبح جماح ظاهرة الاستهلاك الترفي، وإعادة تخصيص الفوائض.

وهدفت دراسة العتيبي (٢٠١٨م) للتعرف على "**مظاهر وأسباب النزعة الاستهلاكية عند الفتاة الجامعية السعودية: دراسة على عينة من طالبات الكليات الإنسانية بجامعة الملك سعود**"، ومعرفة الآثار المترتبة على انتشار هذه الظاهرة على سلوكها، ودراسة علاقة بعض المتغيرات؛ كالمستوى الدراسي، والدخل الأسري، وغيرها، على انتشار النزعة الاستهلاكية. وتوصلت الباحثة إلى أن لدى الفتاة الجامعية السعودية ميلاً استهلاكياً مرتفعاً لاقتناء الملابس لمواكبة الموضة، كما

أن لمواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى الدخل الشهري للأسرة ومستوى تعليم الوالدين تأثيراً مرتفعاً على النزعة الاستهلاكية لديها.

وأوصت المؤسسات الإعلامية بتوعية الأفراد عبر وسائل الإعلام، والمؤسسات المجتمعية بضرورة غرس قيم الادخار، وأن تعيد الفتاة الجامعية أولوياتها في إنفاق مصروفها للابتعاد عن الكماليات.

وبحثت دراسة آل رشود (٢٠١٨م)"**ثقافة الاستهلاك لدى الأسرة السعودية "دراسة ميدانية"** على أهم مصادر الدخل وأوجه الإنفاق لدى أرباب الأسر في المجتمع السعودي، والعوامل المرتبطة باتخاذ القرار باقتصاديات الأسرة وإدارة ميزانيتها، ودراسة العوامل المؤثرة، وأثر التسهيلات المصرفية وشركات التقسيط، ودور الإعلام والإعلانات التجارية في الاستهلاك الترفي، وتحديد الآثار السلبية المترتبة عليه، واقتراح برنامج توعوي شامل.

وتم عمل دراسة ميدانية على عينة عشوائية في مختلف المناطق، وتوصلت النتائج إلى أن أهم العوامل المؤثرة في الاستهلاك الترفي لدى الأسرة السعودية: سهولة الحصول على القروض، وزيادة الدعاية الإعلامية عن السلع، والمكانة الاقتصادية والاجتماعية، وطبيعة عمل أفراد الأسرة تفرض نمط استهلاك مرتفع، وغيرها، وأن الآثار السلبية المترتبة على الاستهلاك الترفي: ضعف إحساس الأطفال بقيمة المال، وتحول الاستهلاك الترفي لإدمان، وشعور أصحاب الدخل المحدود بالإحباط وفقدان الثقة بالمجتمع.

وأوصى الباحث بضرورة تعزيز ثقافة الادخار والإنتاج والاستثمار لدى أفراد المجتمع، وتربية الأبناء على ضرورة الاعتدال في الإنفاق اليومي، والدعوة لأصول التربية الاقتصادية الرشيدة، وتقوية الوازع الديني، وتنمية المسؤولية الاجتماعية والفردية، وإطلاق برامج تثقيفية في المدارس والجامعات حول ترشيد الاستهلاك.

واهتمت دراسة الأنسي (٢٠٢٠م) "**أثر إيقاف البدلات والعلاوة السنوية في تغيير السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية: دراسة وصفية مطبقة على عينة من أرباب الأسر في المملكة العربية السعودية**" بالكشف عما إذا كان هناك خطط للتغيير لدى أرباب الأسر السعودية في الاستهلاك والإنفاق مع ما يتلاءم مع الأوضاع الاقتصادية من إيقاف البدلات والعلاوة السنوية، وعملت الباحثة دراسة عينية من أرباب الأسر في المجتمع السعودي، وتوصلت الدراسة إلى نتائج

أهمها: سيتجه أفراد العينة بعد قرار إيقاف البدلات والعلاوة السنوية لترشيد الاستهلاك، وأكثر من نصف العينة لديهم خطة حالية للادخار.

وأوصت الباحثة بالتأكد من ضبط أسعار السلع الأساسية؛ وتفعيل دور جمعية حماية المستهلك للحد من الغلاء، أوصت الجهات المعنية في وزارة العمل ما يعين على إيجاد مصادر دخل إضافية، كما وأوصت الباحثة مؤسسة النقد العربي السعودي بتقديم برامج ادخارية شرعية، وإعادة النظر في سياسة القروض الشخصية؛ لأن الكثير يعانون من الفوائد العالية.

الإضافة العلمية للبحث

يتفق الجانب النظري تحديداً الفصل الثاني، مع عدة دراسات وأبحاث، فيما يتعلق بسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، والحث على التمسك بالقيم والأخلاق والمبادئ الإسلامية، والبعد عن السلوك الاستهلاكي التبذيري، فبالنسبة لدراسة (العليمي ١٩٨٨م) تتشابه مع الدراسة في طرح الفكر الإسلامي، وتختلف في أنها تطرح في المقابل الفكر الوضعي بتفاصيله، ثم تقارن بينهم، وهذا الأخير قد يتفق مع ما ذكرته في مطلب الفرق بين الرشد في الاقتصاد الإسلامي والرأسمالي، وبالنسبة للبحثين (الرماني، ٢٠٠١م) و (بوخاري، وزرقون ٢٠١١) فقد اتفقا مع الجانب النظري في المبحث الثاني في العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، والمبحث الثالث في أهمية فهم سلوك المستهلك المسلم، خاصة في تشابه العناوين، إلا أنهما اختلفا معه في المضمون وطريقة التقسيم، وزاد (الرماني، ٢٠٠١م) في عرضه للنظامين الرأسمالي والاشتراكي، مع صياغة عامة لنظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، وهو مالم أتطرق له، وتشابهت (زعبي ٢٠١٧م) مع المبحث الأول في المفاهيم، والمطلب الأول من المبحث الثالث في دور القيم في النظرية الاقتصادية، واختلفت في دراستها الميدانية عن دولة الجزائر ولم تتطرق للتمويلات أيضاً.

وبالنسبة للجانب العملي التطبيقي للدراسة؛ فقد وُجدَت عدة دراسات تبحث السلوك الاستهلاكي مع دراسة بعض العوامل المؤثرة عليه، إلا أن التمويلات الإسلامية تحديداً لا توجد إلا بشكل ضئيل جداً داخل هذه الدراسات، وقد استعرضت الأبحاث التي تدرس الواقع في السعودية لأهمية التقارب المكاني في دراسة العوامل الاقتصادية والاجتماعية وغيرها، فبالنسبة

لدراسة (الزهراني، حساني ٢٠٠٩م) و (العتيبي، التويجري، أبا الخيل، ٢٠١٦م) درست بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي إلا أنها لم تتطرق للتمويلات داخل الدراسة، بينما درست (الرميح، ٢٠١١م) و(العتيبي ٢٠١٨م) و(آل رشود، وآخرون ٢٠١٨م) و(الأنسي ٢٠٢٠م) بعض العوامل الاقتصادية والاجتماعية أيضاً، إلا أنها تطرقت في أحد بنودها للتمويلات خاصة التمويلات الاستهلاكية منها –دون تحديد التمويلات الإسلامية– ، وإن كانت لم تذكرها بشكل مفصل، بل اكتفت بذكرها كمتغير واحد ضمن عدة متغيرات، أو كسبب من الأسباب فقط، ويمكن الإشارة إلى كتاب (دوابه ٢٠١٠م) ورقة (الزعبي، العنزي ٢٠١٦) التي تدرس السلوك الاستهلاكي في دول الخليج، والذي يمكن أخذها بعين الاعتبار لتقارب السمات والخصائص الاقتصادية والاجتماعية بين السعودية وبقية بلدان دول الخليج، وتتشابه مع دراستي في الفصل الرابع في العوامل المؤثرة في سلوك الفرد الاستهلاكي في المملكة.

الفصل الثاني

نظرة حول السلوك الاستهلاكي في النظام الاقتصادي الإسلامي

٢,١. مفهوم سلوك المستهلك

أولاً: السلوك

المعنى اللغوي للسلوك

جاء في لسان العرب (ص٤٤٢) أن السُّلُوك: مَصْدَرُ سَلَكَ طَرِيقًا؛ وسَلَكَ المكانَ يَسْلُكُه سَلْكاً وسُلُوكاً، وسَلَكَه غَيْرَه.

المعنى الاصطلاحي للسلوك

عرف السلمي (١٩٨٨م، ٨٥) السلوك الإنساني بأنه: "سلسلة متعاقبة من الأفعال وردود الأفعال التي تصدر عن الإنسان في محاولاته المستمرة لتحقيق أهدافه وإشباع رغباته المتطورة والمتغيرة، كذلك هي الأفعال أو الاستجابات التي يعبر بها الإنسان عن قبوله أو رفضه لمحاولات التأثير الموجهة إليه من عناصر المناخ المحيط به سواء كانت عناصر بشرية أم مادية"

ثانياً: الاستهلاك

المعنى اللغوي للاستهلاك

جاء في لسان العرب (ص٥٠٣) والقاموس المحيط (ص١٥٨) هَلَكَ الشيءُ يَهْلِكُ هَلاكاً وهُلوكاً ومَهْلَكاً ومَهْلِكاً؛ واسْتَهْلَكَ المالَ: أنفقه وأنفده.

المعنى الاصطلاحي للاستهلاك

عرفه الجمعة (٢٠٠٠م، ٥١) بأنه: "استخدام المنتجات وإهلاكها في إشباع حاجات الإنسان إشباعاً مباشراً، وقد يقصد به السلع الاستهلاكية نفسها، والتي قد تفنى باستهلاكها لمرة واحدة، وقد تستخدم مرات عديدة وتستمر لفترة من الزمن".

ثالثاً: سلوك المستهلك

عرفه المجني، وعمار (٢٠٢٠م) بأنه: "السلوك الذي يقوم به المستهلك عندما يبحث ويشتري ويستعمل ويقيم ويتخلص من السلع والخدمات التي يتوقع أن تشبع حاجاته بعد استهلاكها" والمستهلكين هنا ينقسمون إلى نوعين: المستهلك الصناعي والمستهلك النهائي.

فالمستهلك الصناعي: يشتري السلع والخدمات لاستعمالها في تصنيع سلع وخدمات أخرى، وغالباً ما يشتريها بهدف الربح.

أما المستهلك النهائي: يشتري السلع والخدمات لأجل الاستعمال والإشباع الشخصي لا الربح، وتتسم عملية شرائه بنوع من العاطفة لا العقلانية كالمستهلك الصناعي (عمار ٢٠١٢م).

والتركيز في بحثنا تحديداً على المستهلك النهائي الذي يشتري بهدف الاستعمال الشخصي.

رابعاً: السلوك الاستهلاكي

وقد عُرف اصطلاحاً بأنه: "يعني مجموعة الأنشطة والتصرفات التي يبذلها الفرد لإشباع رغباته التي يشعر بها، وذلك بالبحث عن السلعة أو الخدمة أو الفكرة أو الخبرة، ومن ثم استخدامها حسب الإمكانات المتاحة" (الهدلق ٢٠١٠م).

ويُعرف السلوك الاستهلاكي إجرائياً: بأنه التصرفات المتكررة التي تبذلها الأفراد والأسر بالإنفاق على السلع والخدمات الكمالية والرفاهية في المملكة العربية السعودية، في ظل وجود تمويلات إسلامية من البنوك ومؤسسات التمويل.

٢,٢. العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي

تميز النظام الاقتصادي الإسلامي بأنه نظام رباني شامل كامل، من حيث أسسه ومنهجه، فهو يتبع الإسلام الذي ارتضاه الله لعباده، يقول الحق سبحانه: ﴿ اليَومَ أَكمَلتُ لَكُم دِينَكُم وَأَتمَمتُ عَلَيكُم نِعمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الإِسلامَ دِينًا ﴾ (سورة المائدة ٣)، فكل ضوابطه وأحكامه وضعت للبشرية جمعاء لتحقق لهم الأمن الروحي والمادي، فيراعي فطرتهم الإنسانية، ويرسخ مبادئ الأخلاق الفاضلة، ويؤكد على سد احتياجات المجتمع، كما أن غايته تحقيق التمكين للإنسان في الأرض التي وكله الله بها، من تعمير وبناء وإصلاح، وتحقيق العبودية لله عز وجل. فالمنهج الاقتصادي في الإسلام منهج متكامل يبدأ باستخلاف الناس بمال الله تعالى وفق إرادته، وما يتبعه من قواعد تحكم الاستهلاك والإنتاج والأرباح، بالإضافة لتوزيع الدخول والثروات (دوابه ٢٠١٠م، ١٥).

ومن أهداف النظام الاقتصادي الإسلامي في الاستهلاك؛ تحقيق الرفاهية المجتمعية، بربط الاستهلاك بظروف المجتمع، والدعم المستمر لقدرته الاقتصادية، لتحسين مستويات المعيشة، بالإضافة إلى توفير احتياجاته شبه الضرورية، التي يتفاوت فيها الناس تبعاً لظروفهم وأعبائهم، ولمنزلتهم الاجتماعية، ولهذا أمر الإسلام بالتوسط والاعتدال في الإنفاق سواءٌ الإنفاق الاستهلاكي أو الاستثماري، فحرم التقتير والإسراف واكتناز المال وأكل الربا والتعاطي به، يقول تعالى: ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَى عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا﴾ (سورة الإسراء ٢٩)، وحرم استهلاك ما يضر بالجسم أو العقل أو السلوك الاجتماعي أو النفسي، مع أخذه باختلاف طبائع البشر وظروفهم، واختلافهم ذكوراً وإناثاً، وكلها أمور لا ترجع للناس لأهوائهم، وإنما هي أوامر إلهية غير قابلة للتبديل، شملت كل التفاصيل وصولاً للوسائل الناجعة لتنظيم الاستهلاك لدرجة الحجر على السفهاء وتدخل الدولة لرعاية المنهج السوي (نصار ٢٠١٠، ٦٩).

كما يعطي الإسلام المال –الذي هو من أهم المحركات للعملية الاستهلاكية– القدر الكبير من النظر، فيحدد ملكيته وكيفية التعامل به، ويشير إلى أهمية استقرار قيمته؛ كتأكيده الواضح في قوله تعالى: ﴿وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا﴾ (سورة الأنعام ١٥٢)، وقوله تعالى: ﴿فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا

ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُم مُّؤْمِنِينَ﴾ (سورة الأعراف ٨٥). فالتأكيد على الأمانة والعدل في جميع المعاملات، يتجلى على كل مقاييس القيمة، كما ينطبق على الأفراد والمجتمع والدولة، وأي تقصير يؤثر على قيمتها الفعلية يمكن تفسيره في ضوء القرآن على أنه إفساد للعالم، لما له من الأثر السيء على العدالة الاجتماعية والصالح العام، كالوصول للتضخم وتآكل قيمة النقود، الذي يفرض بدوره على المجتمع كلفة إضافية للرفاهية، فيزيد من الاستهلاك وبالتالي يقلل من الادخار، ويؤدي إلى سوء تخصيص الموارد، كما يزيد من حدة الفروق في الدخل؛ الشيء الذي يمقته الإسلام ويضع عدة تنظيمات لتقليصه ويشجعها، بل ويمنع بخس أي فئة من المجتمع لفئة أخرى (نصار ٢٠١٠، ١٠٠-١٠٢).

وقد يكتنف مفهوم الحاجات الأساسية للإنسان بعض الغموض عند محاولة تحديده أو حصره، فلم يتم ذكر قائمة بالحاجات الأساسية إلا قائمة معدة من قبل مكتب العمل الدولي في جينيف العمالة والنمو والحاجات الأساسية، حيث ذكر أن الحاجات الأساسية تشتمل على الاستهلاك الشخصي الأساسي كالغذاء والملابس الملائمين والسكن اللائق، وعدة سلع منزلية أخرى، بالإضافة إلى أهم الخدمات الأساسية مثل التعليم الابتدائي والمياه النظيفة والمجاري والأدوية والوظائف ذات الإنتاج الكافي والعائد الذي يقابل احتياجات الأفراد الاستهلاكية الأساسية. وتناول جماعة من علماء المسلمين كأبي الحسن الشيباني وأبي حامد الغزالي وأبي الفضل الدمشقي وغيرهم، الحاجات الأساسية عند الإنسان، فبينوا أنها أشياء يحتاجها الإنسان بحكم تركيبه الجسمي والنفسي، وهي لوازم لابد من توفيرها له للبقاء على حياته، مثل الطعام والشراب والملبس والمسكن والتطبيب والأمن والعلم، وبذلك لا تقتصر في الإسلام على حد الكفاف، إنما تتجاوزه لما تستقيم به الحياة، ويصلح أمره به، فيعيش في مستوى المعيشة السائد، الذي هو حد الكفاية، (الرماني ١٩٩٤م)، وبهذا يمكننا القول إن الحاجات الأساسية في الفكر الإسلامي "ما يكفي الإنسان مطعماً وملبساً وغيرها، مما لابد منه على ما يليق بحاله وحال من تلزمه نفقته، من غير إسراف ولا تبذير، قال تعالى: ﴿ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾" (سورة الأعراف ٣١) (العبادي ١٩٨٧م).

ولكون السلوك الإنساني يتداخل فيه العديد من الاعتبارات، فسلوك المستهلك عدة عوامل تؤثر فيه من عوامل اقتصادية كمعياري الدخل والأسعار، إضافة للعوامل غير الاقتصادية مثل العوامل الاجتماعية؛ كطبقة الفرد الاجتماعية، وانتمائه إلى جماعة مرجعية، وكذلك العوامل الثقافية؛ من نمط الحياة، والتكوين السكني الذي يعيش فيه، بالإضافة للعوامل النفسية كالاتجاهات والمواقف النفسية والتعلم (الرماني ٢٠٠١م).

وتدخل دوافع المستهلك في سلوك المستهلك لتكون هي المحرك لتلبية احتياجاته، ويمكن أن يقال: إنها "القوى المحركة للفرد المستهلك، ويمكن تعريفها بأنها "القوى المحركة الداخلية التي تجعل الفرد المستهلك يتصرف بطريقة هادفة"، والتي تجعل الإنسان في حالة من التوتر والاضطراب حتى يحقق حاجته ويصل لحالة التوازن، ويمكن تقسيم الدوافع إلى:

- **دوافع مستمرة لا يمكن تحقيقها والاكتفاء، فهي متجددة وتشبع جزئياً بطرق مختلفة:**

١. دوافع بيولوجية: وهي الدوافع الأولية؛ كدوافع الجوع والعطش والراحة..إلخ، وتمارس بشكل تلقائي دون تعلم، تبعاً للبيئة والإطار المجتمعي الذي يعيش فيه الفرد.

٢. دوافع مكتسبة اجتماعياً: كالحاجة للشعور بالأمان، وتقدير الذات وتحقيقها، والدوافع الاجتماعية..إلخ، وهي دوافع متعلمة.

- **ويمكن تقسيم الدوافع أيضاً إلى:**

١. **دوافع رشيدة:** حيث يشبع الفرد حاجاته من السلع والخدمات مع دراسته وتجميعه للمعلومات، والتفكير والتحليل لأهمية الخدمة أو السلعة، ومقدار إشباعها لهذه الحاجة، واختيار أفضل مكان لبيعها، فتربط اختياراته بالمنطق لإشباع حاجاته.

٢. **دوافع عاطفية:** فيحدد المستهلك الخدمات والسلع التي يحتاجها لإشباع حاجته، دون الانتقاء أو التفكير المنطقي المدروس.

وقد يدفع الدافع الواحد لعدة طرق مختلفة للاستهلاك، وقد يحمل السلوك الواحد من استهلاك سلعة أو خدمة عدة دوافع، كما أن الدوافع تتداخل وربما تتعارض، بالإضافة لأن الفرد يعيش داخل أسرة أو وسط تجعله يتوجه أحياناً لسلوك معين أو يأخذ بديلاً أو يؤجل السلوك أو يحدد الأولويات كي تتناسب مع ظروف محيطة به (سعيد، المالك ٢٠٠٨م)، وبهذا يمكن القول إن

تأثير البيئة والمجتمع على حاجات الفرد وسلوكياته كبير فعلاً، نحو سلوك استهلاكي أو سلوك رشيد، فقد يتطلب المجتمع حاجات أكبر من مقدوره، فيسعى جاهداً لتحقيقها، ودافعه المجتمع المترابط أيضاً الذي ربما يؤثر ويضغط عليه، وقد يقع في الفخ أيضاً بأنه يشبع هذه الحاجة بدافع عاطفي وبالسلوكيات المتعارف عليها في المجتمع، فيستمر في الدوامة دون شعوره بالاكتفاء أو الوصول للأمان والتوازن من تحقيقه لحاجته؛ ومثال ذلك إذا وجهنا العدسة للسلوكيات الترفيه في شراء سلع استهلاكية بحته للمباهاة، فقد يدفع هذا السلوك الأفراد لإشباع حاجة العيش في نفس المستوى الاجتماعي المحيط به، متناسياً مقدرته والاختلافات في الدخل والوظيفة، فيضطر –دون وعي ودراسة أحياناً– إلى أخذ تمويل بنكي، وهي الطريقة السائدة المتعارف عليها في المجتمع أيضاً، والتي ربما لا تكون الطريقة الأمثل ولا تحقق الهدف الفعلي الذي أخذ من أجله، فيشعر أنه قد أشبع حاجته وارتفع مستوى إنفاقه، وبعد انتهاء التمويل، ينخفض دخله الأساسي لسداد التمويل، إلا أن إنفاقه لم ينخفض ليوازي مقدار دخله الجديد، فيستمر في شعوره بالحرمان، ويبحث عن طرق أخرى –وقد تكون الطريقة نفسها– ليشبع حاجته.

ولا يفوت التنويه إلى أن حجم الاستهلاك يتوقف على حجم الدخل في الاقتصاد الرأسمالي، وكيفية توزيع هذا الدخل بين الاستهلاك والادخار، كما يتأثر بحاجات الفرد الشخصية كماً ونوعاً، من ظروفه العائلية وحالته الاجتماعية والمجتمع الذي يعيش فيه، إضافة إلى ثمن السلعة أو الخدمة، فتكون العلاقة عكسية غالباً بين الأسعار والاستهلاك طالما أن الدخل ثابت، وكذلك أذواق المستهلكين (الرماني ٢٠٠١م، ١٦)، غير أننا هنا لن نستعرض العوامل الأساسية التي هي من علم الاقتصاد والتي قد لا تختلف من نظام إلى نظام، إلا أننا سنبين كيف تدخل الشريعة الإسلامية مع وفي القواعد والمحددات والمكونات التي تنشأ منها العملية الاستهلاكية، فالدخل بالتأكيد له دور أساسي في العملية الاستهلاكية، لكن ماذا يعني لنا؟ وما علاقتنا الحقيقية به؟ هل نستطيع الحصول عليه متى شئنا وبأي كيفية؟ وحاجاتنا الفردية أيضاً، ما هي بالنسبة لنا كمسلمين؟ وماذا يمكن أن نخرجها منها، كيف ننظمها؟ والشيء نفسه بالنسبة لثمن السلعة أو الخدمة والمجتمع والذوق وغيرها.

٢,٢,١. القواعد الحاكمة للسلوك الاستهلاكي للمسلم

نقصد بالقواعد الحاكمة هي التي يبنى عليها السلوك الإسلامي للمستهلك، والتي بفقدها يخرج عن كونه سلوكاً إسلامياً.

فمن أهم واجبات علماء الاقتصاد الإسلامي العمل على إبراز الكيان المستقل للنظام الاقتصادي الإسلامي، بعيداً عن النظم الوضعية، وأهميته في حل المشكلات الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بالمجتمعات كلها باختلافها، خاصة أنه جزء من الشريعة الإسلامية لا ينفك عنها.

- **قاعدة الأصل في الأشياء الإباحة**

وهذه القاعدة في الاستهلاك تعني أن المدى الذي يحيط بالمستهلك المسلم واسع جداً، فيشمل جميع الطيبات، ويستثني فقط الخبائث المذكورة في القرآن وما يقاس عليها –وهي قليلة جداً ومحدودة–، فيكون للمستهلك المسلم القيد الديني مع القيد العام لكل مستهلك الذي هو قيد الدخل (الرماني ٢٠٠١م، ٣٣)، حتى إن ابن تيمية رحمه الله بيّن أن الأصل في الرزق والسلع الاستهلاكية الحلال، ولا تعتبر السلعة ذات قيمة إلا إذا كانت حلالاً.

فعندما أباح الشرع التمتع بزينة الله من رزقه وطيباته، أنكر أشد الإنكار على من حرَّموا ما أحل الله على أنفسهم، فقال الله تعالى فيهم: ﴿قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ ۚ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ كَذَٰلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ﴾ (سورة الأعراف ٣٢)، وذكر هنا الطيبات من الرزق، وبالتالي يخرج منها ما يخل بطاقات الإنسان العقلية والجسدية، مثل كل مسكر، كتعاطي المخدرات أو شرب الخمور، ومن وجه آخر؛ حرم الخيلاء والترف والبطر، وما أدى إليها من استخدام آنية الذهب والفضة أو لبس الحرير والديباج للرجال، وأيضاً حرم من السلع والخدمات كل ما يضر بالمجتمع، ويؤدي إلى تبديد موارده أو إنفاقها في غير ما ينفع (المرزوقي ٢٠٠٨م، ٢٤).

- **مبدأ المشروعية**

فيلتزم المستهلك المسلم في استهلاكه بما أحله الله له، ويبتعد عما حرم عليه، في كل تفصيلات العملية الاستهلاكية؛ سواء في ذات السلع والخدمات، أو في المقابل الذي سيدفعه فيجب أن يكون من الكسب الحلال، وأيضاً في المعاملة وطريقة حصوله على هذه السلع أو الخدمات، فيتأكد من كل شروطها، وشروط الطرف المقابل، إذ إن الإسلام الحنيف حرم بعض السلع والخدمات لضررها على المستهلك أو على غيره من فرد أو مجتمع (العمايده ٢٠١٧م).

والجدير بالذكر أن هذه مسألة مهمة في الاقتصاد الإسلامي، فليس الدخل المتاح وحده هو الذي يحد الاستهلاك، ولا فقط الثمن الذي يفرضه قانون العرض والطلب[١]، كما هو الحال في الاقتصاد الرأسمالي، فمهما وسع الله على المسلم في المال والرزق، فلا يبيح له أن يستهلكه في غير ما رضيه له، في السلع نفسها مما حرم كالخمر ولحم الخنزير وأكل الميتة، ومن جهة أخرى ما لا يصح استهلاكه لما فيه من كسر قلوب الفقراء أو التضييق على الناس، أو استنزاف ما لا فائدة فيه، سواءٌ على نفسه أو على المجتمع، فهو في الحقيقة مسؤول عن كل ما ينفقه صغيره وكبيره، قال صلى الله عليه وسلم: "لا تزولُ قَدَمَا عبدٍ يومَ القيامةِ حتَّى يُسألَ عن أربعٍ عَن عُمُرِه فيما أفناهُ وعن جسدِهِ فيما أبلاهُ وعن عِلمِهِ ماذا عَمِلَ فيهِ وعن مالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وفيما أنفقَهُ" (الترمذي ٢٤١٧) (المرزوقي ٢٠٠٨م، ٢٦).

- **الاستهلاك وسيلة لا غاية**

فالمسلم يستهلك ليعيش ويعمر الأرض ويعبد الله، فهو يستمتع باستهلاكه بالمباحات وينتقيها حسب ما يرغب فيه، إلا أنها عنده ليست الغاية النهائية في حد ذاتها بل هي موصلة لغاية أسمى، بعكس الاستهلاك في الغرب الذي غايته النهائية ومبتغاه أن يستهلك ما يشاء ويتمتع في الدنيا فقط، فكما يقال على لسان المستهلك المعاصر "أنا موجود بقدر ما أملك وما أستهلك" (فروم

---

١ تكون العلاقة في قانون الطلب يبين السعر والكمية علاقة عكسية، وفي قانون العرض تكون العلاقة علاقة عكسية، مع ثبات العوامل الأخرى، ووجود الرشد الاقتصادي الذي يقوم على أن المستهلك يقوم بشراء السلع والخدمات التي تحقق أكبر فائدة ذاتية له في حدود دخله المتاح لديه لشرائها (المنيف ١٩٩٧م، ١٥٩).

١٩٨٩م)، وتحديد نمط الاستهلاك لأي مجتمع أمر ضروري ومهم، لأن الكفاية في أي نظام اقتصادي تقاس على مدى قدرته على الوفاء باحتياجات أفراده، ففي الاقتصاد الوضعي يتحدد استهلاك الفرد بناءً على إمكاناته المادية وتوقعات المالية، إضافة لاتجاهاته وميوله واهتماماته، بينما يتداخل الثواب الأخروي مع الاستهلاك الدنيوي للمستهلك المسلم، وما يتبعها من العوامل كالعقيدة والأخلاق والجانب الاجتماعي (بوخاري، وزرقون ٢٠١١).

وقد أشار ابن القيم (١٤٣٢هـ) إلى هذه العلاقة بين الاستهلاك وقيام الفرد بما وُكِّل إليه من أعمال بقوله: "وأما المطاعم والمشارب والملابس والمناكح فهي داخلة فيما يقيم الأبدان ويحفظها من الفساد والهلاك، وفيما يعود ببقاء النوع الإنساني؛ ليتم بذلك قوام الأجساد وحفظ النوع، فيتحمل الأمانة التي عرضت على السماوات والأرض، ويقوى على حملها وأدائها، ويتمكن من شكر مولى الإنعام ومُسديه".

وقد صنف الأصبهاني (٢٠٠٧م) الناس في مراعاة أمور الدنيا والآخرة إلى ثلاثة أصناف:

١. صنف منهمكون في الدنيا بلا التفات إلى العقبى، وهم المسمون عبدة الطاغوت وشر الدواب.
٢. وصنف يخالفونهم غاية المخالفة، فيراعون العقبى فقط من غير التفات منهم إلى مصالح الدنيا.
٣. وصنف قد توسطوا، وفوا الدارين حقهما، وهم عند الحكماء الأفضلون، لأن بهم قوام أسباب الدنيا والآخرة، ولأن أمورهم مبنية على الاعتدال الذي هو أشرف الأحوال.

فعلى المسلم أن يكسب المال الحلال، ويضعه حيث أمره الله، عارفاً حق ربه فيه، فيستهلك منه حاجته وراحته، ويؤدي حق الله في ماله ليلقى به مبتغاه الحقيقي من تحصيله لهذا المال، وما كان صحابة رسول الله صلى الله عليه وسلم عرفوا قيمة المال، فوضعوه موضعه، وملكوه دون أن يملكهم، فهذا أبو بكر الصديق رضي الله عنه استحق ثناء الله عز وجل-بإنفاقه ماله في سبيل الله وعلى عتق الرقاب- في قوله تعالى: ﴿الَّذِي يُؤْتِي مَالَهُ يَتَزَكَّى . وَمَا لِأَحَدٍ عِنْدَهُ مِنْ نِعْمَةٍ تُجْزَى . إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ رَبِّهِ الْأَعْلَى . وَلَسَوْفَ يَرْضَى﴾ (الليل ١٨-٢١) (السيوطي ٢٠٠٢م)، وإلا لو وضعه الإنسان موضع الغاية، سيحمله على التكالب على جمعه بجميع طرقه حلالاً كانت أو حراماً، وسيبخل في بذله، وسيقبل الرشاوي ليتهرب من دفع صدقة ماله، ويضحي بأغلى القيم وأعلى المثل، للحصول عليه والتنعم فيه لنفسه، إلى أن نرى ما وصلت إليه المجتمعات الحديثة

بماديتها الطاغية، التي تعطي لكل شيء ثمناً يقدر به، وكل إنسان مهما كانت منزلته فهو مقيم بما يملكه (يوسف ١٩٩٠م، ٤٥).

- **تحريم الإسراف والتبذير والشح والتقتير**

والقاعدة متمثلة في قوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا﴾ (سورة الفرقان ٦٧)[٢]، فسرها ابن كثير: "ليسوا بمبذرين في إنفاقهم فيصرفون فوق الحاجة، ولا بخلاء على أهليهم فيقصرون في حقهم فلا يكفونهم، بل عدلاً خياراً، وخير الأمور أوسطها، لا هذا ولا هذا" (تفسير القرآن العظيم ١٤١٩، ١١٢/٦).

فالإسلام يرى في الإسراف والتبذير والترف مفسدة للنفس والمجتمع، التي تقضي على الأخلاق وتحلحل الروابط بين أفراد المجتمع. كما قد يتعرض للإنفاق في الحرام، ويستهتر بالمقدسات من فرط النعيم وحياة الترف، مما يتناقض مع الأسس التي يبنى عليها السلوك الإسلامي، ولأجل ذلك شُرع الاعتدال في الإنفاق للمسلم، كي لا ينهزم أمام الجانب المادي، ويجني على جانبه الروحي، بل يهذب غرائزه نحو حب المال والطعام والشراب والملبس، الذي هو من طبع المسلم، فَعَن أَبِي هُرَيرَةَ رَضِيَ اللهُ عَنهُ، أَنَّ رَسولَ اللهِ صَلَّى اللَّهُ عليه وسلَّمَ ضَافَهُ ضَيْفٌ وَهو كَافِرٌ، فأمَرَ له رَسولُ اللهِ صَلَّى اللَّهُ عليه وسلَّمَ بشَاةٍ فَحُلِبَتْ، فَشَرِبَ حِلَابَهَا، ثُمَّ أُخْرَى فَشَرِبَهُ، ثُمَّ أُخْرَى فَشَرِبَهُ، حتَّى شَرِبَ حِلَابَ سَبْعِ شِيَاهٍ، ثُمَّ إنَّه أَصْبَحَ فأسْلَمَ، فأمَرَ له رَسولُ اللهِ صَلَّى اللَّهُ عليه وسلَّمَ بشَاةٍ، فَشَرِبَ حِلَابَهَا، ثُمَّ أَمَرَ بأُخْرَى، فَلَمْ يَسْتَتِمَّهَا، فَقالَ رَسولُ اللهِ صَلَّى اللَّهُ عليه وسلَّمَ: "المُؤْمِنُ يَشْرَبُ في مِعًى وَاحِدٍ، وَالْكَافِرُ يَشْرَبُ في سَبْعَةِ أَمْعَاءٍ" (مسلم ٢٠٦٣).

وقد مثَّل الإمام الشيباني (١٩٨٦م، ٥٠) على الإسراف في الطعام؛ بأن يأكل فوق الشبع، لقوله صلى الله عليه وسلم: " ما ملأ آدميٌّ وعاءً شرًّا من بطنٍ، بحسبِ ابنِ آدمَ أكلاتٍ يُقمنَ صُلبَهُ، فإن كان لا محالةَ : فثلُث لطعامِه، وثُلُثٌ لشرابِه وثُلُثٌ لنفَسِه" (الترمذي ٢٣٨٠)، فالأكل إنما يكون

٢ أتت هذه الآية في ذكره سبحانه وتعالى لصفات: (وَعِبَادُ الرَّحْمَٰنِ الَّذِينَ...)، وأن عاقبتهم: (أُولَٰئِكَ يُجْزَوْنَ الْغُرْفَةَ بِمَا صَبَرُوا وَيُلَقَّوْنَ فِيهَا تَحِيَّةً وَسَلَامًا. خَالِدِينَ فِيهَا ۚ حَسُنَتْ مُسْتَقَرًّا وَمُقَامًا).

لمنفعة النفس، ولا منفعة في الأكل فوق الشبع، وكأنه بمنزلة إلقاء الطعام في مزبلة أو شرٌ منه، ومن الإسراف أن توضع ألوان الطعام على المائدة فوق ما يحتاج إليه الآكلون، أو يأكل وسط الخبز ويدع حواشيه، أو يترك لقمة سقطت من يده، وكذلك الإسراف في اللباس، كلباس الشهرة، فيلبس أفضل ما يكون له من الثياب ليشار إليه بالأصابع، وليس هو المقصد من حديثه صلى الله عليه وسلم " إنَّ اللَّهَ يُحبُّ أن يَرى أثرَ نعمتِه علَى عبدِه" (الترمذي ٢٨١٩)، فقد كان الرسول صلى الله عليه وسلم يلبس جبته الحمراء في الأعياد والمناسبات، ليظهر نعمة الله عليه، ويعطي الزمان والمكان حقه. ولتُضبط المسألة وضع الشرع حدوداً أو وعيداً للصور المتطرفة في الاستهلاك، فقاوم السفه، الذي هو تطرف في الإسراف والتبذير، وأمر بالحجر على السفيه؛ الذي لا يحسن التصرف في ماله، فينفقه فيما فيه هلاكه وهلاك من حوله، وينفقه فيما لا فائدة فيه، لقوله تعالى: ﴿ وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا ﴾ (سورة النساء ٥)، كما حذر من الشح والبخل والتقتير على الصعيد الآخر، خاصة فيما هو واجب على المسلم؛ كإيتاء الزكاة التي هي حق لله تعالى، والتي بمنعها يتضرر المجتمع، بأنها تؤدي إلى الركود والانكماش في الحياة الاقتصادية، التي تنافي توازن الاقتصاد الإسلامي (البنجابي ١٩٩٠م، ٧٠-٧٤).

ويمكن اختصار قولنا السابق هذا بقوله عز وجل: ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا﴾ (سورة الإسراء ٢٩).

ولا يكفي القول بالإسراف والتبذير أنه تكون ابتداءً فقط، بل إن الهدر في الاستهلاك للسلع والخدمات الموجودة عند الإنسان، من أهم الأمور التي حذر منها الإسلام، قال صلى الله عليه وسلم: " إنَّ الشَّيْطانَ يَحْضُرُ أحَدَكُمْ عِنْدَ كُلِّ شيءٍ مِن شَأْنِهِ، حتَّى يَحْضُرَهُ عِنْدَ طَعامِهِ، فإذا سَقَطَتْ مِن أحَدِكُمُ اللُّقْمَةُ، فَلْيُمِطْ ما كانَ بها مِن أذًى، ثُمَّ لِيَأْكُلْها، ولا يَدَعْها لِلشَّيْطانِ، فإذا فَرَغَ فَلْيَلْعَقْ أصابِعَهُ، فإنَّه لا يَدْرِي في أيِّ طَعامِهِ تَكُونُ البَرَكَةُ" (مسلم ٢٠٣٣) (الزهراني، حساني ٢٠٠٩م)، فالشيطان يحب إضاعة المال، ويتربصه من الإنسان، ففي أمره صلى الله عليه وسلم في أكل اللقمة الساقطة بعد مسح الأذى عنها توجيه وتحذير للبعد عن الإسراف والتبذير (كشك د.ت، ٧٥٥٧).

٢,٢,٢. محددات سلوك المستهلك المسلم

توجد العديد من المحددات التي يمكنها أن تؤثر على سلوك المستهلك، بعضها مما يشترك فيه جميع الأفراد من المسلمين وغيرهم، كالمتغيرات الاقتصادية مثل **الدخل**، فهناك علاقة قوية بين الدخل والاستهلاك، حيث إنه إن لم يتوفر الدخل للفرد فإنه سيضطر إلى إنفاق مدخراته، أو الاستعانة بالآخرين، أو بيع شيء من ثروته وممتلكاته، كما يؤثر في الاستهلاك أيضاً **المستوى العام للأسعار**، فالتضخم الذي يؤدي ارتفاع الأسعار، يخفض القوة الشرائية للفرد، فيضطر للسحب من مدخراته ليحقق نفس مستوى الاستهلاك من السلع والخدمات التي ارتفع سعرها، **ولسعر الفائدة** أيضاً تأثير على الاستهلاك، فكلما انخفض سعر الفائدة شجع ذلك على الاستثمار وقل الادخار، بالإضافة إلى المحددات الاجتماعية التي تؤثر على الاستهلاك مثل العادات والتقاليد والدين والثقافة العامة في البلد والتراث (كنعان ٢٠٠٧م)، وهذه التشابه بين الاقتصادات نابع من الطبيعة البشرية للإنسان وتكيفه مع محيطه، والوضع العام لدول العالم كافة، وسنخصص العرض هنا لما يمس الاقتصاد الإسلامي من محددات وضوابط تضبط العملية الاستهلاكية الإسلامية بشكل مستقل، وما يميزه عن غيره من الاقتصادات.

- **الحرية الموجهة**

ويمكن التعبير عن الحرية الموجهة بمبدأي التحديد الكمي والتحديد النوعي للاستهلاك، وهي من أهم الأسباب التي تجعل المسلم معتدلاً متزناً في استهلاكه، والتحديد الكمي يعنى تحديد الكمية التي يمكن للفرد أن يستهلكها من الخدمة أو السلعة، متمثلاً قوله صلى الله عليه وسلم في استهلاك الطعام: "ما ملأ آدمَي وعاءً شرًّا من بطنٍ بحسْبُ ابنِ آدمَ أُكلاتٌ يُقمْنَ صلبَه فإن كان لا محالةَ فثُلثٌ لطعامِه وثلثٌ لشرابِه وثلثٌ لنفسِه" (الترمذي ٢٣٨٠).

والمبدأ الثاني التحديد النوعي للاستهلاك؛ ومعناه أن الإسلام يفرق بين الجنسين-النساء والرجال- في الاستهلاك، فيحدد لكل نوع ما يناسبه، ويتماشى مع التكوين والطبيعة والمسؤولية التي خلق من أجلها، فعن البراء بن عازب رضي الله عنهما قال: " أَمَرَنَا رَسولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عليه وسلَّمَ

بسَبْعٍ ونَهَانَا عن سَبْعٍ: أمَرَنَا بعِيَادَةِ المرِيضِ، واتِّبَاعِ الجَنَازَةِ، وتَشْمِيتِ العَاطِسِ، وإجَابَةِ الدَّاعِي، وإفْشَاءِ السَّلَامِ، ونَصْرِ المظْلُومِ، وإبْرَارِ المقْسِمِ، ونَهَانَا عن خَوَاتِيمِ الذَّهَبِ، وعَنِ الشُّرْبِ في الفِضَّةِ، -أوْ قَالَ: آنِيَةِ الفِضَّةِ- وعَنِ المَيَاثِرِ والقَسِّيِّ، وعَنْ لُبْسِ الحَرِيرِ والدِّيبَاجِ والإسْتَبْرَقِ"، فالنساء تلبس الحرير والذهب وتتحلى بهما، ومنع الرجال من ذلك، وأيضاً حدد الإسلام أنواعاً من الاستهلاك فمنعها كالأكل والشرب في آنية الذهب والفضة، عَن حُذَيْفَةَ بنِ اليَمَانِ قَالَ سَمِعْتُ النبيَّ صَلَّى اللهُ عليه وسلَّمَ يقولُ: لا تَلْبَسُوا الحَرِيرَ ولَا الدِّيبَاجَ، ولَا تَشْرَبُوا في آنِيَةِ الذَّهَبِ والفِضَّةِ، ولَا تَأْكُلُوا في صِحَافِهَا، فإنَّهَا لهمْ في الدُّنْيَا ولَنَا في الآخِرَةِ" (البخاري ٥٤٢٦) (الزهراني، حساني ٢٠٠٩م، ١٤٥).

ويمكن أن تكون الحرية الموجهة في كون الإسلام يدعم الحرية الشخصية الفردية، غير أنها ليست حرية مطلقة، بل مستنيرة بتعاليم الدين الإسلامي، بحيث تتواءم وتنسجم مصلحته الفردية مع مصلحة المجتمع، فالمال في الاقتصاد الإسلامي عند المستهلك المسلم هو وديعة أو أمانة أودعها الله إليه، فلا بد له من أن يتعامل بها وفق ما أراد مودعها فيها، وسيحاسب الفرد إذا تجاوز ما هو مشروع له فيها (الرماني ٢٠٠١م).

- **حق الله في المال**

فالاستهلاك تقوم عليه الأحكام الشرعية كأي عمل في حياة المسلم، وقد مثلها قندوز (٢٠١٩) على درجاتها كالتالي:

جدول 2-1 الأحكام الشرعية والاستهلاك

درجات الاستهلاك	التقتير في الضروريات	الضروريات	الحاجيات	التحسينات	التوسع في التحسينات دون الإسراف	الإسراف في الاستهلاك
الحكم الشرعي	حرام	واجب	مستحب	مباح	مكروه	حرام

المصدر: (قندوز ٢٠١٩).

- **حق المجتمع والناس**

للوحدة والترابط معنى عظيم في الإسلام، فالأخوة تشمل إخاء العبودية لله بداية، الذي هو أوسع وأشمل أنواع الإخاء، فيرتبط الإنسان بكل ما هو في هذا الكون مما خلق الله، ويعلم أنهم جميعاً تحت عبودية الله منقادون لأمره، فالله خلق هذا الكون لينسجم الإنسان معه، ويستفيد منه ومن نفعه، قال تعالى: ﴿وَسَخَّرَ لَكُمْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الأَرْضِ جَمِيعًا مِنْهُ﴾ (سورة الجاثية ١٣)، ويليها إخاء الإنسانية، الذي يشعر فيه الإنسان بالألفة لكل بني جنسه، باختلاف مذاهبهم وأديانهم وأجناسهم وألوانهم، وأنهم خلقوا هكذا مختلفين لحكمة، لعلها هي التعارف بينهم، بغية التعاون، لتحقيق الخير للبشرية كلها، ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا﴾ (سورة الحجرات ١٣)، ثم تأتي الأخوة في الدين؛ المسلم بالنسبة لأخيه المسلم، وهي الأخوة التي ترسخ معاني الأخوة السابقة في النفس وتهذبها، فيجعل المسلم يستشعر هذا الإخاء فيقدم للناس أفضل ما عنده، فلا يختلس ولا يغش ولا يستغل حاجة الناس فيحتكر، أو يتطلب الربح الزائد جشعاً وطمعاً، بل يحرص على أن يتعامل بأكرم الفضائل والقيم الإسلامية، بل إن خلقه هذا يكون مع غير المسلمين حتى، فالربا مثلاً محرم في دار الكفر كما هو في دار الإسلام، ولا يجوز لمسلم أن يأخذ من كافر شيء زائداً عن حقه (يوسف ١٩٩٠م، ٥٢).

وهذه التقديم يوصلنا إلى المكانة التي أولاها الإسلام للمسلم مع ما هو حوله، مما خلق الله، فحق المجتمع يوجب السعي لترابطه على الوجه الذي يرتضيه الله، وفي حديثنا من جهة الاستهلاك والإنفاق، فلابد أن يكون للمجتمع حظ في ذهن المستهلك المسلم حين يستهلك، فلا يسرف في استهلاكه ويتفاخر فيحزن من لا مقدرة لديه، أو أن يحمل بعضهم إلى السعي وراء الوصول لنفس المستوى فيضيَّق عليهم بما لا قدرة لهم فيه، أو يولد البغضاء والحسد بينهم، وغيرها كثير من الصور التي يمكن أن تحمل على عدم اتزان المجتمع وبقاء مودته وترابطه، فينافي بذلك قول الرسول الكريم: "مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادِّهِمْ وَتَرَاحُمِهِمْ وَتَعَاطُفِهِمْ، مَثَلُ الْجَسَدِ، إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ، تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهَرِ وَالْحُمَّى" (مسلم ٢٥٨٦)، وقوله: "المؤْمِنَ للمؤمنِ كالبُنْيانِ يشدُّ بَعضُهُ بعضًا" (البخاري ٢٤٤٦).

فالمسلم جزء لا يتجزأ من المجتمع، بل يقوم على التعاون على البر والتقوى والتكافل والتكاتف، وتقوية روابطه بالمحيط الذي يحيط فيه، بمحاربة الفردية والانكفاء على الذات، والتفكير المطلق في النفس، فيُكرِم ويؤثِر ويعطي، مادام ذلك في مقدوره، وقد يقدم حاجة غيره على حاجته راجياً ثواب الله ورضاه، وبهذا التفكير السوي يبتعد عن حب التفوق على الأقران أو المباهاة، وحتى حب المحاكاة وتقليد الغير فيما ليس له فيه رفعة عند الله، بل قد يكون وبالاً عليه (العتيبي، التويجري، أبا الخيل ٢٠١٦م، ١٩).

- **إعادة توزيع الدخل والثروة**

إن من الأهداف الكبرى للنظام الاقتصادي الإسلامي التي اتفق عليها الكثير من الكُتاب كفالة مستوى أدنى من المعيشة لكل فرد أولاً، يتبعه تخفيض التفاوت في الدخل والثروة، والمستوى المناسب للمعيشة وهو حد الكفاية[٣] لا حد الكفاف، وتقع مسؤوليته على الفرد بجهوده الذاتية له ولأسرته إن استطاع وهو فرض عين عليه، لقوله صلى الله عليه وسلم: "طلبُ الحلالِ واجبٌ على كلِّ مسلمٍ" (الترغيب والترهيب ٣/١٦)، فإن عجز لمرض أو فقر، فقد أوجبت الشريعة له المعونة على أقاربه أولاً قبل بيت مال الزكاة، فالفرد داخل المجتمع المسلم عليه حق في ماله في أن يخرج منه زكاته الواجبة، ويتحرى منه أيضاً عن طيب نفس من الصدقات والأوقاف وغيرها من وجوه الخير التي تسهم في أن تدور الأموال بين طبقات المجتمع فتتقارب، وتخفف من التفاوت فيما بينها، قال عز وجل : ﴿نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُم مَّعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۚ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُم بَعْضًا سُخْرِيًّا﴾ (سورة الزخرف ٣٢)، مما يعني أنها تتماشى مع فطرة خلق الناس في تفاوت قدراتهم وما يملكونه، ولا مكان للمساواة، إلا أنه أوجب أن يكون المال متداولاً بينهم، وكره أن تتركز الثروة في طائفة معينة من المجتمع (المقرن ٢٠١٣م، ٣٧).

٣ حد الكفاية: المستوى الذي ييسر معيشة الفرد لدرجة تلحقه بعموم الناس.

- **التأكيد على كفاية من يعول**

استناداً إلى ما تم ذكره في الفقرة المسابقة عن مسؤولية الفرد نفسه ومن يعول، قال صلى الله عليه وسلم: "يد المعطي العُليا، وابدأْ بمَن تعولُ أمَّكَ وأباكَ وأُختَك وأخاكَ، ثم أدناكَ أدناكَ" (النسائي ٢٥٣٢)، فإن كانت النظرة الشمولية للاهتمام بالمجتمع حوله من السمات العالية، فذلك في الأقارب وإن بعدوا سلوك واجب، يضبط استهلاكه لأجله، ويرشد سلوكه ويشبع حاجته بصورة أفضل ليسد حاجتهم (العتيبي، التويجري، أبا الخيل ٢٠١٦م، ٢٠).

حتى إن الإسلام قد حرك عواطف الأبوة والشفقة على المستقبل الاقتصادي للذرية، بحيث يسعى الآباء للمحافظة على المال والاعتدال في الاستهلاك، والبعد عن كل الصور التي تسيء لاستخدام المال في هذا الإطار، وإن كانت على صورة صدقة أو وصية، قال صلى الله عليه وسلم: "كفى بالمرءِ إثمًا أن يضيّعَ مَنْ يقوتُ" (أبي داود ١٦٩٢) بأن يتصدق وينفق طالباً للأجر من نفقه أهله ومن يعول وهم بحاجتها (الدرر السنية)، وعن سعد بن أبي وقاص رضي الله عنه قال: كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يعودني عام حجة الوداع من وجع اشتد بي، فقلت: إني قد بلغ بي من الوجع، وأنا ذو مال ولا يرثني إلا ابنة، أفأتصدق بثلثي مالي ؟ قال: " لا ". فقلت: بالشطر؟ فقال: " لا ". ثم قال: " الثلث والثلث كبير – أو: كثير – إنك أن تذر ورثتك أغنياء خير من أن تذرهم عالة يتكففون الناس، وإنك لن تنفق نفقة تبتغي بها وجه الله إلا أجرت بها، حتى ما تجعل في في امرأتك ". فقلت: يا رسول الله، أخلف بعد أصحابي؟ قال: " إنك لن تخلف فتعمل عملا صالحا إلا ازددت به درجة ورفعة" (البخاري ١٢٩٥) (المرزوقي ٢٠٠٨م، ١٩).

- **البعد عن التقليد المنافي للشرع**

أنشأ الانفتاح على العالم والثقافات إضافة لوسائل التواصل الاجتماعي، نوعاً من فقدان الهوية الشخصية للفرد، سواءٌ بالنسبة إلى مجتمعه أو إلى ما ينتسب إليه، والأمر بالطبع مهم جداً بالنسبة للفرد المسلم، لأن إنفاقه واستهلاكه لا ينتهي في الدنيا، إنما هناك دار جزاء وحساب على كل ما يعمل، وبالتالي فالثورة النفسية المتولدة من جمال شعارات المشاركة والتقبل والانخراط، لابد أن

توضع لها حدود في نفس المسلم فيأخذ منها بالقدر الذي لا يتنافى مع الشرع، سواء باستهلاك محرم أو انحراف عن المعنى والهدف للاستهلاك.

وقد أُمرنا أن نتجنب تقليد غير المسلمين في عاداتهم وتقاليدهم، مما يخالف مبادئ وأحكام الشريعة الإسلامية، في قوله صلى الله عليه وسلم "لتتبعن سنن من كان قبلكم، شبراً شبراً، وذراعاً بذراع، حتى لو دخلوا جحر ضب تبعتموهم ". قلنا: يا رسول الله، اليهود والنصارى؟ قال: " فمن" (البخاري ٧٣٢٠)، إضافة إلى المضار الاقتصادية على المجتمع المسلم بزيادة الطلب على المنتجات الخارجية وحدوث كساد للسلع الوطنية وحدوث بطالة وما يؤدي إليه من ضعف للكيان الاقتصادي المجتمعي ككل، والحقيقة أن "المؤْمِنَ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا". وشَبَّكَ أصَابِعَهُ" (البخاري ٢٤٤٦)، بل إن الفقهاء قد أكدوا على الحذر والتحرز في التعامل مع أعداء الإسلام والمفسدين في الأرض (شحاتة ٢٠٠٢م).

٢,٢,٣. مكونات السلوك الاستهلاكي في الإسلام

نشير هنا للمكونات المادية والمعنوية في العملية الاستهلاكية للفرد المسلم، خاصة أنها متلازمة في جميع نواحي الحياة ولا تنفك عن المفهوم التطبيقي للإسلام.

ولتوضيح ذلك يمكن القول بما أشار إليه محمد عللوة في كتابه "الدنيا والآخرة في ميزان الإسلام" بأن سلوك المستهلك المسلم يمتزج بين فلاح الدنيا والآخرة، وأفقه الزمني لا يقتصر على الحياة الدنيا، بل تؤثر تصرفاته فيها في نتائج الآخرة، ويذكر السبهاني (٢٠١٩) مع الجزاء الأخروي ما سماه بالبعد الإيثاري، مما يجعل سعي الفرد لتحقيق مصلحته الخاصة متلازماً مع إشباعه لحاجات الآخرين، لأنه يعلم أن النفع المتحصل من سلوكه هذا سيكون جزاءً أخروياً مضاعفاً، في قوله تعالى: ﴿مَّثَلُ الَّذِينَ يُنفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِّائَةُ حَبَّةٍ ۗ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَن يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ﴾ (سورة البقرة ١٧٢)، فنظرة المسلم للحياة أنها وسيلة لغاية أسمى، وليست هي غايته، بل إن غايته التمتع في الآخرة، فيحرص المستهلك المسلم على أن يرضي خالقه، فينفق من ماله لمساعدة المحتاجين ويعينهم على دنياهم (بوخاري، وزرقون ٢٠١١).

وقد وضح هذا جلياً في أعمال كثير من الصحابة، ووضعوا في حساباتهم أن المنافع تشمل الدنيا والآخرة، مما يظهر وضوح صدق الوعد بالجنة ونعيمها الذي لا ينفذ في أذهانهم، فشراء عثمان رضي الله عنه لبئر رومة، وجعلها شرباً للمسلمين وقفاً لهم استجابة منه لدعوة الرسول صلى الله عليه وسلم: "مَنْ يَشْتَرِي بِئْرَ رُومَةَ، فَيَجْعَلُ فِيهَا دَلْوَهُ مَعَ دِلَاءِ الْمُسْلِمِينَ بِخَيْرٍ لَهُ مِنْهَا فِي الْجَنَّةِ" (النسائي ٣٦٠٨)، فالمستهلك المسلم يضع قراراته بين حساب التكاليف والمنافع ولكل منفعة عنده نتائج دنيوية وأخروية، فيوزع دخله بين خير واستهلاك وادخار بحسب ما يستيقن البعد الأخروي في المنافع (قحف، الاقتصاد الإسلامي علماً ونظاماً د.ت).

- الحاجات الشخصية للفرد

الطبيعة البشرية تتطلب متطلبات متعددة مختلفة، شأنها المحافظة على حياة الفرد، وإعطاؤه المستوى اللائق طوال معيشته في هذه الحياة، فالإنسان لابد إذا جاع أن يأكل، وإذا ظمأ أن يشرب، ويلبس ليواري سوأته ويقي نفسه من تقلبات الجو صيفاً وشتاءً، ويحتاج للمسكن والراحة ووسائل النقل...إلخ، ومن هنا نشأت الحاجة للسلع، ونشأت تنظيماتها وحدودها وقيودها (البنجابي ١٩٩٠م، ٦).

ومن هنا كان الحمل على الإنسان بأنه إذا لم يضع له حداً في حاجاته الاستهلاكية، فإنها ستتفاقم في سلوكيات سيئة سلبية، من تقليد للغير، وحب المحاكاة، وحب الظهور والتفرد في المجتمع (العتيبي، التويجري، أبا الخيل ٢٠١٦م)، فلا يتوقف عندما يشبع الحاجة الحقيقية، بل يفاقم في الاستهلاك حتى يعتقد بشكل فردي أو جماعي أن هذه السلوكيات هي حاجته الحقيقية.

والحاجات على مستويات وليست كلها في نفس الترتيب والأهمية، ويمكن تقسيمها إلى: (الشاطبي ١٩٩٧م)

- حاجات ضرورية: التي تقوم بها مصالح الدنيا والدين، ولا يستقيم الحال بفقدها.
- حاجات حاجية: وهي التي يرفع بها الإنسان عن نفسه الضيق، فيوسع عليها ما يجلب لها الحرج والمشقة، الذي لا يعتبر شديداً على مصالحه العامة.
- حاجات تحسينية: وهي الاستمتاع بمحاسن العادات، وتجنب ما لا تأنفه العقول السليمة.

وهذه الحاجات بالتأكيد تختلف حسب تغير المكان والزمان، فقد تعتبر سلعة في زمن ما ضرورية، بينما هي من التحسينات في زمن آخر، والدواب أقرب مثال، حيث كانت قديماً هي وسيلة النقل الوحيدة، ولا يمكن التنقل بدونها، والآن أصبحت من التحسينات، وأصبحت الضرورة في امتلاك سيارة مثلاً للتنقل، وهكذا (ميداني ٢٠٠٨م).

– المنفعة السلعة أو الخدمة

إن اختلاف المجتمعات في القيم والمعتقدات وحتى في العادات والتقاليد مهمة في معرفة نوع السلع والخدمات لكل مجتمع، بل إنها قد توصل إلى اختلاف في الاحتياجات البشرية الأساسية نفسها، فالمعتقدات مثلاً تدخل في نوع الأكل الذي يمكن للإنسان أن يستهلكه ليكفي جوعه، فالشعوب المسلمة لا تأكل لحم الخنزير أو الميتة، بعكس الحال في دول أوروبا وأميركا، وتختلف العادات مثلاً من شعب لشعب ممن لديهم نفس المعتقد، ففي الجزيرة العربية يرتدي الرجال غالباً ثوباً أبيض وعلى رأسهم غترة وعقال، بينما يلبس شعب مصر القميص والسروال في الغالب، كما تختلف أيضاً المنافع التي يستهلكها بحسب المرحلة الحضارية التي يعاصرها، وقد يميل الفرد للتقليد ممن يظنهم أعلى منه في المنزلة، وأحياناً في أن يجرب الغريب مما لم يعرفه أو يعتد عليه من قبل (البنجابي ١٩٩٠م، ٧).

وبين كل هذه الاختلافات تبقى المنفعة بالنسبة للمستهلك المسلم تتعلق بجانبين؛ جانب مادي وجانب روحي، وقد نجد وجوهاً من الإنفاق اقتصادية بحته في النظام الرأسمالي، إلا أن هذه الوجوه نفسها في الاقتصاد الإسلامي تولد منفعة عظيمة، مثل مساعدة الفقراء والمحتاجين، والجار وغيرها من أنواع الإحسان والبر، وبالتالي تحتوي دالة المنفعة للمستهلك المسلم متغيراً غير جانب المتعة المادية، وهو جانب الثواب أو العقاب (الرماني ٢٠٠١م).

– ثمن السلعة

يتداخل في مفهوم المال جوانب عدة يمكن أن ننظر إليها لفهم حقيقة هذا المكون الرئيس من مكونات سلوك المستهلك المسلم، وقد تكون هذه الجوانب كلها قائمة على السؤال؛ ما حقيقة هذا المال بين أيدنا؟ ولمن هو؟ وبمعرفة الإجابة واستقرارها في النفس يكون من السهل على الإنسان المسلم أو المستهلك المسلم تحديداً التعامل معه وجريانه بين يديه بكل راحة وطمأنينة.

والحقيقة أن كل هذا الكون بكل ما فيه لله وحده، وأن المال هو مال الله، وقد جعله في أيدينا؛ لنكتفي منه ونعيش العيشة الكريمة التي ارتضاها لنا، ولنعمر الأرض ونستغل ما وهبنا إياه في نفع الأفراد والمجتمع، يقول عز وجل: ﴿آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُم مُّسْتَخْلَفِينَ فِيهِ ۖ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَأَنفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ﴾ (سورة الحديد ٧).

قال القرطبي: مما جعلكم مستخلفين فيه دليل على أن الملك لله سبحانه، وأن العبد ليس له فيه إلا التصرف الذي يرضي الله (طنطاوي، ٢٠٣)،...وقال الحسن: ويدل على أنها ليست بأموالكم الحقيقية، وما أنتم فيها إلا بمنزلة النواب والوكلاء (طنطاوي، ٢٠٣)، وقال الشوكاني (ص٢٠٠)فيها:أي جعلكم خلفاء في التصرف فيه من غير أن تملكوه حقيقة،فإن المال مال الله والعباد خلفاء الله في أمواله فعليهم أن يصرفوها فيما يرضيه وقيل جعلكم خلفاء من كان قبلكم ممن ترثونه، وسينتقل إلى غيركم ممن يرثكم فلا تبخلوا به، وذكر الطبري (ص١٧١) فيها: "وأنفقوا مما خوّلكم الله، من المال الذي أورثكم عمن كان قبلكم، فجعلكم خلفاءهم فيه في سبيل الله"، وقال ابن كثير (ص١١): "فيه إشارة إلى أنه سيكون مخلفاً عنك، فلعل وارثك أن يطيع الله فيه، فيكون أسعد بما أنعم الله به عليك منك، أو يعصي الله فيه فتكون قد سعيت في معاونته على الإثم والعدوان".

ففرق كبير في أن ينظر الإنسان للمال على أنه ملكه الخالص، الذي جمعه واستطاع بخبرته تنميته، وبذلك يستحق أن يستمتع به كما يريد، وبين أن يكون مدركاً لمبدأ نعمة الله ومنه عليه باستخلافه في هذا المال، فالله أنشأ مادته، وسخره له، ويسر له القدرة على اكتسابه، فلا يطغيه الغنى، بل يراعي حق هذه الأمانة كما أراد الله سبحانه وتعالى (المرزوقي، السعيدي، وآخرون ٢٠١٤م، ٤٣).

ولتأكيد هذا المفهوم نشير إلى تقرير فلاسفة الاقتصاد في أن وظيفة الإنسان في الإنتاج لا تكاد تعدو مجرد تحوير وتغيير لأوضاع وأماكن الأشياء الموجودة فعلاً، وحتى هذا التغيير قد يسره الله للإنسان ومنحه القدرة على فعله، وأعانه على ذلك ﴿رَبُّنَا الَّذِي أَعْطَىٰ كُلَّ شَيْءٍ خَلْقَهُ ثُمَّ هَدَىٰ﴾ (سورة طه ٥٠)، فالإنسان لم يخلق أي شيء فعلاً، والذي بث كل شيء في الكون هو الله، والمال من ضمن هذه الأشياء، الذي ساقها الله إليه، فمهما تذكر جهده وعمله للحصول عليه، فلا ينسى قدرة الله في الإيجاد ابتداءً وفي إمداده إياه (القرضاوي ١٩٩٥م، ٤٤).

ذكر الإمام الرازي (١٩٨١م، ١٠٦) في تفسيره تشبيهاً جميلاً لعلاقة أصناف الناس بالمال: "الفقراء عيال الله، والأغنياء خُزَّان الله، لأن الأموال التي في أيديهم أموال الله، ولولا أن الله تعالى ألقاها في أيديهم وإلا لما ملكوا منها حبة، فلا يستبعد أن يقول الملك لخازنه: اصرف طائفة مما في تلك الخزنة إلى المحتاجين من عبيدي"

وتثمر هذه المعرفة وهذا الاعتقاد في أن نفس المسلم يسهل عليها قبول أوامر الشرع وتوجيهاته وقوانينه المتعلقة بتنظيم المال، ولا يجد في نفسه الحاجة في أن يتمرد عليها كما يفعل أفراد التشريعات الوضعية، فيتحايلون ليتهربوا منها، كما يهون المال أيضاً في يد صاحبه المسلم، فلا يتوانى عن أداء نداء الواجب، ولا عن نصرة الدين ومعونة الفقراء والمساكين، ولا يكون بإخراجه لحق الله في ماله متفضلاً، بل هو حق لمن أوجبها الله له. (القرضاوي ١٩٩٥م، ٥٠).

ولنفس هذا المبدأ، يسعى الإنسان للتوسط في إنفاقه للمال، فلا يسرف في إنفاقه في غير حق، أو في غير ما تقتضيه مطالب الحياة الإسلامية، أو على الجانب الآخر لا يقتر أو يقصر في غير حق، فهو يعلم أنه سيسأل عن الوديعة التي تجري في يديه يوم القيامة، في توسطه وفي الحق المعلوم للسائل والمحروم (الزهراني، حساني ٢٠٠٩م).

٢,٣. أهمية فهم سلوك المستهلك المسلم

بعد تحديد الأطر والمعالم التي يتشكل فيها سلوك المستهلك المسلم، وما ينبغي أن يكون عليه، حري بنا التطرق إلى أهمية فهم هذا السلوك، فباعتبار أن الاقتصاد الإسلامي من دين الإسلام الإلهي، الذي وضع أساساته وأطره الخالق عز وجل، الأعلم بشؤون خلقه وما يصلح حالهم، ويسير

حياتهم، وبهذا المبدأ العظيم تكمن أهمية فهم سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، كما هو في الحال في سائر شؤون الحياة، لتنير بصيرته وتوقظ ذهنه بعيداً عن النظريات والمفاهيم الغربية التي تنبع من أهداف تختلف عن هدف الفرد المسلم، ونصف هنا فهم سلوك المسلم الحقيقي، وليس واقع المسلمين المعاصرين، الذي يتداخل في سلوكه كل الثقافات والأفكار التي تمر عليه.

فالإسلام راعى الأمور الفطرية في الإنسان، والذي نخصه هنا بالمستهلك المسلم؛ الذي يطلب السلع والخدمات التي تسير حياته، شأنه شأن أي مستهلك، ومن الطبيعي أن يجري مقارنات عديدة –في ظل الأوضاع العادية– ليحصل على ما يحقق له المنفعة الأعلى مقابل الثمن الأفضل الذي سيدفعه، بل إن الإسلام ينظر للاستهلاك بأنه أمر ضروري فلا يمنعه بل يرغب فيه ويحث عليه، فباستهلاك الإنسان يكون بقاؤه واستمرارية نوعه، ليكون خليفة يعبد الله تعالى ويعمر الأرض، فهو أمر فطري وديني أيضاً، لما يتوقف عليه من مطلوبات دينية، قال الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ﴾ (سورة البقرة ١٧٢) فالأكل–الاستهلاك– واقترانه بالشكر شرط لتحقيق العبادة، والآيات والأحاديث كثيرة في تحقيق هذا المعنى (دنيا ١٩٨٤م).

وبمعرفة الإنسان ما له وما عليه حين ينفق ويستهلك، ويقر بالضوابط والحدود التي أمره الله بها، معترفاً ومسلماً للخبير العادل، تستقر نفسه وتسير نحو ما يسمى بالرشادة الاستهلاكية، أو توازن المستهلك –كما سنبين أهم ملامحها في هذا المبحث–، ولا نعني بهذا الانصراف عن كل ما يقدمه العلم الحديث في فهم سلوك المستهلك، من نظريات وقوانين وغيرها، وتقديم صورة بعيدة عن الواقع، بل الوعي بأهمية ترسيخ قاعدة من المبادئ الأساسية والحدود الإسلامية، والاستفادة من هذه العلوم بما يتناسب مع شريعتنا، دون انقياد ولا اقتضاب.

فمثلا تسعى النظرية الاقتصادية الغربية إلى أن تُكوِّن أقصى منفعة للمستهلك من إنفاقه لدخله المحدود لنفسه فقط، وهذا التصور الاستقلالي الأناني للشخصية الفردية في الغرب، إلا أن هذا التصور لا يقره الإسلام، فالمستهلك المسلم جزءٌ لا يتجزأ من جماعة المسلمين، بداية من الأسرة–

شاملة الأقارب- إلى الجيران، ونهاية بالوطن الإسلامي الواسع، بعيداً عن المفهوم الجغرافي أو السياسي (الرماني ١٤١٥هـ).

والمستهلك المسلم لابد أن يعي مدى ملكيته للمال الذي معه،ويعلم أن المال في الأصل مال الله، المالك الحقيقي لكل ما في الكون، فمع مفهوم حرية الفرد في الإنفاق الاستهلاكي، التي منحتها الشريعة الإسلامية للفرد، والتمتع بالمباحات والطيبات، إلا أنه لا يسعه أبداً إنفاق ماله في ما لا يحله الله، أو في إعلانات مضللة، أو دعايات كاذبة، مما يخلق طلباً على هذه المنتجات ويرفع استهلاكها، أو يصرفها على إظهار البذخ والترف، ويترفع بنفسه على بني جلدته، والجميع مستخلفون فيه، يقول تعالى: ﴿وَأَنفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُم مُّسْتَخْلَفِينَ فِيهِ﴾ (سورة الحديد ٧)، وشعور الملكية المطلقة للمال، والتصرف بها بدون سؤال صاحبها عما يفعل بها لا مكان له في الإسلام، وإنما هو الحال في النظام الرأسمالي، فالشريعة الإسلامية لا تمكن أن تنكر نعم الله وفضله، بل ترسم المجال الذي يمكن للإنسان إنفاق المال فيه، وتتدخل إذا تم تجاوز المقصد منه، من جهة الإسراف والتبذير، أو جهة التقتير والبخل، كالحجر على السفيه، وغل يده عن أمواله وممتلكاته، وبالسماح للأخذ من مال المقتر بالمعروف لمن له الحق، ولا يعني هذا الفلسفة الاشتراكية بإنكار الملكية الفردية، إنما يقر الملكيتين معاً العامة والفردية، كما أوضح النبي في قوله صلى الله عليه وسلم: "بِحَسْبِ امْرِئٍ مِنَ الشَّرِّ أَنْ يَحْقِرَ أَخاهُ المسْلِمَ، كُلُّ المسْلِمِ علَى المسْلِمِ حَرامٌ، دَمُهُ، ومالُهُ، وعِرْضُهُ" (مسلم ٢٥٦٤)، فلا تنتزع أمواله بدون رضاه، إلا إذا تعارضت مع المصلحة العامة، التي من المقرر شرعاً أن تقدَّم في حال عارضتها المصلحة الخاصة، مع تعويض صاحبها تعويضاً عادلاً، لقوله تعالى: ﴿ولا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ﴾ (سورة الشعراء ١٨٣) (المرزوقي ٢٠٠٨م).

ويذكر العوضي (٢٠٠١) في بحثه مصادر الاقتصاد الإسلامي، أنه لابد من التفريق بين المفاهيم المتعلقة بالاقتصاد في الإسلام، فيفرق بين علم الفقه الاقتصادي وعلم الاقتصاد الإسلامي، وأنهما لا يحملان نفس المعنى، بل هما مرحلتان تكونان الاقتصاد الإسلامي، وميز بينهما كالآتي:

- موضوع علم الفقه الاقتصادي: يختص به الفقيه، في إعمال العقل في الدليل لاستنباط الحكم الذي يحكم المسألة الاقتصادية.

- موضوع علم الاقتصاد الإسلامي: يختص به الاقتصادي، في إعمال العقل في الحكم الذي حصلنا عليه لتحديد المتغيرات الاقتصادية التي ينشئها الحكم وتحليلها والتأثير فيها والتنبؤ بها، ويشترط لمن سينشغل به أن يكون قادراً على فهم الفقه الذي سيكتب عن اقتصاده.

ويمثل لفقه الاستهلاك في الإسلام من جهة مرحلة الفقه بما قاله الإمام الشيباني (١٩٨٦م) في إشباع السلع والخدمات، أنها "على أربعة أوجه: ففي مقدار ما يسد به رمقه ويتقوى على الطاعة هو مثاب غير معاقب، وفيما زاد على ذلك إلى حد الشبع هو مباح له محاسب على ذلك حساباً يسيراً بالعرض، وفى قضاء الشهوات ونيل اللذات من حلال هو مرخص له محاسب على ذلك مطالب بشكر النعمة وحق الجائعين، وفيما زاد على الشبع فإن الأكل فوق الشبع حرام"، وهذه المرحلة التي نبحث فيها عن الأحكام المنظمة لتصرفات المسلم الاستهلاكية، التي تعكس نفسها في الوقائع والمتغيرات الاقتصادية، والمرحلة التالية يبدأ مجال علم الاقتصاد، بلغته وأساليبه الرياضية والرسوم البيانية والفروض، للوصول لنظرية اقتصادية.

وفي جانب علم الاقتصاد الإسلامي، يمكن الاستفادة من النظريات الاقتصادية التقليدية على الرغم من النقد الذي تتعرض له من علماء الاقتصاد الإسلامي، إلا أن فيها الكثير من الدقة والصحة في تفسير الظواهر الاقتصادية، بخاصة ما توافق منها مع السنن الكونية والفطرة البشرية، كما تتميز بتنوعها بجمعها بين التحليل الاقتصادي والأساليب الكمية الرياضية، إلى اعتبار الجوانب الاجتماعية والنفسية، وبالتالي يمكن الاستفادة منها أيضاً في بناء النظريات الاقتصادية الإسلامية، فيستمد أسسها ومبادئها من مقاصد الشريعة الإسلامية ومبادئها، وما ينبثق عنها من تصورات إسلامية للحياة والكون والإنسان، ليزدهر هذا العلم ويصل لحقيقة مبتغاه (قندوز ٢٠١٩).

٢,٣,١. دور القِيَم في النظرية الاقتصادية

للقيم والأخلاق دور رئيس وعلاقة وطيدة في توجيه سلوك المستهلك المسلم، وتتعدد أنواعها ومدى أهميتها وتداخلها مع هذا السلوك، وقد لوحظ في المبحث السابق أن الجانب الروحي والمعنوي له ثقله المهم في سلوك المستهلك المسلم.

وقد عُرِّفت القيم اصطلاحاً بأنها: "تصورات معرفية علمية معيارية تؤثر في سلوك الإنسان، ويمكن قياسها" (رشيد ٢٠١٦م)، كما عُرِّفت بأنها: "مجموعة من المعتقدات، والتصورات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية الراسخة، يختارها الإنسان بحرية بعد تفكر وتأمل، ويعتقد بها اعتقاداً جازماً، وتشكل لديه مجموعة من المعايير يحكم بها على الأشياء بالحسن أو القبح، وبالقبول أو الرد، ويصدر عنها سلوك منظم يتميز بالثبات، والتكرار، والاعتزاز" (الجلاد ٢٠٠٥م).

والإسلام يحدد للقيمة تعريفاً، ويضع السلوكيات المناسبة لها، فيربط بين القيمة ومعاش الإنسان ومآله، بحيث تعتبر تكليفاً شرعياً يبنى عليها ثواب دنيوي وأخروي، ويسعى الإنسان لتحقيق ضرورياته بداية، ثم ينتقل للحاجيات، وبعدها الكماليات، ويضع كل مجتمع الضوابط والأطر بحسب دينه وفلسفته، ويسعى لتحويل القيم إلى سلوك في حياة الناس، وليس مجرد مفاهيم واسعة (رشيد ٢٠١٦م)، وللقيم الأخلاقية الإسلامية خصائص تعطيها هذه القدر من الأهمية، منها:

- قدسية الأوامر الأخلاقية؛ فهي أوامر إلهية، ينظر لها المسلم على أنها أحكام الشريعة التي لابد أن يعمل بمقتضاها، وبالتالي تعتبر أمراً اعتقادياً عند المسلم، بعكس غير المسلم الذي يعتبر الباعث على الأخلاق والقيم عنده تحقيق منفعة أو مصلحة مادية.
- ثبات القواعد الأخلاقية في الإسلام، والسبب في ذلك أنها بنيت على قيم وأسس ثابتة، فالحلال والحرام هما كذلك في كل زمان ومكان، ووضعت لتكوين مجتمع فاضل، غير أنها عند غير المسلم يمكن أن تتلون حسب المكان الذي وضعت فيه، كما قال بعض فلاسفة الغرب من غير المسلمين أن الإنسان هو صانع القيم، فلا التزام ولا إلزام إلا بالغاية النفعية، فلا عجب عندما نسمع بعض الدول الغنية تلقي بفوائض إنتاجها في المحيط كيلا تكثر في السوق فينخفض سعرها.
- تسامي المسلم بقيمه وأخلاقه، فيرقى بسلوكه إلى مرتبة الاستسلام ومنها إلى الإيمان والإحسان، التي تقتضي أن يراقب ربه كأنه يراه، ولهذا على المسلم أن يتمسك بالشرع حتى لو رأى فيه الهلاك، ورأى في عكسه الخير والنجاح، إلا أن الحياة الحقيقية بالانقياد لأوامر الشريعة وفيها الفلاح المحق والنجاة (العجمي ٢٠١٦م، ٢٢٧).

والملفت للنظر أن النظام الإسلامي هو النظام الوحيد الذي يربط بكل صراحة ووضوح في نظريته الاقتصادية بين الاقتصاد والأخلاق، بينما تتحجج كبرى النظريات الاقتصادية بعزل القيم الاقتصادية عن الجوانب الاقتصادية، بحجة أن الاقتصاد علم والقيم الأخلاقية صفات شخصية، وأن من أهم خصائص العلم الموضوعية، وأن تكون بمنأى عن الجانب القيمي، وهذه مغالطة واضحة، لأن الاقتصاد يقوم على أساسين؛ جانب علمي تجريبي، ومجاله التجارب العامة التي لا تدخل فيها القيم، والجانب الآخر هو المذهب الذي تدخله القيم وتختلف به الأنظمة الاقتصادية (يوسف ١٩٩٠م)، فهذه الدراسات الاقتصادية الوضعية تصب جل اهتمامها على الحاجات الإنسانية وطرق إشباعها، دون النظر إلى جهتها أو ضررها، إلا أن الإسلام يربط الاقتصاد بالقواعد القيمية التي يجب أن تتوفر في الفرد والمجتمع المسلم برباط وثيق، فيتميز الاقتصاد الإسلامي بجوانبه الأخلاقية الإنسانية، فربط بين العقيدة والعبادات والمعاملات والأخلاق، وجعل للإنسان قواعد تعينه على ما استخلفه مالك السموات والأرض فيه، فشرع له ما يعمرها وينمي ثرواتها بأساليب متعددة، بعيدة عن الربا والغش والاحتكار وغيرها، وتحقيق التعاون والتكافل بين المجتمع ورعاية سائر المحتاجين، إضافة إلى دعوته الإنسان ليكتسب مالاً حلالاً، في ادخاره وتمويله وإنتاجه وتوزيعه، وبذلك يتضح عند النظر إلى دعامتي الاقتصاد المال، والعمل اعتماد الاقتصاد المحكوم بالشريعة على القيم الأخلاقية، وأن الميدان للاستخلاف، وأن المال وسيلة لا غاية (نصار ٢٠١٠).

وذكر الرماني (٢٠٠١م) في محاولته لصياغة نظرية سلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، أن القيم قضية لا يمكن تجاوزها بسهولة في التحليل الاقتصادي، وأكد على أنه يمكن أن يكون لها التأثير الأكبر في استكشاف نظرية اقتصادية إسلامية، تنطلق أساساً من خلال المفاهيم الذاتية للإسلام، فبرغم اختلاف الاقتصاديين الوضعيين في علاقة القيم والأخلاق بالاقتصاد وأنه علم واقعي، أو الذين أعلنوا على الطرف المقابل أن علم الاقتصاد علم محايد ولا علاقة له البتة بالقيم والأخلاق، ويجب أن يكون في مستوى العلوم الطبيعية البحتة، إلا أن الباحث أكد على أهمية الفهم والتفريق في الناحية العلمية بين الاقتصاد الوضعي الذي يفترض علاقة يمكن بحثها وتحليلها،

وبين الاقتصاد المعياري الذي يستخدم الأحكام الأخلاقية والمعلومات لتأييد سياسة معينة من بين السياسات البديلة، فالاقتصاد المعياري يحدد هيكل النظام الاقتصادي؛ فهو انعكاس لفلسفة مجتمعه وطبيعته، وبهذا فإن النظام الإسلامي ينطلق من مبدأ أن الشريعة هي التي تحدد القواعد والمبادئ الإسلامية، كتطبيق مبدأ الزكاة، وتحريم الربا، والتعامل بنظام المشاركة، كما يحدد الاقتصاد المعياري أيضاً طبيعة الاختيار بين البدائل، برسمه للسياسة الاقتصادية، من تحديد الأولويات وبالتالي اتخاذ القرار؛ كقاعدة لا ضرر ولا ضرار، والغنم بالغرم وغيرها، وبالتالي فالاقتصاد الإسلامي يدرس السلوك الاقتصادي للذين يعملون وفق منهج الإسلام في الحياة، بجميع جوانبه؛ الخلقية، والروحية، والاجتماعية، وغيرها، فبذلك لا يُغلَّب جانب المعيارية أو جانب الوضعية في الاقتصاد الإسلامي، ولا تقل دراسة أي جانب منها على الآخر.

ويربط الإسلام بين اعترافه بحاجة الإنسان وبين إنماء طاقات المجتمع، مما يعني أنه لا يقر بالحاجات التي لا تؤدي إلى إنماء المجتمع، فهو يجعل الحاجة عند قمة التنظيم الاقتصادي للمجتمع، لكونها مرتبطة بعمارة الأرض، فيركز على أن تستخدم المواد لإشباع الحاجات الحقيقية الطيبة للإنسان[٤]، واستخدام الموارد المتاحة بأفضل شكل ممكن لعمارة أرضه، كما يجمع الفكر الإسلامي بين الجوانب المادية وغير المادية –الروحية–، وباتباعه يخرج الإنسان من حالة الفراغ الروحي الذي تعانيه النظم المادية، فالله خلق الإنسان بطبيعة مركبة؛ جسد وروح وهما مرتبطان ببعضهما، والإسلام دين وسط لا يسرف لا في الحاجات المادية ولا في الحاجات الروحية، بل يوازن بينها، كي لا يطغى أحدهما على الآخر، كما أن المستهلك المسلم حر فقط في إشباع حاجاته الطيبة ذاتاً ومعنى، قال تعالى: ﴿وَكُلُواْ مِمَّا رَزَقَكُمُ ٱللَّهُ حَلَٰلًا طَيِّبًا ۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ٱلَّذِيٓ أَنتُم بِهِۦ مُؤۡمِنُونَ﴾ (سورة المائدة ٨٨)، وقال: ﴿وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ﴾ (سورة الأعراف ١٥٧)، وكلها قد حددت وفق شرع الله، لأن الإنسان قاصر بنفسه عن معرفة مصلحته الحقيقة، قال العليم الخبير: ﴿وَعَسَىٰٓ أَن تَكۡرَهُواْ شَيۡـٔٗا

٤ يرتب بعض الكتاب في الاقتصاد الإسلامي الحاجات وفقاً لأقسام المصالح عند الأصوليين، إلى حاجات حقيقية طيبة؛ كالحاجة للطعام والشراب والكساء والمسكن، وحاجات وهمية خبيثة؛ كالحاجة لشرب الخمر وأكل الخنزير (البنجابي ١٩٩٠م).

وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ وَعَسَىٰ أَن تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ (سورة البقرة ١٧٢) ، وهناك مفارقة أيضاً في أن الاقتصاد الوضعي لا يعتبر الحاجة إلا إذا كانت مدعمة بالقدرة الشرائية، بغض النظر عن نوعها، فطالما أنها تعتبر طلباً في السوق فهي حاجة، بينما في الفكر الإسلامي لا تهمل الحاجات غير المدعمة بالقدرة الشرائية إذا كانت حاجة حقيقية طيبة، لأن المجتمع الإسلامي مسؤول عن جميع أفراده، وسد حاجة غير القادرين كالفقراء والعجزة وغيرهم، فالموجه هنا النفع البشري، بينما الموجه هناك الربح فقط (البنجابي ١٩٩٠م).

والأخلاق الإسلامية كُل لا يتجزأ، إلا أن بعضها أقوى صلة من بعض وأوضح في المجال الاقتصادي وأنشطته، ومنها تلك التي تعتبر أمهات الأخلاق وأهم الفضائل؛ كالصدق الذي تقوم عليه العقود، ويثبت لأي طرف حق الفسخ إذا ثبت الكذب فيها، كبيع المرابحة أو الحطيطة أو المواضعة مثلاً، حين يكون البيع بثمن الشراء مع ربح محدد أو بنفسه أو بخسارة محددة، ومخالفة ذلك تنافي الصدق وتعطي حق الفسخ للطرف الآخر، وعلى الأمانة التي تعني تحمل المسؤولية والقيام بالتكاليف، والتي لها أهمية في استقرار التعاملات، وتعطي قدراً من الثقة بين المنتج والتاجر والمستهلك، إضافة إلى خلق الوفاء بأداء كلا الطرفين ما عليهما من التزامات تجاه العقد، وأوجب الشارع في عقود المعاوضات والشركات والتوثيقات خاصة، وندب على التسامح في عقود الإرفاق مثل القروض والتسامح فيه، ومن الأخلاق الفاضلة حسن المعاملة التي يراد بها السماحة في المعاملة، والتي أكد عليها رسولنا الكريم بقوله: "رحم الله رجلاً سمحًا إذا باع، وإذا اشترى، وإذا اقتضى" (البخاري ٢٠٧٦).

كما أن هناك الأخلاق التي حذر منها الشارع في التعاملات بين المسلمين، والتي منها البخس في الكيل والميزان، الذي توعد فاعله بالعذاب الشديد، قال تعالى: ﴿وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ . الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ . وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ﴾ (سورة المطففين ١-٣)، وكذلك نهى عن المنافسة غير المشروعة؛ كالنجش، والبيع على بيع أخيه، وغيرها مما قد يحدث اضطراباً في السوق؛ كتلقي الركبان، وبيع الحاضر للباد، وكما نهى الشرع عن الغش والخداع، فنفى أن يكون الغشاش ممن ينتمي لجماعة المسلمين، قال عليه الصلاة والسلام: "من غش فليس منا" (الترمذي

١٣١٥)، وأعطى الحق لمن غُشّ في عقده، بما يدرأ هذا الفساد، بأخذ تعويض أو فسخ العقد، وللإمام أن يعزر فيما يراه من هذه الأخلاقيات التي تقض مضجع المسلمين وتفكك وحدتهم (قاسم ١٩٨٠م، ٢٧).

ولا تناقض ببين الدنيا والآخرة في إباحة الطيبات، قال تعالى: ﴿ وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ حِلْيَةً تَلْبَسُونَهَا وَتَرَى الْفُلْكَ مَوَاخِرَ فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴾ (سورة النحل ١٤)، بالإضافة إلى أن أوامر الله هي هداية لتحقيق مصلحة الإنسان، وليست قيوداً نضحي بمصلحة الإنسان لتحقيقها، قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ لاَ تُحَرِّمُواْ طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللّهُ لَكُمْ وَلاَ تَعْتَدُواْ إِنَّ اللّهَ لاَ يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ . وَكُلُواْ مِمَّا رَزَقَكُمُ اللّهُ حَلاَلاً طَيِّبًا وَاتَّقُواْ اللّهَ الَّذِيَ أَنتُم بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴾...﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ . إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَن يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ ۖ فَهَلْ أَنتُم مُّنتَهُونَ ﴾ (سورة المائدة ٨٧-٩١) ، كما قد أيّد الشرع وحرّص في كثير من المواضع على ما يدفع المسلم إلى السعي، وربطها بمن سينفق عليهم، وأنه عمل جليل عظيم عند الله، مما يبين تبعاً أهمية الإنفاق، كما في موقف الصحابة مع رسول الله صلى الله عليه وسلم عن فضل النفقة على من يعول وكفايتهم، وقورن بأعظم الأعمال: "مر على النبي صلى الله عليه وسلم رجل فرأى أصحاب رسول الله صلى الله عليه وسلم من جَلَده ونشاطه، فقالوا يا رسول الله! لو كان هذا في سبيل الله، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم :إن كان خرج يسعى على ولده صغاراً فهو في سبيل الله، وإن كان خرج يسعى على أبوين شيخين كبيرين فهو في سبيل الله، وإن كان خرج يسعى على نفسه يعفها فهو في سبيل الله، وإن كان خرج يسعى رياء ومفاخرة فهو في سبيل الشيطان" (الترغيب والترهيب ٤/٣) (الزرقا ١٩٧٦م).

٢,٣,٢. الفرق بين معنى الرشد الاستهلاكي في الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد الرأسمالي

استناداً إلى ما تقدم في هذا الفصل من بيان ما يقوم عليه سلوك المستهلك المسلم في النظام الاقتصادي الإسلامي، ستُعرض هنا بعض الفوارق بين النظام الاقتصادي الإسلامي والنظام

الاقتصادي الرأسمالي، من حيث اللفظة التي تُذكر وتتكرر في كل منهما، والتي هي "الرشد الاستهلاكي" أو "المستهلك الرشيد"، ومما لا شك فيه أن هناك اختلافاً في معناها ومضمونها في كل من النظامين، لاسيما وأن لكل نظام أسساً وغايات ومقومات مختلفة.

ويمكن أن يتضح الفارق مما يمثله كل نظام من هذين التساؤلين:

هل يستهلك الإنسان ليعيش؟....أم يعيش الإنسان ليستهلك؟

الاقتصاد الإسلامي يعمل في الخيار الأول، حيث إن الاستهلاك ليست غايته ولا مبتغاه، وإنما هو مما يعين المسلم ليقوم بمهمته وغايته الأساسية من خلقه، وعلى الطرف المقابل يعمل الخيار الثاني في ظل مبدأ النفعية[٥]، فلا يخفى الجنوح الاستهلاكي الذي يسعى لإشباع الحاجات بكل تجرد عن أي اعتبار ديني أو أخلاقي أو صحي، بل إنه أصبح في كثير من المجتمعات غير المتدينة غايةً لوجودها، وبهذا ينقلب نظام القيم، فيكون الإنسان رشيداً بقدر ما يستحوذ من المتع واللذائذ التي توصله لحاجته بل لرفاهته (السبهاني ٢٠١٩).

يرى الاقتصاد الرأسمالي أن المستهلك الرشيد هو من يستطيع أن ينفق دخله في السلع والخدمات التي تحقق له أقصى إشباع أو منفعة ممكنة، ورغم اختلافهم مع تطور النظام في أن هذا الوصف غير واقعي، حيث يصعب على المستهلك قياس "المنفعة" ليستطيع موازنتها مع دخله، فأتت النظرية الحديثة "نظرية منحنيات السواء"، في أن المستهلك عندما يختار بين السلع والخدمات المختلفة، ويبني اختياره على أفضلية حصوله على وحدات إضافية من السلعة أو الخدمة فقط، ولا يقيس المنفعة التي ستعود من استهلاكه، وبذلك يصل إلى توازن المستهلك، الذي يؤثر فيه ويقيده الدخل والأسعار، والتي تختلف باختلاف الأشخاص والأماكن والأزمان، فالمستهلك غالباً في الاقتصاد الوضعي يستهلك السلعة أو الخدمة التي ليست لديه حاجة فعلية لها، إنما لرغبات أخرى، كالتباهي والتقليد وغيرها (ميداني ٢٠٠٨م، ٢٧).

---

٥ نشأت فكرتها من كون المستهلك يحصل على إشباع مادي أو رضى معنوي من استهلاك السلع والخدمات. (الدخليل ٢٠٠٠م)

في نفس الوقت ينظر الإسلام لدالة المنفعة على أنها جزء داخلي من نظام الإسلام الشامل، فيحولها من حالتها الفجة إلى حالة واقعية يقبلها الاقتصاديون ويسلمون بها دون بحث عن تحويلها، فنجد في الشريعة الكثير من الأوامر والنواهي، والتوجيهات ، والترغيب والترهيب، تعمل على إزاحة دالة المنفعة للفرد لتتطابق مع مصلحته الحقيقية، وتُدخل أيضاً وتعدّل متغيرات جديدة للدالة – من أهمها الثواب والعقاب في الآخرة–، لتسير منفعة الفرد في علاقة طردية مع مصلحة المجتمع زيادة ونقصاناً، مما يدل على التكامل والارتباط المتبادل بين متغيرات النظام الإسلامي الشامل، والتي تعتبر المنفعة الفردية جزءًا واحداً من منظومته المتكاملة (الزرقا ١٩٧٦م، ١٦٨).

وقد تعددت وجهات النظر في موقع الدين من النشاط الاقتصادي، فبينما يردد الشيوعيون الملحدون أن الدين أفيون الشعوب، ويرى الرأسماليون الماديون أن الدين لا علاقة له بالنشاط الاقتصادي، لأنه عمل روحي يقتصر على الكنائس والأديرة، يقف الإسلام ليحرك الفرد المسلم في كل جوانبه متكاملة معاً، فالإسلام يعتبر أن أسباب السعادة في الإيمان والعمل الصالح السعادة الروحية في الأمن والطمأنينة، والسعادة المادية في الوفرة والرفاه، مما يعني حياة كريمة للفرد، الذي ينظر للآخرة على أنها امتداد للدنيا فيعمل لأجلها، وأن الجزاء في الآخرة من جنس العمل في الدنيا، وجدير بالذكر أن المستهلك المسلم يعتبر رشيداً عقلانياً، مادام يؤمن بالله ورسوله، ويلتزم بتعاليم الشريعة في تصرفاته، فأساس كل سلوك رشيد هو السير وفق ما أقره الله تعالى: ﴿وَأَنَّا مِنَّا الْمُسْلِمُونَ وَمِنَّا الْقَاسِطُونَ ۖ فَمَنْ أَسْلَمَ فَأُولَٰئِكَ تَحَرَّوْا رَشَدًا﴾ (سورة الجن ١٤)، غير أنه يوجد في المجتمع الإسلامي السفيه والقاصر أيضاً، ولذلك قضى الله بعدم أهليتهم لعدم رشدهم، فمنع تصرفهم في أموالهم أو أن يزاولوا نشاطاً اقتصادياً، مما يضمن الرشد الاقتصادي للمجتمع الإسلامي، فالرشد يعبر عن وصول الفرد إلى التوازن والاعتدال، فالتوسط بين الجوع والشبع يعني الاعتدال الذي يحقق له التوازن، والتوازن ينفي الوصول للحد الأقصى من الإشباع[٦]، وينفي أيضاً الحد الأدنى

٦ يذكر (الزرقا ١٩٧٦م) أن الإسلام يسعى لتحقيق أقصى ما يمكن من المصلحة "الحقيقية" للفرد والمجتمع، ويسعى أيضاً لأن يكون ذلك بالاختيار الطوعي للفرد ومراعاة إرضاءه لأبعد الحدود، عن طريق ما تشتمله الشريعة من تهذيب لسلوكه.

منه، وفي هذا المدى المتوسط يتضح لنا أن للرشد الاقتصادي أيضاً درجات، يسعى المسلم أن يصل بتتبعه الشرع إلى درجة رفيعة فيه (بوخاري، وزرقون ٢٠١١، ٨٦).

كما أن من أبرز الضوابط في الإسلام لترشيد السلوك الاستهلاكي، اقتضائه أن الرشد في الاقتصاد الإسلامي يعني تعظيم رغباته أو سعادته المادية جنباً إلى جنب مع رغباته أو سعادته غير المادية فيوائم بينها (الأفندي ٢٠١٨م)، ويسعى لأن تكون حياته في حالة توازن، فلا طغيان في الماديات، ولا رهبانية، بل يتوسط بين ذلك، وهذه ميزة عظيمة لديه بأن يوازن بين الجانب المادي والروحي، يقول (العليمي ١٩٨٨م): " ولعل ما يحدث في الواقع العملي في مجتمعنا المعاصر خير مؤيد على أن الماديات مهما زادت لا تغني عن الروحانيات، ولا تكفل حياة سعيدة"، ومثل على أنه برغم ما خُصص للأفراد في المجتمعات الغنية من مكونات الطعام، ومقارنتها بغيرهم في الدول الفقيرة، إلا أن معدلات الانتحار تتراوح بين ٩ إلى ١٠ أضعاف في الدول ذات المستوى المرتفع مقارنة بالدول المنخفضة المستوى المادي.

ومن الضوابط أيضاً القضاء على الأنانية وبواعث الاحتكار، مما يكفل توفير الكفاية لكل فرد بمستوى لائق يناسب وضعه، وظروفه، والمجتمع الذي يعيش فيه، وبطبيعة الحال فالمستهلك في الإسلام لا يملك مطلق الحرية في التصرف في أمواله على العموم، فينفق على السلع والخدمات بسفاهة، وإنما هو مقيد بمنهج إسلامي يحكم تصرفاته دون إسراف، ولا تقتير، ولا إتلاف (الزهراني، حساني ٢٠٠٩م).

فالحرية مقيدة بحدود من القيم المعنوية والخُلقية التي يقرها الإسلام –فيما يعطي الاقتصاد الرأسمالي حريات غير محدودة للأفراد–، والتي تتوافق مع طبيعته العامة، فتهذيب حريتهم وصقلها يجعل منها أداة للخير على الجميع، وذلك من خلال تحديد ذاتي نابع من أعماق النفس، يستمد قوته مما تحتويه النفس المسلمة من إطار روحي وفكري، من الطبيعة التربوية الخاصة التي ينشأ عليها كل فرد في مجتمع إسلامي فتكون شخصيته الإسلامية، وتلك الإطارات لها قوة معنوية وتأثير هائل على تهذيب وتوجيه أفراد المجتمع إلى كل سلوك صالح، يزخر بمشاعر الرحمة والعدل والبر، ودفع الظلم والشر والفساد، دون شعورهم بأي سلب لحرياتهم، إنما تنعكس سلوكياتهم من نفس حرة تؤدي رسالتها الصحيحة، ويضاف لذلك التحديد الموضوعي للحرية القادم من قوة خارجية، بحيث تحدد

السلوك الاجتماعي وتضبطه بقوة الشرع فلا حرية للشخص فيما نصت عليه الشريعة، فقد كفلت الشريعة منع مجموعة من الأنشطة التي تعيق تحقق المثل والقيم التي تتبناها، كالاحتكار والربا وغيرها، كما أقرت مبدأ إشراف ولي الأمر والتدخل بما يحمي المصالح العامة، وتحديد بعض حريات الأفراد، بما كان كفيلاً بتحقيق العدالة الاجتماعية على مر الزمن، حيث إن ولي الأمر يسير ضمن نطاق ما شرعه الله له –الذي لا شك في عدله–، ويرى ما يصلح حسب الوضع الاقتصادي وحسب المكان والزمان (الصدر ١٩٨٧م، ٢٨٢). وواهم من يعتقد أن ترك هذه القيود والأوامر الإلهية سيزيد من منفعة الفرد، بل هي هداية تزيد منفعته وتؤمن له مصلحته الحقيقية من الحياة (الزرقا ١٩٧٦م، ١٦٨).

الفصل الثالث

نظرة حول التمويلات الإسلامية التي تؤثر في السلوك الاستهلاكي

يشهد التمويل الإسلامي في الآونة الأخيرة تطوراً ملحوظاً، ليس فقط على مستوى العالم الإسلامي، بل على مستوى العالم كله، ويمثل التمويل قوام النشاط المصرفي الإسلامي، فالمصارف قامت لتلبية الحاجات التمويلية الفعلية، إضافة لتحقيق أهدافها التنموية (دوابه ٢٠١٥م، ١١) وقد بلغ حجم قطاع التمويل الإسلامي ما يتراوح بين ٢ و ٢,٢ تريليون دولار لو تحدث (الناطور ٢٠١٩)، ومما لا شك فيه أن من أبرز ما ساعد على استقراره ونمو مصرفيته الأثر الفعال للقيم الأخلاقية –المستمدة من الشريعة الإسلامية– في مجال إدارة الأموال وتسويق المنتجات المصرفية والعقود، فالخطر الأخلاقي من أعظم المشكلات التي تواجه مؤسسات التمويل والائتمان (القرعاني ٢٠١٣م، ٣).

٣,١. التمويلات الإسلامية التي تؤثر على السلوك الاستهلاكي

٣,١,١. مفهوم التمويلات الإسلامية

إن من أهم ما يميز الاقتصاد الإسلامي عن غيره من الاقتصادات وجود عنصر التمويلات بصيغتها الإسلامية وما يحكمها من عدة ضوابط، يعلم جميع المتعاملين فيها أن حقوقهم قد حفظها الشرع لهم، فمهما تنوعت الصيغ واستجدت إلا أنها تدخل تحت الإطار الشرعي الذي يحكمها، فالقاعدة في الحديث الشريف "لا ضرر ولا ضرار" تحفظ لكلا المعاملين حقه، حتى إن سير العملية قد بنيت على الحلال، وبالتالي فلا مجال في الإسلام إلى الربح المحض الذي يكون بصيغة الدين المثقل لجهة معينة على حساب جهة أخرى، كما في القروض، وإنما هو يعمل بطريقة أوسع ليحرك السوق كله فيضمن حق طرفي العملية، فكما في القاعدة الفقهية أن الربح يُستحق في الشريعة إما

بالملك أو بالعمل أو بالضمان[٧]، كما أن هذا التمويل يفيد المجتمع بتحريك السوق، وهي متنوعة كثيرة مقارنة بجميع الاقتصادات الوضعية، فكل صيغ التمويلات تدخل فيها سلعة أو خدمة معينة، وإنتاج فعلي، فلا تولد النقود نقوداً في الاقتصاد الإسلامي، وبالتالي فهي أكثر استقراراً، غير أن هذه الصيغ وإن كانت على أسس صحيحة وشرعية، إلا أنها لا تتساوى من حيث تأثيرها على الاقتصاد والتنمية، بل إن المبالغة في استخدام بعضها على حساب الصيغ الأكثر أهمية، يخل بالتوازن، ويحرف العجلة عن مسارها الصحيح، فمثلاً بالرغم من أن صيغة المضاربة والمشاركة من الصيغ الرئيسية التي قامت عليها المصارف الإسلامية، والتي هي من أهم الصيغ في دفع التنمية والاقتصاد للأمام، إلا أنها تمثل ١٠٪ من الصيغ المستعملة في المصارف الإسلامية، في مقابل صيغتي التورق والمرابحة (العياشي ٢٠١٠م، ٢٣٨) اللتين تعتبران صيغ تمويل استهلاكي، أي لا يولد عنهما إنتاج كما سنبين هنا.

التمويل في اللغة

التمويل كلمة مشتقة من المال، مُلْتَ ومِلْتَ وتَمَوَّلْتَ واسْتَمَلْتَ: كثُرَ مالُكَ، ومَوَّلَهُ غيرُهُ. ومُلْتُه، أي أعْطَيْتُه المالَ (القاموس المحيط ٢٠٠٥م، ١٠٥٩).

التمويل في الاصطلاح

لا يختلف معنى التمويل في الاصطلاح عن المعنى اللغوي، فهو ينصرف إلى تقديم الأفراد أو المؤسسات المال وإقراضه، بما يلبي حاجاتهم ويحقق لجهة التمويل الربحية.

وإن كان ما تقوم عليه مؤسسات التمويل التقليدية بالإقراض بفائدة، فالتمويل الإسلامي يقوم على الأسس الشرعية التي لا سبيل للفائدة المحرمة فيها (دوابه ٢٠١٥م).

---

٧ يقول الكاساني (١٩٨٦م، ٦٢):" والأصل أن الربح إنما يستحق إما بالمال، وإما بالعمل، وإما بالضمان، أما ثبوت الاستحقاق بالمال فظاهر؛ لأن الربح نماء رأس المال فيكون لمالكه، ولهذا استحق رب المال الربح في المضاربة وأما بالعمل، فإن المضارب يستحق الربح بعمله فكذا الشريك، وأما بالضمان فإن المال إذا صار مضموناً على المضارب يستحق جميع الربح، ويكون ذلك بمقابلة الضمان خراجاً بضمان".

فيما يلي تعاريف للتمويل الإسلامي

فقد عرفه السرطاوي (١٩٩٩م، ٩٧): "أن يقوم الشخص بتقديم شيء ذي قيمة مالية لشخص آخر، إما على سبيل التبرع أو على سبيل التعاون بين الطرفين، من أجل استثماره بقصد الحصول على أرباح تقسم بينهما، على نسبة يتم الاتفاق عليها مسبقاً وفق طبيعة عمل كل منهما، ومدى مساهمته في رأس المال واتخاذ القرار الإداري والاستثماري".

وعرفه قحف (١٩٩١م، ١٢) بأنه: "تقديم ثروة عينية أو نقدية بقصد الاسترباح من مالكها إلى شخص آخر، يديرها ويتصرف فيها لقاء عائد تبيحه الأحكام الشرعية".

وعرفه دوابه (٢٠١٥م، ١٥) بأنه: " تقديم المال من خلال مؤسسات مصرفية وفقاً للضوابط والأسس والقواعد والمقاصد الشرعية والاقتصادية الإسلامية، بهدف المحافظة على المال وتنميته، وتحقيق الخلافة في الأرض، بما يسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع، وعمارة الكون. وبيّن أن المال هنا لا يقتصر على النقود، بل يتعده للمال بمفهومه الشرعي، وهو: كل ما يمكن حيازته والانتفاع به انتفاعاً معتاداً.

أما بالنسبة لمفهوم التمويل الاستهلاكي فهو: الائتمان النقدي الذي يقدم فيه أحد طرفي المعاملة في الغالب المؤسسات التمويلية نقوداً للطرف الآخر المستهلك الذي يقوم بردها في وقت لاحق متفق عليه. ويحكم هذه العملية عقد القروض الحسنة، وعقد البيع في حالة التمويل الإسلامي. ويختلف التمويل الاستهلاكي عن التمويل الاستثماري في أن المستفيد منه مستهلك وليس منتجاً، والهدف النهائي منه الاستهلاك –وإن كانت سلعة معمرة–، وليس إنتاج سلعة أخرى (الساعاتي ٢٠٠٧م، ٤).

٣,١,٢. صيغ التمويلات الإسلامية الاستهلاكية في البنوك ومؤسسات التمويل:

تقدم البنوك ومؤسسات التمويل الإسلامية عدة صيغ للتمويل يمكنها تلبية احتياجات العملاء، بما يحقق مبادئ الشرع ولا يتنافى معه، ويمكن أن تحصر أشكال صيغ التمويل بشكل عام في: التمويل الخيري، والتمويل بالمشاركة، والتمويل بالمعاوضة.

إلا أن الصيغ الإسلامية التي تدعم السلوك الاستهلاكي تنحصر في بعض صيغ المعاوضات فقط. وسنخصص الكلام هنا فيما يدعم السلوك الاستهلاكي منها، وما تستخدمه البنوك ومؤسسات التمويل.

المعاوضة: هي العقود التي يكون فيها مبادلة بين طرفين، وتجدر الإشارة إلى أن السمة البارزة لتعامل المصارف الإسلامية بهذه الصيغة، هي الاندماج والتكامل في صفقة تبادل حقيقي دائماً. وتتمثل أساليبه في البيع والإجارة والوكالة بالاستثمار والجعالة (دوابه ٢٠١٥م، ١١٧).

أولاً: أسلوب المعاوضة بالبيع

- **المرابحة، والمرابحة للآمر بالشراء**

تعد بيوع المرابحة في البنوك ومؤسسات التمويل الإسلامية المعاصرة من أهم العمليات التمويلية التي وصلت إلى ٩٠٪ في بعض البنوك نسبة إلى غيرها من الصيغ التمويلية، مما يؤدي إلى مشاكل غير محمودة، من ارتفاع نسبة الاستيراد على حساب التصدير مما يلحق الخلل بالميزان التجاري للدولة.

تعني في الاصطلاح المصرفي بصورتها البسيطة: أنها عبارة عن التزام من المصرف أو المؤسسة بشراء سلعة موصوفة بذاتها وبيعها لعميله بنسبة معينة من الربح، مع وعد من العميل بشرائها عند حصول المصرف عليها.

اشتهرت صيغة المرابحة للآمر بالشراء أو المرابحة المركبة؛ وهي أن يطلب العميل من المصرف أو من مؤسسة التمويل شراء سلعة معينة، محددة الصفات، ويحدد الثمن الذي سيشتريها به العميل من المصرف بعد إضافة الربح الذي يتفقان عليه، مع وجود وعد من العميل بالشراء إذا توفرت الشروط المتفق عليها، ووعدٍ آخر من المصرف بإتمام البيع بعد الشراء طبقاً لتلك الشروط (جليلة ٢٠٠٧م).

تتخذ المصارف الإسلامية صورتين للمرابحة تتمثل في (دوابه ٢٠١٥م، ١٣٠):

١. **المرابحة المحلية:** ويكون ذلك من خلال شراء المصرف السلع من السوق المحلي.
١. **المرابحة الاستيرادية:** ويكون ذلك من خلال شراء المصرف السلع من الخارج.

- **التمويل بالتَوَرُّق**

التَوَرُّق –كما عرفته هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (٢٠١٠، ٤١٢)– هو: "شراء سلعة بثمن آجل مساومة أو مرابحة، ثم بيعها إلى غير من اشتريت منه للحصول على النقد بثمن حال"، فالشرط فيها لتكون جائزة أن يبيعها لغير بائعها الأول، أما ما انتشر في المصارف اليوم بما يسمى بالتَوَرُّق المصرفي المنظم: "كأن يقوم المصرف الإسلامي بالاتفاق مع شخص ممن يحتاجون إلى النقد على أن يبيعه سلعة إلى أجل بثمن أعلى من سعر يومها، ثم يوكل المشتري المصرف الإسلامي ليبيع له السلعة بثمن نقدي أقل عادة من الثمن المؤجل الذي اشترى به السلعة ليحصل المتورق بذلك على الثمن النقدي، وتبقى ذمته مشغولة للمصرف بالثمن الأكثر لهذه المعاملة" فقد ذهب مجمع الفقه الإسلامي إلى عدم مشروعيته (شبير ٢٠٠٩م، ٢٢).

- **التمويل بالبيع الآجل**

فيه يشتري البنك سلعاً بثمن حال، ويبيعها بالآجل بثمن أعلى من ثمنها الأصلي، فيحقق منها الربح. ومنه بيع التقسيط؛ الذي يُؤجَّل فيه الثمن على دفعات أو أقساط في أوقات معلومة بأعلى من الثمن الأصلي (قلعه جي ٢٠١٠م، ٤٨،٧٧).

ثانياً: أسلوب المعاوضة بالإجارة

تعرف الإجارة في الاصطلاح بأنها: عقد على المنافع بعوض (النووي ١٩٩١م، ٢٠٨)، وبالتالي يُقرر أنه "تصح إجارة كل ما أمكن الانتفاع به مع بقاء عينه" (الكرمي ٢٠٠٤م، ١٥٩)

تتخذ المصارف الإسلامية عدة صور للإجارة تتمثل في (جليلة ٢٠٠٧م، ١٤٧):

- **التأجير التمويلي**

هو عبارة عن عقد بين المؤجر والمستأجر، على استئجار أصل يختاره المستأجر من صانع أو بائع، فيستخدمه لقاء تسديد دفعات إجارية محددة خلال مدة معينة، وهو مسؤول عن جميع التكاليف التشغيلية كالصيانة والتأمين، مع احتفاظ المؤجر بملكية الأصل طيلة مدة سريان العقد.

غالباً ما تكون الفترة الإجارية هي فترة حياة الأصل "عمر الأصل"، ويجب أن يحصل المصرف على كامل قيمة الإنفاق الرأسمالي في هذا الإيجار بالإضافة للربح.

- **التأجير التشغيلي**

يعتمد هذا التأجير على أنواع معينة من المعدات، فالمصرف يؤجر الأصل عدة مرات عادة ليحصل على كامل قيمة الإنفاق الرأسمالي الأصلي، كما تبقى لدى المصرف ملكية العين المؤجرة في نهاية مدة العقد.

- **الإجارة المنتهية بالتمليك**

تقوم على أن يؤجر المصرف عيناً من ممتلكاته للعميل لمدة معينة وبأجرة معلومة، ثم يملكه إياها بعد انتهاء المدة، بعقد جديد.

بذلك تشبه بيع التقسيط، إلا أنها تختلف في تكوينها، حيث إن هناك عقدين: الأول عقد إجارة لمدة محددة، والثاني عقد تمليك العين عند انتهاء المدة.

ثالثاً: صيغة الودائع والقروض

الودائع المصرفية: هي الأموال التي يودعها أصحابها بغرض حفظها أو للتعامل اليومي بها، وتكون حاضرة للتداول والسحب عليها عند الحاجة لها وبمجرد الطلب، ودون توقف على أخطار سابق (المؤتمر الاسلامي ٢٠١٦)، وأما القرض هو: دفع مال لمن ينتفع به ويرد بدله (الفوزان ٢٠٠٢م، ٦٣)، وتلتزم البنوك الإسلامية بعدم أخذها أو تقديمها أية فوائد على الودائع أو القروض.

- **بطاقات الائتمان**

نشأت هذه البطاقات لتمويل تحويلات مالية لعملية محددة، وتتميز بأن الموافقة على منح الائتمان فيها تسبق الحاجة إلى عملية التمويل، ويستخدمها المستهلكون لتسهيل عمليات الشراء من السلع والخدمات، حيث تكون عمليات الشراء ببطاقات خاصة بالشركات المصدرة لهذه البطاقات، أو

بطاقات يمكن استخدامها في الشراء من أماكن حول العالم (الساعاتي ٢٠٠٧م)، وتتمثل في ثلاثة أنواع رئيسية:

١. بطاقة الخصم أو بطاقة الدفع الفوري Debit Card.
٢. بطاقة الخصم الشهري أو الدفع الشهري أو القيد الآجل Charge Card.
٣. بطاقة الائتمان Credit Card. (أ. دوابه ٢٠١٢م، ١٠٥)[٨]

٣,٢. التمويلات الإسلامية في المملكة العربية السعودية

٣,٢,١. نظام البنوك ومؤسسات التمويل في المملكة

تطورت الخدمات والمنتجات المالية التي تتوافق مع الشريعة الإسلامية في السعودية تبعاً لحاجة السوق ومتطلبات العملاء، فأُنشئت مصارف إسلامية بالكامل، وقدمت العديد من فروع المصارف الأجنبية العاملة في السعودية والمؤسسات المالية الأخرى منتجاتٍ تمويلية متوافقة مع الشريعة الإسلامية. ويمكن القول بأن المنتجات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية تشكل معظم قطاع المصرفية السعودية للأفراد[٩]، إضافة إلى انتشارها في العديد من الشركات المالية الإسلامية الأخرى (محافظ مؤسسة النقد العربي السعودي ٢٠١٦).

وتمثل المصرفية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية في المملكة نحو ٢٠٪ من المصرفية الإسلامية في العالم (م. الشريف ٢٠٢١م).

وكنظرة عامة على القطاع في المملكة فقد بلغ عدد المصارف التجارية في المملكة بنهاية ٢٠١٩م تسعة وعشرين مصرفاً، منها ثلاثة عشر مصرفاً سعودياً، وبلغ عدد فروع هذه المصارف ٢,٠٧٦ فرعاً، فيما بلغ عدد شركات التمويل ثمانية وثلاثين شركة تمويل مرخصة، منها ست شركات للتمويل العقاري، وشركة واحدة لإعادة التمويل العقاري، وشركة واحدة للتمويل متناهي الصغر،

---

[٨] بطاقات الائتمان جائزة شرعاً مادام حاملها يسحب من رصيده أو وديعته، ولا يترتب عليه أي فوائد ربوية، لأنه استيفاء من ماله، ويجوز أن يسحب أكثر من رصيده إذا سمح له المصرف بذلك، لأنه قرض مشروع، شريطة ألا يشترط فوائد ربوية عليه (دوابه ٢٠١٢م، ١٥٣).

[٩] وهذا ما أكده مسؤول في بنك الجزيرة في مقابلة هاتفية بالنسبة للقروض الاستهلاكية للأفراد.

وشركة واحدة لتسجيل عقود الإيجار التمويلي، وتسعاً وعشرين شركة تمويل للأعمال غير المذكورة (ساما، التقرير السنوي السادس والخمسون ٢٠٢٠م، ٩٦).

وفيما يخص المصرفية الإسلامية؛ فقد بلغ عدد المصارف الإسلامية التي تقدم المعاملات المصرفية الإسلامية بشكل كامل أربعة مصارف إسلامية؛ وهي مصرف الراجحي ومصرف البلاد، ومصرف الإنماء، وبنك الجزيرة (الشيخ ٢٠١٧م).

ومع تطور البنوك الإسلامية وازدهارها ورغبة الكثير من الأفراد فيها، لصمودها أمام الأزمات العالمية، ونموها المتزايد؛ بدأت البنوك التقليدية بفتح نوافذ[١٠] أو فروع إسلامية كي لا تفقد العملاء الراغبين بالتعامل بالنظام المصرفي الإسلامي، بحيث يتعامل البنك من خلالها بالأنشطة التي تتوافق مع الشريعة الإسلامية، وفي الوقت نفسه يخضع العديد منها لمراقبة هيئة الرقابة الشرعية أو لمراقبة المراقب الشرعي الخاص[١١] (ف. الشريف ٢٠٠٥م، ١٤).

٣,٢,٢. التمويلات الاستهلاكية في البنوك ومؤسسات التمويل في المملكة

تعتبر التمويلات الاستهلاكية الصيغة الأكثر من ضمن صيغ التمويل التي يمكن من خلالها دراسة مدى تأثيرها على سلوك الأفراد الاستهلاكي أو التبذيري الذي بدوره يدعم فرضية البحث.

وقد تم تعريف التمويل الاستهلاكي حسب مؤسسة النقد السعودية (٢٠١٤م) بأنه: "التمويل المقدم للمستفيد على الأساس التالي:

١- أغراض التمويل غير المرتبطة بأعمال المستفيد التجارية أو المهنية. ويشمل بوجه عام، التمويل الشخصي، تمويل السيارات، ترميم المساكن، أو أي منتجات مشابهة تعتمدها مؤسسة النقد العربي السعودي.

١- التمويل الممنوح لشراء سلع وخدمات بغرض الاستهلاك أو أي متطلبات أخرى للمستفيد على النحو المبين أعلاه، وعلالى سبيل المثال: شراء أثاث، شراء سلع استهلاكية معمرة أو سيارات

---

[١٠] النوافذ الإسلامية: هي جزء منفصل من عمليات المصارف التقليدية (قد تكون فرعاً للمصرف أو وحدة متخصصة تابعة له)، توفر خدمات التمويل والاستثمار المتوافقة مع أحكام ومبادئ الشريعة في جانبي الموجودات والمطلوبات (ساما ٢٠٢٠م).

[١١] لا يسع المجال هنا للحديث حول التحفظات على هذه الفروع والمنافذ، للاستزادة: الفروع الإسلامية التابعة للمصارف الربوية دراسة في ضوء الاقتصاد الإسلامي (ف. الشريف ٢٠٠٥م).

أو أغراض منزلية أو تمويل التعليم وغيرها.

٣- يستثنى من ذلك التمويل العقاري والتأجير التمويلي.

٤- يستثنى كذلك التمويل الممنوح بغرض المتاجرة بالأسهم "Margin Lending

وباستعراض أهم مقدمي التمويل الاستهلاكي في المملكة، عبر جهتين رئيسيتين:

١. التمويل الحكومي:

وهو دعم من الحكومة للمواطنين، غالباً ما يكون على هيئة قروض حسنة، وبشروط معينة، كقروض الإسكان وقروض الزواج وقروض المشروعات الصغيرة.

٢. المؤسسات التمويلية المتخصصة:

وهي المؤسسات التي تقدم الائتمان التجاري للمستهلكين، من البنوك أو مؤسسات التمويل (خياط ٢٠٠٦م).

ويُصرف بعض أنواع التمويل الحكومي في المملكة عن طريق بعض البنوك المختارة من الدولة للوفاء للمستحقين، خاصة فيما يتعلق بالقروض الحسنة للإسكان.

ويبين الجدول التالي حجم القروض الاستهلاكية في المملكة في سنوات الدراسة من ٢٠١٥م حتى ٢٠١٩م:

جدول 3-1 القروض الاستهلاكية "الشخصية" مليار ريال سعودي

السنة	القروض الاستهلاكية
٢٠١٥	٣١٧,٤
٢٠١٦	٣٢٩,٢
٢٠١٧	٣٢٩,٨
٢٠١٨	٣٣٦,٦
٢٠١٩	٣٥٢,٥

مصدر البيانات: التقرير السنوي ٥٦ لمؤسسة النقد العربي السعودي (ساما ٢٠٢٠م).

يبين الجدول السابق تزايد طلب التمويلات الاستهلاكية عبر السنين وصولاً إلى ٣٥٢,٥ مليار ريال في عام ٢٠١٩، بزيادة ٤,٧٪ بما يعادل ١٥,٩مليار ريال عن العام ٢٠١٨. واستناداً إلى

ما سبق ذكره في المطلب السابق من أن معظم قطاع المصرفية السعودية للأفراد متوافقة مع الشريعة الإسلامية، وبالتالي فإن النسبة الأكبر من التمويلات الاستهلاكية تعد إسلامية.

وقد توجهت التمويلات الاستهلاكية حسب التقرير إلى الترميم وتحسين العقارات، والسيارات ووسائل نقل شخصية، والأثاث والسلع المعمرة، والرعاية الصحية، والتعليم، والسياحة، والسفر، وأخرى، بالإضافة إلى البطاقات الائتمانية، وكان النصيب الأكبر لبند التمويلات الاستهلاكية "الأخرى" عن البنود الباقية بنسبة ٨٧,١٪ في عام ٢٠١٩ مرتفعة بنسبة ٦,٣٪ عن العام ٢٠١٨ (ساما ٢٠٢٠م، ٧٦).

وتجدر الإشارة إلى أن المصارف السعودية دخلت في منافسة شديدة فيما بينها منذ بداية عام ٢٠١٥م لاستقطاب المقترضين، والتركيز على القروض الشخصية والاستهلاكية، وجذبهم لها؛ وذلك نتيجة لتشديدات مؤسسة النقد على القروض العقارية التي تقلصت لأكثر من ٩٥٪ ، فأخذته مخرجاً لتشغل أموالها الضخمة، وعليه وصلت نسبة المقترضين من المواطنين السعوديين العاملين في القطاعين الحكومي والخاص إلى ٨٨٪، منها ٩٦٪قروض شخصية استهلاكية وليست للاستثمار، واستمر تنافس المصارف خاصة المصارف المحلية في خفض نسب الإقراض حتى وصلت من ٤٪ إلى ١٪ للحفاظ على بقاء عملائها من المنافسة الشديدة (الجديد ٢٠١٥م).

وما تزال النسبة مرتفعة حتى عام ٢٠١٩م، بحيث أن ٧٠٪ من المواطنين عليهم قروض شخصية للبنوك، و٨٤٪ من هذه القروض قروض استهلاكية، ولم تأخذ القروض الاستثمارية وقروض شراء المنزل سوى ١٤٪ (الحربي ٢٠١٩م).

وذكر العياشي (٢٠١٠م) في الورقة التي قدمها في ندوة البركة؛ أن صيغة التورّق استحوذت على النسبة الأكبر من إجمالي سوق التمويل الإسلامية في السعودية، بنسبة ٦٧٪، وتلتها صيغة المرابحة بنسبة ٢٣٪، بحيث يجتمعان معاً فيما نسبته ٩٠٪من إجمالي حجم السوق السعودية، وتتقاسم بقية الصيغ نسبة ١٠٪ فقط، وعزا أهم سبب لانتشار الصيغتين؛ إلى انخفاض مخاطرهما مقارنة بالصيغ الأخرى. وبرغم أنها صيغ مجازة شرعاً رغم الخلاف الكبير على مصداقية بعض البنوك في الالتزام بالآلية الشرعية الكاملة لها.

الفصل الرابع

دراسة حالة المملكة العربية السعودية

يستعرض هذا الفصل سلوك المستهلك في المملكة، والعوامل المؤثرة على سلوكه الاستهلاكي، من جهة الأثر الاجتماعي، وأثر الإعلام، وأثر البنوك، ثم التطرق إلى تأثير السلوك الاستهلاكي غير المنتج على الاقتصاد، وأخيراً دراسة تطبيقية للبحث والإجابة عن إشكالية الدراسة.

٤,١. نظرة على سلوك المستهلك في المملكة العربية السعودية

بحسب تقرير الهيئة العامة للإحصاءات (٢٠١٨م) الأخير للخمس سنوات عن دخل وإنفاق الأسرة في المملكة العربية السعودية، وكما هو موضح في الجدول أدناه بلغ متوسط الدخل الشهري لإجمالي الأسر في المملكة ١١,٩٨٣ريال سعودي، ومتوسط دخل الأسرة السعودية ١٤,٨١٣ريال سعودي، في حين أنه في نفس السنوات بلغ متوسط الإنفاق الشهري العام للأسر في المملكة ١٢,٨١٨ريال سعودي[١٢]، ومتوسط الإنفاق العام للأسرة السعودية ١٦,١٢٥ريال سعودي، والإنفاق الاستهلاكي للأسر ١١,٧٢٨ريال سعودي، والإنفاق الاستهلاكي للأسرة السعودية ١٤,٥٨٤ريال سعودي[١٣].

جدول 4–1متوسط الإنفاق والدخل للأسرة في السعودية ريال سعودي

	المتوسط للخمس سنوات ٢٠١٤م–٢٠١٨م
متوسط الدخل الشهري لإجمالي الأسر	١١,٩٨٣
متوسط دخل الأسرة السعودية	١٤,٨٢٣
متوسط الإنفاق الشهري العام للأسر	١٢,٨١٨

١٢ والإنفاق الشهري العام: هو إجمالي الإنفاق الاستهلاكي وغير الاستهلاكي (أرقام ٢٠١٩).

١٣ لا يتضمن رقم الإنفاق شراء أسهم أو مبانٍ أو أراضٍ أو أقساط القروض العقارية ومهر الزواج والسلف والهدايا المقدمة للآخرين وتحويلات المعولين وغيرها (أرقام ٢٠١٩).

متوسط الإنفاق العام للأسرة السعودية	١٦,١٢٥
متوسط الإنفاق الاستهلاكي للأسر	١١,٧٢٨
متوسط الإنفاق الاستهلاكي للأسرة السعودية	١٤,٥٨٤

مصدر البيانات: تقرير الهيئة العامة للإحصاءات (٢٠١٨م).

وبحساب الفارق للإنفاق على حساب الدخل يظهر ما مقداره ٨٣٥ ريال سعودي لإجمالي الأسر، و١,٣٠٢ريال سعودي للأسرة السعودية؛ مما يعني أن غالبية الأسر في المجتمع يتوجه دخلها كاملاً إلى السلع الاستهلاكية، وجزء كبير منهم يتجاوز إنفاقهم مقدار دخلهم، فيلجؤون لسد متطلباتهم بطرق أخرى مثل الاستدانة من الأقارب والأصدقاء، أو الحصول على التمويل الشخصي من البنوك أو مؤسسات التمويل وهي الغالبة مما ذكرنا في الفصل السابق من النسب المرتفعة للأفراد الحاصلين على قرض في السعودية.

وفيما يلي نستعرض العناصر التي توجه إليها الإنفاق في المملكة حسب المسح في التقرير السابق:

جدول 4-2 متوسط الإنفاق الشهري موزع على عناصر الإنفاق

مجموعة الإنفاق الرئيسة	سعودي		الإجمالي	
	متوسط الإنفاق	%	متوسط الإنفاق	%
الأغذية والمشروبات	2,621	**16.3**	2,202	**17.2**
التبغ	50	**0.3**	70	**0.5**
الأقمشة والملابس والأحذية	599	**3.7**	492	**3.8**
السكن والمياه والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى	3,616	**22.4**	2,989	**23.3**

تأثيث وتجهيزات المنزل	1,048	**6.5**	789	**6.2**
الصحة	225	**1.4**	167	**1.3**
النقل	1,992	**12.4**	1,532	**11.9**
الاتصالات	827	**5.1**	658	**5.1**
الترفيه والثقافة	460	**2.9**	359	**2.8**
التعليم	358	**2.2**	336	**2.6**
المطاعم والفنادق	726	**4.5**	657	**5.1**
السلع والخدمات الشخصية المتنوعة	3,605	**11.4**	2,567	**20.0**
الإجمالي	**16,125**	**100.0**	**12,818**	**100.0**

المصدر: تقرير الهيئة العامة للإحصاءات (٢٠١٨م، ٢٠).

من الملاحظ من الجدول السابق أن النسبة الأكبر من الإنفاق الإجمالي توجهت إلى السكن والمياه والكهرباء والغاز وأنواع الوقود الأخرى بنسبة ٢٣,٣٪، ومتوسط إنفاق ٢,٩٨٩ ريال سعودي، وفي المرتبة الثانية توجه الإنفاق إلى السلع والخدمات الشخصية المتنوعة بنسبة و ٢٠,٠٪، ومتوسط إنفاق ٢,٥٦٧ريال سعودي، وتساوت النسب بالنسبة للأسرة السعودية لكل من البندين السابقين بنسبة ١١,٤٪ بمتوسط إنفاق ٣,٦١٦ريال سعودي، ٣,٦٠٥ريال سعودي على التوالي، يليهما الإنفاق على الأغذية والمشروبات بنسبة ١٧,٢٪ بمتوسط ٢,٢٠٢ريال سعودي، ونسبة ١٦,٣٪ بمتوسط ٢,٦٢١ريال سعودي من إنفاق الأسرة السعودية، ويليها الإنفاق على النقل بنسبة ١١,٩٪ بمتوسط إجمالي ١,٥٣٢ريال سعودي، و١١,٤٪ بمتوسط ١,٩٩٢ريال سعودي للأسرة السعودية، ويليها على التوالي بنسب متفاوتة الإنفاق على تأثيث وتجهيزات المنزل، الاتصالات، المطاعم والفنادق، الأقمشة والملابس والأحذية، الترفيه والثقافة، والتعليم، والصحة، وأخيراً التبغ.

وتوصلت دراسة العتيبي، والتويجري، وأبا الخيل (٢٠١٦م، ٤١) إلى أن الميل الحدي للاستهلاك الخاص بالأسر السعودية يساوي ١,٢٩، والاستهلاك العام يساوي ١,٢٥، والذي يفترض أن

تكون قيمته بين الصفر والواحد الصحيح حسب النظرية الاقتصادية للميل الحدي للاستهلاك، ويفسر ذلك بارتفاع معدلات الاستهلاك مقارنة بالادخار والاستثمار الذي فاق المعدلات العالمية، وعزوا ذلك للدخول المرتفعة للأفراد السعوديين، الذي أدى للسلوكيات الترفيّة، بالإضافة لوجود الدعم والإعانات الحكومية للسلع والخدمات من مصادر الطاقة والمياه وغيرها.

٤,٢. العوامل المؤثرة في سلوك الفرد الاستهلاكي في المملكة العربية السعودية

٤,٢,١. الأثر الاجتماعي على سلوك المستهلك

لم تعد دراسة سلوك المستهلك وما يدور حوله منحصرة في علوم الاقتصاد، وإنما أصبح مفهوم "ثقافة الاستهلاك" ركناً رئيساً في العلوم الاجتماعية أيضاً، ولا غرابة في أنها وصلت في تحكمها إلى القيم المجتمعية؛ كالروابط الأسرية، والمشاركة، والتضامن الاجتماعي....إلخ (أبو غزالة ٢٠١٢م، ١٣)، فتفشى تنميط تقييم الآخرين والإعجاب بهم من خلال مظاهر مستحدثة للشهرة والجاه، مع قدرة الفرد على التغيير المستمر والتجديد، وإظهار الجوانب الجمالية للسلع والمواد التجارية بصورة مبالغ فيها، فأصبح مقدار ما يستهلكه، عاملاً مهماً ليرفع من مكانته الاجتماعية، وبالتالي بات الاستهلاك استنزافاً لثروة المجتمع بجميع طبقاته، ولم يعد محصوراً على الأغنياء (الزعبي، العنزي ٢٠١٦، ٢).

من زاوية أخرى فإن ضعف الوعي المجتمعي بالحياة المالية، وعدم تحديد الحاجات والرغبات وإدارة الراتب بشكل جيد، أدى إلى وقوع ٨٠٪ من الأفراد في المشاكل المالية، بل إن المسح أظهر أن ٥٠٪ من الأفراد الغارقين في الديون يسافرون للسياحة خارج المملكة مرة أو مرتين في السنة، مما يراكم الأزمة عليهم ويثقل كاهلهم، ناهيك عن الهدر المالي في التعاملات اليومية، التي تقف أمام تخفيض النفقات والاستفادة من الموارد المالية بشكل أفضل، كشراء كوب قهوة بشكل يومي من الخارج قد يصل مجموعه لمبلغ فارق في إيجار المنزل مثلاً خلال السنة، وغيرها من التفاصيل المهملة من سلوكيات مجتمعية خاطئة بعيدة عن مبدأ الادخار والاستثمار (الحربي ٢٠١٩م).

تجدر الإشارة إلى تصدر المملكة في نسبة الهدر والفقد الغذائي[١٤]، حيث إن ٩٠٪ من المنازل في السعودية يقوم أهلها برمي المتبقي من الوجبات يومياً، وهو ما يعود على الثقافة المجتمعية الخاطئة في توفير غذاء أكثر من احتياج الأفراد من باب الكرم والسخاء (سبق ٢٠١٧)، وحسب تقرير المؤسسة العامة للحبوب (٢٠١٩، ٤٠) يهدر الفرد ما مقداره ٣٣٪ من نصيبه من الغذاء سنوياً، أي مقدار ١٨٤كجم سنوياً، وقد قدرت القيمة الإجمالية للهدر الغذائي على أساس الإنفاق الاستهلاكي ما مقداره ٤٠,٤٨٠مليون ريال سنوياً، وهو ما يشكل ٣٣,١٪ من إجمالي الإنتاج أي ٤,٠٦٦ مليون طن، حتى أن نسبة الهدر في الغذاء قد بلغت في مرحلة الاستهلاك إلى ٥٧٪ مقارنة بـ ٢١,٥٪ في مرحلة الإنتاج، ما يشير إلى أن الخلل في الهدر الغذائي أصبح ظاهرة مجتمعية.

٤,٢,٢. أثر الإعلام على السلوك الاستهلاكي

ينطلق تأثير الإعلام على السلوك الاستهلاكي للأفراد من مفهوم أو ما يسمى بمصطلح "الجماعة المرجعية"؛ وهي اشتراك مجموعة من الأفراد تجمعهم قيم أو أعراف أو سلوكيات معينة، بحيث تُستخدم هذه الجماعة كإطار مرجعي للأفراد في قراراتهم الشرائية ومشاعرهم وسلوكهم، فيتأثرون بها وينتمون إليها ويعتبرونها كالقدوة بالنسبة إليهم، وتكون على عدة أنواع: كالأسرة والأصدقاء، وزملاء العمل، والنجوم والمشاهير؛ الذين يملكون القدرة العالية على التأثير وتقليد الكثير لهم في الملابس والعلامات التجارية التي يستخدمونها (الدهيش، وآخرون ٢٠١٤م، ٢٠٦).

تجدر الإشارة إلى أنه لم تعد وسائل الإعلام التقليدية هي المؤثر الوحيد، بل لم تعد المؤثر الأهم؛ فمع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي وتضخمها، سحبت البساط لتكون هي ذات القيمة لتفاعل عدد هائل من المعجبين مع مشاهيرهم والمؤثرين، وبالتالي شيئاً فشيئاً استغلت هذه المساحة لتكون الطريق الآمن والمناسب للترويج والإعلان وتوجيه أكبر عدد من المستهلكين المستهدفين للعلامات التجارية (يونس ٢٠٢٠م، ٣٧٨).

---

١٤ الهدر في الغذاء: ما يتم هدره من غذاء مخصص للاستهلاك بعد مراحل الإنتاج والتوزيع في المطاعم، والمنازل وغيرها.

الفقد في الغذاء: كميات الأغذية التي تتم خسارتها قبل وصولها للمستهلك النهائي، في المزارع، والمصانع، ووسائل النقل، وغيرها. (المؤسسة العامة للحبوب ٢٠١٩، ١١)

حسب الإحصائيات فإن الفئة التي تصل لها الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي – الأشهر للإعلان– فوق سن ١٣عاماً في المملكة العربية السعودية؛ فإنه في برنامج سناب شات قد وصل عدد من تصله الإعلانات إلى ١٣,٦٥٠,٠٠٠مستخدم، وعلى موقع إنستغرام يصل عددهم إلى ١٣,٠٠٠,٠٠٠ مستخدم، وعلى موقع تويتر ١١,٢٦٥,٠٠٠ مستخدم (Dimofinf2019م)، وحسب ما نشره موقع Araboost (٢٠١٩م) عن تقرير وسائل التواصل الاجتماعي الذي تقدمه "We Are Social" بالتعاون مع "Hootsuite" فإنه في عام ٢٠١٨م قدرت القيمة الإجمالية لسوق التجارة الإلكترونية للسلع الاستهلاكية في المملكة بنحو ٦,٣٦ مليار دولار وبزيادة مستمرة، والذي يهيمن عليه سوق الموضة وبخاصة الملابس والأحذية.

٤,٢,٣. أثر التمويل الإسلامي على السلوك الاستهلاكي:

إذا تأملنا ما ذكره الوابل (٢٠١٥م، ١٤) في أهم الفروق بين الحوكمة في المصارف الإسلامية والمصارف التقليدية؛ هي أن الأولى مؤسسة شاملة، فبالإضافة للمعايير المالية هناك معايير اجتماعية تهتم بها، باعتبارها أكبر مؤسسة مالية سمتها أنها ذات رسالة، ودورها الحقيقي في خدمة المجتمع، في حين أن المصارف التقليدية تركز فقط على تعظيم العوائد الربحية، وإن عملت أي خدمة للمجتمع تكون من قبيل الإعلان والدعاية لتعود لتحقيق هدفها الأساسي وهو تحقيق الربحية المالية المحضة. غير أن هذا ما لا نراه اليوم عند إعطاء التمويلات الإسلامية بدون حساب، وبدون سؤال عن سبب أخذ التمويل أو النصح للعملاء في السبل الأفضل لحل مشكلتهم، فكما هو معلوم فإن الاقتصاد الإسلامي يتميز بكثرة الصيغ التي تناسب الجميع، دون أن تنحصر العلاقة في دائن ومدين، وتجر الفرد إلى أن يعيش هو وأسرته تحت الضغط حتى يسدد ما عليه أو أن يصل إلى التعثر في السداد.

بالرغم من أن ما يتميز به التمويل الإسلامي من وجود نشاط اقتصادي حقيقي، كون هذه العقود تنقل ملكية السلع والخدمات من المصرف إلى العاملين في الحياة الاقتصادية، وموضع الديون في العملية يعد استثناءً وليس أصلاً (عبدالسلام ٢٠١٢م، ٨٤)، إلا أنه لا بد من الإشارة إلى أن واقع المصارف والفروع والنوافذ الإسلامية تعتمد بشكل كبير على صيغ المداينات وتجعلها النسبة

الأكبر من التمويل، لما تحمله صيغ المشاركات من احتمالية أكبر للتعرض للمخاطر المستقبلية، ومن زاوية أخرى كانت هناك أصوات من عارض الفروع والنوافذ الإسلامية بأن هدفها البحت هو الربحية وتفعيل الصيغ الإسلامية لأجل أن الطلب من العملاء عليها يزداد، وعلى حد قولهم "أداه لركوب الموجة"،إلا أننا لا نرى نموذجاً مغايراً كثيراً في المصارف الإسلامية، فمع صحة أن المصارف عبارة عن مؤسسات مالية تهدف للربح، واقتناص فرص السوق، إلا أنه وإن كان الجانب المادي هو المحفز الرئيس لها، فلا يجب أن تغفل عن الحوافز العقائدية والاجتماعية التي هي من الصميم المتكامل للاقتصاد الإسلامي(الشيخ ٢٠١٧م، ٦٧).

تحولت البنوك منذ نهاية التسعينات من حث الناس على الادخار إلى حثهم في التوسع في الإنفاق، للتوافق مع الاتجاه العالمي للمصارف والمؤسسات المالية، بحيث يتقلص الائتمان المقدم للشركات والوحدات الاقتصادية الكبيرة إلى التركيز على الأفراد، وبدلاً من تشجيع الناس على توجيه مدخراتهم للصناعة والإنتاج، توجهت البنوك بقوة أكبر لإغراء الكثير بتوفير قدر أكبر من السيولة النقدية الموجهة للاستهلاك من خلال القروض الاستهلاكية، التي تغذي مشاعر الناس بتحقيق مكانة اجتماعية أعلى، حتى انتشرت "ثقافة الاستدانة" والتي تعني أسلوب حياة لبعض فئات الطبقة المتوسطة يتضمن معاني ودلالات استهلاكية تدفعهم للاعتماد على الديون لإشباع حاجاتهم ومتعهم الاستهلاكية لتعزيز المكانة الاجتماعية (المصري ٢٠٠٦، ٣٧)، وبما أن هناك بنوك تقرض وكفلاء يكفلون فلا مشكلة، وبالتالي تتضخم لدى المجتمع مشكلة الاستهلاك (كاظم ٢٠٠٦م، ٨٩).

٤,٣. تأثير السلوك الاستهلاكي غير المنتج على الاقتصاد

في ظل قدرات مالية محدودة، أصبح الاستهلاك نوعاً من أنواع الإدمان الذي لا يستطيع الشخص مقاومته، فحين نكون أمام زيادة في استهلاك السلع الكمالية على حساب الحرمان من بعض الضروريات، يعتبر هذا سلوكاً مَرَضياً ينتج عنه تراجع قيم العمل والإنتاج الوطني والادخار، في مقابل ازدهار الاستيراد الخارجي، ويصبح للاستهلاك قيمة نفسية واجتماعية لأفراد المجتمع، بوصولهم للرقي في السلم الاجتماعي حتى وإن كان ذلك بعيداً عن العقلانية (البنا ٢٠١١)،

"والإعلام هو الحافز على الاستهلاك وهو أيضاً وراء النهم الاستهلاكي والدفع على الإنفاق المفرط، وبالتالي في خلق الصعوبات أمام التنمية والتطور الاقتصادي، وتضطر البلاد إلى استيراد ما لا يلزم وتلجأ إلى إنتاج ما لا ضرورة لإنتاجه" (المصمودي ١٩٨٥، ١١٨).

فكما قال جان بودريار عالم الاجتماع الثقافي: "مجتمع الاستهلاك هو مجتمع تعلم الاستهلاك أيضاً والتدريب الاجتماعي على هذا السلوك أيضاً" فالإعلانات مثلاً وما ينشر في وسائل التواصل من المستوى الاجتماعي المرتفع ومظاهر الترف والرفاهية يعطي انطباعاً عاماً في النفس، ويوجِه سلوك المستهلكين للوصول لهذا المستوى من الاستهلاك، ويعلمهم ويدربهم من أين وكيف يمكنهم اختيار السلع والخدمات واستهلاكها، وتقوم باستمرار بعرض واقع اجتماعي واقتصادي غير موازٍ للواقع الحقيقي، ليخلق حالة الوهم لدى المشاهدين، وتنعكس إيجاباً على تحفيز النزعة الاستهلاكية[١٥] لديهم، لأن كل ما يمكن أن يتمناه الشخص أصبح قادراً على الحصول عليه بأسهل وأيسر طريقة، والأهم في الوقت الحالي (أبو غزالة ٢٠١٢م، ١٢٤).

مما لا شك فيه أنه تعتبر ثقافة الاستهلاك حين تنتقل بين الدول مدمرة في كثير من الأحيان، خاصة للدول النامية –والتي منها الدول الإسلامية–، فتقوم بتلقي قيم لا تتلاءم مع حاجات الدول الاقتصادية التي تبحث عن التنمية المستدامة والنمو الحقيقي، كما أن السلوك الاستهلاكي يضعها في مأزق مع استراتيجيات ومخططات الدولة للاستقرار الاقتصادي والتطور، (أبو غزالة ٢٠١٢م، ١٣) ناهيك عن أن هناك فارقاً بين الدول المتقدمة التي تستهلك ما تنتجه فتزيد من إنتاجها وتنميتها بشكل متوازن، وبين الدول النامية التي تستهلك ما تنتجه غيرها فيزيد تخلفها وتراجعها (حجازي ٢٠٠١م، ١١٦).

---

١٥ تُعَّرف النزعة الاستهلاكية بأنها: فعل فردي أو جماعي، وهو نمط حياة يعتمد على الاستهلاك بشكل مُفرط. وهي نزعة راجت بعد الحرب العالمية الثانية وتزامنت مع انتشار الثقافة المادية حيث لم يعد الاستهلاك فعلاً اقتصادياً فقط إنما بات جزءاً من الحياة الاجتماعية والتجربة النفسية للمستهلكين (أبو غزالة ٢٠١٢م، ١٣).

بناءً على طرح رشيد (٢٠١٦م، ١٦٥٤) فإن زيادة استهلاك السلع والخدمات النهائية بشكل مفرط يؤدي إلى عدة أضرار اقتصادية من أهمها:

أ- ارتفاع الأسعار: فزيادة الطلب على السلعة أو الخدمة يرفع من سعرها، ويلاحظ ارتفاع الأسعار بشكل مبالغ في المواسم كشهر رمضان والعيدين لزيادة الإقبال على الشراء بشكل كبير قبيلها بأيام.

قد كان منهج السلف الصالح، في ترك السلع التي يرتفع ثمنها حتى يزيد عرضها، فيقل سعرها، ففي عهد علي بن أبي طالب -رضي الله عنه- حين كتب له أهل مكة وهو بالكوفة أن الزبيب غلا ثمنه: " فَكتب أَن أرخصوه بِالتَّمْرِ " (ابن معين ٢٠١٣م، ١٣١).

ب- تنامي معدلات الفقر: نتيجة لارتفاع الأسعار وغلاء المعيشة، الذي سببه الإسراف والتبذير في شراء السلع، فيصبح الوصول للسلع والخدمات حتى الأساسية الضرورية محدوداً لطبقة معينة، مما يثقل كاهل بقية أفراد المجتمع، وبالتالي يرتفع مستوى الجوع والفقر وقد يمتد إلى ازدياد مستوى الجريمة.

جدير بالذكر هنا أن عدالة التوزيع في الاقتصاد الإسلامي، وبناء التوازن الاقتصادي، هي من أهم المبادئ التي تميز بها، فالزكاة مثلاً ليست مجرد وسيلة وقتية لسد الرمق، وإنما هي أداة فعالة لتحويل أكبر عدد من المعوزين والفقراء إلى منتجين وملاَّك لهم إنتاجهم في السوق، غير أنه لا تخفى على الجميع الفوارق الطبقية الهائلة اليوم (القرضاوي ٢٠٠١م، ٤٩)، وقد يكون سببُها، خلل في أحد المفاهيم الأساسية لعلاقتنا تجاه المال، متى وأين ولماذا نستهلك وننتج ونستثمر وندخر وغيرها، مع وجود المادية الطاغية، مما يعيق تطبيق الاقتصاد الإسلامي والنهوض به.

٤,٤ . دراسة تطبيقية على البنوك والمؤسسات التمويلية الإسلامية في المملكة

في هذا الفصل تم عمل دراسة على آخذي التمويل في سنوات الدراسة من ٢٠١٥م-٢٠١٩م، بهدف معرفة مدى تأثير التمويلات على السلوك الاستهلاكي في المملكة العربية السعودية، ولهذا فقد تم عمل استبانة لإجراء الدراسة، للوصول للإجابات المرادة للدراسة، وعمل علاقات يمكن من خلالها إثبات أو رفض صحة فرضية الدراسة، وستكون طريقة الطرح في هذا الفصل، عن طريق مطلبين: المطلب الأول: سرد النتائج الإحصائية للعوامل الديموغرافية وأسئلة الدراسة والعلاقات بشكل كامل، ثم المطلب الثاني: التعليق عليها ومناقشتها.

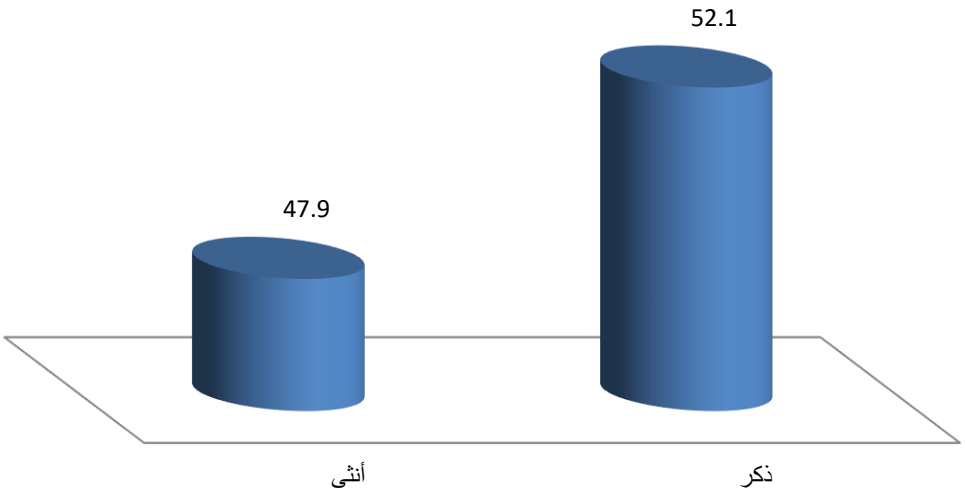
٤,٤,١ . سرد النتائج

أولاً: المتغيرات الديموغرافية

١- الجنس

يستعرض الرسم البياني توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس، وتشير النتائج بالرسم البياني إلى أن إجمالي حجم العينة ٤٤٣ فرداً، منهم ٥٢,١٪ من الذكور، بينما ٤٧,٩ من الإناث.

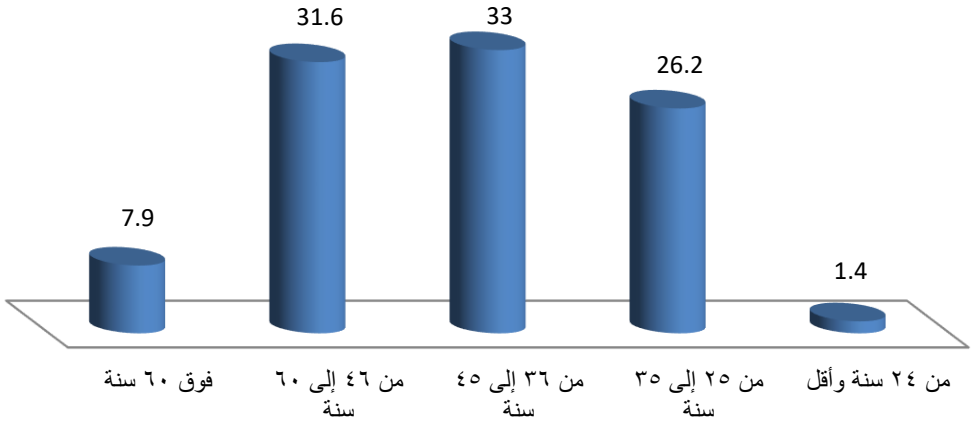
الرسم البياني 4-1 توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس



٢- العمر

يستعرض الرسم توزيع أفراد العينة وفق متغير العمر، وتشير النتائج بالرسم أن ١,٤٪ من إجمالي حجم العينة أعمارهم ٢٤ سنة وأقل، بينما ٢٦,٢٪ أعمارهم من ٢٥ إلى ٣٥ سنة، و٣٣٪ من إجمالي حجم العينة أعمارهم من ٣٦ إلى ٤٥ سنة، في حين أن ٣١,٦٪ أعمارهم من ٤٦ إلى ٦٠ سنة، أما باقي أفراد العينة ونسبتهم ٧,٩٪ فأعمارهم فوق ٦٠ سنة.

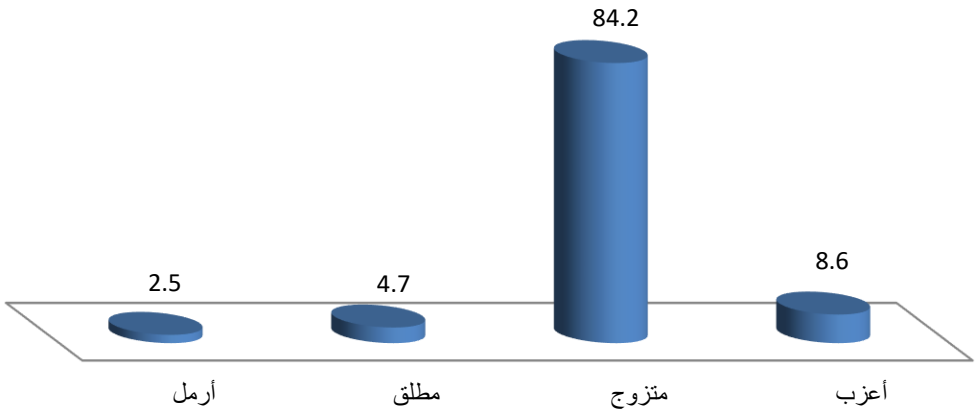
الرسم البياني 4-2 توزيع أفراد العينة وفق متغير العمر



٣- الحالة الاجتماعية

يستعرض الرسم البياني توزيع أفراد العينة وفق الحالة الاجتماعية، وتشير النتائج بالرسم البياني أن ٨,٦٪ من أفراد العينة عزاب، بينما ٨٤,٢٪ منهم متزوجون، في حين أن ٤,٧٪ منهم مطلقون، و٢,٥٪ أرامل.

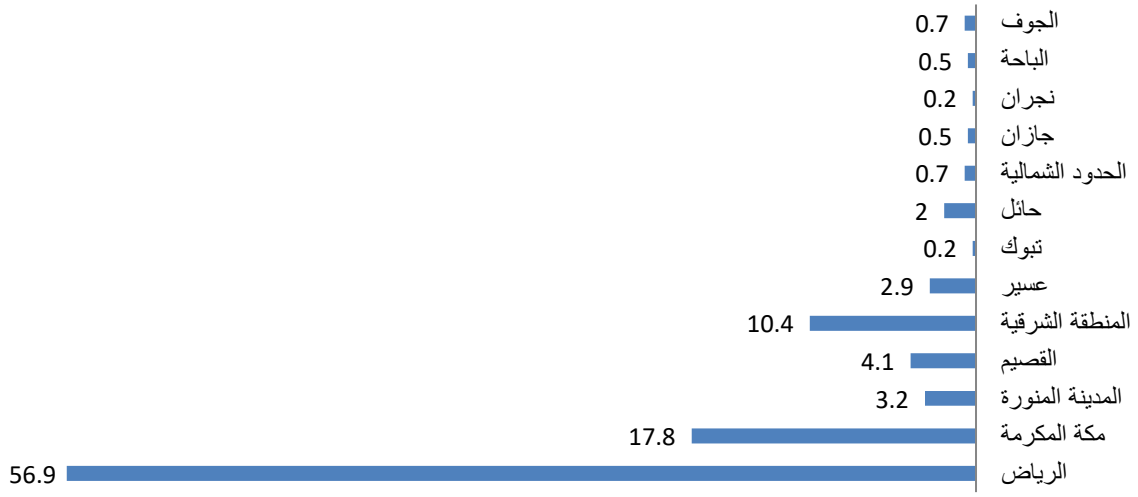
الرسم البياني 4-2 توزيع أفراد العينة وفق الحالة الاجتماعية



٤- المنطقة الإدارية

يستعرض الرسم البياني توزيع أفراد العينة وفق المنطقة الإدارية، وتشير النتائج بالرسم البياني إلى تنوع المناطق الإدارية لأفراد العينة، وإن كانت منطقة الرياض تستحوذ على النسبة الأكبر بنسبة ٥٦,٩٪، تلتها مكة المكرمة بنسبة ١٧,٨٪.

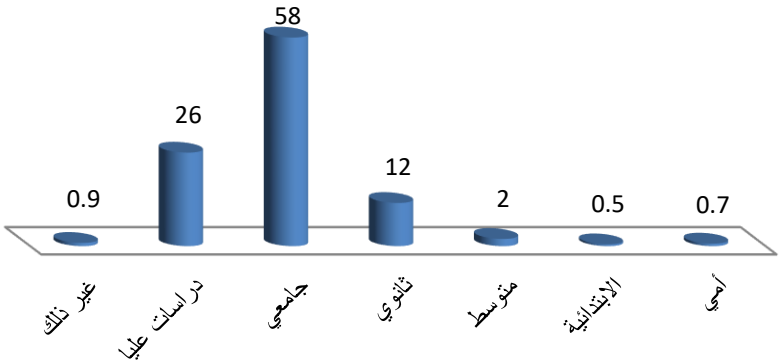
الرسم البياني 4-3 توزيع أفراد العينة وفق المنطقة الإدارية



٥- المستوى التعليمي

يستعرض الرسم البياني توزيع أفراد العينة وفق المستوى التعليمي، وتشير النتائج بالرسم البياني إلى أن ٠,٧٪ من أفراد العينة أميون، و٠,٥٪ مؤهلهم الدراسي ابتدائي، و٢٪ لديهم مؤهل متوسط، بينما ١٢٪ مؤهلهم الدراسي ثانوي، في حين أن ٥٨٪ حاصلون على مؤهل جامعي، و٢٦٪ حاصلون على دراسات عليا.

الرسم البياني 4-4 توزيع أفراد العينة وفق المستوى التعليمي



٦- عدد أفراد الأسرة

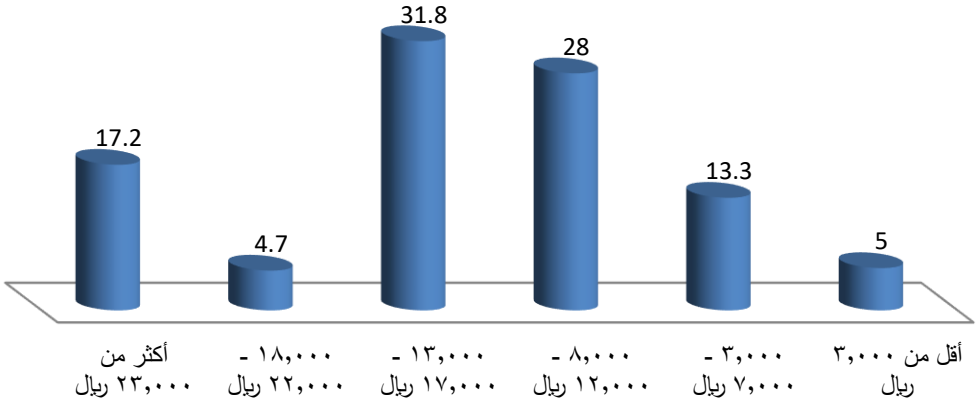
يستعرض الرسم البياني توزيع أفراد العينة وفق عدد أفراد الأسرة، وتشير النتائج بالرسم البياني إلى أن ٤٣,٣٪ من إجمالي حجم العينة يعيشون في أسرة أقل من ٥ أفراد، بينما ٥٣,٣٪ يعيشون في أسر مكونة من ٥-١٠ أفراد، في حين أن ٣,٤٪ منهم عدد أفراد أسرهم أكثر من ١٠ أفراد.

الرسم البياني 4-5 توزيع أفراد العينة وفق عدد أفراد الأسرة

٧- الدخل الشهري

يستعرض الرسم البياني توزيع أفراد العينة وفق الدخل الشهري، وتشير النتائج بالرسم البياني إلى أن ٥٪ من أفراد العينة دخلهم الشهري أقل من ٣,٠٠٠ ريال، ١٣,٣٪ دخلهم الشهري من ٣,٠٠٠ - ٧,٠٠٠ ريال، و٢٨٪ دخلهم من ٨,٠٠٠ - ١٢,٠٠٠ ريال، في حين أن ٣١,٨٪ دخلهم من ١٣,٠٠٠ - ١٧,٠٠٠ ريال، و٤,٧٪ دخلهم من ١٨,٠٠٠ - ٢٢,٠٠٠ ريال، بينما ١٧,١٪ دخلهم الشهري أكثر من ٢٣,٠٠٠ ريال.

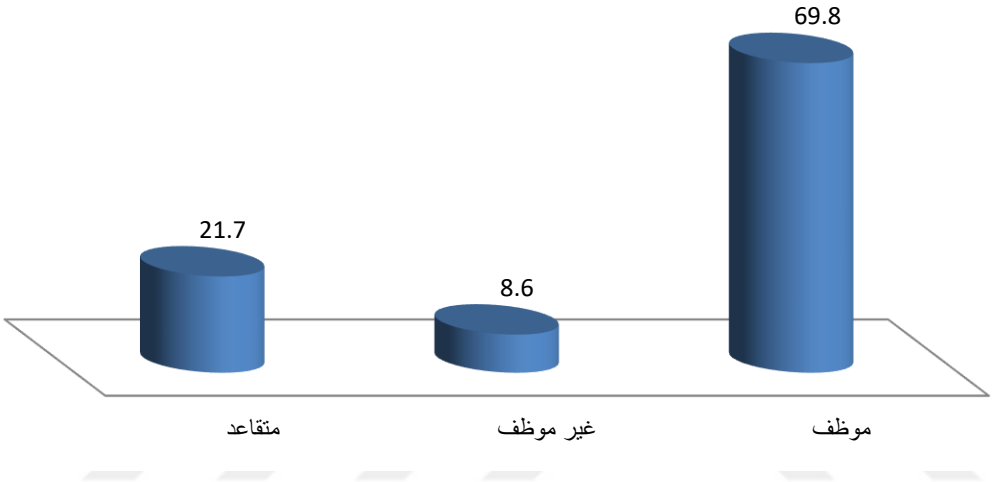
الرسم البياني 4-6 توزيع أفراد العينة وفق الدخل الشهري



٨- العمل

يستعرض الرسم البياني توزيع أفراد العينة وفق متغير العمل، وتشير النتائج بالرسم البياني إلى أن ٦٩,٨٪ من أفراد العينة من الموظفين، في حين أن ٨,٦٪ منهم غير موظفين، بينما ٢١,٧٪ منهم متقاعدون.

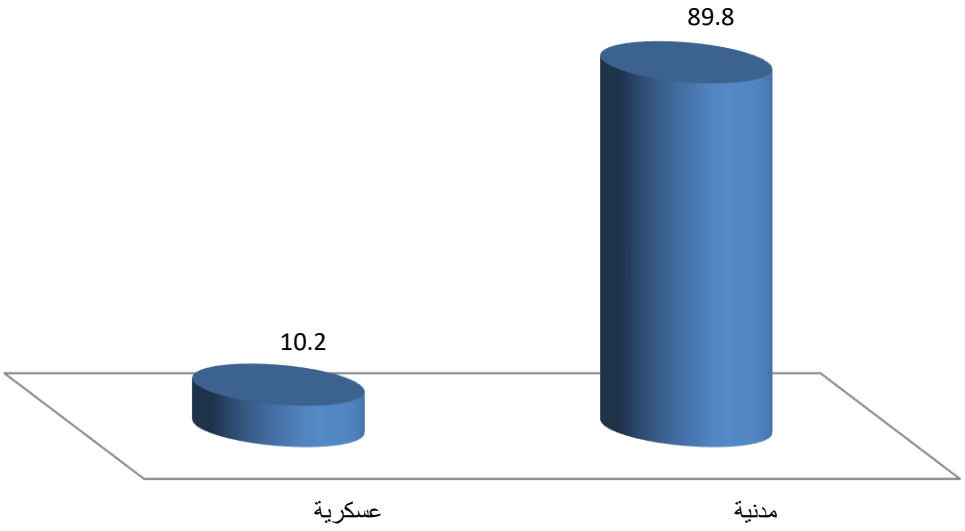
الرسم البياني 4-7 توزيع أفراد العينة وفق متغير العمل



٩- نوع الوظيفة

يستعرض الرسم البياني توزيع أفراد العينة وفق نوع الوظيفة، وتشير النتائج بالرسم البياني إلى أن ٨٩,٨٪ من إجمالي حجم العينة وظيفتهم مدنية، بينما ١٠,٢٪ منهم وظيفتهم عسكرية.

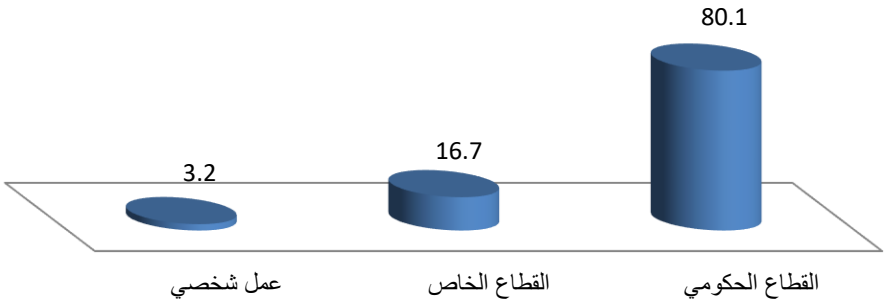
الرسم البياني 4-8 توزيع أفراد العينة وفق نوع الوظيفة



١٠- قطاع الوظيفة

يستعرض الرسم البياني توزيع أفراد العينة وفق قطاع الوظيفة، وتشير النتائج بالرسم البياني إلى أن ٨٠,١٪ من أفراد العينة يعملون بالقطاع الحكومي، بينما ١٦,٧٪ يعملون بالقطاع الخاص، في حين أن ٣,٢٪ يعملون عملاً شخصياً.

الرسم البياني 4-9 توزيع أفراد العينة وفق قطاع الوظيفة

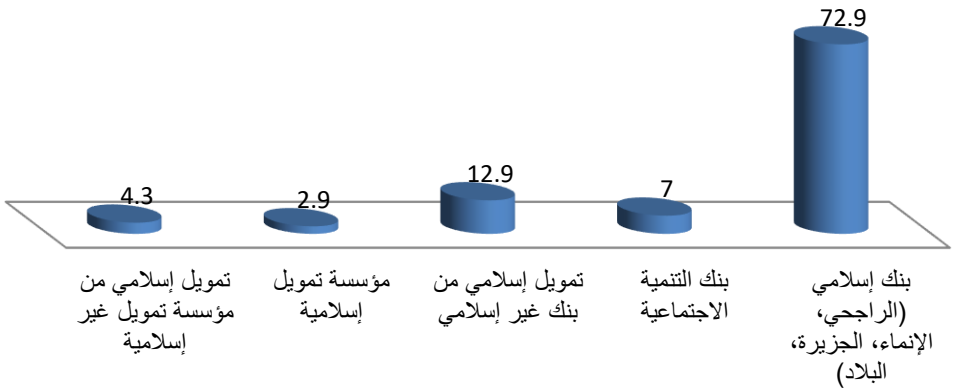


ثانياً: أسئلة الدراسة

١- مكان الحصول على التمويل

يستعرض الرسم البياني مكان حصول أفراد العينة على التمويل، وتشير النتائج إلى أن ٧٢,٩٠٪ قد حصلوا عليه من بنك إسلامي الراجحي، الإنماء، الجزيرة، البلاد، في حين حصل ٧٪ عليه من بنك التنمية الاجتماعي، وحصل ١٢,٩٪ على تمويل إسلامي من بنك غير إسلامي، وحصل ٢,٩٪ على تمويل إسلامي من مؤسسة تمويل إسلامية، في حين حصل ٤,٣٠٪ على تمويل إسلامي من مؤسسة تمويل غير إسلامية.

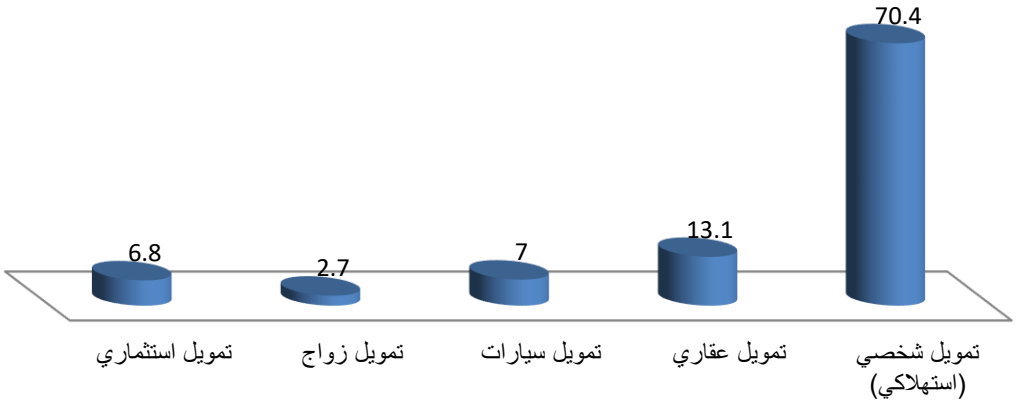
الرسم البياني 4-10 توزيع أفراد العينة وفق مكان الحصول على التمويل



٢- نوع التمويل

يستعرض الرسم البياني نوع التمويل الذي حصل عليه أفراد العينة، وتشير النتائج إلى أن ٧٠,٤٪ حصلوا على تمويل شخصي، بينما ١٣,١٪ حصلوا على تمويل عقاري، وحصل ٧٪ على تمويل سيارات، و ٢,٧٠٪ حصلوا على تمويل زواج، في حين حصل ٦,٨٪ على تمويل استثماري.

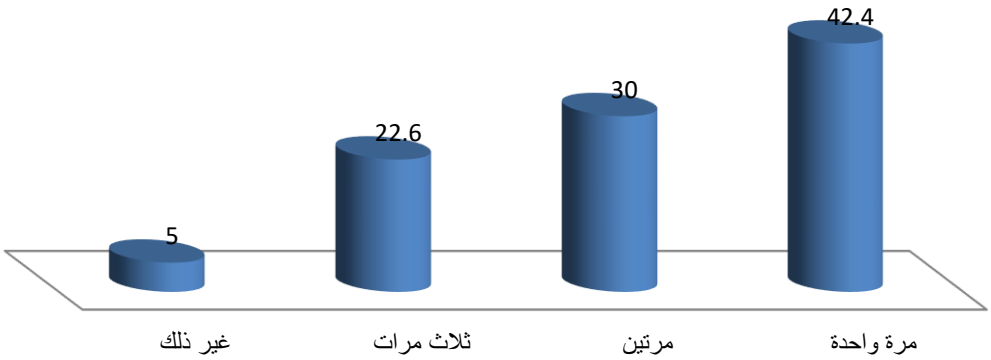
الرسم البياني 4-11 توزيع أفراد العينة وفق نوع التمويل



٣- عدد مرات أخذ تمويل

يستعرض الرسم البياني عدد مرات أخذ التمويل لأفراد العينة، وتشير النتائج إلى أن ٤٢,٤٪ من أفراد العينة حصلوا على التمويل مرة واحدة، بينما ٣٠٪ حصلوا عليه مرتين، في حين حصل ٢٢,٦٪ على التمويل ٣ مرات، بينما حصل ٥٪ عليه أكثر من ٣ مرات.

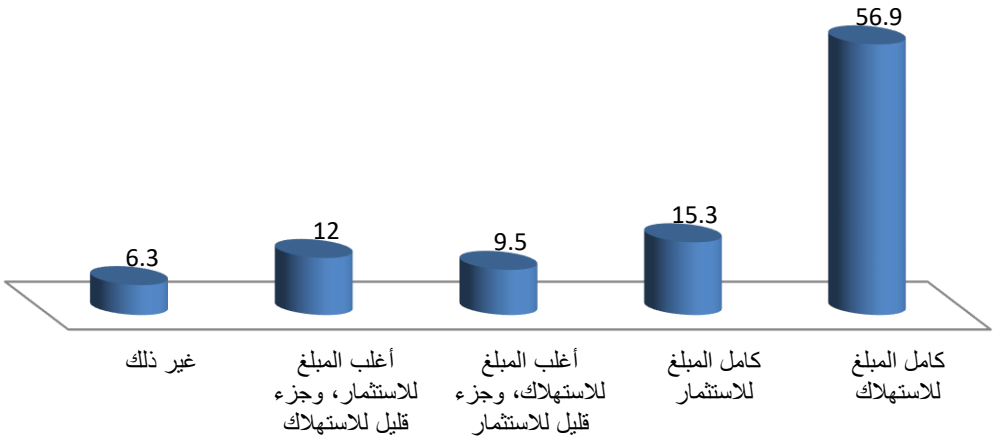
الرسم البياني 4-12 توزيع أفراد العينة وفق عدد مرات أخذ تمويل



٤- اتجاه مبلغ التمويل إلى الاستهلاك أو الاستثمار

يستعرض الرسم البياني الغرض الذي وجّه إليه أفراد العينة مبلغ التمويل، وتشير النتائج إلى أن ٥٦,٩٪ من أفراد العينة وجّهوا كامل المبلغ للاستهلاك، بينما١٥,٣٪ وجّهوا كامل المبلغ للاستثمار، في حين وجّه ٩,٥٪ أغلب المبلغ للاستهلاك وجزءاً قليلاً للاستثمار،بينما وجه ١٢٪ أغلب المبلغ للاستثمار وجزءاً قليلاً للاستهلاك، و٦,٣٪ وجهوا المبلغ لأغراض أخرى.

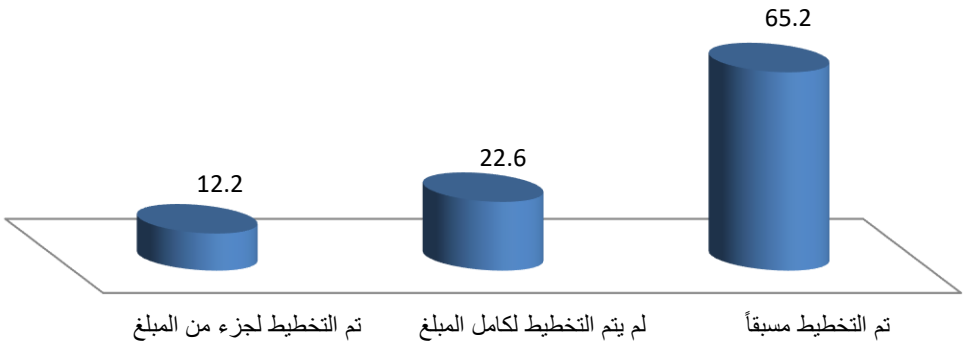
الرسم البياني 4-13 توزيع العينة وفق اتجاه مبلغ التمويل إلى الاستهلاك أو الاستثمار



٥- التخطيط المسبق بشكل جيد لكامل مبلغ التمويل

يستعرض الرسم البياني ما إذا كان أفراد العينة قد خططوا للأغراض التي سيتم فيها صرف مبلغ التمويل أم لا، وتشير النتائج إلى أن ٦٥,٢٪ قد خططوا مسبقاً، بينما ٢٢,٦٪ لم يخططوا له، و١٢,٢٪ خططوا لجزء من المبلغ.

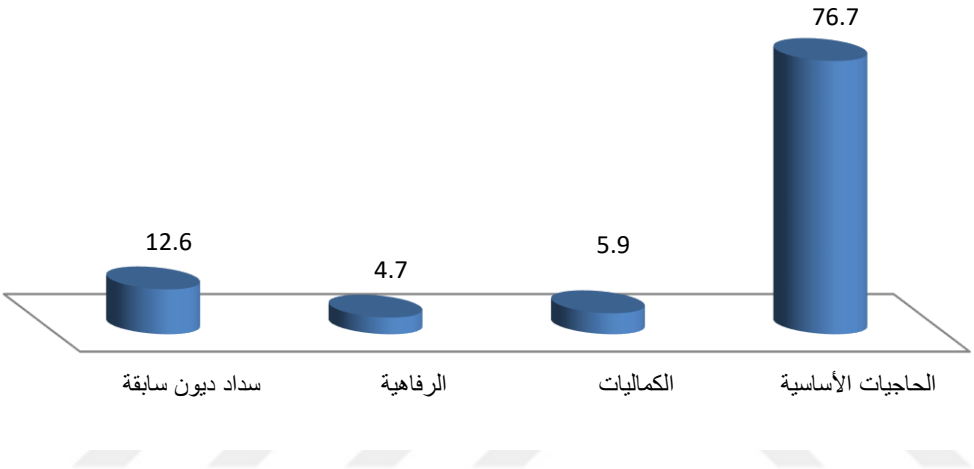
الرسم البياني 4- 14 توزيع العينة وفق التخطيط بشكل جيد مسبقاً لكامل مبلغ التمويل



٦- السلع والخدمات التي توجه لها التمويل

يستعرض الرسم البياني السلع والخدمات التي وجّه لها أفراد العينة التمويل، وتشير النتائج إلى أن ٧٦,٧٪ توجه التمويل لديهم إلى الحاجات الأساسية، في حين أن ٥,٩٪ توجه للكماليات، و٤,٧٪ توجه التمويل لديهم للرفاهية، بينما توجه التمويل لسداد ديون سابقة عند ١٢,٦٪.

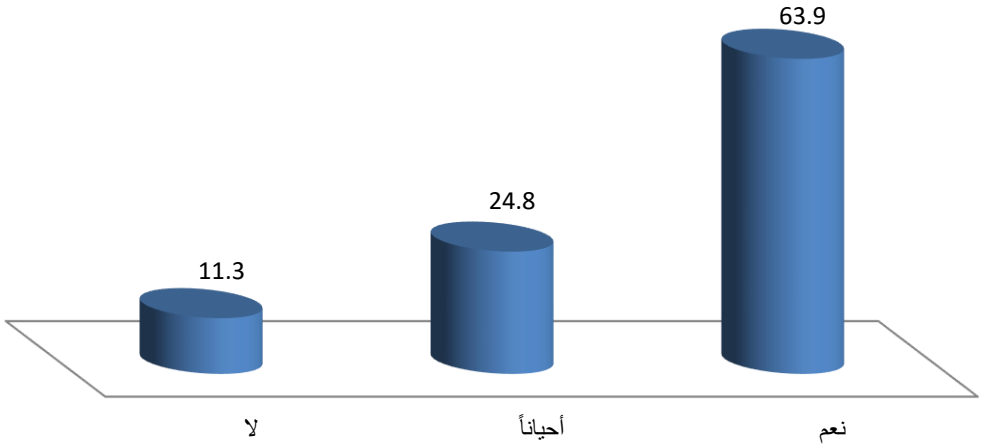
الرسم البياني 4-15 توزيع أفراد العينة وفق توجه التمويل للسلع والخدمات



٧- كفاية الدخل قبل التمويل للاحتياجات الضرورية

يستعرض الرسم البياني كفاية الدخل لأفراد العينة قبل أخذ مبلغ التمويل، وتشير النتائج إلى أن ٦٣,٩٪ كان الدخل يكفيهم من قبل، بينما ٢٤,٨٪ كان يكفيهم أحياناً، في حين كان ١١,٣٪ لا يكفيهم الدخل قبل أخذ التمويل.

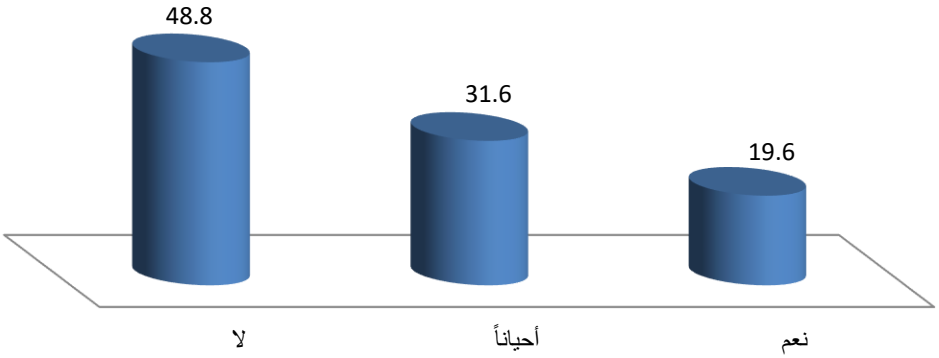
الرسم البياني 4-16 توزيع العينة وفق كفاية الدخل قبل التمويل للاحتياجات الضرورية



٨- زيادة التمويل من إنفاق الأسرة على السلع الكمالية

يستعرض الرسم البياني ما إذا كان التمويل قد زاد إنفاق الأسرة أفراد العينة على السلع الكمالية، وتشير النتائج أن ١٩,٦٪ من أفراد العينة قد زاد التمويل إنفاقهم على السلع الكمالية، و٣١,٦٪ربما زاد إنفاقهم، في حين ٤٨,٨٪ لم يزد.

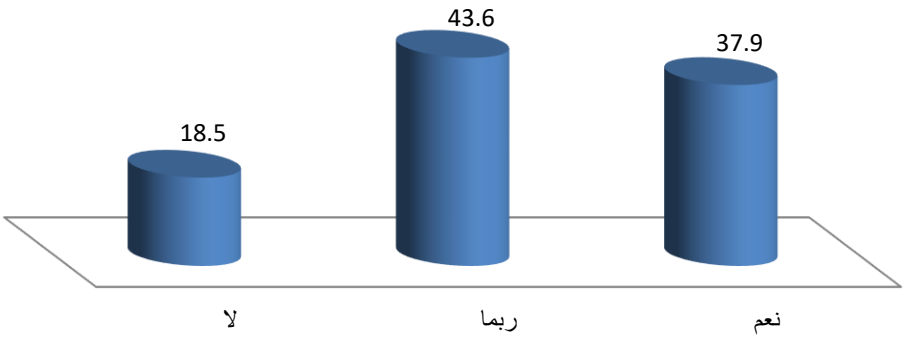
الرسم البياني 4-17 توزيع أفراد العينة وفق زياد التمويل من إنفاق الأسرة على السلع الكمالية



٩- انعكاس أثر الطبقة الاجتماعية التي ينتمي لها المستهلك على سلوكه الاستهلاكي

يستعرض الرسم البياني ما إذا كان السلوك الاستهلاكي لأفراد العينة يعكس الطبقة الاجتماعية التي ينتمون إليها، وتشير النتائج إلى أن ٣٧,٩٪ يعتقدون أن سلوكهم الاجتماعي يعكس طبقتهم، و ٤٣,٦٪ يعتقدون أنه ربما يعكس، بينما ١٨,٥٪ لا يعتقدون ذلك.

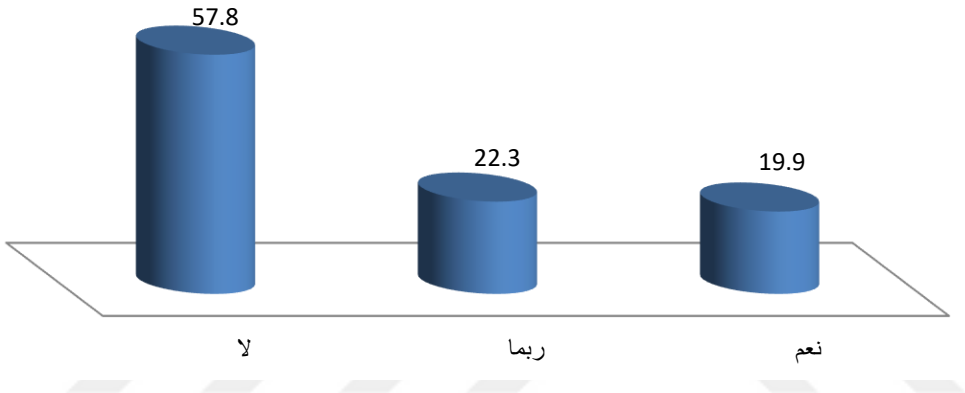
الرسم البياني 4-18 توزيع أفراد العينة وفق انعكاس أثر الطبقة الاجتماعية التي ينتمي لها المستهلك على سلوكه الاستهلاكي:



١٠- الاعتقاد بأن أخذ التمويل كان بسبب ضغوطات المجتمع

يستعرض الرسم البياني ما إذا كان أفراد العينة يعتقدون أن أخذهم للتمويل كان بسبب ضغوط من المجتمع، وتشير النتائج إلى أن ٥٧,٨٠٪ لا يعتقدون أن أخذهم للتمويل كان بسبب ضغوط من المجتمع، بينما ٢٢,٣٪ يعتقدون أنه ربما كان بسبب ضغوط من المجتمع، في حين ١٩,٩٪ يعتقدون أنه بسبب ضغوط من المجتمع.

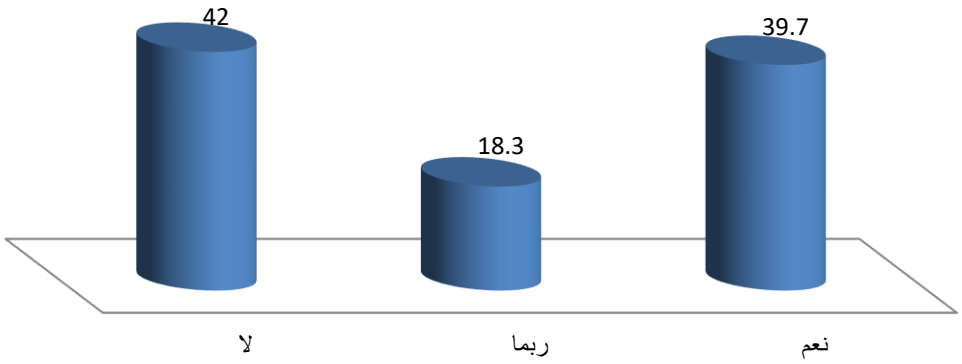
الرسم البياني 4-19 توزيع أفراد العينة وفق أخذ التمويل بسبب ضغوطات المجتمع



١١- مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في الدفع لأخذ التمويل

يستعرض الرسم البياني مساهمة عروض التسهيلات في دفع أفراد العينة لأخذ مبلغ التمويل، وتشير النتائج أن ٣٩,٧٪ من أفراد العينة قد ساهمت التسهيلات في أخذهم للتمويل، بينما أجاب ١٨,٣٪ أنه ربما ساهمت، في حين لم تساهم عروض التمويل في أخذ ٤٢٪ من أفراد العينة للتمويل.

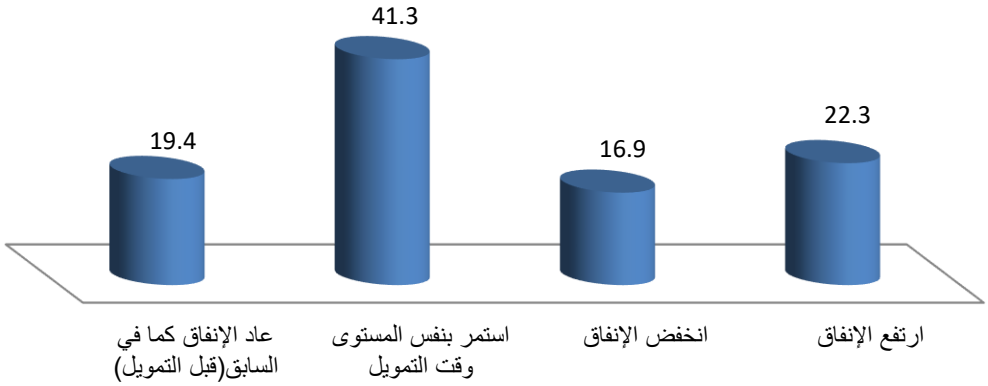
الرسم البياني 4-20 توزيع أفراد العينة وفق مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية



١٢- مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل

يستعرض الرسم البياني مستوى إنفاق أفراد العينة بعد انتهاء التمويل، وتشير النتائج إلى أن ٢٢,٣٪ ارتفع إنفاقهم بعد انتهاء التمويل، و٤١,٣٪ استمر إنفاقهم بنفس المستوى وقت التمويل، في حين أن ١٩,٤٪ عاد إنفاقهم كما في السابق، بينما انخفض إنفاق ١٦,٩٪ من أفراد العينة بعد انتهاء التمويل.

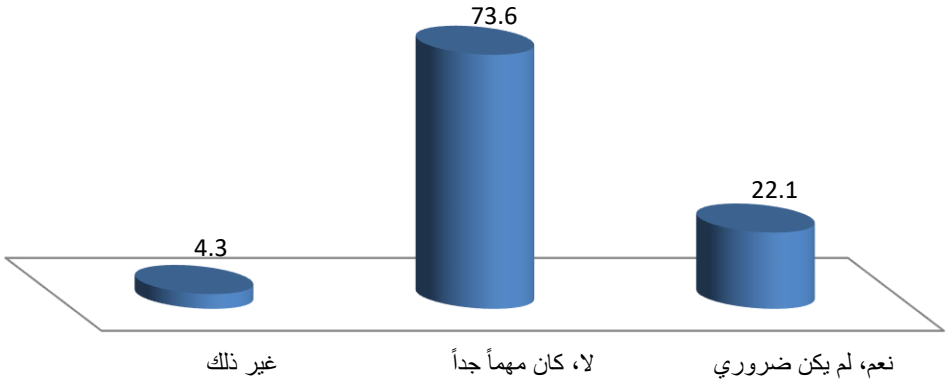
الرسم البياني 4-21 توزيع أفراد العينة وفق مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل



١٣- أهمية أخذ التمويل

يستعرض الرسم البياني أهمية أخذ التمويل لأفراد العينة، وتشير النتائج إلى أن ٢٢,١٪ من أفراد العينة لم يكن التمويل ضرورياً لهم، في حين كان أخذ التمويل مهماً جداً عند ٧٣,٦٪ من أفراد العينة، بينما أجاب ٤,٣٪ بغير ذلك.

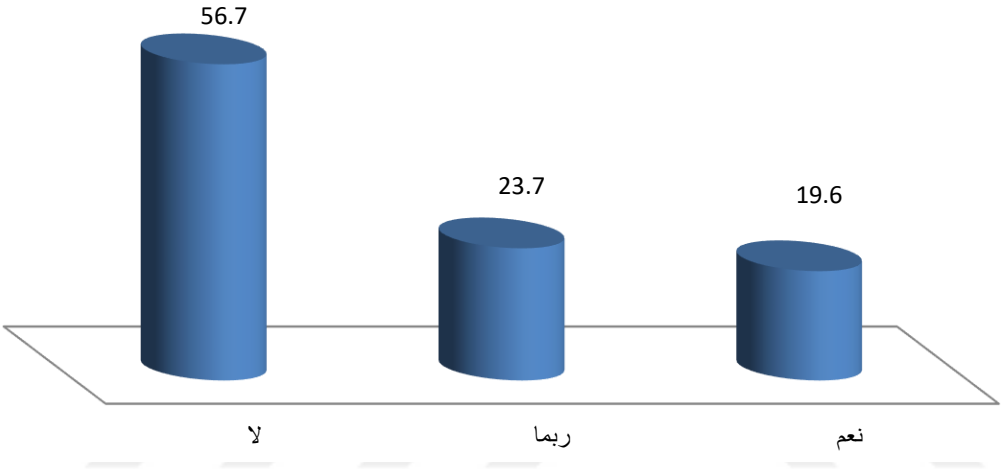
الرسم البياني 4-22 توزيع أفراد العينة وفق أهمية أخذ التمويل



١٤- إمكانية الاستغناء عن التمويل

يستعرض الرسم البياني إمكانية استغناء أفراد العينة عن التمويل، وتشير النتائج إلى أن ١٩,٦٪ كان بإمكانهم الاستغناء، و ٢٣,٧٪ من أفراد العينة ربما كان بإمكانهم الاستغناء، في حين أجاب ٥٦,٧٪ أنه لم يكن بإمكانهم الاستغناء.

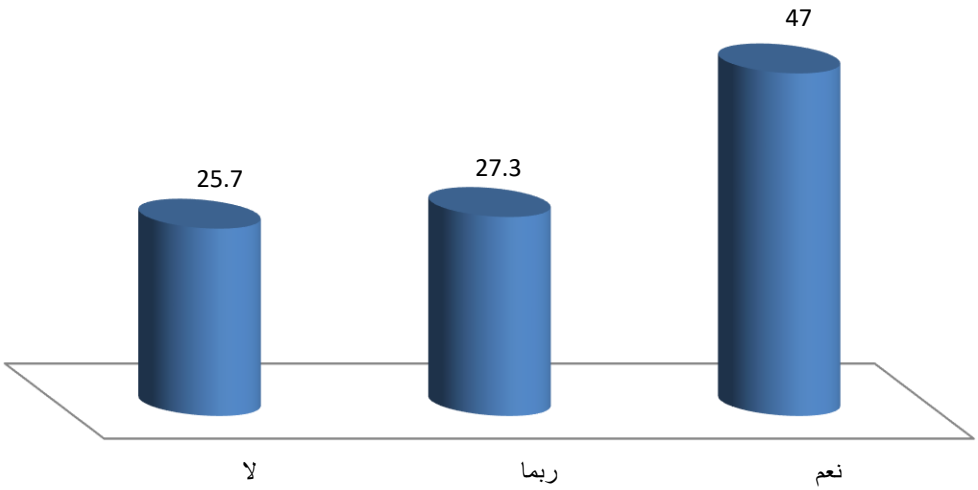
الرسم البياني 4-23 توزيع أفراد العينة وفق إمكانية الاستغناء عن التمويل



١٥- أثر سداد القسط الشهري على راحة الأسرة

يستعرض الرسم البياني أثر سداد القسط على راحة الأسرة، وتشير النتائج أن ٤٧٪ قد أثر القسط الشهري على راحتهم، و٢٧,٣٪ ربما أثر على راحتهم، في حين أن ٢٥,٧٪ لم يأثر على راحتهم.

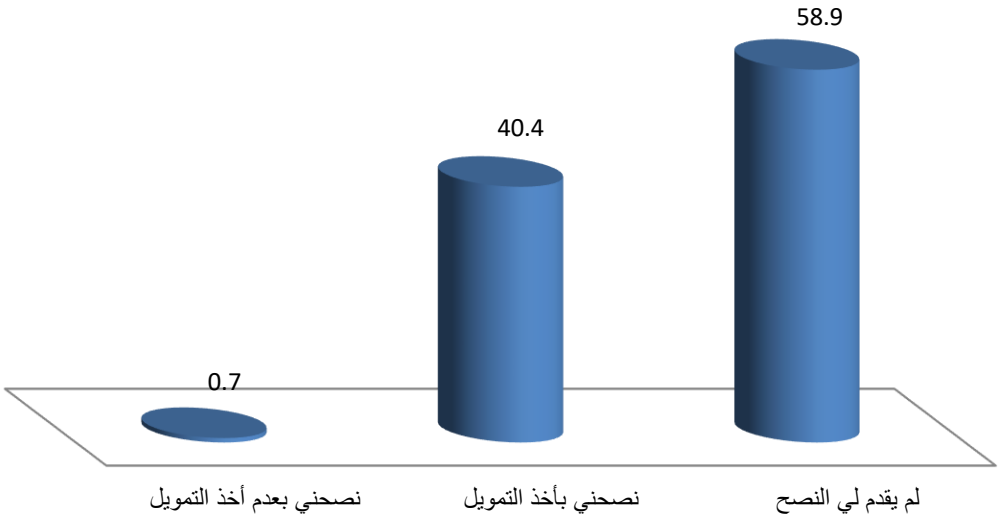
الرسم البياني 4-24 توزيع العينة وفق أثر سداد القسط الشهري على راحة الأسرة



١٦- تقديم موظف البنك النصح

يستعرض الرسم البياني ما إذا كان موظف البنك قد قدّم النصح لأفراد العينة، وتشير النتائج إلى أن ٥٨,٩٪ لم يقدَّم لهم النصح، في حين أن ٤٠,٤٪ من أفراد العينة تلقوا النصح بأخذ التمويل، في حين أن ٠,٧٪ تلقوا النصح من الموظف بعدم أخذ التمويل.

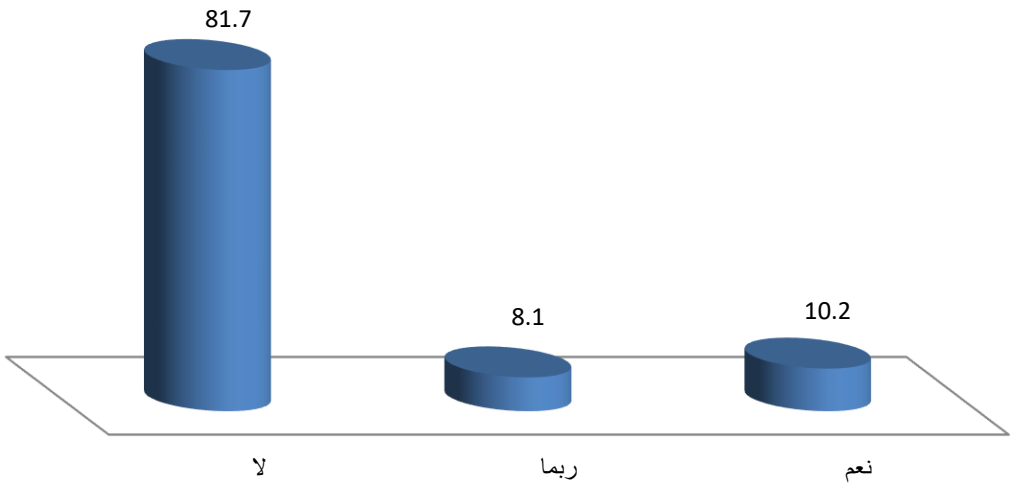
الرسم البياني 4-25 توزيع أفراد العينة وفق تقديم موظف البنك النصح



١٧- التعثر في السداد

يستعرض الرسم البياني حصول التعثر في السداد لدى أفراد العينة، وتشير النتائج إلى أن ١٠,٢٪ قد تعثروا في السداد، و ٨,١٪ ربما تعثروا في السداد، بينما ٨١,٧٪ لم يتعثروا في السداد.

الرسم البياني 4-26 توزيع أفراد العينة وفق التعثر في السداد



ثالثاً: علاقات الدراسة

تم الأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية عند عمل علاقات الدراسة:

- استخدمت الباحثة اختبار كروسكال ويلز لإيجاد الفروق بين متغيرات الدراسة.
- القيمة الحدية أو مستوى الأهمية المقبول للدراسات الاقتصادية هو α = ٠,٠٥ .
- تم حساب قيمة مستوى الدلالة "P-value" ومقارنته بمستوى الأهمية، فإن كانت أصغر منه نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة.
- سيتم ترتيب متوسطات الرتب تصاعدياً وأخذ المتوسط الأعلى.

١- علاقة العمر بكل من: اتجاه مبلغ التمويل للاستهلاك وللاستثمار، وأخذ التمويل بسبب ضغوطات المجتمع، والتعثر في السداد

يستعرض جدول 4-3 نتائج اختبار كروسكال ويلز للعلاقة بين العمر وبين كل من: اتجاه مبلغ التمويل للاستهلاك وللاستثمار، وأخذ التمويل بسبب ضغوطات المجتمع، والتعثر في السداد، وتشير النتائج بالجدول إلى:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات العمر فيما يتعلق باتجاه مبلغ التمويل إلى الاستهلاك أو الاستثمار، حيث بلغت قيمة مربع كاي ١١,٤٢٥ بمستوى دلالة ٠,٠٢٢، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو الفئة العمرية من ٣٦ إلى ٤٥ سنة، للأكثر توجهاً نحو الاستثمار، بينما اتجه نحو الفئة العمرية من ٤٦ إلى ٦٠ سنة، للأكثر توجهاً للاستهلاك.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات العمر فيما يتعلق بأخذ مبلغ التمويل بسبب ضغوطات المجتمع، حيث بلغت قيمة مربع كاي ١٠,٤٣٢ بمستوى دلالة ٠,٠٣٤، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو الفئة العمرية من ٣٦ إلى ٤٥ سنة، أي أن هذه الفئة هي الأكثر أخذاً للتمويله بسبب ضغوطات المجتمع.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات العمر فيما يتعلق بالتعثر في السداد، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٣٣,٨٨١ بمستوى دلالة ٠,٠٠٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو الفئة العمرية فوق ٦٠ سنة، أي أن هذه الفئة هي الأكثر تعثراً في السداد من غيرها.

جدول 4–2 نتائج اختبار كروسكال ويلز للعلاقة بين العمر وبين كل من: اتجاه مبلغ التمويل للاستهلاك وللاستثمار، وأخذ التمويل بسبب ضغوطات المجتمع، والتعثر في السداد

	العمر	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
هل اتجه مبلغ التمويل إلى الاستهلاك أو الاستثمار	من 24 سنة وأقل	6	214.00	11.425	4	0.022
	من 25 إلى 35 سنة	116	221.11			
	من 36 إلى 45 سنة	146	246.01			
	من 46 إلى 60 سنة	140	200.90			
	فوق 60 سنة	35	210.57			
تعتقد أن أخذك للتمويل بسبب ضغوطات المجتمع	من 14 سنة وأقل	6	110.83	10.432	4	0.034
	من 15 إلى 35 سنة	116	111.18			
	من 36 إلى 45 سنة	146	138.64			
	من 46 إلى 60 سنة	140	107.38			
	فوق 60 سنة	35	131.14			
	من 14 سنة وأقل	6	13.00	33.881	4	0.000

هل تعثرت في السداد؟	من 15 إلى 35 سنة	116	117.14			
	من 36 إلى 45 سنة	146	115.37			
	من 46 إلى 60 سنة	140	118.60			
	فوق 60 سنة	35	131.76			

- وبدراسة العلاقة بشكل أدق بين اتجاه التمويل للاستهلاك سواء بشكل كامل أو بشكل جزئي يغلب عليه الاستهلاك مع العمر، تشير نتائج اختبار كروسكال ويلز في الجدول٤-٤ إلى: عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الاتجاه إلى الاستهلاك وعمر العميل، حيث بلغت قيم مربع كاي ١,٩٤ بمستوى دلالة أكبر من ٠,٠٥.
- عدم وجود فروق دالة إحصائياً أيضاً بين اتجاه التمويل للاستثمار سواء بشكل كامل أو بشكل جزئي يغلب عليه الاستثمار مع العمر، حيث بلغت قيم مربع كاي ١,٦٢١ بمستوي دلاله أكبر من ٠,٠٥.

جدول 4-3علاقة اتجاه التمويل للاستهلاك أو الاستثمار بشكل كامل أو جزئي مع العمر

	اتجاه التمويل	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
العمر	غير ذلك	149	218.39	1.941	4	0.747
	كامل المبلغ للاستهلاك+ أغلب المبلغ للاستهلاك، وجزء قليل للاستثمار	294	223.83			
العمر	غير ذلك	322	225.98	1.621 [a]	4	0.805
	كامل المبلغ للاستثمار + أغلب المبلغ للاستثمار، وجزء قليل للاستهلاك	121	211.40			

٢- علاقة مكان الحصول على التمويل بكل من: نوع التمويل، مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في الدفع لأخذ التمويل، تقديم النصيحة من مقدمي التمويل

يستعرض جدول ٤-٥ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة مكان الحصول على التمويل بكل من: نوع التمويل، مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في الدفع لأخذ التمويل، تقديم النصيحة من مقدمي التمويل، وتشير النتائج بالجدول إلى:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين مصدر الحصول على التمويل فيما يتعلق بنوع التمويل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٢٩,٦٣٢ بمستوى دلالة ٠,٠٠٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو تمويل إسلامي من مؤسسة تمويل غير إسلامية.
- ولوجود فروق دالة إحصائياً بين مصدر الحصول على التمويل فيما يتعلق بنوع التمويل، واتجهت بقوه نحو التمويل الشخصي فقمنا بدراسة من يأخذون التمويل الشخصي فقط مع مكان الحصول على التمويل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٢٤,١٥٧ بمستوى دلالة ٠,٠٠١، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه لصالح تمويل إسلامي من مؤسسة تمويل غير إسلامي أيضاً.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين مصدر الحصول على التمويل فيما يتعلق بمساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في دفعك لأخذ التمويل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ١٢,٢٤٥بمستوى دلالة ٠,٠١٦، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥ ، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو تمويل إسلامي من مؤسسة تمويل غير إسلامية، أي أن هذه الفئة من البنوك هي أكثر البنوك تقديماً للتسهيلات.
- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين مصدر الحصول على التمويل فيما يتعلق بتقديم موظفي البنك النصح للعميل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٩,٠٠٢ بمستوى دلالة ٠,٠٦١، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

جدول 4–4 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة مكان الحصول على التمويل بكل من: نوع التمويل، مساهمة عروض التسهيلات، تقديم النصيحة من مقدمي التمويل

	حصلت على التمويل من	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
نوع التمويل	بنك إسلامي الراجحي، الإنماء، الجزيرة، البلاد	323	208.48	29.632	4	0.00
	بنك التنمية الاجتماعية	31	275.31			
	تمويل إسلامي من بنك غير إسلامي	57	229.56			
	مؤسسة تمويل إسلامية	13	286.31			
	تمويل إسلامي من مؤسسة تمويل غير إسلامية	19	298.14			
نوع التمويل التمويل الشخصي	بنك إسلامي الراجحي، الإنماء، الجزيرة، البلاد	323	209.30	24.103	4	0.00
	بنك التنمية الاجتماعية	31	270.82			
	تمويل إسلامي من بنك غير إسلامي	57	234.22			
	مؤسسة تمويل إسلامية	13	275.77			
	تمويل إسلامي من مؤسسة تمويل غير إسلامية	19	284.74			
ساهمت عروض التسهيلات	بنك إسلامي الراجحي، الإنماء، الجزيرة، البلاد	323	229.19	12.245	4	0.061
	بنك التنمية الاجتماعية	31	214.79			

الائتمانية في دفعك لأخذ التمويل	تمويل إسلامي من بنك غير إسلامي	57	175.39			
	مؤسسة تمويل إسلامية	13	209.04			
	تمويل إسلامي من مؤسسة تمويل غير إسلامية	19	260.11			
هل قدم لك موظف البنك النصح	بنك إسلامي الراجحي، الإنماء، الجزيرة، البلاد	323	220.39	9.002	4	0.061
	بنك التنمية الاجتماعية	31	187.77			
	تمويل إسلامي من بنك غير إسلامي	57	254.51			
	مؤسسة تمويل إسلامية	13	232.54			
	تمويل إسلامي من مؤسسة تمويل غير إسلامية	19	200.47			

- وبالنظر للجدول ٤-٦ يتضح أنه من بين عملاء البنوك الإسلامية الراجحي والإنماء والجزيرة، والبلاد يوجد ٧٦,٢٪ قد أخذوا تمويل شخصي، وهي أعلى نسبة من بين البقية، ويليها في المركز الثاني التمويل الإسلامي من بنك غير إسلامي بنسبة ٦٤,٩٪، ويأتي في المركز الأخير أنه من بين عملاء تمويل إسلامي من مؤسسه غير إسلامية يوجد ٤٢٪ يأخذون تمويل شخصي، وهذه النتائج تدل على أن المجتمع يسعى لأخذ التمويل الشخصي من البنوك أكثر من مؤسسات التمويل.

جدول 4-5 العلاقة بين التمويل الشخصي ومكان الحصول على التمويل

حصلت عليه التمويل من	التمويل الشخصي	تمويل شخصي	ليس تمويل شخصي	المجموع
بنك إسلامي الراجحي، الإنماء، الجزيرة، البلاد	العدد	246	77	323
	%النسبة	76.2%	23.8%	100.0%

بنك التنمية الاجتماعية	العدد	15	16	31
	%النسبة	48.4%	51.6%	100.0%
تمويل إسلامي من بنك غير إسلامي	العدد	37	20	57
	%النسبة	64.9%	35.1%	100.0%
مؤسسة تمويل إسلامية	العدد	6	7	13
	%النسبة	46.2%	53.8%	100.0%
تمويل إسلامي من مؤسسة غير إسلامية	العدد	8	11	19
	%النسبة	42.1%	57.9%	100.0%
المجموع	العدد	312	131	443
	%النسبة	70.4%	29.6%	100.0%

٣- علاقة نوع التمويل بتأثير ضغط المجتمع بأخذ التمويل، ومساهمة عروض التسهيلات الائتمانية لأخذ التمويل، والتعثر في السداد

يستعرض جدول ٤-٧ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة نوع التمويل بكل من: اتجاه مبلغ التمويل للاستهلاك أو الاستثمار، وتأثير ضغط المجتمع بأخذ التمويل، ومساهمة عروض التسهيلات الائتمانية لأخذ التمويل، والتعثر في السداد، وتشير النتائج بالجدول إلى:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع التمويل فيما يتعلق بأخذ التمويل بسبب ضغوطات المجتمع، حيث بلغت قيمة مربع كاي ١١,٥٤٤ بمستوى دلالة ٠,٠٢١، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو التمويل العقاري.
- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع التمويل فيما يتعلق بمساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في الدفع لأخذ التمويل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٤,٢٥٣ بمستوى دلالة ٠,٣٧٣، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

- وجود فروق دالة إحصائياً بين نوع التمويل فيما يتعلق بالتعثر في السداد، حيث بلغت قيمة مربع كاي ١٤,٠٦٥ بمستوى دلالة ٠,٠٠٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو التمويل الاستثماري.

جدول 4–6 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة نوع التمويل بكل من: تأثير ضغط المجتمع، ومساهمة عروض التسهيلات، والتعثر في السداد

	نوع التمويل	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
تعتقد أن أخذك للتمويل بسبب ضغوطات المجتمع	تمويل شخصي استهلاكي	312	223.19	11.544	4	0.021
	تمويل عقاري	58	242.68			
	تمويل سيارات	31	176.55			
	تمويل زواج	12	158.21			
	تمويل استثماري	30	241.07			
ساهمت عروض التسهيلات الائتمانية في دفعك لأخذ التمويل	تمويل شخصي استهلاكي	312	229.10	4.253	4	0.373
	تمويل عقاري	58	198.87			
	تمويل سيارات	31	210.65			
	تمويل زواج	12	197.25			
	تمويل استثماري	30	214.55			

هل تعثرت في السداد؟	تمويل شخصي استهلاكي	312	225.57	14.065	4	0.007
	تمويل عقاري	58	228.83			
	تمويل سيارات	31	190.47			
	تمويل زواج	12	149.50			
	تمويل استثماري	30	233.17			

٤– علاقة عدد مرات أخذ التمويل بكل من: نوع السلع والخدمات التي توجه لها التمويل

يستعرض جدول ٤–٨ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة عدد مرات أخذ التمويل بكل من: نوع السلع والخدمات التي توجه لها التمويل، وتشير النتائج بالجدول إلى: عدم وجود فروق في نوع السلع والخدمات التي توجه لها التمويل، وفق عدد مرات التمويل حيث بلغت قيم مربع كاي: ٣,٤٧١، على الترتيب، وهما قيمة غير دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

جدول 4–7 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة عدد مرات أخذ التمويل مع نوع السلع والخدمات

	عدد مرات أخذ تمويل	**عدد**	**متوسط الرتب**	**قيمة مربع كاي**	**درجات الحرية**	**مستوى الدلالة**
توجه التمويل للسلع والخدمات	مرة واحدة	188	226.14	3.472	3	0.324
	مرتين	133	209.38			
	ثلاث مرات	100	229.41			
	غير ذلك	22	229.15			

– وبدراسة كل عدد على حدة نجد أنه بالنسبة لعلاقة نوع السلع والخدمات التي توجه لها التمويل للآخذين ممن أخذوا التمويل مرتين، فإنه لا يوجد فروق في نوع السلعة التي توجه لها

التمويل، حيث بلغت قيمه مربع كاي ٤,١٩، بمستوى دلالة ٠,٢٤١، وهي قيمة غير إحصائية عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

- وبالنسبة لعلاقة نوع السلع والخدمات التي توجه لها التمويل لمن أخذوا التمويل ثلاث مرات، فإنه لا يوجد أيضاً فروق في نوع السلعة التي توجه لها التمويل، وكونه أخذ ثلاث مرات تمويل أو لا، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٢,٤٨، بمستوى دلالة ٠,٤٧٩، وهي قيمة غير إحصائية عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

٥- وصف متغير مبلغ التمويل

يستعرض جدول ٤-٩ بعض مقاييس النزعة المركزية والتشتت لمتغير مبلغ التمويل، ويتضح من الجدول أن قيم التمويل بلغت ١٤٠٠٠٠٠٠ ريال كحد أقصى، بمتوسط حسابي قدره ٤٣٨٢٨٨,٠٦٤٤ ريال، وانحراف معياري قدره ١١٤٠٦٩١,١٢٦٨٨ درجة، وقد تم معالجة القيم المفقودة بإعطائها المتوسط الحسابي للمتغير.

جدول 4-8 بعض مقاييس النزعة المركزية والتشتت لمتغير مبلغ التمويل

المدى	أقل قيمة	أعلى قيمة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
14000000.0	.00	14000000.0	438288.0677	1140691.12688

٦- علاقة اتجاه التمويل للاستهلاك أو الاستثمار مع كفاية الدخل قبل التمويل للاحتياجات الضرورية

يستعرض جدول ٤-١٠ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة اتجاه التمويل للاستهلاك أو الاستثمار مع كفاية الدخل قبل التمويل للاحتياجات الضرورية، وتشير النتائج إلى وجود فروق في كفاية الدخل قبل التمويل للاحتياجات الضرورية وفق اتجاه التمويل للاستهلاك أو الاستثمار، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٣٢,٠٧٩ بمستوى دلالة ٠,٠٠٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن الفروق لصالح اتجاه كامل المبلغ للاستهلاك.

جدول 4–9 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة اتجاه التمويل للاستهلاك أو الاستثمار مع كفاية الدخل قبل التمويل للاحتياجات

	هل اتجه مبلغ التمويل إلى الاستهلاك أو الاستثمار	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
الدخل قبل التمويل يكفي الاحتياجات الضرورية لك	كامل المبلغ للاستهلاك	252	246.25	32.079	4	0.000
	كامل المبلغ للاستثمار	68	177.85			
	أغلب المبلغ للاستهلاك، وجزء قليل للاستثمار	41	210.44			
	أغلب المبلغ للاستثمار، وجزء قليل للاستهلاك	53	182.09			
	غير ذلك	18	203.86			

٧– علاقة التخطيط الجيد لكامل مبلغ التمويل ونوع السلع والخدمات التي توجه لها التمويل، وكفاية الدخل للاحتياجات الضرورية

يستعرض جدول ٤–١١ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة التخطيط الجيد لكامل مبلغ التمويل بكل من: نوع السلع والخدمات التي توجه لها التمويل، وكفاية الدخل للاحتياجات الضرورية، وتشير النتائج بالجدول إلى:

- وجود فروق في توجه التمويل للسلع والخدمات، وفق التخطيط الجيد لكامل مبلغ التمويل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ١٠,٦٩٢ بمستوى دلالة ٠,٠٠٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن الفروق لصالح لم يتم التخطيط لكامل المبلغ.
- وبدراسة العلاقة بين كون الدخل بالفعل يغطي الاحتياجات الضرورية أو لا، مع التخطيط المسبق لمبلغ التمويل، فقد أشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائياً، فقد بلغت قيمة

مربع كاي ٦,٧، بمستوي دلالة ٠,٠٣، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن الفروق لصالح الذين لم يخططوا للدخل مسبقاً.

جدول 4-10 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة التخطيط الجيد لكامل مبلغ التمويل ونوع السلع والخدمات التي توجه لها التمويل

	تم التخطيط بشكل جيد مسبقاً لكامل مبلغ التمويل	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
توجه التمويل للسلع والخدمات الحاجات الأساسية	تم التخطيط مسبقاً	289	211.31	10.692	1	0.005
	لم يتم التخطيط لكامل المبلغ	100	243.52			
	تم التخطيط لجزء من المبلغ	54	239.37			
كفاية الدخل للاحتياجات الضرورية قبل التمويل	تم التخطيط له مسبقاً	289	231.49	6.76	1	0.035
	لم يتم التخطيط لكامل المبلغ	100	206.76			
	تم التخطيط لجزء من المبلغ	54	199.45			

- ونجد من الجدول ٤-١٢ أنه نسبة ٦٨٪ من الذين قاموا بالتخطيط المسبق لكامل مبلغ التمويل كان دخلهم يكفي بالفعل للاحتياجات الضرورية قبل التمويل، وتقاربت بعد ذلك النسب للذين لم يخططوا لكامل المبلغ، أو خططوا لجزء من المبلغ بنسبه ٥٧٪ و٥٤٪ على التوالي وكفاية الدخل لهم.

جدول 4–11 العلاقة بين كفاية الدخل والتخطيط المسبق لمبلغ التمويل

تم التخطيط بشكل جيد مسبقاً لكامل مبلغ التمويل	الدخل قبل التمويل يكفي الاحتياجات الضرورية	نعم	غير ذلك	المجموع
تم التخطيط مسبقاً	العدد	197	92	289
	%النسبة	68.2%	31.8%	100.0%
لم يتم التخطيط لكامل المبلغ	العدد	57	43	100
	%النسبة	57.0%	43.0%	100.0%
تم التخطيط لجزء من المبلغ	العدد	29	25	54
	%النسبة	53.7%	46.3%	100.0%
المجموع	العدد	283	160	443
	%النسبة	63.9%	36.1%	100.0%

٨– علاقة توجه التمويل للسلع والخدمات بكل من: مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في أخذ التمويل، ومستوى الإنفاق بعد الانتهاء من التمويل، وضرورة أخذ التمويل، وإمكانية الاستغناء عن التمويل، والتعثر بالسداد

يستعرض جدول ٤–١٣ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة توجه التمويل للسلع والخدمات بكل من: مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في أخذ التمويل، ومستوى الإنفاق بعد الانتهاء من التمويل، وضرورة أخذ التمويل، وإمكانية الاستغناء عن التمويل، والتعثر بالسداد، وتشير النتائج بالجدول إلى:

- وجود فروق دالة إحصائياً بين توجه التمويل للسلع والخدمات فيما يتعلق بمساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في أخذ التمويل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٧,٨٦٩ بمستوى دلالة ٠,٠٤٩، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو الحاجات الأساسية والكماليات.

- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين توجه التمويل للسلع والخدمات فيما يتعلق بمستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٠,٥٩٠ بمستوى دلالة ٠,٨٩٩، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين توجه التمويل للسلع والخدمات فيما يتعلق بالتعثر في السداد، حيث بلغت قيمة مربع كاي ١٠,٣٤٨ بمستوى دلالة ٠,٠١٦، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو الحاجات الأساسية.

جدول 4-12 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة توجه التمويل للسلع والخدمات بكل من: بمساهمة عروض التسهيلات، ومستوى الإنفاق، والتعثر بالسداد

	توجه التمويل للسلع والخدمات	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ساهمت عروض التسهيلات الائتمانية في دفعك لأخذ التمويل	الحاجيات الأساسية	340	229.05	7.869	3	0.049
	الكماليات	26	229.38			
	الرفاهية	21	174.88			
	سداد ديون سابقة	56	193.46			
مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل؟	الحاجيات الأساسية	340	222.44	.590	3	0.899
	الكماليات	26	236.08			
	الرفاهية	21	217.10			
	سداد ديون سابقة	56	214.63			
هل تعثرت في السداد؟	الحاجيات الأساسية	340	228.14	10.348	3	0.016
	الكماليات	26	216.44			
	الرفاهية	21	218.81			
	سداد ديون سابقة	56	188.47			

- وبدراسة العلاقة بين أهمية أخذ التمويل، مع توجه التمويل للسلع والخدمات، فقد أشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائياً بينهما، فقد بلغت قيمة مربع كاي ٢٢,٥٤، بمستوي دلالة 0.01.

ونجد من الجدول ٤-١٤ أن النسبة الأعظم هي ضرورة أخذ التمويل لسداد الديون وللحاجات الأساسية بنسبة ٨٢,١٪ و٧٧,٦٪ على التوالي، بينما جاءت نسبة قليلة ممن يرون أهمية التمويل لشراء الكماليات والسلع الرفاهية، بنسبة ٣٤٪ و٣٣٪ على التوالي، مما يدل أن الغالبية العظمى يأخذون التمويل لأشياء ضرورية.

جدول 4-13 العلاقة بين أهمية أخذ تمويل وتوجه التمويل للسلع والخدمات

توجه التمويل للسلع والخدمات	هل كان من المفترض ألا تأخذ تمويل	لا، كان مهم جداً	غير ذلك	المجموع
الحاجات الأساسية	العدد	264	22.4%	340
	%النسبة	77.6%	17	100.0%
الكماليات	العدد	9	65.4%	26
	%النسبة	34.6%	14	100.0%
الرفاهية	العدد	7	66.7%	21
	%النسبة	33.3%	10	100.0%
تسديد الديون	العدد	46	17.9%	56
	%النسبة	82.1%	117	100.0%
المجموع	العدد	326	26.4%	443
	%النسبة	73.6%	22.4%	100.0%

- وبدراسة العلاقة بين الاستغناء عن التمويل، مع توجه التمويل للسلع والخدمات، فقد أشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائياً بينهما، فقد بلغت قيمة مربع كاي ٣٠,٥٤، بمستوي دلالة 0.01.

- ونجد من الجدول ٤-١٥ أن النسبة الأكبر تأتي من الذين ينفقون في سلع ترفية فنسبة ٥٧٪ منهم يرون إمكانية الاستغناء عن التمويل، ثم بنسبة ٤١,٣٪ من بين الذين ينفقون على الكماليات يرون أنه يمكنهم الاستغناء عن التمويل، بينما ١٦٪ فقط من الذين ينفقون على السلع الأساسية ومثلهم الذين يقومون بسداد الديون، أنه يمكنهم الاستغناء عن التمويل.

جدول 4-14 العلاقة بين أهمية أخذ تمويل وتوجه التمويل للسلع والخدمات

توجه التمويل للسلع والخدمات	هل يمكن الاستغناء عن التمويل	نعم	غير ذلك	المجموع
الحاجات الأساسية	العدد	55	285	340
	%النسبة	16.2%	83.8%	100.0%
الكماليات	العدد	11	15	26
	%النسبة	42.3%	57.7%	100.0%
الرفاهية	العدد	12	9	21
	%النسبة	57.1%	42.9%	100.0%
تسديد الديون	العدد	9	47	56
	%النسبة	16.1%	83.9%	100.0%
المجموع	العدد	87	356	443
	%النسبة	19.6%	80.4%	100.0%

٩- علاقة كفاية الدخل قبل التمويل للاحتياجات الضرورية وبين: مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في أخذ التمويل، ومستوى الإنفاق بعد التمويل

يستعرض جدول ٤-١٦ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة كفاية الدخل قبل التمويل للاحتياجات الضرورية وبين كل من: مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في أخذ التمويل، ومستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل، وتشير النتائج بالجدول إلى:

- عدم وجود فروق في مساهمة عروض التسهيلات في الدفع لأخذ التمويل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٣,٤، بمستوى دلالة ٠,١٧٩، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين كفاية الدخل ومستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل، فقد بلغت قيمة مربع كاي ٩,١٥٤، بمستوي دلالة ٠,٠٢٧، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو الاستمرار بنفس المستوى وقت التمويل.

جدول 4-15 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة كفاية الدخل للاحتياجات الضرورية وبين مساهمة عروض التسهيلات، ومستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل

	الدخل قبل التمويل يكفي الاحتياجات الضرورية لك	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ساهمت عروض التسهيلات الائتمانية في دفعك لأخذ التمويل	نعم	283	228.80	3.007	2	0.222
	أحياناً	110	205.83			
	لا	50	219.10			
	مستوى الإنفاق بعد نهاية التمويل	**عدد**	**متوسط الرتب**	**قيمة مربع كاي**	**درجات الحرية**	**مستوى الدلالة**
مدى كفاية الدخل للاحتياجات الضرورية قبل التمويل	ارتفع الإنفاق	99	219.22	9.133	3	0.028
	انخفض الإنفاق	75	195.68			
	استمر بنفس المستوى وقت التمويل	183	237.85			
	عاد الإنفاق كما في السابق قبل التمويل	86	214.43			

- ونجد من الجدول ٤-١٧ أنه يوجد ٧١٪ ممن ذكروا أن إنفاقهم استمر بعد انتهاء التمويل بنفس المستوى كان الدخل يكفيهم بالفعل قبل التمويل للاحتياجات الضرورية، ويكفي بنسبة ٦٢,٦٪ ممن ارتفع مستوى الإنفاق لديهم، وبنسبة ٦٠٪ لمن عاد إنفاقهم كما هو في السابق، وبنسبة ٥٢٪ لمن انخفض الإنفاق لديهم بعد انتهاء التمويل.

جدول 4-16 الدخل بالفعل يغطي الاحتياجات الضرورية ومستوى الإنفاق

مستوى الإنفاق بعد نهاية التمويل	الدخل قبل التمويل يكفي الاحتياجات الضرورية	نعم	غير ذلك	المجموع
ارتفع الإنفاق	العدد	62	37	99
	%النسبة	62.6%	37.4%	100.0%
انخفض الإنفاق	العدد	39	36	75
	%النسبة	52.0%	48.0%	100.0%
استمر بنفس المستوى وقت التمويل	العدد	130	53	183
	%النسبة	71.0%	29.0%	100.0%
عاد الإنفاق كما هو بالسابق	العدد	52	34	86
	%النسبة	60.5%	39.5%	100.0%
المجموع	العدد	283	160	443
	%النسبة	63.9%	36.1%	100.0%

١٠-علاقة زيادة التمويل لإنفاق الأسرة على السلع الكمالية بكل من: مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في أخذ التمويل

يستعرض جدول ٤-١٨ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة زيادة التمويل لإنفاق الأسرة على السلع الكمالية، على مساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في أخذ التمويل، وتشير النتائج بالجدول إلى:

- عدم وجود فروق دالة إحصائياً في مساهمة عروض التسهيلات في الدفع لأخذ التمويل وفق زيادة التمويل من إنفاق الأسرة على الكماليات، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٥,٥٣٢ بمستوى دلالة ٠,٠٦٣، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

جدول 4-17 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة زيادة التمويل لإنفاق الأسرة على السلع الكمالية، ومساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في أخذ التمويل

	التمويل زاد من إنفاق الاسرة	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ساهمت عروض التسهيلات الائتمانية في دفعك لأخذ التمويل	نعم	87	211.40	5.532	1	0.063
	أحياناً	140	207.74			
	لا	216	235.52			

١١- علاقة انعكاس السلوك الاستهلاكي للطبقة بأثر سداد القسط الشهري على راحة الأسرة

يستعرض جدول ٤-١٩ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة انعكاس السلوك الاستهلاكي للطبقة بأثر سداد القسط الشهري على راحة الأسرة، وتشير النتائج بالجدول إلى: عدم وجود فروق في أثر سداد القسط الشهري على راحة الأسرة وفق انعكاس السلوك، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٤,٠٣٢، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

جدول 4-18 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة انعكاس السلوك الاستهلاكي للطبقة بأثر سداد القسط الشهري على احة الأسرة

	يعكس سلوك الاستهلاكي الطبقة الاجتماعية التي تنتمي إليها	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
أثر سداد القسط الشهري على راحة الأسرة	نعم	168	220.32	4.034	2	0.133
	ربما	193	213.72			
	لا	82	244.93			

١٢- علاقة مساهمة عروض الائتمان في أخذ التمويل بكل من: مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل، وعدم ضرورة أخذ التمويل

يستعرض جدول ٤-٢٠ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة مساهمة عروض الائتمان في أخذ التمويل بكل من: عدم أخذ التمويل، ومستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل، وتشير النتائج بالجدول إلى:

- وجود فروق دالة إحصائياً في مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل وفق مساهمة عروض التسهيلات في الدفع لأخذ التمويل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ١١,٦٥١ بمستوى دلالة ٠,٠٠٣، وهي قيمة دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١، وبالنظر إلى متوسط الرتب نجد أن هذا الاختلاف يتجه نحو الإجابة ربما.
- عدم وجود فروق دالة إحصائياً في مساهمة عروض التسهيلات في الدفع لأخذ التمويل مع هل كان من المفترض ألا تأخذ التمويل، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٣,٧٤ بمستوى دلالة ٠,١٥، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

جدول 4-19 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة مساهمة عروض الائتمان في أخذ التمويل بكل من: مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل، وعدم أخذ التمويل

	ساهمت عروض التسهيلات الائتمانية في دفعك لأخذ التمويل	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل؟	نعم	176	197.66	11.651	1	0.003
	ربما	81	238.27			
	لا	186	237.95			
هل كان من المفترض أن لا تأخذ التمويل؟	نعم	176	212.73	8.441	1	0.015
	ربما	81	206.05			
	لا	186	237.72			

١٣- علاقة إمكانية الاستغناء عن التمويل وتقديم مقدم التمويل النصح

يستعرض جدول ٤-٢١ نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة إمكانية الاستغناء عن التمويل بتقديم مقدم التمويل النصح، وتشير النتائج بالجدول إلى عدم وجود فروق في إمكانية الاستغناء عن التمويل وفق تقديم موظف البنك النصح، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٠,٢٥٢، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

جدول 4-20 نتائج اختبار كروسكال ويلز لعلاقة إمكانية الاستغناء عن التمويل بتقديم مقدم التمويل النصح

	هل قدم لك موظف البنك النصح	عدد	متوسط الرتب	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	مستوى الدلالة
هل كان بالإمكان الاستغناء عن التمويل؟	لم يقدم لي النصح	261	223.80	0.252	1	0.882
	نصحني بأخذ التمويل	179	219.75			
	نصحني بعدم أخذ التمويل	3	199.33			

١٤- دراسة العلاقة بين إمكانية الاستغناء عن التمويل والتعثر في السداد

- عدم وجود فروق دالة إحصائياً في إمكانية الاستغناء عن التمويل والتعثر في السداد، حيث بلغت قيمة مربع كاي ٢,٧٤ بمستوى دلالة ٠,٢٥، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

٤,٤,٢. التعليق على النتائج ومناقشتها

نقاش العوامل الديموغرافية وأسئلة الاستبانة

كملخص لنتائج عينة الدراسة ممّن أخذوا التمويلات في العام من ٢٠١٥-٢٠١٩م، سيتم البدأ بالعوامل الديموغرافية لعينة الدراسة فقد تقاربت نسب الذكور والإناث مع زيادة بسيطة للذكور، والنسبة الأكبر للمرحلة العمرية من ٢٥ إلى ٦٠ سنة تقريباً مقسمة على ثلاثة مراحل، كما اتجهت الحالة الاجتماعية لأفراد العينة إلى المتزوجين بنسبة ٨٤,١٪، وعدد أفراد الأسرة في المستوى الأول من ٥-١٠ أفراد بنسبة ٥٣,٣٪، ثم الأقل من ٥ أفراد بنسبة ٤٣,٣٪، وتنوعت المناطق الإدارية للعينة، إلا أن منطقة الرياض استحوذت على النسبة الأكبر بنسبة ٥٦,٩٪، وقد يرجع السبب لمعيشة الباحثة فيها، تليها مكة المكرمة ثم المنطقة الشرقية، وبالنسبة للمستوى التعليمي لأفراد العينة فقد كانت أكثر من نصف أفراد العينة بتعليم جامعي بنسبة ٥٨٪ و٢٦٪ دراسات عليا، و١٢٪ ثانوي والمستوى التعليمي للبقية أقل من ذلك، وأما بالنسبة للدخل فقد كانت أعلى نسبة لمن دخولهم ١٣-١٧ ألف ريال بنسبة ٣١,٨٪، ثم ٨-١٢ ألف ريال بنسبة ٢٨٪، ثم لمن دخلهم ١٣ ألف ريال وأكثر بنسبة ١٧,٢٪، ثم ٣-٧ آلاف ريال بنسبة ١٣,٣٪، ثم تقاربت النسب بين العينتين أقل من ٣ آلاف ريال ومن ١٨-٢٢ ألف ريال بنسبة ١٠٪ تقريباً للعينتين مجموعة، وبالنسبة للعمل فإن نسبة ٦٩,٨٪ من العينة موظفون، و٢١,٧٪ متقاعدون، و٨,٦٪ فقط غير موظفين، ويرجع السبب في الغالب إلى أن القليل من البنوك ومؤسسات التمويل التي تقرض بدون تحويل الراتب أو راتب التقاعد، وتتجه أغلب أفراد العينة إلى القطاع الحكومي بنسبة ٨٠,١٪، وأما القطاع الخاص ١٦,٧٪، وبالنسبة لنوع الوظيفة فأغلب العينة متجهة إلى الوظيفة المدنية بنسبة ٨٩,٨٪ في مقابل الوظيفة العسكرية.

وبذكر مبالغ التمويل، فقد بلغ متوسط التمويلات ٤٤٠ ألف ريال تقريباً، في حين كانت أعلى قيمة تمويل أُخذت من خلال العينة ١٤ مليون ريال.

وقد كانت النسبة العظمى في تمويل أفراد العينة من البنوك الإسلامية الراجحي، الإنماء، الجزيرة، البلاد بنسبة ٧٢,٩٪، ويرجع السبب غالباً في أن من يتحرى الحلال في التمويل وأن تكون

المعاملات إسلامية؛ فسيفضل اللجوء للبنوك الإسلامية الصافية لأخذ التمويل، ثم للبنوك غير الإسلامية بنسبة ١٣٪ ثم لبنك التنمية الاجتماعي ثم لمؤسسات التمويل، وقد يكون لأجل أن البنوك غالباً ما تقدم عروض أفضل وفيها ثقة أكبر من جهة العملاء من مؤسسات التمويل.

وكما أظهرت النتائج فقد أخذت أغلب العينة تمويلاً شخصياً استهلاكياً، بنسبة ٧٠,٦٪، تلاها التمويل العقاري بنسبة ١٢,٨٪، ثم تمويل السيارات، وبعده التمويل للزواج، وقد لوحظ من خلال استقراء بند سبب طلب التمويل أن العديد من أفراد العينة قد استخدم التمويل الشخصي لكن لأغراض أخرى، وذلك وإن كان فيه فائدة للعميل من يسر سداده، حيث أنه غالباً ما يكون اقتطاع جزء من الراتب وعلى مدة لا تتجاوز خمسة سنين تقريباً، إضافة إلى أن نسبة الفائدة عليه منخفضة مقارنة بالبقية، إلا أن فيه استسهالاً في أخذ التمويلات، فأخذه يكون دون وضع أي ضمانات كما في التمويلات الاستثمارية، وبالتالي عدم التفعيل الجدي للصيغ التمويلية النافعة للفرد والمجتمع كما هو الحال في التمويل الاستثماري، ناهيك عن رغبة البنوك ومؤسسات التمويل في هذا النوع من التمويل الذي وإن كان مبلغه وعائده أقل للعميل الواحد إلا أن جذب الكثير من العملاء وتسهيل الحصول عليه لجميع العملاء يعني ضمان السداد وعدم التعثر وهو ما أيدته النتائج وسنذكره لاحقاً، وبالتالي ضمان الربح بصورة كبيرة لها، إضافة لذلك فإنها تبتكر للعملاء من خلاله حلولاً تمويلية للقروض الأخرى، كأن يكون دفعة أولى للقرض العقاري، أو أن يسدد به الديون السابقة التي انتهت مدة سدادها، وهكذا، ورغم أن مؤسسة النقد نصت في ضوابط التمويل الاستهلاكي على أن: "على المقرض تسجيل الغرض من كافة القروض الشخصية واتخاذ الإجراءات للتأكد من استخدامها للأغراض التي منحت لأجلها" إلا أن البنوك لا تسجل هذا في العقود، بل إن كثيراً من البنوك ومؤسسات التمويل لا يسألون عملاءهم على سبب أخذ التمويل، كما لا يتم تقديم النصح أو إرشادهم للصيغ الأفضل لهم، رغم تنوعها وقدرة كثير من العملاء بأخذ الصيغ التي تسهم في التنمية، وقد أيد ذلك ٥٨,١٪ من العينة بعدم تقديم الموظفين النصح لهم، بينما ٤١,٢٪ قد نصحهم الموظفون بأخذ التمويل، و ٠,٧٪فقط نُصحوا بعدم أخذ التمويل.

وتجدر الإشارة إلى أنه في نفس الصدد فقد تقارب عدد الذين ساهمت عروض التسهيلات الائتمانية في أخذهم التمويل بالذين ذكروا أنها لم تساهم، ويمكن أن نضيف للنسبة الأولى –الذين ساهمت– عدد الأشخاص الذين أجابوا بربما فهم قد تأثروا بشكل من الأشكال بعروض التسهيلات الائتمانية، خاصة وأن التمويل يحتاج لقرار جاد لما يتبعه من تبعات مالية واجتماعية قد تؤثر على الفرد وراحته وأسرته، ونستطيع ملاحظة ما تقدم وإثبات تأثيره من أن ٤٦,٢٪ قد أثر سداد القسط بشكل واضح على راحة الأسرة لديهم، و٢٧,٨٪ ذكروا أنه ربما يكون له تأثير، و٢٦٪فقط لم يؤثر عليهم سداد القسط، وهذا إن دل فإنما يدل على تأثير البنوك وضغطها على العملاء لتحصيل الأرباح دون النظر لأي اعتبارات أخرى، وباستخدام أساليب متعددة، مع وجود حاجة لدى الأفراد– التي قد لا تكون حقيقية أصالة –مما يدفعهم لأخذ تمويلات استهلاكية دون التفكير في العواقب ويستسهلونها، ويجعلونها السبيل الأول لتحصيل المال وتحسين المعيشة، وفي هذا الإطار ٦٣,٦٪ من العينة كان الدخل يكفيهم قبل أخذ التمويل، و١١,٤٪ فقط ممن كان لا يكفيهم الدخل قبل التمويل، وهذا يثبت أن أخذ التمويل في الغالب كان للسلع الاستهلاكية، أو لصرف الراتب بالكلية على السلع الاستهلاكية وأخذ التمويل للضروريات التي لا يتحمل الصبر عليها مع هذا الدفع الإعلاني والضغط عليه والتيسير الذي يراه في أخذها، خاصة وأن أكثر فئة آخذة للقرض ليست منخفضة الدخل أو ذات الدخل المحدود، وإنما متوسطة الدخل وعالية الدخل، ولا يفوتنا أن ننوه أن أكثر فئة عمرية كانت عليها هذه النسب هي الفئة القادرة على العمل كما ذكرنا في العوامل الديموغرافية، بالإضافة إلى أن المؤهل العلمي لها مرتفع –جامعي ودراسات عليا–، وهذا يعني أنه باستطاعتها تحصيل مبلغ التمويل بطرق أكثر نفعاً، تدير بها عجلة التنمية، ويتحسن معها المستوى المعيشي للفرد.

ومن استقراء وتصنيف أسباب طلب التمويل ظهر أن أكثر سبب لأخذ التمويل هو شراء سيارة في المرتبة الأولى، يليه على التوالي بنسب متقاربة شراء منزل، أو للاستثمار بمختلف صوره من شراء عقارات أو الدخول في البورصة والأسهم والاستثمارات الأخرى، أو لبناء المنزل، ثم التمويل للحاجات الأساسية دون ذكر مضمونها، إلا أن البعض ذكر ما قد يدخل ضمنها من أخذ

التمويل لدفع إيجار المنزل والعلاج والتعليم واحتياط لترك الوظيفة أو التعويض لحادث، كما هو الحال في الحاجات الاستهلاكية التي تليها بنسبة متقاربة، فقد ذهبت بعض التمويلات كما ذُكر للرفاهية والاستمتاع، أو للسفر، وبعضهم للمجوهرات، أو لشراء كماليات، وبعد ذلك يليها أخذ التمويل لأجل سداد الديون، أو للزواج، بنسب متقاربة، وقد فصل بعضهم بأن قرض الزواج ذهب كاملاً لشهر العسل، بينما اكتفت الغالبية بذكر للزواج دون تفصيل، ثم اتجهت نسبة قليلة من العينة لأخذ التمويل في شراء أرض، أو ترميم المنزل، أو التأثيث، وذكرت إجابات متفرقة في أخذ التمويل تعود حسب أهميتها للفرد، كأخذه لأجل الحج أو استقدام عاملة منزلية أو سلفة لقريب.

هذا ما اتفق مع ما أظهرته النتائج من اتجاه أكثر مبالغ التمويل للاستهلاك، فقد توجهت بنسبة ٦٥٪ بشكل كامل للاستهلاك، وللاستثمار بنسبة ١٥,٧٪، بينما قسَّم جزء من العينة مبلغ التمويل بين الاستهلاك والاستثمار، فكان بنسبة ١٢٪ من العينة استفادت من المبلغ للاستثمار وصرفت جزء قليل في الاستهلاك، بينما نسبة ٩,٦٪ من العينة وجه أغلبه للاستهلاك واستثمر القليل منه، وبطبيعة الحال يمكن أن لا يكون تقسيم المبلغ في المرة الواحدة، فصحيح أن ٤٢,١٪ أخذوا تمويل لمرة واحدة، إلا أن البقية وهي النسبة الأكبر أخذت لأكثر من ذلك، حيث ٣٠,٣٪ حصلوا على تمويل لمرتين، و٢٢,٣٪ لثلاث مرات، والباقي أكثر من ذلك حتى وصلت لثمان مرات كما ذُكر وأكثر.

ويؤكد استقراء أسباب طلب التمويل التفسير الأول في أن إنفاق الدخل على بعض الضروريات وإهدار الباقي على السلع الاستهلاكية، خاصة وأن الدخل هو السيولة المتوفرة بشكل مستمر، ويمكن صرفها دون تخطيط، وبالتالي عدم إمكانية التجميع أو الادخار والاستثمار للضروريات الأخرى، فيلجؤون للسبيل الأسهل وهو أخذ التمويل، لبناء وشراء منزل، أو لشراء حاجات ضرورية مهمة كسيارة بغرض التنقل وليس الرفاهية والبذخ أو للحاجات الأساسية للزواج مثلاً، وهذا ما يدعمه أن ٧٥,٩٪ من العينة أجابت بأن التمويل كان مهماً جداً، بينما ٢١,١٪ فقط ذكرت أن التمويل لم يكن ضرورياً، وفي نفس الإطار فإن ٥٧,٤٪ كان لا يمكنها الاستغناء عن

التمويل، بينما ١٨,٧٪ كان يمكنها الاستغناء عنه، و٢٣,٩٪ من العينة أجابت بربما، أي إما أنها لا تحتاج المبلغ أو أنها تستطيع تحصيله بطرق أخرى.

ومن زاوية أخرى فبرغم أن ٦٤,٩٪ من العينة قد خطط بشكل كامل مسبقاً لمبلغ التمويل، إلا أن نسبة ٢٢,٨٪ لم تخطط مسبقاً للمبلغ وهي نسبة معتبرة، والبقية بنسبة ١٢,٣٪ من العينة قد خططوا لجزء من المبلغ، وهذا يؤكد على أن الاستدانة أخذت منحى الثقافة في أنه يمكن الحصول على مبلغ من المال ثم التخطيط له، وفي هذا الوقت يكون جزء لا بأس به قد هُدِر على سلع استهلاكية غير ضرورية، وفعلاً فقد ذكر عدة أفراد من العينة أن التمويل كان ضروري لكن كان يفترض أن يكون أقل من الذي أخذه، وهذا يلفتنا إلى نقطة مهمة وهي أن أسباب طلب التمويل يمكن أن يكون الفرد قد ذكر منها الشيء الأبرز الذي استخدم له التمويل، دون ذكر الإهدار غير الملاحظ أو المال الزائد عن حاجة الغرض الأساسي، وكانت إجابته على هذا الأساس.

وحسب نظرية الدخل النسبي والتي يطلق عليها نظرية المحاكاة أو التقليد[١٦]، في أن الأسرة تتأثر بالمحيط أو الجيران، وتحاكي نمط استهلاكها، سواء كانت فقيرة أو غنية، حتى أنها تلجأ للاقتراض لمجاراتها، إلا أنه في عصرنا الحالي لم يعد الأمر يتعلق بالجيران أو المحيط القريب مع الانفتاح على وسائل الإعلام والتقارب الكبير، فأصبحت الضغوط على الأسرة أكبر، حتى إن الفرد لم يعد يميز بين الضروري والاستهلاكي في يومه؛ لأن السلع الاستهلاكية أصبحت متوفرة بكثرة لدى الجميع، فانتقلت لمرتبة الضرورية، وقد تبين هذا من الاضطراب في إجابة ٤٤٪ من العينة بربما كان سلوكهم الاستهلاكي يعكس الطبقة الاجتماعية التي ينتمون إليها، و١٨٪ ذكروا أن سلوكهم لا ينتمي لطبقتهم، بينما ٣٧,١٪ من العينة أجابوا بأنها تعكس طبقتهم الاجتماعية، وهو ما يتفق مع العتيبي (٢٠١٨م، ١٦٠) من أن من أسباب انتشار النزعة الاستهلاكية عند الفتاة الجامعية التأثر بمواقع التواصل الاجتماعي وانفتاح المجتمع على بعضة ومحاولة التقليد والتنافس، وأيضاً بسبب

[١٦] للاقتصادي جيمس دوشنبري (J.Duesenberry) ١٩١٨م الذي ينتمي للمدرسة الكينزية، وقد قدم مساهمة كبيرة في رسالته التي ناقشها سنة ١٩٤٩م بعنوان: (الدخل، الادخار ونظرية سلوك المستهلك) (قندوز ٢٠١٩، ١١٠).

الشعور بالفخر والتباهي لدى امتلاك قطع ثمينة، وبسبب شعور الفتاة بالمكانة الاجتماعية العالية عند ميلها للاستهلاك، وهذا ما يتفق مع نظرية "Veblen"، من أن الفرد يتطلع في أنماطه الاستهلاكية وعاداته الشرائية للطبقة الاجتماعية الأعلى من طبقته التي ينتمي إليها (آل رشود، وآخرون ٢٠١٨م)، وكل ذلك يضيف عليهم أعباء وتكاليف يستمرون بتحملها، فحسب نفس النظرية في أنهم إذا اعتادوا على مستوى أعلى من الاستهلاك فسيستمرون في المحافظة عليه، وإن كان فوق دخلهم المتاح، وهذا ما تبين من أن ٤١,٣٪ من العينة استمر إنفاقها بنفس المستوى وقت التمويل، و٢٢,٣٪ ارتفع إنفاقها بعد انتهاء التمويل، والباقي٣٦,٧٪ فقط من عاد كما في السابق أو انخفض، مع الأخذ بعين الاعتبار أن أغلب التمويلات كانت متجهة لسلع استهلاكية، أي أنها لم تدعم الدخل أو تنميه، وجدير بالذكر أنه قد يكون هذا سبباً مهماً لأن يدخل البعض في دوامة تسديد الديون بأخذ تمويلات لأكثر من مرة، حيث ذكر ١٢,٨٪ من العينة أن التمويل كان لأجل سداد الدين.

وأخيراً فقد كانت نسبة الذين تعثروا في السداد ٨,٩٪، والذين أجابوا بربما كانت نسبتهم ٨,٢٪، وهذه النسب المنخفضة للتعثر تعود لأن أغلب القروض تمنح بضمانات الرواتب الشهرية، وحسب ساما (٢٠١٤م، ١٤) في ضوابط التمويل الاستهلاكي؛ أن لا يتجاوز التمويل ٣٣,٣٣٪ من إجمالي الراتب الشهري خلال المدة، وللمتقاعدين ٢٥٪ من إجمالي رواتبهم، ولا تتجاوز فترة الاستحقاق خمس سنوات، وبذكر أسباب التعثر فهي راجعة إلى **أسباب خاصة بالعميل؛** مثل كثرة الاستهلاك ومتطلبات الأسرة –وهي أكثر سبب للتعثر–، ضعف الدخل، إجازة الأمومة أو إجازة بدون راتب، تراكم الديون، غلاء المعيشة وظروف الحياة، الفصل من الوظيفة، تغيير العمل بعد الحصول على التمويل، مصاريف البناء التي لم يكفها التمويل، التزامات طارئة، الضغوط النفسية التي سببها القرض، أو خيانة المساعدين في العمل الاستثماري، **وأسباب خاصة بالبنك؛** مثل الأخطاء الإدارية من البنوك ومؤسسات التمويل في تحصيل الدفعات، **وأسباب تعود لتغيرات الحالة الاقتصادية في المملكة؛** مثل فرض ضريبة القيمة المضافة، وتأخر المرتبات بسبب جائحة كورونا.

نقاش الإجابة على علاقات الدراسة

تم إجراء فحص بعض العلاقات بين أسئلة الاستبانة ودراستها لإيجاد نتائج وترابطات يمكن من خلالها التدليل على فرضية الدراسة، وقد ظهرت النتائج في الفقرة السابقة فقرة النتائج، وسيتم بشيء من التفصيل التحليل والنقاش للنتائج التي أعطت دلالة إحصائية فقط للتي ظهرت من تلك العلاقات.

بدايةً فقد أظهرت النتائج أن أغلب الذين أجابوا بأن الدخل كان يكفي للاحتياجات الضرورية قبل التمويل، اتجه تمويلهم بالكامل للاستهلاك أولاً، وفي المرتبة الثانية اتجه أغلبه للاستهلاك وجزء قليل منه للاستثمار، وهذه النتيجة متفِقة مع ما توصلت إليه الأنسي (٢٠٢٠م، ١١٧)، من أنه كلما زاد دخل الفرد زاد اهتمامه بشراء الملابس واستهلاكه للخدمات، وما توصلت إليه العتيبي (٢٠١٨م، ١٦٣) من التأثير المرتفع للدخل الشهري للأسرة على انتشار النزعة الاستهلاكية للفتاة الجامعية السعودية، وما توصل إليه الزهراني وحساني (٢٠٠٩م، ١٨٤)، من أن الذين يملكون دخولاً شهرية متوسطة أو مرتفعة لديهم سلوك استهلاكي أعلى، وقل ترشيدهم للاستهلاك.

ويؤيد ما تم ذكره من تحليل سابق من أن الدخل كان كافياً للأسرة لتغطية احتياجاتها الأساسية ومتطلباتها للسلع الكمالية ما توصل إليه آل رشود وآخرون (٢٠١٨م، ١٣٧)، وبالتالي فالاقتراض جاء لمواجهة ضغوطات أو أزمات لا يمكن تغطيتها بالدخل بعد نفاده كاملاً دون ادخاره، وما توصل إليه العتيبي والتويجري وأبا الخيل (٢٠١٦م، ٣٠)، من أن النسبة الجزء الأكبر من العينة يستهلكون ٧٥٪ من دخلهم، ومما يدعم ذلك النتائج التي أظهرت أن ضغط المجتمع وجه بالدرجة الأولى لأخذ القروض العقارية، والتي بطبيعة الحال ليس بالإمكان توفيرها بالدخل إلا من خلال وجود خطة مسبقة محكمة للادخار والاستثمار وتقنين الصرف لفترة من الزمن.

وجدير بالذكر هنا أن الذين كان تمويلهم متجهاً للحاجات الأساسية أظهرت النتائج بالدرجة الأولى أنهم لم يخططوا بشكل مسبق لكامل مبلغ التمويل، وبالدرجة الثانية خططوا لجزء منه فقط،

وقد يعطي ذلك مؤشراً من أن أسباب طلب التمويل التي كُتبت كانت السبب الرئيس فقط الذي أخذ التمويل لأجله، لكن لعدم التخطيط المسبق أو ضعفه فقد يتم إهدار جزء من التمويل الذي أصبح في شكل سيولة حالية في الاستهلاك، وقد أشار عدة أفراد من العينة لذلك في الاستبانة في أن التمويل كان مهماً لكن كان يفترض أن يكون المبلغ أقل، مع أن النتائج أظهرت أن ٧٧,٦٪ ممن تمولوا للحاجات الأساسية و ٨٢,١٪ ممن تمولوا لسداد الديون ذكروا ضرورة أخذ التمويل، و١٦٪ فقط ممكن كان يمكنهم الاستغناء عن التمويل، وهذا يؤكد على أنه حري بهم الاهتمام بالتخطيط الجيد لكامل مبلغ التمويل، لعدم هدره أو جزء منه، وما يقع على ذلك من تبعات، وأهمها ما ظهر في النتائج من أن أكثر الذي تعثروا في السداد كان تمويلهم متجه للحاجات الأساسية.

وتدعم ما ذكرنا النتيجة أيضاً أن ٧٨٪ من أفراد العينة الذين قاموا بالتخطيط المسبق لكامل مبلغ التمويل كان دخلهم يكفي بالفعل للاحتياجات الضرورية قبل التمويل، في حين تقاربت النسب ٥٥,٥٪ تقريباً للذين لم يخططوا لكامل المبلغ، أو خططوا لجزء من المبلغ، وكفاية الدخل لهم قبل التمويل.

ويمكن ملاحظة أهم تبعات ذلك والمساوئ التي تثقل كاهل الأسرة من أن يكون كله أو جزء منه موجهاً للسلع الاستهلاكية، هو بالنظر إلى مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل، فقد بينت النتائج أن من الذين ذكروا أن إنفاقهم استمر بنفس المستوى وقت التمويل بنسبة ٧١٪ من العينة كان الدخل يكفيهم للحاجات الضرورية قبل التمويل، وكان الدخل كافياً أيضاً للذين ارتفع الإنفاق لديهم بنسبة ٦٢,٦٪، وهذا ما يتفق مع نظرية الدخل النسبي من أن الاستهلاك يبقى ثابتاً، والمستهلك سيحافظ على الاستهلاك حتى لو انخفض مصدر الدخل (قندوز ٢٠١٩).

وعند دراسة العلاقة بين الأعمار واتجاه تمويلهم للاستهلاك أو الاستثمار، أظهرت النتائج أن الفئة العمرية من ٣٦-٤٥ سنة كانت الأكثر توجهاً للاستثمار، وهي الفترة التي يحاول الفرد فيها غالباً زيادة الدخل من مصادر مختلفة، ولديه حيز أكبر في الدخول في مشاريع تجارب، بينما الفئة العمرية من ٤٦-٦٠ سنة حسب النتائج كانت الأكثر توجهاً للاستهلاك، وهي فترة الاستقرار

من الناحية الوظيفية وزيادة الدخل من مصادر أقل مخاطرة، مع أنها ثاني أكثر فئة تعثراً بالسداد -بعد الفئة فوق ٦٠ سنة-، وفيها غالباً ما تزيد المتطلبات الاستهلاكية مع زيادة عدد الأسرة وكبر الأبناء في العمر، خاصة إذا لم يكن المفهوم الصحيح للاستهلاك الأسري مؤسساً فيها، وفعّلت الادخار من وقت مبكر، وهذا ما يتفق مع الزهراني وحساني (٢٠٠٩م، ١٨١)، من وجود علاقة طردية بين العمر والسلوك الاستهلاكي، وذكر من الأسباب أيضاً التعليم، وزيادة الأعباء، وتأثير الأطفال على القرارات الشرائية.

كما أظهرت النتائج أن الفئة العمرية من ٣٦-٤٥ سنة هي الأكثر اتجاهاً لأخذ التمويل بسبب ضغوطات المجتمع، وهذه النتيجة مؤشر إيجابي من ناحية أن هذه الفئة هي الأكثر اتجاهاً للاستثمار كما ذكرنا في الفقرة السابقة، ودفع المجتمع لها للاستثمار والتحفيز على العمل المنتج مؤشر مُبشّر، وهذا ما تؤكده العلاقة بين ضغط المجتمع ونوع التمويل أيضاً من أن الاستثمار هو ثاني ما يضغط عليه المجتمع لأخذ التمويل عدا سداد الديون، غير أنه من الناحية الأخرى هناك الجانب السلبي من ضغط المجتمع لأخذ تمويل استهلاكي -للذين لم يستثمروا-، كما ذُكر في سبب طلب التمويل والتي ارتبطت بضغط المجتمع ومنها: أن التمويل كان للرفاهية والاستمتاع، أو كان للسفر، أو تم أخذه دون تخطيط وصرفه للزواج، أو شراء سيارات للرفاهية.

ثم تلتها الفئة العمرية فوق ٦٠ سنة التي تأثرت بضغط المجتمع في أخذ التمويل، وللأسف هي الفئة الأكثر تعثراً في السداد كما أشرنا سابقاً، وكما ذكر بعضهم أن سبب التعثر كان بسبب الالتزامات المالية الأخرى، وزيادة المصروفات، أو أن الراتب لا يكفي الحاجات الأساسية.

وعند وجود روابط لمساهمة عروض التسهيلات الائتمانية في الدفع لأخذ التمويل، وُجد أنها تدفع لأخذ التمويل نحو الحاجات الأساسية والسلع الكمالية بنفس الدرجة، غير أن الذين كانت لديهم ملاحظة لمساهمة عروض التسهيلات الائتمانية بأخذ تمويلهم وأجابوا بربما ساهمت، أظهرت النتائج أنهم النسبة الأكبر التي ارتفع مستوى الإنفاق لديها بعد انتهاء التمويل.

ويظهر أن مؤسسات التمويل غير الإسلامية هي الأكثر مساهمةً في أخذ التمويل عن طريق عروض التسهيلات الائتمانية، وذلك كما أشرنا في الفصل السابق أن البنوك والمؤسسات غير الإسلامية في المملكة –خاصة في قطاع الأفراد– انتقلت لتقديم خدماتها بطريقة إسلامية، نظراً لازدياد رغبة المجتمع فيها، ولكيلا تفقد عملاءها السابقين الذين يرغبون بالمعاملات الإسلامية، مع وجود الكثير من المنافسين، ثم تليها في المرتبة الثانية البنوك الإسلامية الراجحي، الإنماء، الجزيرة، البلاد التي كان لها تأثير كبير في جذب عملاءها عن طريق عروض التسهيلات لجذب عملائها، خاصة أنهم يشكلون النسبة الأكبر من العينة كما أسلفنا، بالإضافة إلى أن ٧٦,٢٪ من أفراد العينة المتمولة منهم كانت تمويلاتهم شخصية منها –من غير تمويلات السيارات والزواج–، وهذه البنوك بالنسبة للاقتصاد الإسلامي هي الركيزة الأساسية والكبرى التي لها ثقلها، ويعول عليها بتفعيلها لأغلب الصيغ الإسلامية التي تتميز بها عن غيرها، خاصة الصيغ التنموية الإنتاجية التي تصنع اقتصاداً حقيقياً.

وفي هذا الإطار شكلت نسبة التمويلات الشخصية من البنوك غير الإسلامية ٦٤,٩٪ من تمويلات أفراد العينة، وهي النسبة الثانية الأكبر –بعد البنوك الإسلامية–، ثم يأتي بعدهم بنك التنمية الاجتماعي ومؤسسات التمويل الإسلامية وغير الإسلامية بنسب متقاربة ٤٤٪ تقريباً من تمول العينة تمويلات شخصية منهم.

الفصل الخامس

الخاتمة

تساهم التسهيلات الائتمانية البنكية في تعزيز السلوك الاستهلاكي حيث ينبني عليها زيادة القوة الشرائية للفرد في مجتمع تنتشر فيه ثقافة الاستهلاك، لذلك لابد من معالجة المرض الأساسي وهو "ثقافة الاستهلاك" للسلع غير الضرورية، الذي ينشأ بداية من لذة لحظية من شراء السلع الكمالية والترفية، ثم الاضطرار والضغط الهائل من المجتمع للبقاء بنفس المكانة التي هي أعلى مما في قدرة الشخص، وتحمله ما لا يطيق، وهذا الذي بدوره نشأت عنه "ثقافة الدَّين" لتغطية التكاليف الاجتماعية التي أصبحت لصيقة بالفرد ولا يستطيع الخروج منها، كالمبالغة في الاحتفال والتزيين والتقديم في كل مناسبة صغيرة أو كبيرة والتفاخر فيها، وتبادل الهدايا المادية غالية الثمن، وشراء وتبديل الملابس لكل مناسبة، وتغيير السيارات كل فترة قصيرة، وغيرها من المظاهر، إلى أن أصبحت ثقافة أخذ القرض هذه عادة مجتمعية غير مستهجنة، بل هي الحل الأمثل وربما الوحيد، مع وجود الدعايات والتسهيلات من المصارف وشركات التمويل.

حلول مقترحة للوصول للرشادة الاستهلاكية

تحولت غاية الاستهلاك من سد حاجة للإنسان إلى غاية ومبتغى، إلى أن انتقلت هذه العادة من الفرد إلى المجتمع لتكون ثقافة مجتمعية يطالب الجميع فيها ويصعب الخروج منها. لذلك كان لابد من وضع حلول ومقترحات على جميع الأصعدة، وتطبيقها للخروج من هذه المشكلة، وتحقيق التوازن والنماء للفرد والمجتمع، وذلك بضبط المفاهيم للإطار الإسلامي الصحيح، ومن بعض هذه الحلول ما يلي:

- توعية المجتمع بتحريم الدين الإسلامي للإسراف والتبذير.
- تعزيز مفهوم أن المسلم يلزمه الاعتدال في الإنفاق في كل أحواله، فيعوّد نفسه ويجاهدها، وليس كما يعتقد البعض في حال الضيق والعسر، فكما جاء في

الحديث عن النبي صلى الله عليه وسلم: " وأسألُكَ القصدَ في الفقرِ والغِنَى" (النسائي ١٣٠٥).

- التأكيد على مبدأ أن النعم لا تدوم إلا بشكرها، مما يتنافى مع الإسراف والتبذير، والاتعاظ من الأمم السابقة التي افتقرت بعد أن كانت غارقة في نعم الله ولم تعطها حقها.
- التفعيل الأمثل للاقتصاد الثالث الذي يميز الاقتصاد الإسلامي عن غيره، ابتداءً من إيتاء الزكاة المفروضة على المال، إلى التكافل الاجتماعي وتفعيل دور المسؤولية الاجتماعية من الجميع بلا استثناء.
- إعادة ضبط البوصلة باتجاه الاستهلاك المعتدل في الإسلام، وما ينتج عنه من تخفيف الأعباء عن فئة كبيرة من المجمع، والتركيز على الإيجابيات التي ستحدثها على المجتمع والاقتصاد.
- استثمار العادات والتقاليد الاجتماعية السعودية الأصيلة لصالح التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تتنافى مع السلوك الاستهلاكي.
- تفعيل ثقافة ترشيد الاستهلاك، ابتداءً بالمناهج الدراسية في المدارس والجامعات، إضافة لثقافة الادخار والاستثمار، كلٌ حسب ما يناسبه.
- أهمية التخطيط المسبق للصرف؛ بحيث لا تؤثر عليه المؤثرات الخارجية وتسحبه للاستهلاك غير الضروري.
- تفعيل دور الدولة والبنوك والمؤسسات في ضخ الوعي والتثقيف بطرق الادخار والاستثمار، للوصول إلى ثقافة تناهض "ثقافة الاستهلاك"، وهي "ثقافة الادخار والاستثمار".
- اهتمام الأفراد بالادخار الشخصي ومن ثم الاستثمار في استثمارات مناسبة.

- نشر الوعي في تحويل الأموال والجهود إلى المشاريع التنموية التي ترفع اقتصاد الدولة.
- تفعيل وتوجيه طاقات الشباب نحو المشاريع الصغيرة التي لها فائدة حقيقية للمجتمع والاقتصاد، ولا تؤدي لمزيد من الاستهلاك.
- تفعيل دور البنوك ومؤسسات التمويل في نشر الوعي بطرق التمويل التنموية الأخرى –غير التمويلات الاستهلاكية البحتة– التي تساهم في مساعدة العميل على حل مشاكله المالية بالطريقة الأمثل، وتفعيل النصح والمساعدة من الموظفين للتوجيه لها.
- تفعيل دور الإعلام –وبخاصة وسائل التواصل الاجتماعي– بطرح المشكلة وأبعادها وتأثيراتها على الجمهور، ومساهمته في إعادة توجيه المتأثرين به نحو المشاركة في سياسات النمو الاقتصادي السليم، القائم على الإنتاج والاستثمار والادخار وترشيد الاستهلاك. (سوقال ٢٠١٧).
- التركيز على الأهداف النوعية من التجمعات واللقاءات سواء الصغيرة أو الكبيرة، من لقاءات العائلة والعمل والمؤتمرات وغيرها، بالتخفف من إبراز المظاهر الاستهلاكية والصرف غير الضروري على المكان والتقديم، والتركيز على الأفكار والأشخاص والروابط الاجتماعية.
- نظراً للثقافة المنتشرة من تقييم الناس والمجتمع على أساس مادي؛ لابد لنا من نشر معايير أخلاقية إسلامية لزيادة التقارب والألفة وتقليص الفجوة بين طبقات المجتمع بالإضافة إلى تقليل أهمية المادة وما يتبعها من استهلاك.

٥,١. النتائج

- توازن نظرة الاقتصاد الإسلامي في الإنفاق؛ ممثلة في قوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَٰلِكَ قَوَامًا﴾ (سورة الفرقان ٦٧).
- يتميز الاقتصاد الإسلامي في الاستهلاك، بأنه يهدف إلى تحسين مستويات الفرد المعيشية، وتحقيق الرفاهية المجتمعية، بالإضافة للدعم المستمر للاقتصاد.
- يضع المستهلك المسلم الجانبين المادي والروحي في الاعتبار عند الإنفاق، فلا يغلِّب جانباً دون الآخر، بل يهذب غرائزه ويوازن بين احتياجاته.
- الخط الزمني للمستهلك المسلم يمتد للآخرة؛ فتكون تصرفاته الاستهلاكية على هذا الأساس، فلا يغفل السعي في حاجة الآخرين، وعمارة الأرض، بجانب إشباعه مصالحه الفردية.
- حسب نتائج الدراسة قد لا تكون التمويلات ساهمت بشكل مباشر في انتشار ثقافة السلوك الاستهلاكي في المملكة، فنسبة ٧٦,٧٪ من العينة أخذوا التمويل لشراء حاجات أساسية؛ كبناء أو شراء منزل أو أرض أو شراء سيارة وغيرها، إلا أن أغلب فئة العينة ذات الدخل المتوسط إلى المرتفع، أي أنها تنفق كامل راتبها على الاستهلاك، وتقترض للأغراض المعمرة.
- أغلب قروض البنوك الإسلامية كانت قروض شخصية حسب الدراسة بنسبة ٧٦,٢٪، ولا يدخل في هذه النسبة قروض الزواج أو السيارات.
- حسب الدراسة فإن ٧١٪ ممن استمر إنفاقهم بعد التمويل على نفس المستوى وقت التمويل، كان دخلهم يكفي للاحتياجات الضرورية قبل التمويل، و٦٢,٦٪ ممن ارتفع إنفاقهم بعد التمويل، كان دخلهم يكفي قبل التمويل. وهذا من

التبعات السيئة للتمويل المتمثل في عدم القدرة على خفض الاستهلاك بعد ارتفاعه بسبب التمويل المؤقت.

- تمت ملاحظة أن كثير من عينة الدراسة أجابوا بالإجابات المحايدة، مثل "ربما أو "أحياناً" مما يفيد عدم الجدية في الإجابة، أو ما يدلل على التردد وعدم التأكد من حقيقة جدوى التمويل.
- فترة عمل الدراسة بعيدة قليلاً عن الإطار الزماني لها، خاصة السنوات الأولى من الدراسة، مما لوحظ أن بعض أفراد العينة كانت اتجاهاتهم إيجابية جداً، فيظهر التفاوت في الإجابات.
- أعزوا النقطة السابقة غالباً إلى أن القروض يتم غالباً سدادها خلال خمس سنوات أو أقل، فقياس عبء القرض وتأثيره قد يتلاشى في نظر آخذ القرض بعد سداده أو مرور وقت عليه، وبالتالي أوصي بوضع سنة أخذ القرض والسداد ومقارنة الإجابات تحت عبء السداد أو بعد الانتهاء منه.
- قياس السلوك الاستهلاكي يحتاج لتحديد أكثر، ودراية العينة بالمقصود وبالهدف المنشود من الدراسة، بالإضافة لوعيهم بالمشكلة الأساسية والتي هي السلوك الاستهلاكي، وهذا ما وجدت أنه يصعب قياسه مع انتشار الاستهلاك كثقافة، فتحديد الضروريات أو الكماليات ملتبس.

٥,٢. التوصيات:

- توصي الدراسة بعمل دورات وندوات وورش عمل عن الاستهلاك الرشيد للأموال، وكيفية تدبير المصروف وادخاره واستثماره، لكل أفراد الأسرة، ابتداءً من تضمينه ضمن مناهج التعليم العام، وفي الدورات المكثفة لطلاب المدارس، وسيكون مثمراً بإضافته لدورات ما قبل الزواج.

- العمل من قبل المنصات الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعية –لتأثيرها الواسع–، على التعريف بالسلوكيات التبذيرية والترفية الاستهلاكية ونبذها، لأن معرفة المشكلة أول خطوة للحل.
- يعول على البنوك الإسلامية في تفعيل صيغ التمويل التي تؤدي إلى تحريك عجلة التنمية، وعدم الاكتفاء بتوجيه التمويل للتمويلات الشخصية التي تهدف للربح المحض، وتزيد من ثقافة الاستهلاك.
- على الأسرة غرس القيم الإسلامية السليمة التي تحث على الاعتدال في الإنفاق بعيداً عن الإسراف والتبذير، وتربية جميع الأفراد خاصة الأطفال على المعاني الإسلامية التي تسهم في تكاتف المجتمع وتنميته؛ كالزكاة والصدقة والادخار وتنمية المال.
- توصي الدراسة بتوسعة حجم العينة، خاصة وأن التمويل مبلغ مالي كبير نسبياً، وإذا لم يكن مخططاً له، سيذهب دون ملاحظة التأثير.
- بناء على النقطة الأخيرة في النتائج توصي الدراسة بإجراء مقابلات شبه منظمة بدل الاستبانة في مثل هذه الدراسة؛ ليتأكد الباحث من فهم أفراد العينة لهدف الدراسة، وبالتالي الحصول على بيانات أكثر دقة.

المراجع:

الإسكوا. **الطبقة الوسطى في البلدان العربية قياسها ودورها في التغيير**. بيروت: اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، ٢٠١٤.

الأفندي، محمد أحمد حسن. "فرضية تلاشي حدي الإسراف والتقتير في دالة الاستهلاك في اقتصاد إسلامي" *مجلة الدراسات الاجتماعية*، مارس، ٢٠١٨م، الإصدار م٢٤، ع١: ٨٧-١١٠.

آل رشود، سعد، وآخرون. "ثقافة الاستهلاك لدى الأسرة السعودية: دراسة ميدانية" *المجلة العربية للدراسات التربوية والاجتماعية*، يناير، ٢٠١٨م: ٥٣-١٦٤.

الأنسي، عفاف محسن. "أثر إيقاف البدلات والعلاوة السنوية في تغيير السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية: دراسة وصفية مطبقة على عينة من أرباب الأسر في المملكة العربية السعودية" *مجلة العلوم الاجتماعية*، ٢٠٢٠م: ٩٢-١١١.

البخاري، محمد بن إسماعيل. **الجامع المسند الصحيح**. كتاب الأطعمة (٧/٧٧) ٥٤٢٦، كتاب الاعتصام بالكتاب والسنة، (٩/١٠٣)٧٣٢٠، كتاب البيوع (٣/٥٧) ٢٠٧٦، كتاب الجنائز، (١/٨١) ١٢٩٥، كتاب المظالم، (٣/١١٩) ٢٤٤٦.

البنا، رجب. "**ثقافة الاستهلاك وثقافة التنمية**" *جريدة الأهرام موقع الكاتب رجب البنا*، ٩ pHi٨nV٣https://bit.ly/، ٢٠١١.

البنجابي، محمد بشير. **التحليل الاقتصادي الرياضي لسلوك المستهلك في الاقتصاد الإسلامي**. مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ١٩٩٠م.

بوخاري، زرقون، عبد الحميد، محمد. "دور الاقتصاد الإسلامي في ترشيد السلوك الاستهلاكي" *مجلة الواحات للبحوث والدراسات*، ٠١ ديسمبر/ ٢٠١١: ٦٩-٩٤.

الترغيب والترهيب. حديث حسن عن أنس بن مالك (٣/١٦)، حديث صحيح لكعب بن عجرة (٤/٣).

الترمذي، أبو عيسى. **سنن الترمذي**. أبواب الأدب عن رسول الله صلى الله عليه وسلم (٤/٥١٠) ٢٨١٩، أبواب البيوع عن رسول صلى الله عليه وسلم، (١/٥٨١) ١٣١٥، باب في القيامة (٤/١١٧) ٢٤١٧، باب ما جاء في كراهية كثرة الأكل (٤/١٨٨)٢٣٨٠.

الجلاد، ماجد زكي. **تعلم القيم وتعليمها**. الفجيرة: دار المسيرة، ٢٠٠٥م.

جليلة، زرجم. **صيغ وأساليب التمويل والاستثمار في البنوك الإسلامية مع دراسة ميدانية لبنك البركة الجزائري**. تلمسان: جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، ٢٠٠٧م.

الجمعة، علي محمد. **معجم المصطلحات الاقتصادية والإسلامية**. الرياض: مكتبة العبيكان، ٢٠٠٠م.

جمعية العائلة. "النظام العالمي المعاصر..ثقافة الاستهلاك ومستقبل التنمية". https://bit.ly/٩naTa٣٨ . [٢٠١٥/٧/٢١م]

جي، محمد رواس قلعه. **المعاملات المالية المعاصرة في ضوء الفقه والشريعة**. ط٤. بيروت: دار النفائس، ٢٠١٠م.

حجازي، أحمد مجدي. "ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية" *جزء من كتاب: المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر*، ١١٥-١٢٦. القاهرة: الندوة العلمية لقسم الاجتماع بكلية الآداب، ٢٠٠١م.

الحربي، عيسى. "٥٠٪ من الغارقين في الديون يسافرون للسياحة، والمال هو السبب الثاني للطلاق في المملكة" *صحيفة سبق*، https://bit.ly/XjmZhk١، أبريل ٢٠١٩م.

حسن، حوامده، عماد كامل، سهيل أحمد. "أثر اختلاف ضوابط الرشد الاستهلاكي بين الاقتصاد الوضعي والإسلامي" *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi İEFD*، ٣١ ديسمبر، ٢٠١٨: ٢١٩-٢٣٧.

خياط، محمد نجيب غزالي. "دالة الطلب على التمويل الاستهلاكي في مدينة جدة: دراسة اقتصادية قياسية" *مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة*، ٢٠٠٦م: ٣-٣١.

أبو داود، **السنن**. كتاب الزكاة، باب في صلة الرحم ٢/٢١٩. ١٦٩٢.

الدرر السنية. "**كفى بالمرأ إثماً**.....**الحديث**". https://bit.ly/mYYUFf٣ .

الدهيش، أسيل، وآخرون. "أثر استخدام نوع الجماعة المرجعية الأساسية على القرار الشرائي للملابس دراسة ميدانية على الشباب السعودي في مدينة الرياض" *مجلة دراسات*، ٢٠١٤م: ٢٠٥-٢٢١.

دوابه، أشرف محمد. **أساسيات العمل المصرفي في الإسلام**. ط١. القاهرة: دار السلام، ٢٠١٢م.

دوابه، أشرف محمد. **الاقتصاد الإسلامي مدخل ومنهج**. ط١. القاهرة: دار السلام، ٢٠١٠م.

دوابه، أشرف محمد. **التمويل المصرفي الإسلامي الأساس الفكري والتطبيقي**. ط١. القاهرة: دار السلام، ٢٠١٥م.

دوابه، أشرف محمد. **دراسات في الاقتصاد الإسلامي**. ط١. القاهرة: دار السلام، ٢٠١٠م.

الرازي، محمد. **التفسير الكبير**. ط١. بيروت: دار الفكر، ١٩٨١م.

الراغب الأصبهاني، أبو القاسم بن محمد المفضل. **الذريعة إلى مكارم الشريعة**. تحرير أبو اليزيد أبو زيد العجمي. القاهرة: دار السلام، ٢٠٠٧م.

رشيد، محمود أحمد يعقوب. "قيم ترشيد الاستهلاك في السنة النبوية" *مجلة دراسات، علوم الشريعة والقانون*، ٢٠١٦م، الإصدار م٤٣، ملحق٤: ١٦٤٣-١٦٥٨.

الرماني، زيد محمد. **الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك**. ط١. الرياض: دار طويق للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م.

الرماني، زيد محمد. **المفاهيم الاستهلاكية في ضوء القرآن والسنة النبوية**. الرياض: رابطة العالم الإسلامي، ١٤١٥هـ.

الرماني، زيد محمد. **الواقع الاستهلاكي للعالم الإسلامي**. ع١٤٨. الرياض: رابطة العالم الإسلامي، ١٩٩٤م.

الزرقا، محمد أنس. "صياغة إسلامية لجوانب من: دالة المصلحة الاجتماعية، ونظرية سلوك المستهلك" *المؤتمر العالمي الأول للاقتصاد الإسلامي*. مكة المكرمة: جامعة الملك عبد العزيز، ١٩٧٦م.١٥٤.

الزعبي، العنزي، علي، فواز. "الاستهلاك الترفي: مجتمعات الخليج العربي نموذجاً" *مجلة كلية الآداب*، ٢٠١٦.

زعبي، حواء. **سلوك المستهلك بين الضوابط الشرعية والممارسات العملية**. الوادي: جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي، ٢٠١٧م.

الزهراني، حساني، عبد الله محمد، ممدوح كامل. "السلوك الاستهلاكي لدى عينة من سكان مدينة الباحة وأساليب ترشيده في ضوء بعض محددات التربية الإسلامية" *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، ١٢, ٢٠٠٩م، الإصدار ع١٤: ١٢٩-١٨٩.

الساعاتي، عبد الرحيم عبد الحليم. "التمويل الاستهلاكي في المملكة العربية السعودية تقويم شرعي" *مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الإدارة والاقتصاد*، ٢٠٠٧م: ٣-٥٤.

ساما، مؤسسة النقد العربي السعودي. **التقرير السنوي السادس والخمسون**. إدارة الأبحاث الاقتصادية، ٢٠٢٠م.

ساما، مؤسسة النقد العربي السعودي. **ضوابط التمويل الاستهلاكي**. الإدارة العامة لمراقبة البنوك، ٢٠١٤م.

ساما، مؤسسة النقد العربي السعودي، **كلمة معالي المحافظ**. "المؤتمر العالمي الثالث والعشرين للمصرفية العالمية الإسلامية" البحرين: ٢٠١٦.

سبق. "السعودية: يوميا ثمانية ملايين وجبة في القمامة" *أرشيف سبق*، نوفمبر ٢٠١٧.

السبهاني، عبد الجبار. "الاقتصاد الإسلامي: الاستهلاك" *الموقع الشخصي للدكتور عبد الجبار السبهاني*. ٢٠١٩. https://bit.ly/1ZtktWK .

السرطاوي، فؤاد. **التمويل الإسلامي ودور القطاع الخاص**. ط١. عمان: دار المسيرة، ١٩٩٩م.

سعيد، المالك، حصة أحمد، سلوى صالح. **السلوك الاستهلاكي الأسري وترشيده**. ط١. الرياض: دار الزهراء، ٢٠٠٨م.

السلمي، علي. **السلوك التنظيمي**. ط٣. القاهرة: مكتبة غريب، ١٩٨٨م.

سوقال، إيمان. "دور الإعلام في تفعيل ثقافة ترشيد الاستهلاك" *مجلة العلوم الإنسانية*، ٢٠١٧، الإصدار ع٤٧، م أ: ٣٢٣-٣٣٥.

السيوطي، جلال الدين. **لُباب النقول في أسباب النزول**. ط١. بيروت: مؤسسة الكتب الثقافية، ٢٠٠٢م.

الشاطبي، إبراهيم بن موسى. **الموافقات**. تحرير تحقيق أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان. ط١، ج٢. دار ابن عفان، ١٩٩٧م.

شبير، محمد عثمان. **التورق الفقهي وتطبيقاته المصرفية المعاصرة في الفقه الإسلامي**. الشارقة: مجمع الفقه الإسلامي، ٢٠٠٩م.

الشريف، فهد. "الفروع الإسلامية التابعة للمصارف الربوية دراسة في ضوء الاقتصاد الإسلامي" *المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي*. مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ٢٠٠٥م.٥-٥٩.

الشريف، محمد شريف. "المصارف الإسلامية السعودية واقع مشرق وتحديات تبحث عن حلول". *تقرير اقتصادي، الرياض: مجلة مملكة الأعمال*، ٢٠٢١م.

شوقي أحمد دنيا. **دروس في الاقتصاد الإسلامي– النظرية الاقتصادية من منظور إسلامي**. ط١. الرياض: مكتبة الخريجي، ١٩٨٤م.

الشوكاني، محمد بن علي. **فتح القدير**. ط١. دار ابن كثير، دار الكلم الطيب، ١٤١٤هـ.

الشيباني، محمد الحسن. **الاكتساب في الرزق المستطاب**. ط١. بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٨٦م.

الشيخ، سمير رمضان. "المصرفية الإسلامية في المملكة العربية السعودية" *صفحة الدكتور مستشار تطوير المصرفية الاسلامية*، https://bit.ly/١iQF٨i٣ ، ٢٠١٧م.

الشيخ، سمير رمضان. "تسويق وفن بيع المنتجات المصرفية الإسلامية" *صفحة الدكتور مستشار تطوير المصرفية الإسلامية*. https://bit.ly/mH٧٦A٣٤ ، ٢٠١٧م.

صالح رميح الرميح. "مقاربات ورؤى عملية نحو إصلاح مظاهر الخلل الاقتصادي في نمط الاستهلاك لدى الأسرة السعودية" *مجلة جامعة الملك سعود*، يوليو, ٢٠١١م.

الصدر، محمد باقر. **اقتصادنا**. ط٢٠. بيروت: دار التعارف للمطبوعات، ١٩٨٧م.

الطبري، محمد بن جرير. **جامع البيان عن تأويل آي القران**. د.ت.

طنطاوي، محمد سيد. **التفسير الوسيط للقرآن الكريم**. دار نهضة مصر، ١٩٩٨.

العبادي، عبد السلام. "المفهوم الإسلامي للحاجات الأساسية للإنسان وارتباطه بالأوضاع المعاصرة-٣-: بعض الممارسات العملية لإشباع الحاجات الأساسية في التاريخ الإسلامي" *مجلة هدي الإسلام*، ١٩٨٧م، الإصدار ع٢، م٣١: ٤٣-٥٤.

عبد السلام، مصطفى محمود. "مخاطر صيغ التمويل الإسلامي وسبل مواجهتها لدى المصرف الإسلامي" *مجلة البيان*، يوليو, ٢٠١٢م، الإصدار ع٣٠٠: ٨٤-٨٨.

العتيبي، التويجري، أبا الخيل، هنوف، نوف، منى. **أثر إعادة تخصيص موارد الاستهلاك الترفي في المجتمع المسلم**. الرياض: جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، ٢٠١٦م.

العتيبي، هيلة رزاح. "مظاهر وأسباب النزعة الاستهلاكية عند الفتاة الجامعية السعودية: دراسة على عينة من طالبات الكليات الإنسانية بجامعة الملك سعود" *مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية*، ٢٠١٨م: ١٤٣-١٦٦.

العجمي، أبو اليزيد أبو زيد. **الأخلاق بين العقل والنقل**. ط١. القاهرة: دار السلام، ٢٠١٦م.

العربي الجديد. "٨٨% من الموظفين السعوديين مدينون" *زمان الوصل*، FTNNpU٣https://bit.ly/ ، مارس ٢٠١٥م.

العليمي، بيلي إبراهيم أحمد. "السياسة الاقتصادية الاسلامية لترشيد الاستهلاك الفردي" *مجلة جامعة القاهرة بالخرطوم*، ١٩٨٨م، الإصدار ع١٠: ٤٤٧-٥٠٦.

عمار، والي. **أهمية دراسة سلوك المستهلك في صياغة الإستراتيجية الترويجية للمؤسسة الاقتصادية –دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية–**. جامعة الجزائر-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسيير، ٢٠١٢م.

العمايده، محمد عوده. "ضوابط الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي" *مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية*، مارس, ٢٠١٧م، الإصدار ع٥٨: ٣٢-٣٧.

العوضي، رفعت. "مصادر الاقتصاد الإسلامي: بحث عن أنواعها وطبيعتها وارتباطها والتراكم فيها" *ندوة المنهجية في الاقتصاد الإسلامي*. ٢٠٠١. ٢٣-٥٦.

العياشي، فداد. "مخاطر الثقة في تطبيقات المضاربة وعلاجها -ورقة معلومات أساسية-" *ندوة البركة الحادية والثلاثون للاقتصاد الإسلامي*. جدة، ٢٠١٠م. ٢٣٣-٢٥٠.

أبو غزالة، فيرونيك. **دور الإعلام المرئي اللبناني في تفعيل إستراتيجيات ترشيد الاستهلاك وتعزيز ثقافة الإنتاج والادخار لدى اللبنانيين**. الجامعة اللبنانية، ٢٠١٢م.

فروم، إيريك. **الإنسان بين الجوهر والمظهر نملك أو نكون**. ترجمة ترجمة سعد زهران، مراجعة وتقديم لطفي فطيم. ع١٤٠. عالم المعرفة، ١٩٨٩م.

الفوزان، صالح فوزان. **الملخص الفقهي**. الرياض، المملكة العربية السعودية. ط١، ٢٠٠٢م.

قاسم، يوسف محمد محمود. **التعامل التجاري في ميزان الشريعة**. القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٨٠م.

القاموس المحيط. المجلدات ط٢-ج١. بيروت: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.

قحف، منذر. **الاقتصاد الإسلامي علماً ونظاماً**. د.ت.

قحف، منذر. **مفهوم التمويل في الاقتصاد الإسلامي**، تحليل فقهي واقتصادي. ط١. جدة: المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، ١٩٩١م.

القرضاوي، يوسف. **دور الزكاة في علاج المشكلات الاقتصادية وشروط نجاحها**. ط١. القاهرة: دار الشروق، ٢٠٠١م.

القرضاوي، يوسف. **دور القيم والأخلاق في الاقتصاد الإسلامي**. ط١. القاهرة: مكتبة وهيبة، ١٩٩٥م.

القرعاني، إبراهيم يوسف. "ضرورة تعزيز القيم الأخلاقية في التمويل الإسلامي" *الأكاديمية العالمية للبحوث الشرعية في المعاملات المالية إسرا*، ٢ أكتوبر, ٢٠١٣م.

قندوز، عبد الكريم أحمد. "نظريات الاستهلاك في الفكر الاقتصادي: أيها تفسر نمط الاستهلاك في اقتصاد إسلامي؟" *مجلة بيت الشورى*، أبريل, ٢٠١٩، الإصدار ع١٠: ١٠١-١٣٢.

ابن القيم، محمد بن أبي بكر. **مفتاح دار السعادة**. م١. دار عالم الفوائد مجمع الفقه الإسلامي، ١٤٣٢هـ.

كبارة، محمد بشار. "**الاستهلاك**" تأليف الموسوعة العربية، م٢، ٢٢٩. دار الفكر، ٢٠٠٠م.

ابن كثير، أبو الفداء إسماعيل بن عمر. **تفسير القرآن العظيم**. تحرير تحقيق: محمد حسين شمس الدين. م١. دار الكتب العلمية، ١٤١٩.

ابن كثير، أبو الفداء إسماعيل بن عمر. **تفسير القرآن العظيم**. م٢. دار طيبة للنشر والتوزيع، ١٤٢٠.

الكرمي، مرعي يوسف. **دليل الطالب لنيل المطالب**. الرياض: دار طيبة، ٢٠٠٤م.

كشك، عبد الحميد. **في رحاب التفسير**. ج٢٩. المكتب المصري الحديث، د.ت.

كنعان، علي. **الاستهلاك والتنمية**. دمشق: جامعة العلوم الاقتصادية السورية، ٢٠٠٧م.

المرزوقي، السعيدي، عمر، عبد الله، وآخرون. **النظام الاقتصادي في الإسلام**. ط٦. الرياض: مكتبة الرشد، ٢٠١٤م.

المرزوقي، عمر فيحان. "ضوابط تنظيم الاستهلاك في الإسلام" *مجلة الشريعة والقانون*، إبريل، ٢٠٠٨م، الإصدار ع٣٤: ٢١-٦٣.

المصمودي، مصطفى. **النظام الإعلامي الجديد**. ع٩٤. عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٥.

ابن معين، يحيى. **التاريخ والعلل ابن معين**، رواية الدوري. تحرير تحقيق أبو عمر الأزهري. ج١. القاهرة: دار الفاروق الحديثة، ٢٠١٣م.

المقرن، خالد سعد محمد. **الأسس النظرية للاقتصاد الإسلامي**. ط١. الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ٢٠١٣م.

ابن المنظور، **لسان العرب**. ط٣، ج١٠. بيروت: دار صادر، ١٤١٤هـ.

المؤتمر الإسلامي، منظمة. مجلة مجمع الفقه الإسلامي. جدة ٢٠١٦.

المؤسسة العامة للحبوب. **خط الأساس مؤشر الفقد والهدر في الغذاء بالمملكة العربية السعودية**. المملكة العربية السعودية: المؤسسة العامة للحبوب، ٢٠١٩.

ميداني، نجاح. **آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي**. باتنة: جامعة الحاج لخضر-باتنة- ٢٠٠٧-٢٠٠٨.

الناطور، بشار. أجرى المقابلة عبد السلام دورداق. **التمويل الإسلامي في العالم عند ٢,٢ تريليون دولار**. وكالة الأناضول، [٣ /١٠/ ٢٠١٩].

النسائي، أحمد بن شعيب الخراساني. **السنن**. كتاب الأحباس (٦/٢٣٥) ٣٦٠٨، كتاب الزكاة، (٥/٦١) ٢٥٣٢، كتاب السهو (٣/٥٤) ١٣٠٥.

نصار، أحمد محمد محمود. **مبادئ الاقتصاد الإسلامي–دراسة شاملة لأسس ومبادئ الاقتصاد الإسلامي للمبتدئين**. ط١. عمان: دار النفائس، ٢٠١٠.

النووي، محيي الدين. **روضة الطالبين وعمدة المفتين**. ط٣، ج٥. بيروت–دمشق–عمان: المكتب الإسلامي، ١٩٩١م.

النيسابوري، مسلم بن الحجاج. **المسند الصحيح**. كتاب الأشربة، (٦/١١٤) ٢٠٣٣، كتاب الأشربة، (٦/١٣٣) ٢٠٦٣، كتاب البر والصلة والآداب، (٨/١٠) ٢٥٦٤.

الهدلق، نورة محمد. **مفهوم الاستهلاك في العولمة: دراسة نقدية في ضوء الإسلام**. الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ٢٠١٠م.

الهيئة العامة للإحصاءات. https://www.stats.gov.sa، ٢٠١٨م.

هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية. **المعايير الشرعية**. ٢٠١٠.

الوابل، سعد علي. "الحوكمة المؤسسية والشرعية في المصارف الإسلامية" *مجلة الدراسات التجارية المعاصرة*، ديسمبر, ٢٠١٥م، الإصدار ع١: ١-٢٣.

وكالة تسنيم الدولية. "هكذا تآكلت الطبقة الوسطى في العالم العربي" *تسنيم الدولية للأنباء*، ٢٠١٨/٦.

يوسف، أحمد. **القيم الإسلامية في السلوك الاقتصادي**. تحرير دار العلوم -جامعة القاهرة. القاهرة: دار الثقافة، ١٩٩٠م.

يونس، هيثم محمد يوسف. "تعرض الشباب الجامعي السعودي لإعلانات مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتهم بمستويات استجابتهم الشرائية" *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، يناير/مارس, ٢٠١٠م.

Araboost . **إحصائيات ٢٠١٩ لمدى اتساع التسوق أونلاين في المملكة العربية السعودية**. ٢٥ يونيو. https://bit.ly/٣EkJ٨C٣ [تاريخ الوصول ٢٣ أكتوبر, ٢٠٢١م]. ٢٠١٩م.

Dimofinf. **إحصائيات السوشيال ميديا لعام ٢٠١٩**. ١٧ فبراير. https://bit.ly/ZqPDhk١ [تاريخ الوصول ١٣ أكتوبر, ٢٠٢١م]. ٢٠١٩م

Robert V. Krejcie. Determining Sample Size for Research Activities. National Emergency Training Center,١٩٧٠.

السيرة الذاتية:

سوسن بنت محمد الساعور

Sawsan M. ALsaour

الشهادات العلمية:

بكالوريوس اقتصاد، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

ماجستير مهني مصغر في المصارف الإسلامية، الأكاديمية الأوروبية للتمويل والاقتصاد الإسلامي إيفي، إسطنبول، تركيا.

الخبرات العملية:

تدريب على إعداد دراسات جدوى، شركة الدكتور عاصم عرب للاستشارات الاقتصادية٢٠١٦.

التطوع في عدة مراكز تخص مجال المرأة والفتاة.

الملاحق

docs.google.com

دور التمويلات الإسلامية في دعم السلوك الاستهلاكي في المملكة العربية السعودية

تم إعداد هذا الاستبيان بهدف التعرف على دور التمويلات والقروض الإسلامية في السلوك الاستهلاكي للأفراد وأسرهم في المملكة.

الدراسة للمستفيدين من التمويلات والقروض الإسلامية "من العام 1436إلى 1440هـ، الموافق 2015 إلى 2019م".

** نود التأكيد على تحري الدقة قدر الإمكان في الإجابة، حيث أنه لا توجد إجابة صحيحة أو خاطئة، وإنما الهدف الخروج بأقرب صورة للواقع.
لا يتطلب الاستبيان أي معلومة تكشف عن هويتك، وستكون الإجابات في سرية تامة، ولن تستخدم لأي غرض غير بحثي.

الباحثة: سوسن الساعور..

العوامل الديموغرافية

الجنس: *
- ذكر
- أنثى

العمر: *
- 24 سنة وأقل
- 25-35 سنة
- 36-45 سنة
- 46-60 سنة
- فوق 60 سنة

الحالة الاجتماعية: *
- أعزب
- متزوج
- مطلق
- أرمل

المنطقة الإدارية: *
- الرياض
- مكة المكرمة
- المدينة المنورة
- القصيم
- المنطقة الشرقية
- عسير
- تبوك
- حائل
- الحدود الشمالية
- جازان
- نجران
- الباحة
- الجوف

المستوى التعليمي: *
- أمي
- الابتدائية
- متوسط
- ثانوي
- جامعي
- دراسات عليا
- غير ذلك

عدد أفراد الأسرة: *
- أقل من 5 أفراد
- 5 - 10 أفراد
- أكثر من 10 أفراد

مستوى الدخل الشهري: *
- أقل من 3,000 ريال
- 3,000 - 7,000 ريال
- 8,000 - 12,000 ريال
- 13,000 - 17,000 ريال
- أكثر من 20,000 ريال
- 18,000 - 22,000 ريال
- أكثر من 23,000 ريال

العمل: *
- موظف
- غير موظف
- متقاعد

نوع الوظيفة:
- مدنية
- عسكرية

قطاع الوظيفة
- القطاع الحكومي
- القطاع الخاص
- عمل شخصي

التالي

محو النموذج

عن التمويل

حصلت على التمويل من: *

- بنك إسلامي (الراجحي، الإنماء، الجزيرة، البلاد)
- بنك التنمية الاجتماعية
- تمويل إسلامي من بنك غير إسلامي
- مؤسسة تمويل إسلامية
- تمويل إسلامي من مؤسسة تمويل غير إسلامية

نوع التمويل: *

- تمويل شخصي (إستهلاكي)
- تمويل عقاري
- تمويل سيارات
- تمويل زواج
- تمويل استثماري

عدد مرات أخذ تمويل: *

- مرة واحدة
- مرتين
- ثلاث مرات
- أخرى: _____

مبلغ التمويل: *

إجابتك

هل اتجه مبلغ التمويل إلى الاستهلاك أو الاستثمار: *

- كامل المبلغ للاستهلاك
- كامل المبلغ للاستثمار
- أغلب المبلغ للاستهلاك، وجزء قليل للاستثمار
- أغلب المبلغ للاستثمار، وجزء قليل للاستهلاك
- أخرى: _____

تم التخطيط بشكل جيد مسبقاً لكامل مبلغ التمويل *

- تم التخطيط مسبقاً
- لم يتم التخطيط لكامل المبلغ
- تم التخطيط لجزء من المبلغ

سبب طلب التمويل

إجابتك

رجوع التالي

محو النموذج

العلاقة بين التمويل والاستهلاك

توجه التمويل للسلع والخدمات: *

- الحاجيات الأساسية
- الكماليات
- الرفاهية
- سداد ديون سابقة

الدخل قبل التمويل يكفي الاحتياجات الضرورية لك: *

- نعم
- أحياناً
- لا

التمويل زاد من إنفاق الأسرة على السلع الكمالية: *

- نعم
- أحيانا
- لا

يعكس سلوكك الاستهلاكي الطبقة الاجتماعية التي تنتمي إليها: *

- نعم
- ربما
- لا

تعتقد أن أخذك للتمويل بسبب ضغوطات المجتمع: *

- نعم
- ربما
- لا

ساهمت عروض التسهيلات الائتمانية في دفعك لأخذ التمويل: *

- نعم
- ربما
- لا

مستوى الإنفاق بعد انتهاء التمويل؟ *

- ارتفع الإنفاق
- انخفض الإنفاق
- استمر بنفس المستوى وقت التمويل
- عاد الإنفاق كما في السابق(قبل التمويل)

هل كان من المفترض أن لا تأخذ التمويل؟ *

- نعم، لم يكن ضروري
- لا، كان مهماً جداً
- أخرى: _____

هل كان بالإمكان الاستغناء عن التمويل؟ *

- نعم
- ربما
- لا

أثر سداد القسط الشهري على راحة الأسرة: *

- نعم
- ربما
- لا

هل قدم لك موظف البنك النصح : *

- لم يقدم لي النصح
- نصحني بأخذ التمويل
- نصحني بعدم أخذ التمويل

هل تعثرت في السداد؟ *

- نعم
- ربما
- لا

سبب تعثر السداد:

إجابتك

رجوع إرسال محو النموذج

عدم إرسال كلمات المرور عبر نماذج Google مطلقًا.

لم يتم إنشاء هذا المحتوى ولا اعتماده من قبل Google. الإبلاغ عن إساءة الاستخدام - شروط الخدمة - سياسة الخصوصية

Google نماذج