

Behavioral Nudging, Its Directions, and Its Impact on Economic Efficiency

Dr. Ibrahim A. Obadah^{(1)*} Dr. Shadi K. AlAhmad⁽²⁾ Dr. Zayed N. Aldwiri⁽³⁾

Received: 28/08/2024

Accepted: 29/12/2024

published: 03/09/2025

Abstract

This study aimed to address behavioral nudging, its impact on economic efficiency, and the role of Islamic financial institutions in enhancing it. Behavioral nudging has increasingly asserted itself globally today, and Islamic economics can make a genuine contribution to it due to the intersection of many of its principles with those of nudging. To achieve the research objective, the descriptive method was used to present and ground the concepts related to the study. The deductive method was employed to establish the specific guidelines of behavioral nudging, its impact on economic efficiencies, and its relation to Islamic finance. The study proposed the following hypothesis: that the regulations of Islamic economics have an effect on modifying economic behavior. The study found that behavioral nudging primarily concerns restoring consumers, savers, and investors to a state of economic prudence amid the expansion of marketing spaces through vast technological platforms, which overwhelm individuals and society with a large volume of goods and services without the ability to discern beneficial from harmful. Behavioral nudges serve to adjust this behavior. Additionally, the media plays a major role in shaping and reshaping mental images. On the other hand, there is a real need to spread Islamic banking and saving awareness, and the behavioral nudging unit plays a direct role in this. The study concluded that it is necessary to link consumer and saving culture with religious commitment, legal compliance, people's purchasing power, and their actual needs for goods, rather than mere imitation of others, through means of advocacy, guidance, and media. It recommended adopting the behavioral nudging approach by banks and Islamic financial institutions and establishing a unit dedicated to studying customer behavior.

Keywords: Nudging, behavioral nudging, behavioral economics, consumer and saving behavior.

(1) Professor, Department of Economics and Islamic Banking, Faculty of Sharia and Islamic Studies, Yarmouk University, Irbid, Jordan..

(2) Associate Professor, Department of Economics and Islamic Banking, Faculty of Sharia and Islamic Studies, Yarmouk University, Irbid, Jordan.

(3) Assistant Professor, Department of Economics and Islamic Banking, College of Economics and Business Administration, Islamic University, Minnesota, USA.

* **Corresponding Author:** eobadh@yu.edu.jo

DOI: <https://doi.org/10.59759/jjis.v21i3.525>

الوكز السلوكي وموجهاته وأثره في الفعالية الاقتصادية "تقدير اقتصادي إسلامي"

أ.د. إبراهيم عبد الحليم عباده د. شادي خليضة الأحمد د. زايد نواف الدويري

ملخص

هدفت الدراسة إلى تناول موضوع الوكز السلوكي وأثره في الفعالية الاقتصادية ودور المؤسسات المالية الإسلامية في تعزيزه؛ فقد أصبح الوكز السلوكي اليوم يفرض نفسه في أنحاء العالم، حيث يمكن أن يكون للاقتصاد الإسلامي إسهام حقيقي فيه؛ لتقاطع كثير من مبادئه معه. ولتحقيق هدف البحث تم استخدام المنهج الوصفي لعرض المفاهيم المتعلقة بالبحث وتأسيسها، كما تم الاستعانة بالمنهج الاستنباطي لوضع الضوابط الخاصة للوكز السلوكي وأثره في الفعاليات الاقتصادية وعلاقة التمويل الإسلامي به. وقد جاءت هذه الدراسة بالفرضية التالية: أن لضوابط الاقتصاد الإسلامي أثرا في تعديل السلوك الاقتصادي. وتوصلت الدراسة إلى أن الوكز السلوكي معني بالدرجة الأولى بإعادة جمهور المستهلكين والمدخرين والمستثمرين إلى حالة الرشد الاقتصادي في ظل تنامي المساحات التسويقية عبر الفضاء التكنولوجي الواسع، وإغراق الأفراد والمجتمع بكم كبير من السلع والخدمات دون القدرة على تمحيص النافع من الضار، وتأتي الوكزات السلوكية لتعديل هذا السلوك، كما أن لوسائل الإعلام الدور الأكبر في صياغة الصورة الذهنية وإعادة تشكيلها، بالمقابل هنالك حاجة فعلية لبث الوعي المصرفي والادخاري الإسلامي، وتلعب وحدة الوكز السلوكي دورا مباشرا فيه. وخلصت الدراسة إلى ضرورة ربط الثقافة الاستهلاكية والادخارية بالالتزام الديني والامتثال الشرعي وقدرات الناس الشرائية وحاجتهم للسلع وليس تقليدا للآخرين، من خلال وسائل الدعوة والتوجيه والإعلام، وأوصت بضرورة تبني منهج الوكز السلوكي من قبل البنوك والمؤسسات المالية الإسلامية وأن تشمل على وحدة تهتم بدراسة سلوك العملاء.

الكلمات الدالة: الوكز، الوكز السلوكي، الاقتصاد السلوكي، السلوك الاستهلاكي والادخاري.

المقدمة:

تجتهد المشروعات الخاصة في تسويق منتجاتها بما يحقق تعظيم أرباحها، ولو أفضى ذلك في كثير من الأحيان إلى الغواية الاستهلاكية والتمويلية وفنون الدعاية، بالمقابل فإن المؤسسات العامة والمؤسسات ذات البعد الاجتماعي تجتهد في استدراج السلوك الاقتصادي للأفراد والجماعات بما يحقق المصلحة العامة كما تراها هي، لكنها لا تريد أن تظهر بمظهر الواعظ ولا بمظهر المتحكم الأمر عبر أدوات السياسة الاقتصادية ذات البعد السيادي. وفي النظام الاقتصادي الإسلامي؛ فإن للتربية الإيمانية والقيم السلوكية والتوجيه الرشيد، الأثر المباشر في إعادة تعديل وتوجيه الأفراد والمؤسسات نحو السلوك الاقتصادي المطلوب، سواء كان المستهدف منتجا أو مستهلكا، مما يسهم في تحقيق

التمية والرفاهية الاقتصادية وإحداث التوازن بين الحاجات الروحية والمادية ضمن مقاصد الشريعة الإسلامية، وتتناول هذه الدراسة أحد المواضيع المهمة والمتمثلة في دراسة الوكز السلوكي وأثره في الفعالية الاقتصادية - الذي أصبح اليوم يفرض نفسه في أنحاء العالم -، ويمكن أن يكون للاقتصاد الإسلامي إسهام حقيقي فيه لتقاطع كثير من مبادئه معه.

مشكلة الدراسة:

يمكن التأثير في السلوك الاقتصادي في مجال الاستهلاك والإنتاج والتمويل بما يحقق المقاصد والمصالح الكبرى؛ لذلك جاءت هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما الوكز السلوكي؟ وما أثره في الفعالية الاقتصادية؟ ويتفرع عنه الأسئلة التالية:

١. ما الوكز السلوكي؟ وما تأصيله؟
٢. ما أثر الوكز في تعديل السلوك الاقتصادي في الفعاليات الاقتصادية؟
٣. ما علاقة الوكز السلوكي بالاقتصاد الإسلامي؟
٤. ما التجارب العملية والهيكل التنظيمي لوحدة الوكز السلوكي المقترحة؟
٥. ما الآليات والمقترحات العملية لتفعيل الوكز السلوكي في المجتمع؟

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:
١. التعرف على مفهوم الوكز السلوكي وتأصيله.
 ٢. توضيح أثر الوكز في تعديل السلوك الاقتصادي في الفعاليات الاقتصادية.
 ٣. بيان علاقة الوكز السلوكي بالاقتصاد الإسلامي.
 ٤. التعرف على التجارب العملية والهيكل التنظيمي لوحدة الوكز السلوكي المقترحة.
 ٥. وضع الآليات والمقترحات العملية لتفعيل الوكز السلوكي في المجتمع.

الدراسات السابقة:

- ١- دراسة عبيدات (٢٠٢٤)^(١)، هدفت الدراسة إلى تحليل بنية اقتصاد السلوك مع التركيز على العقلانية المقيدة وعلاقتها بالحرية والمعلومات، وخلصت إلى عدة استنتاجات أهمها قدرة الاقتصاد السلوكي على تحفيز القرارات وتقدير الانحرافات في النموذج العقلاني، وتعظيم الإسلام للسلوك العقلاني في إطار خطاب الشارع.
- ٢- دراسة الساعاتي (٢٠٢١)^(٢)، هدفت الدراسة إلى تفسير وتسوية التحيزات السلوكية في التمويل الإسلامي بهدف تقديم توصيات للسلطات النقدية لتصحيحها من خلال نتائج دراسات الاقتصاد السلوكي حول السلوك الاستهلاكي في التمويل. وخلصت للقول بضرورة إلزام المؤسسات المالية بالإفصاح عن البيانات التي قد تستغل التحيزات السلوكية للمستهلكين في

التمويل، ووضع ضوابط تسويقية تمنع الاستغلال غير العادل لتلك التحيزات.

٣- دراسة الدويري (٢٠٢١)^(٣)، هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الاقتصاد السلوكي، وبيان التقدير الاقتصادي الإسلامي له، وتوضيح تطبيقاته في المؤسسات المالية الإسلامية بشكل عام، ووضع تصور مقترح لوحدة التوجيه السلوكي في الأردن، ومجال عملها في المؤسسات المالية الإسلامية بشكل خاص. وتوصلت الدراسة إلى أنه من الممكن أن تستفيد المؤسسات المالية الإسلامية في الأردن من الاقتصاد السلوكي في مجالات عدة منها؛ الادخار والاستثمار والعمل الخيري.

٤- دراسة جرادات وعبادة^(٤)، هدفت الدراسة إلى بيان أهمية ضوابط الاقتصاد الإسلامي المتعلقة بالسلوك الاستهلاكي والادخاري والاستثماري، ودورها في توفير التمويل اللازم للتنمية، وتم استخدام المنهج الوصفي والاستعانة بالمنهج التحليلي، حيث تم توضيح تلك الضوابط وتحليل دورها في تمويل التنمية وذلك من خلال استنباط تلك الضوابط المتعلقة بالاستهلاك والادخار والاستثمار من الآيات الكريمة والأحاديث الشريفة. وخلصت إلى أن للضوابط والقواعد التي يفرضها الاقتصاد الإسلامي على السلوك الاستهلاكي والادخاري والاستثماري دوراً مهماً في توفير التمويل اللازم للتنمية.

٥- دراسة (David Blake)^(٥)، هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية استخدام الحوافز لتشجيع الناس على الادخار بما يكفي لتوفير مستوى مقبول من المعيشة عند التقاعد، ولسحب أموالهم المتراكمة من صندوق التقاعد لزيادة دون المخاطرة بنفاد الأموال أو ترك وصايا، وتوصلت إلى أن التنبيهات لها فاعلية في تحفيز سلوك الادخار إذا ما حصلت على دعم تشريعي.

منهجية البحث:

لتحقيق هدف البحث تم استخدام المنهج الوصفي لعرض المفاهيم المتعلقة بالبحث وتأصيلها، كما تم الاستعانة بالمنهج الاستنباطي لوضع الضوابط الخاصة للوكز السلوكي وأثره في التمويل الإسلامي.

خطة البحث:

تضمن البحث مقدمة وأربعة مباحث ثم خاتمة (أبرز النتائج والتوصيات).



المبحث الأول:

الوكز السلوكي: مفهومه وأسس النظرية وأهميته وتطبيقاته.

تعتمد حكومات العالم على أساليب اقتصادية حديثة قائمة على دمج الأبعاد النفسية في تصميم سياساتها العامة، لإحداث تدخلات في الحياة العامة لصالح المجتمع في مجالات عديدة، ويسمى هذا العلم (الاقتصاد السلوكي)، والذي ينطلق من سياسة (الوكز) لتبنيه الأفراد على السلوكيات الإيجابية سواء في مجالات الصحة العامة أو التعليم أو المجال المالي والاقتصادي والاجتماعي وغيرها.

المطلب الأول: الوكز السلوكي وأسس النظرية.

افتراض الكلاسيك والكلاسيك الجدد (الحيون) أن الإنسان كائن اقتصادي يسعى إلى تعظيم منفعة، حينما يكون مستهلكاً، وتعظيم ربحه حينما يكون منتجاً، وأنه يعي ذلك ويلتزم الرشادة في سلوكه، لكن الواقع أثبت أن الإنسان يتأثر في سلوكه بعوامل اجتماعية وأخلاقية تتعد به عن السلوك الافتراضي الذي ثبت عدم صحته^(١)؛ فثمة متغيرات غير عقلانية تؤثر على قرارات الفرد والمجتمع، هذه القرارات دفعت الباحثين إلى دراسة العوامل التي تؤثر على اتخاذ مثل هذه القرارات، من خلال توظيف معطيات علم النفس وعلم الاجتماع، فمما لا شك فيه أن علم الاقتصاد علم سلوكي*^(٢) يتعقب سلوك الإنسان الخاضع للحوافز الاقتصادية التي تتمظهر بمظهر نقودي، يقول مارشال: إننا لا نقيس الحافز بذاته إنما نقيس قوة الحافز المعبر عنها بالنقود، والاقتصاد*^(٣) أيضاً كعلم اجتماعي لا ينبغي أن يظل تقريرياً إنما ينبغي أن يكون معيارياً*^(٤).

وقد وجدت الدراسات السلوكية مجموعة من التناقضات في النظرية الحدية فيما يتعلق بالرشد الاقتصادي والذي يعني افتراض تطابق سلوك الفرد مع أهدافه^(٥)؛ فالإنسان ليس دائماً أنانياً يهدف إلى تعظيم منافعه وتدنية تكاليفه، وهو يفتقر إلى المعلومات التي ترشد سلوكه، وقد تتوافر المعلومات لكنه لا يحسن استيعابها، كما أنه يواجه ظروف عدم اليقين، ووجدت الدراسات أن التسرع والنسيان من طبيعة الإنسان، وأنه يقاوم التغيير ولا يحسن التنبؤ بسلوكه المستقبلي، وهو مخلوق اجتماعي يؤثر ويتأثر في المجتمع كما يتأثر بالقيم والأخلاق الاجتماعية، وهذه العوامل جميعها تؤثر في السلوك الاقتصادي للفرد. وكان آدم سميث قد لاحظ في كتابه نظرية المشاعر الأخلاقية (Theory of Moral Sentiments) عام ١٧٥٩ تأثير العوامل النفسية على اتخاذ القرارات الاقتصادية، ولكن نظريته هذه لم تجد مكانها بين علماء الاقتصاد حينها؛ كونهم تبنوا فرضية تقوم على أن الأفراد دائماً يتخذون القرارات بعقلانية، وبالتالي يمكن التنبؤ بها عبر وضع الصيغ الرياضية، وقانون العرض والطلب، ونظرية المنفعة^(٦).

المطلب الثاني: أهمية الوكز السلوكي.

توضح الدراسات السلوكية بأن الأفراد يتسرعون في اتخاذ قراراتهم، ويقعون في العديد من التحيزات الإدراكية والعاطفية، وهذا يوقعهم في أخطاء عديدة قد تضر بهم اقتصادياً، وقد أوضحت التجارب الدولية في الوكز السلوكي في مجالات الصحة والمالية وغيرها، إلا أن الأفراد يميلون لاتخاذ الخيار التلقائي أو الافتراضي دون الدخول في فهم تفاصيل الخيارات الأخرى، وقد خلصت كثير من الكتابات إلى تكرار نفس الأخطاء السلوكية لدى المستهلكين وبشكل منتظم، مما يسهل عملية التنبؤ بها، فصارت محل استغلال من قبل قطاع الأعمال وشركات التسويق والدعاية؛ لترويج وتسويق منتجاتهم من السلع والخدمات ولا تحتاج هذه الشركات إلى التسويق من خلال المنافسة السعرية أو النوعية، ما يؤدي إلى الإضرار بجهاز الثمن وهدفي الكفاءة والعدالة^(٧).

ومن هنا تظهر أهمية دراسة الوكز السلوكي في التعرف على الأخطاء السلوكية التي ينتهجها الجمهور، وتمكين الجهات الرقابية والسلطات الإشرافية (ومنهما البنك المركزي، ووزارة المالية والتجارة والصناعة والغرف التجارية وغيرها)،

من إعداد برامج تحد من استغلال قطاع الأعمال لهذه الأخطاء وحماية المستهلك، واعتبار سعر المنتج وجودته هما المقياس في الحكم على قيمته وضمن معيار المنافسة، ومن هنا تظهر أهمية إدخال العوامل الأخرى ومنها: العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية والدينية، المؤثرة في سلوك المستهلك، بالإضافة لمساعدة الأفراد على اتخاذ قرارات رشيدة تحقق لهم أقصى إشباع ممكن.

المطلب الثالث: تطبيقات التوكز السلوكي.

أنشئت العديد من الوحدات الحكومية والخاصة للقيام بمهمة تصميم السياسات العامة والتأثير بها باستخدام مبادئ التوكز السلوكي، ورصدت العديد من التقارير الدولية مثل: تقرير منظمة الاقتصاد والتعاون والتنمية، والمفوضية الأوروبية تطوراً ملحوظاً في العديد من المجالات في استخدام السياسات السلوكية لتحسين حياة الناس^(١٣).

فقد أنشأت الحكومة البريطانية فريق التوكز السلوكي، ويعمل هذا على تطوير سلوك المواطنين والخدمات العامة للدولة والسياسات المرتبطة. بذلك، من خلال إرساء طرق غير تقليدية في تعامل الحكومة مع القضايا المجتمعية، في عام ٢٠١٣ ذكرت الخطابات الموجهة للمواطنين في بريطانيا، إن تسعة من كل عشرة أشخاص التزموا بسداد الضرائب في الوقت المطلوب، الأمر الذي قاد إلى زيادة معدلات السداد وجمع ٢٠٠ مليون جنيه إسترليني من عائدات الضرائب، ودفع النجاح فريق الرؤى السلوكية إلى تكرار التجربة في دول أخرى^(١٤).

وبعد نجاح التجربة البريطانية، تبعتها الولايات المتحدة الأمريكية، وأنشأت وحدة الدراسات السلوكية، وبعد نجاح التجريبتين البريطانية والأمريكية، أنشئت وحدات وكز في لبنان وقطر والكويت وعمان والإمارات العربية المتحدة لدراسة السلوك وللاستفادة من هذا العلم في تصميم السياسات والبرامج العامة في مختلف دول العالم بشكل كبير^(١٥)، وهناك مثال عملي من كتاب:

Nudge, Richard H. Thaler and Cass R. Sunstein أعط المزيد غداً (Give More Tomorrow).

الفكرة الأساسية لبرنامج أعط المزيد غداً (Give More Tomorrow)، هي دفعة بسيطة صممت على أساس أن تسأل الناس عما إذا كانوا يرغبون في إعطاء مبلغ صغير لمؤسساتهم الخيرية المفضلة في وقت ما قريباً، ثم الالتزام بزيادة تبرعاتهم كل عام، (قد يكون من غير العملي ربط الزيادات بزيادات في الأجور)، إذا قرر الأشخاص الانسحاب من البرنامج، فلا يحتاجون إلا إلى إجراء مكالمة هاتفية سريعة أو إرسال بريد إلكتروني موجز في أي وقت. ويعتقد أن العديد من الناس سوف ينضمون إلى مثل هذا البرنامج بكل سرور.

وقد أجرت (Anna Breman) اختباراً تجريبياً باستخدام هذه الفكرة بالتعاون مع مؤسسة خيرية كبيرة، وطلب من المانحين الذين قدموا تبرعات شهرية بالفعل زيادة تبرعاتهم إما مباشرة أو في غضون شهرين، كانت النتيجة أن زادت المجموعة الأخيرة تبرعاتهم بنسبة (٣٢%). كما أن هناك العديد من التجارب الإضافية بالتعاون مع الجامعات الخاصة، وتبدو النتائج الأولية واعدة^(١٦).

وهناك تجربة "فاعلية التنافس والمسؤولية في توفير الطاقة: مثال غير سكني لسلطة "وكزة"، ففي هذه التجربة، تم استخدام رؤى سلوكية لتصميم وكزة تهدف إلى تقليل استهلاك الكهرباء في Dorp Street 4، وهو مبنى مكاتب كبير

يتألف من (٢٤) طابقاً، حيث يوجد مقر إدارات حكومية إقليمية عديدة في Western Cape. تم جمع قراءات كل نصف ساعة من الطوابق المخصصة عشوائياً للاختبار خلال عامي ٢٠١٥ - ٢٠١٦. تظهر النتائج انخفاضاً في استهلاك الطاقة بنسبة (٩%)، وقد كان ذلك من خلال مزيج عشوائي من نشر المعلومات الروتينية عن استهلاك الكهرباء لكل طابق، والمسابقات بين الطوابق، في حين أسفرت مجموعة منتظمة من نشر للمعلومات الروتينية عن الاستهلاك والمسابقات بين الطوابق عن تخفيض بنسبة (١٤%) في استخدام الطاقة للطوابق المستهدفة، وهذا يعتبر وبشكل ملحوظ أكبر تخفيضات في استهلاك الطاقة التي تم إثباتها باستخدام الوكزات السلوكية، يضاف إلى ذلك: إبراز الأطعمة الصحية بشكل واضح في المدارس ومحلات الأغذية، مع بقاء الأصناف الأخرى. ولكن بشكل أقل وضوحاً ومثل قيام القائمين على المدارس بإرسال رسائل نصية إلى أولياء الأمور، للتنكير بأن أبناءهم لديهم امتحان رياضيات بعد أسبوع مثلاً، لحث الطلاب على الدراسة، وهذه الطريقة أثبتت نتائج أفضل بكثير من الذين لم يتم إرسال رسائل إلى أولياء أمورهم^(١٧).
وعليه، يمكن ابتكار طرق وأدوات مبنية على منهجية علمية؛ لمساعدة الأشخاص على اتخاذ قرارات مهمة في مسائل حياتهم اليومية مثل: ترشيد الإنفاق على الطاقة، والادخار والسلوك الصحي والتعليم، وغيرها من المجالات المهمة. وبالجملة فالوكز السلوكي يفترض أن الإنسان لا يتصرف بعقلانية ورشد في استهلاكه أو استثماراته التي يفترضها الاقتصاد التقليدي، وأنه يتأثر بعوامل نفسية واجتماعية وعاطفية في عملية اتخاذه للقرارات كما مر آنفاً.

المبحث الثاني:

العوامل المؤثرة في السلوك الاقتصادي.

تجدر الإشارة إلى أن هناك قوى وعوامل خارجية تؤثر في استخدام الوكز منها: العوامل الديموغرافية، والتعليم والتدريب، والمكانة الاجتماعية، واللوائح الحكومية والبيئة المحيطة^(١٨). وهذه عوامل لا بد من دراستها أيضاً عند تصميم الوكزات الاقتصادية أو الاجتماعية؛ لما لها من أثر مشترك في مدى تحقيق الوكز لأهدافه المرجوة ولبيان القيمة التي يضيفها المنتج دون غيره لسعادة ورفاه المستهلك. وهناك عوامل عديدة تؤثر في السلوك الاقتصادي ويمكن تقسيمها إلى مجموعتين^(١٩):
أولاً: العوامل النفسية: هناك عوامل نفسية عديدة تؤثر في سلوك المستهلك أهمها: الحاجات^(٢٠) والدوافع، وتعتبر الحاجة عن شعور المستهلك بالنقص والحرمان تجاه شيء ما: كالحاجة إلى الطعام والملبس والأمان والاحترام، وللحاجات أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات التي تتبنى المفهوم الحديث للتسويق، والذي ينص على أن نقطة البداية في العملية التسويقية هي البحث والتعرف على الحاجات غير المشبعة عند المستهلكين، ثم محاولة ترجمتها إلى سلع وخدمات بما يشبع هذه الحاجات بشكل أفضل من المنافسين. ومن أشهر النظريات التي تصف تدرج الحاجات الإنسانية وهي نظرية "ماسلو"، أما الدوافع: فهي من العوامل النفسية المهمة التي تؤثر في السلوك الشرائي للمستهلك النهائي، ويعرف الدافع بأنه: عنصر انفعالي يعمل على توجيه سلوك الفرد نحو تحقيق بعض الأغراض، وقد يكون هذا العنصر خارجياً، وهنا يصبح الدافع هدفاً يعمل على تحقيق رغبة في التواصل إلى حالة التوازن النفسي، وقد يكون داخلياً، وهنا يصعب تحديده معناه؛ نظراً لارتباطه بمجموعة من العوامل النفسية الداخلية^(٢١).

وجدبر بالذكر أن للمكانة الاجتماعية التي يرغبها الشخص أثر في سلوكه؛ إذ يجب أن يتوافق سلوكه مع قيم تلك الشخصية وأن لا يتناقض مع قيم تلك الشخصية التي التزم الفرد بها وأعلنها للمجتمع، ويميل الفرد إلى الوفاء بعهوده بدافع ذاتي بعيداً عن الثواب أو العقاب، ويمكن استنتاج الميول للفرد من تتبع سلوكه؛ لأنه يميل إلى تعديل سلوكه بما يناسب رغباته ومبادئه^(٢٢). وفي نظرية التناقض الذاتي يمكن التمييز بين ثلاث تصنيفات للذات؛ الذات كما هي، الذات المثالية، والذات كما يجب أن تكون، ويؤدي التناقض بينها إلى الشعور بالذنب^(٢٣).

ثانياً: العوامل البيئية: وهناك عوامل أخرى تؤثر في السلوك وبدرجات متفاوتة، كأسلوب الحياة الذي يقيس ردود فعل المستهلك وفقاً لنشاطاته اليومية ولرغباته وميوله، ويؤكد ذلك ما استنتجته كلٌّ من "والندور" و"التمان"^(٢٤)، من أن العوامل البيئية تؤثر في السلوك الاقتصادي، وتتدخل في اتجاهاته وآرائه في عملية الشراء سلباً وإيجاباً، ومن هذه العوامل: انتماء الفرد للجماعة المرجعية: ويتم هذا التأثير من خلال التعلم الاجتماعي، وهو عملية لا شعورية يتم فيها التعلم من سلوك الآخرين في المجتمع، وقد وجدت الدراسات أن سلوك الفرد يتأثر بما يشاهده حتى لو كان على شكل أفلام سينمائية أو كرتونية، كما يتأثر الفرد بسلوك الآخرين من خلال المحاكاة التقليدي الاجتماعي. وقد توصلت الدراسات أن الفرد يتأثر بالقدوات؛ إذ يتأثر الفرد بالأشخاص أصحاب النفوذ الاجتماعي والعلمي والمادي في المجتمع والشخصيات الفنية أو الدينية أو الاجتماعية أو السياسية، ويكون تأثير القدوات أكثر ديمومة من أصحاب السلطات^(٢٥).

ثالثاً: العوامل الثقافية: وهي تشير إلى مجمل المعايير والمعتقدات والعادات التي تم اكتسابها من البيئة الاجتماعية والتي تحدد أنماط سلوكية لكل الأفراد، مجموع المعتقدات والقيم التي يتعلمها أفراد معين والتي توجه سلوكهم كمستهلكين^(٢٦)، وهي محرك لكثير من جوانب السلوك وأسلوب للتفاعل بين المجموعات الإنسانية، تؤثر في إجراءات القرار واكتساب وجمع المعلومات والاستهلاك^(٢٧)، وهي مؤشر لمستوى النضج والتعلم والسلوك الواعي في التعامل مع الآخرين، أو ما يحيط الفرد من أحداث^(٢٨)، والثقافة الفرعية تعبير عن خصوصية القيم والأفكار والمعتقدات التي يحملها جزء من المجتمع عن بقية عموم المجتمع الذي يعيش فيه، فعلى سبيل المثال هنالك ثلاث جاليات هي: الأفارقة، الآسيويين، الأسبان، بحدود (٣٣%)، من مجموع سكان الولايات المتحدة الأمريكية، وينفقون ما يقرب من (٩٥٠) مليار دولار سنوياً على السلع والخدمات الخاصة بهم التي يفضلونها على غيرها من السلع الأخرى^(٢٩)، وعليه فإنه عند تصميم الوكزات السلوكية ينبغي مراعاة الفروق الثقافية داخل المجتمع الواحد.

رابعاً: العائلة ودورها في السلوك الاقتصادي: وهي التكوين الطبيعي وحجر الأساس للمجتمع السليم، ويمكن تقسيم الأسر قياساً على الطبقات الاجتماعية فمثلاً: يمكن تقسيمها على أساس: عدد أفرادها، أعمارهم، وجود الأطفال، المتزوجون داخل الأسرة،^(٣٠) وهكذا، ولا بد أن يكون لنمط الأسرة وشكلها وخصائصها مع بقية الأنماط من الأسر - عند تصميم الوكزات السلوكية - أثر واعتبار.

المبحث الثالث:

السلوك الاستهلاكي والادخاري: المفهوم والأنماط والضوابط في الاقتصاد الإسلامي وأثر الوكز السلوكي في توجيهها.

بدأ الحديث عن سلوك المستهلك بعد ظهور الرأسمالية، حيث أصبح واضحاً أنّ أيّ منشأة تريد أن تستمر في مجال نشاطها، فإنّ عليها القيام بمجهود في تحديد ما يريده عملاؤها الحاليون والمرتبون من سلع وخدمات؛ إذ أصبح من غير المجدي الحديث عن تكثيف الناتج وتبني سياسات لزيادته فقط، وقد بدأ عملياً ونظرياً استخدام العلوم السلوكية للنظر إلى سلوك المستهلك نظرة سلوكية، وليس نظرة اقتصادية مخضّة.

المطلب الأول: السلوك الاستهلاكي.

في ظل تعدّد النظريات التي تحاول تفسير السلوك الإنساني والاستهلاكي، يصعب وجود نمط واحد مقبول لتفسير السلوك، وكذلك عدم خضوع الأنماط السلوكية والاستهلاكية للأفراد عند تحليلها لمعايير موضوعية، وإنما يتم ذلك غالباً وفق معايير ذاتية، ثم إنّ سلوك المستهلك يعتبر نتيجة تفاعل مجموعات متعدّدة من العوامل الداخلية والخارجية، يصعب معها إرجاع السلوك الاستهلاكي لعامل دون آخر^(٣١).

ويرتبط هذا السلوك بالعقلانية الاقتصادية، فالعقلانية الاقتصادية تفسّر السلوك البشري على أنه نتيجة عملية حسابية دقيقة موجهة بحدّ وعناية نحو النجاح الاقتصادي^(٣٢)، أما النفعية وحب الذات فهي: الهدف النهائي الذي المنشود من قبل الأفراد والمجتمعات. ويشير الغزالي إلى هذا الأمر إذ يقول: (إن الإنسان بجلبته يحب نفسه وبقائه وكمال...)^(٣٣)، والسلوك الاقتصادي للفرد يتأثر بما يحمله من قيم ومعتقدات، والاقتصاد الرأسمالي ينظر إلى المستهلك على أنه ذلك الإنسان المادي، الذي لا غاية له سوى أقصى قدر من المتعة أو المنفعة، أو تحقيق أقصى قدر من الربح^(٣٤).

ومع ما سبق؛ فإن عملية التنبؤ بسلوك المستهلك ممكنة، بدليل هذه الدراسات المتكاملة في العلوم الاقتصادية والعلوم السلوكية^(٣٥)، وقد تعددت تعريفات سلوك المستهلك وأهمها: أنه "جميع الأفعال والتصرفات المباشرة التي يؤديها الأفراد للحصول على سلعة أو خدمة معينة"^(٣٦). وهو "سلوك إنساني يتأثر بمجمل العوامل (اقتصادية، اجتماعية، نفسية)، ويعبر عنه بالقرار الاقتصادي"^(٣٧)، إنّ الاقتصاد الإسلامي يتفق مع الاقتصاد الوضعي في إقرار المبدأ الاقتصادي، أو أسلوب وطريقة السلوك؛ أي: يوصي المستهلك المسلم بسلوك طريق المفاضلة والموازنة الدقيقة؛ للوصول إلى أقصى منفعة؛ إذ إنّ المنافع مقصودة عادة وعرفاً للعقلاء^(٣٨).

ولقد قدّم الاقتصاد الإسلامي لكلّ من: البعد الزمني لسلوك المستهلك، والحرية، والمنفعة مفهومًا يجعل المستهلك لا يتجاوز بسلوكه منطقة الضرر، بل جعله يرتفع بسلوكه إلى مستويات من الرشد التطوعي^(٣٩). الذي لا يقتصر فيه بإنفاق دخله على منفعة المشروعة، بل على مصالح الجماعة وحاجاتها.

المطلب الثاني: الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي: أنماطه ودوافعه.

ويقصد بالاستهلاك^(٤٠): عمليات الإشباع المتوالية للحاجات الإنسانية بالطيبات، والحاجات في التصور الإسلامي هي الافتقار إلى شيء من مقومات الحياة الأساسية أو التكميلية المعتبرة شرعاً، والاستهلاك بهذا المعنى هو الشرط المادي لاستمرار الوجود الإنساني، وبه قوام الطاقات الجسدية والعقلية والروحية للإنسان ودوامها، لذلك فهو فرض واجب بقدر ما يشبع حاجات الإنسان ويحقق مقاصد حفظ النفس والدين والعقل، وتجري عليه الأحكام الأخرى على مقتضى قصد الشارع منه؛ فاستهلاك المسلم يخضع لقيم تربية وأخلاقية وصحية واجتماعية واقتصادية^(٤١)، ويلعب نمط السلوك الاستهلاكي دوراً كبيراً في تكوين المدخرات اللازمة للاستثمار؛ إذ لا يكفي لتحقيق التنمية الاقتصادية، ولتكوين المدخرات أن يتم التركيز على زيادة الإنتاج مع استهلاك المجتمع لهذا الإنتاج بحيث يبذل الفائض، ويتم استهلاكه وفق أنماط استهلاكية يغلب عليها طابع المحاكاة والتقليد، وبناء على ذلك فإن منظومة القيم الإسلامية الخاصة بالاستهلاك تعمل على توفير الشروط اللازمة لإيجاد الفوائض المالية.

أنماط الاستهلاك:

تقع أنماط استهلاك^(٤٢) الفرد والمجتمع المسلم ضمن إطار عملي رشيد، يتمثل بضرورة الإنفاق على الاستهلاك ومحاربة البخل والشح والتقتير من جهة، ومحاربة الترف والتبذير من جهة ثانية، فقد أمر الله سبحانه وتعالى المسلمين بالإنفاق وأنكر الإسراف؛ فالمسلم مطالب بأن يستهلك من الطيبات إلى الحد الذي يؤمن له كامل طاقتها، ويوفر له الرضا والإشباع الجسدي والنفسي دون إسراف أو تبذير، مبتعداً عن مظاهر الاستهلاك الترفي غير الرشيد الذي يقود إلى التهلكة. يقول تعالى: ﴿وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَقُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْهَا الْقَوْلُ فَدَمَّرْنَاهَا تَدْمِيرًا﴾ [الإسراء: ١٦]، ولعل من أهم أسباب المعاناة التي يعيشها أبناء المجتمع الإسلامي حالياً، هو مظاهر الاستهلاك الخداعة والمحاكاة لأنماط الاستهلاك الغربية^(٤٣)، والتي تضع أعباء إضافية مالية واجتماعية على كاهل الفقراء من أبناء المجتمع^(٤٤).

إن نمط الاستهلاك الرشيد الذي يعتمد الوسطية، سيؤدي بالضرورة إلى الاستغلال الأمثل للموارد، مما يحقق العدالة والكفاءة الاقتصادية^(٤٥)؛ إذ إن الميل الاستهلاكي للمجتمع يشعب بحسب معيارية وسطية فلا وجود لطبقة مترفة يضطر المنتجون إلى استدراجها والمسح السلوكي للمستهلكين والمنتجين على حد سواء، بل ولا تغليب لغائية الاستهلاك لذات الاستهلاك.

دوافع الاستهلاك في المجتمع الإسلامي:

تشكل الحاجة الدافع الرئيس للاستهلاك، والحاجة في التصور والتشريع الإسلامي تكون مرجحة باعتبارها دينية وأخلاقية وتؤكد العلاقة الوظيفية بين وسائل الإشباع وإحراز الوجود للإنسان بكامل طاقاته الجسدية والعقلية، فلا يراد الاستهلاك لذاته إنما لإدامة كيان الإنسان الفاعل مستكماً ومستحضراً كامل طاقاته^(٤٦). وترتب الحاجات في المجتمع الإسلامي حسب الأولويات بمعنى أن الإسلام يرسي أهدافاً معينة للحياة الإنسانية، وأن الأمور التي تساعد على تحقيق هذه الأهداف تسمى مصالح؛ لأنها تقع في مصلحة المجتمع، وعليه جاءت الشريعة الإسلامية لحفظ هذه المصالح وصيانتها، ولقد صاغ الإمامان الغزالي^(٤٧) والشاطبي ثلاثة مستويات للمصالح الاجتماعية وهي: أن تكون ضرورية، وأن تكون حاجية، والثالث

أن تكون تحسينية^(٤٨).

إن ترتيب أولويات المستهلك المسلم بهذا الشكل يعبر عن أقصى درجات الرشد الاقتصادي، ويمنع الهدر والإسراف والتبذير وأشكال الاستهلاك المقلدة، ويحافظ على الثروة والفائض من الإنتاج، بحيث يمكن توجيهه إلى الاستثمار وتكوين رأس المال اللازم لتمويل التنمية^(٤٩). ومن أولى الأولويات في اعتماد الوكزات السلوكية الايجابية في المجتمع؛ السير وفق سلم الأولويات في الطلب الاستهلاكي والطلب الاستثماري.

المطلب الثالث: السلوك الادخاري في الاقتصاد الإسلامي.

تمثل ضوابط الادخار الضابط الثاني من ضوابط الاقتصاد الإسلامي الداعمة لتوفير الموارد المالية لتمويل التنمية، والادخار هو الفرق بين الدخل والاستهلاك سواء كان على صعيد الفرد أم الدولة، وفي هذا الإطار يعرف^(٥٠) الادخار بأنه: ذلك الجزء من الدخل القومي الذي لا ينفق على السلع الاستهلاكية والخدمات. أما على صعيد الأفراد فيعرف كينز Keynes^(٥١) الادخار بأنه: الفائض المتبقي من دخل الفرد بعد الإنفاق على حاجاته الاستهلاكية، وهو ذلك الجزء من الدخل المتوقع من الإنتاج الذي لا يوجه إلى الاستهلاك الجاري، وإنما إلى الاستثمار^(٥٢)، من الملاحظ أن هذه التعريفات للادخار هي تعريفات للمال المدخر وليس لعملية الادخار ذاتها، وعليه يمكن تعريف عملية الادخار بأنها: اقتطاع من الدخل بغية الانتفاع به مستقبلاً شريطة أن يأخذ ذلك الجزء المقتطع طريقه إلى الاستثمار. وهنا يجب أن نفرق بين الادخار كمفهوم اقتصادي يهدف إلى تكوين رأس المال اللازم لزيادة الإنتاج، والاكتناز الذي هو الاحتفاظ بالمال في شكل سائل، أو دون استثمار، أو دون أداء ما ترتب عليه من زكاة^(٥٣).

المبحث الرابع:

أثر الوكز السلوكي في المؤسسات المالية الإسلامية.

المطلب الاول: إعادة تشكيل الصورة الذهنية بما يتناسب مع مبادئ الوكز السلوكي، والتدخل في الثقافة الاستهلاكية.

الوكز السلوكي معني بالدرجة الأولى بإعادة جمهور المستهلكين والمدخرين والمستثمرين إلى حالة الرشد الاقتصادي، في ظل تنامي المساحات التسويقية عبر الفضاء التكنولوجي الواسع وإغراق الأفراد والمجتمع بكم كبير من السلع والخدمات دون القدرة على تمحيص النافع من الضار، وفي ظل الاقتصاد الإسلامي ينبغي التحرز من الدعايات المظلمة المشوهة لخيارات المستهلكين وتشكيكه برغباته الحقيقية، وأن مصدر سعادته لن يكون إلا من هذه السلع بغض النظر عن دخله وحاجته لها، وعليه فقد صار لزاماً اليوم دراسة المرونة الإعلانية واعتبارها مؤشراً مهماً في رسم السياسات التسويقية والإنتاجية.

١- إقامة حملات إعلانية ودعائية موجّهة وهادفة بوكزات سلوكية إيجابية، وللمرونة الإعلانية أثر مباشر في هذا الأمر؛ فمما هو معلوم أن حجم الإنفاق على الإعلان يعكس حجم الطلب على السلع والخدمات والمنتجات المالية المعلن

عنها؛ فزيادة التمويل على الإعلان بنسبة (١٠%)، يقابلها زيادة في الطلب بنسبة (١٠%)، فالإنفاق الدعائي يقابله الزيادة في الإيراد، وإذا كانت أكبر تكون المرونة التعزيزية أكبر والعكس كذلك؛ فالدعاية والإعلان يؤثران في سلوك المستهلك سواء كان الاستهلاك المقصود للسلع أو للخدمات.

٢- التدخل في الثقافة الاستهلاكية: تتشكل منظومة القيم السلوكية من العادات والتقاليد والثقافة الاستهلاكية، وهي منظومة قوية تحتاج إلى وكز سلوكي شديد للتغيير بسبب قوة المجابهة (قوة المؤثرات)؛ لإقناع الناس بنمط استهلاكي وظيفي رشيد، وهذا يتطلب -أيضاً- توليد قناعة لدى المتلقي لترشيد الاستهلاك، وللقدوة دور في تغيير سلوك المستهلك، فالسلوك الصادر من غني من أغنياء المجتمع في مناسبة اجتماعية أثره أكبر من سلسلة من الدروس والمواعظ.

٣- يمكن أن تكون أدوات الوكز مفيدة للتخطيط على المستوى الكلي من قبل صانعي القرار، حيث إن صانعي القرار يخضعون للتحيزات السلوكية، ويتأثرون بما يتأثر به الآخرون^(٥٤)، ويمكن أن يؤدي رفع الوعي بهذه المسائل إلى الحد من آثارها السلبية وتحسين تصميم السياسات، وفي أفضل الحالات، فاعلية وكفاءة الأداء^(٥٥).

المطلب الثاني: المؤسسات المالية ودورها في تعزيز الوكز السلوكي.

ومن تلك المؤسسات: البنوك ومؤسسات التمويل وجهات التمويل المختلفة، وعلى شعار (استهلك ونحن نيسر لك التمويل المناسب) تسيير تلك المؤسسات اليوم^(٥٦)؛ فالممول قد يكون صاحب السلعة (المنتج)، وهو صاحب الدعاية؛ فالمنتج يريد من المستهلك الشراء، والممول كذلك، وواقع الحال أن الممول المستهلك هو من يذهب للمؤسسات الميسرة للتمويل الاستهلاكي، كما أن هذا الواقع يفرض نفسه بقوة فقد انحصر الطلب الفردي على التمويل الاستهلاكي دون الإنتاج، والواقع أيضاً يؤكد أن صاحب الدخل المحدود (الموظف ومن في حكمه) قد يعمل للجهات الممولة، وعلى عكس ذلك؛ فقد اتجه الغرب والدول المتقدمة اقتصادياً في منح التمويل اتجاهاً تنموياً منتجاً ومحفزاً على الإبداع، وقد ظهرت في أوروبا تمويلات تعتمد الكفاءة الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية في منحها، وتعرف بما يسمى رأس المال المخاطر Venture Capital*^(٥٧).

المطلب الثالث: السلوك الادخاري ودوره في تعزيز الوكز السلوكي الرشيد.

يمكن الاعتماد على بعض الأفكار المعززة للسلوك الادخاري الرشيد، وتصميم وكزات سلوكية ادخارية تبعاً لذلك، ومنها: (فكرة الحصالة) (وتعليم وتدريب الطفل على التوفير)، وهناك أفكار وممارسات موجودة في الغرب خاصة بتعليم الطفل طريقة لاكتساب المال وأخرى لتوفيره وادخاره. وفي هذا الإطار يمكن الاستفادة من التجارب القائمة والتي تعزز السلوك الادخاري ومن ذلك: فكرة صناديق التوفير الادخارية مثل: ميت غمر وصندوق الحج الماليزي والأردني، وصناديق القرض الحسن في البنوك الإسلامية، والوقف النقدي والصكوك بأشكالها المختلفة، كلها أفكار تسهم في تعزيز البعد الإيثاري، وفي الوقت نفسه الادخار والتوفير، وتساعد صناع القرار في تصميم الوكزات السلوكية الهادفة والموجهة، بما يحقق أهداف المجتمع الاقتصادية وشروط التنمية الحقيقية.

المطلب الرابع: أثر الوكز السلوكي ودوره في السياسة التمويلية.

ويمكن أن يكون لضبط المشروعية في المؤسسات التمويلية (السلامة الشرعية)^(٥٨)، الأثر الأكبر في نجاح العمل المصرفي الإسلامي من جهة وأثره أيضاً في تعديل السلوك وضبطه؛ بل يمكن أن يعاد تشكيل الوكزات السلوكية بحسب السلامة الشرعية في التعاملات المصرفية، ومن ضمن الانتقادات الموجهة للسياسة التمويلية تلك التي ارتبطت بصياغة وصناعة العقود التمويلية وتطويعها لتتشابه مع التمويل التقليدي حتى تتجنب المؤسسة المخاطر أو تحد منها^(٥٩)، وقد نتج عن التمويل بالصيغ التقليدية (غير المخاطرة) نفس الآثار السلبية للتمويل الربوي^(٦٠)، وقد يكون لتتميط العقود وتطويعها من خلال (التأطير) دور في حدة هذه المشكلة، ولا شك أن هذه واحدة من المشكلات التي ارتبطت بالخلل السلوكي وتحتاج إلى ضبط سلوكي موجه.

كما أن البنوك الإسلامية تعاني من مشكلة فائض سيولة^(٦١)، وضعف في الاستثمار الحقيقي، فالبنك مضطر لقبول التمويلات الاستهلاكية، والتاجر يرغب بتحقيق الربح، والممول يريد أن يوظف الفوائض المالية ليربح أيضاً، وقد تكون من الفرص المتاحة للبنوك والمؤسسات التمويلية الاستفادة من الوكز السلوكي والاستجابة المباشرة من خلال التوسع في منح التمويل وفقاً لمعايير الكفاءة والجدوى الاقتصادية والاجتماعية للمشروع الممول، كما يمكن للبنك الإسلامي التمييز بين العملاء في أسعار التمويل (للإنتاج منخفضة مقارنة بالاستهلاك) لضبط اتجاهات تغيير سلوك. ويمكن للبنوك الإسلامية تسهيل التمويل وتحفيز طلب الممولين من خلال استئجار حس الجمهور بحسب أولويات المجتمع من جهة وحسب متطلبات الوكز السلوكي؛ فإن كان التوجه نحو وكز سلوكي خاص بترشيد الطاقة واستخدام البدائل الآمنة بيئياً وصحياً مثل طاقة الرياح والشمس وغيرها على سبيل المثال لا الحصر؛ عندها فإن استجابة البنك الإسلامي لهذه الوكزات تتمثل بإيجاد الأرضية التمويلية المناسبة والمشجعة، وتقديم التسهيلات المعززة لهذه الفكرة إن على صعيد التمويل، أو دراسة الجدوى المناسبة أو التسويق للمشروع، ويمكن في هذا الباب تفعيل الهندسة المالية في المؤسسات المالية، وحرى بالذكر أن الهندسة المالية يناط بها واجب البحث عن الخدمات أو المنتجات والاحتياجات الحقيقية التي تنطلق من أسس شرعية، وعلى إدارة الهندسة المالية أن تكيفها لتخدم أغراض الاقتصاد الكلي، أو البحث عن بدائل ملائمة^(٦٢).

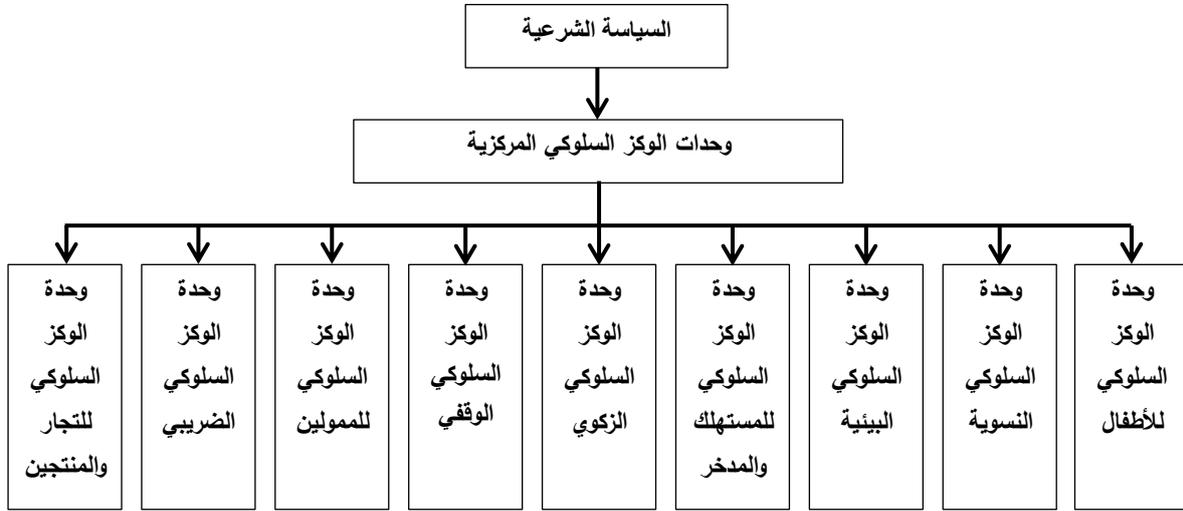
كما يمكن للبنوك الإسلامية تبني منهج الوكز السلوكي وأن يضم في جهازه الإداري وحدة تهتم بدراسة سلوك العملاء، فعند معرفة غاية العميل من التمويل يمكن تصويب وتعديل قراراتهم خصوصاً إذا كان مآل التمويل الممنوح إغراق الممولين بالديون، ويمكن إعطاء نقاط تمييز أعلى لمن يتقدم لتمويل استثماري أو شراء منفعة أو استهلاك ضروري مقارنة بالاستهلاك الكمالي.

المطلب الخامس: آليات تعزيز عمل وحدة توجيه الوكز السلوكي المقترحة.

وفيما يلي استعراض لأهم الآليات التي يمكن تقديمها في سبيل تعديل السلوك الاقتصادي، وتعزيز عمل وحدة الوكز السلوكي:

١. الاستفادة من شبكة الإنترنت ومن مواقع التواصل الاجتماعية المختلفة، وإنشاء سلسلة من المواقع الإلكترونية المتخصصة والموجهة في الوكز السلوكي.
٢. وفي هذا الإطار يمكن تشجيع المبادرات الذاتية للأفراد والمؤسسات بهدف تصميم الوكزات وتوجيهها للجهات المستهدفة سواء فيما يتعلق بضبط السلوك الاستهلاكي والاستثماري، أو بث الوعي المصرفي والادخاري وغيرها مما سبق الإشارة إليه.
٣. إنشاء موقع متخصص في رصد وحدات الوكز السلوكي عبر العالم للاستفادة منها في وحدة الوكز السلوكي.
٤. إنتاج مواد إعلامية إسلامية من مشاهد قصيرة وأفلام كرتونية يكون هدفها الرئيس تعديل توجهات الأفراد السلوكية (الوكز السلوكي) فمثلاً: إنتاج مشاهد كرتونية موجهة للمراحل العمرية الصغرى، بهدف تعزيز قيم الادخار وبث الوعي المصرفي وقيم الاستهلاك الرشيد.
٥. تكثيف الجهود العلمية والعملية من خلال المؤسسات الأكاديمية والهيئات المختصة في (الاقتصاد والتمويل والإعلام ووحدة الوكز السلوكي)، والتأسيس لوضع استراتيجيات متكاملة طويلة المدى لتصحيح وتعديل السلوك الاقتصادي، من خلال تصميم الوكزات السلوكية الموجهة والفاعلة وبترتيب زمني مناسب.
٦. إنشاء مركز يعنى برصد اتجاهات السلوك الاقتصادي وتصميم الوكزات بحسب تلك الدراسات، وأخذ التغذية الراجعة وردات أفعال الجمهور المستهدف، ودراسة النتائج والبناء عليها.
٧. يمكن إنشاء وحدة وكر سلوكي مركزية يصدر عنها وحدات في المؤسسات ذات العلاقة، وتكون الوحدات الفرعية مسؤولة عن ضبط ما يرتبط بها من سلوكيات وتصميم الوكزات المناسبة تبعاً لها، والنموذج التالي يبين التصور المقترح لوحدة توجيه الوكز السلوكي.

نموذج مقترح (وحدة الوكز السلوكي المركزية)



السياسة الشرعية:

الهدف الإجمالي من إقامة نظام الوكز السلوكي بوحداته المختلفة، أن يكون الناس إلى الصلاح أقرب وعن الفساد أبعد، ويتدرج نظام الوكز لتحقيق هدفه العام بما يتيسر من أدوات وبمنظومة القيم الإيجابية بالتحبيب بالسلوك المرغوب والتبشير بعواقبه. ويتكون هذا النظام من الوحدات الفرعية الظاهرة في الشكل، ويمكن استحداث أي وحدة أخرى ترى السياسة الشرعية أهميتها. وفيما يأتي تعريف بهذه الوحدات:

١. وحدة وكز الأطفال قبل المدرسة: من التركيز على الخلاصات السلوكية المحببة والمرغبة من خلال الأنشطة والقصة والأغنية وغيرها، وترغيبهم بالأكل الصحي والتصرفات الصحية والبعد الإيثاري والادخاري وغيرها، وفي المدرسة: التركيز وتحفيز الطفل على: القوة الجسمية من خلال الرياضة، والقوة النفسية من خلال التربية والتزكية، والقوة الأخلاقية من خلال بث سلوكيات الأمانة والصدق بأساليب تربوية وسلوكية؛ كالتعلم بالقوة وغيرها، والقوة العلمية من خلال الترغيب بالتعليم بطرق تعليمية
٢. وحدة الوكز النسوية: وتنقسم إلى فتيات ومتروجات، ويتم فيها تعديل وتوجيه السلوك بما يعزز القيم الصحية والدينية والقيمية والخلفية، وتنقيف المرأة بشتى الطرق، وتوجيه السلوك وتعديله بما يخدم القيم السالفة، من خلال تصميم الوكزات المناسبة، وقد تكون من خلال أفلام قصيرة فلاشات، ورسائل قصيرة، ودعايات ومنشورات وغيرها.
٣. وحدة وكز السلوك البيئي والمياه: وهي تعنى بالوكزات المحفزة على التعامل مع البيئة بإحسان وترشيد استخدام مصادر الطاقة، وتحفيز الحصاد المائي، واستخدامات الطاقة المتجددة كالشمس والرياح وغيرها، وكذلك إبراز أهميتها وانعكاسها على الفرد والمجتمع.

٤. وحدة الوكز الاستهلاكي والادخاري، وتنقسم إلى الوكز الشرعي والصحي: ويمكن أن تقوم هذه الوحدة بتعديل السلوك بما ينسجم مع أهدافها ضمن منظومة متكاملة تتضمن: التوجيه للغذاء والعادات الصحية، والقيم الاستهلاكي، والأنماط الاستهلاكية، والبعد الإيثاري والآخروي في الاستهلاك والادخار، وتحولات السلامة وتوجيه السلوك مثل: ارتداء أحزمة الأمان أثناء القيادة، والإقلاع عن التدخين، والتحول من المنتجات ذات الضرر المرتفع مثل: (السكر، المشروبات الغازية) نحو المنتجات المقبولة صحياً بأدوات محببة كما مر سابقاً.
٥. وحدة الوكز الزكوية: من خلال مجموعة من الوكزات تضمن التنزه عنها إلا لحاجة وتضمن دفعها من قبل المزكي دون إبطاء، وكذلك تيسير أمر دفعها وما يضمن تحقق قاعدة الملائمة الزكوية.
٦. وحدة الوكز التبرعي: وتضم الوكز الوقي وفيها يمكن توجيه الوكزات التي تضمن تغليب القيمة الإيثارية الآخروية، وكذلك يمكن توجيه الوكزات التي تسهل وتيسر على الواقفين إجراءات الوقف بأشكاله المختلفة، وتضمن أيضاً نشر الثقافة الوقفية والوعي الوقفي النقدي والعقاري والصكوك وغيرها. ووكز العمل الخيري وكفالة الأيتام ورعاية أصحاب الحاجات مثل: الأرامل وكبار السن وغيرهم.
٧. وحدة الوكز الضريبية: وهي تعنى بالوكزات المحفزة على الدفع من خلال التحفيز والترغيب بالدفع المسبق مقابل الخصم، وكذلك إبراز أهميتها وانعكاسها على الفرد والمجتمع وغيرها.
٨. وحدة الوكز الخاصة بالمنتج والتاجر والتمول: ويمكن أن تقوم هذه الوحدة بتعديل السلوك بما ينسجم مع أهدافها ضمن منظومة متكاملة تتضمن: المنتج والتاجر بهدف تصميم الوكزات التي توجههم الوجهة المرغوبة بأدوات مختلفة، للوصول إلى قيم الإنتاج الرشيد، وضمن سلم الأولويات وبما يتوافق مع الطلب الاستهلاكي.
٩. وحدة الوكز الدعوية: وفيها يمكن توجيه الوكزات التي تضمن تغليب القيم الآخروية، وكذلك يمكن توجيه الوكزات والرسائل الدعوة ضمن تناغم مع الوحدات السلوكية السابقة وبالتوافق مع الوحدة المركزية، وضمن ضوابط السياسة الشرعية في مسائل الطاقة النظيفة والاقتصاد الأخضر، والحصاد المائي والبيئة والتربية والتعليم، والاستهلاك والإيثار وغيرها.



الخاتمة:

وفيها أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها هذه الدراسة:

أولاً: النتائج:

١. الوكز السلوكي هو محاولة لتعديل التصرفات السلوكية الفردية وتحقيق امتثال غير قسري، عن طريق الحوافز المؤثرة في القرارات الاقتصادية التي تتخذها المجموعات والأفراد، عبر تصميم واعٍ لعملية اختيار تعمل على تغيير سلوك الأشخاص اقتصادياً بالطريقة المرغوبة.
٢. تجتهد المؤسسات عموماً في استدراج السلوك الاقتصادي للأفراد والجماعات بما يحقق المصلحة العامة كما تراها هي، لكنها لا تريد أن تظهر بمظهر الواعظ ولا بمظهر المتحكم الأمر عبر أدوات السياسة الاقتصادية ذات البعد السيادي.

٣. الوكز السلوكي معني بالدرجة الأولى بإعادة جمهور المستهلكين والمدخرين والمستثمرين إلى حالة الرشد الاقتصادي في ظل تنامي المساحات التسويقية، عبر الفضاء التكنولوجي الواسع وإغراق الأفراد والمجتمع بكم كبير من السلع والخدمات دون القدرة على تمحيص النافع من الضار.
٤. في ظل الاقتصاد الإسلامي؛ ينبغي التحرز من الدعايات المضللة المشوهة لخيارات المستهلكين وتشكيكه برغبته الحقيقية، وأن مصدر سعادته لن يكون إلا من هذه السلع بغض النظر عن دخله وحاجته لها، وعليه فقد صار لزاماً اليوم دراسة المرونة الإعلانية واعتبارها مؤشراً مهماً في رسم السياسات التسويقية والإنتاجية منها تأتي الوكزات السلوكية لتعديل السلوك الاقتصادي.
٥. ومن هنا يظهر دور المؤسسة الإعلامية بأشكالها المختلفة في صياغة الصور الذهنية أو إعادة تشكيلها، بما يسهم في تعزيز الوكز السلوكي، كما أن هنالك حاجة فعلية لبث الوعي المصرفي والادخاري الإسلامي ولوحدة الوكز السلوكي دور مباشر فيه.
٦. مؤسسات التمويل المختلفة إسلامية وغيرها معنية بإعادة توجيهه وتغيير نمط الاستهلاك.

ثانياً: التوصيات:

١. استصدار التعليمات التي تسهم في تعزيز الوكز السلوكي وتفعيل القائم منها ضمن برنامج زمني، ومن خلال تصميم وتنفيذ سلسلة من الوكزات الموجهة للجمهور المستهدف.
٢. إجراء المزيد من البحوث والدراسات في هذا الصدد حتى نسهم بشكل أو بآخر في تلمس السبل، والطرق المناسبة للتعامل مع مثل هذا الموضوع وفق أطر وأسس علمية رصينة.
٣. ضرورة ربط الثقافة الاستهلاكية والادخارية بالالتزام الديني والامتثال الشرعي وقدراتهم الشرائية وحاجتهم للسلع وليس تقليداً وللآخرين، من خلال وسائل الدعوة والتوجيه والإعلام.
٤. إعادة قراءة الدليل الزكوي وكتابته وتقنيته، وتفعيل المؤسسة الزكوية، بما يؤثر في تعديل السلوك الاقتصادي الإيجابي.
٥. ضرورة تبني منهج الوكز السلوكي من قبل البنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، وأن تشمل وحدة تهتم بدراسة سلوك العملاء.

الهوامش:

- (١) زياد محمود عبيدات، ياسر الحوراني، الاقتصاد السلوكي الإسلامي، دراسة في العقلانية المقيدة والانحيازات، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (٥٦)، ٢٠٢٤.
- (2) Abdul Rahim Al-Saati, (2021). **Assessment and Correction of Islamic Finance Biases from a Behavioral Economics Perspective**, Journal of Islamic Economics - King Abdul-Aziz University.

- (٣) زايد نواف الدويري، الاقتصاد السلوكي تقدير اقتصادي إسلامي، أطروحة دكتوراه، جامعة اليرموك، ٢٠٢١م.
- (٤) محمود جرادات، إبراهيم عبادة، ضوابط الاقتصاد الإسلامي المتعلقة بالسلوك الاستهلاكي والادخاري والاستثماري ودورها في توفير التمويل اللازم للتنمية، مجلة التسويق الإسلامي العالمية، لندن، المجلد (٧)، العدد (٣).
- (5) David Blake, (2022). **Nudges and Networks: How to Use Behavioral Economics to Improve the Life Cycle Savings-Consumption Balance**, J. Risk Financial Management, (15), (17).
- (٦) أمين، جلال، فلسفة علم الاقتصاد، دار الشروق، القاهرة، ٢٠١٤م، ص ٤٨-٥٣.
- * ويرجع تعريف السلوك لغة إلى السلك بمعنى: الإدخال، قال الله تعالى: ﴿الْم تَرَأْنُ اللَّهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَسَلَكَهُ يَنَابِيعَ فِي الْأَرْضِ﴾ [الزمر: ٢١]، ويرد السلوك بمعنى: الاستقامة. والسلوك اصطلاحاً: تعبير عن التنظيم الداخلي العام الذي هو (الشخصية) والعلاقة بين الشخصية والسلوك كالعلاقة بين الشمس وأشعتها.
- (٧) ابن منظور، لسان العرب، دار الفكر، بيروت، د.ت، ج ١، ص ٤٤٢، وانظر: جودت عبد الهادي، مبادئ التوجيه والإرشاد النفسي، عمان، ٢٠٠٤م، ص ١٤. انظر: عبد الرحمن سليمان، السواء في النظريات النفسية والآيات القرآنية، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، ١٩٩٦م، ص ١٣.
- * الاقتصاد: ما يفعله الناس في حياتهم ومعاشهم من تدبير وموازنة بين ما يحصلون عليه من موارد وما ينفقونه في وجوه الإنفاق المختلفة، أما علم الاقتصاد: فهو تنظيم المعرفة بضوابط يتفق عليها الناس. وقد بني هذا العلم على عقيدة علمانية مادية لا إيمان فيها إلا بالمادة، ومن هنا فإن مصدر العلم والمعرفة هو العقل البشري ولا مجال لقبول أي مصدر آخر.
- (٨) إبراهيم أبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق، ٢٠٠٩م، ص ٣١. انظر: عبد الجبار السبهاني، مدخل إسلامي إلى النظرية الاقتصادية الجزئية، إريد، الأردن، ٢٠١٨م، ص ٢٨.
- * الاقتصاد الاجتماعي: هو العلم الذي يدرس السياسات الاقتصادية المثالية التي يتبناها المجتمع لمساعدة الطبقات الضعيفة اقتصادياً.
- (٩) انظر: مصطفى رشدي شحبة، الاقتصاد العام للرفاهية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٩٣م.
- (١٠) عبد الجبار السبهاني، مدخل إسلامي إلى النظرية الاقتصادية الجزئية، مرجع سابق، ص ٢٨.
- (11) Adam Smith. (1970). **The Theory of moral sentiment**, 6th Ed., Metairie, Obra Edi-tion, E-Published on Brazil, (20).
- (12) Kahneman, D. (2011). **Thinking Fast and Slow**. New York: Farrar, Straus and Giroux. P. 98-99.
- (13) **Behavioral Insights and Public Policy Lessons from Around the World**, Lessons from OECD, 2017, AROUG.
- (١٤) الدويري، الاقتصاد السلوكي، مرجع سابق، ص ١٠٩.
- (١٥) المرجع السابق ص ٩٦ وما بعدها.
- (16) **Journal of Public Economics Give more tomorrow: Two field experiments on altruism and intertemporal choice**, Anna Bremen, Volume 95, Issues 11–12, December 2011, PP. 1349-1357.
- (17) Rebecca A. Klege, Martine Visser, Saugato Datu. Matthew Darling. (2018). **School of Economics**, University of Cape Town, South Africa, January 2018.
- (١٨) محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، الأردن، دار الثقافة، ٢٠٠٢م، ص ٢٣٥-٢٣٦.
- (١٩) ينظر: فايز الزعبي، "تقييم المستهلك الأردني لبعض المؤشرات الاقتصادية في ظل الظروف الراهنة والمستقلة"، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، الأردن، مجلد ١، عدد ٢، ١٩٨٦م، ص ١٧٠-١٧٤، و د. ماجدة إبراهيم سيد فرج، "العوامل المحددة لحجم

- وَأَتْجَاهِ الْإِسْتِهْلَاكِ الْنَهَائِيِّ لِلْقَطَاعِ الْعَائِلِيِّ"، معهد التخطيط القومي، القاهرة، ١٩٨٨م، ص ١٢-٣٦.
- (٢٠) يوسف كمال محمد، فقه اقتصاد السوق، دار النشر للجامعات، القاهرة، ١٩٩٨م، ص ٩١ وما بعدها.
- (٢١) عيسى بن عنابي، سلوك المستهلك، ديوان المطبوعات، الجزائر، ٢٠٠٣م، ص ١٤١.
- (22) Bem, D. (1972). **Self-perception Theory** in Berkowitz, L (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology* 6, PP. 1-62, (London: Academic Press).
- (23) Higgins, T. (1987). **Self-discrepancy: A Theory relating self to affect** in *Psychological Review* 94, PP. 319-340. Jackson, T. (2005). **Motivating Sustainable Consumption**, available from the Sustainable Development Research Network at: www.sd-research.org.uk.
- (24) Zaltman and wallendor, (1983). **Consumer Behavior, Basic Findings and Management Implications**, 2nd Ed. John Wiley and Sons Inc., New York, P. 445.
- (25) FCA. (2013). **Applying behavioral economics at the Financial Conduct Authority**, Occasional Paper No. 1.
- (٢٦) عيسى بن عنابي، مرجع سابق، ص ١١٣.
- (٢٧) حمود، عمر، **تقنيات التسويق**، شعاع للنشر والتسويق، سوريا، ٢٠٠٥م، ص ٣٣٧.
- (28) Jackson, T. (2005). **Motivating Sustainable Consumption**, available: from the Sustainable Development Research Network at: www.sd-research.org.uk.
- (29) Kotler, Philip; Keller, Kevin, (2009). **Marketing management**, Pearson one prentice Hall, New Jersey, 13th Ed., P. 190.
- (30) Jersey, Kotter, Philip, Armstrong, Gary, (2008). **Principles of marketing**, 12th Ed., Pearson, prestic Hall, London, P. 138.
- (31) Mellott, (1983). **Fundamentals of Consumer Behavior**, Pern Well Book, Tulsa, P. 43.
- (٣٢) ماكس فيبر، الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية، ترجمة د. أويكر باقادر، و د. أكرم طاشكندي، مكتبة مصباح، جدة، ١٤٠٩هـ، ص ١٠٧-١٠٨.
- (٣٣) الغزالي، الإحياء، ج ٤، د.ت، ص ٢٠١.
- (٣٤) زهير الصباغ، نظرة سلوكية إلى سلوك المستهلك، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، عدد ٧، ١٩٨٢م، ص ١٤٣-١٤٥.
- (٣٥) المرجع السابق، ص ١٤٣-١٤٥.
- (٣٦) أحمد شاكر العسكري، التسويق مدخل استراتيجي، دار الشروق، عمان، ٢٠٠٣م، ص ٧٤.
- (٣٧) محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر، الأردن، ٢٠٠٤م، (ط٤)، ص ١٣.
- (٣٨) الشاطبي، الموافقات، مرجع سابق، ج ٣، ص ١٦٩.
- (٣٩) سعيد مرطان، مدخل للفكر الاقتصادي في الإسلام، مرجع سابق، ص ١٠٩-١١٧.
- (٤٠) انظر: حول محددات الاستهلاك: أسامة العاني وآخرون، محددات الاستهلاك في الإسلام في ضوء مقاصد الشريعة، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، جامعة آل البيت، الأردن، المجلد (١٧)، العدد (١)، ٢٠٢١م، ص ١٤٣ وما بعدها.
- (٤١) يوسف، أحمد، القيم الإسلامية في السلوك الاقتصادي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٤١٠هـ، ص ٥٧-٩٧، وسانو، قطب. المدخرات، أحكامها وطرق تكوينها واستثمارها في الفقه الإسلامي، عمان، دار النفائس، ٢٠٠١م، ص ٨١.

- والسبباني، عبد الجبار، الاستخلاف والتركيب الاجتماعي في الإسلام، عمان، دار وائل للنشر، ٢٠٠٣م، (ط١). والشاطبي، أبو إسحاق، الموافقات في أصول الأحكام، لبنان، دار المعرفة، ١٣٩٣هـ.
- (٤٢) انظر حول هذا الموضوع، أنماط السلوك الاقتصادي: المفاهيم والأسس، المؤتمر السنوي السابع عشر (استراتيجية الادارة والسياسات الاقتصادية الحاكمة)، مصر، ١٩٨١م، ص ٤٥٢ وما بعدها.
- * هنالك من يرى أنه يمنع من باب السياسة الشرعية توجيه الإنفاق الاستهلاكي إلى السلع الأجنبية المستوردة في المجتمع المسلم؛ سداً لذريعة ما يؤدي إليه عدم توطئ الطلب الاستهلاكي إلى هجر الطلب على السلع المحلية.
- (٤٣) انظر: عبادة، إبراهيم عبد الحليم، ومساعد راشد، الجمهور، قاعدة ما حرم سداً للذريعة أبيح للمصلحة الراجحة تأصيلها، وتطبيقاتها وآثارها الاقتصادية، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، جامعة آل البيت، الأردن، المجلد (١٦)، العدد (١)، ٢٠٢٠م، ص ٢٩٩.
- (٤٤) عفر، محمد عبد المنعم، مستويات الاستهلاك وأنماطه وضوابطه في المجتمع الإسلامي. بحث مقدم إلى: ندوة التنمية من منظور إسلامي. عمان، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب التابع للبنك الإسلامي للتنمية، جدة، ١٩٩١م.
- (٤٥) السبباني، عبد الجبار، الوجيز في الفكر الاقتصادي الوضعي والإسلامي، عمان، دار وائل للنشر، ٢٠٠١م.
- (٤٦) السبباني، عبد الجبار، الوجيز في الفكر الاقتصادي الوضعي والإسلامي، عمان، دار وائل للنشر، ٢٠٠١م.
- (٤٧) الغزالي، أبو حامد محمد بن محمد، المستصفى، تحقيق: محمد عبد السلام عبد الشافي، دار الكتب العلمية، ١٤١٣هـ- ١٩٩٣م، ج ١، (ط١)، ص ١٧٤.
- (٤٨) الشاطبي إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي، الموافقات، دار ابن عفان، ١٤١٧هـ-١٩٩٧م، ج ٢، (ط١)، ص ١٧.
- (٤٩) الزرقا، محمد أنس، صياغة إسلامية لجوانب من دالة المصلحة الاجتماعية ونظرية سلوك المستهلك. مجلة بحوث الاقتصاد الإسلامي، السعودية، جامعة الملك عبدالعزيز، المجلد (١)، العدد (٢)، ١٩٩١م.
- (٥٠) المحجوب، رفعت، الاقتصاد السياسي، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٨٠م، حجبر، مبارك، السياسات المالية، القاهرة، الدار القومية للطباعة، د.ت.
- (51) J.M. (1957). **The General Theory of Employment, Interest and Money**. London: McMillan.
- (٥٢) عبد النبي، علي، المبادئ الاقتصادية في الإسلام والبناء الاقتصادي للدولة الإسلامية، القاهرة: دار الفكر، ١٩٨٢م، (ط٢)، ص ٣٠.
- (٥٣) سانو، قطب، المدخرات، أحكامها وطرق تكوينها واستثمارها في الفقه الإسلامي، عمان، دار النفائس، ٢٠٠١م، ص ٨١، وانظر: مدحت السبعوي، إدارة الموارد الاقتصادية، دار النفائس، عمان، ٢٠١٦م، ص ٢٣١ وما بعدها.
- (54) Van Bavel, René, (2013). **Applying Behavioral Sciences to EU Policy-making**, PP. 13.
- (55) Lunn, Pete, (2014). **Regulatory Policy and Behavioral Economics**, Paris, OECD, PP. 74.
- (56) Mefleh Al-Jarrah and others. (2023). **Motives of Customer Adoption to Dealing with Jordanian Islamic Banks**. Review of Economics and Finance, 2023, 21, 2231-2240.
- * وهي تعني: الابتعاد عن كل أشكال التعاملات المحظورة أو التي تقود إلى محذور، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر والابتعاد عن مواطن الشبهات وتصحيح الاختلالات التي قد تحدث في عمل البنوك الإسلامية عن طريق هيئات الرقابة الشرعية.
- (٥٧) انظر: إبراهيم عبد الحليم عبادة، وآخرون، رأس المال المخاطر وعلاقته بالتمويل الإسلامي، مجلة جامعة القصيم العلمية

- (العلوم الشرعية)، المجلد (١٠)، العدد (٤)، (٣١ يوليو/ تموز ٢٠١٧م).
- (٥٨) إبراهيم عبادة، مؤشرات الأداء في البنوك الإسلامية، مرجع سابق، ص ٥٧.
- (٥٩) شوقي بورقبة، الكفاءة التشغيلية للمصارف الإسلامية: دراسة تطبيقية مقارنة، دار النفائس، عمان، ٢٠١٤م.
- (٦٠) المرجع السابق نفسه.
- (61) Maysa'a Munir Milhem & Ibrahim Abed Alhaleem Abadeh, **The Impact of Macroeconomic Variables on Banks profitability and liquidity: An Empirical Study on Islamic and Conventional banks in Jordan**, the International Journal of Economic Perspectives has been accepted as suggested by our reviewers and will be published in Volume 12, Issue 2 (June 2018).
- (٦٢) إبراهيم عبادة، مؤشرات الأداء في البنوك الإسلامية، ص ٨٤. وانظر: أحمد، تسويق الخدمات المصرفية، ص ٣٢، وانظر: إبراهيم عبادة، وعبد الله بدارين، التحوط من مخاطر الاستثمار باستخدام الهندسة المالية الإسلامية، المؤتمر الدولي الرابع للمالية الإسلامية، الجامعة الأردنية، ٢٠١٧م.

المراجع:

المراجع باللغة العربية:

- أبراش، إبراهيم، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق، ٢٠٠٩م.
- أسامة العاني وآخرون، محددات الاستهلاك في الإسلام في ضوء مقاصد الشريعة، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، جامعة آل البيت، الأردن، المجلد (١٧)، العدد (١)، ٢٠٢١م.
- أحمد، يوسف، القيم الإسلامية في السلوك الاقتصادي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٤١٠هـ.
- أمين، جلال، فلسفة علم الاقتصاد، دار الشروق، القاهرة، ٢٠١٤م.
- جرادات، محمود وإبراهيم عبادة، ضوابط الاقتصاد الإسلامي المتعلقة بالسلوك الاستهلاكي والادخاري والاستثماري ودورها في توفير التمويل اللازم للتنمية، مجلة التسويق الإسلامي العالمية، لندن، المجلد (٧)، العدد (٣)، أيلول ٢٠١٨م.
- جودت عبد الهادي، مبادئ التوجيه والإرشاد النفسي، عمان، ٢٠٠٤م.
- حمود، عمر، تقنيات التسويق، شعاع للنشر والتسويق، سوريا، ٢٠٠٥م.
- الدويري، زايد نواف، الاقتصاد السلوكي تقدير اقتصادي إسلامي، أطروحة دكتوراه، جامعة اليرموك، ٢٠٢١م.
- الزرقا محمد أنس، صياغة إسلامية لجوانب من دالة المصلحة الاجتماعية ونظرية سلوك المستهلك، مجلة بحوث الاقتصاد الإسلامي، السعودية، جامعة الملك عبدالعزيز، ١٩٩١م.
- الزعبي، فايز، تقييم المستهلك الأردني لبعض المؤشرات الاقتصادية في ظل الظروف الراهنة والمستقلة، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، الأردن، المجلد (١)، العدد (٢)، ١٩٨٦م.
- سانو، قطب، المدخرات، أحكامها وطرق تكوينها واستثمارها في الفقه الإسلامي، عمان، دار النفائس، ٢٠٠١م.
- السايح، أحمد، آفاق إسلامية في السلوك التربوي، مجلة التربية، قطر، العدد (١٢٤)، ١٩٩٨م.
- السبعوي، مدحت، إدارة الموارد الاقتصادية، دار النفائس، عمان، ٢٠١٦م.

- السبھاني، عبد الجبار، مدخل إسلامي إلى النظرية الاقتصادية الجزئية، إريد، الأردن، ٢٠١٨م.
- السبھاني، عبد الجبار، الوجيز في الفكر الاقتصادي الوضعي والإسلامي، عمان، دار وائل للنشر، ٢٠٠١م.
- السبھاني، عبد الجبار، الاستخلاف والتركيب الاجتماعي في الإسلام، عمان، دار وائل للنشر، ٢٠٠٣م، (ط١).
- سيد فرج وماجدة إبراهيم، العوامل المحددة لحجم واتجاه الاستهلاك النهائي للقطاع العائلي، معهد التخطيط القومي، القاهرة، ١٩٨٨م.
- الشاطبي إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي، الموافقات، دار ابن عفان، ١٤١٧هـ/١٩٩٧م، ج٢، (ط١).
- الشاطبي، أبو إسحاق، الموافقات في أصول الأحكام، لبنان، دار المعرفة، ١٣٩٣هـ.
- شوقي بورقبة، الكفاءة التشغيلية للمصارف الإسلامية، دراسة تطبيقية مقارنة، دار النفائس، عمان، ٢٠١٤م.
- شيحة، مصطفى رشدي، الاقتصاد العام للرفاهية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٩٣م.
- الصباغ، زهير، نظرة سلوكية إلى سلوك المستهلك، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، العدد (٧)، ١٩٨٢م.
- عبادة، إبراهيم وبدارين، عبد الله، التحوط من مخاطر الاستثمار باستخدام الهندسة المالية الإسلامية، المؤتمر الدولي الرابع للمالية الإسلامية، الجامعة الأردنية، ٢٠١٧م.
- عبادة، إبراهيم عبد الحليم ومساعد راشد الجمهور، قاعدة ما حرم سدا للذريعة أبيح للمصلحة الراجحة تأصيلها، وتطبيقاتها وأثارها الاقتصادية، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، جامعة آل البيت، الأردن، المجلد (١٦)، العدد (١)، ٢٠٢٠م.
- عبادة، إبراهيم وآخرون، رأس المال المخاطر وعلاقته بالتمويل الإسلامي، مجلة جامعة القصيم العلمية (العلوم الشرعية)، المجلد (١٠)، العدد (٤)، (٣١ يوليو/تموز ٢٠١٧م).
- عبد الرحمن سليمان، السواء في النظريات النفسية والآيات القرآنية، مكتبة زهراء الشوق، القاهرة، ١٩٩٦م.
- عبد النبي، علي، المبادئ الاقتصادية في الإسلام والبناء الاقتصادي للدولة الإسلامية، القاهرة، دار الفكر، ١٩٨٠م (ط٢).
- عبيدات، محمود، الحوراني، ياسر، الاقتصاد السلوكي الإسلامي، دراسة في العقلانية المقيدة والانحيازات، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (٥٦)، ٢٠٢٤.
- عبيدات، محمد إبراهيم، سلوك المستهلك مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر، الأردن، ٢٠٠٤م، (ط٤).
- العسكري، أحمد شاكر، التسويق مدخل استراتيجي، دار الشروق، عمان، ٢٠٠٣م.
- عفر، محمد عبدالمنعم، مستويات الاستهلاك وأنماطه وضوابطه في المجتمع الإسلامي، بحث مقدم إلى: ندوة التنمية من منظور إسلامي، عمان، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب التابع للبنك الإسلامي للتنمية، جدة، ١٩٩١م.
- عنابي، عيسى، سلوك المستهلك، ديوان المطبوعات، الجزائر، ٢٠٠٣م.
- الغزالي، أبو حامد محمد بن محمد، المستصفى، تحقيق: محمد عبد السلام عبد الشافي، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، ١٤١٣هـ/١٩٩٣م، ج١.
- فيبر، ماكس، الأخلاق البروتستانتية وروح الرأسمالية، ترجمة د. أوبكر باقادر، و د. أكرم طاشكندي، مكتبة مصباح، جدة، ١٤٠٩هـ.
- القرضاوي، يوسف، دور القيم والأخلاق في الاقتصاد الإسلامي، مكتبة وهبة، ١٩٩٥م.
- كمال محمد، يوسف، فقه اقتصاد السوق، دار النشر للجامعات، القاهرة، ١٩٩٨م.

- المحجوب، رفعت، الاقتصاد السياسي، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٨١م. حجير، مبارك، السياسات المالية، القاهرة، الدار القومية للطباعة، د.ت.
- مركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي، تطور علم الاقتصاد الإسلامي، المعهد الاسلامي للبحوث والتدريب، جدة، ٢٠٠٠م، (ط٢).
- المؤذن، محمد صالح، مبادئ التسويق، الأردن، دار الثقافة، ٢٠٠٢م.
- يوسف، محمد إسماعيل، أنماط السلوك الاقتصادي، المفاهيم والأسس، المؤتمر السنوي السابع عشر (استراتيجية الإدارة والسياسات الاقتصادية الحاكمة)، مصر، ١٩٨١م.

المراجع الإنجليزية:

- Adam Smith. (1970). **The Theory of moral sentiment**, 6th Ed., Metairie, Obra Edition, E-Published on Brazil, 2006.
- **Behavioral Insights and Public Policy Lessons from Around the World**, Lessons from OECD, 2017, AROUG.
- FCA. (2013). **Applying behavioral economics at the Financial Conduct Authority**, Occasional Paper No.1.
- J.M. (1957). **The General Theory of Employment**, Interest and Money. London: McMillan.
- Jackson, T. (2005). **Motivating Sustainable Consumption**, available: from the Sustainable Development Research Network at: www.sd-research.org.uk.
- Jersey, Kotter, Philip, Armstrong, Gary, (2008). **Principles of marketing**, 12th Ed., pearson, prestic Hall, London.
- **Journal of Public Economics Give more tomorrow: Two field experiments on altruism and intertemporal choice**, Anna Breman, Volume 95, Issues 11–12, December, 2011.
- Kahneman, D. (2002). **Maps of Bounded Rationality: A Perspective of Intuitive Judgment and Choice**. Nobel Prize Lecture.
- Kahneman, D. (2011). **Thinking Fast and Slow**. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin, (2009). **Marketing management**, pearson one prentice Hall, New Jersey, 13th Ed.
- Lunn, Pete, (2014). **Regulatory Policy and Behavioural Economics**. Paris, OECD.
- Maysa'a Munir Milhem & Ibrahim Abed Alhaleem Abadeh, The Impact of Macroeconomic Variables on Banks profitability and liquidity: An Empirical Study on Islamic and Conventional banks in Jordan, **the International Journal of Economic Perspectives** has been accepted as suggested by our reviewers and will be published in Volume 12, Issue 2 (June 2018).
- Mefleh Al-Jarrah and others. Motives of Customer Adoption to Dealing with Jordanian Islamic Banks. **Review of Economics and Finance**, 2023, 21, 2231-2240.
- Mellott, (1983). **Fundamentals of Consumer Behavior**, Pern Well Book, Tulsa,.

- Rebecca A. Klege, Martine Visser, Saugato Datu. Matthew Darling,. **School of Economics**, University of Cape Town, South Africa, January 2018.
- Van Bavel, René , (2013), **Applying Behavioral Sciences to EU Policy-making**.

المراجع مرومنة:

- Abd al-Rahmān Sulaymān, alswā' fī al-nazarīyāt al-nafsīyah wa-al-āyāt al-Qur'ānīyah, Maktabat Zahrā' al-Shaqq, al-Qāhirah, 1996.
- Aḥmad al-Sāyih, Āfāq Islāmīyah fī al-sulūk al-tarbawī, Majallat al-Tarbiyah, Qaṭar, 1998.
- Aḥmad Shākīr al-'Askarī, al-Taswīq madkhal istirāṭijī, Dār al-Shurūq, 'Ammān, 2003.
- 'Afar, Muḥammad 'bdālmn'm. (1991). "mustawayāt al-istihlāk wa-anmāṭihi wa-ḍawābiṭuhu fī al-mujtama' al-Islāmī". baḥṭh muqaddam ilā: Nadwat al-tanmiyah min manzūr Islāmī. 'Ammān: al-Ma'had al-Islāmī lil-Buḥūth wa-al-Tadrīb al-tābi' lil-Bank al-Islāmī lil-Tanmiyah, Jiddah.
- Amīn, Jalāl, Falsafat 'ilm al-iqtisād, Dār al-Shurūq, al-Qāhirah, 2014.
- Budda al-Jabbār al-Sabhānī, madkhal Islāmī ilā al-nazarīyah al-iqtisādīyah al-juz'īyah, Irbid, al-Urdun.
- al-Duwayrī, Zāyid Nawwāf, al-iqtisād al-sulūkī taqdīr iqtisādī Islāmī, aṭrwḥh duktūrāh, Jāmi'at al-Yarmūk, Irbid, al-Urdun, 2021.
- Fāyiz al-Zu'bī, "Taḡyīm al-mustahlik al-Urdunī li-ba'd al-Mu'ashshirāt al-iqtisādīyah fī zill al-zurūf al-rāhinah wālmstqllah", Majallat Mu'tah lil-Buḥūth wa-al-Dirāsāt, al-Urdun, mujallad 1, 'dd2, 1986.
- Jawdat 'Abd al-Hādī, Mabādi' al-Tawjīh wa-al-Irshād al-nafsī, 'Ammān, 2004.
- Lṣṭfā Rushdī Shīḥah, al-iqtisād al-'āmm llrfāhyh – al-Dār al-Jāmi'īyah lil-Ṭibā'ah wa-al-Nashr – Bayrūt 1993.
- Markaz Abḥāth al-iqtisād al-Islāmī, Taṭawwur 'ilm al-iqtisād al-Islāmī, al-Ma'had al-Islāmī lil-Buḥūth wa-al-Tadrīb, Jiddah, (T2).
- Mājīdah Ibrāhīm Sayyid Faraj, "al-'awāmil almḥddidh lhjm wāttijāh al-istihlāk al-nihā'ī lil-qitā' al-'ā'ilī", Ma'had al-Takhṭīṭ al-Qawmī, al-Qāhirah, 1988.
- Īsā ibn 'Annābī. sulūk al-mustahlik, Dīwān al-Maṭbū'āt, al-Jazā'ir, 2003.
- Muḥammad Farīd al-Ṣaḥn. al-Taswīq, al-Dār al-jamā'īyah, Miṣr.
- Max fybr, "al-akhlāq albrwtstāntynih wa-rūḥ al-ra'smāliyah", tarjamat D. abwbkr Bāqādir, Wad. Akram Ṭāshkandī, Maktabat Miṣbāḥ, Jiddah, 1409AH.
- Muḥammad Ibrāhīm 'Ubaydāt, sulūk al-mustahlik madkhal istirāṭijī, al-Ṭab'ah al-rābi'ah, Dār Wā'il lil-Nashr, al-Urdun, 2004.
- Qayyim al-istihlāk wālādkhār wa-al-Intāj: 'Ubādah, Ibrāhīm w'bābnh, Muḥammad, Dawr al-Qayyim al-Nabawīyah fī tawjīh sulūk al-Muslim al-iqtisādī "al-muntaj wālmsthlk, al-Majallah al-'Ālamīyah lil-Taswīq al-Islāmī, Landan al-Mamlakah al-Muttaḥidah, mujallad 6 '3, Aylūl 2017.

- Ibn Qayyim al-Jawzīyah, Muḥammad ibn Abī Bakr ibn Ayyūb ibn Sa‘d Shams al-Dīn: Miftāḥ Dār al-Sa‘ādah wa-manshūr Wilāyat al-‘Ilm wa-al-irādah, Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah, Bayrūt, j2, ṣ5.
- Yūsuf, Aḥmad: al-Qayyim al-Islāmīyah fī al-sulūk al-iqtisādī, Dār al-Thaqāfah lil-Nashr wa-al-Tawzī‘, al-Qāhirah, 1410AH.
- Sānū, Quṭb. al-Muddakharāt, aḥkāmuhā wa-ṭuruq takwīnuhā wa-istithmāruhā fī al-fiqh al-Islāmī. ‘Ammān: Dār al-Nafā’is, 2001.
- al-Sabhānī, ‘bdāljbār. (2003). al-Istikhālāf wa-al-tarkīb al-ijtimā‘ī fī al-Islām. ‘Ammān: Dār Wā’il lil-Nashr.
- al-Sabhānī, ‘bdāljbār. (2001). al-Wajīz fī al-Fikr al-iqtisād al-waḍ‘ī wa-al-Islāmī. ‘Ammān: Dār Wā’il lil-Nashr.
- al-Ghazālī, Abū Ḥāmid Muḥammad ibn Muḥammad: al-Mustaṣfā, taḥqīq: Muḥammad ‘Abd al-Salām ‘Abd al-Shāfi, Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah, al-Ṭab‘ah al-ūlā, 1413AH.
- al-Shātibī Ibrāhīm ibn Mūsā ibn Muḥammad al-Lakhmī: al-Muwāfaqāt, Dār Ibn ‘Affān, al-Ṭab‘ah al-ūlā 1417hAH/1997.
- Anmāt al-sulūk al-iqtisādī: al-mafāhīm wa-al-usus, al-Mu’tamar al-Sanawī al-sābi‘ ‘ashar (istirātijīyah al-Idārah wa-al-siyāsāt al-iqtisādīyah al-ḥākimah), mṣr1981, P. 452 wa-mā ba’dahā.
- Sunan al-Tirmidhī, Dār Iḥyā’ al-Turāth al-‘Arabī, taḥqīq Aḥmad Muḥammad Shākir, Bayrūt, (D, Ṭ), (D. t), j5, ṣ123, Kitāb al-aṭ‘imah, Bāb mā jā’a Inna Allāh Yaḥyā an yarā Athar n’mth ‘alā ‘Abduh, Ḥadīth raqm 2819.
- Maḥmūd Jarādāt wa Ibrāhīm ‘Ubādah, Ḍawābiṭ al-iqtisād al-Islāmī al-muta’alliqah bi-al-sulūk al-istihlākī wālādkhāry wa-al-istithmārī wa-dawruhā fī tawfīr al-tamwīl al-lāzim lil-Tanmiyah, Majallat al-Taswīq al-Islāmī al-‘Ālamīyah, Landan, mujallad 7, ‘3, Aylūl l2018.
- al-Mahjūb, Rif’at. (1980). al-iqtisād al-siyāsī. al-Qāhirah: Dār al-Nahḍah al-‘Arabīyah., Ḥujayr, Mubārak. (D. t). al-Siyāsāt al-mālīyah. al-Qāhirah: al-Dār al-Qawmīyah lil-Ṭibā‘ah.
- ‘Abd al-Nabī, ‘Alī. (1980). al-mabādī’ al-iqtisādīyah fī al-Islām wa-al-binā’ al-iqtisādī lil-dawlah al-Islāmīyah. al-Qāhirah: Dār al-Fikr. (T2).
- Sānū, Quṭb. (2001). al-Muddakharāt, aḥkāmuhā wa-ṭuruq takwīnuhā wa-istithmāruhā fī al-fiqh al-Islāmī. ‘Ammān: Dār al-Nafā’is.
- Ibrāhīm ‘Abd al-Ḥalīm ‘Ubādah, wa-ākharūn (Ra’s al-māl al-makhāṭir wa-‘alāqatuhu bāltmwyīl al-Islāmī). Majallat Jāmi‘at al-Qaṣīm al-‘Ilmīyah (al-‘Ulūm al-shar‘īyah). Maqbūl lil-Nashr bi-tārīkh 12/11/1432 al-muwāfiq 9/10/2011.
- Shawqī bwrqbh, al-kafā’ah altshghylyh lil-maṣārīf al-Islāmīyah: dirāsah ṭabṭiqīyah muqāranah, Dār al-Nafā’is, ‘Ammān, 2014.
- Ibrāhīm ‘Ubādah, wa-‘Abd Allāh Badārīn, al-Taḥawwuṭ min Makhāṭir al-istithmār bi-istikhdām al-Handasah al-mālīyah al-Islāmīyah, al-Mu’tamar al-dawlī al-rābi‘ Ilmālyh al-Islāmīyah, al-Jāmi‘ah al-Urdunīyah, 2017.

- 'Ubādah, Ibrāhīm 'Abd al-Ḥalīm, wmsā'd Rāshid al-jumhūr, Qā'idat mā ḥaram sdā lldhry'h abyḥ lil-Maşlahah alrājhh ta'sīluhā, wa-taṭbīqātuhā wa-āthāruhā al-iqtisādīyah, al-Majallah al-Urdunīyah fī al-Dirāsāt al-Islāmīyah, Jāmi'at Āl al-Bayt, al-Urdun,, mj16, 'adad 1, 2020.
- Ubaydāt, Maḥmūd, al-Ḥūrānī, Yāsir, al-iqtisād al-sulūkī al-Islāmī, dirāsah fī al-'aqlānīyah al-muqayyadah wālānhyāzāt, al-Majallah al-Dawlīyah lil-'Ulūm al-Insānīyah wa-al-Ijtimā'īyah, 2024
- Usāmah al-'Ānī wa-ākharūn, Muḥaddidāt al-istihlāk fī al-Islām fī daw' Maqāsid al-sharī'ah, al-Majallah al-Urdunīyah fī al-Dirāsāt al-Islāmīyah, Jāmi'at Āl al-Bayt, al-Urdun,, mj17, 'adad 1, 2021.
- Yūsuf al-Qarādāwī, Dawr al-Qayyim wa-al-akhlāq fī al-iqtisād al-Islāmī, Maktabat Wahbah, 1995.
- Yūsuf Kamāl Muḥammad, fiqh iqtisād al-Sūq, Dār al-Nashr lil-Jāmi'āt, al-Qāhirah, 1998.
- Zuhayr al-Şabbāgh, "nazrah sulūkīyah ilā sulūk al-mustahlik", Majallat al-Idārah wa-al-iqtisād, al-Jāmi'ah al-Mustanşirīyah, Baghdād, 7, 1982.