



مجلة العلوم الإنسانية
بجامعة حائل



جامعة حائل
University of Ha'il

مجلة العلوم الإنسانية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة حائل



السنة الثامنة، العدد 28
المجلد الأول، ديسمبر 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جامعة حائل

مجلة العلوم الإنسانية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة حائل

للتواصل:

مركز النشر العلمي والترجمة

جامعة حائل، صندوق بريد: 2440 الرمز البريدي: 81481



<https://uohjh.com/>



j.humanities@uoh.edu.sa

نبذة عن المجلة

تعريف بالمجلة

مجلة العلوم الإنسانية، مجلة دورية علمية محكمة، تصدر عن وكالة الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي بجامعة حائل كل ثلاثة أشهر بصفة دورية، حيث تصدر أربعة أعداد في كل سنة، وبحسب اكتمال البحوث المجازة للنشر. وقد نجحت مجلة العلوم الإنسانية في تحقيق معايير اعتماد معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية، والتي يبلغ عددها (32) معياراً، وقد أُطلق ذلك خلال التقرير السنوي الثامن للمجلات للعام 2023.

رؤية المجلة

التميز في النشر العلمي في العلوم الإنسانية وفقاً لمعايير مهنية عالمية.

رسالة المجلة

نشر البحوث العلمية في التخصصات الإنسانية؛ لخدمة البحث العلمي والمجتمع المحلي والدولي.

أهداف المجلة

تهدف المجلة إلى إيجاد منافذ رصينة؛ لنشر المعرفة العلمية المتخصصة في المجال الإنساني، وتمكن الباحثين -من مختلف بلدان العالم- من نشر أبحاثهم ودراساتهم وإنتاجهم الفكري لمعالجة واقع المشكلات الحياتية، وتأسيس الأطر النظرية والتطبيقية للمعارف الإنسانية في المجالات المتنوعة، وفق ضوابط وشروط ومواصفات علمية دقيقة، تحقيقاً للجودة والريادة في نشر البحث العلمي.

قواعد النشر

لغة البحث

- 1- تقبل المجلة البحوث المكتوبة باللغتين العربية والإنجليزية.
- 2- يُكتب عنوان البحث وملخصه باللغة العربية للبحوث المكتوبة باللغة الإنجليزية.
- 3- يُكتب عنوان البحث وملخصه ومراجعته باللغة الإنجليزية للبحوث المكتوبة باللغة العربية، على أن تكون ترجمة الملخص إلى اللغة الإنجليزية صحيحة ومتخصصة.

مجالات النشر في المجلة

تهتم مجلة العلوم الإنسانية بجامعة حائل بنشر إسهامات الباحثين في مختلف القضايا الإنسانية الاجتماعية والأدبية، إضافة إلى نشر الدراسات والمقالات التي تتوفر فيها الأصول والمعايير العلمية المتعارف عليها دولياً، وتقبل الأبحاث المكتوبة باللغة العربية والإنجليزية في مجال اختصاصها، حيث تعنى المجلة بالتخصصات الآتية:

- علم النفس وعلم الاجتماع والخدمة الاجتماعية والفلسفة الفكرية العلمية الدقيقة.
- المناهج وطرق التدريس والعلوم التربوية المختلفة.
- الدراسات الإسلامية والشريعة والقانون.
- الآداب: التاريخ والجغرافيا والفنون واللغة العربية، واللغة الإنجليزية، والسياحة والآثار.
- الإدارة والإعلام والاتصال وعلوم الرياضة والحركة.

أوعية نشر المجلة

تصدر المجلة ورقياً حسب القواعد والأنظمة المعمول بها في المجلات العلمية المحكمة، كما تُنشر البحوث المقبولة بعد تحكيمها إلكترونياً لتعم المعرفة العلمية بشكل أوسع في جميع المؤسسات العلمية داخل المملكة العربية السعودية وخارجها.

ضوابط وإجراءات النشر في مجلة العلوم الإنسانية

أولاً: شروط النشر

1. أن يتسم بالأصالة والجدة والابتكار والإضافة المعرفية في التخصص.
2. لم يسبق للباحث نشر بحثه.
3. ألا يكون مستلماً من رسالة علمية (ماجستير / دكتوراه) أو بحوث سبق نشرها للباحث.
4. أن يلتزم الباحث بالأمانة العلمية.
5. أن تراعى فيه منهجية البحث العلمي وقواعده.
6. عدم مخالفة البحث للضوابط والأحكام والآداب العامة في المملكة العربية السعودية.
7. مراعاة الأمانة العلمية وضوابط التوثيق في النقل والاقتباس.
8. السلامة اللغوية ووضوح الصور والرسومات والجداول إن وجدت، وللمجلة حقها في مراجعة التحرير والتدقيق النحوي.

ثانياً: قواعد النشر

1. أن يشتمل البحث على: صفحة عنوان البحث، ومستخلص باللغتين العربية والإنجليزية، ومقدمة، وصلب البحث، وخاتمة تتضمن النتائج والتوصيات، وثبت المصادر والمراجع باللغتين العربية والإنجليزية، والملاحق اللازمة (إن وجدت).
2. في حال (نشر البحث) يُرَوِّد الباحث بنسخة إلكترونية من عدد المجلة الذي تم نشر بحثه فيه، ومستلماً لبحثه.
3. في حال اعتماد نشر البحث تُؤل حقوق نشره كافة للمجلة، ولها أن تعيد نشره ورقياً أو إلكترونياً، ويحق لها إدراجه في قواعد البيانات المحليّة والعالمية - بمقابل أو بدون مقابل - وذلك دون حاجة لإذن الباحث.
4. لا يحق للباحث إعادة نشر بحثه المقبول للنشر في المجلة إلا بعد إذن كتابي من رئيس هيئة تحرير المجلة.
5. الآراء الواردة في البحوث المنشورة تعبر عن وجهة نظر الباحثين، ولا تعبر عن رأي مجلة العلوم الإنسانية.
6. النشر في المجلة يتطلب رسوماً مالية قدرها (1000 ريال) يتم إيداعها في حساب المجلة، وذلك بعد إشعار الباحث بالقبول الأولي وهي غير مستردة سواء أجزيت للبحث للنشر أم تم رفضه من قبل المحكمين.

ثالثاً: الضوابط والمعايير الفنية لكتابة وتنظيم البحث

1. ألا تتجاوز نسبة الاقتباس في البحوث (25%).
2. الصفحة الأولى من البحث، تحتوي على عنوان البحث، اسم الباحث أو الباحثين، المؤسسة التي ينتسب إليها- جهة العمل، عنوان المراسلة والبريد الإلكتروني، وتكون باللغتين العربية والإنجليزية على صفحة مستقلة في بداية البحث. الإعلان عن أي دعم مالي للبحث- إن وجد. كما يقوم بكتابة رقم الهوية المفتوحة للباحث ORCID بعد الاسم مباشرة. علماً بأن مجلة العلوم الإنسانية تنصح جميع الباحثين باستخراج رقم هوية خاص بهم، كما تتطلب وجود هذا الرقم في حال إجازة البحث للنشر.
3. ألا يرد اسم الباحث (الباحثين) في أي موضع من البحث إلا في صفحة العنوان فقط.

4. ألا تزيد عدد صفحات البحث عن ثلاثين صفحة أو (12.000) كلمة للبحث كاملاً أيهما أقل بما في ذلك الملخصان العربي والإنجليزي، وقائمة المراجع.
5. أن يتضمن البحث مستخلصين: أحدهما باللغة العربية لا يتجاوز عدد كلماته (200) كلمة، والآخر بالإنجليزية لا يتجاوز عدد كلماته (250) كلمة، ويتضمن العناصر التالية: (موضوع البحث، وأهدافه، ومنهجه، وأهم النتائج) مع العناية بتحريرها بشكل دقيق.
6. يُتبع كل مستخلص (عربي/إنجليزي) بالكلمات الدالة (المفتاحية) (Key Words) المعبرة بدقة عن موضوع البحث، والقضايا الرئيسية التي تناولها، بحيث لا يتجاوز عددها (5) كلمات.
7. تكون أبعاد جميع هوامش الصفحة: من الجهات الأربعة (3) سم، والمسافة بين الأسطر مفردة.
8. يكون نوع الخط في المتن باللغة العربية (Traditional Arabic) وبحجم (12)، وباللغة الإنجليزية (Times New Roman) وبحجم (10)، وتكون العناوين الرئيسية في اللغتين بالبنط الغليظ. (Bold).
9. يكون نوع الخط في الجدول باللغة العربية (Traditional Arabic) وبحجم (10)، وباللغة الإنجليزية (Times New Roman) وبحجم (9)، وتكون العناوين الرئيسية في اللغتين بالبنط الغليظ (Bold) ..
10. يلتزم الباحث برومنة المراجع العربية (الأبحاث العلمية والرسائل الجامعية) ويقصد بها ترجمة المراجع العربية (الأبحاث والرسائل العلمية فقط) إلى اللغة الإنجليزية، وتضمينها في قائمة المراجع الإنجليزية (مع الإبقاء عليها باللغة العربية في قائمة المراجع العربية)، حيث يتم رومنة (Romanization / Transliteration) اسم، أو أسماء المؤلفين، متبوعة بسنة النشر بين قوسين (يقصد بالرومنة النقل الصوتي للحروف غير اللاتينية إلى حروف لاتينية، تمكّن قراء اللغة الإنجليزية من قراءتها، أي: تحويل منطوق الحروف العربية إلى حروف تنطق بالإنجليزية)، ثم يتبع بالعنوان، ثم تضاف كلمة (in Arabic) بين قوسين بعد عنوان الرسالة أو البحث. بعد ذلك يتبع باسم الدورية التي نشرت بها المقالة باللغة الإنجليزية إذا كان مكتوباً بها، وإذا لم يكن مكتوباً بها فيتم ترجمته إلى اللغة الإنجليزية.

مثال إيضاحي:

- الشمري، علي بن عيسى. (2020). فاعلية برنامج إلكتروني قائم على نموذج كيلر (ARCS) في تنمية الدافعية نحو مادة لغتي لدى تلاميذ الصف السادس الابتدائي. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة حائل، 1(6)، 98-87.
- Al-Shammari, Ali bin Issa. (2020). The effectiveness of an electronic program based on the Keeler Model (ARCS) in developing the motivation towards my language subject among sixth graders. (in Arabic). Journal of Human Sciences, University of Hail.1(6), 98-87
- السميري، ياسر. (2021). مستوى إدراك معلمي المرحلة الابتدائية للإستراتيجيات التعليمية الحديثة التي تلبى احتياجات التلاميذ الموهوبين من ذوي صعوبات التعلم. المجلة السعودية للتربية الخاصة، 18(1): 48-19.
- Al-Samiri, Y. (2021). The level of awareness of primary school teachers of modern educational strategies that meet the needs of gifted students with learning disabilities. (in Arabic). The Saudi Journal of Special Education, 18 (1): 19-48
11. يلي قائمة المراجع العربية، قائمة بالمراجع الإنجليزية، متضمنة المراجع العربية التي تم رومنتها، وفق ترتيبها الهجائي (باللغة الإنجليزية) حسب الاسم الأخير للمؤلف الأول، وفقاً لأسلوب التوثيق المعتمد في المجلة.

12. تستخدم الأرقام العربية أينما ذكرت بصورتها الرقمية. (Arabic.... 1,2,3) سواء في متن البحث، أو الجداول و الأشكال، أو المراجع، وترقم الجداول و الأشكال في المتن ترقيماً متسلسلاً مستقلاً لكل منهما ، ويكون لكل منها عنوانه أعلاه ، ومصدره - إن وجد - أسفله.
13. يكون الترقيم لصفحات البحث في المنتصف أسفل الصفحة، ابتداءً من صفحة ملخص البحث (العربي، الإنجليزي)، وحتى آخر صفحة من صفحات مراجع البحث.
14. تدرج الجداول والأشكال- إن وجدت- في مواقعها في سياق النص، وترقم بحسب تسلسلها، وتكون غير ملونة أو مظلمة، وتكتب عناوينها كاملة، ويجب أن تكون الجداول والأشكال والأرقام وعناوينها متوافقة مع نظام APA.

رابعاً: توثيق البحث

أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية (APA7)

خامساً: خطوات وإجراءات التقديم

1. يقدم الباحث الرئيس طلباً للنشر (من خلال منصة الباحثين بعد التسجيل فيها) يتعهد فيه بأن بحثه يتفق مع شروط المجلة، وذلك على النحو الآتي:
أ. البحث الذي تقدمت به لم يسبق نشره (ورقياً أو إلكترونياً)، وأنه غير مقدم للنشر، ولن يقدم للنشر في وجهه أخرى حتى تنتهي إجراءات تحكيمه، ونشره في المجلة، أو الاعتذار للباحث لعدم قبول البحث.
ب. البحث الذي تقدمت به ليس مستلاً من بحوث أو كتب سبق نشرها أو قدمت للنشر، وليس مستلاً من الرسائل العلمية للماجستير أو الدكتوراه.
ج. الالتزام بالأمانة العلمية وأخلاقيات البحث العلمي.
د. مراعاة منهج البحث العلمي وقواعده.
هـ. الالتزام بالضوابط الفنية ومعايير كتابة البحث في مجلة حائل للعلوم الإنسانية كما هو في دليل الكتابة العلمية المختصر بنظام APA7.
2. إرفاق سيرة ذاتية مختصرة في صفحة واحدة حسب النموذج المعتمد للمجلة (نموذج السيرة الذاتية).
3. إرفاق نموذج المراجعة والتدقيق الأولي بعد تعبئته من قبل الباحث.
4. يرسل الباحث أربع نسخ من بحثه إلى المجلة إلكترونياً بصيغة (WORD) نسختين و (PDF) نسختين تكون إحداهما بالصيغتين خالية مما يدل على شخصية الباحث.
5. يتم التقديم إلكترونياً من خلال منصة تقديم الطلب الموجودة على موقع المجلة (منصة الباحثين) بعد التسجيل فيها مع إرفاق كافة المرفقات الواردة في خطوات وإجراءات التقديم أعلاه.
6. تقوم هيئة تحرير المجلة بالفحص الأولي للبحث، وتقرير أهليته للتحكيم، أو الاعتذار عن قبوله أولاً أو بناء على تقارير المحكمين دون إبداء الأسباب وإخطار الباحث بذلك
7. تملك المجلة حق رفض البحث الأولي ما دام غير مكتمل أو غير ملتزم بالضوابط الفنية ومعايير كتابة البحث في مجلة حائل للعلوم الإنسانية.
8. في حال تقرر أهلية البحث للتحكيم يخطر الباحث بذلك، وعليه دفع الرسوم المالية المقررة للمجلة (1000) ريال غير مستردة من خلال الإيداع على حساب المجلة ورفع الإيصال من خلال منصة التقديم المتاحة على موقع المجلة، وذلك خلال مدة خمسة أيام عمل منذ إخطار الباحث بقبول بحثه أولاً وفي حالة عدم السداد خلال المدة المذكورة يعتبر القبول الأولي ملفياً.

9. بعد دفع الرسوم المطلوبة من قبل الباحث خلال المدة المقررة للدفع، ورفع سند الإيصال من خلال منصة التقديم، يرسل البحث لمحكمين اثنين؛ على الأقل.
10. في حال اكتمال تقارير المحكمين عن البحث؛ يتم إرسال خطاب للباحث يتضمن إحدى الحالات التالية:
- أ. قبول البحث للنشر مباشرة.
 - ب. قبول البحث للنشر؛ بعد التعديل.
 - ج. تعديل البحث، ثم إعادة تحكيمه.
 - د. الاعتذار عن قبول البحث ونشره.
11. إذا تطلب الأمر من الباحث القيام ببعض التعديلات على بحثه، فإنه يجب أن يتم ذلك في غضون (أسبوعين) من تاريخ الخطاب) من الطلب. فإذا تأخر الباحث عن إجراء التعديلات خلال المدة المحددة، يعتبر ذلك عدولا منه عن النشر، ما لم يقدم عذرا تقبله هيئة تحرير المجلة.
12. يقدم الباحث الرئيس (حسب نموذج الرد على المحكمين) تقرير عن تعديل البحث وفقاً للملاحظات الواردة في تقارير المحكمين الإجمالية أو التفصيلية في متن البحث
13. للمجلة الحق في الحذف أو التعديل في الصياغة اللغوية للدراسة بما يتفق مع قواعد النشر، كما يحق للمحررين إجراء بعض التعديلات من أجل التصحيح اللغوي والفني. وإلغاء التكرار، وإيضاح ما يلزم.
14. في حالة رفض البحث من قبل المحكمين فإن الرسوم غير مستردة.
15. إذا رفض البحث، ورغب المؤلف في الحصول على ملاحظات المحكمين، فإنه يمكن تزويده بهم، مع الحفاظ على سرية المحكمين. ولا يحق للباحث التقدم من جديد بالبحث نفسه إلى المجلة ولو أجريت عليه جميع التعديلات المطلوبة.
16. لا تردّ البحوث المقدمة إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر، ويخطر المؤلف في حالة عدم الموافقة على النشر
17. ترسل المجلة للباحث المقبول بحثه نسخة معتمدة للطباعة للمراجعة والتدقيق، وعليه إنجاز هذه العملية خلال 36 ساعة.
18. لهيئة تحرير المجلة الحق في تحديد أولويات نشر البحوث، وترتيبها فنيًا.



المشرف العام

سعادة وكيل الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي

أ. د. هيثم بن محمد السيف

هيئة التحرير

رئيس هيئة التحرير

أ. د. بشير بن علي اللويش
أستاذ الخدمة الاجتماعية

أعضاء هيئة التحرير

د. وافي بن فهد الشمري
أستاذ اللغويات (الإنجليزية) المشارك

أ. د. سالم بن عبيد المطيري
أستاذ الفقه

د. ياسر بن عايد السميري
أستاذ التربية الخاصة المشارك

أ. د. منى بنت سليمان الذبياني
أستاذ الإدارة

د. نواف بنت عبدالله السويداء
أستاذ تقنيات تعليم التصاميم والفنون المشارك

د. نواف بن عوض الرشيد
أستاذ تعليم الرياضيات المشارك

محمد بن ناصر اللحيدان
سكرتير التحرير

د. إبراهيم بن سعيد الشمري
أستاذ النحو والصرف المشارك

الهيئة الاستشارية

أ. د. فهد بن سليمان الشايع
جامعة الملك سعود - مناهج وطرق تدريس

Dr. Nasser Mansour
University of Exeter. UK – Education

أ. د. محمد بن مترك القحطاني
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - علم النفس

أ. د. علي مهدي كاظم
جامعة السلطان قابوس بسلطنة عمان - قياس وتقويم

أ. د. ناصر بن سعد العجمي
جامعة الملك سعود - التقييم والتشخيص السلوكي

أ. د. حمود بن فهد القشعان
جامعة الكويت - الخدمة الاجتماعية

Prof. Medhat H. Rahim
Lakehead University - CANADA
Faculty of Education

أ. د. رقية طه جابر العلواني
جامعة البحرين - الدراسات الإسلامية

أ. د. سعيد يقطين
جامعة محمد الخامس - سرديات اللغة العربية

Prof. François Villeneuve
University of Paris 1 Panthéon Sorbonne
Professor of archaeology

أ. د. سعد بن عبد الرحمن البازعي
جامعة الملك سعود - الأدب الإنجليزي

أ. د. محمد شحات الخطيب
جامعة طيبة - فلسفة التربية



تعزيز ثقافة الاستهلاك الرشيد للموارد الاقتصادية من منظور الاقتصاد السلوكي: دراسة على المجتمع السعودي

Promoting Sustainable Resource Consumption from the Perspective of Behavioral Economics: A study on the Saudi Society

د. عبد السلام بن أحمد سومر¹

¹ أستاذ الاقتصاد الإسلامي المساعد، قسم الاقتصاد، كلية الأنظمة والاقتصاد، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، المملكة العربية السعودية.

<https://orcid.org/0000-0002-4624-0857>

Dr. Abdulsalam Ahmed Sawmar¹

¹ Assistant Professor of Islamic Economics ، Department of Economics ، College of Systems and Economics ، Islamic University of Madinah ، Kingdom of Saudi Arabia.

قُدِّمَ للنشر في 20/05/2025، وقَبِلَ للنشر في 07/08/2025

المستخلص:

تهدف هذه الورقة لاستعراض نظريات الاقتصاد السلوكي وأدواته لفهم دوافع السلوكيات الفردية والجماعية المتعلقة بأنماط الاستهلاك ومن ثم التعرف على إمكانية الاستفادة من الاقتصاد السلوكي لتوجيه الناس نحو استهلاك رشيد ومستدام، مع التركيز على تطبيقات معينة كالماء والكهرباء والطعام. ويعتمد البحث على المنهج الوصفي والتحليلي لمراجعة الأدبيات السابقة في موضوعي ترشيد الاستهلاك والاقتصاد السلوكي وتطبيقاته في المجالات المختلفة، واستنباط تطبيقات مختلفة معززة بأمثلة لطريقة توظيف أدوات الاقتصاد السلوكي كالوكز، والتأطير، والتعزيز، والتحفيز الذاتي، ونحوها لتوجيه الناس نحو استهلاك رشيد للموارد الاقتصادية خصوصاً في السياق المحلي في المملكة العربية السعودية. وقد توصل البحث إلى أنه لا زال هناك فجوة بحثية وتطبيقية لتطبيق تدخلات الاقتصاد السلوكي بشكل منهجي ومتكامل في المملكة العربية السعودية والاستفادة من نظرياته وأدواته في مختلف المجالات، ومن ضمنها تعزيز ثقافة الاستهلاك الرشيد، وأن توظيف الاقتصاد السلوكي يتطلب التكامل والتعاون بين مختلف الجهات الرسمية ومؤسسات المجتمع المدني لتصميم وتنفيذ التدخلات السلوكية لتوجيه المستهلكين نحو استهلاك مستدام ورشيد للموارد الاقتصادية. وتضمنت الورقة العديد من الأفكار والمقترحات المشتقة من أدوات الاقتصاد السلوكي مع توضيح وتسمية الأطراف ذات العلاقة والتي يمكن لها الاستفادة من هذه الأفكار خصوصاً مع انفتاح المملكة العربية السعودية على الاقتصاد السلوكي، ويتوقع أن يساهم البحث ونتائجه في فهم كيفية توظيف الاقتصاد السلوكي وأدواته لتعزيز ثقافة الاستهلاك الرشيد والمستدام في المجتمع السعودي خصوصاً وغيره من المجتمعات عموماً.

الكلمات المفتاحية: الاستهلاك الرشيد، الاقتصاد السلوكي، الموارد الاقتصادية، التوجيه السلوكي، المملكة العربية السعودية

Abstract

The present paper aims to explore the theories and tools of behavioral economics to better understand the drivers of individual and collective behaviors related to consumption patterns. It also seeks to examine the potential of employing behavioral economics to guide people toward more rational and sustainable consumption, with a particular focus on specific applications such as water, electricity, and food. This study employs a descriptive and analytical methodology to review the existing literature on rational consumption and behavioral economics and its applications across various domains. It further derives practical applications, supported by examples, illustrating how behavioral economics tools, such as nudging, framing, reinforcement, and self-motivation, can be utilized to steer individuals toward responsible consumption of economic resources, especially within the local context of the Kingdom of Saudi Arabia. The paper concludes with a set of insights and recommendations drawn from behavioral economics, highlighting the relevant stakeholders who could benefit from such approaches. This is particularly relevant given Saudi Arabia's increasing openness to integrating behavioral economics into its policies. The study's findings are expected to contribute to a better understanding of how behavioral economics can be employed to foster a culture of rational and sustainable consumption in Saudi society, and in other societies more broadly.

Keywords: rational consumption, behavioral economics, economic resources, behavioral guidance, Saudi Arabia

للاستشهاد المرجعي: سومر، عبد السلام بن أحمد. (2025). تعزيز ثقافة الاستهلاك الرشيد للموارد الاقتصادية من منظور الاقتصاد السلوكي: دراسة على المجتمع السعودي. مجلة العلوم الإنسانية بجامعة حائل، 01 (28).

Funding: There is no funding for this research..

التمويل: لا يوجد تمويل لهذا البحث.

مقدمة

وزيادة الإنفاق على الكماليات، بالإضافة إلى أضرار بيئية واضحة مثل ارتفاع معدلات الهدر والتغير المناخي.

وقد تناولت دراسات سابقة قديمة وحديثة مشكلة الاستهلاك الترفي في المجتمع السعودي، مشيرة إلى تفاقم هذه المشكلة في ظل تأثير العولمة ووسائل الإعلام الحديث التي تروج لثقافة الاستهلاك المظهري والتفاخري، وسهولة اللجوء إلى القروض الاستهلاكية، وغياب التخطيط المالي المستدام. وتشير الإحصاءات إلى ارتفاع الاستهلاك إجمالاً في عدة مجالات، تتناول الإنفاق على التسوق والمشترىات واللجوء إلى القروض الاستهلاكية، وارتفاع استهلاك المياه والطاقة بمعدلات مرتفعة، بالإضافة إلى تدني معدلات الادخار بين الأسر السعودية مقارنة بغيرها من الدول العشرين والعديد من الدول المتقدمة بحسب تقرير KPMG (2020).

ومع بروز الاقتصاد السلوكي ضمن الأدوات الفاعلة للتأثير على مستوى سلوكيات المستهلكين والسياسات الحكومية، تبرز الحاجة الماسة لمعالجة مشكلة الاستهلاك غير الرشيد بالبحث فيما وراء السياسات التقليدية، وتبني استراتيجيات وبرامج وسياسات أكثر فعالية لمعالجة المشكلة أو التخفيف من أثارها على مستوى الأفراد والأسر والمجتمع ككل.

وبناء عليه تتمثل مشكلة البحث في السؤال الرئيسي: كيف يمكن توظيف أدوات الاقتصاد السلوكي بفعالية لتعزيز ثقافة الاستهلاك الرشيد للموارد الاقتصادية في السياق السعودي؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس الأسئلة التالية:

- 1- ما أهمية ترشيد الاستهلاك في الأدبيات السابقة الاقتصادية عموماً، وفي الاقتصاد الإسلامي خصوصاً؟
- 2- ما هو واقع الاستهلاك الترفي والثقافة الاستهلاكية في المجتمع السعودي من خلال الأدبيات السابقة؟

3- ما هو مفهوم الاقتصاد السلوكي، وما هي أبرز أدواته التي يمكن من خلالها توجيه السلوكيات؟

4- كيف يمكن توظيف أدوات الاقتصاد السلوكي لتعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك، خصوصاً في سياق المجتمع السعودي؟

أهداف البحث

يهدف البحث بشكل رئيس إلى تحليل واقع الاستهلاك غير الرشيد للموارد الاقتصادية في المجتمع السعودي، واستكشاف الدور الممكن لأدوات الاقتصاد السلوكي في تعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك، ويتفرع عنه الأهداف الآتية:

1- استعراض أبرز الدراسات والأدبيات في أهمية ترشيد الاستهلاك من المنظور الاقتصادي التقليدي والاقتصاد الإسلامي.

إن ظاهرة الاستهلاك غير الرشيد للموارد الاقتصادية من المشكلات التي تواجه الكثير من المجتمعات عموماً، وفي الدول النامية خصوصاً، حيث تؤدي هذه الظاهرة إلى استنزاف الموارد غير المستدامة، واستهلاك معظم الدخل خصوصاً لدى الأسر ذات الدخل المتوسط والمحدود، بالإضافة إلى كونها سبب لظهور العديد من المشكلات الاقتصادية والاجتماعية على مستوى الأفراد والمجتمعات.

وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن سلوك المستهلك وقرارته تتأثر بعدة عوامل اقتصادية واجتماعية ونفسية، أدت إلى نشوء ما سماه عدد من الباحثين بثقافة الاستهلاك (آل رشود، وآخرون، 2018؛ الرميح، 2011؛ المطوع، 1996)، والعلاقة بين الثقافة والاستهلاك قادت الكثير من الباحثين لدراسة كيفية تشكيلها وتأثيرها. وتأثير الثقافة على الاستهلاك أمر مستقر في كثير من الأدبيات التي تناولتها بالدراسة وخصوصاً مع تأثير سلوك المستهلكين بالرأسمالية الحديثة والعولمة، ونفوذ الشركات متعددة الجنسيات، والحملات التسويقية والترويجية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتأثير الأقران والمشاهير، والسياق المحوم نحو تملك السلع الكمالية والتفاهة والتفاخر والتباهي بها (الرميح، 2011؛ المطوع، 1996).

كما ظهرت أبحاث تركز على الجوانب السلبية للثقافة الاستهلاكية، كالثقافة الترفي وغير الرشيد، ويمكن تعريف الاستهلاك الترفي بأنه مجاوزة حد الاعتدال فيما يستهلك فوق حاجة الانسان وقدراته المادية. بحيث يؤدي في الغالب إلى تحول الكماليات إلى ضروريات والاكثار من الاستهلاك غير الضروري وتراجع الإنتاجية، كما يصاحبها مظاهر الترف والتفاخر والمباهاة، والتي تغيب عنها أهداف الاستهلاك الحقيقية كالمصلحة والإحساس بالسعادة (الرميح، 2011).

كما أن في الاستهلاك الترفي وغير الرشيد جنوح عن الآداب والأخلاق الإسلامية وقد يوقع أحياناً في الاستهلاك المحرم إذا وصل إلى الإسراف واستهلاك السلع المحرمة، وقد جاء ذم الإسراف في الاستهلاك في عدة مواضع من الكتاب والسنة، بالإضافة لخطر تأثير هذه الثقافة الاستهلاكية الضارة على منظومة القيم والأخلاق الاجتماعية لدى المجتمع المسلم.

مشكلة البحث

تطلق مشكلة البحث من التصاعد الملحوظ لظاهرة الاستهلاك غير الرشيد للموارد الاقتصادية في المجتمعات المعاصرة عموماً، وفي سياق المجتمع السعودي خصوصاً، مما يؤدي إلى استنزاف الموارد الاقتصادية، وتفاقم المشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي تلحق الأفراد والمجتمعات مثل ضعف الادخار

2- التعرف على واقع الاستهلاك الترفي والثقافة الاستهلاكية في المجتمع السعودي

3-التعريف بالاقتصاد السلوكي وأبرز أدواته التي يمكن تطبيقها في إطار ترشيد الاستهلاك

4-تقديم مقترحات وخطوات عملية لصانعي القرار وأصحاب المصلحة حول سبل توظيف أدوات الاقتصاد السلوكي في تعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك

منهجية البحث

تعتمد هذه الدراسة على المنهجية الوصفية والتحليلية من خلال إجراء مراجعة أدبية عامة للأبحاث والدراسات ذات العلاقة بموضوع الاستهلاك غير الرشيد للموارد الاقتصادية ودور الاقتصاد السلوكي في ترشيده في خصوصاً في سياق المجتمع السعودي. وترتكز هذه المنهجية المتبعة على استعراض الأدبيات التي تتناول بوضوح أحد محاور البحث الأساسية وهي أنماط الاستهلاك في المجتمع السعودي والعوامل الثقافية والاقتصادية المؤثرة على قرارات المستهلكين، وتجارب تطبيق أدوات الاقتصاد السلوكي في سياقات مختلفة، مع الالتزام باختيار المراجع من الدراسات والبحوث المحكمة، والتقارير الرسمية الصادرة عن جهات إحصائية رسمية أو موثوقة والمحدثة حسب الإتاحة.

وباستخدام أسلوب المسح المنهجي للمصادر لجمع الأدبيات ذات الصلة، بالاعتماد على قواعد البيانات الأكاديمية، مثل Web of Science، Google Scholar، والمواقع الرسمية للجهات الحكومية والمالية، تم تصنيف الأدبيات وفق محاور البحث (ثقافة الاستهلاك ومحدداتها، وترشيد الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي وفي أدبيات الاقتصاد التقليدي، والاقتصاد السلوكي وأدواته وإمكانية توظيفه لتعزيز ثقافة الاستهلاك الرشيد). كما ركزت المنهجية التحليلية على إبراز مدى ملاءمة توظيف أدوات الاقتصاد السلوكي في سياقات متعددة واستنباط ما يناسب موضوع هذه الدراسة في تعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك، واستنباط تصور مقترح بتوظيف هذه الأدوات في سياق المجتمع السعودي.

المبحث الأول: الثقافة الاستهلاكية وترشيد الاستهلاك في الأدبيات السابقة

يعد موضوع الاستهلاك من الموضوعات التي أثارت اهتمام الباحثين قديماً ولا زالت في مختلف المجالات العلمية، ورغم أن موضوع الاستهلاك يعد موضوع رئيسياً في الدراسات الاقتصادية باعتباره أحد أركان البحث الاقتصادي الكلاسيكي المتمثل في الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، إلا أن الأبحاث التي تدرس ظاهرة الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية امتدت لتشمل مجالات أخرى كعلوم الاجتماع والتربية وعلم النفس.

والاستهلاك في نظر الاقتصاديين الكلاسيكيين كان مؤشراً على الانتعاش الاقتصادي، حيث تركز دراساتهم على الاستهلاك بصفة عامة دون النظر في ثقافة الاستهلاك وعوامل اكتسابها وتأثيراتها على نمط الحياة وقيم وثقافة المجتمع (آل رشود وآخرون، 2018).

وفي إطار هذا المبحث، سنتناول موضوع ترشيد الاستهلاك في الأدبيات السابقة في مجال الاقتصاد والمجالات العلمية الأخرى كما نسلط الضوء على منظور الاقتصاد الإسلامي، ويتلوهما مطلب عن الثقافة الاستهلاكية وواقع الاستهلاك للموارد الاقتصادية في المملكة العربية السعودية.

المطلب الأول: ترشيد الاستهلاك في ضوء الأدبيات السابقة

يعرف الاستهلاك بأنه استخدام السلع والخدمات في إشباع الحاجات، وهو أمر يختلف من فرد إلى آخر ومن فئة اجتماعية إلى أخرى ومن زمن لآخر، ويختلف باختلاف أهداف الاستهلاك أو الحاجات التي يسعى الأفراد لإشباعها من خلال الاستهلاك. كما يعرف السلوك الاستهلاكي بكيفية تصرف الأفراد والجماعات عند اتخاذ قرارات الشراء، بما في ذلك العوامل النفسية والاجتماعية، والاقتصادية التي تؤثر على اختيار المنتجات والخدمات واستخدامها والتخلص منها (الريمح، 2011).

ووفقاً للفكر الاقتصادي الرأسمالي يُعتبر الاستهلاك هو المحرك الأساسي للنمو الاقتصادي، وعادة ما يشار إلى الاستهلاك على أنه أحد عناصر الطلب الكلي بالإضافة إلى الاستثمار، وهي نظرة تعكس قيمة الاستهلاك ودوره في تحريك عجلة الاقتصاد، فكلما ارتفع الإنفاق الاستهلاكي، زادت معدلات الإنتاج، وتوسعت الأسواق، وارتفعت الأرباح، مما يؤدي إلى نمو اقتصادي سريع، وهذه الفلسفة جعلت الاستهلاك عاملاً أساسياً لبقاء النظام الرأسمالي واستمراره (آل رشود وآخرون، 2018).

والدراسات في سلوك المستهلك وفهم العوامل المؤثرة على قراره كانت ولا زالت محل اهتمام الاقتصاديين، فهناك العديد من النماذج الاقتصادية التي تحاول وضع نظرية تفسر سلوك المستهلك، فبحسب النظرية الكينزية فإن دوافع الاستهلاك تنبني على عدد من العوامل المؤثرة على الاستهلاك، ومن هذه العوامل ما يصنف على أنه عوامل ذاتية تعود لطبيعة الفرد كالعادات والتقاليد، ومنها ما يصنف على أنها عوامل موضوعية مثل الدخل والثروة، وأسعار الفائدة، والسياسات المالية والنقدية للدولة مثل الضرائب ونحوها (قندوز، 2019).

وأبرز هذه العوامل تأثيراً كما تشير النظرية الكينزية هو حجم الدخل، فمع كل زيادة في الدخل يزيد معها الإنفاق الاستهلاكي، وإن كان بنسبة أقل عند الأخذ في الاعتبار عامل الادخار. وقد أشار بعض الاقتصاديين إلى عامل الدخل النسبي،

وقد شهدت العقود الأخيرة صعود مفهوم الاقتصاد المستدام والذي يسعى إلى تحقيق توازن بين النمو الاقتصادي والمحافظة على الموارد الطبيعية. وفي ظل المخاطر البيئية المتزايدة، بدأ يُنظر إلى النزعة الاستهلاكية المفرطة على أنها مصدر رئيسي للتلوث ومساهم في التغير المناخي ومهددة لاستدامة الموارد، فظهرت العديد من القيود المفروضة على التلوث ومسبباته من قبل الحكومات مما دفع بعض الشركات الكبرى إلى إعادة النظر في استراتيجياتها الإنتاجية.

المطلب الثاني: ترشيد الاستهلاك في أدبيات الاقتصاد الإسلامي

إن من أهداف النظام الاقتصادي الإسلامي بناء مجتمع إنساني متوازن يحقق العدالة لجميع الناس، ويقدم حلولاً واقعية للمشكلات والقضايا التي يواجهها المجتمع، وأهم ما يميز مبادئ الاقتصاد الإسلامي أنها مستنبطة من نظام رباني المصدر متكامل الجوانب، لا يختص بالجوانب العقدية والإيمان وإنما يمتد إلى الجوانب الإنسانية والاقتصادية والمجتمعية.

والمال هو عصب الحياة وقوامها، وحفظه هو أحد الضروريات الخمس التي جاءت جميع الشرائع السماوية بحفظها وصيانتها، وهي حفظ الدين وحفظ النفس وحفظ النسل وحفظ المال وحفظ العقل، حيث منعت الشريعة التعدي على الناس وعلى أموالهم وأعراضهم وأكل حقوقهم بالباطل، ويدخل في هذا الباب أيضاً ما يعرف عند الفقهاء بالحجر على السفينة، ومنعه من التصرف في أمواله وتملكاته، وهذا المنع فيه مراعاة لمصلحته، لأنه قد يعرض ماله للضياع فيما لا فائدة فيه، كالصبي الذي لا يعرف قيمة المال فيمنع من التصرف بماله لعدم اكتمال عقله، كما قال تعالى: {وَلَا تَوَلُّوْا أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا} (سورة النساء، آية 5). فمنعهم من التصرف في المال حفظ ماله من أن يتسلط عليه ضعاف النفوس للسرقة والنصب والاحتيال وإفناق الأموال في أوجوه غير مشروعة (المرزوقي، 2008).

ويعتبر الاستهلاك في الإسلام عبادة إذا قصد به المسلم وجه الله تعالى وتحري الكسب الحلال واستهلاك الطيبات والتقوى على عبادة الله سبحانه وتعالى والعمل الصالح ونفع نفسه ومجتمعه، والاستهلاك هو جزء من النشاط الاقتصادي الإنساني وأمر فطري وضروري لبقاء الإنسان، وقد جاءت الأحكام والآداب والضوابط المستمدة من الشرع الخفيف لتنظيم هذا السلوك ليكون منضبطاً بعيداً عن الإسراف والإفراط الذي يؤدي إلى أزمات اقتصادية، فهو استهلاك رشيد منضبط بالقيود التي تعود بالنفع والفائدة على الفرد والمجتمع.

ومفهوم الاستهلاك الرشيد في الاقتصاد الإسلامي يعد منهجاً متكاملًا يهدف إلى تحقيق الرفاهية الاقتصادية للمجتمع

والذي يعني نسبة دخل الفرد إلى دخول الآخرين المحيطين به والذي يتولد عنها ظاهرة المحاكة، فالأسر التي تعيش في محيط واحد متقارب تحاكي بعضها في نمط الاستهلاك وإن كان هناك تفاوت في الدخل (قندوز، 2019).

ومفهوم ترشيد الاستهلاك لدى الاقتصاديين يعبر عنه حديثاً بمفهوم الاستهلاك المستدام، ويمكن تتبع تطوره بالرجوع لنظريات علماء الاقتصاد الذين تناولوا معنى ترشيد الاستهلاك بشكل غير مباشر ومن زوايا مختلفة، وفقاً لنظرياتهم الاقتصادية (ناصر وآمنة، 2015)، فمثلاً في الاقتصاد الكلاسيكي ركز آدم سميث على مبدأ كفاءة تخصيص الموارد، وأن الإنتاج والاستهلاك يجب أن يتبعاً قوانين العرض والطلب لتحقيق النمو الاقتصادي، فيتحقق ترشيد الاستهلاك مع كفاءة تخصيص الموارد، ووفقاً للفكر الكلاسيكي الجديد يركز جون ستوارت على مفهوم الادخار ويرى أن الاستهلاك المفرط يقلل من معدل التراكم الرأسمالي، مما قد يؤثر على الاستثمار والنمو الاقتصادي في المستقبل. ووفقاً للنظرية الكينزية، يرى جون كينز أن الإنفاق الاستهلاكي المحسوب يمكن أن يحفز الطلب الكلي، أي أنه إذا كان الاستهلاك غير رشيد فقد يؤدي إلى اختلالات اقتصادية مثل التضخم أو الأزمات المالية.

وهناك عدد من الاقتصاديين والباحثين الذين انتقدوا ظاهرة الإفراط في الاستهلاك ودعوا إلى ترشيده، ومن أبرز هذه الأعمال كتاب "مجتمع الاستهلاك" للفيلسوف الفرنسي جان بودريار والذي يناقش فيه كيف تحولت المجتمعات الرأسمالية إلى مجتمعات استهلاكية، بحيث يُقاس فيها قيمة الأفراد بما يمتلكونه من سلع، مما يؤدي إلى هدر الموارد وتآكل القيم الإنسانية. ويدعو الكاتب إلى ضرورة إعادة النظر في أنماط الاستهلاك السائدة في المجتمعات الرأسمالية، والتأكيد على أهمية الترشيد لتحقيق توازن بين النمو الاقتصادي والحفاظ على الموارد والقيم الاجتماعية (فتيحة ورشيد، 2022)، ورغم مرور أكثر من خمسين عاماً على صدور كتاب "مجتمع الاستهلاك"، إلا أن أفكاره لا تزال ذات صلة كبيرة، خاصة مع هيمنة التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، التي جعلت الاستهلاك أكثر ارتباطاً بالصورة الذاتية والمكانة الاجتماعية. حيث تتحكم الشركات الكبرى في أنماط الحياة من خلال الإعلانات والتكنولوجيا.

وبشكل عام يمكن القول إن الاقتصاد الرأسمالي بطبيعته لا يدعو لترشيد الاستهلاك، كونه يعتمد بشكل أساسي على تعزيز الاستهلاك كمحرك للنمو الاقتصادي. ويُعتبره قوة دافعة للإنتاج، ولزيادة الطلب على السلع والخدمات، مما يساعد في خلق الوظائف وتحفيز الاستثمار، والنمو الاقتصادي العام، بينما نقص الاستهلاك قد يؤدي إلى تباطؤ النمو الاقتصادي (قندوز، 2019)، ولكن في بعض الظروف، قد يتم الترويج لترشيد الاستهلاك في سياقات معينة، مثل أوقات الأزمات الاقتصادية، ففي حالة التضخم المرتفع، قد تدعو الحكومات إلى ضبط الإنفاق لمنع ارتفاع الأسعار بشكل كبير.

الصفات المنبوذة في الإسلام، ويكون سبب من أسباب العقوبة التي لا تقتصر على الفرد المفسد فقط وإنما قد تصيب المجتمع، كما جاء في الآية: ﴿وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَقُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْهَا الْقَوْلُ فَدَمَّرْنَاهَا تَدْمِيرًا﴾ (سورة الإسراء، آية 16).

كما حرم الإسلام اكتناز الأموال وحبسها الذي يعطلها عن أداء وظائفها الاقتصادية في الرواج والتداول بين الناس، وحث على الاستثمار والعمل وتحريك الأموال بما يعود بالنفع على الأفراد وعلى المجتمعات، والإنفاق في غير إفراط ولا تفريط، وقد حث النبي صلى الله عليه وسلم على استثمار أموال اليتامى، وتوظيفها في الأنشطة الاقتصادية واستثمارها، حتى لا تنقص بفعل الصدقة الواجبة فقال: «ألا من ولي يتيما له مال فليتجر فيه ولا يتركه حتى تأكله الصدقة» (الترمذي، ج 2، ص 25).

والاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي يرتكز على توجيه الإنفاق الاستهلاكي بحسب سلم الأولويات والمصالح، ويراعى فيها تقديم الأولويات على ما دونهما من الحاجيات ثم التحسينيات، والالتزام بأولويات الإنفاق الاستهلاكي واجب على المكلف، فيقدم الاستهلاك على ما تتوقف عليه حياة الإنسان كالمأكل والمشرب والملبس والمسكن، ثم تأتي بعد ذلك الحاجات الأخرى التي تدخل في باب الحاجيات وهي ما يرفع الحرج عن الناس ويدفع عنهم المشقة، ثم يكون الإنفاق على التحسينيات في المرتبة الثالثة، وهي تشمل كل ما يؤدي إلى تحقيق رغد العيش والرفاهية دون أن يدخل في نطاق التبذير والاسراف (المرزوقي، 2008)، ومفهوم الضروريات والحاجيات والتحسينيات يمكن أن يكون متغيرا حسب ظروف الحياة ومستجداها ومستوى المعيشة لأفراد المجتمع والإمكانات المتاحة لهم، كما أن إشباع الحاجات الأساسية يتفاوت باختلاف ظروف كل فرد وموارده المتاحة.

المطلب الثالث: واقع الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية في المملكة العربية السعودية

يوصف الإنسان المعاصر بأنه إنسان مستهلك، وقد تحول الاستهلاك إلى ثقافة تشمل أعداد كثيرة من جوانب الحياة، كما تغلغل في سلوكيات الإنسان، مما جعل هذا الموضوع يحتل مركزا أساسيا في الدراسات الاجتماعية بسبب زيادة الثقافة والنمط الاستهلاكي وتأثيرها على متغيرات كثيرة لا تقتصر على الجوانب الاقتصادية وإنما تمتد إلى الجوانب النفسية والاجتماعية، ولم يعد الاستهلاك مجرد إشباع للحاجات البيولوجية وإنما امتد إلى ارتباطه بالقيم والمكانة الاجتماعية (صقر، 2019).

ومع أن الاهتمام بدراسة السلوك الاستهلاكي في العلوم الاجتماعية يعتبر اهتماما قديما، إلا أنه قد زاد الاهتمام به في عدد من المجالات البينية بجانب الدراسات الاقتصادية، ومن ضمن هذه المجالات التي تتناول هذا الموضوع الدراسات الاجتماعية والتربوية

دون الإضرار بالمصالح العامة أو البيئة، ويمكن تعريف الاستهلاك الرشيد من منظور الاقتصاد الإسلامي على أنه عملية استخدام الموارد الاقتصادية بطريقة متوازنة وعقلانية، بحيث تلي احتياجات الفرد والمجتمع دون إسراف أو تقتير، وذلك وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية (الدحيلان، 2012).

وهذا المفهوم للاستهلاك الرشيد مستمد من المنظور الإسلامي للحياة والمادة، وبأن الإنسان مستخلف على مال الله وعليه أن يراقب الله سبحانه وتعالى في تصرفاته والتي منها استهلاك المال الذي استخلفه الله عليه، وأن يهتم بتحقيق التوازن بين الجانب المادي في الحياة الدنيا، والجوانب الروحية والاستعداد لحياة الآخرة، وهذه النظرة هي ما يميز مفهوم الاستهلاك في الاقتصاد الإسلامي الذي يأخذ بعين الاعتبار كلا من الجوانب المادية والروحية (الدحيلان، 2012)، بخلاف الفكر الاقتصادي التقليدي الذي يقتصر على الجانب المادي للاستهلاك، ولا يأخذ في الاعتبار الجوانب الروحية، فيكون الاستهلاك بمنظور المسلم وسيلة لتحقيق النفع الدنيوي والآخروي والتقرب إلى الله عز وجل، بينما في الرأسمالية غاية الاستهلاك هي تحقيق الرفاهية والسعادة للإنسان في الحياة الدنيا.

ومنهج الإسلام منهج وسطي فلا يأمر الإسلام بترك الدنيا والتشغف، أو الشح والتقتير في المعيشة على النفس وعلى من يعول (المرزوقي، 2008)، جاء في الحديث «إن الله يحب أن يرى أثر نعمته على عبده» (سنن الترمذي، ج 5، ص 124)، وفيه دلالة على جواز إظهار نعم الله سبحانه وتعالى على الإنسان، والتجمل في الملبس والمظهر، دون أن يكون هناك تكبرا أو رياء. كما حذر النبي صلى الله عليه وسلم من الشح والبخل والتقتير في النفقة الواجبة، وتعود النبي صلى الله عليه وسلم من البخل وحذر من الشح، قال صلى الله عليه وسلم «اللهم إني أعوذ بك من البخل...» (سنن أبي داود، ج 2، ص 133)، فالشح والبخل والامتناع عن النفقة الواجبة يعد انحرفا عن الهدى الإسلامي، كما أن الترف والطغيان وكفر النعم سبب لنزول العذاب، قال تعالى: ﴿كُلُّوْا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي وَمَنْ يَحِلَّ عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ﴾ (سورة طه، 81). وقال تعالى: ﴿وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ ءَامِنَةً مُطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِّنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَقَهَا اللَّهُ لِيَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ﴾ (سورة النحل، آية 112).

والإفراط في الاستهلاك يتنافى مع مبدأ الوسطية الذي نادى به الشرع بين الإفراط والتفريط، وقد حرمت الشريعة الإسراف والتبذير في الاستهلاك، فلا يصح أن يتجاوز الإنسان الحد إلى درجة الترف والشبع المفرط (المرزوقي، 2008)، وقد قال النبي صلى الله عليه وسلم «ما ملأ ابن آدم وعاء شرا من بطنه، بحسب بني آدم لقيمات يقمن صلبه، فإن كان لا محالة في صلة لطمه وتلث لشرا به وتلث لنفسه» (الترمذي، ج 4، ص 590). كما أن الإسراف في الاستهلاك والاهتمام المبالغ فيه بالمظاهر يعد من

جديدة قد تكون دخيلة أو مستوردة، وتؤدي المحاكاة والتقليد دورها في التأثير على العادات والتقاليد وتنتقل عادات المجتمعات الغربية إلى المجتمعات الشرقية (الريمح، 2011؛ المطوع، 1996).

كما أكدت العديد من الدراسات السابقة إلى أن نمط الاستهلاك لدى الأسر السعودية قد تعرض للتأثر مع هذه التغيرات الاجتماعية والاقتصادية، فالمجتمع السعودي جزء من هذه المجتمعات التي تعرضت ثقافته وهويته الأصيلة لتأثير الثقافة الاستهلاكية المستوردة مثله مثل بقية المجتمعات، وإن كان تأثير هذه الثقافة على المجتمع السعودي ربما يكون أقوى وأوضح بسبب ارتفاع مستوى الدخل والانفتاح على الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات، ومظاهر هذه الثقافة تشمل زيادة كبيرة في متطلبات الاستهلاك امتدت إلى الكماليات والبحث عن الرفاهية في سبل العيش، وانتقال كثير من الأسر للعيش في المدن، واقتناء كل جديد من الثقافات المادية المتوفرة في الأسواق (آل رشود وآخرون، 2018؛ صقر، 2019).

وقد أشارت دراسة (الريمح، 2011) إلى أن ثقافة الاستهلاك التريفي في المملكة العربية السعودية لم تولد لها ثقافة المجتمع وإنما جاءت بشكل أساسي نتيجة لبعض المتغيرات الثقافية والاجتماعية التي لعبت العولمة دورا هاما في تصديرها من الدول الرأسمالية إلى الدول النامية، فالانفتاح على العالم الخارجي والثقافات الأخرى نتج عنه انتقال عناصر ثقافة الاستهلاك من الدول المتقدمة، وساهم في هذا الانتقال التطورات التقنية المتسارعة في مجال الاتصال والتقنيات الإعلامية وأنماط التسويق وحركة الأسواق التي تسهل حصول الجماهير على السلع والخدمات الراضية، وتدعم النزعة الاستهلاكية لهم، وتدفع المواطن للهولة إليها بغض النظر عن مبدأ الجودة أو القيمة، ويساهم في زيادة هذه المشكلة غياب ثقافة الوعي الاستهلاكي الرشيد في التمييز بين الحاجات المختلفة وإعطاء الأولويات لأهم الحاجات حسب الدخل.

وفي دراسة للباحثين بخاري والجهني ((Abla Abdul-Ha-meed Bokhari, Safa Hamed Aljuhani, 2021)) تناولت بشكل أخص مشكلة الاستهلاك المظهري في المملكة العربية السعودية، والذي تزايد في العقود الأخيرة في ظل الطفرة التقنية التي يشهدها العالم التي أدت إلى زيادة حجم الإنتاج ونوع المنتجات وانتشرت معها الأسواق الإلكترونية والرقمية، ومعها زاد التوجه لاقتناء السلع الفاخرة والكماليات التي لم تعد سلوكا خاصا بالأثرياء فقط وإنما أصبحت سلوكا جماهيريا يمد حتى لذوي الدخل المحدود، ويتسم معها المجتمع بالاستهلاكية وشيوع الانفاق التريفي، وقد توصلت نتائج دراستهما إلى أن حجم الدخل المتاح بالإضافة إلى العوامل الديموغرافية كالجنس والحالة الاجتماعية والعمر والمستوى التعليمي لها تأثير مهم على سلوك المستهلكين

والنفسية، ومع شيوع النظرية النقدية في الفكر الاجتماعي لتفسير الاستهلاك توسعت أبعاد الموضوع وانطلقت إلى آفاق جديدة، وهذه النظرية النقدية لا يربطها شكل محدد وإنما تتميز بالعشوائية والتنوع وتعتمد بدرجة كبيرة على الأنماط الثقافية والاجتماعية وتأثيرها على حضارة المجتمع (صقر، 2019).

ويمكن تعريف الثقافة الاستهلاكية بأنها ثقافة مادية متعلقة باستهلاك السلع المادية، وترتبط بمعاني ورموز تحقق المتعة للمستهلك، وتخلق حالة من التناقض بين الواقع والأحلام الناتجة عن شراء السلع، كما تتميز بالطابع القهري الذي يدفع الناس للاستهلاك الكمالي دون الحاجة له (آل رشود، 2018)، وقد يلجأ البعض للاقتراض لتلبية وإشباع هذه الرغبات والزعات الاستهلاكية المفرطة في أغلب الأحوال، وتتأثر ثقافة الاستهلاك بالعولمة الاقتصادية والتي تؤثر في أساليب ونمط الحياة، والعادات والقيم والثقافة، والتي غالبا ما تكون بعيدة عن قيم الإنتاج والعمل.

ومراجعة الأدبيات التي تحدثت عن ثقافة الاستهلاك أشار عدد من الباحثين أن الثقافة الاستهلاكية ثقافة عالمية مرتبطة بعملية التحديث وتمر بعدة مراحل، وآخر مراحلها هو الاستهلاك الجماهيري الواسع بما يحقق للأفراد الرفاهية الاجتماعية ويضمن إشباع الحاجات الأساسية (صقر، 2019)، وقد وصلت الدول الغربية إلى هذه المرحلة في نهايات الخمسينيات من القرن الماضي وظهر بعدها فائض الإنتاج، فبدأت هذه الدول بتصدير هذا الفائض إلى الدول النامية، ومن خلال العولمة ووسائل الاتصال والإعلام الحديثة سعت بكل طاقتها في تصدير ثقافة الاستهلاك، وكانت الدول النامية تابعة للدول المتقدمة صناعيا في انتشار هذه الثقافة التي تسللت إلى الأفراد والمجتمعات عن طريق وسائل التكنولوجيا الحديثة والإعلانات وأصبحت مسيطرة على سلوك المستهلكين.

كما أشارت دراسة (المطوع، 1996) أن من أهم العوامل التي أدت للتأثير على السلوك الاستهلاكي ما حصل للمجتمعات الخليجية من تطورات حدثت بسبب الثروة النفطية والتي أدت لزيادة الدخل القومي والتأثير على مستويات المعيشة والنشاط الاقتصادي بصفة عامة بشكل إيجابي، بالإضافة لتأثير الجهود الرسمية نحو تحديث المجتمعات الخليجية وتأثير العولمة ووسائل التواصل والتي سهلت للمستهلكين الاحتكاك مع شعوب ودول العالم الأخرى، والتعرف على الثقافات الخارجية والتأثر بها والسعي للحاق بها.

ومما ساهم في انتشار الثقافة الاستهلاكية توظيف الثقافة والإعلام لنقل الأفكار والأنماط والثقافة الاستهلاكية السائدة في الغرب إلى مجتمعاتنا، ويشمل ذلك الترويج لبضائع مستوردة، وقد أكد باحثون أن الإعلان يمكن أن يولد ثقافة وقيم وعادات

النظرية والتي يمكن من خلالها التأثير على السلوك، ثم كيفية توظيف هذه الأدوات للتأثير على سلوك المستهلكين في تبني السلوكيات التي تساهم بتحقيق الاستدامة والاستهلاك الرشيد للموارد.

المطلب الأول: مفهوم الاقتصاد السلوكي ومبررات نشأته

لطالما افترضت النماذج الاقتصادية التقليدية أن الإنسان كائن عقلائي، يتخذ قراراته بناءً على مصلحة ذاتية واضحة، وبحسب التكاليف والمنافع بدقة متناهية، غير أن الواقع أثبت أن البشر لا يتصرفون دائماً بهذه الطريقة، بل يخضعون لعوامل نفسية واجتماعية تؤثر في قراراتهم الاقتصادية (Earl, 2018)، ومن هنا برز الاقتصاد السلوكي الذي يمزج بين الاقتصاد وعلم النفس لفهم كيف يتخذ الأفراد قراراتهم في الحياة اليومية والأسواق.

وتعود جذور الاقتصاد السلوكي إلى الانتقادات التي وُجّهت للنظريات الاقتصادية التقليدية التي تفترض أن الأفراد دائماً يتصرفون بعقلانية مطلقة، غير أن هذه الفكرة بدأت تواجه تحديات منذ القرن العشرين، عندما أشار بعض المفكرين إلى أن العواطف، والعادات، والتأثيرات الاجتماعية تلعب دوراً أساسياً في اتخاذ القرارات (Kanev & Terziev, 2017).

فالاقتصاد السلوكي هو منظور حديث لدراسة سلوك الإنسان والتعرف على العوامل المؤثرة على القرارات الاقتصادية، وهو يطرح نموذج بديل للاقتصاد التقليدي الذي يفترض عقلانية سلوك الإنسان وانتظامه وأنه يبحث دائماً عن المصلحة في ظل المعلومات المتوفرة والمتاحة له، فجاء علم الاقتصاد السلوكي ليمزج بين علم النفس والاجتماع وعلم الاقتصاد، وليسلط الضوء بشكل أكبر على العوامل النفسية والاجتماعية التي يبني عليها الأفراد وقراراتهم (الدويري وعبادة، 2021)، ولذلك فإن الاقتصاد السلوكي يستمد أدواته ومناهجه في البحث من علم الاقتصاد وعلم النفس والاجتماع ويمزجها بالنظريات الاقتصادية، وهدف هذا المزج هو الوصول إلى توصيف أكثر واقعية للقرارات والعوامل المؤثرة على سلوك الأفراد والمنظمات (Mejía, 2021).

وقد استلهم الاقتصاد السلوكي أفكاره في بداياته من أبحاث هيربرت سيمون، الذي طرح مفهوم "العقلانية المحدودة" (Bounded Rationality) في الخمسينيات، حيث أكد أن الإنسان لا يستطيع دائماً اتخاذ قرارات مثالية بسبب قيود المعلومات والوقت والقدرات العقلية. ثم مع أعمال دانيال كانيمان وعاموس تفيرسكي في السبعينيات، حيث قاما بتطوير نظريات توضح كيف تؤثر التحيزات النفسية على قرارات الأفراد، وعلى مدى العقود التالية، استمر الاقتصاد السلوكي في التطور، مدعوماً بأبحاث علم النفس الإدراكي والتجريبي في الثمانينيات والتسعينيات، وفي عام 2017 قدم ريتشارد ثالر، أحد أبرز رواد هذا المجال، والذي حاز على جائزة نوبل في الاقتصاد، أفكاراً جديدة حول كيفية تأثير العوامل النفسية على الأسواق

خصوصاً في ما يتعلق بالاستهلاك المظهري (التفاخري).

وفي دراسة أخرى مشاهمة للباحثة صقر (2019) تناولت فيها مشكلة الاستهلاك المفرط بين الأسر السعودية في جدة، وجدت أنها تعود إلى عوامل اجتماعية واقتصادية متداخلة، حيث تلعب العادات والتقاليد دوراً أساسياً في تعزيز ثقافة الإنفاق المفرط، إذ يُنظر إلى الاستهلاك العالي كوسيلة للتعبير عن المكانة الاجتماعية، خاصة في المناسبات والاحتفالات. كما تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات بشكل كبير في تعزيز النزعة الاستهلاكية، حيث يسعى الأفراد إلى تقليد المشاهير وشراء المنتجات الفاخرة. بالإضافة إلى ذلك، تُساهم الضغوط الاجتماعية والتوقعات العائلية في دفع الأسر إلى الإنفاق بما يفوق إمكانياتها للحفاظ على صورتها الاجتماعية.

ومن الناحية الاقتصادية، فإن ارتفاع مستويات الدخل لدى بعض الفئات لم يُترجم إلى زيادة في معدلات الادخار، بل أدى إلى التوسع في الإنفاق على الكماليات، خصوصاً في ظل توفر التسهيلات الائتمانية والقروض التي سهلت الحصول على المنتجات والخدمات دون تخطيط مالي سليم. كما كشفت الدراسة عن ضعف الوعي المالي لدى الكثير من الأسر، مما أدى إلى غياب ثقافة الادخار والتخطيط للمستقبل، وهو ما يعزز ظاهرة الاستهلاك المفرط.

وقد أوصت الدراسة في ظل هذه النتائج بضرورة تعزيز الوعي المالي عبر حملات تثقيفية، وضبط الإعلانات التجارية التي تحفز الإنفاق غير الضروري، وتوفير برامج تدريبية للأسر حول إدارة الميزانية، إلى جانب وضع قيود على القروض الاستهلاكية وتشجيع الاستثمارات الصغيرة بدلاً من الصرف العشوائي، بهدف الحد من هذه الظاهرة وتعزيز ثقافة الاستهلاك المسؤول (صقر، 2019).

المبحث الثاني: توظيف الاقتصاد السلوكي في التوجيه السلوكي

سبقت الإشارة إلى أن النظريات التي تفسر الاستهلاك في الاقتصاد التقليدي تستند في الأساس إلى نظرية المنفعة المتوقعة وهدف تعظيم النفعة كدافع للمستهلك، وتميل إلى التحليل الاقتصادي المعياري الذي يتوقع الرشادة في سلوكيات الأفراد، ولكن مع التطور الذي حصل في علم الاقتصاد، وظهور العديد من المدارس الاقتصادية التي حاولت صياغة تفسيرات بديلة وبناء نظريات أكثر واقعية، ظهرت مدرسة الاقتصاد السلوكي التي تجمع بين علم الاقتصاد وعلم النفس والاجتماع لمحاولة التعرف على دوافع السلوك بشكل أكثر واقعية، متبنيه النهج التحليلي الوصفي (Kanev & Terziev, 2017).

وهذا المبحث يتناول التعريف بمدرسة الاقتصاد السلوكية وتطورها، وأبرز الافتراضات والأدوات التي ذكرها أصحاب هذه

الأفراد، وهو ما قد لا يكون دقيقاً في جميع الحالات، كما أن الاقتصاد السلوكي قد يكون له تأثيرات كبيرة في تصميم الخيارات وغيرها من الأدوات ولكنه محدود جداً في التغيير المنهجي، كما أن التدخل يطرح تساؤلات حول القيود الأخلاقية المتعلقة بالتأثير على التفكير التلقائي وحرية الأفراد (Mejia, 2021).

المطلب الثاني: أبرز افتراضات وأدوات الاقتصاد السلوكي

لم يعد الاقتصاد السلوكي مجرد نظريات أكاديمية، بل أصبح أداة مؤثرة تُستخدم في العديد من المجالات على المستوى الحكومي من تصميم السياسات العامة إلى تحسين استراتيجيات التسويق وغيرها من المجالات المتعددة في مختلف القطاعات. ويقدم الاقتصاد السلوكي عدة أدوات يمكن استعمالها وتوظيفها للتأثير على السلوكيات والقرارات التي يتخذها الناس، وينطلق من افتراض أن هناك اختلافات بين ما تفترضه النظريات الاقتصادية التقليدية في السلوك العقلاني الرشيد للأفراد أو ما ينبغي أن يكون، وبين الدوافع الفعلية للسلوك والقرارات التي يتخذها الأفراد في سياقات مختلفة، وبناء على هذا الافتراض يُسلط الاقتصاد السلوكي الضوء على العديد من العوامل التي تجعل قرارات الأفراد تنحرف عن المنطق الاقتصادي التقليدي.

ويطرح الاقتصاد السلوكي عدة أدوات منطلقة من هذه الافتراضات التي يمكن توظيفها في سياقات التأثير على سلوك المستهلكين أو الجماهير وتشجيع السلوك الأفضل أو الامتنال للأنظمة والقوانين، وحتى الترويج لمنتجات معينة وحمل الناس على استهلاكها أو شرائها، وأبرز هذه الأدوات ما يلي:

1- الإشارات السلوكية أو الوكز (Nudge)

ظهر هذا المصطلح في الكتاب الذي نشره ريتشارد ثالر بنفس المسمى في عام 2008، وهو كتاب يعد أحد المراجع المهمة في الاقتصاد السلوكي، وقد شرح عدد من الباحثون هذا المصطلح Nudging بأنه عبارة عن إرسال رسائل غير مباشرة عبر إجراء تغييرات بسيطة وغير مكلفة في طريقة عرض الخيارات أو ما يسمى بهندسة الخيارات لدفع الناس لاتخاذ القرار الأفضل لهم (ضيف الله والرفاعي، 2023) وتتم هندسة الخيارات بطريقة يحصل فيها التأثير المطلوب دون إجبار أو إدخال تغييرات كبيرة، ومنها تحديد الخيار الأفضل كخيار تلقائي بمهدف إعطاء دفعة نحو الاتجاه الصحيح في اتخاذ القرار المناسب دون الحرمان من وجود خيارات أخرى، ومن أمثلتها جعل الوجبات الصحية هي الخيار الافتراضي في قوائم المطاعم، يدفع العملاء إلى اختيارها أكثر من الوجبات غير الصحية.

2- المحاسبة الذهنية (Mental Accounting)

وهذا المفهوم تمت صياغته من قبل عالم الاقتصاد السلوكي ريتشارد ثالر (Richard Thaler)، الذي أوضح كيف يتخذ

والسلوك المالي. في كتابه الشهير *Nudge* وفيه أوضح ثالر كيف يمكن للحكومات والشركات تصميم بيئات تشجع الأفراد على اتخاذ قرارات أكثر فائدة لهم، دون فرضها عليهم بشكل مباشر (Kanav & Terziev, 2017).

ويقوم الاقتصاد السلوكي على عدة مفاهيم وفرضيات (Earl, 2018) من أهمها افتراض محدودية المعرفة البشرية وينتج عن هذه المحدودية اتخاذ قرارات قد تكون غير منطقية بسبب العوامل الخارجية النفسية والاجتماعية التي تؤثر على السلوك الفردي بناء على المعالجة السريعة للمعلومات المتوفرة، والبناء على التجارب السابقة والممارسة والتكرار، بدلا من اختيار الخيار الذي سيعظم المنفعة في جميع المواقف حسب ما يفترضه الاقتصاديون التقليديون، ويسعى الاقتصاد السلوكي إلى تطوير نماذج وصفية للسلوك تتوافق مع كيفية اتخاذ الناس للقرارات بالفعل، بدلاً من النماذج المعيارية لكيفية اتخاذهم للقرارات في ظل ظروف مثالية (Kanav & Terziev, 2017).

ومع شيوع مصطلح الاقتصاد السلوكي، ظهرت العديد من الأبحاث التي تدعم ثبات قواعده وحججه، وبدأت العديد من الدول والمنظمات في الاستعانة به وتوظيف أدواته وآلياته في مجالات متعددة (محمد، 2024)، وتشمل هذه المجالات إنشاء وحدات متخصصة في الاقتصاد السلوكي بهدف التعرف على سلوك المستهلك وتطبيق ذلك على السياسات العامة للدولة لتصميم البرامج والسياسات بهدف إحداث تأثير أكبر وتشجيع المستهلكين على اختيار القرارات الصحيحة التي تصب في مصلحتهم أو مصلحة المجتمع بأكمله خصوصا فيما يتعلق بسياسات حماية البيئة وحفظ الطاقة (Sanin et al., 2020)، والادخار والاستثمار (Altman, 2012)، واختيار الأكل الصحي (Lusk, 2014)، وغيرها من المجالات التي لا تزال في إطار البحث والتطوير.

ورغم الانفتاح الواسع والتبني للاقتصاد السلوكي وأدواته في المجال العلمي والتطبيقي إلا أن هناك عدة أوجه للنقد التي وجهت له في الأدبيات السابقة (Mejia, 2021)، ومن أبرز أوجه النقد عدم كفاية الأدلة حول السلوكيات طويلة الأجل، حيث يركز الاقتصاد السلوكي على سلوكيات محددة ولا يقدم معلومات حول النتائج على المدى البعيد، مثل ما إذا كان اختيار الطعام الصحي ليوم واحد سيؤدي إلى عادات صحية طويلة الأجل، بالإضافة إلى محدودية الأدلة المتعلقة بتطبيقات الاقتصاد السلوكي، وغالب الدراسات تكون خارج السياقات الحقيقية وتتركز على سلوكيات لمرة واحدة، وهذا يعني عدم إمكانية تطبيقه على جميع المواقف وفي جميع أنواع الحالات.

ومن أوجه النقد أيضا أن عملية تصميم الخيارات المدفوعة بالاقتصاد السلوكي لا تنجح إلا في الحالات الضيقة والمحددة، وأنها تركز على سلوكيات محددة وقد تتجاهل العوامل الأخرى التي تؤثر على رفاهية الإنسان وتفترض استجابات مماثلة من جميع

المستقبلية، حتى لو كانت الأخيرة أكبر أو أكثر فائدة على المدى الطويل، مما يؤدي غالبًا إلى قرارات غير عقلانية أو غير مثالية، ومن أمثلتها ضعف الادخار حيث يفضل الكثيرون إنفاق المال في الزمن الحاضر على الرفاهية والكماليات بدلاً من الادخار لمستقبلهم، وأيضاً استخدام بطاقات الائتمان بشكل مفرط وشراء الأشياء بالدين بدلاً من الادخار لشرائها لاحقاً.

– تحيز الخسارة (Loss Aversion): ويعني أن كثيراً من الناس يخشون الخسائر أكثر مما يسعون لتحقيق المكاسب، مما يجعلهم يتخذون قرارات غير متوازنة، ومثاله أن بعض الحكومات تلجأ إلى تصميم سياسات تعتمد على الخوف من الخسارة، مثل التحذيرات الصحية الصارمة على علب السجائر، لأن الناس يخافون من فقدان صحتهم أكثر من رغبتهم في تحسينها، كما أنه عند شراء تأمين على السيارات، يدفع بعض الناس أكثر مقابل تغطية إضافية يتم تسويقها على أنها "تحمي من خسائر مالية كبيرة" بدلاً من عرضها كميزة إضافية فقط.

– تأثير (Anchoring Effect): ويعني أن الأفراد يميلون إلى الاعتماد بشكل غير واعي على المعلومات الأولى التي يتلقونها عند اتخاذ القرارات، فعندما يتعرض الشخص إلى رقم أو معلومة أولية، فإنه يستخدمها كأساس (مرساة) ويبنى عليها قراره، حتى لو لم تكن المعلومة الأولى دقيقة، وبدلاً من تحليل المعلومات بشكل مستقل، يقوم الدماغ بتعديل التقديرات بناءً على هذه النقطة المرجعية، مما يؤدي إلى قرارات منحازة، ومثاله كما تفعل بعض المطاعم التي تضع في قوائمها أطباقاً بأسعار مرتفعة جداً (مثل وجبة بـ 100 ريال)، ليس لأنهم يتوقعون بيعها، ولكن لجعل الأطباق الأخرى بأسعار 50-60 ريالاً تبدو معقولة بالمقارنة مع الأطباق المرتفعة الثمن.

– تحيز التكلفة الغارقة (Sunk Cost Fallacy): ويعني ميل الأفراد إلى الاستمرار في استثمار الوقت أو المال أو الجهد في مشروع أو قرار، مجرد أنهم أنفقوا عليه موارد مسبقاً، حتى لو كان من الأفضل عقلياً التخلي عنه. وهذا التحيز يحصل لأننا نميل إلى رؤية الانسحاب خسارة، بينما في الواقع، التكاليف التي تم إنفاقها بالفعل لا ينبغي أن تؤثر على القرارات المستقبلية إذا لم يكن هناك فائدة حقيقية متوقعة، ومن أمثلته الشخص الذي يستمر في مشاهدة فيلم ممل فقط لأنه دفع ثمن التذكرة.

4- تأثير العوامل السياقية (Contextual Factors)

يشير تأثير العوامل السياقية إلى كيفية تأثير قرارات الأفراد بالعوامل المحيطة بهم، مثل طريقة عرض المعلومات، أو ترتيبها، أو العوامل النفسية والاجتماعية أثناء اتخاذ القرار، وهذا التأثير

الناس قرارات مالية بناءً على تصنيفاتهم الذاتية للأموال بدلاً من تحليلها بطريقة منطقية شاملة (Earl, 2018)، ومفهوم المحاسبة الذهنية يشير إلى الطريقة التي يقوم بها الأفراد بتقسيم أموالهم وفق حسابات عقلية مختلفة بناءً على مصدر الأموال أو طريقة استخدامها كتقسيم الدخل إلى مصاريف يومية وادخار ومكافآت غير متوقعة أو محتسبة ضمن الدخل فإذا حصل شخص على مكافأة مالية أو هدية نقدية، فإنه قد ينفقها على أشياء غير ضرورية مثل العشاء الفاخر أو السفر، في حين أنه لو حصل على نفس المبلغ من راتبه، فقد يكون أكثر حذراً في إنفاقه، بينما المنطق يشير إلى أن المال واحد لا يختلف حسب مصدره، وينبغي استخدامه بناءً على الأولويات الحقيقية وليس بناءً على مصدره فقط، وبينما يمكن أن تساعد هذه الطريقة في تنظيم الميزانية، فإنها قد تؤدي أيضاً إلى قرارات مالية غير مثالية.

3- فهم التحيزات الإدراكية (Cognitive Biases)

والمقصود بالتحيزات الإدراكية أنها أنماط تفكير غير عقلانية تؤثر على قرارات الأفراد وتجعلها تنحرف عن النموذج التقليدي للعقلانية الاقتصادية، وتنبع هذه التحيزات من القيود الإدراكية والعاطفية وتؤدي إلى اتخاذ قرارات قد تكون غير مثالية أو غير منطقية وقد أشار الباحثون إلى عدة نماذج للتحيزات الإدراكية في الاقتصاد السلوكي، (Reisch & Zhao, 2017) ومن أبرزها ما يلي:

– تحيز الوضع الراهن (Status Quo Bias): ويعني أن الأفراد يميلون إلى تفضيل الخيارات الحالية أو الافتراضية وتجنب التغيير، حتى لو كان التغيير سيجلب فائدة أكبر، ومثاله أن كثير من المستهلكين يستمرون في استخدام نفس شركة الهاتف، الإنترنت، أو الكهرباء، حتى لو كان بإمكانهم الحصول على خدمة أفضل بسعر أقل، بسبب الكسل أو عدم الرغبة في اتخاذ القرار.

– التحيز التأكيدي (Confirmation Bias): ويعني أن الأفراد يميلون إلى البحث عن المعلومات التي تؤكد معتقداتهم الحالية ويتجاهلون المعلومات التي تتعارض معها، مثل المستثمر الذي يؤمن بأن شركة معينة ستنتج سيركز فقط على الأخبار الإيجابية حولها، متجاهلاً المؤشرات أو الأخبار السلبية عنها.

– تحيز التوافر (Availability Heuristic): ويعني أن الناس يعتمدون في تقدير الاحتمالات على المعلومات المتوفرة أو المستحضرة في أذهانهم بسهولة، بدلاً من البحث عنها بطريقة علمية واستقصاء بيانات موضوعية، ومثاله إذا سمع شخص عن عدة حوادث طيران مؤخرًا، فقد يعتقد أن الطيران أكثر خطورة من قيادة السيارة، رغم أن الإحصائيات تظهر العكس.

– التفضيل الآني (Present Bias): ويعني ميل الأفراد إلى تفضيل المكافآت الفورية على المكافآت

المطلب الثالث: توظيف أدوات الاقتصاد السلوكي في ترشيد الاستهلاك

مع انتشار نمط الاستهلاك الترفي والترويج له من خلال الإعلام والإعلانات ووسائل التواصل الاجتماعي، وتحوله إلى ثقافة عممت بشكل واسع مختلف أطياف المجتمع باختلاف طبقاته الاقتصادية والاجتماعية، تزيد الحاجة لمواجهة هذه الثقافة السلبية التي ينشأ عنها مشكلة الاستهلاك غير الرشيد وغير المستدام للموارد الاقتصادية، بالإضافة إلى مشكلات أخرى تؤثر على القيم والأخلاق والعادات الاجتماعية.

لمواجهة هذه المشكلة يركز هذا المطلب على كيفية توظيف الإقتصاد السلوكي وأدواته لتعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك خصوصا في سياق المجتمع السعودي، ويعتمد الإقتصاد السلوكي على فهم كيفية اتخاذ الأفراد قراراتهم، من خلال استغلال وتوظيف إمكانات وأدوات الإقتصاد السلوكي لتشجيع الأفراد على تقليل الهدر في الطاقة والمياه والمواد الاستهلاكية، وتصميم سياسات وحملات فعالة لتعزيز السلوكيات الإيجابية المتعلقة بترشيد الاستهلاك.

وباستعراض الأدبيات السابقة نجد أن هناك عدد من الدراسات التي بحثت موضوع ترشيد الاستهلاك من خلال الإقتصاد السلوكي عبر استخدام مفاهيم مثل التحيزات المعرفية، الحوافز السلوكية، والوكز السلوكي لتوجيه الأفراد نحو خيارات أكثر استدامة وفعالية في استهلاكهم للغذاء والطاقة، فعلى سبيل المثال أظهرت دراسات أن تقديم تغذية راجعة مباشرة (مثل عدادات الطاقة الذكية) يمكن أن تساعد في زيادة وعي الأفراد باستهلاكهم للطاقة وتشجعهم على تبني ممارسات أكثر كفاءة حيث وجدت دراسة (Darby, 2001) أن الأفراد الذين تلقوا معلومات فورية عن استهلاكهم للطاقة قللوا من استخدامهم بنسبة تصل إلى 10%.

وفي دراسة نشرها الباحث هانت ألكوت (2011) تناول فيها تقييم برامج شركة "Opower" وأظهرت أن إرسال رسائل مقارنة اجتماعية لاستهلاك الفرد للطاقة بجزائه أدى إلى تخفيض استهلاك الطاقة بنسبة 2%. مقارنة بفترة الأساس، وفي دراسة أخرى أظهرت أن الرسائل التذكيرية المخصصة للاستهلاك النسبي للأقران أدت إلى تخفيض استهلاك المياه بنسبة 5%، وتزيد فعالية الرسائل بنسبة 40% عند دمجها مع تلميحات بصرية (Ezinwa et al, 2024)، وفي تجربة ميدانية في متاجر المملكة المتحدة كشفت أن وضع المنتجات الصحية في مستوى العين زاد مبيعاتها بنسبة 18% (Claeys & Coombs, 2021).

وبشكل عام تشهد الأدبيات العلمية تزايداً ملحوظاً في الدراسات التجريبية التي تبحث في فعالية أدوات الاقتصاد السلوكي في توجيه السلوك الاستهلاكي، وتُظهر التحليلات التجميعية أن 78% من التجارب الميدانية المنشورة تؤكد وجود

يوضح أن القرارات لا تُتخذ بمعزل عن البيئة المحيطة رغم أنها أحيانا لا تكون قرارات منطقية أو عقلانية (Reisch & Zhao, 2017)، فيتم اتخاذ القرار مستندا إلى عوامل خارجية أو التفضيلات الشخصية، وتنوع العوامل المؤثرة على قرارات وسلوك الأفراد، ونشير هنا إلى أبرزها:

- تأثير التأطير (Framing Effect): ويعني ميل الأفراد إلى اتخاذ قرارات مختلفة بناءً على كيفية عرض (تأطير) المعلومات، حتى لو كانت المعلومات نفسها متطابقة، وبمعنى آخر يعتمد الناس في قراراتهم على الطريقة التي يتم بها تقديم الخيارات، سواء كانت إيجابية أو سلبية، بدلاً من الاعتماد على المحتوى الموضوعي للمعلومة، ومثاله أن بعض الناس يميل إلى شراء منتج مكتوب عليه "يحتوي على 90٪ لحوم خالية من الدهون" أكثر من منتج مكتوب عليه "يحتوي على 10٪ دهون"، رغم أن المعنى واحد.

- تأثير التملك (Endowment Effect): ويعني ميل الأفراد إلى إعطاء قيمة أعلى للأشياء التي يمتلكونها مقارنة بنفس الأشياء عندما لا تكون في حوزتهم. وقد أشار إلى هذا التأثير عالم الإقتصاد السلوكي ريتشارد ثالر (Earl, 2018) وذكر بأنه تمت دراسة هذا التأثير على نطاق واسع، ومن أمثلتها أن بعض الأشخاص يجدون صعوبة في التخلص من ممتلكاتهم القديمة كالملابس أو السيارات أو الأدوات المنزلية، حتى لو لم يعودوا بحاجة إليها، وأيضاً يحتفظ بعض المستثمرين بأسهم خاسرة لفترة طويلة بدلاً من بيعها، لأنهم يعتقدون أن قيمتها ستعود للارتفاع قريباً.

- تأثير الندرة (Scarcity Effect): ويعني ميل الأفراد إلى إعطاء قيمة أعلى للأشياء التي تبدو نادرة أو محدودة مقارنة بالأشياء المتاحة بسهولة، وكلما كان المنتج أو الفرصة أكثر ندرة، زاد الطلب عليه، حتى وإن كانت قيمته الفعلية أعلى من البدائل المتاحة (زرينز، 2023)، وهذا التأثير ينبع من فكرة أن الناس يكرهون فقدان الفرص (Fear of Missing Out - FOMO)، لذلك عندما يشعرون أن شيئاً ما محدود أو على وشك النفاد، فإنهم يصبحون أكثر ميلاً لاتخاذ قرار سريع بالحصول عليه، ومثال هذا التأثير أن كثيراً من المستهلكين يندفعون لشراء منتجات تحت الحصم عند رؤية علامة "العرض سينتهي قريباً"، خشية فوات الفرصة عليهم.

وهذه الأفكار والأدوات التي سبق ذكرها يمكن استخدامها وتوظيفها في تصميم السياسات التي تحسن قرارات وسلوك المستهلكين، مثل تعديل الخيارات الافتراضية، أو تبسيط الإجراءات، أو استخدام الحوافز السلوكية لتحفيز السلوكيات الإيجابية، وهذا ما تهدف إليه هذه الورقة لبيان طريقة توظيفها في تعزيز ثقافة الاستهلاك الرشيد للموارد الاقتصادية، وهو موضوع المطلب التالي.

نحو استهلاك رشيد.

كما تؤكد دراسة (Tlili et al., 2021) التي أجريت على عينة من 217 شاباً سعودياً للتعرف على العوامل التي يمكن أن تفسر الاتجاه نحو توفير الطاقة أن حملات التوعية باستهلاك الطاقة -بالإضافة لعوامل المعايير الذاتية والعادات اليومية- لها تأثير إيجابي كبير على سلوكيات توفير الطاقة، وأشارت إلى أن أبرز مظاهرها اللجوء لإطفاء الأنوار والأجهزة الكهربائية عند مغادرة الغرفة وغيرها من السلوكيات الموفرة للطاقة.

الجهات ذات العلاقة بحماية المستهلك في المملكة العربية السعودية

هناك عدة جهات حكومية وجهات أهلية غير ربحية مسؤولة عن حماية المستهلك في المملكة العربية السعودية، حيث تعمل على تنظيم الأسواق ومراقبة جودة المنتجات ومنع الممارسات التجارية غير العادلة. وفيما يلي أبرز الجهات ذات العلاقة بحماية المستهلك:

تأثير ذي دلالة إحصائية للتدخلات السلوكية، مع تفاوت في حجم التأثير بين 4% إلى 37% حسب السياق والتصميم (Carrasco & Kinnamon, 2017).

وفي سياق المملكة العربية السعودية، لازالت الدراسات التي تتناول تدخلات الاقتصاد السلوكي وقياس مدى تأثيرها حديثة ومحدودة، ورغم هذا يمكن أن تجد ما يؤكد أهمية مضمون هذه التدخلات بمسميات أخرى، ومن ذلك ما توصلت إليه دراسة (Sobaih et al., 2024) التي تناولت دور سلوك تقليل النفائات (WMB) في العلاقة بين برنامج التعليم البيئي (EEP) والأداء البيئي (EP)، أي ما مدى تأثير التعليم البيئي على السلوك المتعلق بتقليل النفائات وإعادة التدوير لها، وقد وجدت هذه الدراسة التي شملت عينة من 597 طالباً من جامعة الملك فيصل في المملكة العربية السعودية أن هناك علاقة إيجابية ومعنوية بين التعليم البيئي وسلوك الطلاب فيما يتعلق بالأداء البيئي وإعادة التدوير، مما يؤكد أن التوعوي والتثقيف عبر الرسائل الظاهرة أو الخفية لها تأثير مهم على سلوك المستهلك وتوجيهه

جدول 1

الجهات ذات العلاقة بحماية المستهلك في المملكة العربية السعودية

المهام	نوعها	الجهة
<ul style="list-style-type: none"> الإشراف على الأسواق وحماية المستهلك من الغش التجاري والتلاعب بالأسعار. استقبال ومعالجة شكاوى المستهلكين عبر تطبيق "بلاغ تجاري" أو الرقم 1900. فرض العقوبات على التجار المخالفين. مراقبة التخفيضات والعروض الترويجية لضمان عدم تضليل المستهلكين. منع الاحتيال والممارسات التجارية غير العادلة التي تضر بالمستهلك. مراقبة الأسواق لضمان المنافسة العادلة بين الشركات. التحقيق في الشكاوى المتعلقة بالتواطؤ في الأسعار واحتيال المنتجات. وضع معايير الجودة والسلامة للمنتجات. مراقبة المنتجات المسوقة والمحلية لضمان جودتها وسلامتها. تطبيق برنامج سار لضمان مطابقة المنتجات للمواصفات. مراقبة جودة وسلامة الأغذية والأدوية والمستحضرات الطبية. التفتيش على المنتجات الغذائية والتأكد من مطابقتها للمواصفات. تنظيم ومراقبة الإعلانات عن المنتجات الصحية ومنع المبالغاة التسويقية. حماية المستهلك وتمكينه مع تأكيد حماية المصلحة العامة. استقبال شكاوى المستهلكين حول أخطاء الفواتير أو انقطاع الخدمات. تعزيز برامج ترشيد استهلاك الكهرباء. حماية المستخدمين من خلال تنظيم الموارد المائية وضمان استخدامها المستدام. استقبال شكاوى المستهلكين حول أخطاء الفواتير أو انقطاع الخدمات. تعزيز برامج ترشيد استهلاك المياه والكهرباء. تحديد مواصفات وضوابط جودة المياه والخدمات المرتبطة بها. 	<ul style="list-style-type: none"> وزارة حكومية هيئة حكومية 	<ul style="list-style-type: none"> 1. وزارة التجارة الموقع الرسمي: mc.gov.sa 2. الهيئة العامة لحماية المنافسة الموقع الرسمي: gac.gov.sa 3. الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة (SASO) الموقع الرسمي: saso.gov.sa 4. هيئة الغذاء والدواء (SFDA) الموقع الرسمي: sfda.gov.sa 5. الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء الموقع الرسمي: sera.gov.sa 6. الهيئة السعودية للمياه الموقع الرسمي: sww.gov.sa

المهام	نوعها	الجهة
<ul style="list-style-type: none"> مراقبة الإعلانات التجارية لمنع التضليل أو المبالغات التسويقية. تنظيم المحتوى الإعلاني وضمان عدم خداع المستهلكين. فرض غرامات على الشركات التي تنشر إعلانات مضللة. رفع وعي المستهلك بحقوقه من خلال حملات توعوية. استقبال الشكاوى المتعلقة بالغش التجاري. تقديم دراسات وأبحاث حول حماية المستهلك. 	هيئة حكومية	7. الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع الموقع الرسمي: scams.gov.sa
<ul style="list-style-type: none"> رقع وعي المستهلك بحقوقه من خلال حملات توعوية. استقبال الشكاوى المتعلقة بالغش التجاري. تقديم دراسات وأبحاث حول حماية المستهلك. 	جهة أهلية غير ربحية	8. جمعية حماية المستهلك الموقع الرسمي: cpa.org.sa

*المصدر: من جمع الباحث بالرجوع إلى المواقع الإلكترونية الخاصة بالجهات المذكورة

مقترحات لتوظيف الاقتصاد السلوكي في تعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك في المملكة العربية السعودية

التعديلات الذكية في بيئات اتخاذ القرار دون تقييد الخيارات الشخصية.

وبناء عليه يمكن الدفع نحو تعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك من خلال تطبيق عدة استراتيجيات بالتركيز على فهم التحيزات المعرفية والدوافع النفسية التي تؤثر على سلوك المستهلكين. وفيما يلي بعض الحلول المقترحة:

تشهد العقود الأخيرة تحولاً جذرياً في النهج المتبع لتعزيز السلوكيات الاستهلاكية الرشيدة، حيث أصبحت أدوات الاقتصاد السلوكي تشكل حجر الزاوية في تصميم السياسات الفعالة، وتعتمد هذه الاستراتيجيات على فهم عميق للعوامل النفسية والاجتماعية التي تحرك القرارات الفردية، مع التركيز على

جدول 2

حلول مقترحة لتعزيز ثقافة ترشيد الاستهلاك عبر أدوات الاقتصاد السلوكي

الجهة ذات العلاقة	الرسالة	عامل التأثير
وزارة التجارة	إبراز الخيارات الصحية في الأطعمة والمشروبات في المتاجر والمطاعم، والإلزام بوضعها كخيار افتراضي المطاعم أو خيار ظاهر للمستهلك في المتاجر.	الويكر السلوكي (Nudge) (هندسة الخيارات)
وزارة التجارة	الإلزام بوضع الوجبات ذات الحجم العادي كخيار افتراضي، بدلا من لجوء بعض المطاعم لتقديم الحجم الكبير كخيار افتراضي	
الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء الهيئة السعودية للمياه	دعم الخيارات الموفرة للطاقة من خلال الترويج لها أو منح خصومات سريعة، أو إضافة ملصقات تبرز قيمتها التوفيرية.	
الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة وزارة التجارة	جعل الإعدادات الموفرة للطاقة (مثل الفسبيل بالماء البارد أو الدورات القصيرة) هي الإعدادات الافتراضية للأجهزة المنزلية.	
الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة وزارة التجارة	تقديم معلومات بسيطة وواضحة حول كيفية توفير الطاقة باستخدام أدوات مثل الملصقات أو التصنيفات التي توضح كفاءة الطاقة بشكل واضح وسهل الفهم.	التأطير (Framing Effect)
الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء	إظهار أن السلوكيات الموفرة للطاقة هي السلوكيات الشائعة والمقبولة اجتماعياً (مثل مقارنة فواتير المياه والطاقة مع الجيران الذين يستهلكون طاقة أقل)	
الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء جمعية حماية المستهلك	التركيز على تجنب الخسائر عبر التوعية بتعديل السلوكيات المتعلقة باستخدام الطاقة، مثل ضبط درجة حرارة التكييف أو تكرار استخدام الأجهزة الكهربائية	تحيز تغير الخسارة (Loss) (Aversion)
الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء جمعية حماية المستهلك	استخدام رسائل تُبرز الخسائر المحتملة من عدم توفير الطاقة (مثل: الإضاءة غير الضرورية تكلفك ٥٠ ريال شهرياً)	

الجهة ذات العلاقة	الرسالة	عوامل التأثير
هيئة الزكاة والضريبة والجمارك السعودية للمياه	استخدام الضرائب على الاستهلاك الترفي أو الاسراف في استهلاك الطاقة والمياه.	
الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء وزارة التجارة	تقديم ضمانات لاسترداد الأموال أو فترات تجريبية مجانية لتقنيات توفير الطاقة الجديدة لتقليل المخاطر المتصورة لدى المستهلكين.	
الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء وزارة التجارة	توفير دعم فني سهل الوصول إليه لمساعدة المستهلكين في تركيب واستخدام التقنيات الموفرة للطاقة	الحوافز غير المالية
الهيئة السعودية للمياه الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء	استخدام الحوافز غير المالية مثل التنازل العام ومنح تصنيغات خاصة بالمشتركين في برامج توفير الطاقة والمياه (باقات ذهبية وفضية وبرونزية بحسب التوفير)	
الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء وزارة التجارة	استخدام إشارات بصرية على المنتجات والأجهزة بحسب استهلاك الطاقة (مثل اللون الأحمر للاستهلاك المرتفع والأخضر للاستهلاك المنخفض)	التذكيرات والإشارات (Cues & Reminders)
الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء	إرسال رسائل تذكيرية بسيطة لتشجيع السلوكيات الموفرة للطاقة، مثل إطفاء الأنوار عند مغادرة الغرفة.	
البنك المركزي البنوك الخاصة	إلزام البنوك ومصدري بطاقات الائتمان بإرسال تنبيهات عند تجاوز حد الدخل في الاتفاق من البطاقات الائتمانية	
الهيئة السعودية للمياه الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء	التغذية الراجعة المباشرة (مثل عدادات الطاقة الذكية) لمساعدة الأفراد على رؤية تأثير سلوكهم الفوري على استهلاك الطاقة، مما يشجعهم على تغيير عاداتهم.	
الهيئة السعودية للمياه الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء	توظيف القيم الدينية عبر إرسال الرسائل والتذكيرات بترشيد الاستهلاك في الغذاء وتوفير الطاقة والمياه	
جمعية حماية المستهلك الهيئة السعودية للمياه الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء جمعية حماية المستهلك	استخدام شهادات من أشخاص موثوقين أو مشهورين لتشجيع تبني السلوكيات الموفرة للطاقة	التأثير الاجتماعي Social influence
الهيئة السعودية للمياه الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء وزارة التجارة جمعية حماية المستهلك	صدور الرسائل والحوافز من مصادر موثوقة وذات مصداقية، كالجهاز الحكومية أو المنظمات البيعية المعروفة.	بناء الثقة
الهيئة السعودية للمياه الهيئة السعودية لتنظيم الكهرباء	تقديم معلومات واضحة وشفافة حول فوائد وسلبيات التقنيات الموفرة للطاقة لبناء ثقة المستهلكين.	

*المصدر: من عمل الباحث

الخلاصة والتوصيات

هذه الورقة المساهمة في مقاومة هذه الثقافة الاستهلاكية السلبية والمهددة لاستدامة الموارد، من خلال بحث سبل تعزيز ثقافة الاستهلاك الرشيد والمنضبط بضوابط الشريعة الإسلامية للموارد الاقتصادية، وتشمل على وجه الخصوص الغذاء والماء والطاقة.

وسعياً لفهم المشكلة بشكل أعمق وطرح حلول أكثر فعالية لمشكلة الاستهلاك غير الرشيد، استعانت هذه الدراسة بالاقتصاد السلوكي وآلياته والذي يطرح منظورا أعمق لفهم سلوك المستهلك

إن مشكلة الاستهلاك غير الرشيد للموارد الاقتصادية لها أبعاد خطيرة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، بالإضافة إلى تأثيرها على منظومة القيم والعادات والأخلاق من خلال تصدير ثقافة الاستهلاك الترفي، وتأثر المجتمعات كافة وخصوصا المجتمعات الإسلامية والخليجية بها، ونقل عادات المجتمعات الغربية إلى المجتمعات العربية المحافظة. وقد حاولت

ونشر الوعي والثقافة العامة، وتشجيع إجراء مزيد من الدراسات التجريبية والتطبيقية حول أثر تدخلات الاقتصاد السلوكي في السياق السعودي، مع تقييم مستمر لنتائجها وتعزيز تبادل الخبرات بين الجهات ذات الصلة.

المراجع

آل رشود، سعد محمد، وأبو فراج، أشرف عبد الوهاب؛ ونافع، سعيد. (2018). ثقافة الاستهلاك لدى الاسر السعودية: دراسة ميدانية. المجلة العربية للدراسات التربوية والاجتماعية، 12، 53-164.

الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى. (د. ن). سنن الترمذي (ط 2). مكتبة المعارف.

الدحيلان، سلمان بن صالح. (2012). اقتصاديات الاستهلاك الرشيد في إطار الاقتصاد الإسلامي. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية - جامعة حلون، كلية التجارة وإدارة الأعمال، 2 (27)، 85-114.

الدويري، زايد نواف، وعبادة، إبراهيم. (2021). الاقتصاد السلوكي بين النظرية والتطبيق: تقدير اقتصادي إسلامي. المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، 17(2)، 263-288.

الريمح، صالح بن رميح. (2011). مقاربات ورؤى عملية نحو إصلاح مظاهر الخلل الاقتصادي في نمط الاستهلاك لدى الأسرة السعودية. مجلة جامعة الملك سعود - كلية الآداب، 23(2)، 193-222.

المرزوقي، عمر بن فيحان. (2008). ضوابط تنظيم الاستهلاك في الإسلام. مجلة الشريعة والقانون - جامعة الإمارات العربية المتحدة، 34، 21-63.

المطوع، محمد عبد الله. (1996). الثقافة الاستهلاكية في مجتمع الإمارات. مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، 80(21)، 193-236.

بوعزيز، ناصر، وبو خدنه، آمنة. (2015). الاستهلاك المستدام كمنطلق لحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة. مجلة جامعة الملكة أروى العلمية، 14، 161-186.

بخاري، عبلة عبد الحميد، والجهني، صفاء حميد. (2021). الاستهلاك المظهري لسلع الرفاهية في المملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية على مدينة جدة. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، 45(4)، 1-24.

دحمان فتيحة، وعبدة رشيد. (2022). الثقافة الاستهلاكية وأثرها

والتعرف على الدوافع الحقيقية كما هي على الواقع، بدلاً من منظور الاقتصاد التقليدي الذي يفترض رشد الإنسان وعقلانيته، واقتصار أهدافه على تعظيم المنفعة كدافع للاستهلاك.

وقد أظهرت مراجعة الأدبيات أن أدوات الاقتصاد السلوكي (كالوكز، والتأطير، والحوافز المالية وغير المالية) أسفرت عن نتائج ملموسة عالمياً ومحلياً، وساهمت في تعديل سلوك المستهلكين نحو الاستخدام الكفء للموارد، رغم تفاوت درجات التأثير حسب التصميم والسياق الاجتماعي والثقافي، كما تبين وجود فجوة بحثية وتطبيقية بين المبادرات والسياسات التقليدية لتعزيز الاستهلاك الرشيد وبين تطبيق تدخلات الاقتصاد السلوكي بشكل منهجي ومتكامل في المملكة العربية السعودية، حيث لم يتم بعد توظيف الإمكانيات الكاملة لهذه الأدوات.

وخلص البحث إلى أن معالجة ظاهرة الاستهلاك غير الرشيد في السعودية يتطلب تكاملاً بين جهود التوعية التقليدية وتفعيل التدخلات السلوكية المصممة بعناية، ضمن إطار يراعي الخصوصية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمع السعودي، وقد اشتملت الورقة على العديد من الأفكار والمقترحات المشتقة من أدوات الاقتصاد السلوكي مع توضيح الجهات المعنية والتي يمكن لها الاستفادة من هذه الأفكار في تعزيز ثقافة الاستهلاك الرشيد، خصوصاً أن المملكة العربية السعودية أظهرت انفتاحاً على الاقتصاد السلوكي باستحداث عدد من الوحدات المتخصصة لدمج أدوات الاقتصاد السلوكي في السياسات العامة من خلال قطاعات مختلفة.

وتوصي الورقة بأن معالجة مشكلة الاستهلاك غير الرشيد للموارد الاقتصادية يتطلب تعاوناً وجهوداً مشتركة للجهات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني، واللجوء أحياناً لقوة النظام لوضع سياسات معينة وتصميم برامج وطنية لتطبيق أدوات الاقتصاد السلوكي (مثل حملات الوكز، الرسائل المؤطرة، وتقديم الحوافز المناسبة) تستهدف الأنماط الأكثر شيوعاً للاستهلاك غير الرشيد بين مختلف فئات المجتمع.

ومن التوصيات المهمة في هذا السياق ضرورة تعزيز الوعي المالي وإدراجه ضمن مناهج التعليم ومبادرات التثقيف المجتمعي والتركيز على مهارات إدارة الميزانية والادخار، بالاستعانة بأمتلئة واقعية وتجارب عملية تسهل تبني السلوك المالي الرشيد، ودعم التعاون بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والمراكز البحثية لتطوير أدوات ومنصات رقمية ذكية تحفز سلوك الاستهلاك والادخار الرشيد لدى الأفراد والأسر.

كما توصي الورقة بأهمية مواصلة الجهود الرسمية والعلمية للتعرف على مجالات يتم تطبيق الاقتصاد السلوكي فيها بهدف الوصول إلى سياسات أكثر فعالية في تفهم سلوك المستهلك،

- Views towards Remedying the Economic Malfunction and the Patterns of Consumerism within the Saudi Families (in Arabic). *Journal of Arts- King Saud University*, 2(23), 193–221.
- Al-Rushud, Saad Muhammad, Abu Faraj, Ashraf Abd al-Wahhab, & Nafee, Saeed. (2018). Thaqafat al-istihlak lada al-usar al-Sa'udiyya: Dirasah maydaniyya (in Arabic). *Arab Journal for Education and Social Studies*, 12, 53–164.
- Allcott, H. (2011). Social norms and energy conservation. *Journal of Public Economics*, 1095–1082, (10–9)95.
- Altman, M. (2012). Implications of behavioral economics for financial literacy and public policy. *Journal of Socioeconomics*, (5)41 690–677.
- Bokhari, A. A. & Aljuhani, S. H. (2021). Conspicuous Consumption of Luxury Goods in the Kingdom of Saudi Arabia: Applied Study on Jeddah City (in Arabic). *Journal of Economics, Administrative, and Legal Sciences*, 5(4), 1 – 24.
- Bu Aziz, Nasir, Bu Khadnah, Aminah. (2015). Al-istihlak al-mustadam ka-muntalaq li-himayat al-bi'ah wa tahqiq al-tanmiya al-mustadamah (In Arabic). *Queen Arwa University Journal*, 14, 161–186.
- Carrasco, G, & Kinnamon, E. (2017). An Examination of Selfish and Selfless Motives: A Review of the Social Psychological and Behavioral Economics Literature. *Applied Behavioral Economics Research and Trend*, 35(2), 109–93 .
- Claeys, A. S., & Coombs, W. T. (2021). Organizational crisis communication: Suboptimal crisis response selection decisions and behavioral economics. *Communication Theory*, 309–290, (3)30 .
- Dahmani, Fatiḥah, & Abbuh, Rashid. (2022). The Culture of Consumption and its Impact on the Values of the Individual from the Perspective of Jean Baudrillard (in Arabic). *Al-Hikmah Journal for Philosophical Studies*, 1(10), 328–352.
- Daif Allah, A., & Al-Rifai, J. (2023). Economic على قيم الفرد من منظور جان بودريار. مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، 10(1)، 328–352.
- زرنيذ، آمال. (2023). النهج السلوكي في صنع السياسات العامة: دراسة في الأثر المعرفي والتطبيقي لدمج التبصرات السلوكية في حقل السياسة العامة. مجلة جامعة الملك سعود - الحفوق والعلوم السياسية، 35(2)، 377–403.
- صقر، هالة نجاد. (2019). العوامل الاجتماعية والاقتصادية المؤدية إلى فائض الاستهلاك للأسرة السعودية: دراسة ميدانية لمدينة جدة نموذجاً. المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، 15(5)، 122–177.
- ضيف الله، عالية أحمد، والرفاعي، جميلة عبدالقادر. (2023). الوكز الاقتصادي. المجلة العالمية للتسويق الاسلامي، 12(1)، 10–29.
- قندوز، عبد الكريم أحمد. (2019). نظريات الاستهلاك في الفكر الاقتصادي: أيهما يفسر نمط الاستهلاك في اقتصاد اسلامي؟ مجلة بيت المشورة، 10، 101 – 131.
- محمد، عبد القيوم عبد العزيز. (٢٠٢٤). دمج رؤى الاقتصاد السلوكي في السياسات العامة (تجربة المملكة العربية السعودية). مجلة بيت المشورة، 21، 57 – 101.
- Al-Duhailan, Salman bin Salih. (2012). Iqtisadiyyat al-istihlak al-rashid fi itar al-iqtisad al-islami (in Arabic). *Scientific Journal of Research and Business Studies (SJRBS)- Helwan University*, 2(27), 85–114.
- Al-Duwairi, Z. N., & Ubadeh, I. (2021). Behavioral economics between theory and practice Islamic Economic Estimation (in Arabic). *Jordan Journal of Islamic Studies*, 17(2), 263–282.
- Al-Marzouqi, Umar bin Fayhan. (2008). Dawabit tanzim al-istihlak fi al-Islam (in Arabic). *Journal of Sharia & Law – United Arab Emirate University*, 34, 21–63.
- Al-Mutawwa, Muhammad Abdullah. (1996). Al-thaqafah al-istihlakiiyyah fi mujtama' al-Imarat (in Arabic). *Journal of the Gulf and Arabian Peninsula Studies*, 80(21), 193–236.
- Al-Rumaih, Saleh bin Rumaih. (2011). Practical

- Rahman, A., Hossain, M., Shawan Uddin, M., Saha, A., Sabbir Hasan, K. & Sala Uddin, M. (2019). Behavioural Economics in Energy Consumption: Rational or Habitual. *IOSR Journal Of Humanities and Social Science*, 24(4), 66- 72.
- Reisch, L. A. & Zhao, M. (2017). Behavioural economics, consumer behaviour and consumer policy: State of the art. *Behavioural Public Policy*, 206–190 ,(2)1 .
- Sanin, M. E., Trillas, F., Mejdalani, A. N., Lopez ,D., Carvalho Metanias & Hallack, M. (2020). *Using Behavioral Economics in The Design of Energy Policies*. <https://doi.org/10.18235/0002262>
- Saqr, Halah Nihad. (2019). Al-‘awamil al-ijti-ma‘iyyah wa al-iqtisadiyyah al-mu‘ad-diyyah ila fa‘iḍ al-iṣṭihlak lil-usrah al-Sa‘udiyyah: Dirasah maydaniyyah li-madinat Jiddah namudhajan (in Arabic). *Al-Majallah al-‘Arabiyyah lil-‘Ulum al-Ijtima‘iyyah*, 5(15), 122–177.
- Sobaih, A. E. E., Gharbi, H., Zaiem, I., & Aliane, N. (2024). ROSE (Recycling Organization through Sustainability Education): Examining the mediating effects of waste minimization behaviour in the relationship between environmental education and environmental performance at the Saudi Arabian Universities. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(6), 6462.
- Tlili, H., Alrasheedy, B. B., Turki, H., & Kahouli, B. (2021). Towards a better understanding of socially responsible behavior among young Saudi Arabians: The case of energy saving. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 8(10), 7–16.
- Zarniz, Amal. (2023). A Behavioral Approach to Public Policy-Making: A Study of The Cognitive and Applied Impact of Integrating Behavioral Insights into Public Policy Field (in Arabic). *Law and Political Science Journal – King Saud University*, 35(2), 377–403.
- Lighting, 32(2), 377- 403.
- Earl, P. E. (2018). Richard H. Thaler: A Nobel Prize for Behavioral Economics. *Review of Political Economy*, 125–107,(2)30 .
- Ezinwa, Ekene., Odunaiy, O. G., Nwankwo, E., Okoye, C., & Scholaṣtica, U. C. (2024). Behavioral economics and consumer protection in the U.S.: A review: Understanding how psychological factors shape consumer policies and regulations. *International Journal of Science and Research Archive*, 2062–2048 ,(1)11 .
- Frederiks, E. R., Stenner, K., & Hobman, E. V. (2015). Household energy use: Applying behavioural economics to understand consumer decision-making and behaviour. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 41, 1385–1394.
- Kanev, D. & Terziev, V. (2017). Behavioral Economics: Development: Condition and Perspectives. *IJASOS- International E-journal of Advances in Social Sciences*, 41, 423–413.
- KPMG. (2020). *Analysis of household savings in Saudi Arabia*. KPMG Al Fozan & Partners. Retrieved from <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/sa/pdf/2020/analysis-of-household-savings-in-saudi-arabia.pdf>
- Lusk, J. L. (2014). Are you smart enough to know what to eat? A critique of behavioural economics as justification for regulation. *European Review of Agricultural Economics*, 373–355 ,(3)41.
- Mejía, G. M. (2021). Theory-Driven or Theory-Informed? A Review of Behavioural Economics in Design. *Design Journal*, 24(4), 567–587.
- Muhammad, A. (2024). Integration of Behavioral Economics Insights into Public Policies: The Experience of the Kingdom of Saudi Arabia (in Arabic). *Majallat Bayt al-Mashurah*, 21, 57- 101.
- Qanduz, Abd al-Karim Aḥmad. (2019). Theories of Consumption in the Economic Thought: what explains the consumption pattern of an Islamic economy? (in Arabic). *Majallat Bayt al-Mashurah*, 10, 101–131.



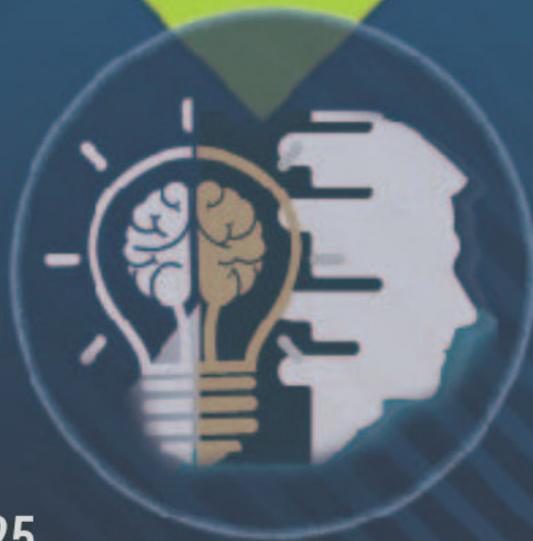
Journal of Human Sciences
At Hail University



جامعة حائل
University of Hail

Journal of Human Sciences

A Scientific Refereed Journal Published
by University of Hail



Eight year, Issue 28
Volume 1, December 2025