فلسفة التسويق الإسلامي

إن الإسلام يشمل بتعاليمه جميع المعاملات الاقتصادية، هذه التعاليم تنبع من مصدرين أساسين هما: القرآن الكريم والسنة القولية والفعلية والتقريرية الموثقة عن الرسول ﷺ، إن الإسلام هو طريقة كاملة للحياة وتوجيهاته تمتد إلى جميع مجالات الحياة، لقد أعطى مبادئ تفصيلية لتوجيه ومراقبة الجوانب الاقتصادية المختلفة للمجتمع، والجدير بالذكر أن الفلسفة الإسلامية في هذه القضية متميزة عن غيرها بما يلي:

أولا: الإسلام لا يعترف بأي انفصال بين الأبعاد الدنيوية والروحية، ذلك أن الفرد في هذا الإطار يسعى لإرضاء ربه من خلال اتباع أوامره واجتناب نواهيه التي تتخلل جميع جوانب الأنشطة الحياتية (الدنيوية).

ثانيا: كل سعي إنساني بما في ذلك النشاط الاقتصادي يشكل جزءًا من عقيدته الدينية انطلاقا من علة وجوده كمخلوق في هذه الأرض، وبعبارة أخرى فإن كل شيء يقوم به الإنسان يجب أن ينبثق عن إيمانه بوظيفته كعبد لخالق واحد.

ثالثا: في الإسلام، يعتبر كل نشاط تجاري (بما في ذلك التسويق) على قدم المساواة مع أي شكل آخر من أشكال العبادة.

وقد اهتم الإسلام بالقضايا المتعلقة بعملية الشراء والبيع وعلاقات التبادل، وحرص على تنظيمها بما وضعه من مبادئ وأسس تحفظ سلامة هذه العلاقات دون جور طرف على آخر، وبما ينعكس أثره على رفاه وتحسين معيشة أفراد المجتمع المسلم، وإذا كان النظام التسويقي في الإسلام لا يعدو أن يكون جزءا من نظام اقتصادي شامل، فإنه بالاستناد إلى خصائص النظام الاقتصادى الاسلامي، يمكن أن نقرر أن الفلسفة التسويقية في الإسلام تقوم على ما يلي:.

- الجمع بين الثبات والتطور.
- الجمع بين المصلحتين الخاصة والعامة.
- الجمع بين الحاجات الروحية والمصالح المادية.

إن أحد أركان الفلسفة التسويقية الإسلامية هو الجمع بين الثبات والمرونة فالمنظور الإسلامي يتكون من شقين: أحدهما ثابت والآخر متغير.

الثابت: وهي تلك القواعد المستنبطة من الكتاب الكريم والسنة النبوية المطهرة والتي "لا مجال فيها للاجتهاد الذي يختلف باختلاف الأزمان والأماكن والبيئات والأحوال والعوائد وثبات هذه الأجزاء في النظام الإسلامي أمر مقصود للعناية الإلـٰهية ليزرع بها الاستقرار في الحياة، والطمأنينة في المجتمع، حتى لا يتعرض كل

شيء فيه بين حين وآخر للتغير والتبدل الذي يؤدي إلى الزلزلة والانهيار.. فالملكية الفردية، وتفاضل الناس في الأرزاق، وفرض الزكاة لمستحقيها، وتحريم التقتير والتبذير والترف، وحظر الربا والاحتكار واستغلال النفوذ، والنهي عن أكل أموال الناس بالباطل، وإباحة الطيبات وتحريم الخبائث، والحث على السعي والمشي في مناكب الأرض، والمحافظة على أموال الأفراد والجماعة والضرب على أيدي السفهاء والمبذرين، كل أولئك أمور محكمة ثابتة بثبات الحياة الإنسانية.." " فقواعد العمل التجاري الإسلامي الثابتة لا يمكن تغييرها من طرف الأفراد أو المؤسسات فهي صالحة أبدًا وللجميع ".

ويمكننا تقرير هذا الصلاح العابر للزمان والمكان إذا لاحظنا أمرين أساسين:

أولهما: أن هذه القواعد أو الأصول الثابتة قليلة ومحدودة، وجاءت عامة غير مفصلة، وليست في النهاية إلا معالم وخطوطا عريضة تصل بالفرد والمجتمع إلى سعادة الدنيا والآخرة.

ثانيهما: أن هذه الأصول لا تتعلق إلا بالحاجات الأساسية اللازمة لكل فرد أو مجتمع، بغض النظر عن درجة تطوره أو مدى النشاط الاقتصادي ونوعية وسائل وأدوات الإنتاج.

المتغير: هو ماله خاصية التطور والتبدل، وهو البناء الذي يقوم على أساس الأصول الثابتة، أي تلك الممارسات العملية والحلول الاقتصادية التي يتوصل إليها تطبيقا للمبادئ السابقة، وهي من المتغيرات التي تتبدل باختلاف الزمان والمكان وبتغير البيئات والظروف التي تطرأ من آن إلى آخر، ويدخل تحت هذا ما يتعلق بالأدوات والوسائل التي يمكن أن يعمل بها نظام تسويقي " يسير وفق النهج الإسلامي، هذه الأدوات تخضع للتقدم المعرفي للإنسان كما تخضع لطبيعة الاقتصاد وتطوره، فالدين لم يترك أمرا من أمور الدنيا والآخرة إلا وجعل له مبادئ عامة تحكمه، هذه الأخيرة لا تتضمن أحكاما تفصيلية وإنما ترك الله للناس تحديدها رحمة بهم، حتى تتفق وظروفهم، فالأعمال الجزئية كأنشطة التسويق ومهام المسوق جعل لها أحكاما عامة تضبطها في مختلف مراحلها " ، بهذه الصفة يكتسب النظام التسويقي في الإسلام " خواص المرونة والسعة والسماحة واليسر، التي بها صلحت شريعته لكل زمان ومكان ".

إن قيام الفلسفة الإسلامية للنشاط الاقتصادي على جانبي الثبات والمرونة هي من أهم ميزات المنظور الإسلامي للتسويق، وانطلاقا من القواعد الثابتة والحلول التي تحكم النشاط التسويقي وفق التصور الإسلامي يمكن أن نقرر أن الفلسفة التي يقوم على أساسها التسويق الإسلامي تستند إلى طبيعة هذا الدين كنظام كامل للحياة يحدد للإنسان أهدافه الأساسية ووظيفته في هذا الكون، وقبل الخوض في تلك الأهداف لابد أن نذكر مرة أخرى بأنه إذا كان النظام الوضعي للتسويق قد بنى فلسفته على أسس ومبادئ كانت تتغير بتغير الظروف والأحوال بانتقاله من التركيز على أهداف المنتج وحده (المفهوم الإنتاجي، المنتوج، البيعي) ثم

الجمع بين أهداف المنتج وإشباع المستهلك (المفهوم التسويقي) وأخيرا الالتفات إلى دور التسويق في المجتمع مع المفهوم المجتمعي للتسويق، ولم يكن ذلك التطور إلا استجابة لضغط الظروف الاقتصادية والاجتماعية في كل فترة، فإن فلسفة النشاط التجاري في الإسلام ومنذ البداية أعلنت بلا تردد وبوضوح أن أي كسب دنيوي في تجارة أو عمل يجب أن يتقيد بأهداف ثابتة لا تتغير باختلاف الأزمنة أو الأمكنة أو الظروف والأحوال، أما التغير في ظل النظام الإسلامي فإنه لا يمس القواعد والمرتكزات (الثوابت) بل يمس الوسائل والأدوات التي تقود إلى تحقيق غايات النظام الثابتة ومنها حفظ مصلحة الفرد والمجتمع معا، إن هذه المصلحة هي هدف ثابت وليست وسيلة تتبدل وتتغير.

وبالعودة إلى الأهداف الثابتة لنشاط التسويق في الإسلام يمكننا أن نؤكد هنا ما ذهب إليه بهجت من أن أهداف النشاط الاقتصادي بصفة عامة تتمثل في الآتي:

(1) ابتغاء الدار الآخرة: وذلك لا يتحقق إلا برضا الله عز وجل والذي ينتج بدوره عن الالتزام بأوامره واجتناب نواهيه، وهو ما جاءت الشريعة الإسلامية لتوضيحه.
(2) تحقيق عائد للفرد من خلال استثماره لأمواله، وتملكه لعناصر الإنتاج، بما يضمن له ولمن يعول حياة إنسانية كريمة.
(3) الإحسان من خلال المال الذي أعطاه الله إياه بالإنفاق منه على الآخرين وعلى المحتاجين ونشر دعوة الله في الأرض، والإحسان كلمة جامعة لكل معاني الخير.
(4) عدم الفساد في الأرض من خلال الرشوة وتلويث البيئة الطبيعية والأخلاقية للمجتمع من أجل تحقيق الربح وهي السلبيات التي نتجت عن النظام الرأسمالي بسبب تبريره للسعي المطلق نحو تعظيم الأرباح.

والقرآن الكريم يشير إلى هذه الأهداف بجلاء تام، قال تعالى: ﴿ وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الآخِرَةَ وَلا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ﴾ (القصص:77)، فأهداف النشاط التسويقي في الإسلام لا تنحصر في تعظيم الأرباح للمنتج ولا على إشباع رغبات المستهلك أو مراعاة مصلحة المجتمع بشكل يوحي بتضارب للمصالح، ولكن التسويق الإسلامي يؤكد على تعظيم القيمة من خلال توليفة متوازنة بين الأبعاد المادية والروحية للحياة، فإشباع الرغبات الإنسانية يخضع للتوجيهات والتشريعات الإسلامية التي تقود إلى تعظيم رفاه البشرية في الدنيا وفي الآخرة، وتؤسس لأخوة حقيقية بين جميع أصحاب المصلحة فضلا عن بسط العدالة الاجتماعية والاقتصادية في كل شعب الحياة الإنسانية.