

## الإجابة النموذجية تسويق إسلامي

### الجواب الأول:

وتجدر الإشارة في مجال التسعير إلى أنه من أبرز خصائص السوق الإسلامية أن الناس فيها أحرار في تحديد أسعارها، أي لا يجوز للدولة أن تتدخل في نشاطات السوق في حالة توفر مجموعة العناصر التي تحكم سير المعاملات في السوق الإسلامية، ومنها حرية الدخول والخروج للجميع، النصيحة والصدق في التعامل، منع الاحتكار، ومنع الغش والتلاعب في الأوزان والمكاييل.

### الجواب الثاني

| الممارسة | تعريفها                                                                                               | طرق حماية المستهلك منها                                                                                                                                                     |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| الغش     | وهو التدليس بالقول أو بالفعل للتحايل على المستهلك بخصائص غير موجودة أو إخفاء عيوب معروفة.             | -فسخ العقد سواء كان البائع يعرف بوجود العيب أم لا،<br>-لولي الأمر اتخاذ أي إجراء يراه مناسباً<br>يضمن عدم عودة البائع إلى هذه التصرفات.<br>-المقاطعة لمن اشتهر عنه التدليس. |
| التغريب  | هو الإغراء بوسائل كاذبة لترغيب المستهلكين للشراء بوصف المنتج بغير صفته الحقيقية، أو بغير سعره الحقيقي | -رد السلعة وفسخ العقد<br>-لولي الأمر اتخاذ أي إجراء يراه مناسباً<br>يضمن عدم عودة البائع إلى هذه التصرفات.                                                                  |
| الربا    | هو أي فائدة تدفع من المال المقترض، وهو الربح غير المشروع الذي يكسبه الدائن من المال الذي يقرضه للغير. | منع التعامل الربوي بين الأفراد<br>الوازع الديني وتنبيه الأفراد بتحريم الربا                                                                                                 |

### الجواب الثالث:

#### البعد الزمني لسلوك المستهلك:

إن الاقتصاد الإسلامي لا يقصر الأفق الزمني لسلوك المستهلك على الحياة الدنيا، بل إنه يمزج بين فلاح الدنيا والآخرة، ويمدد الزمن لما بعد الموت فلا يقطعه بانتهاء حياة الإنسان في الدنيا، وعلى هذا الأساس يكون الزمن الذي تظهر فيه نتائج السلوك ومنافعه، ومن ثم تحقيق النجاح، ليس حكرًا على الحياة الدنيا، بل إلى الحياة الأخرى.

إن هذه المفاهيم والاعتقادات لها أثران مهمان على سلوك المستهلك :

أ - إن نتيجة أي عمل أو تصرف يختاره المستهلك تتألف من جزأين هما الأثر المباشر لهذا العمل في الحياة الدنيا، والأثر الأبعد في الحياة الأخرى، وبالتالي فإن المنفعة المستفادة من مثل هذا العمل هي مجموع القيمة الحالية لهذين الجزئين.

ب - إن عدد الاستعمالات الممكنة للوحدة الواحدة من الدخّل المتاح للفرد يزداد زيادة كبيرة؛ بحيث يشمل كل تلك الوجوه التي تنتج أثرها في الحياة الآخرة وحدها، دون أن يكون لها أي نفع مادي في الحياة الدنيا

للمنفق، وذلك كالإنفاق على الفقراء والمساكين والمصالح العامة والأجيال القادمة، عن طريق الوَقْف الخيري، وكالقرض الحسن، وغير ذلك من الوجوه الخيرة .

#### الجواب الرابع:

نموذج التسويق الإسلامي يشتمل على ثلاث خصائص يمكن اعتبارها أساسية للتسويق الإسلامي. الخصائص الثلاث تشمل: الروحانية والأخلاقية والإنسانية.

1- **الروحانية:** تعني هذه الخصائص أن جميع الأنشطة التجارية يجب أن تتم وفقاً للقرآن والسنة، والتي بدورها تتطلب الإيمان بالله وبالشريعة الإسلامية.

2- **الأخلاقية:** ينظر إلى السلوك الأخلاقي على أنه يشبه الركن الثاني من أركان الإسلام، وهو الصلاة، بما أن الصلاة تتطلب الوضوء، يجب تنقية جميع الأنشطة التسويقية من جميع أشكال الأعمال غير الأخلاقية.

3- **الإنسانية:** تشمل الإنسانية، وفقاً للإسلام، القيم الإنسانية التي تختلف بين الناس من أي مخلوقات أخرى تسكن هذا العالم. ترتبط بركائز الإسلام الرابعة والخامسة، والتي تشمل الزكاة والحج . تعلم الزكاة مثل هذا السلوك الإنساني مثل تقديم المساعدة للمحتاجين والحساسية تجاه الفقراء واحتياجات الآخرين، بينما يذكر الحج بالمساواة بين جميع الناس بغض النظر عن العرق والجنسية واللون. مثل مفهوم الإنسانية في الإسلام، يجب على المسوقين إظهار الإنسانية في علاقتهم مع أصحاب المصلحة والمجتمع والبيئة الطبيعية.