

مقياس : التسويق الاسلامي
المستوى: سنة اولى ماستر
تخصص: تسويق

المحاضرة الثامنة

المزيج التسويقي الإسلامي

مقدمة

المزيج التسويقي الإسلامي هو مفهوم يندرج ضمن العلوم التسويقية، يهدف إلى تحقيق الأهداف التجارية والمالية وفقًا للقيم والمبادئ الإسلامية. يعتمد هذا المفهوم على توظيف القواعد والتوجيهات الشرعية الإسلامية في تصميم وتنفيذ الاستراتيجيات التسويقية. يتضمن المزيج التسويقي الإسلامي العناصر الرئيسية الأربعة المعروفة بـ 4P: المنتج (المنتجات والخدمات التي تتوافق مع الشريعة الإسلامية وتلبي احتياجات العملاء المسلمين بشكل ملائم)، والسعر (تحديد أسعار عادلة ومناسبة مع الالتزام بالعدالة والتجارة الشرعية)، والتوزيع (اختيار وتنظيم قنوات التوزيع التي تحافظ على الأخلاقيات الإسلامية وتضمن توفير المنتجات بكفاءة للعملاء)، والترويج (استخدام وسائل الترويج مثل الإعلانات والتسويق الإلكتروني بطرق تتماشى مع القيم الإسلامية).

تعريف المزيج التسويقي الإسلامي

✓ يعرف P.Kotler المزيج التسويقي على انه مجموعة من الأدوات المستعملة من طرف المؤسسة لتحقيق الاستجابة المرغوبة في أسواقها المستهدفة.

✓ و يعرف أيضا على أنه مجموعة متناسقة من قرارات المتعلقة بسياسات المنتج، السعر، التوزيع، و الاتصال لمنتج أو علامة.

و يعرف أيضا على انه "خليط من الأنشطة الرئيسية التي يتم من خلالها دراسة المنتج بما يتناسب مع رغبات و حاجات الزبون ثم دراسة و تحديد السعر المناسب و المنافس لبيعه ثم الترويج له و من ثم توزيعه و إيصاله إلى مكان و في الزمان المناسب من أجل إشباع حاجات و رغبات الزبائن بأعلى مستوى ممكن و تحقيق الربح المناسب أو تحقيق أهداف وجود المؤسسة و الشكل التالي يوضح وضع مزيج تسويقي من طرف المؤسسة. و

✓ يمكن استنتاج المزيج التسويقي الإسلامي على انه مجموع الأدوات والسياسات والنشاطات التي تستخدمها المؤسسة من اجل تصميم خليط من سياسات العناصر الأساسية من المنتج والسعر والترويج والتوزيع وفقا لمبادئ ومنهج الشريعة الإسلامية لاستهداف المستهلك المسلم في الأسواق.

المنتج الاسلامي

1. ضوابط المنتجات من المنظور الإسلامي

من منظور إسلامي فيقوم تقسيم السلع في الدراسات الإسلامية على أساس أحكام الشريعة الإسلامية، ولعل في مقدمة تلك الأحكام والقيم التي جاءت بها الشريعة الإسلامية، أنها جاءت لتحل الطيبات، وتحرم الخبائث، وذلك يعني تقسيم السلع على هذا الأساس، السلع الطيبة، السلع الخبيثة

السلع الطيبة

من هنا يمكن القول بأن المنتجات الطيبة هي التي ينبغي أن تكون محل البحث والدراسة في التسويق من منظور إسلامي، إذ هي التي يجوز انتاجها وصناعتها ومن ثم توزيعها واستهلاكها .

أنواع السلع الطيبة في الإسلام

السلع الطيبة سلع إنتاجية : ﴿ يَا أَيُّهَا
النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا
وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴾

[البقرة: 168]

السلع الطيبة سلع استهلاكية : ﴿ قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ
اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ
لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةٌ يَوْمَ الْقِيَامَةِ
كَذَلِكَ نَفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴾

[سورة الأعراف: 32]

السلع الطيبة سلع حرة : ﴿ وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ مِنَ
السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ نَبَاتَ كُلِّ شَيْءٍ ﴾

[الأنعام: 99]

السلع الطيبة سلعة مشروعة : ﴿ يَسْأَلُونَكَ مَاذَا أَحَلَّ لَهُمْ قُلْ أَحَلَّ
لَكُمْ الطَّيِّبَاتُ ﴾

[المائدة: 4]

ضوابط المنتجات

✓ الضابط الأول: حصر المنتجات في دائرة السلع الطبية والخدمات (الحلال).

✓ الضابط الثاني: التزام الأولوية في تحديد المنتجات.

✓ الضابط الثالث: أن تكون المنتجات معبرة عن حاجات حقيقية لأفراد المجتمع

التسعير الاسلامي

2. السعر وضوابطه في التسويق الإسلامي

يعرف السعر من منظور إسلامي بأنه القيمة أو المقابل الذي يدفعه المشتري مقابل حصوله على المنتج أو المنفعة، وهو ما يطلق عليه، اصطلاحاً في عملية المبادلة، قيمة مقابل قيمة أخرى مختلفة من حيث الجنس؛ فالسعر هو الأساس الذي يتم احتساب الثمن للسلعة عليه عند التبادل

أسس تحديد السعر في النظام الإسلامي.

أولاً: آلية السوق الإسلامية :تقوم السوق الإسلامية على أسس العدل والسوية في التعامل، بعيداً عن الاستغلال، أو أكل مال الغير، وبعيداً عن كل الممارسات السلبية والسيئة وتقوم على العناصر التالية

- الحرية الاقتصادية
- التعاون
- دور الدولة في السوق
- قوانين التعامل الاقتصادي في السوق:

أسس تحديد السعر في النظام الإسلامي

ثانيًا: تحديد السعر في السوق الإسلامي.

من أبرز خصائص السوق الإسلامي أن الناس مسلطون على أحوالهم؛ أي أنهم أحرار في تدبيرها، أي لا يجوز للدولة أن تتدخل في نشاطات السوق، بمعنى أن تترك الناس ليصلوا إلى "السعر العادل". وتظهر الطريقة الموضوعية لتحديد السعر الإسلامي في النقاط التالية :

حياد الدولة ، . المنافسة وظروفها ، السعر في السوق الإسلامية.

الترويج الإسلامي

إسلاميًا فقد عرف الإعلان بأنه "وصف بأسلوب مباح، لسلعة أو منفعة مباحة، بغرض ترويجها بوسائل نشر عامة، وذلك نظير مبلغ معين يدفعه المعلن .

التوزيع الإسلامي

ورغم الأهمية الظاهرة لعنصر التوزيع ضمن الخطة التسويقية، إلا أن هناك اتجاهًا عامًا بين المسوقين أن المنتج المناسب، بالسعر المناسب، سوف يجد طريقه إلى المستهلكين بجميع الوسائل الممكنة، ولكن الواقع العملي يشير إلى خلاف ذلك حيث إن حركة المنتج من الصانع إلى المستهلك النهائي تتضمن مجموعة واسعة من الأنشطة، مقصود بها ضمان توافر المنتج، والمساندة الفنية، والخدمات المصاحبة؛ مثل التمويل، وغيره، بالوسائل المشروعة، خلال القنوات التوزيعية المختلفة. (التي تحفظ حق البائع والمشتري).

خاتمة

في ختام هذه المحاضرة نجد ان المزيج التسويقي الإسلامي احد السياسات المهمة في المؤسسة التي تنتهج النهج الإسلامي في تعاملاتها والتقييد بالمبادئ التي جاءت وفق كل عنصر واجب على كل مؤسسة مسلمة لإنتاج الخدمات والسلع وتسعيرها والترويج عنها وتوزيعها وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية لنشر العدالة والشفافية والصدق للمستهلك الإسلامي .