مُمارَساتٌ تسويقيَّةٌ مَمنوعةٌ - ٢ -

د. علي محمد أبو العز

إنَّ المُتدبِّرَ في مُعتقداتِنا الإسلاميَّةِ يَعلَمُ حقَّ اليَقينِ أنّه يتضمَّنُ دعوةً آمرةً إلى أنْ يُسيطِرَ الإنسانُ على جسمِه وتصرُّفاتِه ونفْسِه ..، وأنْ يتحكَّمَ في رغباتِه ونزواتِه اللامتناهيةِ والأمَّارةِ بالسوءِ، وأنْ يلزمَ حُدودَه، وألاّ يتعدَّى حدودَ الآخرينَ؛ حتّى لو كان يتصرَّفُ في أملاكِه وأشيائِه، وكلّما نجحَ الإنسانُ في أنْ تسمُوَ رُوحُه على جسدِه، وفي السيطرةِ على نزعاتِ نفسِه الشريرةِ، وترويضِها وتذليلِها ارتفعَ بنفسِه عن البهيميَّةِ والماديَّةِ، وكلَّما كان ربَّانيَّاً وأخلاقيَّاً وعقلانيَّاً ..، وكان طريقُه إلى السعادةِ الأبديةِ أسرعَ وأوسعَ وأرقى.

فهناكَ جسمٌ وَفيهِ قلبٌ ينبضُ بالحياةِ، وبغيرِ قلبٍ أو بقلبٍ فاسدٍ منكوسٍ مُسوَدٍّ بالخطايا والآثامِ .. لا حياةَ، ولا رأفةَ، ولا رحمةَ، ولا طاقةَ، ولا حرارةَ، ولا شعاعَ، ولانورَ..؛ لأنّ صاحبَه لم يُفلِحْ في أنْ يجعلَ الهيمنةَ لِرُوحِه التي هي هبةٌ من اللهِ تعالى {قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي} [الإسراء:٨٥] على الجسدِ الذي هو من الأرضِ؛ فالجسمُ خُلِقَ خادماً لأغراضِنا لا سيِّداً يتحكَّمُ في رِقابِنا، وعلَينا أنْ نُعلِّمَ هذا الخادمَ ونُلقِّنه درساً لا يُنسَى كيف يُطيعُ، وكيف يلزمُ حُدودَه وخَريطتَه، وألاّ يخرجُ عليها .

وإنّ الدِّينَ الإسلاميَّ يأمُرُنا باستحضارِ القِيَمِ الأخلاقيَّةِ واستدعائِها من القلبِ في تصرُّفاتِنا السلوكيَّةِ والمُعاملاتيَّةِ؛ لا سيَّما الماليةَ التي تحَضُرُها الشياطينُ– شياطينُ الإنْسِ والجنِّ– ، ولكنْ ننسى ونستمعُ إلى همزاتِ الأبالسةِ، ونخدمُ مُخطَّطاتِهم الدنيئةَ في سرقةِ المؤمنينَ البُسطاءِ من أجلِ وُعودٍ كاذبةٍ بالثراءِ السريعِ، ونتمرَّدُ على قُيودِ النظامِ الرَّبَّانيِّ والانتظامِ الإسلاميِّ لنكونَ أسمَى وأثرى، ولو نظرتَ إلى الآيتَينِ رقم (٢٢ و٢٣) من سُورة {الذاريات} والتي يقولُ فيهما مولانا الحكيمُ جلَّ جلالُه: {وَفِي السَّمَاءِ رِزْقُكُمْ وَمَا تُوعَدُونَ فَوَرَبِّ السَّمَاءِ وَالأَرْضِ إِنَّهُ لَحَقٌّ مِّثْلَ مَا أَنَّكُمْ تَنطِقُونَ}، لوَجَدْتَ أنَّ الرِّزقَ الذي قسمَه اللهُ لك، لو حاولَ مَن في الأرضِ جميعاً أنْ يركبُوا الريحَ ليُبْعِدُوه عنه، لَركِبَ الرِّزْقُ البرقَ حتّى يصلَ إليكَ! فلَسْتَ في حاجةٍ إلى تعذيبِ جسمكِ بالركضِ العنيفِ وراءَ وَهَمِ الغِنى،

والذي يصيبُكَ بـ (الأرَق، وضغطِ الدَّم، وتلطيخِ رُوحِكَ النقيَّةِ بأوحالِ الكذبِ، وأدرانِ الخِداعِ)؛ فأنتَ بالدِّينِ والأخلاقِ تحصدُ سعادتَك الشخصيَّةَ، وتكسبُ دُنياكَ وآخرتَكَ معاً؛ ولكنَّنا ويا للأسفِ ننْسَى أو نتَناسَى .

لقد أسرفَ كثيرٌ من التُّجَّارِ على أنفسِهم بالمَعاصي وما علمَوا أنّ دوائرَ الخزي والعارِ تدورُ على العبدِ التعيسِ العاصي، وأغرقوا في الماديَّات؛ حتّى نسيَ الواحدُ منهُم أنّ له ربَّاً يَرقُبُه (إنَّ ربَّكَ لَبِالْمرصادِ)، نسيَ أنّ له رُوحاً، وصارَ حاضراً في الأسواقِ بجسدِه! غائباً برُوحِه! وأصبحَ هاجسُه ومُبتغاهُ وشعورُه الغريزيُّ أنْ يفجُرَ بالآخَرينَ (كذباً وخِداعاً، تدليساً وتزويراً)؛ إلاّ إذا أدركتْه المبادئُ الأخلاقيةُ والإسلاميةُ فمَنَعتْهُ من أنْ يكونَ فاجراً؛ ولذلك قال رسولُ اللهِ صلى الله عليه وسلم: (إنّ التُّجَّارَ هُمُ الفُجَّارُ، قالوا: يا رَسولَ اللهِ؛ أليسَ اللهُ قد أحلَّ البيعَ؟، قال: "بلَى؛ ولكنَّهُم يَحلِفُونَ فيأثَمُونَ، ويُحدِّثُونَ فيَكْذِبُونَ)[1] .

وعليه؛ فليسَ كلُّ التُّجَّارِ صاروا فُجَّاراً؛ لأنَّ هناك مكابحَ على رغباتِ الناسِ ونزواتِهم واحتياجاتِهم؛ هذه المكابحُ هي الدِّينُ، والأخلاقُ، والتربيةُ، والمبادئُ والقيمُ، وهذه المكابحُ تجعلُ المسافةَ طويلةً بين الطُّموحِ الذي أُريدُه وبين إمكاناتيَ الحاليَّةَ؛ لذا يُفضِّلُ البعضُ أنْ يسلُكَ الطريقَ الأسرعَ والأسهلَ والمختصَر، فيمدُّ يدَه ليأخُذَ دونَ أنْ يَدفعَ؛ كالحيوانِ إذا أرادَ شيئاً وعَجَزَ عليه – بالتودُّدِ وهزِّ الذيلِ– تحصيلهُ، يَخطُفه أو ينقَضُّ عليه!

ويهالُني العَجَبُ من تاجرٍ يربحُ بالخِداعِ ربْحاً قليلاً لا يساوي الهوانَ الذي سيَلْقاه (جَزاءً وِفاقاً)، ومن الأجهزةِ الإعلاميةِ التي تدعُو إلى الإيمانِ من أجلِ الطهارةِ التسويقيةِ، والأمانةِ التجاريةِ، ويتولَّى هذه الدعوةَ رجالٌ من علماءِ الدِّينِ والتربيةِ، وفي الوقتِ ذاته يُعاقَبُ التاجرُ الصدوقُ الذي يُريدُ أن يعيشَ فاضلاً، وتُحتَقَرُ قيَمُه الأخلاقيةُ، وتُنْصَبُ العراقيلُ والعُقَدُ أمامَه، وتُحاكُ حولَه الأباطيلُ، بينَما تُفتَحُ الأبوابُ المُوصدةُ أمامَ التاجرِ الانفتاحيِّ الحَربائيِّ، وكأنَّنا بذلكَ نُخَيِّرُه بينَ أنْ يعيشَ صادقاً فتتعطلَ حركةُ المرورِ في طريقِ تجارتِه، وبينَ أنْ يَضعَ قَدَمَه على أخلاقِه؛ ليَدُوسَ كرامتَه، ويبيعَ أُمَّتَه، ويمنحَ ضميرَه إجازةً طويلةَ الأمدِ بما أفسدَ؛ لتتفتَّحَ له الطُّرُقُ السريعةُ والفظيعةُ من أوسعِ أبوابِها .

وقد ينظرُ أحدٌ إلى حالِنا، ويَمطُّ شفتَيه، ويُحرِّك حَنكَه، ويَهزَّ رأسَه شاقولياً ارتفاعاً وانحطاطاً .. لا أملَ، والأمرُ لا يَعنيني، وننْسى أنَّ النبيّ المُصطفى صلى الله عليه وسلم قال: (أيُّما أهْلُ عَرصَةٍ أصبحَ فيهِمُ امرؤٌ جائعٌ فَقَدْ بَرِئَتْ مِنْهُمْ ذِمَّةُ اللهِ تعالى)؛ فقلْ لي باللهِ عليكَ![2] ما شعورُكَ حيالَ خبرٍ تسمعُه عن عائلةٍ ماتَ أفرادُها تَسمُّماً ضحيَّةَ المطامعِ التجاريَّةِ، أو عن عاملٍ فقيرٍ أنفقَ مُدَّخَراتِ سَنةٍ كاملةٍ على سِلْعةٍ (مغشوشةٍ) تعطَّلتْ وفسدتْ بعدَ استخدامِها مرَّةً أو مرَّتين، أو عن مَدينٍ أضرَمَ في جسدِه النارَ .. أو رمَى بنفسِه من أعلى بنايةٍ .. أو لفَّ حبلَ

[1] [أخرجُه أحمدُ في المسندِ (طبعة الرسالة) برقم (١٥٥٣٠)، والحاكِمُ في المستدرَكِ برقم (٢١٤٥)، والبيهقيُّ في شُعَبِ الإيمان برقم (٤٥٠٥)]
[2] [أخرجُه أحمدُ في المسندِ (طبعة دار الحديث) برقم (٤٨٨٠)]

المشنَقة حولَ رقبته إنهاءً لمعاناته الماليّة ..؛ ألاّ تستوجبُ هذه الجناياتُ ضدَّ الإنسانية وغيرُها التي هي غايةُ المثاليّة البائسة أكثرَ وأكثرَ من أنْ تبْرَأ منَّا ذمَّة الله عَزَّ وجَلَّ.

ولعلَّ من أبرزِ الأسبابِ وراءَ انحرافِ المُمارَسات التجاريةِ عن مسارِها الشرعيِّ والإنساني والطبيعيِّ ما يلي:

أولاً: ضَعفُ أو غيابُ الرقابة الشرعية على الأنماط التسويقية المستخدَمة؛ فالرقابةُ بشقَّيها (الذاتية والإجرائية) من أهمِّ الوسائلِ العمليةِ التي يُمكنُ استخدامُها في مكافحة السلوكيات المُنحَرِفة، ومُعالجة الأساليب الملتوية، فإذا لم تنجحِ الرقابةُ الشخصيةُ في كبحِ جماحِ النفسِ البشريةِ عن المطامعِ المادِّيَّة، ولم تَعُدْ قادرةً على جعلها تسيرُ على هُدىً وبصيرةٍ، فإنَّ الرقابةَ الإجرائيةَ التي تقومُ بها الجهاتُ المسؤولةُ تضمَنُ حمايةَ المُمارَسات التسويقية من الأخطاء والمُخالَفات الطُّفيليَّة والأخطبوطية غيرِ المقبولة شرعيّاً وأخلاقيّاً. ومعلومٌ وواضحٌ لكُلِّ ذي عَينَين – بَصراً وبَصيرةً – أنّ الواقعَ التاريخيَّ والتجاريَّ لا بُدَّ لهُ من وازعٍ سُلطانيٍّ مصداقاً للحديثِ الشريف: (إنّ اللهَ لَيزَعُ بالسُّلطانِ ما لا يَزعُ بالقُرآن).

ولقد بلغَ من حرصِ الدولة الإسلامية – في المجَدِ التليد – على سلامة الأسواق من مَظاهرِ التلاعُب والغِشِّ، أنْ قامتْ بإنشاءِ جهازٍ للرقابة الإدارية والاقتصادية بات يُعرَفُ بنظامِ (الحِسْبَة)؛ وجَعلتْ من مهامِّه:

* تحديدَ معاييرِ الجَودَة،
* ووضعَ المقاييسِ والمواصفاتِ للسلعِ والخدماتِ المَعرُوضة في الأسواق،
* ومراقبةَ التجَّارِ وأصحابِ المِهَنِ والصناعات،
* والتدقيقَ في صِحَّة المكاييلِ والموازين، وجَودَة البضائعِ ونحوِ ذلك من الاختصاصاتِ التي تدخلُ في نطاقِ سُلطاته؛ كي لا يقعَ المستهلكُ ضَحيَّةً لمطامعِ التجَّارِ الشخصية،

وقد مارسَ سيِّدُنا ونبيُّنا مُحمّدٌ صلى الله عليه وسلم الدورَ التطبيقيَّ بنفسه الشريفة حينَ وضعَ يدَه في صُبْرَةِ الطعام؛ ليتأكَّدَ من كَونِ الطعامِ المَعروضِ كُلِّه بمستوىً واحد، فلَّما تبيَّنَ له قيامُ البائعِ بخَلْطِ الطعامِ الجيِّدِ بالرديء، وإخفاءُ الرديءِ في بَطنِ الصُّبْرَة، رَصَدَ صلى الله عليه وسلم مُمارَسةً ضارَّةً وخطيرةً، وحذَّرَ منها بقوله عليه الصلاةُ والسلامُ: (مَنْ غَشَّ فلَيسَ منّا)[1]، وقد تولَّى الخُلفاءُ الراشدونَ المَهديونَ من بعده هذه المهمَّةَ الجليلةَ في رقابة التصرُّفات الجارية في الأسواق، ومتابعتها لضبطِ المسلكيَّات المنحرفة، والانحرافاتِ الطارئة الضَّارّة بالمجتمع.

وحُقَّ لنا أنْ نتساءلَ اليومَ ونحنُ نرَى المخالفاتِ وقضايا الاحتيالِ الماليَّة المتلاحقةَ تَسرَحُ في أسواقنا وتمَرَحُ بلا حسابٍ و لا عِقاب، عن دَورِ الدولة من خلالِ أجهزتها الرقابية بالتفتيشِ على هذه المُمارَسات الضارَّة؟ وكبحِ لجامِها؟

ولماذا نتمسَّكُ بالخطأ؟

لماذا نخافُ من مَسكِ عصا الإصلاح؟

[1] [أخرجَهُ مسلمٌ برقم (١٠٢)، وأبو داودَ برقم (٣٤٥٢)، وابنُ ماجهْ برقم (٢٢٢٤)]

خُذْها بقُوَّةٍ أيُّها المسؤولُ ولا تَخَفْ، ولا تَرجعِ القَهْقرى، واتخذْ مواقفَ صارمَةً، وتبنَّى سياساتٍ إصلاحيّةٍ غيرَ تقليديةٍ، ولا تنحازَ لأحدٍ على حسابِ أحدٍ فتَقلبَ الكأسَ رأساً على عَقبٍ؛ فالخوفُ من التجَّارِ ومُحاباتُهم لا يُجدي، والحلولُ التقليديةُ تُعطِّلُ ولا تُنجزُ شيئاً، بادرْ بالإصلاحِ فالوقتُ محدودٌ وهو يمُرُّ مَرَّ السحاب.

ثانياً: اتِّساعُ الفجْوةِ القائمةِ بين الجوانبِ العَقَديّةِ (الدينية) وبين الواقعِ الاقتصاديِّ المعاصرِ؛ والعملُ بشعارِ اللادينيةِ القائلِ: (دَعْ ما للهِ للهِ، وما لِقيصرَ لِقَيْصَرَ)، والتدينُ في المسجدِ فقطْ ...، ولا ننتبُه إلى أنّ المسجدَ مكانٌ لتلَّقي التعليماتِ، أمّا معملُ التديُّنِ الحقيقيِّ فمحلُّهُ خارجَ المسجدِ.

ثالثاً: عدمُ توافُرِ البنيةِ التحتيَّةِ من أنظمةٍ وموارِدَ بشريةٍ تَنظِّمُ وتَشغلُ المنظومةَ التسويقيةَ وفقَ معاييرَ شرعيةٍ دقيقةٍ، وليس مُفيداً وضعُ تشريعاتٍ وقوانينَ لا تُطبَّقُ، أو لا يكونُ لدى القائمينَ على تطبيقِها المعرفةُ والجرأةُ الأدبيَّةُ والفهمُ الصحيحُ لأهميَّةِ ما يَدورُ حولَهُم باستمرارٍ من انتهاكاتٍ تُرتَكَبُ بتَعَمُدٍ وإصرارٍ لتحقيقِ الأرباحِ الخياليَّةِ، وتكاثرِ الأموالِ الطائلةِ على حسابِ صحَّةِ المستهلكِ.

رابعاً: عدمُ وعيِ المستهلِكينَ بالمُمارساتِ التسويقيةِ غيرِ المشروعةِ، أو اتِّخاذِهم موقفاً سلبيّاً صامتاً تجُاهَ ما يُلاحظوهُ منها بعَدمِ التبليغِ عنها، أو إثارتِها لدى الجهاتِ الشرعيةِ المعنيَّةِ بالتنبيهِ والتوجيهِ؛ كمَجالسِ الإفتاءِ، أو وزاراتِ الأوقافِ والشؤونِ الإسلاميةِ وغيرِها .

كُلُّ ذلك أسهَمَ في ظهورِ وانتشارِ مثلِ هذه المُمارساتِ غيرِ الأخلاقيةِ.

ويُلخِّصُ الباحثُ في الكلماتِ الآتيةِ أبرزَ الممارساتِ غيرِ المشروعةِ الدائرةِ في إطارِ العنصرِ الثاني من عناصرِ المزيجِ التسويقيِّ والمتعلِّقِ بالأسعارِ التي يُثمِّنُ بها التجَّارُ بضائعَهُم وخدماتِهم ومُنتجاتِهم:

أوّلاً: شراءُ، أو تخزينُ، أو إتلافُ سلعٍ ومُنتجاتٍ بقَصدِ رفعِ الأسعارِ أو منعِ انخفاضِها:

هذه ممارسةٌ احتكاريةٌ يفعلُها بعضُ التجَّارِ بهَدفِ التحكُّمِ في نوعيةِ وسعرِ ما يُعرَضُ من سلعٍ ومنتجاتٍ في الأسواقِ الاستهلاكيةِ، وهي تؤدّي إلى منعِ، أو إضعافِ المنافسةِ التجاريةِ المستندةِ إلى أُطُرٍ قانونيةٍ، وضوابطَ شرعيةٍ متوازنةٍ، والتي تُحقِّقُ للمستهلكِ العديدَ من المزايا الإيجابيةِ المتمثِّلَةِ في وفْرةِ المنتجاتِ وتنوُّعِها بأسعارٍ مقبولةٍ.

لقد وَرَدَ التحذيرُ الشديدُ والذمُّ الشرعيُّ من احتكارِ السلعِ والخدماتِ والاحتياجاتِ البشريةِ في أحاديثَ نبويّةٍ صحيحةٍ؛ وذلك لأنّه يجعلُ مُحتَكِرُها سلطةً على المشتري تدفعُه إلى استغلالِ حاجتِه إليها عن طريقِ التحكُّمِ في سعرِها، وفي درجةِ جَودتِها، وفي وقتِ عَرضِها، وفي الكميَّةِ المَعروضةِ منها، غيرَ آبهٍ بوضعِ المستهلكِ، ومدى احتياجِه لها، وهذا ضَرَرٌ يستَوجِبُ دفعَه بالنصوصِ والقراراتِ الرسميةِ (القانونيةِ) الرادعةِ لكُلِّ مَنْ يَسوقُه جَشعُه إلى التضحيةِ بمصلحةِ الآخرينَ وإقصائِها.

ومن التصرُّفاتِ الاحتكاريةِ الممنوعةِ: عرضُ السِّلَعِ والمنتجاتِ بأقلَّ من سعرِ التكلفةِ لتعريضِ المؤسساتِ المنافسةِ لخسارةٍ شديدةٍ، أو عَرضِ كمّياتٍ كبيرةٍ من السلعةِ في السوقِ بما لا يتَّفِقُ مع معدَّلاتِ الطلبِ عليها لتخفيضِ

سعرها، والإضرار بالمُنافسينَ، وإغلاق باب المنافسة في وجُوههم، ومن ثمَّ إرخاء الحبل على غاربه لأنفسهم في فَرض ما يرونَه مُناسباً لأسعار منتجاتهم على حساب الجَودة والكفاءة، وكنتيجة حتمية لانعدام المنافسة لم يَعُد المستهلكُ حُرّاً في المفاضلَة بين مؤسَّسة وأُخرى على أساس الجَودة والسعر، ولا بُدَّ من إنشاء هيئة تنظيمية لمُتابَعة الأسعار، ومُراقَبة التصرُّفات التي تتلاعبُ بها، وسَنّ ما يُعرَفُ بالتسعير أو (الحدّ الأقصى للأسعار) أو (المعدَّل الأعلى للعائد).

ثانياً: إرغامُ المستهلك على شراء سلعة أُخرى مرافقةً للسلعة الأصلية (المقصودة) التي يشتَريها – على الرغم من كونه لا رغبةَ له في شرائها– ممَّا يُفْقِدُه رِضاه، ويجعلُه يُنفقُ أموالاً زائدةً بلا طائل، أو اختلاف سعر المنتج في رَفّ العَرض عن السعر المُثبَت على جهاز (كاشير المحاسبة)؛ وذلك لتضليل المستهلك الذي لا يُدقّقُ في مدى مطابقة الفاتورة الصادرة عن الجهاز بالأسعار المعلَن عنها على رَفّ المنتَجات، أو عدم إبراز قوائم أسعار السلع والخدمات في أماكنَ ظاهرة أمامَ المستهلك – على الرغم من إلزام القانون لهُم بإبرازها –؛ ليَحملَه على شرائها بصورة عشوائية، ودفع نفقات غير مدروسة، وليتيحَ لنفسه فُرصَةَ التلاعُب بالأسعار على هَواه، أو مخالفةَ التسعيرة المعتمَدة رسميّاً؛ وهذه مخالفةٌ شرعيةٌ؛ لأنَّ الدولةَ إذا أمرَتْ بمُباح فعلاً أو تركاً فإنّ طاعتَها واجبةٌ شرعاً في الظاهر والباطن؛ حتى لو كانت رقابتُها غائبةً؛ لأنّها نائبةٌ مَنابَ الشرع في تنظيم شؤون الناس، فيجبُ لذلك امتثالُ أوامرها؛ خاصَّةً مع طُغيان ظاهرة الجَشع التجاريّ على كثيرٍ من الممارَسات التسويقية، ووقوع المستهلك ضحيَّةَ هذه الممارَسات اللاأخلاقية؛ فينبغي لذلك مُواجَهةُ هذه الظاهرة بأغلظ العقوبات، وتكثيف دوريات المُراقبة لضبط أيّ تفلُّت، ولوضع الأمور في نصابها، ولا يُمكنُ لأحوال السوق أنْ تلتئمَ وتنتظمَ إلاّ بذلك؛ لأنّ اللهَ عزَّ وجلَّ يَردعُ بقوَّة الدولة وسُلطتها النافذة المُتمرِّدينَ على أحكامها ردعاً لا تحُقِّقُه نصوصُ الوعيد القرآنية.

ثالثاً: التلاعبُ بنفسية المستهلك:

تنتهجُ بعضُ المؤسَّسات في تسويق منتجاتها استراتيجيةَ (التسويق بالسعر النفسيِّ)؛ فتُسعِّر المنتجَ بأعلى سعرٍ؛ لأنّها ترى أنّ بعضَ المستهلكينَ يربطونَ السعرَ المرتفعَ بالجَودة العالية، وأنّه كلَّما زادَ سعرُ المنتج زادَ الطلبُ عليه، وتقومُ باستغلال هذا المعتَقد لديهم – وخاصَّةً في حالة غياب المعرفة الفنِّيَّة للمستهلك بالمنتَج – في تحقيق أهدافها الماديَّة، وبالتالي تُبقي أسعارَها مرتفعةً، وقد تلجأُ إلى رفع السعر قليلاً على فترات متباعدة بدلاً من تخفيضه كي تثوِّرَ عاطفةُ الشراء لدى شريحة المستهلكينَ الذين يُفضِّلُونَ دفْعَ سعرٍ أعلى للسلعة اعتقاداً منهُم "أنَّ السعرَ المرتفعَ يعني الجَودةَ والتميُّزَ".

رابعاً: التسويقُ بالسعر المُتناقص:

تستخدمُ بعضُ الشركات استراتيجيةً تسويقيةً تقومُ على أساس تحديد سعرٍ مرتفعٍ للمنتَج الجديد يتناقصُ تدريجيّاً بعدَ الحصول على أقصى عوائدَ ممُكنةٍ في كلِّ قطاعٍ وشريحةٍ استهلاكيةٍ من شرائح السوق، وتُعرَفُ هذه

الاستراتيجيةُ بـ (أخذ قشدة السوق)؛ فتبدأ بالشريحة الأعلى دخْلاً، وهي فئةُ المستهلكينَ الذين بمَقدُورهم دفعُ سعرٍ مرتفعٍ للمنتجِ رغبةً منهُم في (التميُّز، وتأكيد الذات، وإظهار الشخصية)، وتحقُّق المؤسسة بهذا العمل أرباحاً عاليةً، إلاّ أنّ حجمَ المبيعات قد يكونُ منخفضاً نسبيّاً، ومن ثمَّ بعدَ امتصاص سيولة المستهلكينَ في تلك الشريحة، تنتقلُ المؤسسةُ إلى الشريحة الاستهلاكية الأدنى، فتخفضَ سعرَ المنتجِ لتحصدَ مُدَّخَراتهم، وعندما تتأكَّدُ من حيازة فوائضهم كُلِّها تنزلُ إلى الشريحة الأدنى فتُنقصَ من السعرِ مرَّةً أُخرى كي تُصبحَ في متناول الشريحة الاستهلاكية الأقلّ دخْلاً من سابقتها، وهكذا تقفزُ من شريحةٍ لأُخرى، وتستمرُّ في تخفيض أسعار منتجاتها تدريجيّاً من خلال خُطةٍ إبليسيةٍ تكتيكيةٍ للاستيلاء على الفوائض المالية من الشرائح والقطاعات المختلفة من الأسواق كافّةً.

خامساً: تحديدُ أقلِّ سعرٍ مُمكنٍ للمنتجات الجديدة لطرد المُنافسينَ الأقوياء، أو مُقاسمتهم الحِصَّةَ السوقيةَ عبرَ جَذب أكبرِ عددٍ ممكنٍ من المستهلكينَ:

تُعرَفُ هذه الاستراتيجيةُ بـ (اختراق السوق)، ولكي تنجحَ المؤسسةُ في تطبيقها يجب أنْ تحتفظَ بمَوقعها كصاحبة أقلِّ سعرٍ في السوق، وألاّ تُحاولَ رفعَ الأسعار؛ حتّى لو انفردَت بالسوق بعدَ طرد المنافسينَ، وممّا يزيدُ هذه الممارسةَ سُوءاً قيامُ بعضِ التجَّار برفع الأسعار تدريجيّاً لتعويض ما لَحِقَ بهم من خسارةٍ جرّاءَ البيع بأقلّ من سعرِ السوق، وذلك بعد أنْ يتأكَّدَ التاجرُ من عدمِ وجود مُنافسةٍ قويةٍ في السوق تُشاطرهُ كعكةَ الأرباح.

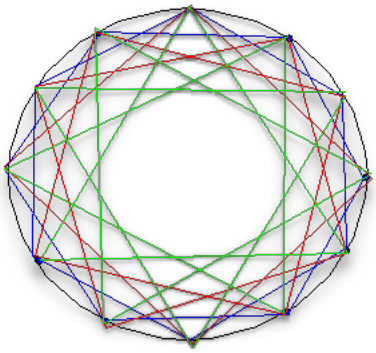
إنَّ هذه الاستراتيجيةَ وسابقاتها تدلُّ على نزعةٍ أنانيَّة – أناويّةٍ – لا يُبالي أصحابُها بما يقعُ من أذىً وضَررٍ على المستهلكينَ ما داموا يجْنُونَ من وراء ذلك أرباحاً طائلةً، ويتفاقمُ الضررُ في حال انفراد التاجر ببيع المنتَج بعد تصفية المنافسينَ جميعهم، فيفرضُ فيه من الأسعار ما يُحقِّقُ مآربَه، والأصلُ الأصيلُ أنْ يربحَ التاجرُ الربحَ المعروفَ، وأن يبيعَ بالقيمة المعتادة، وأنْ يتركَ المنتَجَ لعواملِ العَرض والطلب دونَما (تلاعبٍ، أو تدليسٍ، أو تدخُّلٍ مُفتَعلٍ)، وعلى الدولة الحكيمة إذا وجَدتْ شيئاً من ذلكَ أنْ تتدخَّلَ من منطلَق مسؤوليَّتها (القانونيّة والقضائيّة) في تحديد أرباح التجَّار بنسبةٍ مُعيَّنةٍ – لاسيَّما وقتَ المحَنِ والأزمات –، وفرض تسعيرةٍ مُحدَّدة لبعض المنتجات، وذلك بمَشورة أهل الرأي والبصيرة – أهل الحَلِّ والعَقد –، وهذا التدخُّلُ لا يختصُّ بالتجَّار وَحدَهُم؛ بل يشملُ المنتجينَ والموزِّعينَ وكلَّ مَن له دورٌ في رفع الأسعار. فـ "الجميعُ مسؤولٌ أمامَ اللهِ تعالى".

هذه الاستراتيجياتُ التسعيريةُ المُحرَّمةُ، مَنشؤُها حبُّ المالِ – الجَشعُ والطَّمعُ – الذي لا يشبعُ منه الإنسانُ مهما امتلأ منْهُ، وليس المطلوبُ أنْ تكرَه المالَ، بل أنْ تكون مُعتدلاً في طلبه بين الإفراط والتفريط.

والذي يُغلي الأسعارَ على المسلمينَ، ويُضيِّقُ عليهم معاشَهم سيُضيِّقُ اللهُ عزَّ وجلَّ عليه يومَ القيامة، قال رسولُ اللهِ صلى الله عليه وسلم: (مَنْ دَخَلَ في شَيءٍ مِنْ أسعارِ المُسلِمينَ لِيُغْلِيه عليهِمْ كانَ حَقًّا على اللهِ أنْ يَقْذِفَهُ بِعُظْمٍ (مكانٍ عظيمٍ) مِنَ النَّارِ يومَ القيامَةِ)[1] .

وللحديثِ شُجونٌ و بقيَّةٌ . . .

(قُلْ هَذهِ سبيلي أدعُوا إلى اللهِ على بَصيرَةٍ) والحَمْدُ للهِ رَبِّ العالَمِينَ.



[1] [رواه أبو داودَ الطيالسي برقم (٩٧٠)، وأحمدُ في المسنَد (طبعة الرسالة) برقم (٢٠٣١٣) والطبرانيُّ في المعجَمِ الأوسطِ برقم (٨٦٥١) وفي المعجَمِ الكبير برقم (٤٨٠)].