

## مدیریت ارتباط با مشتری از دیدگاه قرآن و نهج البلاغه

محمد موزیری قیری\*<sup>۱</sup>، علی شاه نظری درچه<sup>۲</sup>

۱. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، مؤسسه آموزش عالی امین

۲. استادیار مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور

(تاریخ دریافت: ۹۴/۴/۸؛ تاریخ پذیرش: ۹۴/۵/۱۱)

### چکیده

یکی از مطالبات به حق جامعه ما سی و هفت سال پس از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی، استقرار ارزش‌های ناب اسلامی در تمامی شئون جامعه به‌ویژه تصمیم‌گیری‌های حوزه اقتصادی و بازرگانی است. هدف پژوهش حاضر تبیین و شناسایی مؤلفه‌ها و اصول مشتری‌مداری و ارتباط با مشتری از دیدگاه قرآن و نهج البلاغه خواهد بود. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و در زمره پژوهش‌های توصیفی از شاخه پیمایشی قرار می‌گیرد. برای گردآوری داده‌ها از شیوه فیش‌برداری از منابع کتابخانه‌ای استفاده شد. نتایج حاکی از شناسایی ۱۵ مؤلفه و دسته‌بندی آنها در قالب دو بعد اصول نظری شامل حق‌محوری، کسب رضایت الهی، توجه به خواست مشتری، صداقت‌پیشگی در معامله و تطابق معامله با احکام اسلامی و اصول عملی شامل سود متعارف، رعایت مساوات، اعتماد معقولانه به مشتری، عدم کم‌فروشی، ممنوعیت احتکار، حلم و بردباری، خوشرویی با مشتری، حسن خدمت به مردم، تسریع در رفع حوایج مشتریان و دعا برای کسب توفیق خدمت به مردم است.

### واژگان کلیدی

اصول عملی، اصول نظری، قرآن، مدیریت ارتباط با مشتری، نهج البلاغه.

## مقدمه

در مدیریت رایج، علت و فلسفه توجه به رضایت مشتری، کسب سود است (کاتلر و کلر، ۲۰۱۲: ۱۰۵). در این دیدگاه، رضایت مشتریان از چگونگی کیفیت و ارائه محصولات، نقش برجسته‌ای در استمرار فعالیت اقتصادی عرضه‌کننده دارد و موجب می‌شود که مشتریان در برابر افزایش قیمت، واکنش سلبی کمتری داشته باشند و آمادگی بیشتری برای پذیرش قیمت‌های بالاتر از خود نشان دهند (جمشیدیان، ۱۳۹۱: ۵۳). این امر در نهایت سبب می‌شود که سود بیشتری نصیب عرضه‌کننده شود (دراموند و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۸).

اما فلسفه و هدف از جلب رضایت مشتری در دیدگاه الهی و اسلامی با دیدگاه مادی مکاتب اقتصادی غربی متفاوت است (هاشم و حمزه، ۲۰۱۴: ۱۵۷). در جهان‌بینی اسلامی، مسیر تقرب به خداوند از میان خدمت به بندگان خدا می‌گذرد. از این رو، بین رضایت آنها و رضایت خداوند، ارتباط وثیق وجود دارد، به طوری که در تعاملات بشری، به‌ویژه در معاملات مشروع، بدون جلب رضایت بندگان، رضایت و بندگی خداوند متعال امکان‌پذیر نیست (حسینی و عیدی، ۱۳۹۱: ۹۶). البته جلب رضایت آنها به‌تنهایی کافی و در همه حال مطلوب و مورد نظر نیست و کسب رضایت خداوند متعال به کسب رضایت بندگان منحصر نمی‌شود (نهج‌البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۵۳: ۴۰۳)؛ ولی در عین حال، یکی از مناسب‌ترین و ارزنده‌ترین راه‌هایی محسوب می‌شود که در روایات توصیه فراروان به آن شده است (نبوی، ۱۳۹۱: ۶۵). بنابراین، می‌توان کسب رضایت انسان‌ها را در جایگاه مشتری، در راستای کسب رضایت الهی دانست (پناهی بروجردی، ۱۳۹۰: ۱۵۷). از سوی دیگر، در آموزه‌های اسلامی هدف و غایت همه اعمال و افعال، کسب رضایت الهی و تقرب به اوست (ثواقب، ۱۳۹۱: ۷). پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله درباره تصحیح انگیزه و داشتن قصد قربت در هر کاری خطاب به ابوذر غفاری می‌فرماید: «شایسته است که در انجام هر کاری، حتی خوابیدن و خوردن، انگیزه الهی داشته باشی» (طبرسی، ۱۳۷۰: ۴۶).

لذا با توجه به موارد ذکر شده می‌توان فلسفه مدیریت مشتری از دیدگاه اسلام و جهان غرب را به شکل زیر نشان داد.



شکل ۱. مقایسه مدیریت مشتری از دیدگاه جهان غرب و اسلام (تدوین پژوهشگر)

از سوی دیگر یکی از مطالبات به حق جامعه ما سی و هفت سال پس از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی، استقرار ارزش‌های ناب اسلامی در تمامی شئون جامعه به‌ویژه تصمیم‌گیری‌های حوزه اقتصادی و بازرگانی است؛ لذا از آنجا که مطابق جست‌وجوهای صورت گرفته هیچ پژوهشی موضوع حاضر را پوشش نداده است، برای رفع این خلأ علمی و عملی، مقاله حاضر به رشته تحریر درآمد و به دنبال پاسخگویی به این سؤال اساسی است که مدیریت ارتباط با مشتری در اسلام از چه مؤلفه‌هایی تشکیل می‌شود؟

### ۱. پیشینه پژوهش

بر مبنای جست‌وجوهای صورت گرفته، تاکنون تحقیقات بسیار اندکی در زمینه مدیریت ارتباط با مشتری در اسلام صورت پذیرفته است که این خود حاکی از اهمیت پژوهش حاضر خواهد بود. از جمله پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه، می‌توان به مقاله

تولایی و همکاران (۱۳۸۷) با عنوان «اصول مشتری‌مداری در اسلام» اشاره کرد. آنان پس از بیان مفهوم مشتری و نیازهای او و رضایت مشتریان؛ به بررسی آیات و روایات مرتبط با این موضوع در سه سطح کلی زیر پرداخته‌اند:

الف) مبانی و اصول مشتری‌مداری در اسلام (مواردی را شامل می‌شوند که در تمامی معاملات مبنا قرار می‌گیرند و در صورت تخلف از آنها معامله با مشکل مواجه می‌شود)؛  
 ب) روش‌های معامله و احکام برخورد با مشتری (شامل واجبات و محرمات و احکام معاملات است)؛  
 ج) رفتار و برخورد با مشتری.

از آنجا که مدیریت مشتری از ارکان مدیریت اسلامی و مدیریت بازاریابی محسوب می‌شود توجه به پژوهش‌های زیر نیز خالی از لطف نیست.

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های صورت‌گرفته در حوزه مدیریت اسلامی و علوی

ردیف	محقق(محققان)	نتایج تحقیق
۱	ویلسون (۲۰۰۶)	۱. در اسلام معامله باید مورد رضایت طرفین باشد و با آزادی کامل انجام گیرد؛ ۲. ایمان شخص مسلمان، تمام اعمال او را هدایت می‌کند؛ ۳. تمامی اعمال تجاری باید با احکام شرعی منطبق باشد؛ ۴. اخلاق اسلامی ایجاب می‌کند که اطلاعات صحیح و به‌موقع راجع به محصول ارائه شود.
۲	عدنان (۲۰۱۳)	۱. در اسلام باید خدا محور تمامی کارها باشد؛ ۲. بازاریابی مشتری‌مدارانه، سبب بهبود مؤلفه‌های بازاریابی می‌شود؛ ۳. بازاریابی و ارائه محصول حلال امری ضروری است.
۳	مکارم شیرازی (۱۳۷۱)	الف) ریشه مدیریت اسلامی، اصل توحید و یگانگی خداست. ب) الگوها و اصول مدیریت اسلامی عبارتند از: اصل محبت، اصل تنبیه، اصل بلندهمتی، اصل سازماندهی، اصل واقع‌گرایی. ج) انگیزه اصلی مدیریت اسلامی، انگیزه معنوی است.

ادامه جدول ۱

ردیف	محقق (محققان)	نتایج تحقیق
۴	طیب (۱۳۸۹)	روش مدیریتی بر مبنای فرامین امام علی <small>علیه السلام</small> در نهج البلاغه، شامل موارد زیر است: ○ آماده‌سازی: مسئولیت‌پذیری و کار ایثارگونه ○ ملکات اخلاقی مدیر: تقوا، اطاعت از خدا، کنترل نفس، ساده‌زیستی، پرهیز از غرور و ... ○ تصمیم‌گیری: انطباق بر حق، عادلانه بودن، رضایت مردم، مشورت و ... ○ دستور و اقدام: سنجیده بودن، به موقع بودن و قاطعیت.
۵	توکلی محمدی (۱۳۹۱)	اصول مدیریت علوی عبارت است از: ۱. اصول انسانی؛ ۲. نظم و سازماندهی؛ ۳. خویشتنداری و فرو بردن خشم؛ ۴. صبر؛ ۵. نیکی کردن به مردم؛ ۶. خودسازی؛ ۷. عدالت محوری؛ ۸. نقدپذیری؛ ۹. مشارکت مردم؛ ۱۰. قانون‌گرایی؛ ۱۱. پاسخگویی؛ ۱۲. پرهیز از دنیاطلبی؛ ۱۳. عدم خیانت به بیت‌المال؛ ۱۴. مبارزه با رشوه‌خواری؛ ۱۵. عذرخواهی از اشتباهات
۶	دلوی و همکاران (۱۳۹۲)	اصول مدیریت از دیدگاه امام علی <small>علیه السلام</small> عبارت است از: حق محوری، توکل بر خدا، ایمان، عدالت محوری، کنترل نفس، خدمت به خلق، وفای به عهد، بذل و بخشش، سخاوت‌مندی، خوش‌بینی نسبت به مردم، داشتن هدف، برنامه‌ریزی صحیح، نظارت، صبر و ...

منبع: پژوهشگر

## ۲. اصول مدیریت ارتباط با مشتری از دیدگاه قرآن و نهج البلاغه

مطابق جست‌وجوهای صورت گرفته می‌توان این اصول را در دو دسته نظری و عملی به شرح زیر تقسیم‌بندی کرد.

## ۱.۲. اصول نظری مدیریت ارتباط با مشتری

### ۱.۱.۲. کسب رضایت الهی

در اسلام تمامی اعمال انسان باید بر اساس فرامین الهی و در جهت کسب رضایت او باشد. آیات متعددی در قرآن کریم صراحتاً یا تلویحاً به این موضوع اشاره دارند. در اینجا به پاره‌ای از این موارد اشاره می‌کنیم.

يَهْدِي بِهِ اللَّهُ مَنِ اتَّبَعَ رِضْوَانَهُ سُبُلَ السَّلَامِ وَيُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ (المائدة: ۱۶)؛ خداوند به برکت آن، کسانی را که از خشنودی او پیروی کنند، به راه‌های سلامت، هدایت می‌کند؛ و به فرمان خود، از تاریکی‌ها به سوی روشنایی می‌برد و آنها را به سوی راه راست، رهبری می‌نماید.

... رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ أُولَئِكَ حِزْبُ اللَّهِ أَلَا إِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (المجادله: ۲۲)؛ ... {کسانی که به دنبال رضایت الهی گام برمی‌دارند} خدا از آنها خشنود است و آنان نیز از خدا خشنودند؛ آنها «حزب الله» اند؛ بدانید «حزب الله» پیروان و رستگارانند.

... رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ وَأَعَدَّ لَهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ (التوبة: ۱۰۰)؛ ... خداوند {برای آنان} که {از آنها خشنود گشت و آنها (نیز) از او خشنود شدند؛ باغ‌هایی در بهشت برای آنان فراهم ساخته، که نهرها از زیر درختانش جاری است؛ جاودانه در آن خواهند ماند؛ و این است پیروزی بزرگ!

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ (التوبة: ۵۹)؛ اگر {آنها به دنبال کسب رضایت پروردگارشان بوده و} به آنچه خدا و پیامبرش به آنان داده راضی باشند و بگویند: «خداوند برای ما کافی است! و به زودی خدا و رسولش، از فضل خود به ما می‌بخشند؛ ما تنها رضای او را می‌طلبیم» (برای آنها بهتر است)!

قالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمُ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ (المائدة: ۱۱۹)؛ خداوند می‌گوید: «امروز، روزی

است که راستی راستگویان، به آنها سود می‌بخشد؛ برای آنها باغ‌هایی از بهشت است که نهرها از زیر (درختان) آن می‌گذرد و تا ابد، جاودانه در آن می‌مانند؛ هم خداوند از آنها خشنود است و هم آنها از خدا خشنوند؛ این، رستگاری بزرگ است».

جَزَاؤُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ جَنَّاتٌ عَدْنٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ذَلِكَ لِمَنْ خَشِيَ رَبَّهُ (البینه: ۸)؛ پاداش آنها نزد پروردگارشان باغ‌های بهشت جاویدان است که نهرها از زیر درختانش جاری است؛ همیشه در آن می‌مانند! (هم) خدا از آنها خشنود است و (هم) آنها از خدا خشنودند؛ و این (مقام والا) برای کسی است که از پروردگارش بترسد».

با توجه به جنبه عام آیات ذکرشده، می‌توان بیان کرد که کسب رضایت الهی در امر مشتری‌مداری نیز بر عملکرد سازمان تأثیرگذار است. علاوه بر قرآن کریم، نهج البلاغه نیز سرشار از فرامینی است که از توجه به خواست خدا در جمیع امور حکایت می‌کند. در اینجا به پاره‌ای از آنان اشاره می‌کنیم.

«وَأَطِيعِ اللَّهَ فِي جَمِيعِ أُمُورِكَ فَإِنَّ طَاعَةَ اللَّهِ فَاضِلَةٌ عَلَى مَا سِوَاهَا (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۶۴: ۴۳۵)؛ در همه کارهایت خدا را اطاعت کن، که اطاعت خدا از همه چیز برتر است».

«فَإِنِّي أَوْصِيكَ بِتَقْوَى اللَّهِ أَيْ بُنَى وَزُومِ أَمْرِهِ وَعِمَارَةِ قَلْبِكَ بِذِكْرِهِ وَالِاغْتِصَامِ بِحَبْلِهِ وَ أَيْ سَبَبِ أَوْثَقٍ مِنْ سَبَبِ بَيْنِكَ وَبَيْنَ اللَّهِ إِنْ أَنْتَ أَخَذْتَ بِهِ (همان، نامه ۳۱: ۳۷۱)؛ همانا تو را به ترس از خدا سفارش می‌کنم که پیوسته در فرمان او باشی {و در راه رضایت او گام برداری} و دلت را با یاد خدا زنده کنی و به ریسمان او چنگ زنی، چه وسیله‌ای مطمئن‌تر از رابطه تو با خداست اگر سر رشته آن را در دست گیری».

وَلَا تَأْخُذْكَ فِي اللَّهِ لَوْمَةٌ لَائِمَةٌ (همان)؛ و هرگز سرزنش ملامتگران تو را از تلاش در راه {کسب رضایت} خدا باز ندارد.

«وَلْيَكُنْ لَهُ تَعْبُدُكَ وَ إِلَيْهِ رُغْبَتُكَ وَمِنْهُ شَفَقَتُكَ (همان: ۳۷۵)؛ بندگی تو فقط برای او باشد و تنها اشتیاق او را داشته باش (و در راه کسب رضای او گام بردار) و تنها از او بترس».

وَأَنْ يُنْصِرَ اللَّهُ سُبْحَانَهُ بِقَلْبِهِ وَيَدِهِ وَلِسَانِهِ فَإِنَّهُ جَلَّ أَسْمُهُ قَدْ تَكْفَلَ بِنَصْرِ مَنْ نَصَرَهُ وَإِعْزَازِ مَنْ أَعَزَّهُ (همان، نامه ۵۳: ۴۰۳)؛ به او فرمان می‌دهد که خدا را با دل و دست و زبان یاری کند (و همیشه در راه کسب رضایت او گام بردار)، زیرا خداوند پیروزی کسی را تضمین کند که او را یاری دهد و بزرگ دارد آن کس را که او را بزرگ شمارد».

«وَالْزِمِ الْحَقَّ مَنْ لَزِمَهُ مِنَ الْقَرِيبِ وَالْبَعِيدِ وَ كُنْ فِي ذَلِكَ صَابِرًا مُحْتَسِبًا وَأَفْعَا ذَلِكَ مِنْ قَرَأَتِكَ وَ خَاصَّتِكَ حَيْثُ وَقَعَ وَ ابْتِغِ عَاقِبَتَهُ بِمَا يُثْقَلُ عَلَيْكَ مِنْهُ فَإِنَّ مَعْبَةَ ذَلِكَ مَحْمُودَةٌ (همان: ۴۱۷)؛ حق را به صاحب حق، هر کس که باشد، نزدیک یا دور، پرداز و در این کار شکبیا باش و این شکیبایی را به حساب خدا بگذار، گر چه اجرای حق مشکلاتی برای نزدیکانت فراهم آورد، تحمل سنگینی آن را به یاد قیامت بر خود هموار ساز».

### ۲.۱.۲. حق محوری و عدالت

در تمامی مباحث اسلامی حق محوری و عدالت از جایگاه والایی برخوردار هستند. خداوند در قرآن کریم می‌فرماید:

«وَلَا تَلْبَسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَ تَكْتُمُوا الْحَقَّ وَ أَنْتُمْ تَعْلَمُونَ (۲: ۴۲)؛ و حق را با باطل نیامیزید! و حقیقت را با اینکه می‌دانید، کتمان نکنید».

اگر چه این آیه صراحتاً به مبحث مشتری‌مداری نمی‌پردازد، با عنایت به خطاب عام این آیه می‌توان آن را یکی از اصول مشتری‌مداری دانست.

### ۱.۲.۱.۲. عدالت محوری

از دیگر اصول بازاریابی اسلامی عدالت محوری است (تولایی و همکاران، ۱۳۸۷). خداوند متعال در قرآن می‌فرماید:



إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ ... (النحل: ۹۰)؛ به درستی که خداوند به رعایت عدل و احسان فرمان می‌دهد ...».

به علت اهمیت عدالت محوری این مهم از نگاه امیرالمؤمنین علیه السلام غافل نمانده است. حضرت می‌فرماید:

«اسْتَعْمِلِ الْعَدْلَ وَ احْذِرِ الْعُسْفَ (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، حکمت ۴۷۶: ۵۳۱)؛ عدالت را بگستران و از ستمکاری پرهیز کن».

«أَنَّ النَّاسَ عِنْدَنَا فِي الْحَقِّ أَسْوَأَ (همان، نامه ۶۴: ۴۳۷)؛ همه مردم در نزد ما، در حق یکسانند». این مطالب بیانگر آن است که سازمان‌ها باید عدالت را در جمیع جهات رعایت کنند تا نظر و توجه مشتری را به سوی خود جلب کنند.

#### ۲.۲.۱.۲. تسلط بر هوای نفس

از مهم‌ترین رذایل اخلاقی که زندگی دنیوی و اخروی فرد را ویران می‌کند، پیروی از هوای نفس است. هر اندازه افراد بتوانند از این موضوع اجتناب کنند، به سعادت نزدیک‌تر می‌شوند. در نگاهی کلی سازمان‌ها نیز اگر بدون طمع‌ورزی و استفاده از راه‌های غیرمعقول، برای جلب مشتری عمل کنند، علاوه بر جذب مشتری، آنها را حفظ هم خواهند کرد. خداوند متعال می‌فرماید:

«وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ كَذَّبُوا بِآيَاتِنَا (الانعام: ۱۵۰)؛ [همواره از دستورات الهی تبعیت کن] و هوس‌های کسانی را که آیات ما را تکذیب کردند پیروی مکن».

«وَلَا تَطْعَمَنْ أَغْفَلْنَا قَلْبُهُ عَنْ ذِكْرِنَا وَ اتَّبَعَ هَوَاهُ وَ كَانَ أَمْرُهُ فُرُطًا (الکهف: ۲۸)؛ ای رسول ما! از کسانی که قلبشان را از یاد خود غافل ساختیم اطاعت مکن؛ همانها که از هوای نفس پیروی می‌کردند و کارهایشان از روی افراط و تفریط است».

وجود مقدس امیرالمؤمنین نیز در این زمینه می‌فرماید:

«وَأَمْرُهُ أَنْ يَكْسِرَ نَفْسَهُ مِنَ الشَّهَوَاتِ وَيَزَعَهَا عِنْدَ الْجَمَحَاتِ فَإِنَّ النَّفْسَ أَمَارَةٌ بِالسُّوءِ إِلَّا مَا رَحِمَ اللَّهُ (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۵۳: ۴۰۳)؛ و به او فرمان می‌دهد تا نفس خود را از پیروی

آرزوها بازدارد و به هنگام سرکشی رامش کند، که: «همانا نفس همواره به بدی وامی‌دارد، جز آنکه خدا رحمت آورد».

«فَأَمْلِكُ هَوَاكَ فَأَمْلِكُ هَوَاكَ وَ شُحَّ بِنَفْسِكَ عَمَّا لَا يَحِلُّ لَكَ فَإِنَّ الشُّحَّ بِالنَّفْسِ الْإِنصَافُ مِنْهَا فِيمَا أَحَبَّتْ أَوْ كَرِهَتْ (همان)؛ هوای نفس را در اختیار گیر و از آنچه حلال نیست خویشتنداری کن، زیرا بخل ورزیدن به نفس خویش، آن است که در آنچه دوست دارد، یا برای او ناخوشایند است، راه انصاف پیمایی».

### ۳.۱.۲. خواست و رضایت مشتری

خداوند متعال در آیه ۲۹ سوره مبارکه نساء یکی از شرایط صحت معامله را رضایت طرفین معامله می‌داند.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ... ؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! اموال یکدیگر را در میان خود به باطل (و از طرق نامشروع) نخورید؛ مگر اینکه تجارتي با رضایت طرفین شما انجام گیرد ...».

از سوی دیگر وجود مقدس امیرالمؤمنین علیه السلام نیز در نامه ۵۳ خود به جناب مالک اشتر در ذکر اهمیت رضایت مشتری (مردم) می‌فرماید:

«وَلْيَكُنْ أَحَبَّ الْأُمُورِ إِلَيْكَ أَوْسَطُهَا فِي الْحَقِّ وَأَعْمُهَا فِي الْعَدْلِ وَأَجْمَعُهَا لِرِضَى الرَّعِيَّةِ؛ دوست داشتنی‌ترین چیزها در نزد تو، در حق میانه‌ترین و در عدل فراگیرترین و در جلب خشنودی مردم گسترده‌ترین باشد».

همچنین می‌فرماید:

«لَيْسَ لَكَ أَنْ تَقْتَاتَ فِي رِعْيَةِ (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۵: ۳۴۵)؛ تو حق نداری در کار

مردم به میل و خواسته شخصی عمل کنی».

«الْبَيْعُ ... وَأَسْعَارٌ لَا تُجْحَفُ بِالْفَرِيقَيْنِ مِنَ الْبَائِعِ وَالْمُبْتَاعِ (همان، نامه ۵۳: ۴۱۵)؛ در معاملات

{باید} نرخها {و شرایطی وضع شود} که نه به فروشنده زیان رساند و نه به خریدار».

«وَأَشْعِرْ قَلْبَكَ الرَّحْمَةَ لِلرَّعِيَّةِ وَالْمَحَبَّةَ لَهُمْ وَاللُّطْفَ بِهِمْ وَلَا تَكُونَنَّ عَلَيْهِمْ سَبْعًا ضَارِبًا تَغْتَنِمُ أَكْلَهُمْ (همان: ۴۰۳)؛ مهربانی با مردم را پوشش دل خویش قرار ده و با همه دوست و مهربان باش. مبادا هرگز، چونان حیوان شکاری باشی که خوردن آنان را غنیمت دانی».

«وَلَا تَقُولَنَّ إِنِّي مُؤَمَّرٌ أَمْرٌ فَأُطَاعَ (همان: ۴۰۵)؛ به مردم نگو، به من فرمان دادند و من نیز فرمان می‌دهم، پس باید اطاعت شود بلکه به خواست آنان توجه کن».

«وَلَيْكُنْ أَحَبَّ الْأُمُورِ إِلَيْكَ أَوْسَطُهَا فِي الْحَقِّ وَأَعْمَهَا فِي الْعَدْلِ وَأَجْمَعُهَا لِرِضَى الرَّعِيَّةِ (همان: ۴۰۴)؛ دوست داشتنی‌ترین چیزها در نزد تو، در حق میانه‌ترین و در عدل فراگیرترین و در جلب خشنودی مردم گسترده‌ترین باشد».

«فَإِنَّ سَخَطَ الْعَامَّةِ يُجْحِفُ بِرِضَى الْخَاصَّةِ وَإِنَّ سَخَطَ الْخَاصَّةِ يُغْتَفَرُ مَعَ رِضَى الْعَامَّةِ (همان: ۴۰۵)؛ همانا خشم عمومی مردم، خشنودی خواص (نزدیکان) را از بین می‌برد، اما خشم خواص را خشنودی همگان بی‌اثر می‌کند».

«وَإِنَّمَا عِمَادُ الدِّينِ وَجَمَاعُ الْمُسْلِمِينَ وَالْعُدَّةُ لِلْأَعْدَاءِ الْعَامَّةِ مِنَ الْأُمَّةِ فَلْيَكُنْ صِغُوكَ لَهُمْ وَمِثْلَكَ مَعَهُمْ (همان)؛ در صورتی که ستون‌های استوار دین و اجتماعات پرشور مسلمین و نیروهای ذخیره دفاعی، عموم مردم می‌باشند، پس به آنها گرایش داشته و اشتیاق تو با آنان باشد».

«وَأَعْلَمُ أَنَّهُ لَيْسَ شَيْءٌ بِأَدْعَى إِلَى حُسْنِ ظَنِّ رَاعٍ بِرَعِيَّتِهِ مِنْ إِحْسَانِهِ إِلَيْهِمْ وَتَخْفِيفِهِ الْمُنُونَاتِ عَلَيْهِمْ وَتَرْكِ اسْتِكْرَاهِهِ إِيَّاهُمْ عَلَى مَا لَيْسَ لَهُ قِبَلَهُمْ (همان: ۴۰۷)؛ بدان ای مالک هیچ وسیله‌ای برای جلب اعتماد والی به رعیت بهتر از نیکوکاری به مردم و تخفیف مالیات و عدم اجبار مردم به کاری که دوست ندارند، نمی‌باشد».

#### ۴.۱.۲. راستی و صداقت در معامله

هر اندازه مشتریان اعتقاد داشته باشند که فروشنده در وعده‌ها و تبلیغات خود صادق است، به همان میزان می‌توان انتظار داشت تا وفاداری مشتری بیشتر شود. خداوند متعال نیز در بیان نهی سخن دروغ و غیرواقع می‌فرماید:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ (الصف: ۲)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! چرا

سخنی می‌گویید که عمل نمی‌کنید؟»

بر این اساس معلوم می‌شود که هر سخن و تبلیغ غیرواقع یا بیان مزایایی که در محصول نیست، از مصادیق دروغ و مورد نهی خداوند متعال است. در مقابل آن رعایت پیمان و وعده یا در اینجا رعایت قول‌هایی که فروشنده در مورد محصول می‌دهد، از موارد مورد توجه آیات و روایات محسوب می‌شوند. در اینجا به تعدادی از آنان اشاره می‌کنیم.

«وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ (المعارج: ۳۲)؛ و آنها که امانت‌ها و عهد خود را

رعایت می‌کنند.»

«وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ (المؤمنون: ۸)؛ و آنها که امانت‌ها و عهد خود را

رعایت می‌کنند.»

«... وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ (الانعام: ۱۵۲)؛ و به پیمان خدا وفا

کنید، این چیزی است که خداوند شما را به آن سفارش می‌کند، تا متذکر شوید.»

«وَمَا وَجَدْنَا لِأَكْثَرِهِمْ مِنْ عَهْدٍ وَإِنْ وَجَدْنَا أَكْثَرَهُمْ لَفَاسِقِينَ (الاعراف: ۱۰۲)؛ و بیشتر آنها را

بر سر پیمان خود نیافتیم؛ (بلکه) اکثر آنها را فاسق و گنهکار یافتیم.»

«... وَ أَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا (الاسراء: ۳۴)؛ ... و به عهد (خود) وفا کنید، که از

عهد سؤال می‌شود.»

«وَارْعَ دِمَّتِكَ بِالْأَمَانَةِ (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۵۳: ۴۱۹)؛ و بر آنچه بر عهده گرفتی

{قول داده‌ای} امانت‌دار باش {عمل کن}.»

«ذِمَّتِي بِمَا أَقُولُ رَهِينَةً وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ (همان، خطبه ۱۶: ۳۹)؛ آنچه می‌گویم به عهده

می‌گیرم و خود به آن پایبندم.»

«فَإِنَّهُ لَيْسَ مِنْ فَرَائِضِ اللَّهِ شَيْءٌ ... مِنْ تَعْظِيمِ الْوَفَاءِ بِالْعُهُودِ (همان)؛ هیچ‌یک از واجبات

الهی همانند وفای به عهد نیست.»

### ۵.۱.۲. تطابق معامله با احکام اسلامی

یکی از توصیه‌های مؤکد قرآن و معصومین، توجه به حلال و حرام خداوند در امر کسب و کار است. از این رو هر اندازه آشنایی فروشندگان با اوامر و نواهی الهی در امر خرید و فروش و حقوق مشتری بیشتر باشد، رضایت الهی و خوشنودی مشتریان بیشتر خواهد شد. خداوند متعال در ستایش بندگانی که در تمامی امور رضایت و اوامر و نواهی او را رعایت می‌کنند، می‌فرماید:

«رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ (النور: ۳۷)؛ مردانی که نه تجارت و نه معامله‌ای آنان را از یاد خدا و برپاداشتن نماز و ادای زکات غافل نمی‌کند؛ آنها از روزی می‌ترسند که در آن، دل‌ها و چشم‌ها زیر و رو می‌شود.»

امیرالمؤمنین علیه السلام نیز در بیان لزوم آموزش احکام و تطابق معاملات با احکام اسلامی می‌فرماید:

«مَنْ اتَّجَرَ بغيرِ فِقهٍ فَقَدْ ارْتَضَمَ فِي الرُّبَا (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، حکمت ۴۴۷: ۵۲۷)؛ کسی که بدون آموزش فقه اسلامی تجارت کند، به رباخواری آلوده شود.»

### ۲.۲. اصول عملی مدیریت ارتباط با مشتری

اصول عملی ارتباط با مشتری بیشتر ناظر بر آن دسته از اموری است که در تعامل مستقیم فروشنده با مشتری رخ می‌دهد و مواردی چون سود، احتکار، فروش نسیه و ... را در بر می‌گیرد. در ادامه به تعدادی از این امور اشاره می‌کنیم.

#### ۱.۲.۲. سود متعارف

رعایت مساوات و قناعت در کسب سود، از اصول اساسی مدیریت ارتباط با مشتری از دیدگاه قرآن است. آنجا که خداوند متعال اخذ مال مردم توسط اهل کتاب را از مصادیق معامله حرام برمی‌شمرد و می‌فرماید:

«يا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْ كَثِيرَ الْأَخْبَارِ وَالرَّهْبَانِ لِيَأْكُلُوا أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ (التوبه: ۳۴)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! بسیاری از دانشمندان (اهل کتاب) و راهبان، اموال مردم را به باطل می‌خورند و (آنان را) از راه خدا بازمی‌دارند».

امیرالمؤمنین نیز در نهی تعیین ناعادلانه قیمت‌ها می‌فرماید:

«وَأَسْعَارٌ لَا تُجْحِفُ بِالْفَرِيقَيْنِ مِنَ الْبَائِعِ وَالْمُبْتَاعِ (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۵۳: ۴۱۵)؛ و قیمت‌هایی {که منصفانه وضع می‌شوند} که نه به فروشنده زیان می‌رساند و نه به خریدار».

«وَتَحَكُّمًا فِي الْبِيعَاتِ (همان)؛ {بازرگانانی که} اجحاف‌کننده در تعیین قیمت‌ها {هستند}».

از این رو با توجه به نهی معصوم از یک عمل، می‌توان به مکروه بودن آن نزد خداوند پی برد. لذا می‌توان چنین استنباط کرد که هر اندازه سازمان‌ها در تعیین قیمت‌ها سود متعارف و معقولی را در نظر بگیرند، به همان اندازه به جذب و جلب مشتری نزدیک شده‌اند.

## ۲.۲.۲. ممنوعیت احتکار

از اصول مسلم و قطعی معاملات در اسلام عدم احتکار است (تولایی و همکاران، ۱۳۸۷). جای جای کتاب نهج البلاغه آکنده از دستوراتی است که احتکار را نهی می‌کنند. به‌عنوان نمونه به تعدادی اشاره می‌کنیم.

«وَأَعْلَمُ مَعَ ذَلِكَ أَنَّ فِي كَثِيرٍ مِنْهُمْ ضَيْقًا فَاحِشًا وَ شُحًّا قَبِيحًا وَ احْتِكَارًا لِلْمَنَافِعِ وَ تَحَكُّمًا فِي الْبِيعَاتِ وَ ذَلِكَ بَابٌ مَضْرُوبٌ لِلْعَامَّةِ وَ عَيْبٌ عَلَى الْوُلَاءِ (همان، نامه ۵۳: ۴۱۵)؛ بدان با همه آنچه {در مورد تجار و بازرگانان} گفتم در میان آنها گروهی تنگ‌نظر و بخیل آن هم به‌صورت قبیح و زشت آن، می‌باشند. که همواره در پی احتکار مواد مورد نیاز مردم و تسلط یافتن بر تمام معاملات هستند و این موجب زیان توده مردم و عیب و ننگ بر زمامداران است».

«فَأَمْنَعُ مِنَ الْاِحْتِكَارِ فَإِنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ مَنَعَ مِنْهُ (همان: ۴۱۵)؛ از احتکار به‌شدت جلوگیری کن که رسول خدا ﷺ از آن منع فرمود».

«فَمَنْ قَارَفَ حُكْرَةَ بَعْدَ نَهْيِكَ إِيَّاهُ فَنَكَّلْ بِهِ (همان: ۴۱۵)؛ هرگاه کسی بعد از نهی تو از احتکار، دست به چنین کاری زند، او را کیفر ده.»

واضح است که عدم احتکار فروشنده یا سازمان‌های تولیدکننده یا عرضه‌کننده، ضمن جلب توجه اذهان عمومی، با جذب سرمایه بیشتر سودآوری سازمان را افزایش می‌دهد.

### ۳.۲.۲. اعتماد معقولانه به مشتری (فروش نسبه)

بزرگ‌ترین آیه قرآن به داشتن اعتماد معقولانه به طرف معامله اشاره دارد. آنجا که می‌فرماید:

«وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ (البقره: ۲۸۲)؛ و از نوشتن بدهی چه خرد باشد یا بزرگ، ملول نشوید، تا سررسیدش فرا رسد. این نوشتن شما، نزد خدا عادلانه‌تر و برای شهادت استوارتر و برای اینکه دچار شک نشوید، به احتیاط نزدیک‌تر است، مگر آنکه داد و ستدی نقدی باشد که آن را میان خود دست به دست برگزار می‌کنید؛ در این صورت، بر شما چیزی نیست که آن را ننویسید و در هر حال هر گاه داد و ستد کردید، گواه بگیرید و هیچ نویسنده و گواهی نباید زیان ببیند و اگر چنین کنید، از نافرمانی شما خواهد بود و از خدا پروا کنید و خدا بدین‌گونه به شما آموزش می‌دهد و خدا به هر چیزی داناست.»

وجود مقدس امیرالمؤمنین نیز ضمن بیان آداب تعامل با مردم فرزند خود را از زودباوری و اعتماد بیش از حد نهی می‌کند و می‌فرماید:

احْمِلْ نَفْسَكَ مِنْ أَخِيكَ عِنْدَ صَرْمِهِ عَلَى الصَّلَةِ وَعِنْدَ صُدُودِهِ عَلَى اللُّطْفِ وَالْمُقَارَبَةِ وَعِنْدَ جُمُودِهِ عَلَى الْبَدْلِ وَعِنْدَ تَبَاعُدِهِ عَلَى الدُّنُوِّ وَعِنْدَ شِدَّتِهِ عَلَى اللَّيْنِ وَعِنْدَ جُرْمِهِ عَلَى الْعُذْرِ حَتَّىٰ كَأَنَّكَ لَهُ عَبْدٌ وَكَأَنَّهُ ذُو نِعْمَةٍ عَلَيْكَ وَإِيَّاكَ أَنْ تَضَعَ ذَلِكَ فِي غَيْرِ مَوْضِعِهِ أَوْ أَنْ تَفْعَلَهُ بِغَيْرِ أَهْلِهِ

(نهج البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۳۱: ۳۸۱)؛ چون برادرت از تو جدا گردد، تو پیوند دوستی را برقرار کن، اگر روی برگرداند، تو مهربانی کن و چون بخل ورزد، تو بخشنده باش، هنگامی که دوری می‌گزیند، تو نزدیک شو و چون سخت می‌گیرد، تو آسان گیر و به هنگام گناهش عذر او بپذیر، چنانکه گویا بنده او می‌باشی و او صاحب نعمت تو می‌باشد. مبدا دستورات یادشده را با غیردوستان انجام دهی، یا با انسان‌هایی که سزاوار آن نیستند، بجا آوری».

#### ۴.۲.۲. عدم کم فروشی در معامله

برخی از فروشندگان تصور می‌کنند که با تغییر وزن یا کیفیت محصول، سودآوری آنان بیشتر می‌شود، غافل از اینکه هراندازه کیفیت یا وزن کالاها کمتر شود، به همان میزان اعتماد مشتری از بین می‌رود. این امر در درازمدت سودآوری را به شدت کاهش خواهد داد. خداوند متعال در نهی این عمل می‌فرماید:

«... وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ... (الانعام: ۱۵۲)؛ حق پیمانه و وزن را به عدالت ادا

کنید».

«وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ \* الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ \* وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

(المطففين: ۱ - ۳)؛ وای بر کم‌فروشان! آنان که وقتی برای خود پیمانه می‌کنند، حق خود را به‌طور کامل می‌گیرند؛ اما هنگامی که می‌خواهند برای دیگران پیمانه یا وزن کنند، کم می‌گذارند».

«... فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ ... (الاعراف: ۸۵)؛ بنابراین، حق

پیمانه و وزن را ادا کنید و از اموال مردم کم نگذارید».

«وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ (هود: ۸۴)؛ پیمانه و وزن را کم نکنید (و دست به

کم‌فروشی نزنید)».



«وَايَا قَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (هود: ۸۵)؛ و ای قوم من! پیمانۀ و وزن را با عدالت، تمام دهید! و بر اشیا (و اجناس) مردم، عیب نگذارید؛ و از حق آنان نگاهید! و در زمین به فساد نکوشید.»

«وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ (الرحمن: ۹)؛ و وزن را بر اساس عدل بر پا دارید و میزان را کم نگذارید.»

### ۵.۲.۲. صبر و بردباری در تحمل مشکلات

قرآن کریم سرشار از بشارت به افرادی است که صبورانه مشکلات را تحمل و با حلم و روی گشاده با مردم تعامل می‌کنند. خداوند متعال در این زمینه می‌فرماید:

«... وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ (البقره: ۱۵۵)؛ و بشارت ده به استقامت‌کنندگان.»

«... وَاللَّهُ مَعَ الصَّابِرِينَ (الانفال: ۶۶)؛ و خداوند، با صابران و استقامت‌کنندگان است.»

«فَاصْبِرْ صَبْرًا جَمِيلًا (المعارج: ۵)؛ پس صبر جمیل پیشه کن.»

«إِلَّا الَّذِينَ صَبَرُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَئِكَ لَهُمْ مَغْفِرَةٌ وَأَجْرٌ كَبِيرٌ (هود: ۱۱)؛ مگر آنها که (در سایه ایمان راستین) صبر و استقامت ورزیدند و کارهای شایسته انجام دادند؛ که برای آنها، آمرزش و اجر بزرگی است.»

«الَّذِينَ صَبَرُوا وَعَلَىٰ رَبِّهِمْ يَتَوَكَّلُونَ (النحل: ۴۲)؛ آنها کسانی هستند که صبر و استقامت پیشه کردند و تنها بر پروردگارشان توکل می‌کنند.»

«أُولَئِكَ يُجْزَوْنَ الْغُرْفَةَ بِمَا صَبَرُوا ... (الفرقان: ۷۵)؛ (آری) آنها هستند که درجات عالی بهشت در برابر شکیباییشان به آنان پاداش داده می‌شود ...»

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (آل عمران: ۲۰۰)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! (در برابر مشکلات و هوس‌ها) استقامت کنید و در برابر دشمنان (نیز) پایدار باشید و از مرزهای خود مراقبت کنید و از خدا بپرهیزید، شاید رستگار شوید.»

امیرالمؤمنین علیه السلام نیز در ستایش این دسته از افراد می‌فرماید:

«وَعَلَيْكُمْ بِالصَّبْرِ فَإِنَّ الصَّبْرَ مِنَ الْإِيمَانِ كَالرَّأْسِ مِنَ الْجَسَدِ وَلَا خَيْرَ فِي جَسَدٍ لَا رَأْسَ مَعَهُ وَلَا فِي إِيْمَانٍ لَا صَبْرَ مَعَهُ (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، حکمت ۸۲: ۴۵۷)؛ و بر شما باد به شکیبایی، که شکیبایی، ایمان را چون سر است بر بدن و ایمان بدون شکیبایی، چونان بدن بی سر ارزشی ندارد».

«وَأَلْهَمْنَا وَإِيَّاكُمْ الصَّبْرَ (همان، خطبه ۲۰۵: ۳۰۵)؛ و شکیبایی و استقامت را به ما و شما الهام کند».

«وَإِنْ ابْتَلَيْتُمْ فَاصْبِرُوا فَإِنَّ الْعَاقِبَةَ لِلْمُتَّقِينَ (همان، خطبه ۹۸: ۱۲۹)؛ و اگر به بلا و گرفتاری مبتلا گشتید، شکیبا باشید که سرانجام، پیروزی با پرهیزکاران است».

«وَاصْبِرُوا عَلَى الْبَلَاءِ (همان، خطبه ۱۹۰: ۲۶۷)؛ در برابر بلاها و مشکلات استقامت کنید».

## ۶.۲.۲. خوشرویی با مشتری

امام علی علیه السلام در بیان ضرورت خوشرویی با مشتری می‌فرماید:

«وَأَبْسَطُ لَهُمْ وَجْهَكَ (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۲۷: ۳۶۳)؛ با مردم گشاده‌رو و خندان باش».

«قُلُوبُ الرِّجَالِ وَحَسِيَّةٌ فَمَنْ تَأَلَّفَهَا أَقْبَلَتْ عَلَيْهِ (همان، حکمت ۵۰: ۴۵۳)؛ دل‌های مردم گریزان است، به کسی روی آورند که خوشرویی کند».

«وَأَبْسَطُ لَهُمْ وَجْهَكَ (همان، نامه ۴۶: ۳۹۷)؛ با مردم گشاده‌روی باش».

«سَعِ النَّاسَ بِوَجْهِكَ وَمَجْلِسِكَ وَحُكْمِكَ (همان، نامه ۷۶: ۴۳۹)؛ با مردم، به هنگام دیدار و در مجالس رسمی و در مقام داوری، گشاده‌رو باش».

«وَأَمْرُهُ أَلَّا يَجِبَهُمْ (همان، نامه ۲۶: ۳۶۱)؛ و به او سفارش می‌کنم با مردم تندخو نباشد».

«الْمُؤْمِنُ بَشْرُهُ فِي وَجْهِهِ (همان، حکمت ۳۳۳: ۵۰۷)؛ شادی مؤمن در چهره اوست».

«وَالْبَشَاشَةُ حَيَالَةُ الْمَوَدَّةِ (همان، حکمت ۶: ۴۴۵)؛ و خوشرویی وسیله دوست‌یابی

است».

«يُحْسِنِ الْخُلُقَ نَعِيمًا (همان، حکمت ۴۸۳:۲۲۹)؛ خوش خلقی برای فراوانی نعمت‌ها کافی است.»

«وَلَا قَرِينَ كَحُسْنِ الْخُلُقِ (همان، حکمت ۱۱۳:۴۶۳)؛ همنشینی چون اخلاق خوش نیست.»

#### ۷.۲.۲. حسن خدمت به مردم

یکی از بزرگ‌ترین افتخارات حضرات معصومین خدمت‌رسانی به مردم بوده است. این مهم در تمامی کلمات آن بزرگواران به‌طور مشهود بیان شده است. امام علی علیه السلام در نهج البلاغه می‌فرماید:

«فَحَادِثُ أَهْلِهَا بِالْإِحْسَانِ إِلَيْهِمْ وَ اخْلُ عَقْدَةَ الْخَوْفِ عَنْ قُلُوبِهِمْ (همان، نامه ۱۸: ۳۵۵)؛ با مردم آن به نیکی رفتار کن و گره وحشت را از دل‌های آنان بگشای.»

«وَإِيَّاكَ وَالْمَنَّ عَلَى رَعِيَّتِكَ بِإِحْسَانِكَ ... فَإِنَّ الْمَنَّ يُبْطِلُ الْإِحْسَانَ (همان، نامه ۵۳: ۴۱۹)؛ مبادا هرگز با خدمت‌هایی که انجام دادی، بر مردم منت گذاری {چرا که} منت نهادن، پاداش نیکوکاری را از بین می‌برد.»

«وَاعْلَمْ أَنَّهُ لَيْسَ شَيْءٌ بِأَدْعَى إِلَى حُسْنِ ظَنِّ رَاعٍ بِرَعِيَّتِهِ مِنْ إِحْسَانِهِ إِلَيْهِمْ وَ تَخْفِيفِهِ الْمَثُونَاتِ عَلَيْهِمْ وَ تَرْكِ اسْتِكْرَاهِهِ إِيَّاهُمْ عَلَى مَا لَيْسَ لَهُ قِبَلَهُمْ فَلْيَكُنْ مِنْكَ فِي ذَلِكَ أَمْرٌ يَجْتَمِعُ لَكَ بِهِ حُسْنُ الظَّنِّ بِرَعِيَّتِكَ فَإِنَّ حُسْنَ الظَّنِّ يَقْطَعُ عَنْكَ نَصَبًا طَوِيلًا وَ إِنَّ أَحَقَّ مَنْ حَسُنَ ظَنُّكَ بِهِ لَمَنْ حَسُنَ بِلَاؤُكَ عِنْدَهُ (همان: ۴۰۷)؛ بدان ای مالک هیچ وسیله‌ای برای جلب اعتماد والی به رعیت بهتر از نیکوکاری به مردم و تخفیف مالیات و عدم اجبار مردم به کاری که دوست ندارند، نمی‌باشد، پس در این راه آنقدر بکوش تا به وفاداری رعیت، خوشبین شوی، که این خوشبینی رنج طولانی مشکلات را از تو برمی‌دارد، پس به آنان که بیشتر احسان کردی، بیشتر خوشبین باش و به آنان که بدرفتاری کردی بدگمان‌تر باش.»

«و إِنَّهُ لَا تَظْهَرُ مَوَدَّتُهُمْ إِلَّا بِسَلَامَةٍ صُدُّورِهِمْ وَ لَا تَصِحُّ نَصِيحَتُهُمْ إِلَّا بِحَيْطُوتِهِمْ عَلَىٰ وُكَاةِ الْأُمُورِ وَ قَلَّةِ اسْتِنْقَالِ دَوْلِهِمْ وَ تَرْكِ اسْتِبْطَاءِ انْقِطَاعِ مُدَّتِهِمْ (همان: ۴۰۹)؛ و همانا محبت مردم نسبت به مدیر تنها زمانی ظاهر می‌شود که در دل از او رنجشی نداشته باشند و خیرخواهیشان نسبت به او وقتی جلب می‌شود که به راحتی پیرامونش رفت و آمد کنند و حاکمیت وی بر آنان بار سنگینی نباشد و به این انتظار نباشند که دوران او زودتر سپری گردد».

«وَ أَشْعُرُ قَلْبِكَ الرَّحْمَةَ لِلرَّعِيَّةِ وَ الْمَحَبَّةَ لَهُمْ وَ اللَّطْفَ بِهِمْ وَ لَا تَكُونَنَّ عَلَيْهِمْ سَبْعًا ضَارِبًا تَغْتَنِمُ أَكْلَهُمْ (همان: ۴۰۳)؛ مهربانی با مردم را پوشش دل خویش قرار ده و با همه دوست و مهربان باش. مبادا هرگز، چونان حیوان شکاری باشی که خوردن آنان را غنیمت دانی، زیرا مردم دو دسته‌اند، دسته‌ای برادر دینی تو و دسته دیگر همانند تو در آفرینش می‌باشند».

#### ۸.۲.۲. رعایت مساوات در رابطه با مردم

در تعاملات فروشنده با مشتریان، یکی از اصولی که تأثیر زیادی در وفاداری و حفظ بلندمدت مشتری ایفا می‌کند، رعایت مساوات با مشتری است. شاید بتوان گفت که زیباترین معنای مساوات را امیرالمؤمنین علیه السلام در نامه ۳۱ نهج البلاغه بیان کردند؛ آنجا که می‌فرماید: «فَأَحْبَبُ لِغَيْرِكَ مَا تُحِبُّ لِنَفْسِكَ وَ أَكْرَهُ لَهُ مَا تَكْرَهُ لَهَا؛ آنچه که برای خود دوست می‌داری، برای دیگران هم دوست بدار و آنچه برای خود نمی‌پسندی، برای دیگران هم پسند».

با عنایت به این سخن، می‌توان رعایت مساوات را از اصولی دانست که اعتماد مردم را برانگیخته می‌کند و با تحریک و انگیزش افراد، در جلب نظر و توجه آنان مؤثر است. امیرالمؤمنین علیه السلام در بیان اهمیت مساوات با مردم می‌فرماید:

«وَ أَسْرَبُ بَيْنَهُمْ فِي اللَّحْظَةِ وَ النَّظَرَةِ حَتَّىٰ لَا يَطْمَعُ الْعُظَمَاءُ فِي حَيْفِكَ لَهُمْ وَ لَا يَبْتَاسُ الضُّعَفَاءُ مِنْ عَدْلِكَ عَلَيْهِمْ (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۲۷: ۳۶۳)؛ در نگاه‌هایت و در نیم‌نگاه و خیره شدن به مردم، به تساوی رفتار کن، تا بزرگان در ستمکاری تو طمع نکنند و ناتوان‌ها در عدالت تو مأیوس نگردند».

«وَأَسِ بَيْنَهُمْ فِي اللَّحْظَةِ وَالنَّظَرَةِ وَالْإِشَارَةِ وَالتَّحِيَّةِ حَتَّى لَا يَطْمَعَ الْعُظْمَاءُ فِي حَيْفِكَ وَلَا يَيْئَسَ الضُّعَفَاءُ مِنْ عَدْلِكَ (همان، نامه ۴۶: ۳۹۷)؛ و در نگاه و اشاره چشم، در سلام کردن و اشاره کردن با همگان یکسان باش، تا زورمندان در ستم تو طمع نکنند و ناتوانان از عدالت تو مأیوس نگردند».

«فَلْيَكُنْ أَمْرُ النَّاسِ عِنْدَكَ فِي الْحَقِّ سَوَاءً فَإِنَّهُ لَيْسَ فِي الْجَوْرِ عَوْضٌ مِنَ الْعَدْلِ فَاجْتَنِبْ مَا تُتَكْرَهُ أَمْثَالَهُ (همان، نامه ۵۹: ۴۲۵)؛ باید که کار مردم در آنچه حق است، نزد تو یکسان باشد، زیرا در ستمکاری بهایی برای عدالت یافت نمی‌شود. از آنچه همانند آن را بر دیگران نمی‌پسندی، پرهیز کن».

«يَا بَنِيَّ اجْعَلْ نَفْسَكَ مِيزَانًا فِيمَا بَيْنَكَ وَبَيْنَ غَيْرِكَ فَأَحْبِبْ لِغَيْرِكَ مَا تُحِبُّ لِنَفْسِكَ وَكَرَهُ لَهَا مَا تَكْرَهُ لَهَا وَلا تَظْلِمْ كَمَا لَا تُحِبُّ أَنْ تُظْلَمَ وَأَحْسِنْ كَمَا تُحِبُّ أَنْ يُحْسَنَ إِلَيْكَ وَاسْتَفِيحْ مِنْ نَفْسِكَ مَا تَسْتَفِيحُهُ مِنْ غَيْرِكَ وَارْضَ مِنَ النَّاسِ بِمَا تَرْضَاهُ لَهُمْ مِنْ نَفْسِكَ (همان، نامه ۳۱: ۳۷۷)؛ ای پسر من نفس خود را میزان میان خود و دیگران قرار ده، پس آنچه را که برای خود دوست داری، برای دیگران نیز دوست بدار و آنچه را که برای خود نمی‌پسندی، برای دیگران مپسند، ستم روا مدار، آن‌گونه که دوست نداری به تو ستم شود، نیکوکار باش، آن‌گونه که دوست داری به تو نیکی کنند و آنچه را که برای دیگران زشت می‌داری، برای خود نیز زشت بشمار و چیزی را برای مردم رضایت بده که برای خود می‌پسندی».

#### ۹.۲.۲. دعا برای انجام دادن نیکوی وظایف

هر اندازه رابطه انسان با خداوند متعال قوی‌تر باشد، به همان نسبت افراد در تعاملات خویش با دیگران جوانب عدالت و خویشتنداری را ابراز و روابط حسنه‌ای با دیگران برقرار می‌کنند. مسائل و مشکلات پیش رو به‌گونه‌ای است که بدون خواست و مشیت الهی، گذشتن از آنان کار بسیار دشواری است. بدیهی خواهد بود که برداشتن دست نیاز به‌سوی قادر متعال از راه‌هایی است که طی مسیر را آسان‌تر می‌کند. این امر در روایات و آیات قرآن به‌روشنی بیان شده است.

«وَقَالَ رَبُّكُمْ ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ إِنَّ الَّذِينَ يَسْتَكْبِرُونَ عَنْ عِبَادَتِي سَيَدْخُلُونَ جَهَنَّمَ دَاخِرِينَ» (غافر: ۶۰)؛ پروردگار شما گفته است: «مرا بخوانید تا (دعای) شما را بپذیرم! کسانی که از عبادت من تکبر می‌ورزند، به‌زودی با ذلت وارد دوزخ می‌شوند».

«فَاسْتَجِبْنَا لَهُ وَوَهَبْنَا لَهُ يَحْيَىٰ وَأَصْلَحْنَا لَهُ زَوْجَهُ إِنَّهُمْ كَانُوا يُسَارِعُونَ فِي الْخَيْرَاتِ وَيَدْعُونَنَا رَغَبًا وَرَهَبًا وَكَانُوا لَنَا خَاشِعِينَ» (الانبیاء: ۹۰)؛ ما هم دعای او را پذیرفتیم و یحیی را به او بخشیدیم؛ و همسرش را (که نازا بود) برایش آماده (بارداری) کردیم؛ چرا که آنان (خاندانی بودند که) همواره در کارهای خیر به‌سرعت اقدام می‌کردند؛ و در حال بیم و امید ما را می‌خواندند؛ و پیوسته برای ما (خاضع و) خاشع بودند».

«وَأَنَا أَسْأَلُ اللَّهَ بِسَعَةِ رَحْمَتِهِ وَ عَظِيمِ قُدْرَتِهِ عَلَىٰ إِعْطَاءِ كُلِّ رَغْبَةٍ أَنْ يُوقِّفَنِي وَإِبْرَاقَ لِمَا فِيهِ رِضَاهُ مِنَ الْإِقَامَةِ عَلَى الْعُذْرِ الْوَاضِحِ إِلَيْهِ وَإِلَى خَلْقِهِ مَعَ حُسْنِ الثَّنَاءِ فِي الْعِبَادِ وَ جَمِيلِ الْأَثْرِ فِي الْبِلَادِ وَ تَمَامِ النُّعْمَةِ وَ تَضَعِيفِ الْكِرَامَةِ وَ أَنْ يَخْتِمَ لِي وَ لَكَ بِالسَّعَادَةِ وَ الشَّهَادَةِ إِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ» (نهج‌البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۵۳: ۴۲۱)؛ از خداوند بزرگ، با رحمت گسترده و قدرت برترش در انجام تمام خواسته‌ها، درخواست می‌کنیم که به آنچه موجب خوشنودی اوست، ما و تو را موفق فرماید، که نزد او و خلق او، دارای عذری روشن باشیم، برخوردار از ستایش بندگان، یادگار نیک در شهرها، رسیدن به همه نعمت‌ها و کرامت‌ها بوده و اینکه پایان عمر من و تو را به شهادت و رستگاری ختم فرماید، که همانا ما به‌سوی او بازمی‌گردیم».

«اسْتَوْدِعَ اللَّهُ دِينَكَ وَ دُنْيَاكَ وَ اسْأَلُهُ خَيْرَ الْقَضَاءِ لَكَ فِي الْعَاجِلَةِ وَ الْآجِلَةِ وَ الدُّنْيَا وَ الْآخِرَةِ» (همان، نامه ۳۱: ۳۸۳)؛ دین و دنیای تو را به خدا می‌سپارم (و توفیق انجام وظایف محوله را برای تو از او خواستارم) و بهترین خواسته الهی را در آینده و هم‌اکنون، در دنیا و آخرت، برای تو می‌خواهم».

«وَلَمْ يَجْعَلْ بَيْنَكَ وَ بَيْنَهُ مِنْ يَحْجُبِكَ عَنْهُ وَ لَمْ يُلْجِئِكَ إِلَىٰ مَنْ يَشْفَعُ لَكَ إِلَيْهِ ... فَإِذَا نَادَيْتَهُ سَمِعَ نِدَاكَ وَ إِذَا نَاجَيْتَهُ عَلِمَ نَجْوَاكَ فَافْضَيْتَ إِلَيْهِ بِحَاجَتِكَ وَ ابْتَشْتَهُ ذَاتَ نَفْسِكَ وَ شَكَّوْتَ إِلَيْهِ

هُمُومَكَ وَاسْتَكْشَفْتَهُ كُرُوبَكَ وَاسْتَعْنَتَهُ عَلَى أُمُورِكَ (همان: ۳۷۷)؛ بدان، خدایی که گنج‌های آسمان و زمین در دست اوست، به تو اجازه درخواست داده و اجابت آن را به عهده گرفته است. تو را فرمان داده که از او بخواهی تا عطا کند، درخواست رحمت کنی تا ببخشد و خداوند بین تو و خودش کسی را قرار نداده تا حجاب و فاصله ایجاد کند و تو را مجبور نساخته که به شفیع و واسطه‌ای پناه ببری ... هرگاه او را بخوانی، ندایت را می‌شنود و چون با او راز دل گویی، راز تو را می‌داند، پس حاجت خود را با او بگویی و آنچه در دل داری نزد او بازگویی، غم و اندوه خود را در پیشگاه او مطرح کن، تا غم‌های تو را برطرف کند و در مشکلات تو را یاری رساند».

«مَا الْمُبْتَلَى الَّذِي قَدِ اشْتَدَّ بِهِ الْبَلَاءُ بِأَحْوَجِ إِلَى الدُّعَاءِ الَّذِي لَا يَأْمَنُ الْبَلَاءَ» (همان، حکمت ۳۰۲: ۵۰۱)؛ آن کس که به شدت گرفتار دردی است، نیازش به دعا بیشتر از تندرستی که از بلا در امان است، نمی‌باشد».

#### ۱۰.۲.۲. تسریع در پاسخگویی و رفع احتیاجات مشتری

امیرالمؤمنین علیه السلام در نامه ۵۳ نهج البلاغه خطاب با مالک اشتر می‌فرماید:

«إِصْدَارُ حَاجَاتِ النَّاسِ يَوْمَ وُرُودِهَا عَلَيْكَ (همان، نامه ۵۳: ۴۱۵)؛ نیازهای مردم را در همان روزی که به تو عرضه می‌شود، رفع نما (و آن را موکول به روز بعد نکن)».

ایشان در بیان علت این امر نیز فرموده‌اند:

لَا يَسْتَقِيمُ قَضَاءُ الْحَوَائِجِ إِلَّا بِثَلَاثِ بَأْسِصَغَارِهَا لِتَعْظُمَ وَبَأْسِتِكْنَامِهَا لِتُظْهَرَ وَبِتَعْجِيلِهَا لِتَهْتَمُّ (همان، حکمت ۱۰۱: ۴۶۱)؛ برآوردن نیازهای مردم پایدار نیست مگر به سه چیز، کوچک شمردن آن تا خود بزرگ نماید، پنهان داشتن آن تا خود آشکار شود و شتاب در برآوردن آن، تا گوارا باشد».

با استناد به فرمایش حضرت می‌توان گفت که هر اندازه فروشنندگان و سازمان‌ها در رفع مشکلات و نیازهای مشتریان خود کوشا باشند، رضایت آنان را بیشتر به دست می‌آورند و ارتباط قوی و محکم‌تری با آنان برقرار می‌کنند.

## نتیجه گیری

آنچه در بحث مدیریت مشتری در اسلام مطرح شده، حاکم بودن ارزش‌های اسلامی و معیارهای الهی بر فرایند مشتری‌مداری در کنار بهره‌مندی از چارچوب‌ها و ساختارهای علمی و مدیریتی است. یعنی اگر سازمان‌ها برای داده‌های خود از احکام، راهکارها و ارزش‌های اسلامی بهره‌مند شوند، به موفقیت حقیقی دست خواهند یافت. در واقع به‌نظر می‌رسد که مشتری‌مداری بر مبنای ارزش‌های الهی اسلام، زمینه‌های تعالی و شکوفایی افراد و سازمان‌ها را فراهم می‌آورد.

مطالعه سیره پیامبر ﷺ و ائمه معصومین علیهم‌السلام نیز بیانگر این واقعیت است که اگر ارزش‌های ناب اسلام در فعالیت‌های کسب و کار اجرا شوند، نویدبخش رستگاری جوامع امروزی خواهند بود و تضمین‌کننده دنیا و آخرت انسان خواهند شد. رویکرد رشد و شکوفایی انقلاب اسلامی و توجه به غنی‌سازی محتوا در دهه‌های اخیر، تبیین مؤلفه‌های کسب و کار از جمله مشتری‌مداری و استخراج ارزش‌های اسلامی بر اساس تصمیم‌های آن رویکرد را به ضرورت اجتناب‌ناپذیری تبدیل کرده است. از آنجا که نظام اسلام توجه خاصی به کسب و کار دارد، می‌توان بحث فعالیت‌های بازرگانی و بازاریابی را در قرآن کریم و رفتار پیامبر بزرگ اسلام ﷺ - به‌عنوان پیامبری که خود به فعالیت‌های بازرگانی اشتغال داشته است - و ائمه طاهرين علیهم‌السلام یافت.

از سوی دیگر، پیامبر اسلام ﷺ در غدیر خم به تمامی مسلمانان وعده داد که اگر به دو ثقل اعظم یعنی قرآن و اهل بیت چنگ بزنند، هرگز گمراه نخواهند شد. چون این سخن از زبان راستگوترین انسان‌ها بیان شده است، بدون شک باید مانند تمامی امور، مؤلفه‌های مشتری‌مداری را نیز با توجه به رهنمودهای این دو میراث‌گرانها یافت و غنای دین اسلام را بیش از پیش به همگان اثبات کرد.



## منابع

۱. امام علی علیه السلام. (۱۳۸۸). *نهج البلاغه*، ترجمه مهدی دشتی، قم، انتشارات امام علی بن ابی طالب.
۲. پناهی جاجروودی، ناصر (۱۳۹۰). *شاخص تکریم مشتری در الگوی ایرانی - اسلامی پیشرفت*، معرفت اقتصادی، شماره ۲: ۱۵۳-۱۷۷.
۳. توکلی محمدی، محمدرضا (۱۳۹۱). *بررسی اصول مدیریت اسلامی از دیدگاه علوی*، فصلنامه تخصصی معارف اسلامی (کوثر معارف)، شماره ۲۲: ۷۴-۱۰۰.
۴. تولایی، روح الله، صالح نژاد، عبدالله و حمیدزاده، مریم (۱۳۸۷). *مبانی و اصول مشتری‌مداری در اسلام*، دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، شماره ۱۹: ۸۳-۱۱۵.
۵. ثواقب، جهانبخش (۱۳۹۱). *مبانی و شاخصه‌های حکومت علوی*، پژوهشنامه علوی، شماره ۲: ۱ - ۲۵.
۶. جمشیدیان، فاطمه (۱۳۹۱). *بررسی و ارزیابی مدیریت ارتباط با مشتری با رویکرد مشتری‌گرایی*، پایان‌نامه کارشناسی، اصفهان، مؤسسه آموزش عالی امین.
۷. حسینی، حسن و عیدی، فاطمه (۱۳۹۱). *تبیین اصول اخلاق اسلامی در بازاریابی*، رهیافت انقلاب اسلامی، شماره ۱۹: ۹۱-۱۱۰.
۸. دراموند، گرام، انسور، جان و اشفورد، روت (۱۳۹۱). *بازاریابی راهبردی*، ترجمه شهریار عزیزی، محمد مقدسی و مهرداد عظیمی، تهران، سازمان مطالعات و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۹. دلوی، محمدرضا، حاجیان، طالب و روزبانی، نسیم (۱۳۹۲). *اصول و مفاهیم اساسی مدیریت در منابع اسلامی*، اصفهان، نقش نگین.
۱۰. طبرسی، حسن بن فضل (۱۳۷۰). *مکارم الاخلاق*، ترجمه ابراهیم میرباقری، تهران، نشر فراهانی.
۱۱. طیب، مهدی (۱۳۸۹). *مدیریت اسلامی*، تهران، نشر سفینه.

۱۲. معصومی مهر، حمید رضا، عابدی جعفری، حسن و فروزنده دهکردی، لطف‌الله (۱۳۹۰). طراحی و تدوین الگوی شناخت موانع تحقیق مدیریت اسلامی در سازمان‌ها، دوفصلنامه مدیریت اسلامی، ۱، ۱۰۳-۱۳۷.
۱۳. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۱). مدیریت اسلامی: ریشه‌ها، الگوها و انگیزه‌ها، نشریه مدیریت دولتی، شماره ۱۸: ۳۰-۳۷.
۱۴. نبوی، محمد حسن (۱۳۹۱). مدیریت اسلامی، قم، انتشارات بوستان کتاب.
15. Adnan, A. A. (2013). *Theoretical Framework for Islamic Marketing: Do We Need a New Paradigm*. International Journal of Business and Social Science, 4(7), 157-165.
16. Hashim, N., & Hamzah, M. I. (2014). *7P's: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 130, 155-159. doi:10.1016/j.sbspro.2014.04.019
17. Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Framework for marketing management*. Pearson Education India.
18. Wilson, R. (2006). *Islam and Business*. Thunderbird International Business Review, 48(1), 109-123.