

قوانين وأخلاقيات الإعلان والتسويق

إعداد: الدكتورة هبة زياد

المحاضرة الاولى



LECTURER
01

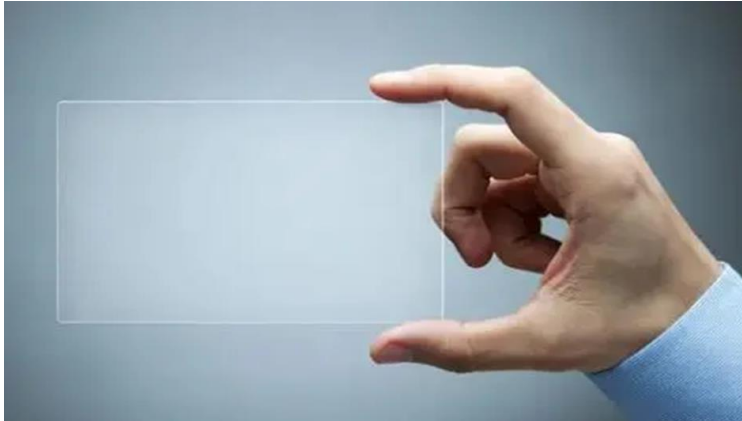


المحاور الرئيسية

- ما هو التسويق الأخلاقي؟
- مبادئ التسويق الأخلاقي
- أهمية الشفافية في أخلاقيات العمل
- كيفية إنشاء ثقافة الانفتاح
- تحديات الشفافية
- أفضل الممارسات للحفاظ على الشفافية والممارسات الأخلاقية
- مستقبل أخلاقيات العمل، ولماذا ستظل الشفافية ضرورية؟
- دراسات حالة: أمثلة على شركات ذات ممارسات تجارية شفافة وغير شفافة
- تأثير التكنولوجيا على أخلاقيات العمل والشفافية

LECTURER
01

ما هو التسويق الأخلاقي؟



ما هو التسويق الأخلاقي؟

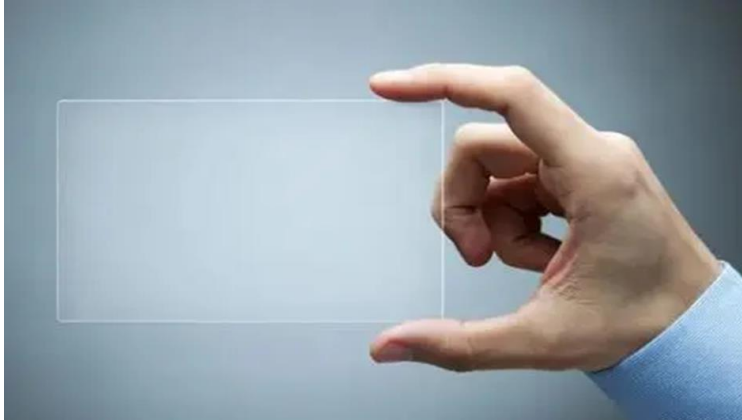
التسويق الأخلاقي هو استراتيجية عمل تشير إلى الالتزام بأنشطة التسويق وفقاً لمبادئ الأخلاق الأساسية، مثل: الصدق، والتواضع، والنزاهة، بالإضافة إلى التقيّد بمبادئ التجارة العادلة.

يهدف هذا النوع من التسويق إلى بناء علاقات طويلة الأمد بين العلامة التجارية والعملاء، تستند إلى القيم والأهداف المشتركة ولا توجد إرشادات صارمة تحدّد شكل التسويق الأخلاقي بدقة، إلا أنه يرتبط غالباً بـ:

- معاملة العمال معاملة عادلة.
- استخدام مواد تتوافق مع المعايير البيئية والاجتماعية.

LECTURER
01

عيوب التسويق الاخلاقي



ورغم فوائده العديدة، إلا أن للتسويق الأخلاقي بعض العيوب، مثل التكاليف الأعلى أو صعوبة التنافس مع شركات تستخدم إعلانات غير أخلاقية لتحقيق أهدافها. إذ تلجأ بعض الشركات إلى حملات تسويقية مضللة أو مثيرة بهدف كسب مزيد من الانتباه على حساب الأخلاقيات.

LECTURER
01

العلاقة بين الإعلان الأخلاقي وثقة العملاء

تسعى الشركات باستمرار إلى تطوير علامتها التجارية وتحسين علاقتها مع العملاء، ومن أبرز الوسائل التي تحقق ذلك هو اتباع الإعلانات الأخلاقية، حيث يؤدي هذا النهج إلى زيادة ثقة العملاء بالشركة، ويعزز من صورة المنتج وجودته في أذهان المستهلكين، مما ينعكس إيجاباً على بنية الشركة واستدامتها.

ومع ذلك، لا يمكن التصنيف المطلق بأن هناك شركات "أخلاقية" وأخرى "غير أخلاقية"، إذ إن الكثير من الشركات قد تتصرف بطريقة أخلاقية في بعض حملاتها، بينما قد تلجأ إلى أساليب غير أخلاقية في إعلانات أخرى، بناءً على الأهداف التسويقية أو الضغوط التنافسية.

LECTURER
01

مبادئ التسويق الأخلاقي

يعدُّ التسويق جزءاً أساسياً من الأعمال التجارية، ويجب أن يمارس وفق أُطر أخلاقية واضحة من خلال الالتزام بعدد من المبادئ التوجيهية، وأهمها

الشفافية

يجب أن يكون المسوق شفافاً بشأن تفاصيل المنتج أو الخدمة؛ ما يساهم في كسب ثقة عدد أكبر من العملاء.

الأمانة

تعد الأمانة من أبرز مبادئ التسويق الأخلاقي وأكثرها وضوحاً، وهي تعزز من جاذبية العلامة التجارية على المدى الطويل.

النزاهة

تعتبر النزاهة أساساً في التسويق الأخلاقي، حيث إن التمسك بها يظهر مهنية المسوق ويمنحه مكانة موثوقة في السوق.

الوفاء بالوعد

من الضروري أن تفي الشركة بوعودها، سواء للعملاء أو المستثمرين، إذ إن ذلك يعزز السمعة والثقة، ويؤثر إيجابياً على استمرارية العمل.

LECTURER
01

الوفاء: عندما يختار العميل خدماتك أو منتجاتك من بين الخيارات المتاحة في السوق، فيجب عليك مبادلته هذا الوفاء من خلال أساليب تسويقية نزيهة ومسؤولة.

الالتزام بالاستدامة: من مسؤوليات المسوق أن يكون صادقا في استخدام مكونات إنتاج مستدامة، وأن يختار المسار الذي يقلل من الأثر البيئي والاجتماعي السلبي.

التعاطف: يمثل استقبال الشكاوى والاستفسارات، وتقديم خدمات ما بعد البيع، مظاهر أساسية من التعاطف مع المستهلك.

LECTURER
01



عدم المبالغة: يجب الترويج للمنتج دون مبالغة أو تضليل، حتى لا يُصور بأنه أفضل مما هو عليه في الواقع.

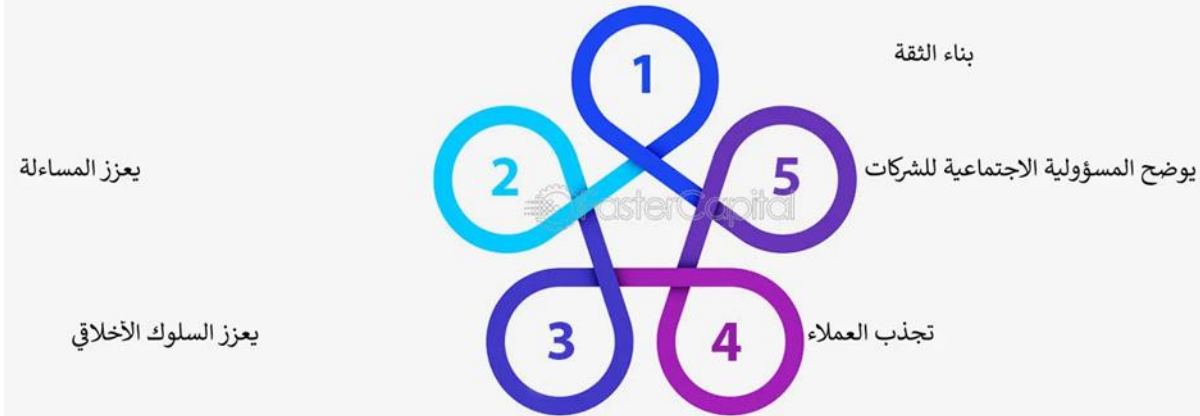
عدم إجراء مقارنات خاطئة: التسويق ليس صراعا مباشرا، بل هو تواصل مع العملاء لتحسين التجربة. لذا، فإن المقارنات غير الدقيقة أو المضللة مع المنافسين تعتبر غير أخلاقية . الأفضل هو الاستفادة من نقاط ضعف المنافسين لتحسين منتجك، لا التشهير بهم.

LECTURER
01

أهمية الشفافية في أخلاقيات العمل

في عالم الأعمال، تعد الشفافية عنصراً أساسياً في أخلاقيات العمل. الشفافية هي ممارسة الانفتاح والصادقة بشأن الإجراءات والقرارات التي اتخذتها الشركة. يسمح لأصحاب المصلحة، بما في ذلك العملاء والموظفين والمساهمين والجمهور، بالثقة في أن الشركة تعمل أخلاقياً ومسؤولية

أهمية الشفافية في أخلاقيات العمل



LECTURER
01

ماذا يعني في سياق العمل



مفهوم الشفافية في بيئة الأعمال
في جوهرها، تعني الشفافية الانفتاح والصدق.
وتتمثل في أن تكون المؤسسة واضحة في ممارساتها التجارية، وبياناتها المالية، وعمليات اتخاذ القرار.
من زوايا متعددة:
من وجهة نظر أصحاب المصلحة:
الشفافية تعني المساءلة، وبناء ثقة متبادلة بين المؤسسة وأطرافها المعنية.
من وجهة نظر المستهلك:
الشفافية تعني القدرة على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن المنتجات والخدمات التي يشترونها.
من وجهة نظر الموظف:
الشفافية تترجم إلى الشعور بالتقدير والثقة من قبل صاحب العمل، مما يعزز الانتماء والإنتاجية.
من وجهة نظر المساهم:
الشفافية تعني إمكانية اتخاذ قرارات استثمارية مستنيرة بناء على معلومات دقيقة وواضحة.

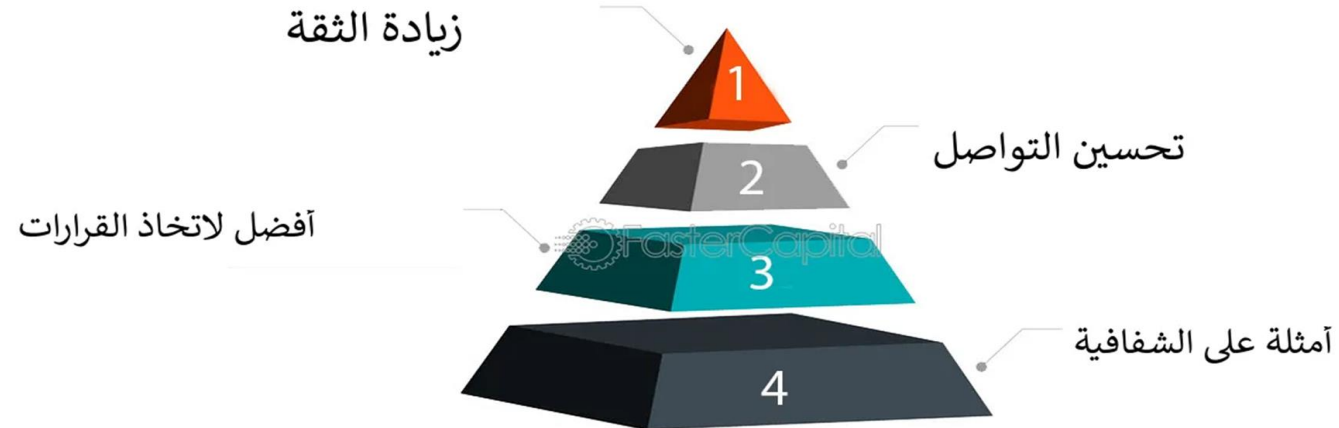
LECTURER
01

ماذا يعني في سياق العمل



LECTURER
01

لماذا من الجيد للعمل



LECTURER
01

عواقب إخفاء المعلومات



LECTURER
01

الشفافية في أخلاقيات العمل



تعتبر الشفافية عنصراً أساسياً في أخلاقيات العمل، وهي مفهوم بسيط يشير إلى: الانفتاح، والصدق، والمساءلة في الممارسات التجارية.

لماذا الشفافية مهمة؟

تعزز الثقة المتبادلة بين المؤسسة وأصحاب المصلحة. تحسن من جودة اتخاذ القرارات داخل المؤسسة. تؤدي إلى نتائج أفضل ومستويات أعلى من رضا العملاء.

LECTURER
01

مخاطر غياب الشفافية



الإضرار بسمعة الشركة.
مواجهة عواقب قانونية.
فقدان ثقة العملاء والمستثمرين والموظفين.
انخفاض الروح المعنوية داخل بيئة العمل.
زيادة معدلات دوران الموظفين وانخفاض الإنتاجية.

LECTURER
01

Zappos^{for}
good



Zappos[®]
Goods
for Good

LECTURER
01

دراسة حالة: شركة Zappos ومفهوم الشفافية

تعدُّ شركة Zappos، وهي تاجر تجزئة للأحذية والملابس عبر الإنترنت، من النماذج الرائدة في تطبيق ثقافة الشفافية داخل بيئة العمل.

مبادرات Zappos لتعزيز الشفافية:

- اعتماد سياسة الباب المفتوح، التي تشجع الموظفين على مشاركة أفكارهم وتعليقاتهم بشكل مباشر مع القيادة العليا.
- استخدام شبكة اجتماعية داخلية لتسهيل التواصل والتعاون بين الموظفين على مختلف المستويات.

هذه المبادرات ساعدت Zappos على بناء بيئة عمل إيجابية، تُعزز الثقة والتعاون والانتماء، ما انعكس بشكل مباشر على رضا العملاء ونجاح الشركة.

LECTURER
01

كيفية إنشاء ثقافة الانفتاح



أساليب تعزيز الشفافية داخل المؤسسات

تطوير مدونة أخلاقية:

مدونة الأخلاقيات هي مجموعة من الإرشادات التي تحدد القيم والمبادئ التي توجه سلوك المؤسسة.

إنشاء قنوات اتصال مفتوحة:

قنوات الاتصال المفتوحة ضرورية لإنشاء ثقافة الشفافية داخل بيئة العمل.

LECTURER
01

كيفية إنشاء ثقافة الانفتاح

**احتضان التكنولوجيا:**

يمكن أن تكون التكنولوجيا أداة قوية لتحقيق الشفافية، من خلال تحسين الوصول إلى المعلومات ومتابعة الأداء.

تعزيز ثقافة الثقة:

يجب أن توجد المؤسسات بيئة يشعر فيها الموظفون بالراحة عند التحدث عن المخاوف الأخلاقية والإبلاغ عن سوء السلوك دون خوف.

تحديات الشفافية: التغلب على الحواجز أمام الانفتاح

تحديات الشفافية في أخلاقيات العمل



تعتبر الشفافية جانباً حاسماً في أخلاقيات العمل، ومن الضروري الحفاظ عليها لبناء الثقة والمصداقية بين أصحاب المصلحة. ورغم أهميتها، إلا أن تطبيق الشفافية قد يواجه عقبات وتحديات تعيق جهود الشركات نحو مزيد من الانفتاح. ومن هنا، يعد التغلب على هذه الحواجز أمراً جوهرياً لضمان الشفافية، وتعزيز العلاقة الصحية مع الموظفين، العملاء، والمستثمرين.

LECTURER
01

تحديات الشفافية والطرق الفعالة للتغلب عليها.



- أبرز حواجز الشفافية في أخلاقيات العمل
- قلّة الثقة : تعدّ واحدة من أبرز العقبات أمام الشفافية، حيث يؤدي نقص الثقة بين الموظفين والإدارة إلى تقييد تدفق المعلومات.
- الخوف من الآثار القانونية : قد تتردد الشركات في الكشف عن معلومات معينة خوفا من التعرض للمساءلة القانونية أو التداعيات السلبية.
- قلّة الموارد : إنّ تحقيق الشفافية يتطلب استثمارا في الوقت، والمال، والموارد البشرية، مما يشكل عبئا على بعض المؤسسات، خاصة الصغيرة منها.

LECTURER
01

تحديات الشفافية في بيئة العمل



إليك أبرز الحواجز التي قد تعيق تطبيق الشفافية داخل المؤسسات:
قلّة الثقة:

غياب الثقة بين الموظفين والإدارة يؤدي إلى تردّد في مشاركة المعلومات.
الخوف من الآثار القانونية:

القلق من العواقب القانونية يمنع بعض الشركات من كشف الحقائق أو توثيق الإجراءات
بشفافية.

قلّة الموارد:

تطبيق الشفافية يتطلّب وقتًا، وجهدًا، وموارد بشرية ومالية، وهو أمر قد لا يتوفر دائمًا.

LECTURER
01

تحديات الشفافية في بيئة العمل

**تعقيد المعلومات:**

في بعض الحالات، يكون حجم وتعقيد المعلومات كبيراً، مما يجعل تقديمها بشفافية أمراً صعباً وغير مفهوم للجميع.

مقاومة التغيير:

قد يظهر الموظفون مقاومة للسياسات الجديدة التي تهدف إلى مزيد من الشفافية، مما يجعل تنفيذ هذه السياسات تحدياً إدارياً وثقافياً.

LECTURER
01

أفضل الممارسات للحفاظ على الشفافية والممارسات الأخلاقية مع مرور الوقت



LECTURER
01

أدوات تعزيز الشفافية وأخلاقيات العمل



1- التواصل :

يُعدّ التواصل المفتوح مع أصحاب المصلحة عنصراً محورياً في الحفاظ على الشفافية والممارسات الأخلاقية.

لذا، ينبغي على الشركات أن تنشئ قنوات اتصال واضحة وفعالة مع:

- العملاء
- الموظفين
- الشركاء

ويمكن تحقيق ذلك من خلال:

- النشرات الإخبارية الدورية
- تحديثات عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- الاجتماعات المباشرة (وجهاً لوجه)

LECTURER
01

أدوات تعزيز الشفافية وأخلاقيات العمل



2- المساءلة:

المساءلة عن السلوك الأخلاقي تُعد ممارسة أساسية.

ويعني ذلك أن تلتزم الشركة بـ:

- وضع إرشادات ومعايير واضحة للسلوك الأخلاقي
- ومحاسبة نفسها في حال عدم الالتزام بهذه المعايير
- تحمل المسؤولية عن القرارات والإجراءات المتخذة وتصحيح أي سلوك غير أخلاقي.

LECTURER
01

3. التدريب: يعد تدريب الموظفين عنصراً رئيسياً في تعزيز السلوك الأخلاقي. ينبغي على الشركات:

- تقديم دورات تدريب منتظمة حول قواعد السلوك الأخلاقي.
 - تشجيع الموظفين على الإبلاغ عن أي انتهاكات أخلاقية.
- عند القيام بذلك، يشعر الموظفون بأنهم سفراء للقيم الأخلاقية داخل المؤسسة.

4. القياس:

من المهم إنشاء مقاييس واضحة لتقييم فاعلية الممارسات الأخلاقية. فمن خلال:

- تحليل النجاحات والإخفاقات،
- تستطيع المؤسسة تحديد الفجوات
- وإجراء التحسينات اللازمة.

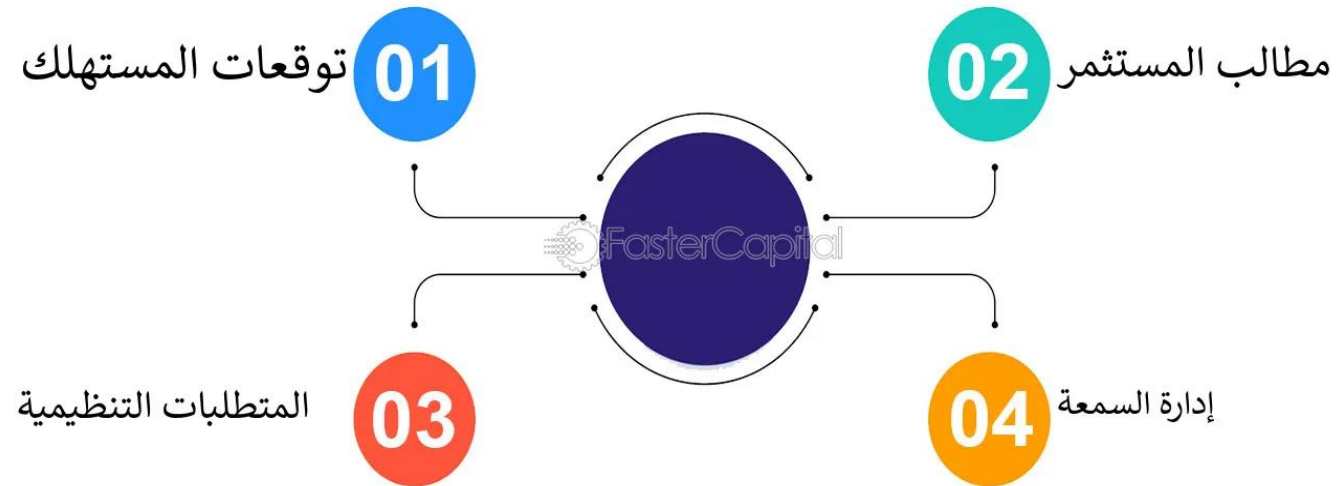
LECTURER
01



مستقبل أخلاقيات العمل ولماذا
ستستمر الشفافية في المهمة

LECTURER
01

مستقبل أخلاقيات العمل ولماذا ستستمر الشفافية في المهمة



LECTURER
01



1- توقعات المستهلك:

أصبح المستهلكون أكثر وعيًا بتأثير قرارات الشراء، ويرغبون في معرفة:

مصدر المنتجات

كيفية تصنيعها

الممارسات الأخلاقية المتبعة

2- مطالب المستثمر:

يفضل المستثمرون الشركات التي تظهر شفافية في أعمالها، ويبحثون عن

مؤسسات:

أخلاقية

مستدامة

LECTURER
01



3- المتطلبات التنظيمية:

تسعى الحكومات إلى دفع الشفافية من خلال:
تشريعات تلزم الشركات بالإفصاح عن ممارساتها وسياساتها.

4- إدارة السمعة:

الشفافية تساهم في بناء الثقة، وتقلل من احتمالية التعرض لأزمات السمعة
عند وقوع فضائح أو مشكلات داخلية.

LECTURER
01



دراسات الحالة: أمثلة على
الشركات ذات الممارسات
التجارية الشفافة وغير
الشفافة

LECTURER
01



دراسة حالة: شركة إنرون (Enron)

مثال على غياب الشفافية في الممارسات التجارية

عندما تغيب الشفافية
تتهار الثقة



التلاعب في البيانات المالية

قامت إنرون بإخفاء ديونها وخسائرها من خلال إنشاء شركات وهمية خارج ميزانيتها (Off-Balance Sheet).



غياب الشفافية

لم تقصص الشركة عن المخاطر المالية الحقيقية وقامت بتقديم معلومات مضللة للمستثمرين والجهات الرقابية.



فقدان الثقة

عند كشف التلاعب، فقد المستثمرون الثقة في الشركة وانخفض سعر السهم بشكل كبير.



النتيجة

أعلنت إنرون إفلاسها عام 2001، مما أدى إلى خسارة آلاف الوظائف ومحو مليارات الدولارات من قيمة الأسهم.

الدروس المستفادة

- أهمية الشفافية والإفصاح الدقيق عن المعلومات.
- ضرورة وجود حوكمة قوية ورقابة مستقلة.
- الثقة هي أساس استدامة الشركات على المدى الطويل.



“

إنرون مثال واضح على أن غياب الشفافية يمكن أن يؤدي إلى انهيار شركة عملاقة.

”

LECTURER
01



دراسة حالة: شركة LEGO

نموذج للممارسات التجارية الشفافة

Build
a better
tomorrow



People



Planet



Play



شفافية سلسلة التوريد

تنشر LEGO معلومات واضحة عن الموردين ومصادر المواد المستخدمة في منتجاتها.



التقارير والاستدامة

تنشر تقارير سنوية وتقارير استدامة توضح أدائها وتقدمها في الجوانب البيئية والاجتماعية.



الممارسات المسؤولة

تطبق معايير للأعمال المسؤولة على جميع الموردين والشركاء.



الإفصاح عن الأثر البيئي

تفصح عن انبعاثات الغازات الدفيئة وتقيس التقدم نحو تحقيق أهدافها البيئية.



البيئة



المجتمع



الحكومة



الشفافية

“لبناء مستقبل أفضل للأجيال القادمة”



LECTURER
01



“ الشفافية تبني الثقة،
وتساهم في مستقبل أفضل للجميع. ”

وول مارت



العملاء



المجتمع



البيئة



الاقتصاد

دراسة حالة: شركة وول مارت (Walmart)

نموذج عالمي للممارسات التجارية الشفافة



تقارير شفافة ومفصلة

تنشر وول مارت تقارير سنوية وتقارير استدامة توضح أداءها المالي وغير المالي، بما في ذلك التحديات والفرص.



شفافية سلسلة التوريد

تفصح عن معلومات حول الموردين والمصانع، وتعمل على مراقبة معايير العمل وحقوق الإنسان في سلسلة التوريد.



الاستدامة والمسؤولية البيئية

تعلن عن أهدافها البيئية وخططها لخفض الانبعاثات، وتقدم بيانات واضحة حول تقدمها في تحقيق هذه الأهداف.



الالتزام بالمجتمع

تفصح عن مبادراتها الاجتماعية ودعمها للمجتمعات المحلية وتعلن عن حجم الاستثمارات والمساهمات المجتمعية.



الحوكمة والأخلاقيات

تلتزم وول مارت بمعايير عالية من الحوكمة والامتثال، وتوفر قنوات للإبلاغ عن المخالفات وتعزيز النزاهة والشفافية.

معاً من أجل حياة أفضل





دراسة حالة: شركة تسلا (Tesla) أهمية الشفافية والإفصاح الدقيق

كيف تؤثر المعلومات غير الدقيقة على ثقة المستثمرين وسمعة الشركة؟



1 مشكلة الإفصاح

في عام 2018، نشر إيلون ماسك تغريدة على Twitter قال فيها إن التمويل مؤمن لتحويل Tesla إلى شركة خاصة بسعر 420 دولاراً للسهم.

تبين لاحقاً أن هذه المعلومات كانت مضللة وغير دقيقة.



2 التحقيق والمخالفة

اتهمت هيئة الأوراق المالية والبورصات الأمريكية (SEC) إيلون ماسك وشركة Tesla بالإدلاء بتصريحات مضللة وعدم وجود ضوابط كافية لمراجعة المعلومات التي يتم نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.



3 النتيجة

- تم التوصل إلى تسوية مع SEC دون إقرار أو إنكار للادعاءات.
- دفع إيلون ماسك 20 مليون دولار.
- دفعت شركة Tesla 20 مليون دولار.
- التزام الشركة بتعزيز ضوابط الإفصاح والحوكمة.



4 الإجراءات التصحيحية

- تعزيز إجراءات الإفصاح والرقابة الداخلية.
- تعيين رئيس مستقل لمجلس الإدارة.
- إضافة مديرين مستقلين.
- مراجعة السياسات المتعلقة بالتواصل مع المستثمرين.



الدرس المستفاد

"المعلومات التي تقدمها الشركات للمستثمرين يجب أن تكون دقيقة وواضحة ومدعومة بضوابط وإجراءات مناسبة لضمان الشفافية وبناء الثقة".



الابتكار



الشفافية



الثقة



مستقبل أكثر استدامة

LECTURER
01



مصادر مستدامة

تعتمد IKEA على مواد من مصادر مسؤولة مثل الأخشاب والقطن.



سلسلة توريد مسؤولة

تطبق مدونة السلوك IWAY على جميع الموردين لضمان المعايير البيئية والاجتماعية.



شفافية المعلومات

تنشر معلومات عن الموردين ومصادر المواد وتقارير الاستدامة.



التزام بمستقبل أفضل

تركز على حماية البيئة ودعم المجتمعات لتحقيق حياة أكثر استدامة.



LECTURER
01

تأثير التكنولوجيا على أخلاقيات العمل والشفافية

سهلت وسائل التواصل الاجتماعي على المستهلكين التعبير عن آرائهم حول منتجات وخدمات الشركة

أدى استخدام التكنولوجيا المتزايدة أيضاً إلى إثارة مخاوف بشأن خصوصية البيانات والأمن



لقد جعلت أدوات تحليل البيانات من الأسهل على الشركات تتبع ممارساتها الخاصة وتحديد المناطق التي قد تكون فيها قصيرة

جعلت التكنولوجيا أيضاً من الأسهل على الشركات التواصل مع أصحاب المصلحة وأن تكون أكثر شفافية في تعاملها

LECTURER
01

تأثير التكنولوجيا على أخلاقيات العمل والشفافية



1- وسائل التواصل الاجتماعي سهّلت على المستهلكين التعبير عن آرائهم بشأن المنتجات والخدمات. هذا الضغط العلني يدفع الشركات إلى أن تكون أكثر شفافية، ومعالجة المخاوف بسرعة وعلانية.

2- أدوات تحليل البيانات: جعلت من السهل على الشركات تتبع ممارساتها وتحليل الأداء، مما يساعد في تحديد نقاط الضعف وتحسين الشفافية الداخلية.

LECTURER
01

تأثير التكنولوجيا على أخلاقيات العمل والشفافية



3- سهولة التواصل:

أصبحت الشركات قادرة على التفاعل بشكل أسرع وأكثر مباشرة مع أصحاب المصلحة، مما يعزز الوضوح والانفتاح في العمليات.

4- مخاوف الخصوصية:

في المقابل، أثار الاستخدام المتزايد للتكنولوجيا مخاوف حقيقية بشأن خصوصية البيانات وأمانها، ما يتطلب من الشركات موازنة الشفافية مع حماية المعلومات الشخصية.



استعرضنا في هذا المحتوى أهم المحاور المرتبطة بأخلاقيات التسويق وأهمية الشفافية في بيئة العمل، وتناولنا المواضيع التالية:

- 1- ما هو التسويق الأخلاقي؟
 - 2- مبادئ التسويق الأخلاقي
 - 3- أهمية الشفافية في أخلاقيات العمل
 - 4- كيفية إنشاء ثقافة الانفتاح
 - 5- تحديات الشفافية
 - 6- أفضل الممارسات للحفاظ على الشفافية والسلوك الأخلاقي
 - 7- مستقبل أخلاقيات العمل ولماذا تظل الشفافية أمراً جوهرياً
 - 8- دراسات حالة: شركات ذات ممارسات شفافة وغير شفافة
 - 9- تأثير التكنولوجيا على الشفافية وأخلاقيات العمل
- ختاماً، تؤكد هذه المحاور أن الالتزام بالشفافية والمبادئ الأخلاقية ليس مجرد خيار، بل ضرورة استراتيجية لتحقيق استدامة الأعمال، وكسب ثقة العملاء والمستثمرين على المدى الطويل.



Thank You