

المحاضرة الثامنة: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات التسويق

1- تعريف المسؤولية الاجتماعية: هناك العديد من التعريفات أهمها:

- عرفها البنك الدولي على أنها التزام قطاع الأعمال بالإسهام في التنمية الاقتصادية المستدامة، وبالعامل مع الموظفين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع عامة من أجل تحسين نوعية حياتهم بأساليب تفيدهم قطاع الأعمال والتنمية على حد سواء.
- وعرفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة على أنها الالتزام المستمر من قبل المنظمات بالتصرف أخلاقياً، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل.

- في حين عرفها Davis على أنها تتمثل في القرارات التي يتخذها رجال الأعمال لأسباب قد تتجاوز المصالح التقنية والاقتصادية للمؤسسة.

2- مبررات تطبيق المسؤولية الاجتماعية:

- تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين وتطوير صورة المنظمة أمام المجتمع.
- رفع قيمة الأسهم في الأمد الطويل.
- تمثل قانوناً اجتماعياً.
- دون المسؤولية الاجتماعية ستفقد المؤسسة الكثير من قوتها التأثيرية داخل المجتمع.
- الوقاية من المشكلة أفضل من علاجها.

3- أبعاد المسؤولية الاجتماعية: وهي البعد الخيري، البعد الأخلاقي، البعد القانوني، البعد الاقتصادي.

4- عناصر المسؤولية الاجتماعية: المالكون، العاملون، الزبائن، البيئة، المجتمع المحلي، الحكومة، الموردون، المنافسون، الأقليات وذوي الحاجات الخاصة، جماعات الضغط الأخرى.

5- تعريف أخلاقيات التسويق: عرفت على أنها مجموعة من المعايير التي تحكم سلوك وتصرفات المسوقين وما يحملونه من قيم ومعتقدات أخلاقية، بغية تقييم سلوكهم التسويقي أهو صحيح أم غير صحيح؟ ويكون المجتمع الحكم في ذلك. كما عرفت على أنها تمثل جملة الضوابط والالتزامات المرتكزة على أسس معينة والتي يتطلى بها القائم بالتسويق تجاه المنتج، الجمهور، المؤسسة، المهنة التي ينتمي إليها، والتي تمكنه من اتخاذ القرار السليم عند الموازنة والترجيح بين مختلف التصرفات لاختيار أقومها وأنفعها بكيفية موضوعية وعادلة ومتوازنة، سعياً لتحقيق أهداف ومصالح المؤسسة.

6- أخلاقيات التسويق وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية: وتعرف على أنها التزام اجتماعي تراعيه المنظمات عند التخطيط لعناصر المزيج التسويقي، مع الأخذ بعين الاعتبار التوفيق بين رغبات المستهلكين وأرباح المنظمة والمجتمع. وهناك ست أمور متعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة ينبغي مراعاتها:

- القيود الأخلاقية.
- الاستدامة.
- القيم المجتمعية.
- الأعمال الخيرية.
- جمع التبرعات.
- البرامج الترفيحية.