مصادر القيم الاخلاقية

1. الكتب السماوية: والتي تعد المنبع الاول الذي يستمد الفرد منه كافة القيم الخلقية، وتليها السنة الشريفة لسيدنا محمد صلى الله عليه وسلم . لها، كما فالاخلاق أساسها العقيدة الاسلامية وهي مرتبطة إرتباطاً وثيقاً بها وتعتبر سندا قال النبي صلى الله عليه وسلم عندما سئل عن الدين:" الدين حسن الخلق" وكل عمل لا يتصف بالاخلاق فهو عمل باطل.
2. الاسرة: وهي أول مدرسة للفرد، إذ يتعلم منها السلوك الحسن والتربية الصادقة و الاحترام في التعامل مع الاخرين
3. الضمير الانساني الحسن: هو في نظر البعض الهبة التي يمنحها الله سبحانه وتعالى إلى الناس من أبناء البشر الصالحين، فإذا كان الضمير حياً كانت الاخلاق في أسمى معانيها أما إذا فسد الضمير بسبب أي ضغط أو مبرر فإن سلوك الاخلاقي سينحرف
4. القواعد الأخلاقية : وتكون بمثابة مرشد لسلوك الافراد العاملين بالمؤسسة سواء كانوا بداخلها أو خارجها، وهذه القواعد إما تكون محددة من قبلها، أو متفق عليها من قبل
5. المجتمع: وهو ركن مهم في تحديد مسار الاخلاق للافراد، وهذا من خلال التعامل مع القواعد الاجتماعية التي تحدد تصرفات أفراد المجتمع اليومية وترفض ما يمكن أن يكون مخالف ذلك.
6. القوانين والتشريعات: إذ تقوم الدولة بسنها من أجل المحافظة على النظام العام والعديد من السلوكيات الخارجة عنه.
7. النصائح و الارشادات : المقدمة من طرف الاخرين وكل سلوك يرمز إلى القوة.

البيئة التسويقية و الاخلاقيات

1. يكتسب الافراد الجوانب الاخلاقية من خلال تعاملاتهم المختلفة في البيئة والمجتمع، وعلى أساس فإن مدير التسويق وهو يقوم بعمله فإنه يسعى من أجل زيادة الارباح أو زيادة الحصة السوقية أو تنويع المنتجات والدخول إلى الاسواق الخارجية الجديدة، وهنا يتوجب عليه تحقيق هذه الاهداف تماشياً مع الاخلاقيات.

البيئة التسويقية: يواجه مدير التسويق وبشكل يومي العديد من مسائل الاخلاقيات التي تفرزها ضغط البيئة التسويقية. وعلى الاساس فإن وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة، هي أكثر المجالات التي تظهر فيها المشاكل الاخلاقية والممارسات الخاطئة بشكل واضح.

تعارض الثقافات: تكون المؤسسات التي لها فروع في مجتمعات مختلفة عرضة لبعض المشاكل الناتجة عن وجود ثقافات متعددة ومتعارضة، لذلك تواجه معضلات اخلاقية نتيجة هذه التعارضات. كما أن من أسباب انهيار الاخلاقيات في المؤسسات الضغوط التي يفرضها بعض المديرين ليستمروا في مناصبهم، ووجود مجلس الادارة ضعيف تكثر به الخلافات والصراعات و الاعتقاد السائد بأن أداء بعض المهام بشكل جيد يتطلب أحياناً اللجوء إلى أساليب تتنافى و الاخلاقيات والخوف والصمت إزاء التجاوزات التي تحصل في المؤسسة من طرف الاطارات .

**حركة حماية المستهلك وحقوقه**:في 15 مارس من سنة 1962 تقدم الرئيس الامريكي لتلك الفترة "جون كينيدي" برسالة إلى الكونغرس عرفت ب قائمة " حقوق المستهلك "، حيث تم اعتبارها بمثابة المرجع لتحديد تلك الحقوق على المستوى الدولي وأصبح دلك الاعلان بمثابة اعتراف رسمي بأهمية تقنين حقوق المستهلك كما أنه دعوة لتنشيط حركة المستهلكين ودعمهم من اجل الدفاع عن حقوقهم في أي دولة.

 وقد تضمنت تلك الرسالة أربعة حقوق للمستهلك تمثلت في:

1. الحق في الامن و الامان لحمايته من السلع الضارة
2. الحق في الحصول على المعلومات الكافية والصادقة لحمايته من الغش والخداع
3. الحق في حرية الاختيار ضمن تعددية العرض وأسعار تنافسية
4. الحق في التعبير عن رأيه وأخده بعين الاعتبار عند سن القوانين والتشريعات الحكومية. وبالتالي فقد اخدت هده الحركة شكلها القانوني في عام 1962 بالولايات المتحدة الامريكية

**تعريف حركة حماية المستهلك**:ظهرت حركة حماية المستهلك كنتيجة للثورة الصناعية وما نجم عنها من تطورات مختلفة سواء على صناعة الانتاج أو التسويق. وقد تعددت التعريف الخاصة بها فقد عرفها كوتلر بانها "حركة اجتماعية تعمل على زيادة وتدعيم حقوق المشترين في علاقتهم بالبائعين". بمعنى أن هذه الحركة تمثل ذلك الفعل الاجتماعي المنظم من طرف المستهلكين، والذي يهدف إلى تجسيد حق الاستماع لهؤلاء المستهلكين، وضمان استعادة حقوقهم التي تم الاخلال بها من قبل الاطراف الاخرى في التبادل، مما سبب لهم نقص في الاشباع.