

قضايا خاصة (02): الممارسات اللاأخلاقية للتسويق و اثرها على الشركات المنافسة

ممارسات التسويق غير الأخلاقي يمكن أن تؤثر بشكل كبير على المنافسة والعلاقات مع المنافسين، و هناك عدة طرق يمكن أن تحدث تأثيرًا في هذا السياق منها :

1. **تشويه الصورة**: إذا قامت شركة بالجوء إلى تكتيكات تسويقية غير أخلاقية مثل نشر معلومات زائفة أو تشويه صورة المنافسين، يمكن أن يؤدي ذلك إلى تدهور سمعة المنافسين وفقدانهم لفرص الأعمال. و من الأمثلة ذلك :

- **حملة ضد شركة تويوتا**: في بعض الأحيان، تواجه الشركات السيارية حملات تشويه تستند إلى اتهامات بخرقات السلامة أو مشاكل في الجودة. على سبيل المثال، كانت لشركة تويوتا تحقيقات حول مشاكل في نظام الفرامل، وهو ما أدى إلى حملات تشويه سمعتها.
- **اتهامات بالانتهاكات البيئية**: تواجه الشركات في مجالات مختلفة اتهامات بانتهاكات بيئية، مما يؤدي إلى حملات منظمات بيئية لتسليط الضوء على هذه الانتهاكات وتشويه سمعة الشركة.
- **قضية إنفستكورب وتجاربها على البشر**: قابلت شركة إنفستكورب اتهامات بإجراء تجارب غير أخلاقية على البشر في مجال الأدوية، مما أثر على سمعتها وأدى إلى فقدان الثقة من قبل الجمهور.

2. **التنافس غير النزيه**: إذا كانت الشركة تستخدم تكتيكات غير نزيهة للتفوق على المنافسين، مثل الاحتكار أو الأسعار المضللة، فإن ذلك يمكن أن يضعها في وضع تنافسي غير عادل ويؤدي إلى إشكاليات قانونية. الاحتكار والأسعار المضللة هما ممارسات غير أخلاقية في مجال الأعمال وقد تؤدي إلى تشويه السوق والتأثير السلبي على المنافسة. إليك بعض الأمثلة الواقعية على هذين الجانبين:

- **قضية مايكروسوفت (Microsoft)**: في التسعينيات، واجهت مايكروسوفت اتهامات بالاحتكار في سوق أنظمة التشغيل. اتهمت السلطات الشركة بسلوك مضاد للمنافسة من خلال استخدام نظام التشغيل Windows لتحقيق تفوقها في سوق البرمجيات.
- **قضية جوجل (Google) في الاتحاد الأوروبي**: في عام 2018، فُرضت غرامة ضخمة على جوجل من قبل الاتحاد الأوروبي بسبب ممارسات الاحتكار في مجال البحث عبر الإنترنت. اتهمت الاتهامات جوجل بتحسين نتائج البحث لصالح خدماتها الخاصة وتقديمها بشكل غير عادل مقارنةً بالخدمات المنافسة.
- **قضية فيسبوك (Facebook)** واستحواذها على Instagram: في عام 2012، اشترت فيسبوك شركة Instagram بمبلغ كبير، مما أثار قلقًا من احتكار السوق. اعتبر البعض هذا الاستحواذ استراتيجية لتقوية وضع فيسبوك في سوق وسائل التواصل الاجتماعي.
- **قضية أمازون (Amazon) والتأثير على سوق التجزئة**: واجهت أمازون اتهامات بالاحتكار في صناعة التجزئة عبر الإنترنت. تم توجيه انتقادات لأمازون بسبب استخدامها للسلطة السوقية لتأثير أسعار المنتجات وتقليل تنوع الخيارات للمستهلكين.
- **قضية شركات الأدوية والتسعير المفضل**: في صناعة الأدوية، تم وجه اتهامات لعدة شركات بالتلاعب في الأسعار وتحديد أسعار مرتفعة للأدوية الحيوية والأمصال.

3. استخدام التجسس التجاري: إذا قامت الشركة بممارسات تجسس على المنافسين للحصول على معلومات تجارية سرية، فإن هذا يعد غير أخلاقي وقد يؤدي إلى نزاعات قانونية وفقدان الثقة في الصناعة.

- **حالة هواوي والتجسس**: تعرضت شركة هواوي، الشركة الصينية لتكنولوجيا الاتصالات، لاتهامات بالتجسس من قبل بعض الحكومات الغربية. هذه القضية أدت إلى توترات كبيرة بين هواوي ومنافسيها، خاصة في مجال صناعة الاتصالات.
- **تجسس في صناعة الألعاب الإلكترونية**: في صناعة الألعاب الإلكترونية، يتم التجسس بشكل مستمر بين الشركات للحصول على معلومات حول الألعاب المخطط لإصدارها، مما يؤدي إلى تنافس حاد في سوق الألعاب.
- **قضية أبل وسامسونج**: في الماضي، كانت هناك نزاعات بين شركتي أبل وسامسونج حول اتهامات التجسس. اتهمت أبل سامسونج بسرقة تصاميم هواتف iPhone، في حين زعمت سامسونج أن أبل قامت بالتجسس على بعض أفكارها وتقنياتها. هذه النزاعات أدت إلى معارك قانونية طويلة.

4. استغلال العلاقات التجارية: إذا كانت الشركة تستخدم علاقات تجارية لضرار المنافسين، مثل التلاعب في سلسلة التوريد أو التأثير على الشراكات التجارية، فإن ذلك يمكن أن يسفر عن تشويه العلاقات والتسبب في خسائر للمنافسين.

- **قضية ميكروسوفت (Microsoft) في التسعينيات**: في التسعينيات، واجهت ميكروسوفت اتهامات بسوء استخدام القوة السوقية من خلال تكتيكات ضغط تجاري، حيث قيل إنها استغلت علاقتها مع بعض مطوري البرمجيات لتعزيز منتجاتها على حساب منافسيها.
- **حالة إنتل (Intel) ومنافسيها**: واجهت إنتل اتهامات بممارسات منافسة غير عادلة في سوق معالجات الحواسيب. اتهمتها السلطات بتوجيه ضغوط تجارية ضد بعض شركات تصنيع الحواسيب لمنعها من استخدام معالجات منافسيها.
- **حالة أمازون (Amazon) وبائعي الطرف الثالث**: تعرضت أمازون لانتقادات بسبب ممارساتها في التعامل مع بائعي الطرف الثالث على منصتها. اتهم البعض أمازون بالاستفادة من معلومات بائعيها لتطوير منتجاتها الخاصة التي تنافس المنتجات المقدمة من قبل تلك الشركات.
- **حالة جوجل (Google) والبحث على الإنترنت**: واجهت جوجل اتهامات بتحسين نتائج البحث بمصلحتها الخاصة على حساب المواقع الأخرى، مما يؤثر على منافسيها. اتهمت بالتحكم في السوق وتشويه سمعة بعض المواقع.

5. الأسعار المنافسة بشكل غير عادل: تحديد الأسعار بطرق غير عادلة، مثل التخفيضات الزائفة أو تضليل المستهلكين حول قيمة المنتج، يمكن أن يؤثر على قدرة المنافسين على المنافسة بشكل صحيح.

إجراءات التسويق غير الأخلاقي يمكن أن تخلق بيئة تنافسية سامة، تؤدي إلى فقدان الثقة والاحترام بين الشركات المنافسة، وقد تؤثر هذه الأوضاع على صحة الصناعة بأكملها. من الأفضل تبني الشركات سياسات تسويق أخلاقية والالتزام بها لضمان بيئة تنافسية نزيهة ومستدامة.

1. Patrick E. Murphy, Gene R. Laczniak, and Norman E. Bowie "**Marketing Ethics : Cases and Readings**" , Pearson edition NEW JERSSY .USA ,2005
2. Manuel G. Velasquez, Business Ethics : Concepts and Cases , Prentice Hall India Learning Private Limited,2006.
3. Carrigan, M., Moraes, C., & Leek, S. (2011). **Fostering responsible communities: A community social marketing approach to sustainable living**. Journal of Business Ethics, 100(3), 515-534.