

أخلاقيات مهنة البيع



تأليف
د. يوسف بن عثمان الحزيم

تقديم
يوسف براندون تورابوف

أخلاقيات مهنة البيع

تأليف

د. يوسف بن عثمان الحزيم

تقديم

يوسف براندون تورابوف

٣ يوسف عثمان الحزيم ، ١٤٢٦

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

الحزيم ، يوسف عثمان

اخلاقيات مهنة البيع . / يوسف عثمان الحزيم ، - الرياض ،

١٤٢٦هـ

٢٦٤ - سم .

ردمك : ٤٩-٦٤١-٩٩٦٠

١- البيع ٢- الاخلاق الاسلاميه | العنوان

١٤٢٦/٥٨٤٠

ديوي ٩٥٣

رقم الإيداع : ١٤٢٦/٥٨٤٠

ردمك : ٤٩-٦٤١-٩٩٦٠

حقوق الطبع محفوظة

الطبعة الأولى

١٤٢٦هـ / ٢٠٠٥م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الفهرس

	الفهرس.....
١	تقديم.....
٥	مقدمة.....
٩	تعريف البيع.....
١٥	أهمية الأخلاقيات.....
٢١	أخلاقيات المهنة.....
٤٧	أخلاقيات مهنة البيع.....
٦٢	الممارسات اللا أخلاقية بالبيع.....
٨٧	توصيات لتطوير أخلاقيات البيع.....
٨٩	خاتمة.....
٩١	المراجع.....

تقديم

كوني كاتب مسلمات و مدير تدريب بيع اعتنقت الإسلام في مارس ٢٠٠٣). وجهة إلي أسئلة كثيرة من قبل غير المسلمين في الولايات المتحدة عن كيفية تأثير إيماني بالله سبحانه وتعالى على حياتي العملية. بعض الأسئلة تتركز على ما يبدو لي مسائل سطحية. على سبيل المثال: ما إذا كنت أصلي في العمل (هذا ما أفعله). كيف ألبس في الاجتماعات (مثل المعتاد. بذلة وربطة عنق). لماذا أنا الآن مطلق تحيتي (الأنني اخترت محمد صلى الله عليه وسلم قدوة لي)... ولكن لم يسألني أحد مطلقاً عن السؤال الذي هو في نظري واضح وبيّن وهو "كيف أتر إسلامك على تغير أخلاقياتك كونك بائعاً محترفاً؟"

التغير كان عميقاً. لأن الإسلام هو نظام معتقدات لا يفرق بين الدين وباقي جوانب الحياة العامة. معيار عالي يطبق الآن في





حياتي كلها، وهذا يتضمن بشكل أساسي البيع الذي هو مجال عملي. كل تصرف يتخذ مع عميل أو عميل محتمل، كل علاقة مهنية، كل اتفاقية، كل تعهد شفهي يكون دائماً تحت مراقبة الله سبحانه وتعالى، مع الالتزام من جانبي بإطاعة أوامره سبحانه، لذا يجب على كل شخص أن يفكر مرتين، وثلاث، وأربع مرات، في مشروعية علاقة العمل التي يكونها، في الاتفاقيات التي يبرمها، وفي الوعود التي يلتزم بها، يجب أن يضع الإنسان في ذهنه أهمية تنفيذ العهود وقبول الحقيقة، وإنباع المثل الأعلى، محمد صلى الله عليه وسلم.

هذه هي المسؤوليات الأخلاقية وليس فقط قضايا يومية أو أسئلة فضولية يومية تطرح على المسلم وخصوصاً المسلمين الجدد، وهذه المسؤوليات الأخلاقية تتطلب دوام اليقظة والاهتمام بالالتزام بها.

ما نحتاجه هو دليل عملي من تجارب و أخلاقيات مهنية، مع العديد من خبرات الخطوط الأمامية في عالم البيع، مع ذلك، من

المدهش في يومنا هذا أن نلاحظ قلة الأدلة من هذا النوع، أو حتى انعدامها في المنشورات.

د. يوسف الحزيم، استقل بنينا محمد صلى الله عليه وسلم. كتاجر ذو خلق، وقدم لنا هنا بعض أهم الأجوبة التي نحتاجها للإجابة على الأسئلة الأخلاقية التي تواجه قوى البيع الحديثة. وهذه المساهمة القيمة ليست فقط للمسلمين الذين يبيعون لكسب الرزق، وإنما لعالم الأعمال بصفة عامة. وكتابه القيم يسد الفجوة التي لم يتطرق إليها في المخطوعات منذ زمن طويل.

براندون يوسف تورابوف

مؤلف: "إلى ما بعد حد النصرانية" (دار السلام، ٢٠٠٥)

Beyond Mere Christianity

ميدل تاون، ماساشوتس

أوغست، ٢٠٠٥

مقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلوة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين. سيدنا محمد وعلى آل بيته الطيبين الطاهرين، وعلى صحابته أجمعين، وعلى من أهدى بهديه إلى يوم الدين، ثم أما بعد.

كنت بمعية رجل البيع الأول بالولايات المتحدة الأمريكية، السيد ستيفان شيفمان عند زيارته للمملكة العربية السعودية (الرياض) لإلقاءه مجموعة من المحاضرات والزيارات البيعية. كون المعهد العربي للتسويق والبيع الذي رأسه هو وكيل حصري لشركة (DEI) التي يملكها السيد ستيفان شيفمان. وقد وجدت لها فرصة للحديث معه عن أي موضوع قد يخلق بيننا تعاوناً ومن هنا بدأت الحديث عن أخلاقيات مهنة البيع وهل إذا كانت هناك كتابات حول الموضوع بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد فوجئت بإجابته حين ذكر لي قلة الكتابات بالرغم من أهميته.





كما أنني في ذات الوقت أدركت مدى المسؤولية الأخلاقية والحضارية في إبراز إرثنا من مبادئ وقيم ذات علاقة مباشرة بالموضوع. مستمدة من الكتاب والسنة النبوية وأقوال وأفعال السلف في مزج مع أحدث مهارات وتقنيات البيع . والتي يديرها السيد ستيفان شيفمان حيث تؤكد وتشير في مجملها إلى تلك النصوص. فضلاً على أن هذا الموضوع ذو أهمية بالغة في مجتمعنا العربي كوننا مجتمع قيمي نربط بين أقوالنا وأفعالنا واليوم الآخر .

أن من السهولة يمكن تبني أخلاقيات البيع ولكنها بالواقع العملي يصعب تحقيق التوازن بين مصلحة العميل ومصلحة المؤسسة التي تعمل من أجلها لتحقيق أهداف محددة تناسب عليها شهراً فضلاً عن المصلحة الشخصية الممثلة بالعمولات والخوافز التي يتلقاها رجل البيع...

ولكن يبقى أن هذا التحدي هو الذي يخلق رجل البيع المختلف

والمميز.

ختاماً... أنقدم بالشكر الجزيل للسيد يوسف تورابوف الذي قدم لهذا الكتاب وقدم نصائح مهمة في التحرير . كما اشكر الأستاذ نادر الصادق بشيخي على تدعيم الكتاب بنصوص وتجارب تطبيقية مهنينة أثرت الكتاب بالأضافة لمساعدة الأستاذ طارق عيسى المرشد . كما اشكر الأستاذ أحمد العيدروس (أخصائي تقنيات بالمعهد) الذي طبع وأخرج الكتاب .

أملاً من المهنيين والقادة العرب المتخصصين بقطاع البيع أن يثروا هذا الموضوع بحثاً . وإفادتي بأي إضافة على عنواني المذكور بصدر هذا الكتاب نعله يؤخذ بالحسبان بالطبعات القادمة.

والله الموفق .

الرياض

١٤٢٥هـ - ٢٠٠٥م

تعريف البيع

البيع لغة وشرعاً:

البيع لغة صابغة مال بمال. وكذا في الشرع ولكن زيد فيه قيد التراضي. وجملة البيع يرجع إلى أربعة أقسام:

- (أ) بيع العروض بالعروض (عروض التجارة) ويسمى المقايضة. (ب) بيع العروض بالنقود . ولا يسمى إلا بيعاً لكونه أكثر أنواع البيوع وأشهرها. (ج) بيع النقود بالنقود. ويسمى صرفاً. (د) بيع المنفعة بالمال عرضاً كان أو نقداً ويسمى الإجارة .

أما شروط البيع العامة فهي أن يكون العاقد عاقلأ مميّزاً. وأن يكون العقد بلفظ الماضي. وأن يكون المال متقوماً مقدور التسليم.



تعريف البيع

وأن يكون مع تراضي الطرفين^(١). وأن يكون المبيع في ملك العاقد أو ولايته.

ويعرف شرعا على انه :

(١) مبادلة مال بمال بقصد الأكتساب. أو هو عقد معاوضة مالية تفيد ملك العين والمنفعة على التأييد، لا على وجه القرية^(٢).

البيع اصطلاحا :

١ - عملية إنصال شخصي تستهدف إقناع المشتري المرتقب وحمله على شراء سلعة أو خدمة يروج لها.

^(١) العسقلاني، الحافظ ابن حجر، بلوغ المرام من أدلة الأحكام، دار السلا، الرياض، الطبعة الثانية ١٤١٧ هـ، ص ٢٢٣.

^(٢) وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد بمللكة العربية السعودية

ونمثل بالنسبة للبائع مصدراً لمصلحة مادية يحققها من خلال إتمام عملية البيع^(١).

٢- عملية نقل الأفكار والخدمات والمنتجات من الشركة إلى العميل^(٢).

٣- اكتشاف حاجات العملاء الحاليين أو المحتملين وقدرة رجال البيع على إقناع العملاء بأن السلع أو الخدمات التي يبيعها تفي باحتياجاتهم. فيقتنوها^(٣).

٤- هو سؤال العميل عما فعله في الماضي وماذا يفعل في الحاضر وماذا يتوحي أن يفعل في المستقبل ثم مساعدته.

^(١) Douglas, J. Dalrymple, Sales Management, (٢nd Editions), New York, John Wiley and Sons, ١٩٨٢

^(٢) الموسوعة المعسرة للتسويق aims .

^(٣) دليل البيع aims .

تعريف الأخلاقيات

الأخلاقيات:

يعرف الخلق بأنه صفة مستقرة في النفس. ذات آثار في السلوك محمودة أو مذمومة. كما تعرف الأخلاق بأنها مجموعة القواعد والمبادئ المحددة التي يخضع لها الإنسان في تصرفاته، ويختكم إليها في تقييم سلوكه وتوصف بالحسن أو القبح.

الأخلاقيات المهنية اصطلاحاً:

تعرف المهنة على أنها مجموعة الأعمال المتشابهة التي تنتمي إلى وحدة نوعية، بحيث يمكن للفرد إذا مارس أحدها أن يمارس الأخرى بعد ترتيب. وتعرف أيضاً بأنها مجموعة من الأعمال والمهارات المترابطة التي يقوم بها الفرد من خلال ممارسات تدريبية.

والحرفة هي عمل يمارسه الإنسان، و يحتاج إلى تدريب قصير وهو مأخوذ من الاحتراف. أي الكسب المستمر.

فخلص إلى تعريف أخلاقيات المهنة على أنها المبادئ والمعايير التي تعتبر أساساً للسلوك المطلوب لأفراد المهنة والتي يعتمد عليها المجتمع في تقييم أدائهم إيجاباً أو سلباً^(١).

^(١) المحيميد ، صالح من محمد . أخلاقيات المهنة برنامج الأمير محمد بن فهد لتأهيل وتوظيف الشباب السعودي ، الطبعة الأولى ، ١٤٢٣ هـ ص ٩ -

أهمية أخلاقيات المهنة

أهمية أخلاقيات المهنة

لأخلاقيات المهنة فوائد عديدة مباشرة على المستوى المهني
الشخصي، الروحي، التجاري والتسويقي ومن أبرزها ما يلي :

المستوى المهني الشخصي:

إن رجل البيع حينما يعمل في هدي تلك الأخلاقيات المهنية
فهو يتصالح مع طبيعته الفطرية، وبالتالي سيحقق التوازن
النفسي الذي يعزز قدراته البيعية بشكل أفضل. حيث لا مكان
للملق والتناقض بين المثل والمبادئ الأخلاقية التي يعيشها في حياته
العامة كأى إنسان ومارسته للوظيفة.

المستوى الروحي :

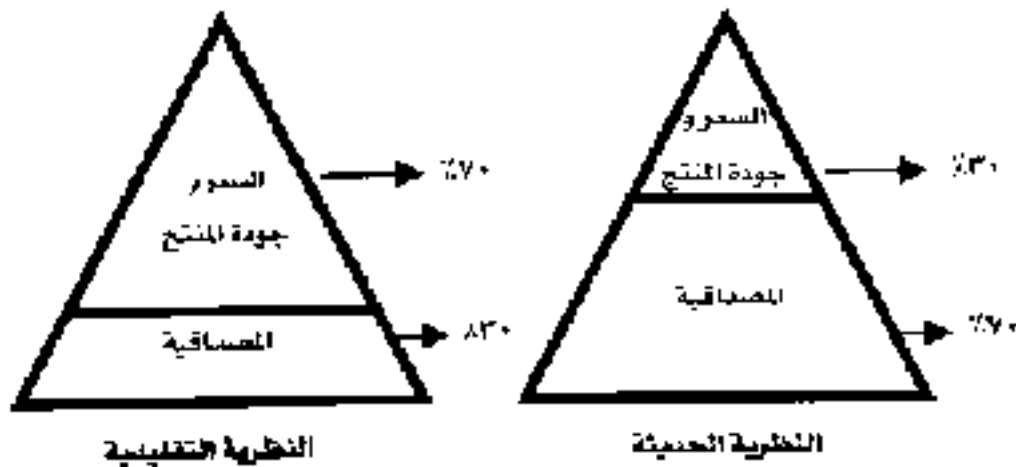
إن أخلاقيات المهنة تعطي لوظيفة ومهنة الباع الطابع التعبدي حينما تربط ممارسات وسلوك البائع بمرجعيات أخلاقية. ولا يفصل العمل عن الدين والقيم. مجسداً مفهوم الإسلام الصحيح عن العمل بقوله تعالى : (قل أن صلواتي ونسُكي ومحياي وماتي لله رب العالمين) سورة الأنعام آية (١٦٢).

إن الإسلام لا يقف موقف المؤيد فقط لجهود العمال على الإنتاج، بل يحث عليها و على عدم التواكل، أو أن يصبح الشخص عالة على الآخرين. حيث قال صلى الله عليه وسلم (ما أكل أحد طعام قط خيراً من أن يأكل من عمل يده وكان نبي الله دلوذ يأكل من عمل يده) رواه البخاري.

وورد في الأثر عن عمر بن الخطاب (رضي الله عنه)، أنه إذا مدح الرجل ارتفع في عيني، فإذا قيل لا عمل له، سقط منها، وحينما نتحدث عن تلك الأخلاقيات السابقة بالإسلام ... يدل الحديث على أن منظومة القيم المنبثقة عن الأديان والعادات والتقاليد الاجتماعية والأعراف أيا كانت، كلها تؤدي لا محالة إلى تحديد القيم الحضارية و الإنسانية ومدى فاعليتها بالمجتمع. المنعكسة في أخلاقيات العمل بشكل عام والبيع بشكل خاص. وذلك الإيمان هو المفهوم الحاسم للنظرة إلى البائع الصانع والشفاف على أن للخسارة الاقتصادية المنظورة والمخسوسة مكسب حضاري آخر لا يمكن المساومة أو التفريط فيه.

المستوى التجاري:

إن أخلاقيات المهنة ستعزز إيرادات المنشأة التجارية التي يلتزم بانعواها بأخلاقيات المهنة، و بالتالي ستزيد مبيعاتها وذلك لأن العلماء و المحترفون بقطاع البيع يؤكدون على أن هرم مهنة البيع معتمدا بنسبة لا تقل عن 70% على المصداقية المرتبطة بالأخلاقيات . في حين أن النظرة التقليدية السابقة للبيع كانت تركز على العوامل الأخرى (مثل السعر و جودة المنتج) وتعطيها نسبة لا تقل عن 70% لنجاح العملية البيعية .



المستوى التسويقي :

تؤكد الدراسات التسويقية والترويجية والمنبثقة عنها برامج العلاقات العامة. بأن من أهم عوامل صناعة وتعزيز العلامة التجارية على الأمد الطويل. هي الرسالة التي تؤكدتها المنظمة التجارية وتعبرها في سلوكها الأخلاقي مع زمائنها والبيئة والمجتمع. حيث بلغت قيمة العلامة التجارية لبعض الشركات على سبيل المثال. مبلغ وقدره (٧٠) مليار دولار لشركة كوكا كولا. كان للأخلاقيات والمصداقية دور هام في صنعها عبر الزمن.

أخلاقيات المهنة

أخلاقيات المهنة

قبل التطرق إلى أخلاقيات مهنة البيع ، لابد من النص على أخلاقيات المهنة بشكل عام. حيث مهنة البيع تنتهي لتلك المهن.

الكثير من الشركات لا تفضل الوثائق التي تحدد السياسات الأخلاقية فقط. وإنما تفضل الوثائق التي تحدد السياسات الأخلاقية وتتبع في ذات الوقت التنظيمات والقوانين الحكومية. وتلك الوثائق يتم توزيعها على جميع العاملين بالشركة لضمان وضوح سياسات الشركة للجميع. وتشمل هذه المعايير غالباً الإرشادات والتوجيهات الخاصة بالسلوك الداخلي للشركة وأيضاً الإرشادات والتوجيهات الخاصة بجودة المنتج والعلاقات مع العملاء.

وقد وجدت خلال بحثي أن أنظمة العمل والأخلاقيات لشركات (دوفر Dover و جنرال ميلز General Mills وموتورولا Motorola) بالولايات المتحدة الأمريكية هم أحد أفضل الأنظمة التي يمكن تطبيقها وجعلها نموذج يقتدى به. وقد فضلناها بهذا الشكل التطبيقي والعملي بدلاً من السرد النظري. وعلى الشركات والمؤسسات العربية أن تصمم النموذج الصالح لبيئتها مستلهمة كما قلت أنفاً من التجربة العالمية .

+٩٦٦ • <http://www.dovercorporation.com>

+٩٦٦ • <http://www.generalmills.com/corporate/about/ethics/>

+٩٦٦ • www.motorola.com

نظام العمل والأخلاق في شركة دوفر

قيم الأمانة والأخلاق :

الهدف : الهدف من هذه السياسة والإجراءات هو توثيق وتأسيس نظام للتعاون في تنفيذ الأعمال والأخلاقيات للتحكم في نظام 'الأمانة والأخلاق' في شركة دوفر DOVER .

نظام العمل والأخلاقيات (بيان المدير التنفيذي) :

الأخلاقيات عنصر حيوي ومهم لدوفر وتكفل من شركاتها وموظفيها، إن شركة دوفر ملتزمة بأعلى القيم الأخلاقية وأعلى مستويات الأمانة في إدارة أعمالها. ويعتبر هذا الالتزام السبب الرئيسي في نجاح شركة ' دوفر '.



أخلاقيات المهنة

إن عدم التخلي عن الالتزام بأعلى معايير الأخلاق والأمانة، يعتبر من الأسباب الرئيسية في خلق نجاح شركتنا وفي استمرار هذا النجاح الذي يعتبر الأساس لمستقبل مزدهر لشركتنا.

إن كل موظف لدوفر هو مسئول عن نتائج أعماله، يجب أن نكون أمناء ونتحلى بأخلاق عالية على الصعيد الشخصي، وكذلك يجب على الموظف أن يحافظ على أعلى المعايير الأخلاقية لدوفر.

للقادة في شركة (دوفر)، مسؤولية مضاعفة في أن يكونوا قدوة حسنة ومثال يحتذى به، من خلال سلوكياتهم الشخصية ومواقفهم التي تعكس قيم و أخلاقيات دوفر. مما يقودنا إلى التعامل مع الجميع (الموظفين، العملاء، الموردين، المنافسين) بأمانة واحترام.

إذا لم تكن متأكد من التصرف المناسب، استفسد من أبوابنا المفتوحة لرفع استفساراتك إلى الإدارة، وإذا لم تكن مرتاحاً، اتبع الإجراءات المنصوص عليها في "نظام العمل والأخلاقيات".

التطبيق والاستعمال:

إن نظام العمل والأخلاقيات يطبق على جميع مراجعي دوفر وموظفيها، شركة (دوفر)، جميع فروعها وجميع الأعمال التي تملكها (دوفر) بشكل جزئي أو كلي و على جميع موظفي هذه الشركات.

وكلمة "موظفي" تشمل جميع الموظفين والتنفيذيين والمدراء.

العمل والأخلاقيات:

إن شركة (دوفر) وكل من موظفيها، أينما وجدوا، يجب عليهم الالتزام بتطبيق هذا النظام و المحافظة عليه بكل أمانة. إن أخلاقيات العمل لا تختلف عن الأخلاقيات الشخصية. فالمستوى المرتفع والسامي لهذه الأخلاقيات يطبق على الصاعدين. باعتبارك موظف في شركة (دوفر)، يجب أن تلتزم بأعلى مستوى من الأخلاقيات بغض النظر عن العادات المحلية.



من المتوقع من الموظفين أن يتحلوا بالأمانة والأخلاق العالية عند تعاملهم مع بعضهم. مع العملاء. مع الموردين. وجميع الأطراف الثالثة. القيام بالعمل الصحيح يعني القيام به بشكل صحيح في كل وقت.

لا يمكن السماح بتصرفات لا أخلاقية حتى إذا كانت ردة فعل عن تصرف الآخرين. في هذا السياق. يجب إتباع الإدارة في حال حدوث أي سلوك غير قانوني. لا أخلاقي أو غير آمن. لن نعاقب في حال رفعت تقرير نتيجة "شك منطقي".

إن الحكم في ما يتعلق بتكرار التصرفات المخالفة لقانون العمل والأخلاقيات هو القيام بخطوات تصحيحية. بما في ذلك احتمالية الفصل من العمل.

الامتثال للقوانين : بصفة عامة:

إن نظام شركة (دوفر) يراعي جميع القوانين، والطرق والتشريعات المعمول بها في الأعمال، سواء في الولايات المتحدة الأمريكية، أو جميع دول العالم.

خصائص التوظيف:

إن نظام شركة (دوفر) يتفق مع القوانين المتبعة في مجال العمل، بما في ذلك القوانين المتعلقة بظروف العمل، الأجور و البدلات المالية، ساعات العمل، العمر الأدنى للتوظيف، كما يجب على الموظفين و طالبي العمل أن تتوفر لديهم المهارات المطلوبة في شركة (دوفر)، و كل شخص سيعطى فرصة متساوية إلى أبعد الحدود في إطار قانون العمل، بصرف النظر عن العرق واللون، الدين، المواطنة، الجنس، الميول الجنسية، الحالة الاجتماعية، العمر أو أي ناحية يشتملها قانون العمل، يجب على كل موظف احترام حقوق زملائه والجهات

الأخرى. إن أفعالك (كموظف) يجب ان تكون خالية من التشهير، تشويه سمعة، التحرش، أو أي فعل غير قانوني أو عنصري.

مسألة البيئة:

إن أنظمة شركة (دوفر) تتفق مع جميع القوانين والأنظمة المتبعة في حماية البيئة، يجب على كل موظف التقيد بهذه الأنظمة، والعمل بالإجراءات والسياسات الخاصة بحماية البيئة.

المنافسة النزيهة:

إن شركة (دوفر) يجب عليها التقيد بكل القوانين الناصدة على المنافسة النزيهة، هذه القوانين تسعى لجعل المنافسة شريفة، وتمنع جميع الممارسات التي تؤدي إلى الخفض أو الحد من المنافسة. إذا كانت لديك أي ملاحظات تتعلق بموضوع المنافسة الغير نزيهة، فإن الدائرة القانونية في الشركة يمكنها مساعدتك.

تضارب المصالح:

يجب على موظف شركة (دوفر) عدم القيام بأي نشاط أو استثمار أو مشاركة في أي عمل يمكن أن يضر بمصالح الشركة . ويجب عليك عدم استغلال عملك في الشركة لمصلحتك الشخصية.

أمثلة عن تضارب المصالح:

- التسبب في التزام شركة (دوفر) القيام بأعمال مع أقاربك وأصدقائك.
- استعمال المعلومات السرية الخاصة بشركة (دوفر) كالمعلومات عن العملاء، عن الموردين، لمنفعتك الشخصية أو لأقربائك أو لأصدقائك.
- أن يكون لك اهتمام "غير عادي" بالمخافع المالية لموردي، عملاء ومنافسي شركة (دوفر).



- الحصول على قرض، كفالات، من شركة (دوفر) غير المنصوص عنها في النظام المالي، أو من جهة ثالثة، كنتيجة لمنصبك في شركة دوفر.
- منافسة أو الاستعداد للمنافسة مع شركة (دوفر) في الوقت الذي أنت فيه موظف لدى (دوفر).
- القيام بعمل (مدفوع أو غير مدفوع الأجر) لصالح منافس، إدارة حكومية، عميل، مورد ، أو أي جهة أخرى. مما قد يؤثر بشكل سلبي على عملك وإنتاجيتك في شركة (دوفر).

فرص الأعمال:

أنت مسئول عن تطوير أي فرصة عمل يكون لها تأثير إيجابي على نتائج الشركة، بالإضافة لذلك، يجب عليك تجنب تضارب المصالح، ويجب عليك عدم إستغلال أي معلومات أو أي فرصة تحصل عليها خلال عملك، يمكن أن تكون لـ " دوفر " مصلحة فيها.

الهدايا والرشاوى:

إن قبولك للهدايا (غير المتواضعة منها) خلال أدائك عملك. بما في ذلك أثناء السفر. يمكن اعتباره نوع من أنواع الإغراء والرشاوى. يجب عليك وعلى أقرارك عدم إعطاء (أو تلقي) هدايا إلى (أو من) العملاء. الموردين أو الموردين المحتملين أثناء التعاقد. أو التفاوض للتعاقد معهم.

الحصول على مبالغ مالية أو ما يعادلها مثل الشيكات. شهادات الإيداع. قروض أو أسهم. هو عمل غير مقبول في أي ظرف من الظروف. بعض الهدايا يمكن قبولها بعد موافقة الإدارة العليا للشركة. في جميع الأحوال يجب عليك عدم إحراج نفسك أو الشركة وذلك بالإعلان عن الهدية بشكل علني.

التعامل مع موظفي الحكومة يختلف عن التعامل مع موظفي القطاع الخاص. إن معظم الجهات الحكومية ترفض بشكل قطعي

ونهائي الحصول على أي نوع من الهدايا بما في ذلك وجبات الطعام، أو الخدمات الترفيحية. يجب عليك معرفة ذلك وتجنبه بشكل مطلق.

إن أي موظف يدفع أو يحصل على رشوى يفصل من عمله ويرفع به تقرير إلى الجهات المختصة .

العمليات العالمية:

إن شركة (دوفر) تقوم بتنفيذ أعمالها بما يتوافق مع القوانين والأنظمة المتبعة في البلدان التي لها فيها أعمال. إن قوانين العمل، العادات، القوانين، تختلف من بلد إلى آخر، عند وجود أي تضارب أو اختلاف بين أخلاقيات العمل بشركة (دوفر) والقوانين و العادات في أحد هذه البلدان، فإن الشركة تسعى لحل هذا النزاع حسب مبادئها الأخلاقية. وإذا لم تستطع حل هذا الاختلاف حسب هذه المبادئ، فإن (دوفر) لن تقوم بتصعيد الاختلاف. إن هذه المعايير الأخلاقية تعكس من نكون، وهي القيم التي يجب أن يحكم علينا من خلالها.



إن شركة (دوفر) تقوم بتنفيذ أعمالها في مختلف أنحاء العالم تحت مظلة (القانون الأمريكي) كما في ذلك القانون المعروف بـ (قانون ممارسات الفساد الخارجية) الذي يحكم جميع التعاملات التجارية داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها.

بالإضافة لذلك تتقيد (دوفر) بشكل كامل بجميع قوانين الاستيراد والتصدير، والتعامل مع الجهات الخارجية، المعمول بها في الولايات المتحدة الأمريكية، وهذه القوانين تضع شروطاً للاستيراد والتصدير إلى ومن بعض الدول، أو حتى مقاطعة، وحظر التعامل، مع بعض الدول إذا احتاجت إلى معلومات إضافية في هذا الموضوع عليك مراجعة الدائرة القانونية.

تغطية الأخطاء والتقارير المزيفة:

لا يجوز تغطية أي خطأ، بل يجب كشف الأخطاء والقيام بتصحيحها، إن أي تدليس أو تزيف لتقارير العملاء، أو أي جهة أخرى ذات علاقة بشركة (دوفر) هو ممنوع منعاً باتاً.

الأمانة المالية:

إن للمستثمرين والممولين حقوق مشروعة بالإطلاع على المعلومات المالية والمحاسبية الخاصة بالشركة. إن الأمانة المالية في شركة (دوفر) تقتضي أن تكون الكتب والتقارير المالية، محددة، دقيقة وكاملة، على أساس القوانين والإجراءات المالية المتبعة في شركة (دوفر). ويجب أن تكون هذه التقارير والكتب المالية والمحاسبية، بما في ذلك العمليات المالية، مطابقة ومقبولة مع المبادئ المحاسبية ومع أنظمة المراقبة الداخلية في شركة (دوفر). إن مسئولية كل موظف هي الالتزام بهذه المعايير.

من المتوقع من موظفي شركة (دوفر) التعاون مع المدقق المالي الداخلي والخارجي، ويجب عدم تزيف، أو إخفاء المعلومات تحت أي ظرف من الظروف.

أمثلة على الممارسات الغير أخلاقية المالية والمحاسبية:

- مدخلات كاذبة بشكل مقصود لإخفاء حقيقة وطبيعة بعض التعاملات.
- تسريع أو تأجيل تسجيل المصاريف أو العائدات لتحقيق نتائج مالية وأهداف غير حقيقية.
- الاحتفاظ بمعلومات سرية أو غير مسجلة أو خارج الدفاتر (كأصول).
- التدليس أو الاحتفاظ بحسابات غير صحيحة أو غير موقعة.
- القيام برفع مبالغ مقابل وثائق غير كاملة أو غير مطابقة للأنظمة.
- التوقيع على وثائق تعتقد أنها غير صحيحة أو غير كاملة.

الحماية والاستعمال الحسن للممتلكات (دوفر):

إن كل موظف عليه أن يكون حارس أمين لممتلكات شركة (دوفر). و أن يحميها من الخسارة أو السرقة، و أن لا يستعملها للأموال الخاصة. إن ممتلكات (دوفر) تشمل المعلومات السرية، البرامج الالكترونية، الحاسب الآلي، الأجهزة المكتبية، يجب عليك حماية كل ممتلكات ادوقرا التي في عهدتك، ومنع الاستعمال الغير قانوني لها.

إن البريد الإلكتروني لشركة (دوفر)، شبكة الإنترنت، ونظام الشبكة الإلكترونية الداخلي، هو للاستعمال في مجال الأعمال في الدرجة الأولى. ويجب أن لا يستخدم هذا النظام في أي حال من الأحوال لإرسال أو لاستقبال رسائل، عبر حلقة تتعارض مع نظام العمل والأخلاقيات في شركة (دوفر).

يجب أن لا تنسخ، توزع، أو تكشف البرامج الالكترونية إلا بإذن مسبق من هذه الشركة المصنعة للبرنامج. ويجب أن تكون هذه البرامج مرخصة للاستعمال من قبل شركة (دوفر).

السرية والاستعمال الجيد للمعلومات عن عملاء وموردي شركة (دوفر):

يجب أن لا تكشف المعلومات والأسرار الخاصة بعملاء وموردي شركة دوفر، إلا في حال حصولك على إذن خاص من إدارتك العليا. أو في حال الداعي القانوني. وتشمل هذه المعلومات الطرق التجارية، التسعيرة، المعلومات التسويقية، الخطط الإستراتيجية، النماذج، نتائج الأبحاث و المعلومات الخاصة بالعملاء (الحاليين و المرتقبين) و بالموظفين.

جمع المعلومات عن المنافسين:

يجب على موظفي الشركة عدم قبول، استخدام أو الإفصاح عن معلومات عن منافسينا. عند الحصول على معلومات عن الشركات المنافسة، يجب أن لا نتعدى على حقوق الشركة المنافسة، يجب الاهتمام الخاص بعملاء الشركة المنافسة، بالعملاء السابقين أو الموظفين السابقين. لا نسأل أبداً أو نتلقى معلومات سرية عن



المنافسين. ولا تطلب من أي شخص انتهاك مبدأ السرية والمنافسة. إذا لم تكن متأكد، ستقوم الدائرة القانونية بمساعدتك.

الحفاظ على السجلات :

إن السجلات الخاصة بالشركات يجب المحافظة عليها وفق الإجراءات المتبعة من كل وحدة من وحدات الشركة، ويجب اتلاف هذه الملفات فقط في حال تجاوزها الفترة المعينة في أي حال من الأحوال يجب عدم تلقي أي سجلات مازالت عالقة، أو تشكل تهديد قانوني، أو مطلوبة من قبل السلطات المختصة، أو أمر متعلق بدعوى قانونية، بغض النظر عن الفترة الزمنية.

يجب أن لا تتلف أو تغير أو تخفي عن سابق قصد، سجل رسمي أو تعيق أي إجراء رسمي وذلك بالتعاون مع الغير أو لتأثير على شخص آخر.

البيعات: تشويه السمعة وسوء التمثيل:

إن البيعات يجب أن لا تكون نتيجة لمعلومات خاطئة، أو تعريض، أو شائعات عن المنافسين، أو منتجاتهم أو أوضاعهم المالية، لا تعطي وعود غير مدعومة عن منتجات (بوقر) .

التعامل الحسن:

لا أحد من موظفي الشركة يجب أن يستفيد بطريقة ملتوية من حساب أي أحد عبر التلاعب، أو إساءة استعمال المعلومات، أو سوء تقديم الحقائق، أو أي سلوك غير حسن.

الأمن التجاري:

إن بيع أو شراء "الأمن" باستخدام معلومات مادية غير متوفرة للجمهور، يعتبر عمل غير قانوني. إن الأشخاص الذين يكشفون للغير معلومات داخلية، يمكن اعتبارهم مسنونون أمام القانون كالأشخاص الذين يتجاوزون القانون بالأخبار بهذه المعلومات الأمنية.

تعتبر التجارة في المعلومات الأمتية لشركة (دوقر). أو عملائها. أو مورديها. مجاوزا قانونيا يجب تجنبه. للاستفسار. يجب مراجعة الدائرة القانونية.

المساهمة السياسية:

يجب أن لا تستخدم أي من أصول الشركة للمساهمة في نشاط سياسي. إلا في حال ملائمتها للأنظمة القوانين وتوافقها مع مقررات المجلس الاستشاري للشركة. ولكن. يمكن لك الانخراط في العمل السياسي من خلال مواردك الخاصة ووقتك الخاص.

الأمان في مكان العمل:

إن الشركة ملتزمة بتقديم مكان آمن وصحي للعمل. و أن تكون مسؤولة ومتعاونة في النواحي البيئية. إن سياسة الشركة تتفق مع القوانين البيئية. الأمان. والقوانين الصحية. إن كل موظف مسئول بالتقيد. وإتباع هذه الأنظمة. وعدم مخالفة وإساءة

استخدام مكان العمل. نحن ملتزمون بتصميم، بناء، محافظة، وعمل تجهيزات تحمي موظفينا وأصولنا الثابتة، وهذا الأمر يشمل تقديم، توفير، واستخدام الآلات ومقاييس الحماية، وفق مبادئ السلامة المهنية.

نظام العمل والأخلاق في شركة جنرال ميلز

في عام ٢٠٠٣ قامت مجلة Business Ethics بترتيب أفضل ١٠٠ شركة أمريكية، وجاءت شركة جنرال ميلز التي مقرها مينيسوتا وتنتج أطعمة من الحبوب وغير ذلك من المنتجات الغذائية، في المرتبة الأولى بالقائمة، فما الشيء الذي تفعله تلك الشركة وجعلها متميزة على الشركات الأخرى؟

في شركة جنرال ميلز، تقوم ثقافة الشركة على أساس أخلاقيات العمل والتزام الشركة بالمسئولية الاجتماعية. فالموظفون ناجحون في التزامهم بأخلاقيات العمل لأنهم يتبعون المقاييس والمعايير الموضوعة لهم ويتمسكون بالقيم الأساسية. ويتم تزويد الموظفين بمجموعة القيم والأخلاقيات المكتوبة والموضوعة من قبل الشركة وينتظر منهم أن يتمسكوا بها ويدافعوا عنها:

- نحن نسعى لتحقيق أعلى درجة من الجودة في منتجاتنا، وخدماتنا، وعلاقاتنا.
- نحن نضع وتمسك بأعلى المقاييس والمعايير الخاصة بجميع جوانب عملنا.
- نحن نقوم بتطوير وتنمية شركائنا بأمانة وبصورة أخلاقية، دون الاستعانة بالطرق الملتوية التي نسيء إلى معاييرنا الرفيعة.

- نحن نستجيب للقوانين المحلية في كل دولة لنا نشاط بها، نحن نراعي و نحترم الثقافات والعادات والممارسات الخاصة بالمستهلكين والعملاء في أي بلد في العالم.
- نحن نضع توقعات وآمالا عالية جدا لأنفسنا، ومن أجل تكامل شركتنا، ولن نتنازل أو نتخلى أبدا عن تلك المعايير.
- نحن نضي بوعودنا.
- نحن نأخذ في الاعتبار الثقة التي يضعها مستهلكونا، وعملاؤنا، وشركاؤنا، وموظفونا في شركة جنرال ميلز. لن نقوم أبدا بتعمد على المخاطرة بفقد هذه الثقة أو إضعافها.

(www.generalmills.com/corporate/about/ethics)

نظام العمل والأخلاق في شركة موتورولا

الاستخدام الخاطئ لأصول وموارد الشركة:

أصول وموارد شركة موتورولا لا يمكن تقديمها كهدايا. كما يجب اجتناب الدفعات الغير قانونية من أي نوع. والابتعاد عن المساهمات السياسية سواء كانت شرعية أو غير شرعية.

أصول وموارد شركة موتورولا، يجب أن يتم تسجيلها بدقة في كتب و سجلات الشركة. شركة موتورولا لن تبرم أي اتفاقات مع بائعين، موزعين، وكلاء، مستشارين إذا خالفت هذه الاتفاقات القوانين المعمول بها في الولايات المتحدة أو في أي دولة توجد فيها الشركة.

العملاء/الموردون/العلاقات الحكومية:

موتورولا سوف تقوم باحترام أسرار العميل وتقاليد كل بلد تعمل فيه.

موتورولا سوف تحترم القانون. العميل، وتفايد كل بلد
تعمل فيه. موظفي موتورولا لا يقبلون المكافآت، الهدايا، العمولات،
وميزات من العملاء أو من الموردين.
تضارب الاهتمامات:

موظفي موتورولا لا يجب أن يكونوا موردين أو منافسين
لشركة موتورولا أو يكونوا موظفين لشركات منافسة موتورولا أو
مورديها أو عملائها.

موظفي موتورولا لن يستخدموا مهاراتهم و علومهم التي
اكتسبوها من موتورولا في نشاطات يمكن أن تؤثر سلباً على أعمال
حاليه أو متوقعة لموتورولا.

موظفي موتورولا سوف لن يكون لهم مصلحة مع أي من
موردي موتورولا أو عملائها بما يمكن أن يعرض ولائه لموتورولا للشبهة.
الإذعان لقواعد التصرفات هو شرط من شروط التوظيف.
ننصحك بقراءة القواعد الكاملة.

إذا كان لديك أي استفسار فقم بمراجعة الإدارة القانونية في شركة موتورولا. إن تفهمك وتعاونك أساسيان مثل باقي الأشياء. شركة موتورولا لا يمكنها أن تحقق المعايير العالية من دونك.

استناداً إلى هذه النماذج لأخلاقيات العمل في شركات دوقر وجنرال ميلز وموتورولا يمكن اعتبار أخلاقيات المهنة بأنها المعايير والمقاييس الأخلاقية المستخدمة لتمييز الصواب من الخطأ. وفي مجال الأعمال، تكون الأخلاقيات بمثابة مقاييس ومعايير القيم والسلوكيات الأخلاقية التي تحكم القرارات التي يتم اتخاذها والإجراءات التي يتم تنفيذها في بيئة العمل.

وغالباً ما يتم اتخاذ القرارات غير الأخلاقية من أجل مصلحة صانعيها وبما يعود بالضرر والخسائر على حاملي أسهم الشركة. وهناك أمثلة لسلوكيات غير أخلاقية في الممارسات الخاصة بمجال الأعمال: التصريح بأشياء تعلم أنها ليست حقيقية - شراء النفوذ - إخفاء أو إفشاء المعلومات - وضع يدك على شيء ليس ملكاً لك، إلخ.

أخلاقيات مهنة البيع

الأخلاقيات هي المبادئ التي تحكم السلوك الشخصي أو سلوك المجموعة. هذه المبادئ تأسس السلوك المناسب اعتماداً على ما هو صحيح وما هو خطأ وعليه يمكن تعريف مصطلح الأخلاقيات ولكن من الصعوبة تعريف ما هي مبادئ هذه الأخلاقيات، فما يعتبره أحد أنه صحيح يعتبره الآخر خطأ.

فالمبدأ يمكن أن يتغير من بلد لآخر، من قطاع لآخر فتقديم الرشاوى لتخطي التعقيدات البيروقراطية يعتبر مسموحاً في بعض بلدان آسيا لكنه يعتبر أمراً لا أخلاقياً ولا قانونياً في عالمنا العربي، كما يمكن أن يتغير المبدأ الأخلاقي من وقت لآخر، فقبل سنوات كانت الإعلانات التي يقوم بها الأطباء والمحامون تصنف غير أخلاقية، لكن في وقتنا الحاضر تعتبر مقبولة ومتعارف عليها.

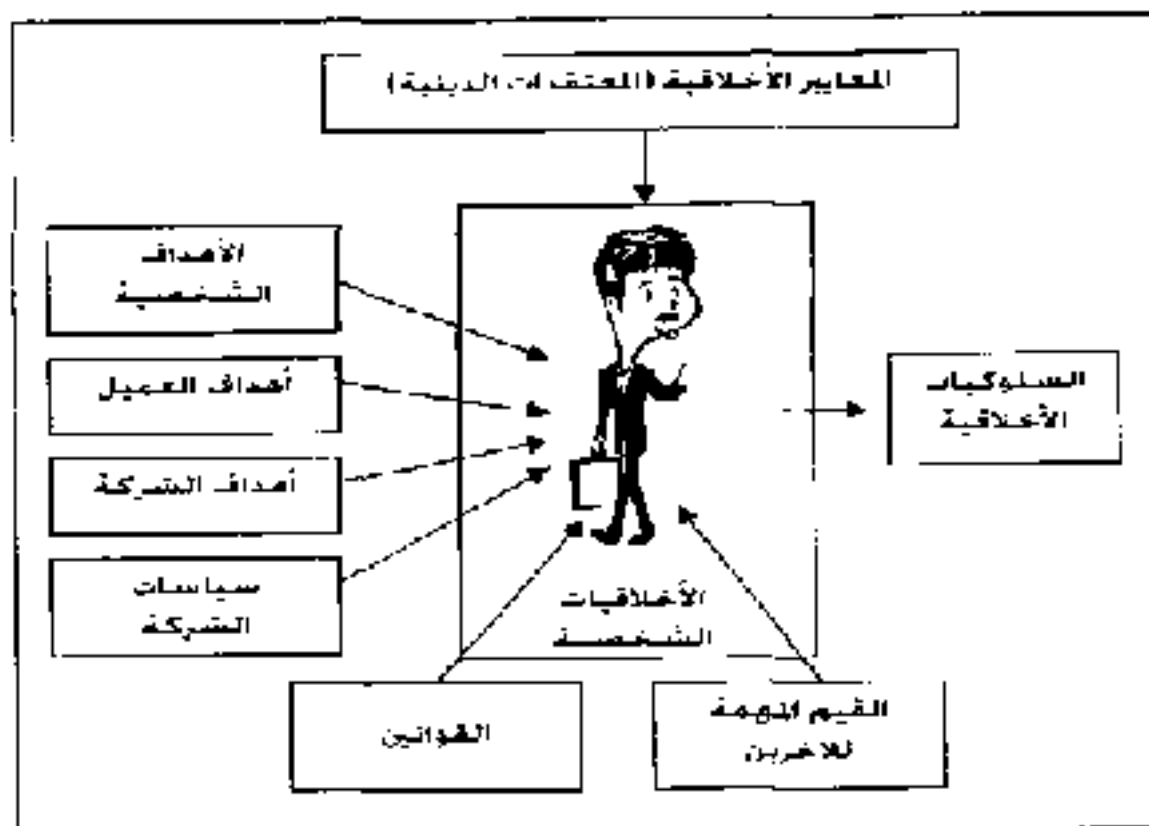


وإليك بعض الأمثلة للمواقف الصعبة التي يواجهها عادة رجل
البيع :

- ♦ هل يجب عليه أن يقدم هدية ثمينة للعميل؟
- ♦ إذا قال لك البائع أن تقديم مبلغ مالي للموظف يقصد الحصول على الطلب هو أمر متعارف عليه في بلده، فهل يجب عليك القيام بذلك؟
- ♦ هل يجب عليك أن تحاول بيع منتجك للعميل إذا كنت تعرف أن منتجاً آخر موجود بالسوق يلبي حاجته أفضل من منتجك؟
- ♦ أخذ قلم من المكتب إلى منزلك هل يعتبر تصرفاً أخلاقياً؟
- ♦ إذا كنت تعرف نقاط ضعف منتجات منافسيك هل خير العميل بها؟
- ♦ إذا قمت برحلة عمل هل تضع تكلفة غرفة الفندق على حساب تكاليفك وتقضي الليلة أو الليالي في بيت صديقك؟

العوامل المؤثرة في رجل البيع

تتأثر أخلاقيات رجل البيع بعدة عوامل ، تؤثر من بيئة إلى أخرى
ومن رجل بيع إلى آخر بحسب قوتها وظرفية حدوثها .



أهداف العميل	أهداف رجل البيع	أهداف الشركة
زيادة الأرباح	زيادة العمولة	زيادة الأرباح
حل المشاكل، إشباع الحاجات	الحصول على الترقية والثناء	زيادة المبيعات
تخفيض التكاليف	إرضاء العميل	التخفيض في تكاليف المبيعات
بناء علاقة طويلة الأمد مع المورد	بناء علاقة طويلة الأمد مع العميل	بناء علاقة طويلة الأمد مع العميل
	الحفاظ على الأخلاقيات الشخصية	

يبين لنا الجدول أعلاه كيف أن الاحتياجات الشخصية

لرجل البيع يمكن أن تتضارب مع احتياجات الشركة أو العميل. إن

شركة رجل البيع وعمالها يريدان تحقيق أرباح. لكن تكون هذه

الأهداف أحياناً متضاربة. على سبيل المثال، هل يجب على رجل البيع

إخبار العميل بالمشاكل التي تواجهها شركته مع المنتج الجديد؟ إن

إخفاء هذه المعلومات يمكن أن تساعد في تسريع عملية إقفال البيع. زيادة أرباح الشركة، وزيادة فرص البائعين في الحصول على مكافأة وترقية. كما يمكن أن يكون لهذا التصرف نتائج عكسية فإذا لم يحقق المنتج ما هو مطلوب منه فإن أرباح العميل ستتناقص، وسيستاء العميل ولن يتعامل مع البائع مرة أخرى.

هذه الأنواع من التضاربات المحتملة تكون عادة غير مدرجة في سياسات الشركة وإجراءاتها. فرجل البيع يجب أن يأخذ القرار بنفسه معتمداً على معايير الأخلاقيات وفهمه للقوانين التي تحكم هذه الحالات.

للحفاظ على هذه العلاقة الجيدة مع شركاتهم وعملائهم فإن رجال البيع يجب أن يكون لديهم حس واضح بما هو صحيح وما هو خاطئ لتتمكن شركاتهم وعملائهم من الاعتماد عليهم عند حدوث حالات التضارب كما رأينا في الجزء السابق (أخلاقيات مهنة البيع) كثير من الشركات العالمية، على غرار شركة دوفر وجنرال ميلز وموتورولا، لها نظام أخلاقيات عمل خاص برجال بيعها والتي تقدم توجيهات للقيام بقرارات أخلاقية.

فبما يلي سأحاول المزج بين هذه التجارب الإنسانية العملية والنصوص الشرعية في تعداد أخلاقيات مهنة البيع ومن أبرزها ما يلي :

المصدق

المصدقية تأتي من الأفعال، ليس من الكلام، إنها تعني المعرفة الشاملة بمنتجاتك وبرامجها وإظهار الرغبة في الإصغاء لعملائك ومعرفة مشاكلهم وحاجاتهم، فالمصدقية هي أساس الحرفية المهنية.

مثل الثقة، المصدقية تأخذ وقتاً لبنائها وتعتمد بشكل كبير على سمعتك المهنية. إذا لم تكن صادق فإن منتجاتك لن تباع.

الاتصالات بين البائع والعميل يجب أن تتحلى بالمصدق والصراحة التامة، ولا يجب إخفاء أي شيء عن العميل والبعد عن الكذب والمخادعة. أيضاً يجب على البائع الابتعاد عن تلميع السلعة

واعطاء بعض الحقائق واخفاء البعض الآخر التي في حالة معرفة العميل عنها قد يمتنع عن الشراء. وقد يكون غريباً أن تبين عيوب السلعة لكن الصراحة هي الطريقة المناسبة لبناء علاقات وثيقة وكسب العملاء على المدى الطويل.

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم يقول: (الخلف منقصة للسلعة محقة للكسب) متفق عليه. وعن أبي قتادة رضي الله عنه أنه سمع رسول الله صلى الله عليه و سلم يقول: (إياكم وكثرة الخلف في البيع فإنه ينفق ثم يحمق) رواه مسلم. والذي يخلف وهو متيقن الكذب يكون حالفاً بيمين الغموس. والصدق أيضاً تجنب الثناء على البضاعة عند البيع ووصفها بما ليس فيها فهو كذب وتدليس وتمويه وخداع. وتجنب ذمها عند الشراء. والقيام بالتجارة بالصدق الحق والعدل والاستقامة والأمان عن أبي سعيد رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: (التاجر الأمين الصدوق مع النبيين والصديقين والشهداء) رواه الترمذي.

الشفافية

تعتبر الشفافية من أهم ركائز أخلاقيات المهنة حيث أن العلاقة بين البائع والمشتري يجب أن تنسم بالوضوح. تعتمد كثير من الشركات على السماح للعميل بتجربة المنتج قبل شرائه حتى يتحقق من جودته وملائمته لإحتياجاته.

وهي الإفصاح عن جميع عيوب المنتج (أو الخدمة)، الظاهر منها و الباطن. فعلى سبيل المثال تبين بعض الشركات أن المواد الطبيعية المستخدمة في منتجاتها هي معدلة جينياً مما يعكس شفافية الشركة مع العملاء. روي عن رسول الله صلى الله عليه و سلم أنه قال: (لا يخل لأحد يبيع ببيعاً إلا يتن ما فيه، ولا يخل لمن يعلم ذلك إلا بينه) رواه الحاكم والبيهقي. والغش هو إظهار الشيء على خلاف حقيقته دون علم المشتري به.

فالبائع يجب أن يطلب الحلال ويحتمل الحرام ويتوقى مواقع الشبه ومواضع الريب. وطلب الحلال فرض على كل مسلم. عن

النعمان بن بشير أن النبي صلى الله عليه و سلم قال: (الخلال بين
والحرام بين وبينهما مشتبهات). رواه البخاري ومسلم. قال الله
تعالى: (يا أيها الرسل كلوا من الطيبات واعملوا صالحا) (٥١)
المؤمنون و عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى
الله عليه و سلم: (يا أيها الناس إن الله طيب لا يقبل إلا طيبا). رواه
مسلم.

الإنصاف وإتمام الكيل والميزان

وهي من أهم الأخلاقيات البيعية التي يجب توافرها في
البائع. يجب على البائع أن يحتسب التطفيف في الكيل والميزان. وأن
ينم الكيل والميزان. وأن يرجح الوزن زيادة في الاحتياط.

قال تعالى: (وأوفوا الكيل إذا كلتم وزنوا بالقسطاس المستقيم ذلك
خير وأحسن تأويلا) (٣٥) الإسراء. وعن سويد بن قيس رضي الله
عنه قال: (جلبت أنا ومخرمة عبدي بزاً من حجر. فجاءنا النبي صلى
الله عليه وسلم فسلومنا سراويل. وعندني وازن يزن بالأجر فقال

النبي صلى الله عليه وسلم للوزان زن وأرجح) رواد أبو داود والترمذي. والتطفيف هو إنقاص المكيال والميزان أثناء التعامل التجاري ومزاولة البيع والشراء.

وتعتمد كثير من الشركات على هذا المفهوم تذكر من بينها شركة إيكيا التي تطبق اتمام الكيل والميزان حيث أنها تضع مسامير إضافية مع قطع الأثاث التي تبيعه.

الثقة

أخبرني أحد رجال البيع مرة أن التأخر في تسليم قطعة كمبيوتر مهمة كان سببها "إخفاق" شركة الطيران السريع. في مكانة تالية مع مسئول آخر في الشركة، اكتشفت أن رجل البيع هذا قد نسي أن يسجل الطلب. لن أثق برجل البيع هذا مرة أخرى، الثقة تأخذ وقتاً طويلاً لبنائها، لكن يمكن هدمها خلال لحظة. إذا أردت الحصول على ثقة العملاء بك فعليك أن تكتسبها بحذارة، فالثقة لا تسبق السمعة، لكنها تتبعها. وهي تبني من

احتكاك وتجارب عملائك معك طوال الوقت، و أساس الثقة هي الأمانة والالتزامات التي تلتزم بها مع عملائك.

الأمانة بالنسبة للبائع هي قوة في حفظ الحقوق (حقوق العميل زملائه، صاحب العمل)^{١١}. كما أجاب يوسف عليه السلام الملك لما قال: (إنك اليوم لدينا مكين أمين، قال: اجعلني على خزائن الأرض إني حفيظٌ عليم) (٤٥) سورة يوسف. وقالت ابنة شعيب: (يا أبتِ استأجره إن خير من استأجرت القوي الأمين) (٢٦) سورة القصص . وقال النبي صلى الله عليه وسلم: (إن الأمانة نزلت في جذر قلوب الرجال ثم علموا من القرآن ثم علموا من السنة). فالأمانة ثباتٌ على الذكر، ووفاءٌ لصاحب الأمر الرسول صلى الله عليه وسلم، وبقاؤه على الدين إلى آخر العمر.

^{١١} محمد عمر دونة إذا ضيقت الأمانة فلانظري الساعدي

النصيحة

تقديم النصيحة للعميل هي من خلق المسلم الصادق. العميل حينما يجد البائع يقدم له النصيحة فمن الطبيعي أن يثق بالبائع ويشعر بإهتمامه وهذا كفيل يجعل العميل يصبح راضياً. فعلى سبيل المثال بعض الشركات التي تصنع العظورات تضع تحذيراً على منتجاتها ينص على عدم ترك هذا المنتج في متناول الأطفال ونذكر أيضاً شركة تويوتا التي تضع تحذيراً في سياراتها بعدم اجلاس الأطفال في المقاعد الأمامية ووضعهم في المقاعد الخلفية.

فيجب على رجل البيع أن لا يتردد في نصيح العملاء و توجيههم لما فيه خير لهم. وإرشادهم إلى ما يكون لصالحهم. عن أبي تميم بن أوس رضي الله عنه . أن النبي صلى الله عليه وسلم قال : (الدين النصيحة . قلنا : لمن يا رسول الله ؟ قال : لله ، وكتابه ، ولسونه ، ولأئمة المسلمين وعامتهم) رواه البخاري و مسلم .

الإخلاص

الإخلاص في التعامل مع العميل، الزملاء، و صاحب العمل، هو من ركائز أخلاقيات مهنة البيع. يقول الله تعالى : (وما أمروا إلا ليعبدوا الله مخلصين له الدين حنفاء ويقيموا الصلاة ويؤتوا الزكاة وذلك دين القيمة) (٥) البينة . إن حفظ القلب من الخيانة والحقد ، إنما هو بالإخلاص. فعن أبي سعيد الخدري عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال في حجة الوداع : (نضر الله امرأ سمع مقالتي فوعاها ، فرب حامل فقه ليس بفقيه . ثلاث لا يغلّ عليهن - أي لا يدخله حقد - قلب أمرئ مؤمن : إخلاص العمل لله ، و المناصحة لأئمة المسلمين ، و لزوم جماعتهم . فان دعاءهم يحيط من وراءهم) حديث صحيح صححه الألباني في صحيح الترغيب ١ / ٥ .

القناعة

الرضا بالربح القليل وهذا يؤدي إلى محبة الناس وكثرة الزبائن وطيب المعاملة والبركة في الرزق.

النزاهة و تجنب الاحتكار

عن ابن عمر رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه و سلم قال: (من احتكر الطعام أربعين يوماً فقد بريء من الله والله بريء منه) رواه أحمد والحاكم . وقال صلى الله عليه و سلم : (لا يحتكر إلا خاطئ) وخاطئ أي آثم . رواه مسلم . والاحتكار هو أن يخفي البائع ما يحتاج الناس إليه حاجة ضرورية ليتحكم بالسعر في الوقت المناسب . كالواد التموينية بشكل عام .

العدل

الإسلام قائم على العدل وأمرنا الله تعالى بالعدل فيجب على البائع في تعامله مع العملاء أن لا يفرق بينهم على أساس لون أو عرق أو جنس . فالعدل هو إعطاء كل ذي حق حقه . بلا إفراط ولا تفريط . فهو قيمة ضرورية في الإسلام . عمل الإسلام على إثباتها . وإرسائها بين الناس . حتى ارتبطت بها جميع مناحي تشريعاته ونظمه . فلا يوجد نظام في الإسلام إلا وللعادل فيه مطلب . فهو

مرتبط بنظام الإدارة والحكم، والقضاء، وأداء الشهادة، وكتابة العهود والمواثيق بل إنه مرتبط أيضاً بنظام الأسرة والتربية، والاقتصاد والاجتماع، والسلوك، والتفكير. إلى غير ذلك من أنظمة الإسلام المختلفة وهذا يدل بوضوح على أن الإسلام ضمن قيمة العدل في جميع مجالات الحياة، و البائع مطالب أن يعدل بين عملائه وأن يعطيهم حقوقهم ولا يبخس منها شيئاً.

الإحسان في المعاملة

يحب على البائع الحرص على اللطف في التعامل مع العملاء، فالإبتسامة وقول سوف أكون معك خلال دقائق تساعد على تلطيف وقت الانتظار، و الإحسان في التعامل هو أيضاً أن يتجنب الموظف تأخير المعاملات وتأجيل أصحاب الحاجة ومماطلتهم والإسراع في أداء الأعمال وحل مشاكل الناس بوجه طلق وكلام حسن طيب لأنه يعمل في مضممار خدمة الناس، وهذا عمله ولا يجوز

له التصرف بما يؤذي الناس وتأخير حاجاتهم وإضاعة أوقاتهم والفرص لديهم.

والإحسان في المعاملة وفيه استيفاء الثمن إما بالمساحة أو بالمساهلة أو بالإسهال أو بالتأخير.

قال تعالى: (وَإِنْ كَانَ نُوَ عَسْرَةً فَنظُرْهُ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ) (٢٨٠) البقرة ، وعن جابر رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: (رحم الله امرئ سهل البيع، سهل الشراء، سهل القضاء، سهل الاقتضاء) رواه البخاري.

الكرم

يتم تحقيق هذا المفهوم من خلال ضيافة العميل ومعاملته كضيف، الكرم مهم جداً في معاملة العملاء خصوصاً في مجتمعاتنا العربية التي تتميز بالكرم والضيافة.

فالكرم سجية أصيلة عند العرب جاء الإسلام فتماها وأصلها وزكاها وثبتها في نفوس أبناء أمتهم و الكرم في التجارة هي أن يعامل البائع عميله مثل ضيفه، فإكرام الضيف هو من دلالات الإيمان بالله واليوم الآخر، عن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: (من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليكرم ضيفه). فالبائع يكرم عميله (ضيفه) بأن يبيعه أحسن ما عنده من منتج أو خدمة.

إقالة النادم

ربما يعتقد البعض أن تطبيق هذا المفهوم يشكل خسارة على الشركة، لكنه بالواقع ربح، فالعميل حينما تسمح له بإرجاع السلعة التي لا يكون راضياً عنها فإنك بذلك تقدم له خدمة متميزة تضمن لك رضاه وتعامله معك على المدى الطويل. نذكر على سبيل المثال شركة الصافي التي تقوم بإرجاع قيمة لبن أكتيفيا عندما لا يكون العميل راضياً عن المنتج.

في بعض الأحيان قد يشتري أحدهم السلعة ثم يتضح له أنه في غير حاجة لها أو يرى أنه محتاج لثمنها فيندم على شرائه ويأتي إلى البائع ليقله (أي يقبل السلعة ويرد إليه ثمنها) فعن حسن المعاملة الشرعية أن يقبل التاجر السلعة من المشتري النادم وله من الله في هذا الفعل ثواب كثير كما يشير إلى ذلك حديث أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : (من أقال مسلماً بيعته أقاله الله عثرته يوم القيامة)، رواه أبو داود وابن ماجه.

الولاء لصاحب العمل

هو أن يتجنب البائع التأخر عن موعد العمل المتفق عليه. واستغلال وقت العمل بكامله لصالح العمل وعدم إضاعة الوقت والانشغال بغير العمل. فهذا الوقت من حق صاحب العمل وإلا فإن الإضاعة للوقت والانشغال عن العمل المطلوب. تجعل أجرة هذا الوقت موضع شبهة لأنه أخذ أجرة بدون عمل.

الممارسات الا اخلاقية بالبيع

الممارسات الا اخلاقية بالبيع

على الرغم من أن الأخلاقيات في مجال الأعمال أمر لغت الانتباه إليه على مدى قرون من الزمان، مع ذلك فإن هنالك العديد من الشركات والأفراد اليوم تعثروا في مشكلات ومتاعب قانونية ومالية بسبب أن الأخلاقيات لديهم كانت أمراً مثيراً للجدل والشك. مارشا ستيفورات هي مثال للأفراد الذين كانت مبادئهم وأخلاقياتهم أمراً مثيراً للشك والجدل. اتهامها بأنها كذبت عندما تم سؤالها عما إذا كانت قد شاركت في الاجار بأسهم شركات معينة من خلال تسهيلات حصلت عليها عن طريق أشخاص لهم دراية بأسرار الشركات تلك ويعملون فيها (وهذا العمل بالطبع يعتبر خرق لقوانين لجنة مراقبة عمليات البورصة) أدى إلى محاكمتها



وتعرضها إلى هجوم قوي من قبل وسائل الإعلام. وبالرغم من أنها متهمة بحرق هذه القوانين من خلال استثماراتها الشخصية، إلا أن الشك في شخصيتها قاد إلى أعمالها. لقد اضطرت إلى التنازل عن منصبها كمديرة تنفيذية لشركتها Martha Stewart Living Omnimedia Inc. وشركة Kmart، التي كانت تقوم بنقل منتجاتها التي تحمل ماركتها التجارية تلاحقها قضائياً. هذا الموقف يبين لنا العلاقة بين المعايير الأخلاقية للشركة أو من يمثلها والمحصلة النهائية لها.

شركة إنرون تعد مثالاً للشركات التي ارتكبت انتهاكات أخلاقية خطيرة. فشركة إنرون التي تعمل في مجال الطاقة حققت نمواً خلال 15 عاماً لتصبح أكبر شركات الولايات المتحدة. فقد كانت تضم أكثر من ٢٠٠٠٠ موظفاً في أكثر من ٤٠ دولة. ولكن بحلول ديسمبر ٢٠٠١، انضح أن شركة إنرون متورطة في فضيحة محاسبية ضخمة كانت نتيجتها ان كان للشركة أكبر ملف في قانون الإفلاس في تاريخ الولايات المتحدة وما أعقب ذلك من تحقيقات

حكومية بحضور شهود لتقييم مدى بشاعة السلوكيات غير القانونية للشركة .

شركة إنرون . تعطي مثالاً واضحاً للكيفية التي يمكن أن تسبب بها الانتهاكات الأخلاقية الفادحة الغداز الشركة والأزمات القانونية التي يتعرض لها مسئولوها التنفيذيون . لقد خضعت إنرون لقانون الإفلاس بالولايات المتحدة وباعت كثيراً من أسهمها بثمن بخس . أيضاً واجه كثير من مسئوليتها التنفيذيين الملاحقة القانونية . وانتهاكات أخلاقية العمل لم تتوقف عند شركة إنرون وحدها بل امتدت لتشمل شركتها الحاسوبية . آرثر أندرسن . التي تلطخت سمعتها بشكل يتعذر إصلاحه بسبب تغطيتها على الممارسات الحاسوبية السيئة لشركة إنرون .

ورغم أن الشركات الكبرى أخذت تهتم بمسألة انتهاك أخلاقيات العمل . فإن الشركات الصغيرة تعاني في معظم الأحيان من أنشطة وممارسات التحديس . لقد سجلت الشركات الصغيرة



خسائر تفوق خسائر الشركات الكبيرة بنسبة تصل إلى ٢٥ ٪
بسبب التدليس.

أكبر عملية تدليس مالي في تاريخ الولايات المتحدة ظهرت في
شركة وورلد كوم في عام ٢٠٠٢. لقد بالغت الشركة في دخلها بما
يزيد على ٩ بلايين دولار من خلال ممارساتها المحاسبية المضللة ، كما
أن مديرها التنفيذي في ذلك الوقت تم منحه ١٠٠ مليون دولار في صورة
قروض بموافقة مجلس إدارة الشركة ، وبحلول يوليو ٢٠٠٢ ، اضطرت
شركة وورلد كوم للإفلاس وتم تسريح آلاف العاملين .

وشركة وورلد كوم غيرت اسمها إلى MCI وقامت بتعيين
مسئول أخلاقيات العمل في عام ٢٠٠٣ . والشركة تتطلب من جميع
ال ٥٥٠٠٠ موظف الباقين أن يحصلوا على دورة عن أخلاقيات العمل
عبر الإنترنت، وشارك أكثر من ٢٠٠٠ موظف بشركة MCI في حلقة
بحث مدتها يوم كامل للتدريب على أخلاقيات العمل. هذا ويتم

مراقبة شركة MCI بعناية من قبل الحكومة والمنافسين لرصد أخلاقيات مستقبلية والشركة ليست على استعداد لأي مخاطرة .

شركتا انرون وورلد كوم شكلتا رؤية أساسها الشك لدى كثير من المواطنين اليوم فيما يتعلق بالشركات الكبرى والإهمال الإداري الذي كشف النقاب عنه في السنوات الأخيرة أوجد نوعاً من عدم الثقة عالمياً في الأسواق المالية بالولايات المتحدة . فالآثار الاقتصادية المترتبة على هذه الفضائح . إضافة إلى عدم الثقة . ألحقت أضراراً مالية بكثير من مستثمري الولايات المتحدة .

تخصص الشركات الآن موافع وظيفية للمسؤولين التنفيذيين عن أخلاقيات العمل . شركة تايكو شركة أخرى اضطرت إلى إيجاد مثل هذا المنصب فيها بسبب أخلاقياتها التي وضعت موضع شك فيما مضى .

لكن هل ستكون هذه التحركات نحو سياسات أخلاقية صارمة وقوية كافية لإقناع العالم بأن شركات الولايات المتحدة تنسم بالأخلاق ؟ لقد ظهر مصطلح جديد : " أخلاقيات إنرون " والتي تعني اختلافاً تهكمياً بين المظهر الأخلاقي الخارجي لأي شركة وإخفاؤها الأخلاقي الداخلي . فمن الخارج . كانت شركة إنرون تظهر بمظهر الشركة النموذجية . من خلال ممارساتها التي تبرز تحمل مسؤوليتها الاجتماعية ومن خلال كتابها المليء بالإرشادات والتوجيهات الأخلاقية الذي كان يتم توزيعه على الموظفين . وعلى الجانب الأخر . كانت الشركة تتداعى داخلياً بسبب ممارساتها المحاسبية المشيئة . لكن شركة إنرون نجحت في خداع الجماهير على مدى سنتين . من الصعب على الناس أن يثقوا بأن الشركات الأخرى لا تقوم بنفس هذه الممارسات .

في ما يلي سأحاول المزج بين الأمثلة السابقة وما حذرت منه النصوص الشرعية والممارسات التي وقفت عليها من قبل

جربني الواسعة بقطاع البيع، لاسيما بالسوق العربي ومن أبرزها ما يلي :

الغش والكذب :

عن أنس رضي الله عنه قال : خرج رسول الله صلى الله عليه وسلم إلى السوق (فرأى طعاماً مجسداً فأدخل يده فأخرج طعاماً رطباً قد أصابته السماء [المطر] فقال لصاحبه : ما حملك على هذا ؟ قال والذي بعثك بالحق إنه لعاط واحد . قال : أفلا عزلت الرطب على حدته واليابس على حدته فتبائعون ما تعرفون ؟ من غشنا فليس منا) رواه الطبراني.

يسنسهل بعض البائعين كتمان المعلومات وعدم الشفافية والوضوح خوفاً من قوات البيع. ساعين لتضليل العميل لاخذ قرار الشراء مع نقص المعلومات. وهذا التضليل أو غيره هو من أدوات البائعين غير المحترفين. والذين لا يرغبون في بناء اسم تجاري لنتجائهم. أو مصداقيتهم الشخصية والمهنية على الأجل

الطويل، وليعلم هؤلاء أن مجاتهم من العقوبة الدنيوية لا يمكن أن ينجيهم من العقوبة الأخروية.

وقد أورد الأمام الغزالي في كتاب (إحياء علوم الدين) بعضاً من صور الغش والتي حدد منها :

(١) أن لا يثني على السلعة بما ليس فيها .

(٢) أن لا يكتتم من عيوبها وخفايا صفاتها شيئاً أصلاً .

(٣) أن لا يكتتم من وزنها ومقدارها شيئاً .

(٤) أن لا يكتتم من سعرها ما لو عرفه المعامل لامتنع عنه .

أما الأول . وهو ترك الثناء . فإن وصفه للسلعة بما ليس فيها كذب . فإن قبل المشتري ذلك فهو تلبيس وظلم مع كونه كذباً . وإن لم يقبل فهو كذب وإسقاط مروءة . إلا أن يثني على السلعة بما فيها

ما لا يعرفه المشتري ما لم يذكره ، كما يصفه من خفي أخلاق العبيد والجواري والذواب ، فلا بأس بذكر القدر الموجود منه من غير مبالغة وإطناب، ولا ينبغي أن يخلف عليه البتة فإنه إن كان كاذباً فقد جاء باليمين الغموس، أي التي تغمس صاحبها في الإثم وهي من الكباتر التي تذر الديار بلا قاع، أي: خرابات؛ وإن كان صادقاً فقد جعل الله عرضه لأيمانه، وقد أساء فيه إذ الدنيا أخس من أن يقصد ترويحها بذكر اسم الله تعالى من غير ضرورة .

وفي الخبر : ويل للتاجر من (بلى والله) و (لا والله) وويل للصانع من (غداً أو بعد غد)^(١١) . وفي الخبر (اليمين الكاذبة منفقة للسعة محقة للبركة)^(١٢) .

^(١١) قال العراقي لم أقف له على أصله وذكر صاحب مسند الفردوس من حديث أنس بغير إسناد نحوه .

^(١٢) قال العراقي . متفق عليه من حديث أبي هريرة بلفظ الحلف . البخاري رقم ٢٠٨٧ ومسلم رقم ١٦٠٦ وهو عند البيهقي . السنن ٢٦٥/٥ بلفظ المصنف .

وروى أبو هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه قال : ((ثلاثة لا ينظر الله إليهم يوم القيامة : عتل مستكبر ، ومثان بعطيته ، ومنفق سلعته بيهيته))^(١٦) .

الثاني ، أن يظهر جميع عيوب المبيع خفيها وجلتها ولا يكتف منها شيئاً فذلك واجب ، فإن أخفاه كان ظاناً غاشياً ، والغش حرام ، وكان تاركاً للنصح في المعاملة ، والنصح واجب ، ومهما أظهر أحسن وجهي الثوب و أخفي الثاني كان غاشياً ، وكذلك إذا عرض الثياب في المواضع المظلمة ، وكذلك إذا عرض أحسن قردي الخف أو النعل وأمثاله .

ويدل على وجوب النصح بإظهار العيوب ما روي أن النبي صلى الله عليه وسلم لما باع جريراً على الإسلام ذهب لينصرف ، فجذب ثوبه ، واشترط عليه النصح لكل مسلم؛ فكان جرير إذا قام إلى السلعة يبيعها أظهر عيوبها ثم خير المشتري وقال : إن شئت

^(١٦) قال العراقي : أخرجه مسلم من حديث أبي هريرة ، رقم ١٠٧ ، إلا أنه لم يذكر فيها إلا : عتل مستكبر .



فخذ وإن شئت فاترك. فقيل له : إنك إذا فعلت مثل هذا لم ينفذ لك بيع ؟ فقال : إنا بايعنا رسول الله صلى الله عليه وسلم على النصح لكل مسلم (^{١١}).

وكان واثلة بن الأسقع واقفا. فباع رجل ناقة بثلاث مئة درهم . ففعل واثلة . وقد ذهب الرجل بالناقة . فسعى وراءه وجعل يصيح به : يا هذا ! اشتريتها للحم أو للظهر ؟ فقال : بل للظهر . فقال : إن بخرتها نقباً قد رأيتك وإنها لا تتابع السير . فعاد فرثها . فنقصها البائع مئة درهم . وقال لواثلة : رحمتك الله . أفسدت عليّ بيعي . فقال : إنا بايعنا رسول الله صلى الله عليه وسلم على النصح لكل مسلم . وقال سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول ((لا يحل لأحد يبيع بيعاً إلا أن يبين آفته . ولا يحل لمن يعلم ذلك إلا تبينه)) ^(١٢) .

^{١١} قال العراقي : متفق عليه ، البخاري رقم : ٥٧ ، ومسلم رقم ٥٦ .

^{١٢} قال العراقي : أخرجه الحاكم (١٠٧٢) وقال : صحيح الإسناد ، والبيهقي .

فقد فهموا من النصح أن لا يرضى لأخيه إلا ما يرضاه لنفسه . ولم يعتقدوا أن ذلك من الفضائل وزيادة المقامات . بل اعتقدوا أنه من شروط الإسلام .

وقال صلي الله عليه وسلم : ((البتعان إذا صدقا ونصحا بورك لهما في بيعهما ، وإذا كذبا نزعنا بركة بيعهما))^(١) .

وفي الحديث : ((يد الله على الشريكين ما لم يتخاونا ، فإذا تخاونا رفع يده عنهما))^(٢) .

والغش حرام في البيوع والصنائع جميعاً . ولا ينبغي أن يتهاون الصانع بعمله على وجه لو عامله به غيره لما ارتضاه لنفسه . بل ينبغي أن يحسن الصنعة ويحكمها . ثم يبين عيبها إن كان فيها عيب . فبذلك يتخلص .

^(١) قال العراقي : متفق عليه ، البخاري رقم - ٢١١٠ ، ومسلم رقم : ١٥٣٢ ، من حديث حكيم بن حزام

^(٢) قال العراقي : رواد دادود رقم : ٣٣٨٣ والحاكم [٤٢/٢] من الحديث أبي هريرة ، وقال : صحيح الإسناد .

الثالث: أن لا يكتتم في المقدر شيئاً، وذلك بتعديل الميزان والاحتياط فيه وفي الكيل. فينبغي أن يكيل كما يكنال، قال الله تعالى (ويل للمطففين. الذين إذا اكتالوا على الناس يستوفون. وإذا كالوهم أو وزنوهم يخسرون) سورة المطففين الآيات [١-٣]، ولا يخلص من هذا إلا بأن يرجح إذا أعطى، وينقص إذا أخذ، إذ العدل الحقيقي قل ما يتصور.

والتشديد في أمر الميزان عظيم، والخلص منه يحصل بحبة ونصف حبة، وكل من خلط بالطعام تراباً أو غيره ثم كاله فهو من المطففين بالكيل، وكل قصاب^(١) وزن مع اللحم عظماً لم تجر العادة بمثله فهو من المطففين في الوزن، وقس على هذا سائر التقديرات، حتى في الذرع الذي يتعاطاه الجزار^(٢)، فإنه إذا اشترى أرسل الثوب في وقت الذرع ولم يمدده مداً، وإذا باعه مده في الذرع ليظهر تفاوتاً في

(١) القصاب، هو: الجزار واللحام.

(٢) الجراز، هو: بائع الجز، والبز هو: الشيا، والمقصود: بائع القماش.

المدر . فكل ذلك من التطفيف المعرض صاحبه للويل . وهو العذاب أو واد في جهنم .

الرابع : أن يصدق في سعر الوقت ولا يخفي منه شيئاً ، فقد نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن تلقي الركبان ^(١) . وهو أن يستقبل الرفقة ويتلقى المتاع ويكذب في سعر البلد . وقد نهى صلى الله عليه وسلم أيضاً أن يبيع حاضر لباد ^(٢) . وهو أن يقدم البدوي البلد ومعه قوت يريد أن يتسارع إلى بيعه . فيقول له الخصري : اتركه عندي حتى أغالي في ثمنه وانتظر ارتفاع سعره . وهذا في القوت محرم . وفي سائر السلع خلاف . والأظهر تحريمه لعموم النهي .

^(١) قال العراقي : حديث النهي عن تلقي الركبان : متفق عليه . البخاري رقم : ٢١٤٠ .

ومسلم رقم : ١٥٢١ وما قبله ، من حديث ابن عباس وأبي هريرة .

(٢) قال العراقي : حديث النهي عن بيع الحاضر للبادي : متفق عليه . البخاري رقم : ٢١٤٠ .

ومسلم رقم : ١٥٢١ وما قبله ، من حديث ابن عباس وأبي هريرة وأنس .

ونهي رسول الله صلى الله عليه وسلم عن النجش^(٣٢)، وهو أن يتقدم إلى البائع بين يدي الراغب المشتري، ويطلب السلعة بزيادة، وهو لا يريدنها، وإنما يريد تحريك رغبة المشتري فيها؛ فهو حرام.

فهذه المناهي تدل على أنه لا يجوز أن تلبس على البائع والمشتري في سعر الوقت ويكتتم منه أمرًا لو علمه ما أقدم على العقد، ففعل هذا من الغش الحرام المضاد للنصح الواجب، ومهما باع مراجعة، بأن يقول: بعث بما قام عليّ أو ربما اشتريته، فعليه أن يصدق، ثم يجب عليه أن يخبر بما حدث بعد العقد من عيب أو نقصان، ولو اشترى إلى أجل وجب ذكره، ولو اشترى مسامحة من صديقه أو ولده يجب ذكره، انتهى كلام الغزالي باختصار.

^(٣٢) قال العرافي حديث النهي عن النجش: متفق عليه: البخاري رقمه: ٢١٦٠، ومسلم رقمه

١٥١٢ و ١٥١٥، من حديث ابن عمر وأبي هريرة.

التمييز العقدي أو العرقي:

يقوم بعض البائعين بالتمييز العقدي من جهة الدين (الإيمان) أو اللون أو الطائفة أو المذهب أو الإقليم . ولذا نجد أنه لا يبيع منتجاته أو خدماته إلا لتلك الدائرة الضيقة، مفضلاً شرائح كبيرة من المجتمع. فضلاً عن ذلك فإنه ينصح ويميز تلك الشركة الخاصة به بالعلوم والخدمات الخاصة. و لك أن تلمس الفرق من خلال مشاهداتك اليومية. كما تغطي السياسات الخاصة بأخلاقيات العمل جوانب السياسات الداخلية التي توضح مسؤولية الشركة إزاء الموظفين، وهذه السياسات تتضمن غالباً تكافؤ الفرص، و أمان الموظفين. و تكافؤ الفرص في التعيين يعني عدم التمييز بين الموظفين بسبب الجنسية، أو الديانة أو الأصول القومية.

إن ازواج المعايير البيعية من خلال التمييز العقدي أو العرقي، هو منافي لأخلاقنا الإسلامية والإنسانية . فقد ورد في الحديث النهي عن ظلم المعاهدين والذميين، وقال صلى الله عليه وسلم في

حق أهل الذمة (لهم ما لنا وعليهم ما علينا) تخريج الحديث . وقد ورد في الخبر (من آذى ذمياً أو معاهداً لم يرح رائحة الجنة) الطبراني .

الغبن والغدر :

ذكرنا أنفاً أهمية الإفصاح والبيان من قبل البائع، ومن ذلك الغبن والغدر، أو الجهل المفضي إلى الخطر، والجهل قد يكون بتعيين المنتج أو الخدمة أو بقدره أو بأجله (الوقت) أو تعذر القدرة الحصول عليه وهذا راجعاً إلى التسليم وقد ورد في الحديث عن النبي صلى الله عليه وسلم أنه (نهى عن بيع الغدر) رواه الأمام أحمد.

تتحصل الشركة واجبات تجاه عملائها فيما يتعلق بممارساتها الإنتاجية، حيث أن العملاء يتوقعون من أي شركة ألا تنتج منتجاً به عيوب غير ظاهرة أو تزودهم بخدمة من شأنها أن تسبب مشكلات تتعلق بالأمان، أيضاً تضع الشركات معايير

خاصة بممارسات البيع التي تحبط طرق البيع المخادعة أو العدوانية. مع التأكد من أن الموظفين يفهمون السلوكيات المقبولة، و غير المقبولة.

بيع المحرمات :

على البائع أن لا ينورط في بيع منتجات أو خدمات محرماً شرعاً ومن أبرزها بيع الربا لقوله تعالى : (الذين يأكلون الربا لا يقومون إلا كما يقوم الذي يتخبطه الشيطان من المس ذلك بأنهم قالوا إنما البيع مثل الربا وأحل الله البيع وحرم الربا) (٢٧٥) سورة البقرة .

وقال صلى الله عليه وسلم : (إن الله ورسوله حرما بيع الخمر والميتة والخنزير والأصنام ، فقيل يا رسول الله ! رأيت شحوم الميتة فإنه يطفى بها السفن ويستصبح بها ؟ قاتل الله اليهود . إن الله عز وجل لما حرم عليهم الشحوم جعلها ثم باعوها فأكلوا أثمانها) رواه البخاري ومسلم . ويمتد ذلك التحريم إلى كل ما يقسد حياة الناس

من منتجات قد تحدث بالبيئة ضرراً بالغاً. ولذا تقتضي أخلاقيات البائع أن يتجنب بيع تلك المنتجات والخدمات التي تفسد حياة الناس كما ثبت ذلك بالتجربة.

الخيانة :

إذا قلت أن رجل البيع إذا سلم من الخيانة فهذا يعني أنه حصل على جماع الأخلاقيات وذلك لأهميتها وكثرة الوقوع فيها من قبل رجال البيع. بقول المصطفى صلى الله عليه وسلم (أد الأمانة إلى من ائتمنك ولا تخن من خانك) رواه الترمذي وأبو داود، ودم الله الخائنين بقوله تعالى (ولا تكن للخائنين خصيماً) (١٠٥) سورة النساء .

ومن أبرز ممارسات الخيانة هي إفشاء أسرار العمل وتسريب المعلومات، والغيبة أو التهمة لصاحب المنشأة. أو المدير. أو مسئول القسم . ومن الانحرافات الشائعة أيضاً الإخلال بالتعاقدات وأبرزها عقد العمل، وتأويله بحسب الهوى أو ممارسة عمل إضافي أو التعاون

مع المنافسين. أو الحصول على هدايا ورتباوى في مقابل خدمات أو قرارات يتخذها البائع لصالح المنافسين. أو العملاء، وإيفاع الضرر بالعمل أو بصاحبه. لاسبما المنشآت العامة الخاضعة لسلطة العونة.

وقد وجدت أن أكثر ما يبرر رجال البيع لتلك الممارسات هي أنهم يقع عليهم الظلم، وبالتالي ينتقم لنفسه أو يقدر نفسه بحسب ما يريد أنها تستحق، وهذا من تلبيس الشيطان ووقوع الظلم عليك غير مبرر لإيقاعه على الآخرين، أو الانتقام والثأر من العميل .

توصيات لتطوير أخلاقيات البيع

ينبغي أن تبذل الشركات قصارى جهدها اليوم من أجل الالتزام بالمعايير الأخلاقية. وهذه المعايير الأخلاقية تضعها قيادة الشركة لتشمل الشركة من أعلاها إلى أدناها. إن تطوير مفهوم أخلاقيات البيع هي مسؤولية الجميع وعلى رأسهم المحترفين والأخصائيين، وسيجني ثمارها الجميع وعلى رأسهم المحترفون الصادقون والقطاع التجاري. ومن أبرز تلك التوصيات ما يلي :

- (1) على المنظمات التجارية تدريب موظفيها ونشر الوعي في أوساطهم حول مفهوم أخلاقيات المهنة بصفة عامة، وأخلاقيات البيع بصفة خاصة .

- (٢) على المؤسسات المهنية مثل جمعية الإدارة العربية، والاتحادات العمالية، والنقابات المهنية، عقد الملتقيات والمؤتمرات وإصدار أدلة معترف بها لأخلاقيات مهنة البيع.
- (٣) على الأكاديميين والأخصائيين بالجماعات العربية، العناية بالدراسات الأكاديمية وأثرها على المجتمع بموضوع أخلاقيات مهنة البيع .
- (٤) حبذا لو تبنت الدول العربية تشريعات نظامية، تجعل معايير الأخلاقيات جزء من العرف الواجب التقاضي إليه عند الحاجة .
- (٥) إدراج أخلاقيات المهنة وأخلاقيات مهنة البيع ضمن المناهج الدراسية، لا سيما للمراحل المتقدمة مثل الثانوية العامة، لغرس تلك القيم تمهيداً لدخولهم سوق العمل .

الخاتمة

حاولت في هذا الكتاب أن أسلط الضوء على مفهوم أخلاقيات مهنة البيع و أهميتها على المستوى المهني الشخصي، الروحي، التجاري، و التسويقي.

كما قدمت و صفا تفصيليا عن نظام العمل و الأخلاقيات في شركة "دوفر" (Dover). و الذي أعتبره نموذجا متكاملًا يمكن الاحتذاء به عند إعدادنا لنظام العمل و الأخلاقيات في شركاتنا و مؤسساتنا العربية. ثم عرضت أخلاقيات مهنة البيع، مستلهما في ذلك بالنصوص الشرعية و أقوال السلف و التجربة الإنسانية. و هي: الإتيصاف و إتمام الكيل و الميزان، الأمانة، النصيحة، الإخلاص، القناعة، النزاهة و تجنب الاحتكار، العدل، الصدق، الشفافية، الإحسان في المعاملة، الكرم، إقالة النادم، الولاء لصاحب العمل، كما تطرقت إلى خمس ممارسات لا أخلاقية للبائع: الخش و الكذب، التمييز العقدي أو العرقي، الفين و الغدر، بيع المحرمات، و الخيانة.

و في الختام، قدمت توصيات لتطوير أخلاقيات البيع في عالمنا العربي، سائلا الله أن يوفقني و إياكم لأحسن العمل لما فيه صلاح لهذه الأمة و عزتها.

المراجع

- ١- العسقلاني . الحافظ ابن حجر . بلوغ المرام من أدلة الأحكام . دار السلام . الرياض . الطبعة الثانية ١٤١٧ هـ . ص ٢٢٣ .
- ٢- Douglas, J. Dalrymple, Sales Management, Editions New York, John Wiley and Sons
- ٣- الموسوعة الميسرة للتسويق *aims* .
- ٤- دليل البيع *aims* .
- ٥- موقع وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد بالملكة العربية السعودية <http://moamiat.al-islam.com>
- ٦- الحيميد . صالح بن محمد . أخلاقيات المهنة برنامج الأمير محمد بن فهد لتأهيل وتوظيف الشباب السعودي .
- ٧- سترانسور . دستيفن . ماجستير إدارة الأعمال في يوم واحد . مكتبة جرير . الطبعة الأولى ٢٠٠٥ .
- ٨- <http://www.dovercorporation.com> : ٢٠٠٥
- ٩- <http://www.generalmills.com/corporate/about/ethics> : ٢٠٠٥

- ١٠ - Weitz, Castleberry, Tanner, Selling: Building Partnerships, 4th Edition Mc Graw Hill
- ١١ - محمد عمر دولة: إذا ضيّعت الأمانة فانتظر الساعة!
<http://meshkat.net/assay/trusteeship.htm>
- ١٢ - إحياء علوم الدين للأمام .

المعهد : مؤسسة سعودية خاصة ، يملكها ويرأسها الدكتور / يوسف بن عثمان الحزيم مرخصة من المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني ، ورسالة المعهد هي : نحن المؤسسة العربية المتخصصة في الاستشارات التسويقية والبيعية وخدمة العملاء والتدريب ، نسعى من خلال فريق عملنا المحترف وحلفائنا لامتلاك المعرفة والمهارات والتقنيات والطرق المتقدمة لكي نشارك عملائنا النجاح .

منتجاتنا :

• **التوظيف - التقييم** : المعهد وسكيل لشركة بروفايل (Profiles International) وهي إحدى أكبر الشركات الأمريكية المتخصصة في مجال قياس القدرات الشخصية وتحديد الميول المهنية .

• **التدريب** : المعهد وسكيل حصري في الشرق الأوسط لشركة (DEI) وهي إحدى أفضل الشركات الأمريكية التي تقدم الاستشارات والتدريب في مجال البيع وخدمة العملاء ، والتدريب بالمعهد يشمل التالي : (البرامج التسويقية - البرامج البيعية (DEI) - البرامج الإدارية - الدبلومات البيعية التطبيقية - التدريب النسائي - ملتقى المسوقين والبالعين العرب) .

• **الاستشارات البيعية والتسويقية** : يقدم المعهد خدماته الإستشارية من خلال خبرته أو حلفائه الدوليين ومن أبرز منتجاته الإستشارية ما يلي :

- إعداد دراسة الرؤية التسويقية .
- إعداد الخطط البيعية الإستراتيجية .
- إعداد الهيكل التنظيمي والوصف الوظيفي
- وتحديد مهام وظائف البيع .
- برمجة نظم الحوافز .
- تأسيس نظام إدارة علاقات العملاء (CRM)
- قياس مستوى جودة الخدمة ورضا العملاء .
- التمرکز والمقارنة بالامتياز .
- تقييم فرق البيع وإعادة تشكيلهم .
- تأسيس مراكز القياس والتقييم .
- تحديد الكفاءات والقدرات الوظيفية .
- رسم المسارات الوظيفية والتدريبية .
- تنظيم وإجراء المسابقات الوظيفية ووضع المعايير لها .

• **النشر** : يصدر المعهد عدة منتجات منها :

- الموسوعة الميسرة في التسويق .
- كتاب (مهارات البيع عالية الفعالية)
- كتاب (كيف تحصل على موعد)
- كتاب (الوصول إلى الإقبال)
- كتاب (الأخلاقيات مهنة البيع)
- نشر ربيع سنوية Executive Sales Briefings
- أشرطة كاسيت متخصصة بالبيع .

وكالاتنا الدولية :

- شركة DEI الأمريكية .
- شركة Profiles International .
- شركة Event Management .
- أكاديمية Accor الفندقية الفرنسية .
- الجامعة اللبنانية الأمريكية (مركز
- السياحة والضيافة) .

المعهد حصل على شهادة الجودة العالمية الأيزو 9001 : 2000

كما يسير المعهد وفق أدلة مؤسسية.