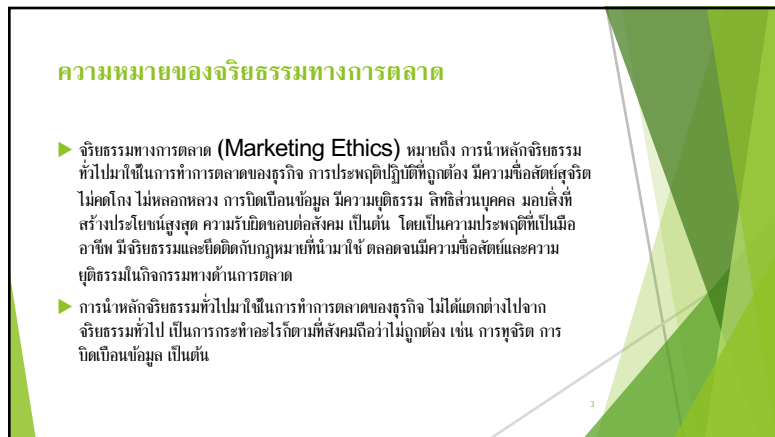
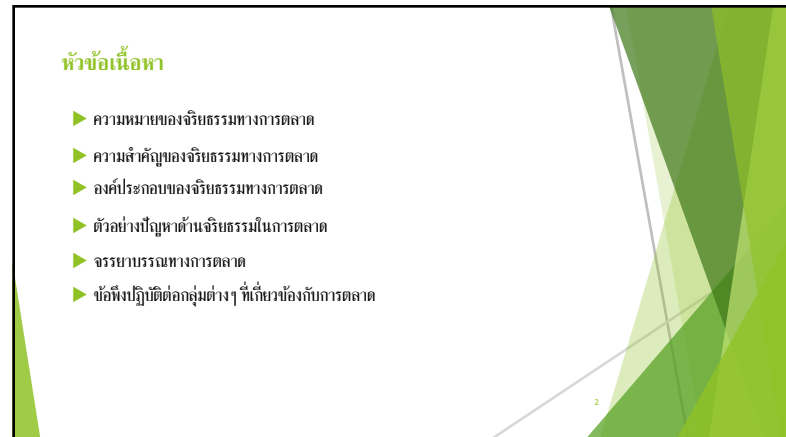




องค์ประกอบของจริยธรรมทางการตลาด

- ▶ 3. การป้องกันสิ่งที่คาดว่าจะมีปัญหา (Defense) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการวิเคราะห์สิ่งที่คาดว่าจะมีปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานทางการตลาดและสามารถค้นหาวិธีการ หรือกระบวนการในการป้องกันอย่างรวดเร็ว เพื่อไม่ให้เกิดปัญหานั้น
- ▶ 4. การแก้ไขเมื่อเกิดปัญหา (Reaction) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการแสดงความรับผิดชอบกับสิ่งที่เกิดขึ้น และหาแนวทางแก้ไขปัญหา หรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเอาใจใส่และจริงใจในการแก้ไขปัญหาจนเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

5

ตัวอย่างปัญหาด้านจริยธรรมทางการตลาด

- ▶ 1.ปัญหาจริยธรรมจากผลิตภัณฑ์ การเสนอขายสินค้าที่มีคุณภาพต่ำไม่สมราคา เช่น ขายข้าวหอมมะลิที่ปนข้าวอื่นมา การใช้วัตถุปรุงแต่งสินค้าที่มีอันตราย เช่น สี รส หรือ สารเคมี การใช้ข้อเท็จจริงให้เกิดการเข้าใจผิด เช่น ยางรถ เปลี่ยนเป็น โมโนในเตี้ยมกลูตามัต ทำให้เข้าใจว่าไม่ใช่ยางรถ
- ▶ 2.ปัญหาจริยธรรมจากการกำหนดราคา การตั้งราคาที่หลอกลวงให้เกิดการเข้าใจผิด เช่น การจัดรายการที่พอง การกำหนดค่าบริการที่ไม่เป็นธรรมของกิจการสาธารณะูปโภคของรัฐบาล เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์

6

ตัวอย่างปัญหาด้านจริยธรรมทางการตลาด

- ▶ 3.ปัญหาจริยธรรมจากวิธีการจัดจำหน่าย การจำหน่ายเหล้า เบียร์ บุหรี่ ให้แก่เด็กวัยรุ่น การเสนอขายโดยคนดัดจริต หรือทางโทรศัพท์ ที่ให้ภาพไม่ตรงกับความจริงเสมอ การขโมยข่าวสารจากเครื่องมือสื่อสารต่างๆ ของธุรกิจกับธุรกิจ
- ▶ 4.ปัญหาจริยธรรมจากการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาชักชวนให้เด็ก ๆ เรียกร้องให้พ่อแม่ซื้อ เช่น ขนมนกเคี้ยว การทำประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กร ได้ก่อให้เกิดการหลงเข้าใจผิด เช่น ผู้ขายเบียร์ โฆษณาการอนุรักษ์น้ำ ส่งเสริมบทบาทของครอบครัวพร้อมๆ กับการเสนอขายสินค้าของตน การจัดรายการชิงโชคต่างๆ เป็นการฉวยโอกาสจากความโลภ ต้องการรวยของผู้บริโภค

7

จรรยาบรรณทางการตลาด

- ▶ จรรยาบรรณทางการตลาด (Marketing Ethics) หมายถึงหลักศีลธรรมและค่านิยมที่คนแต่ละกลุ่มใช้เป็นหลักฐานอ้างอิง เพื่อกำหนดพฤติกรรม และกระทำการตัดสินใจ ซึ่งมีความประพฤติต่างๆ ที่ในการตลาดกำหนดขึ้น เพื่อเป็นการเสริมสร้างและรักษาสื่อเสียง เกียรติยศของอาชีพนักการตลาด
- ▶

8

จรรยาบรรณทางการตลาด

- ▶ จรรยาบรรณนักการตลาดที่สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย (Marketing Association of Thailand) กำหนดไว้ดังนี้
- ▶ 1. นักการตลาดไทยต้องมีจิตระหนักในการหน้าที่
- ▶ 2. ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดด้วยคุณธรรมและความรับผิดชอบ
- ▶ 3. รับผิดชอบต่อผลการกระทำของตน
- ▶ 4. ปฏิบัติตามกฎหมายและค่านิยมที่ดีทางสังคม
- ▶ 5. ตั้งมั่นอยู่ในความซื่อสัตย์สุจริตและความเป็นธรรม
- ▶ 6. กระทำตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้ร่วมอาชีพและบุคคลอื่น

9

ข้อพึงปฏิบัติต่อกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

- ▶ 1. ข้อพึงปฏิบัติต่อกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานการตลาด
- ▶ 1.1 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ
 - ▶ มุ่งเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความปลอดภัยต่อการอุปโภคบริโภค
 - ▶ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่เที่ยงตรงไม่หลอกลวง
 - ▶ มุ่งเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกต้องตามกฎหมาย วัฒนธรรมและศีลธรรมอันดีงามของสังคม
 - ▶ ไม่ลอกเลียนแบบสินค้าหรือบริการของผู้อื่น โดยวิธีการที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

10

ข้อพึงปฏิบัติต่อกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

- ▶ 1.2 ด้านการตั้งราคา
 - ▶ ไม่รวมกลุ่มกันตั้งราคาหรือสมยอมรู้เห็นในการกำหนดราคา
 - ▶ กำหนดผลตอบแทนหรือค่าธรรมเนียมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในขบวนการทางการตลาดอย่างเป็นธรรม
 - ▶ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างครบถ้วนสมบูรณ์
 - ▶ ไม่กระทำการใดๆ เพื่อให้สินค้าราคาสูงขึ้นโดยไม่เหตุผล

11

ข้อพึงปฏิบัติต่อกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

- ▶ 1.3 ด้านการกระจายสินค้า
 - ▶ ไม่กักตุนสินค้า
 - ▶ ไม่ผูกขาดช่องทางการกระจายสินค้า
 - ▶ ไม่พยายามบีบบังคับผู้ค้าอิสระให้ขายสินค้าเฉพาะของตน
 - ▶ ควรให้บริการต่อผู้ค้าทุกรายเท่าเทียมกันในทุกสถานะตลาด

12

ข้อพึงปฏิบัติต่อกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

▶ 1.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

- ▶ ละเว้นการโฆษณาที่เป็นเท็จหรืออาจก่อให้เกิดการเข้าใจผิด
- ▶ ละเว้นการส่งเสริมการขายที่เป็นการหลอกลวง
- ▶ ละเว้นการชักจูงการขายที่เป็นการบีบบังคับให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ลูกค้าไม่ต้องการ หรือทำให้ลูกค้าซื้อโดยสำคัญผิด
- ▶ ละเว้นการโฆษณาหรือให้ข่าวสารต่อสื่อมวลชนที่บิดเบือนความจริงหรือผิดวัฒนธรรม ศีลธรรมอันดีงาม หรือเป็นการให้ร้ายผู้อื่นซึ่งกันและกันโดยไม่โดยทางตรงหรือทางอ้อม

13

ข้อพึงปฏิบัติต่อกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

▶ 1.5 ด้านการวิจัยตลาด

- ▶ ละเว้นการแอบอ้างการวิจัยตลาดเพื่อใช้ในการขายสินค้าและบริการ หรือการระดมทุน เพื่อกิจกรรมใดๆ
- ▶ ละเว้นการให้ข้อมูลที่บิดเบือนหรือบกพร่องไม่สมบูรณ์
- ▶ ไม่นำข้อมูลวิจัยของลูกค้าไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน
- ▶ ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเป็นธรรมและไม่นำข้อมูลอันเป็นความลับของลูกค้าไปเปิดเผยโดยมิได้รับอนุญาต

14

ข้อพึงปฏิบัติต่อกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

▶ 2. ข้อพึงปฏิบัติเกี่ยวกับสัมพันธภาพขององค์กร

- ▶ พึงรักษาความลับของข้อมูลทางองค์กร
- ▶ ปฏิบัติตามหน้าที่ความรับผิดชอบตามสัญญาต่างๆ ที่ได้ให้ไว้ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตรงไปตรงมาและเป็นธรรม
- ▶ ไม่ฉวยโอกาสจากสถานการณ์ต่างๆ สร้างผลประโยชน์ให้กับตนเองหรือก่อให้เกิดความเสียหาย หรือความไม่เป็นธรรมต่อผู้อื่นและองค์กร
- ▶ เคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น

15

ข้อพึงปฏิบัติต่อกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

▶ 3. ข้อพึงปฏิบัติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

- ▶ ใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด
- ▶ ละเว้นจากการประกอบการใด ๆ อันเป็นการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม
- ▶ หาทางปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้นและพยายามใช้ทรัพยากรที่ใช้น่ากลับมา

16

