

หัวข้อที่ 7

จริยธรรมในหน้าที่ธุรกิจเฉพาะด้าน

จริยธรรมในงานการตลาด (Ethics in Marketing)

- 1. ความหมายของจริยธรรมทางการตลาด
- จริยธรรมทางการตลาดหมายถึง การประยุกต์ใช้หลักความถูกต้อง ความเป็นธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ในทุกกิจกรรมทางการตลาด ตั้งแต่การวิจัยตลาด การกำหนดราคา การสื่อสารการตลาด ไปจนถึงการบริการลูกค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ธุรกิจเติบโตควบคู่กับการรักษาคุณค่าทางสังคมและความไว้วางใจของผู้บริโภค

จริยธรรมในงานการตลาด (Ethics in Marketing)

- 2. หลักการสำคัญของจริยธรรมในการตลาด
- **ความซื่อสัตย์ (Honesty)**
ไม่บิดเบือนข้อมูลสินค้า ไม่โฆษณาเกินจริง
- **ความยุติธรรม (Fairness)**
การกำหนดราคาและการให้บริการอย่างเป็นธรรม ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค
- **ความโปร่งใส (Transparency)**
เปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่น ส่วนประกอบ วิธีใช้ ข้อจำกัด
- **ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)**
เลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม
- **การเคารพสิทธิผู้บริโภค (Respect for Consumer Rights)**
เคารพสิทธิความเป็นส่วนตัว ไม่ใช้ข้อมูลลูกค้าในทางที่ผิด

จริยธรรมในงานการตลาด (Ethics in Marketing)

- 3. ตัวอย่างประเด็นจริยธรรมทางการตลาด
- การโฆษณาเกินจริง: เช่น กล่าวอ้างสรรพคุณเกินจริงของอาหารเสริม
- การกำหนดราคาที่ไม่เป็นธรรม: เช่น การโก่งราคาสินค้าในช่วงวิกฤต
- การละเมิดความเป็นส่วนตัว: เช่น การเก็บข้อมูลลูกค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต
- การตลาดที่มุ่งเป้าหมายกลุ่มเปราะบาง: เช่น การโฆษณาบุหรี่หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เจาะกลุ่มวัยรุ่น

จริยธรรมในงานการตลาด (Ethics in Marketing)

- 4. ประโยชน์ของการทำการตลาดอย่างมีจริยธรรม
- สร้าง **ความเชื่อมั่น** (Trust) ให้แก่ผู้บริโภค
- ช่วยให้องค์กรมี **ภาพลักษณ์ที่ดี** (Positive Image)
- สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า (Customer Loyalty)
- ลดความเสี่ยงทางกฎหมายและวิกฤตศรัทธา
- สนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Marketing)

จริยธรรมในงานการตลาด (Ethics in Marketing)

- 5. กรณีศึกษาธุรกิจไทย
- ไทยเบฟเวอเรจ: ใช้การตลาด CSR ส่งเสริมการงดเหล้าเข้าพรรษา
- SCG: โปรโมทผลิตภัณฑ์รักษ์โลกที่เน้นการใช้วัสดุรีไซเคิล
- CP All (7-Eleven): ส่งเสริมการงดใช้ถุงพลาสติกในร้านค้าทั่วประเทศ

จริยธรรมในทางการเงิน (Ethics in Finance)

- 1. ความหมายของจริยธรรมทางการเงิน
- จริยธรรมทางการเงินคือการใช้หลักความถูกต้อง ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และความยุติธรรมในการจัดการด้านการเงินและการลงทุน ไม่ว่าจะเป็นของบุคคล องค์กรธุรกิจ หรือสถาบันการเงิน โดยมุ่งเน้นให้การดำเนินงานทางการเงิน **ซื่อสัตย์ ตรวจสอบได้** และ **ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**

จริยธรรมในทางการเงิน (Ethics in Finance)

- 2. หลักการสำคัญของจริยธรรมทางการเงิน
- ความโปร่งใส (Transparency)
เปิดเผยข้อมูลการเงินอย่างครบถ้วน ถูกต้อง ไม่ปกปิดข้อเท็จจริง
- ความซื่อสัตย์ (Integrity)
ไม่บิดเบือนรายงานการเงิน ไม่ใช้ข้อมูลภายใน (Insider Trading)
- ความรับผิดชอบ (Accountability)
การใช้เงินลงทุนหรือเงินของผู้ถือหุ้นอย่างรอบคอบ
- ความยุติธรรม (Fairness)
การให้เครดิต การปล่อยกู้ หรือการลงทุนที่ไม่เอาเปรียบผู้ใด
- การคำนึงถึงสังคม (Social Responsibility)
ไม่สนับสนุนกิจกรรมทางการเงินที่ก่อผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมหรือสังคม

จริยธรรมในทางการเงิน (Ethics in Finance)

- 3. ตัวอย่างประเด็นจริยธรรมในทางการเงิน
- การทุจริตทางบัญชี (Accounting Fraud) เช่น กรณี Enron หรือ WorldCom ที่ปกปิดข้อมูลทางการเงิน
- การใช้ข้อมูลภายใน (Insider Trading) ซื้อขายหุ้นโดยใช้ข้อมูลที่ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ
- การปกปิดหนี้สินของบริษัท เพื่อให้ดูเหมือนมีกำไรสูงกว่าความเป็นจริง
- การกำหนดดอกเบี้ยที่ไม่เป็นธรรม ในสถาบันการเงินหรือการปล่อยกู้ในระบบ
- การลงทุนในธุรกิจที่ขัดต่อหลัก ESG เช่น การลงทุนในธุรกิจที่ก่อมลพิษหรือทำลายสิ่งแวดล้อม

จริยธรรมในงานการเงิน (Ethics in Finance)

- 4. ประโยชน์ของการเงินที่มีจริยธรรม
- สร้าง ความเชื่อมั่นให้ผู้ลงทุนและผู้ถือหุ้น
- ลดความเสี่ยงต่อการฟ้องร้องและวิกฤตองค์กร
- สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Finance)
- ทำให้ธุรกิจเข้าถึงแหล่งเงินทุนในตลาดโลกได้ง่ายขึ้น เพราะสอดคล้องกับมาตรฐานสากล
- สร้างความภาคภูมิใจและวัฒนธรรมองค์กรที่ดี

จริยธรรมในทางการเงิน (Ethics in Finance)

- 5. กรณีสึกษาธุรกิจไทย
- ธนาคารกสิกรไทย (KBank): นำหลักการ ESG มาปรับใช้ในการปล่อยกู้และการลงทุน
- ปตท. (PTT): จัดทำรายงานความยั่งยืน เปิดเผยข้อมูลทางการเงินและสิ่งแวดล้อมอย่างโปร่งใส
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET): ส่งเสริมการลงทุนอย่างมีจริยธรรมและยั่งยืน ผ่านการจัดทำ ดัชนีความยั่งยืน (SETTHSI Index)

จริยธรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Ethics in HRM)

- 1. ความหมาย
- จริยธรรมในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือการนำหลักคุณธรรม ความยุติธรรม และความรับผิดชอบมาใช้ในการจัดการบุคลากรในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การสรรหา คัดเลือก การพัฒนา การประเมินผลงาน ไปจนถึงการเลิกจ้าง โดยมุ่งเน้นให้เกิด **ความเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน** และสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างองค์กรกับพนักงาน

จริยธรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Ethics in HRM)

- 2. หลักการสำคัญของจริยธรรมในงาน HR
- ความเป็นธรรม (Fairness)
 - ให้โอกาสที่เท่าเทียมในการสมัครงาน เลื่อนตำแหน่ง และรับผลตอบแทน
 - หลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติ (Discrimination) เช่น เพศ อายุ ศาสนา
- ความโปร่งใส (Transparency)
 - กำหนดเกณฑ์การประเมินและเลื่อนขั้นอย่างชัดเจน
 - เปิดเผยข้อมูลที่สำคัญให้พนักงานเข้าใจ

จริยธรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Ethics in HRM)

- 2. หลักการสำคัญของจริยธรรมในงาน HR
- การเคารพสิทธิส่วนบุคคล (Respect for Privacy)
 - ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน
 - ไม่เปิดเผยข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต
- การดูแลสวัสดิการและความปลอดภัย (Well-being & Safety)
 - จัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย
 - สนับสนุนการสร้างสมดุลชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว
- การรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)
 - ส่งเสริมความหลากหลายและการมีส่วนร่วม (Diversity & Inclusion)
 - พัฒนาศักยภาพให้เติบโตพร้อมกับองค์กรและสังคม

จริยธรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Ethics in HRM)

- 3. ตัวอย่างประเด็นจริยธรรมในงาน HR
- การเลือกปฏิบัติในการสรรหา เช่น รับพนักงานเฉพาะเพศหรืออายุที่กำหนด
- การใช้อำนาจโดยมิชอบ เช่น การกลั่นแกล้งในที่ทำงาน (Workplace Bullying)
- การใช้แรงงานเกินควร โดยไม่ให้ค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรม
- การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของพนักงาน โดยไม่ได้รับอนุญาต
- การเลิกจ้างโดยไม่เป็นธรรม หรือไม่มีเหตุผลที่ชัดเจน

จริยธรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Ethics in HRM)

- 4. ประโยชน์ของการจัดการ HRM อย่างมีจริยธรรม
- เพิ่มความไว้วางใจ (Trust) และ ความผูกพัน (Engagement) ของพนักงาน
- ลดความขัดแย้งและการฟ้องร้องทางกฎหมาย
- ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ดี (Positive Organizational Culture)
- สร้างความยั่งยืนให้องค์กรในระยะยาว

จริยธรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Ethics in HRM)

- 5. กรณีศึกษาธุรกิจไทย
- ปูนซิเมนต์ไทย (SCG): เน้น Diversity & Inclusion สร้างโอกาสที่เท่าเทียมให้บุคลากร
- CP ALL: มีนโยบายป้องกันการคุกคามในที่ทำงาน และส่งเสริมสมดุลชีวิตการทำงาน
- ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB): มีการกำหนดหลักจรรยาบรรณบุคลากรที่ชัดเจน เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)

- 1. ความหมาย
- ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หมายถึง สถานการณ์ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมี ผลประโยชน์ส่วนตัว ที่อาจขัดแย้งหรือแทรกแซงต่อ การปฏิบัติหน้าที่หรือการตัดสินใจในเชิงวิชาชีพ/องค์กร จนทำให้การตัดสินใจนั้นไม่เป็นกลาง และอาจส่งผลเสียต่อองค์กร สังคม หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)

- 2. ประเภทของความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ความขัดแย้งที่แท้จริง (Actual Conflict)
คือ สถานการณ์ที่มีผลประโยชน์ทับซ้อนเกิดขึ้นจริง และส่งผลต่อการตัดสินใจหรือการปฏิบัติหน้าที่โดยตรง
- ลักษณะสำคัญ: บุคคลนั้นมีผลประโยชน์ส่วนตัวที่สัมพันธ์กับหน้าที่โดยตรง
- ตัวอย่าง:
 - ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อรับเงินหรือของขวัญจากซัพพลายเออร์ เพื่อแลกกับการสั่งซื้อ
 - กรรมการบริษัทใช้ข้อมูลภายในเพื่อตัดสินใจซื้อหุ้นก่อนมีการประกาศข่าวสำคัญ
- ผลกระทบ: ทำให้การตัดสินใจไม่เป็นกลาง กระทบต่อความโปร่งใส และสร้างความเสียหายแก่องค์กร

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)

- 2. ประเภทของความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น (Potential Conflict)
คือ สถานการณ์ที่ยังไม่ได้เกิดการทับซ้อนผลประโยชน์ในปัจจุบัน แต่มีความเป็นไปได้ว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต หากบุคคลนั้นไม่ได้จัดการอย่างเหมาะสม
- ลักษณะสำคัญ: เป็นความเสี่ยงที่อาจนำไปสู่ Actual Conflict หากไม่ได้ป้องกัน
- ตัวอย่าง:
 - พนักงานฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์มีหุ้นในบริษัทคู่แข่ง แมตตอนนี้ยังไม่ได้มีการใช้อำนาจตัดสินใจใด ๆ
 - เจ้าหน้าที่ภาครัฐมีญาติที่กำลังจะเข้าร่วมประมูลโครงการของหน่วยงานที่ตนกำกับดูแล
- ผลกระทบ: แม้ยังไม่เกิดความเสียหาย แต่ถ้าไม่เปิดเผยหรือจัดการ อาจกลายเป็นปัญหาที่แท้จริงในอนาคต

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)

- 2. ประเภทของความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ความขัดแย้งที่ดูเหมือนเกิดขึ้น (Perceived Conflict)
คือ สถานการณ์ที่บุคคลอื่นมองเห็นว่ามีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ แม้จะไม่ได้เกิดขึ้นจริง แต่สร้างภาพลักษณ์เชิงลบและลดความเชื่อมั่น
- ลักษณะสำคัญ: เกิดจากการ “รับรู้” หรือ “ความเข้าใจของสาธารณะ”
- ตัวอย่าง:
 - ผู้บริหารองค์กรเข้าร่วมทานอาหารกับคู่แข่งทางธุรกิจบ่อยครั้ง แม้ไม่ได้มีการตัดสินใจที่เอื้อผลประโยชน์
 - กรรมการพิจารณาสอบชิงทุนมีลูกศิษย์สมัคร แม้ไม่ได้ช่วยเหลือโดยตรง
- ผลกระทบ: บั่นทอนความเชื่อถือขององค์กร เพราะสังคมอาจมองว่ามีอคติหรือไม่โปร่งใส

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)

- 3. ตัวอย่างความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- การใช้ตำแหน่งหน้าที่เอื้อผลประโยชน์ตนเอง เช่น ใช้ข้อมูลภายในบริษัทไปลงทุนในตลาดหุ้น
- การมีผลประโยชน์ทับซ้อน เช่น การตัดสินใจอนุมัติโครงการที่บริษัทของญาติเป็นผู้รับเหมาหลัก
- การรับของขวัญหรือสิ่งตอบแทน จากคู่ค้า ซึ่งอาจมีผลต่อการตัดสินใจ
- การทำงานสองแห่ง (Outside Employment) ที่อาจกระทบต่อประสิทธิภาพงานหลัก

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)

- 4. ผลกระทบจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ลดความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสขององค์กร
- กระทบต่อการตัดสินใจเชิงธุรกิจและการบริหารงาน
- สร้างความไม่ไว้วางใจในหมู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- เสี่ยงต่อการผิดกฎหมายหรือจรรยาบรรณวิชาชีพ

ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)

- 5. แนวทางป้องกันและจัดการ
- การเปิดเผยข้อมูล (Disclosure): พนักงานและผู้บริหารต้องแจ้งหากมีผลประโยชน์ทับซ้อน
- การแยกบทบาทหน้าที่ (Separation of Duties): จัดให้มีระบบตรวจสอบและถ่วงดุล
- นโยบายรับของขวัญ (Gift Policy): กำหนดชัดเจนว่าจะรับของขวัญ/เลี้ยงรับรองได้ในกรณีใด
- การอบรมจริยธรรม (Ethics Training): ปลูกฝังจริยธรรมให้บุคลากรเข้าใจผลเสียของ Conflict of Interest
- ระบบตรวจสอบภายใน (Internal Audit): ตรวจสอบธุรกรรมและการตัดสินใจที่เสี่ยงต่อการเกิดปัญหา