

# บทที่ 10



## จรรยาบรรณด้านการตลาด



ที่มา : <http://workerscomplanet.com/>

## ความหมายของจรรยาบรรณ

จรรยาบรรณ Ethical “ข้อพึงปฏิบัติสำหรับอาชีพหนึ่ง  
ในแง่ความถูกต้องตามขนบประเพณีนิยม หรือตาม  
ระเบียบแบบแผน” (อุษณีย์ จิตตะปาโล , 2550)

นักการตลาดจำเป็นต้องยึดจรรยาบรรณเป็น  
หลักปฏิบัติอันมีคุณธรรม เพื่อส่งเสริมอาชีพให้มีคุณค่า เป็นที่  
ยอมรับของสังคม

## การดำเนินการของธุรกิจการตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีดังนี้

1. ให้ความรู้ความเข้าใจทางด้านการตลาดในทางที่ควรแก่สังคม :

ผู้บริโภค เช่น ชี้แจงให้ผู้บริโภคเห็นถึงแนวทางปฏิบัติทางการตลาด  
ปัจจุบัน ไม่เอาर्डเอาเปรียบผู้บริโภค

2. การมีจรรยาบรรณทางการตลาด มีดังนี้ :

2.1 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค คือ ต้องซื่อสัตย์กับผู้บริโภค การ  
ให้บริการ ช่วยแก้ปัญหา เป็นต้น

2.2 ความรับผิดชอบต่อบริษัท เพื่อไม่ให้เกิดผลเสียแก่บริษัท โดย  
การรักษาภาพลักษณ์

2.3 ความรับผิดชอบต่อคู่แข่ง โดยการไม่โจมตีคู่แข่ง ต่ำหนิ  
คู่แข่ง ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดการยอมรับ

2.4. ความรับผิดชอบต่อกิจการ คือ มีความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจ มีความซื่อสัตย์ในการทำงาน

2.5 ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการสร้างจิตสำนึกที่ดี ตั้งอยู่ในความรู้สึกรังสรรค์มากกว่าความรู้สึกรับนทอน หรือทำลาย

ปัจจุบันการการตลาดให้ความสำคัญในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้ :

2.5.1 การผลิตและการขายสินค้า การให้บริการ โดยมากจะใช้ทรัพยากรอย่างมาก เพื่อไม่ให้ใช้ทรัพยากรอย่างไร้ค่า จึงมีการ

## **Recycle**

2.5.2 การผลิตสินค้าโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น บรรจุภัณฑ์ทำลายได้เพื่อรักษาสภาพแวดล้อม

2.5.3 สามารถยกระดับมาตรฐานสินค้า โดยให้ความปลอดภัยเกี่ยวกับ  
ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ เช่นการมีเครื่องหมายกำกับความมีมาตรฐาน

2.5.4 มีการโฆษณาให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยความพอใจ และ  
ข้อความในการโฆษณาไม่ควรเกินความเป็นจริง

### 3 . หลักการสำหรับ นโยบายสาธารณะทางการตลาด :

3.1 ดำเนินการเพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในด้านสิทธิและ  
เสรีภาพ

3.2 แจกข้อมูลข่าวสารให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับความเสมอภาคใน  
การอุปโภคบริโภค ไม่ว่าจะผู้บริโภคจะมีอำนาจซื้อมากหรือน้อย ก็จะได้รับ  
ความเอาใจใส่จากนักการตลาดโดยทั่วถึง

3.3 การดำเนินการให้ผู้บริโภคได้ทราบเกี่ยวกับความเข้าใจในหลักเศรษฐกิจว่า ธุรกิจพยายามผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และขายในราคาที่ย่อมเยา

3.4 ดำเนินการให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ

จรรยาบรรณสื่อสารมวลชน

ไม่ควรขายข่าว ขายคอลัมน์เพื่อเงิน  
หรือความพอใจส่วนตัว

### 3.5 ดำเนินการให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าตลาดพยายามผลิตสินค้าที่ทันสมัย ใช้นวัตกรรมสมัยใหม่เพื่อที่จะเสนอสิ่งที่ดีให้แก่ผู้บริโภค

ที่มา : อุษณีย์ จิตตะปาโล ,2550