



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
Nakhon Pathom Rajabhat University

จริยธรรมธุรกรรมตลาดออนไลน์

อ.ดร.ธีรเดช ทิวถนอม

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของตลาดดิจิทัล

- การดำเนินกิจกรรมและธุรกิจขององค์กรหรือบริษัทที่มุ่งเน้นการตอบสนองของความต้องการของตลาดที่ก่อให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดีของสังคมและรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- **กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR-after-process)** คือ การดำเนินธุรกิจขององค์กร หรือบริษัทที่แสวงหากำไร เพื่อนำผลประโยชน์จากการประกอบกิจการมาสร้างประโยชน์คืนให้สังคม โดยเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอยู่นอกเหนือเวลาทำงานปกติขององค์กรหรือบริษัท
- **ธุรกิจเพื่อสังคม (CSR-in-process)** คือ การดำเนินธุรกิจขององค์กรหรือบริษัทที่หากำไรอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเป็นกิจกรรมที่อยู่ภายในเวลาทำงานปกติ

ลักษณะของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- **กิจการเพื่อสังคม (CSR-as-process)** คือการดำเนินธุรกิจหรือหน่วยงานที่ไม่แสวงหากำไร หรือหน่วยงานที่จัดตั้งโดยบริษัทเอกชนโดยไม่แสวงหากำไร มีการดำเนินงานในการจัดตั้งเพื่อมุ่งเน้นประโยชน์ของสังคมในรูปแบบมูลนิธิ มีการดำเนินงานในการจัดตั้งเพื่อมุ่งเน้นประโยชน์ของสังคมในรูปแบบมูลนิธิ องค์กรพัฒนาภาคเอกชน (NGO)

ประโยชน์ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- ช่วยในการรักษาลูกค้ารายเก่าและเพิ่มจำนวนลูกค้ารายใหม่
- ช่วยในการพัฒนาและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ชักพลาเยเออร์ และเครือข่ายธุรกิจ
- ช่วยในการดึงดูด รักษา และดูแลพนักงาน
- ช่วยในการประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ
- ช่วยในการสร้างความแตกต่างขององค์กรหรือบริษัทให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้น

ประโยชน์ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- ช่วยในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และเสริมสร้างอิทธิพลขององค์กรหรือบริษัท ในการดำเนินธุรกิจ
- ช่วยในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรหรือบริษัท
- ช่วยให้องค์กรหรือบริษัทและนักลงทุนสามารถเข้าถึงทุน และสร้างโอกาสในการ ดึงดูดนักลงทุนเพื่อระดมทุนขยายธุรกิจ
- ช่วยในการสร้างการประชาสัมพันธ์องค์กรหรือบริษัทในเชิงบวก

ความแตกต่างของจริยธรรม จรรยาบรรณ และกฎหมาย

ลักษณะ	จริยธรรม	จรรยาบรรณ	กฎหมาย
การควบคุม	การควบคุมจากภายในจิตใจ เกิดจากสำนึกผิดชอบชั่วดี	การควบคุมทั้งความคิดแนวทางการปฏิบัติตน และลักษณะการกระทำจากภายนอก	การควบคุมลักษณะการกระทำจากภายนอกโดยบทบัญญัติของรัฐ
ลักษณะกฎเกณฑ์	ไม่มีกฎเกณฑ์บังคับตายตัว	มีแนวทางปฏิบัติ โดยยืดหยุ่นตามแต่ละองค์กร เช่นแนวทางรับของขวัญ ๙	มีบทบัญญัติข้อห้ามชัดเจนว่าการกระทำใดผิดกฎหมาย

ความแตกต่างของจริยธรรม จรรยาบรรณ และกฎหมาย

ลักษณะ	จริยธรรม	จรรยาบรรณ	กฎหมาย
การกระทำ	ผิดศีลธรรม เป็นโทษทางสังคม	การทำผิดมีบทลงโทษตามแต่ละองค์กร เช่น แพทย์สภาจะยึดใบประกอบโรคศิลป์องค์กรธุรกิจจะพักงาน	มีบทลงโทษการกระทำผิดที่ชัดเจน
อำนาจการควบคุม	ตนเองเป็นผู้ควบคุมจากจิตใจ	การควบคุมโดยสายงาน ตั้งแต่ตนเอง ผู้บังคับบัญชา	รัฐ หน่วยงานของรัฐ

จรรยาบรรณนักการตลาด

หมายถึง ความประพฤติต่าง ๆ ที่นักการตลาดกำหนดขึ้นเพื่อเป็นการเสริมสร้าง และรักษาชื่อเสียงเกียรติยศของอาชีพนักการตลาดนักการตลาดจะต้องมีคุณสมบัติ ที่ดีได้แก่ มีความสามารถในการเป็นผู้นำการแก้ปัญหาความสามารถในการทำงาน ร่วมกับผู้อื่น เพื่อให้เกิดความสำเร็จ โดยมีวัตถุประสงค์ส่วนตัวที่ ต้องการจะมุ่งไปสู่เป้าหมาย

หลักการทั่วไป

- นักการตลาดไทยต้องมีจิตตระหนักรู้ ในภาวหน้าที่ และบทบาทที่จะช่วยกัน เสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันของธุรกิจไทย และของ ประเทศไทยในตลาดโลก
- ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดด้วยคุณธรรม และความรับผิดชอบต่อ การพัฒนาเศรษฐกิจ และ สังคม
- รับผิดชอบต่อผลการกระทำของตน และสร้าง ความพึงพอใจให้แก่กลุ่มสาธารณะที่เกี่ยวข้องโดยรวม

THE END