



หน่วยการเรียนรู้ที่

8

จรรยาบรรณ
และคุณสมบัติ
ของผู้ประกอบการ

สาระสำคัญ



จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ เป็นหลักความประพฤติที่ดีงามในการ ประกอบอาชีพ สามารถปฏิบัติตาม กฎหมายและข้อบังคับทางสังคม ทำให้ ธุรกิจตั้งมั่นอยู่ในความซื่อสัตย์สุจริตและ ความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค ผู้ซื้อ ผู้ขาย ลูกจ้าง พนักงานและสาธารณชนทั่วไป และธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

สาระการเรียนรู้

1. | ความหมายของจรรยาบรรณนักการตลาด
2. | หลักการสำคัญของจรรยาบรรณวิชาชีพ
3. | แนวทางปฏิบัติจรรยาบรรณวิชาชีพ
4. | จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจ
5. | คุณสมบัติของผู้ประกอบการ

สมรรถนะประจำ

หน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณ
และคุณสมบัติของผู้ประกอบการ



จุดประสงค์การเรียนรู้

1. บอกความหมายของจรรยาบรรณนักการตลาดได้
2. บอกหลักการสำคัญของจรรยาบรรณวิชาชีพได้
3. อธิบายแนวทางปฏิบัติจรรยาบรรณวิชาชีพได้
4. บอกจรรยาบรรณของผู้ประกอบการได้
5. บอกคุณสมบัติของผู้ประกอบการ





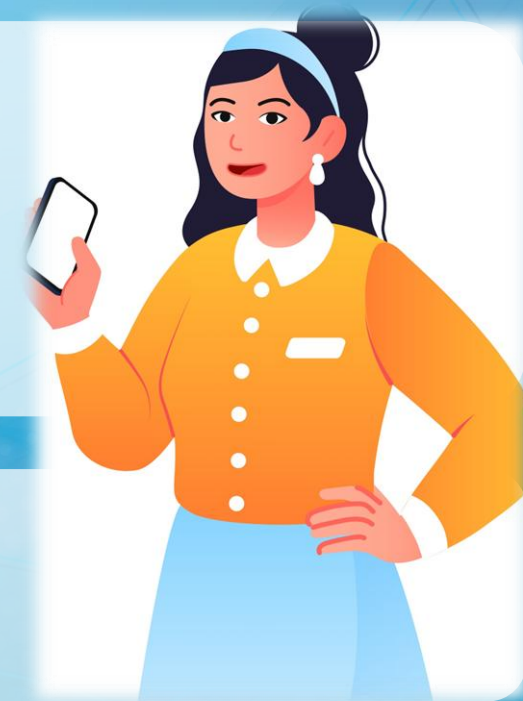
ความหมายของจรรยาบรรณนักการ

ตลาด

จรรยาบรรณ (Code of Ethics) หมายถึง ประมวลความประพฤติ ที่ผู้ประกอบการวิชาชีพ การงานแต่ละอย่าง กำหนดขึ้น เพื่อรักษาและสร้างเสริมเกียรติคุณ ชื่อเสียงและฐานะของสมาชิก อาจเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้ (ราชบัณฑิตยสถาน. 2546 : 289)

จรรยาบรรณประกอบวิชาชีพ (Professional Ethics) หมายถึง ประมวลความประพฤติข้อบังคับ มารยาท ที่ผู้ประกอบการวิชาชีพแต่ละอย่างกำหนดขึ้น เพื่อรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณ ชื่อเสียง ฐานะของสมาชิก ความดีงามรวมทั้งก่อให้เกิดความสงบสุข และความเจริญในตัวคน วิชาชีพ และสังคม

จรรยาบรรณนักการขาย (Selling Ethics) หมายถึง ความรับผิดชอบของพนักงานขายที่มีต่อสังคม ต่อบริษัท และต่อลูกค้า เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพการขาย



ทางสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทยได้กำหนดหลักจรรยาบรรณของนักการตลาดไว้ 7 ข้อ คือ

1.

รับผิดชอบต่อผลการกระทำของตนและพยายามทุกวิถีทางให้มั่นใจว่าการตัดสินใจหรือการกระทำใด ๆ ของตนเป็นไปเพื่อปองชี้ตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มสาธารณะที่เกี่ยวข้องโดยรวม

2.

ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับทางสังคม

3.

ตั้งมั่นอยู่ในความซื่อสัตย์สุจริตและความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค ผู้ซื้อ ผู้ขาย ลูกจ้าง พนักงานและสาธารณชนทั่วไป

4.

กระทำตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้ร่วมอาชีพและบุคคลอื่น

5.

ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณ

6.

ละเว้นการใช้อำนาจหน้าที่เพื่อผลประโยชน์ส่วนตน

7.

ยินดีเผยแพร่ความรู้ความสามารถในวิชาชีพของตนเพื่อสาธารณประโยชน์





หลักการสำคัญของจรรยาบรรณ

วิชาชีวะ

2.1

ความรักความศรัทธาในอาชีพ

2.2

ความซื่อสัตย์สุจริต

2.3

มีกฎระเบียบ

2.4

ยกย่องให้เกียรติผู้ร่วมวิชาชีพ

2.5

การรวมกลุ่มเพื่อสร้างความมั่นคงในวิชาชีพ





แนวทางปฏิบัติจรรยาบรรณวิชาชีพ

3.1

ความซื่อสัตย์

3.2

ความเป็นกลาง

3.3

ความเป็นอิสระ

3.4

การรักษาความลับ

3.5

มาตรฐานวิชาการและวิชาชีพ

3.6

ความสามารถและความระมัดระวัง

3.7

พฤติกรรมทางจริยธรรม



4.1

จรรยาบรรณของผู้ประกอบการต่อลูกค้า

ลูกค้า (Customer) คือ กลุ่มบุคคลผู้ซื้อสินค้าหรือบริการ ธุรกิจจึงควรมีจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจต่อลูกค้า ดังนี้

1. ปฏิบัติต่อลูกค้าทุกรายอย่างเป็นธรรม กำหนดราคาสินค้าบริการด้วยความยุติธรรม
2. ส่งมอบสินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ได้ตกลงกับลูกค้า หรือโฆษณาไว้
3. ให้บริการที่เป็นเลิศด้วยคุณภาพ และประสิทธิภาพ
4. ดูแล และรักษาผลประโยชน์ของลูกค้าอย่างเหมาะสม และเป็นธรรม
5. ดูแลความเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
6. รักษาความลับของลูกค้า รวมถึงไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ
7. ให้อิสระในการตัดสินใจของลูกค้า
8. จัดระบบหรือช่องทางเพื่อให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าและบริการและดำเนินการแก้ไข รวมถึงแจ้งผลให้ลูกค้าทราบ
9. มุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
10. กำหนดราคาสินค้าที่เป็นธรรม



4.2

จรรยาบรรณของผู้ประกอบการต่อผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าที่เสนอขายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจควรมีจรรยาบรรณต่อผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพดีตามที่เสนอขายและโฆษณาเพื่อตอบสนองความต้องการและเป็นที่พึงพอใจแก่ผู้บริโภค
2. ผลิตสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานอุตสาหกรรม มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม” (Thai Industrial Standard) หรือ มอก.
3. ผลิตสินค้าที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตามมาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยระบุวันผลิตและวันหมดอายุชัดเจน
4. แสดงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ และเปิดเผยความเสี่ยงทุกประเภทที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
5. ผลิตภัณฑ์แสดงถึงประโยชน์ต่อผู้บริโภค ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย การแก้ปัญหาให้กับลูกค้าการขายความปลอดภัย ความสะดวกสบาย การประหยัด



4.3

จรรยาบรรณของผู้ประกอบการต่อคู่แข่ง

คู่แข่ง (Competitor) คือ ผู้ที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน กลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งต้องมีการแข่งขันกันจึงควรมีจรรยาบรรณต่อคู่แข่ง ดังนี้

1. ประพฤติปฏิบัติภายใต้กรอบกติกาของการแข่งขันทางการตลาด
2. ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต หรือไม่เหมาะสม
3. ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางร้าย โดยปราศจากซึ่งมูลความจริงหรือกีดกันทางการค้า
4. ไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของคู่แข่งทางการค้า



4.4

จรรยาบรรณของผู้ประกอบการต่อพนักงาน

พนักงาน (Employer) คือ บุคลากร ทรัพยากรที่ทรงคุณค่าของการประกอบธุรกิจ ธุรกิจจึงควรมีจรรยาบรรณดังนี้

1. ให้ค่าจ้างและค่าตอบแทน และสภาพการจ้างตามกฎหมาย รวมถึงหลักประกันทางสังคมที่เหมาะสมต่อความรู้ความสามารถ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม
2. มีการจ้างที่เหมาะสมครอบคลุมค่าจ้าง ชั่วโมงการทำงานวันหยุด วันหยุดประจำสัปดาห์ วันหยุดพักผ่อนประจำปี วันหยุดตามประเพณี สุขภาพอนามัย และความปลอดภัย การคุ้มครองความเป็นมารดา ความรับผิดชอบต่อครอบครัว
3. ไม่ปลดออก เลิกจ้าง และไล่ออก โดยไม่มีกฎเกณฑ์ หรือเลือกปฏิบัติ
4. ไม่หาผลประโยชน์จากความไม่เป็นธรรม เอาัดเอาเปรียบกดขี่ด้านแรงงาน
5. พนักงานสามารถมีการปฏิบัติตามประเพณีประจำชาติ หรือประเพณีทางศาสนาได้
6. ให้ความเป็นธรรมต่อพนักงานทุกคน และให้ผลตอบแทนจัดให้มีสวัสดิการที่เหมาะสม
7. ดูแลเอาใจใส่ในสวัสดิภาพความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สินของพนักงานทุกคน

8. ส่งเสริม และสนับสนุนพนักงานในการพัฒนาความรู้ และให้ความก้าวหน้าแก่พนักงานตามความสามารถ และความเหมาะสมของพนักงานอย่างเป็นธรรม
9. ประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม
10. จัดสถานที่ทำงานที่ถูกสุขลักษณะ และสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีสำหรับพนักงาน
11. ให้สิทธิกับพนักงานในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการใช้สิทธิทางการเมือง ภายใต้บทบัญญัติแห่งกฎหมายรัฐธรรมนูญ โดยบริษัทจะไม่ยุ่งเกี่ยวและไม่เกี่ยวข้องกับการใช้สิทธินั้น ๆ ของพนักงาน
12. สนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานทุกคนคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กร หรือส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตนหลักการปฏิบัติต่อสังคมส่วนรวม
13. ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวและเอกสารส่วนตัวของพนักงานโดยไม่ได้รับอนุญาต
14. ให้ความเชื่อถือไว้วางใจด้วยการมอบหมายงาน และให้คำแนะนำปรึกษาด้วยความเต็มใจ



สังคม (Society) คือ การอยู่ร่วมกันในสังคม จึงต้องมีส่วนร่วมช่วยพัฒนาสังคมให้ดี มีความสงบสุข คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ธุรกิจจึงควรมีจรรยาบรรณต่อสังคม ดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อทางด้านกฎหมาย ดำเนินธุรกิจถูกต้องตามกฎหมายไม่ประกอบธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อมเสีย
2. ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ผลิตสินค้าตรงความต้องการของลูกค้า ตอบสนองความต้องการของชุมชน
3. การดำเนินธุรกิจ รวมถึงกระบวนการผลิตต้องคำนึงถึงชีวิต ทรัพย์สิน และความปลอดภัยต่อสังคม ชุมชน
4. คำนึงถึงประโยชน์ของสินค้า เมื่อนำไปใช้งาน หรือบริโภคไม่เกิดโทษ หรือเกิดผลกระทบกับสุขภาพ และชีวิตของคนในสังคม
5. ผลิตสินค้าและบริการตรงกับความต้องการของสังคม ปฏิบัติตามกฎหมาย ถูกต้องตามหลักศีลธรรม บริหารงานตรงตามความคาดหวังของสังคม
6. การร่วมพัฒนาสังคม รับผิดชอบต่อสังคม และสร้างประโยชน์ต่อสังคม
7. รับผิดชอบต่อสังคมสูงสุดและครบถ้วนทุกระดับ ก่อให้เกิดความอยู่ดีกินดีให้กับบุคคล ชุมชน และสังคมโดยส่วนรวม ซึ่งเป็นการยกระดับการดำรงชีพให้กับชุมชน

4.6

จรรยาบรรณของผู้ประกอบการต่อสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อม คือ ทุกสิ่งทุกอย่างทั้งที่มีชีวิต และไม่มีชีวิต สิ่งที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งที่มีชีวิต และไม่มีชีวิตธุรกิจจึงควรมีจรรยาบรรณต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1. ประกอบธุรกิจ ดูแลรักษาสภาพแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ
2. บริหารจัดการใช้พลังงาน สาธารณูปโภค และของเสีย เช่น น้ำ ไฟฟ้า ขยะมูลฝอย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
3. รับผิดชอบต่อการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ
4. ปรับปรุงวิธีการดำเนินงาน และส่งเสริมสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างต่อเนื่อง
5. ป้องกันและผลกระทบจากมลพิษ คำนึงถึงต้นเหตุที่จะทำให้เกิดมลพิษ ด้านสิ่งแวดล้อมเช่น เสียง กลิ่น สี ที่เป็นการรบกวนชุมชน และระบบนิเวศ



4.7

จรรยาบรรณของผู้ประกอบการต่อหน่วยราชการ

ธุรกิจประกอบกิจการมีการควบคุมดูแลของหน่วยราชการ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงควรมีจรรยาบรรณต่อส่วนราชการ ดังนี้

1. ปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมายในการประกอบธุรกิจอย่างเคร่งครัด
2. ให้ความร่วมมือกับหน่วยราชการในการตรวจสอบความถูกต้อง
3. ไม่ติดสินบนกับข้าราชการ หรือร่วมมือกับราชการในการกระทำที่ทุจริต
4. สร้างทัศนคติที่ดีต่อหน่วยราชการ
5. เป็นพลเมืองที่ดีเพื่ออยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข





คุณสมบัติของผู้ประกอบการ

5.1 Pickel and Abrahamson (1989)

ได้ศึกษาผู้ประกอบการขนาดย่อมจำนวน 97 ตัวอย่าง ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จมีคุณสมบัติที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. **แรงผลักดัน หรือแรงจูงใจในการทำงาน** ประกอบด้วย ความทะเยอทะยาน ความรับผิดชอบ และแรงจูงใจคือแรงขับที่จะผลักดันให้ขับเคลื่อน
2. **ความสามารถทางด้านสติปัญญา** คือ ความสามารถของบุคคลในการเรียนรู้โดยใช้สมองเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ประกอบด้วย ความรู้และทักษะ ความฉลาดทางสติปัญญา ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการคิดวิเคราะห์
3. **ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์** ประกอบด้วย ความสัมพันธ์เชิงบวก ความเป็นมิตร ความสามารถในการเข้าสังคม ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา รู้จักควบคุมอารมณ์ของตน มีบุคลิกภาพที่ดี ยอมรับฟังความคิดเห็นของบุคคลอื่น และมีสัมมาคารวะ สุภาพ อ่อนโยน
4. **ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร** ประกอบด้วย มีทักษะในการติดต่อสื่อสารที่ดีทั้งการสื่อสารด้วยวาจาและเป็นสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร มีความชัดเจนในการสื่อสาร เนื้อหากระชับเข้าใจง่าย มีเจตคติที่ดีต่อผู้ฟัง ฟังอย่างตั้งใจ
5. **ความสามารถด้านเทคนิค** ประกอบด้วย ความรู้เฉพาะทางเกี่ยวกับงาน ความสามารถในกิจกรรมต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ เช่น ความรู้ความเชี่ยวชาญอย่างเฉพาะ ทักษะและประสบการณ์ เพื่อให้การดำเนินงานง่าย และสะดวกรวดเร็วต่อการปฏิบัติงาน

ได้เสนอคุณลักษณะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 10 คุณลักษณะ คือ

1. ความสามารถเชิงเทคนิค (Technical competence)
2. ความสามารถทางจิตใจ (Mental ability)
3. การแสวงหาโอกาส (Opportunity orientation)
4. ความคิดริเริ่มและความรับผิดชอบ (Initiative and responsibility)
5. ความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือ (Integrity and reliability)
6. ความอดทนต่อความล้มเหลว (Tolerance for failure)
7. การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control)
8. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human relation skills)
9. ความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ (High achievement drive)
10. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

