

หน่วยที่ 2

จริยธรรมและจรรยาบรรณของนักธุรกิจในฐานะผู้ประกอบการ

Definisi Etika Perniagaan.

Etika perniagaan adalah prinsip-prinsip moral yang standard kelakuan perniagaan yang diterima oleh komuniti peniaga dan dunia perniagaan. Ia merupakan satu set nilai dan peraturan yang merangkumi peraturan yang baik atau buruk di dalam operasi perniagaan. Pada kebiasaannya pihak kerajaan, orang ramai, pesaing dan individu menentukan apa yang boleh diterima umum. Sebagai contoh, seorang usahawan yang beretika pada kebiasaannya adalah seorang yang jujur dan amanah. Pada 8 November 1983, Etika Amalan Perniagaan Malaysia (EAPM) telah dilancarkan oleh Menteri Perdagangan dan Perindustrian Malaysia. Etika ini merupakan usaha kerajaan untuk menimbulkan satu kesedaran di kalangan para peniaga supaya mempunyai tanggungjawab moral dan sosial.

Etika ini diwujudkan kerana desakan pergerakan yang menyatakan terhadap peningkatan berbagai amalan yang tidak sihat contohnya perkhidmatan yang tidak memuaskan dan pembaziran barangan dalam pasaran. Etika perniagaan adalah penting kerana ia akan menyesuaikan perniagaan dengan nilaidan jangkaan masyarakat. Usahawan dan perniagaan dijangka mematuhi Akta dan Undang-undang tempatan. Selain daripada peraturan dan akta perniagaan, keputusan beretika dapat menguatkan perhubungan dan kepercayaan dalam dunia perniagaan. Keputusan perniagaan yang tidak beretika bukan sahaja menghilangkan kepercayaan pelanggan tetapi juga melemahkan perniagaan di kemudian hari kelak. Contoh keadaan perniagaan yang tidak beretika adalah seperti sesetengah penjual yang mengenakan harga yang berlainan terhadap pelanggan yang berlainan. Ini biasa berlaku di pasar malam atau kedai runcit. Ini dikatakan kurang beretika dan dilarang oleh undang-undang.

Kajian menunjukkan bahawa etika perniagaan moden melakukan beberapa fungsi.

- **Maklumat.** Etika terutamanya bertujuan untuk memaklumkan seseorang tentang peraturan dan norma tingkah laku dalam masyarakat.
- **Standardisasi model tingkah laku individu dan kumpulan.** Pengetahuan peraturan memberikan kita kesempatan untuk bertindak sesuai dengan peraturan dalam setiap

situasi tertentu, menjadikannya lebih mudah untuk bergabung dengan tim, mengurangi perasaan ketegangan psikologis dalam hubungan bisnis.

- **Menyediakan kawalan sosial.** Dengan bantuan peraturan dan peraturan dalam masyarakat, keabnormalan tingkah laku yang tidak menyenangkan yang boleh membahayakan hubungan normal dihalang.
- **Fungsi diplomasi, perjuangan politik.** Mematuhi atau tidak mematuhi etika perniagaan membolehkan para pengulas atau lawan memahami sikap mereka terhadap diri mereka sendiri. Tidak sengaja peraturan mengenai pernyataan tentang kehendak yang tidak disengaja, pematuhan yang tepat dari semua peraturan dapat memberitahu tentang rasa hormat dan sikap terhadap hasil positif rundingan.
- **Pengenalpastian dengan orang lain** mewujudkan keselesaan psikologi. Etika perniagaan adalah, di atas semua, manifestasi budaya korporat, semangat berpasukan korporat, membantu pekerja untuk merasakan sebahagian daripada organisasi.

Ciri-ciri

Etika perniagaan adalah kawasan etnik yang agak mudah, namun ia mempunyai beberapa ciri yang menentukan komunikasi perniagaan. **Pertimbangkan ciri-ciri ini dengan lebih terperinci.**

- **Kepentingan reputasi dalam komunikasi perniagaan.** Kehilangan reputasi anda di dunia perniagaan praktikal bermakna kejatuhan sebuah syarikat. Setiap pengurus mesti menghargai namanya, kerana untuk mendapatkan reputasi di kalangan rakan kongsi dan pelanggan, perlu membuat banyak usaha dan masa ke dalamnya. Etika perniagaan memainkan peranan penting dalam pembentukan reputasi. Seorang pengurus atau pekerja yang tidak beretika dengan mudah boleh menjatuhkan imej syarikat. Oleh itu, sangat penting untuk memastikan bahawa seluruh pasukan mengetahui sekurang-kurangnya asas-asas etika perniagaan.
- **Ketumpatan dan kejelasan** - satu lagi komponen komunikasi perniagaan penting. Penetapan matlamat adalah sangat penting dalam aktiviti organisasi, kerana demi matlamat, semua kegiatannya dilaksanakan. Ketidakpastian dalam perumusan matlamat atau pernyataan yang tidak tepat dapat menyebabkan akibat negatif.

Organisasi yang tidak mempunyai matlamat tidak masuk akal, oleh itu ia tidak boleh wujud untuk jangka masa yang lama.

- **Kerjasama yang saling menguntungkan** Ia juga merupakan elemen penting dalam komunikasi perniagaan. Setiap ahli perniagaan yang berjaya tahu bahawa kerjasama yang saling menguntungkan adalah cara terbaik untuk perkongsian yang menguntungkan. Hubungan perniagaan selalu membayangkan hubungan yang saling menguntungkan.

Dalam etika perniagaan, jenis berikut boleh dibezakan:

- etika komunikasi langsung dengan pelanggan;
- etika komunikasi elektronik;
- panggilan telefon etika;
- etika kepala.

Komunikasi dengan pelanggan

Etika komunikasi dengan pelanggan bermula dengan peraturan asas berikut: pelanggan selalu benar. Komunikasi yang tepat dengan pelanggan melibatkan komunikasi yang sangat sopan, mesra dan menghormati. **Anda tidak boleh mengganggu, menaikkan suara anda, marah kepada pelanggan.** Pekerja mesti sentiasa tenang dan memberikan perhatian yang sama kepada orang ramai, memberikan perkhidmatan yang sama. Ia adalah perlu untuk memberi pelanggan pemahaman tentang apa yang sedang didengar, masalahnya adalah penting bagi syarikat. Semua peraturan ini dicapai oleh intonasi pekerja, gerak isyarat, ekspresi wajah.

Setiap syarikat yang berorientasikan pelanggan perlu memberi perhatian kepada latihan pekerja mereka dalam komunikasi dengan pelanggan. Budaya komunikasi dengan pelanggan secara langsung mempengaruhi pendapatan organisasi: tiada pelanggan - tidak ada pendapatan.

Surat-menyurat e-mel

Perkembangan rangkaian memberi kita lebih banyak peluang untuk komunikasi. Etika komunikasi elektronik adalah salah satu jenis komunikasi jarak jauh utama di dunia moden. **Dalam surat elektronik, ikut peraturan berikut:**

- mengisi semua bidang e-mel;
- alamat yang jelas dan nama penghantar;
- Petunjuk mandatori subjek surat itu;
- surat-menyurat teks surat kepada peraturan surat-menyurat perniagaan;
- Sambutan mandatori kepada surat perniagaan yang masuk, kecuali spam;

- Maklumat sulit melalui pos tidak boleh dihantar.

Keperluan untuk teks surat adalah sama seperti ucapan lisan - ihsan dan ihsan. Tetapi, sebagai tambahan, terdapat kekhususan tertentu. Sebagai contoh, anda tidak boleh menulis kata-kata dalam daftar "caps lock", ia boleh dilihat sebagai jeritan. Peraturan nada yang baik akan menjadi kehadiran tanda tangan elektronik. Anda juga perlu menentukan beberapa cara untuk menghubungi anda (telefon, faks, e-mel)

Juga dalam surat dalaman atau surat kepada orang yang dikenali, emotikon yang dipanggil dapat digunakan untuk menambahkan pewarnaan emosional kepada gambar - gambar grafik seseorang yang mempunyai emosi yang berbeza. **Dalam surat dan surat perniagaan kepada pelanggan, senyuman tidak disyorkan, supaya tidak memberi gambaran tentang orang yang remeh.**

Perbualan telefon

Protokol perbualan perniagaan telefon melibatkan urutan tindakan berikut:

- berfikir tentang topik perbualan terlebih dahulu;
- bermula dengan ucapan laconic;
- Memperkenalkan diri dan memperkenalkan syarikat;
- menunjukkan tindak balas yang menghormati kepada soalan-soalan dan komen-komen para pengantara;
- pendek dan sopan menamatkan perbualan.

Semasa perbualan telefon, cuba untuk bertanya sesedikit mungkin, untuk tidak terganggu dari perbualan. Sebarang perbualan perniagaan menunjukkan bahawa masa yang dibelanjakan untuknya akan minimum. Untuk mencapai lokasi dan kesetiaan, adalah disyorkan untuk menghubungi orang lain dengan nama sebanyak mungkin. Tonton intonasi anda - anda sentiasa boleh mendengar sikap positif atau bermusuhan menerusnya.

Etika kepala

Inti etika kepala adalah seni komunikasi dengan pasangan perniagaan, bawahan, pengurusan kanan, dan pelanggan. **Pihak berkuasa mesti sentiasa dibezakan oleh ketenangan, ketenangan dan kesopanan yang tinggi.** Pemimpin mesti dapat mendengar dan mendengar bawahannya, dalam situasi sukar untuk menemui mereka dan membantu.

Di Rusia, mengamati piawaian etika dalam komunikasi perniagaan menjadi agak baru-baru ini. Boleh dikatakan bahawa lebih daripada separuh daripada kegagalan syarikat-syarikat

domestik berlaku kerana kurangnya pemahaman tentang intipati etika dan kegagalan norma-normanya.

Peraturan asas

Tidak ada banyak aturan etika perniagaan, tetapi pematuhan mereka merupakan pintu terbuka untuk kesepakatan dan mitra baru.

- **Masa adalah wang:** seseorang perniagaan mesti semestinya mengetahui asas-asas pengurusan masa, menjaga masa dan rakan perniagaannya sendiri. Pelanggaran terhadap ketepatan waktu dalam persekitaran perniagaan membawa kepada perpecahan dalam hubungan bisnis, dengan pengabaian kontrak baru dan penamatan perjanjian.
- **Kod Pakaian:** orang sekitar sentiasa membentuk pandangan pertama mereka tentang anda dalam penampilan - gaya perniagaan dalam pakaian, aksesori, rambut akan memberitahu tentang anda sebagai orang yang mempunyai status dan kedudukan dalam masyarakat.
- **Desktop:** mengekalkan pesanan di desktop adalah bahagian penting imej seseorang perniagaan. Semua item mesti disediakan. Ingat: keadaan huru-hara di desktop - kekacauan di kepala saya.
- **Literasi:** Pidato melek huruf perniagaan pada dasarnya harus menjadi kualiti yang sangat diperlukan dalam setiap ahli perniagaan.
- **Sikap yang sopan terhadap pihak lawan:** jika anda bertindak hanya untuk kepentingan anda sendiri, semua rakan kongsi dan pelanggan dengan cepat akan hilang. Pendapat lawan harus dihormati, walaupun tidak sesuai dengan pandangan anda. Menghormati, tanpa altruisme yang berlebihan, adalah kunci kepada kesepakatan yang berjaya dan rundingan yang produktif.
- **Mematuhi rahsia perdagangan** juga merupakan peraturan etika perniagaan yang penting. Maklumat rahsia akan melindungi organisasi daripada persaingan yang tidak adil, tetapi kebocoran dalam kes terburuk boleh menyebabkan kebangkrutan organisasi.
- **Di tempat kerja - kerja:** memberi usaha yang maksimum untuk melaksanakan tugas mereka. Keupayaan untuk bekerja dengan cepat akan berkembang menjadi tangga di kerjaya.
- **Gerak isyarat perniagaan:** pose tertutup, kesombongan, melihat jauh akan memberitahu anda sebagai orang yang rahsia dan tidak boleh dipercayai. Tonton pergerakan dan postur anda - postur lurus, kelihatan yakin, kurang fussiness akan memberitahu anda sebagai orang perniagaan.

- **Subordinasi** la juga merupakan peraturan etika rasmi yang penting. Ini hampir menjadi ciri utama pekerja, yang mempedulikan bos di semua bidang aktiviti.

ในภาวะสังคมปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงมาก ทำให้นักธุรกิจต่างคิดกลยุทธ์การตลาดหลากหลาย เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งเพื่อให้ธุรกิจของตนอยู่รอด ในบางครั้งไม่ได้คำนึงถึงจรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจหรือนักธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศชาติ เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้เกิดกิจกรรมร่วมกันของคนในสังคม โดยมีนักธุรกิจเป็นกลไกในการเชื่อมโยง ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องเป็นผู้ที่มีความประพฤติดีและศรัทธาในวิชาชีพของตน เป็นแบบอย่างที่ดีแก่เพื่อนร่วมอาชีพ อันส่งผลให้เกิดการยอมรับจากคนทั่วไปในสังคม และสามารถทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้และเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ซึ่งจรรยาบรรณของธุรกิจคือ หลักเกณฑ์ให้ผู้ประกอบธุรกิจยึดเป็นแนวทางการประพฤติในการดำเนินอาชีพ โดยกำหนดตามบทบาทหลักดังนี้

1. จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อลูกค้า

ลูกค้า (Customer) คือ กลุ่มบุคคลผู้ซื้อสินค้าหรือบริการทำให้ธุรกิจมีรายได้ มีกำไร สามารถดำรงธุรกิจเจริญก้าวหน้า จึงควรมีจรรยาบรรณในการประกอบปฏิบัติตามข้อตกลงที่ทำไว้ด้วยความซื่อสัตย์ธุรกิจต่อลูกค้าดังนี้

1.1 กำหนดราคาสินค้าบริการด้วยความยุติธรรมเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ

1.2 มีความเสมอภาคเท่าเทียมกันในการเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน เปิดโอกาสให้ลูกค้าทุกคนซื้อสินค้าและบริการในทุกสถานะเศรษฐกิจ

1.3 ไม่สร้างเงื่อนไขให้ลูกค้ากระทำตาม บีบบังคับควบคุมการตัดสินใจของลูกค้า

1.4 ไม่กระทำการใด ๆ เพื่อทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้นโดยไม่มีเหตุผล

1.5 ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างมีอัธยาศัยไมตรีอันดี

2. จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งผู้ประกอบธุรกิจต้องมีการควบคุมการผลิตให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจควรมีจรรยาบรรณต่อผลิตภัณฑ์ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ สามารถใช้งานได้เหมาะสม มีความสวยงาม มีราคาคุ้มค่า สามารถตอบสนองความต้องการและเป็นที่พึงพอใจแก่ผู้บริโภค

2.2 ผลิตสินค้าและบริการได้มาตรฐานอุตสาหกรรม โดยมีการรับรองกรรมวิธีการผลิตตามระบบที่แสดงถึงความปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค เช่น มาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) และมาตรฐานระบบคุณภาพ (ISO) เป็นต้น

2.3 พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ

2.4 ผลิตสินค้าที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยระบุวันผลิตและวันหมดอายุ ที่ตั้งผลิตภัณฑ์ไว้

อย่างชัดเจน

2.5 เปิดเผยความเสี่ยงทุกประเภทที่เกี่ยวข้องหรือเนื่องจากต้งผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องดื่มชูกำลัง มีข้อความระบุว่า "ห้ามดื่มเกินวันละ 2 ขวด จะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ" ยาฆ่าแมลง มีข้อความระบุว่า "ควรเก็บให้พ้นมือเด็ก" หรือนมข้นหวาน ระบุข้อความว่า "ห้ามใช้เลี้ยงทารก" เป็นต้น

2.6 เปิดเผยถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์

2.7 ไม่ตั้งชื่อและออกแบบผลิตภัณฑ์รวมทั้งบรรจุภัณฑ์เลียนแบบผู้อื่น

2.8 ผลิตภัณฑ์ด้านอุตสาหกรรมต้องมีการควบคุมคุณภาพทั้งระบบครบวงจร

3. จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อคู่แข่ง

คู่แข่ง (Competitor) คือ ผู้ที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกับซึ่งต้องมีการแข่งขันกัน บางครั้งต้องมีการพึ่งพาอาศัยกัน การแข่งขันต้องเป็นไปอย่างถูกต้อง จึงควรมีจรรยาบรรณต่อคู่แข่งดังนี้

3.1 ไม่กลั่นแกล้งหรือให้ร้ายทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม หรือทำการข่มขู่และกีดกันทางการค้า

3.2 การให้ความร่วมมือในการแข่งขันเพื่อสร้างภาวะตลาดที่ดี เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า การร่วมมือในการป้องกันรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3.3 ไม่ล่วงละเมิดสิทธิตามกฎหมายของคู่แข่งเช่น ละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เป็นต้น

3.4 ไม่จารกรรมความลับทางธุรกิจของคู่แข่ง

4. จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อหน่วยราชการ

หน่วยราชการ เป็นสถาบันหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีการติดต่อกับหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้การประกอบธุรกิจยังอยู่ในการควบคุมดูแลของหน่วยราชการอีกด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงควรมีจรรยาบรรณต่อส่วนราชการดังนี้

4.1 ปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมายในการประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ เช่น จัดทำบัญชีและเสียภาษีถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ และไม่เปิดโอกาสให้ข้าราชการประพฤติมิชอบในธุรกิจของตน

4.2 ไม่ให้สินบนเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ

4.3 ไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนข้าราชการในการกระทำที่ส่อทางทุจริต

4.4 ไม่ให้ของขวัญหรือของกำนัลแก่ข้าราชการเพื่อประโยชน์ของธุรกิจ

4.5 ทำธุรกิจกับส่วนราชการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม ความเป็นมิตรไมตรี

4.6 ให้ความร่วมมือกับส่วนราชการในการทำหน้าที่พลเมืองที่ดี โดยการสละกำลังกาย กำลังทรัพย์ตามความเหมาะสม สนับสนุนด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่สังคมและชุมชน

4.7 มีทัศนคติที่ดีและเชื่อมั่นต่อส่วนราชการ ให้ความร่วมมือกับส่วนราชการ

5. จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อพนักงาน

พนักงาน (Employer) คือ บุคลากร ซึ่งเป็นปัจจัยในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ ถ้าไม่มีพนักงานทำหน้าที่ต่าง ๆ ในองค์กร ย่อมทำให้ไม่เกิดกิจกรรมทางธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจจึงควรมีจรรยาบรรณดังนี้

5.1 ให้คำจ้างและผลตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ และลักษณะของงาน

5.2 ให้สวัสดิการที่ดี ทำให้พนักงานมีสวัสดิภาพในการดำรงชีวิต

5.3 สนับสนุนพนักงานมีการพัฒนาตนเองเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถโดยการฝึกอบรมสัมมนา รวมทั้งสนับสนุนด้านการศึกษา เช่น ทุนการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นต้น

5.4 ให้ความยุติธรรมเท่าเทียมกัน ทั้งด้านการปกครองและผลตอบแทน

5.5 เคารพสิทธิส่วนบุคคลและความสามารถของพนักงาน โดยไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของพนักงานโดยไม่ได้รับอนุญาต

5.6 ศึกษาทำความเข้าใจพนักงานด้านอุปนิสัย ความถนัด ความสามารถ เพื่อจัดหน้าที่ของพนักงานให้เหมาะสมกับงานที่ทำ

5.7 ให้ความเชื่อถือไว้วางใจด้วยการมอบหมายงานที่มีความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น รวมทั้งให้การยอมรับในผลงาน และส่งเสริมสถานภาพในการทำงานให้สูงขึ้น

5.8 ให้คำแนะนำปรึกษาด้วยความเต็มใจทั้งเรื่องงานเรื่องส่วนตัวตามความเหมาะสม

5.9 ส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานประพฤติตนเป็นพลเมืองดีต่อสังคมประเทศชาติ

6. จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อสังคม

สังคม (Society) คือ การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มของบุคคล มีหน้าที่ในสังคมแตกต่างกัน มีการแบ่งงานกันทำ มีสิทธิและเสรีภาพในฐานะการเป็นพลเมืองเท่าเทียมกันตามกฎหมาย ผู้ประกอบธุรกิจก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม จึงต้องมีส่วนร่วมช่วยพัฒนาสังคมให้เจริญก้าวหน้ามีความสุข มีส่วนรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงควรมีจรรยาบรรณต่อสังคมดังนี้

6.1 ไม่ประกอบธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อมทั้งด้านจิตใจและด้านศีลธรรม เช่น การเปิดบ่อนการพนัน ทำธุรกิจที่สนับสนุนให้เกิดการทำผิดกฎหมายเช่น รับซื้อของโจร เป็นต้น

6.2 ไม่ทำธุรกิจที่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น ค้าไม้เถื่อน การรุกรานที่สาธารณะ การปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำลำคลอง เป็นต้น

6.3 มีการป้องกันไม่ให้อธุรกิจเป็นต้นเหตุให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมทั้งด้านเสียง สี และกลิ่น เช่น มีการจัดทำบ่อบำบัดน้ำเสีย การเก็บรักษาและทำลายวัตถุมีพิษต่าง ๆ ด้านความปลอดภัย และการรักษาความปลอดภัยด้านอื่น ๆ เป็นต้น

6.4 ให้ความเคารพในสิทธิทางปัญญาของบุคคลอื่นหรือธุรกิจอื่น ด้วยการไม่ลอกเลียนแบบโดยไม่ได้รับอนุญาต

6.5 ให้ความร่วมมือกับทุกฝ่ายในชุมชนเพื่อสร้างสรรค์สังคมโดยการสละเวลา กำลังกาย กำลังทรัพย์เพื่อความน่าอยู่ของสังคม เช่น ร่วมจัดทำศาลาพักผู้โดยสาร ร่วมปลูกต้นไม้ในสวนสาธารณะ ฯลฯ

6.6 สร้างงานแก่คนในสังคมให้มีรายได้ ทำให้มีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ดีขึ้น

7. จรรยาบรรณของพนักงานต่อผู้ประกอบธุรกิจ

พนักงานต้องมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพต่อผู้ประกอบธุรกิจเช่นเดียวกัน ถ้าทั้ง 2 ฝ่าย

ต่างปฏิบัติต่อกันด้วยการมีจรรยาบรรณยอมทำให้การทำงานประสบผลสำเร็จและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขได้
ดังนั้น พนักงานจึงควรมีจรรยาบรรณต่อผู้ประกอบการธุรกิจดังนี้

7.1 มีความซื่อสัตย์สุจริตมีความรับผิดชอบ ขยันหมั่นเพียรและมีวินัย

7.2 มีความรับผิดชอบต่อและรักษาทรัพย์สินของกิจการ ด้วยการใช้ทรัพย์สินให้เกิดประโยชน์สูงสุด
ดูแลรักษาไม่ให้สูญหายและไม่นำไปใช้ประโยชน์ส่วนตัว

7.3 ประพฤติและปฏิบัติตนให้อยู่ในศีลธรรม ไม่ปฏิบัติตนให้มีผลกระทบต่อนายจ้าง

7.4 ไม่ประพฤติและปฏิบัติสิ่งขัดต่อผลประโยชน์ของนายจ้าง ด้วยการกระทำตนเป็นคู่แข่งชั้น
ในเชิงธุรกิจการรับผลประโยชน์และเกี่ยวข้องทางการเงินกับคู่แข่งชั้นของนายจ้าง ซึ่งมีผลทำให้เกิดความ
ได้เปรียบและเสียเปรียบในเชิงธุรกิจกับคู่แข่งชั้น

7.5 ไม่ทำงานให้บุคคลอื่น ต้องมีความจงรักภักดีเต็มใจทำงานให้นายจ้างอย่างเต็มความสามารถ
ยกเว้นได้รับการอนุญาตจากนายจ้างก่อนซึ่งต้องไม่เป็นอุปสรรคต่องานประจำ

หากทุกภาคส่วนในสังคมได้คำนึงถึงจรรยาบรรณวิชาชีพของตน ย่อมทำให้กลไกทางสังคม
สามารถขับเคลื่อนได้ไปในทิศทางที่ทุกองค์กรมุ่งหวังไว้ และได้รับผลตอบแทนที่น่าพอใจทั้งสองฝ่ายแบบเธอได้
ฉันได้win win

เอกสารอ้างอิง

<http://www.nfe.go.th>

<https://www.gotoknow.org/posts/494333>