

龍華科技大學通識教育中心

「職場倫理」課程講義

〈個案分析參考資料〉

授課教師：吳澤玫

主題：如何跟雇主相處

個案 I：聯華電子員工網路監控案

參考資料：

1. 葉保強，《企業倫理》，臺北：五南圖書，2008，第四章。
2. Archie B. Carroll、Ann K. Buchholtz 著，莊立民 編譯，《企業倫理》，臺北：全華科技，2006，第十六章至十八章。
3. 余坤東，《企業倫理：商業的道德規範》，臺北縣：前程文化，2008，第三章。
4. Center for Civic Education 原著，郭菀玲 譯，《挑戰未來公民：隱私》（*Foundations of Democracy: Authority, Privacy, Responsibility, and Justice*），臺北：民間司改會，五南，2008。

分析焦點：企業監控員工使用電子郵件和網路的情況對維護經營利益有其必要性，但也有侵犯隱私權的可能。在本個案中，可以選擇從雇主的角度出發，分析企業可以採取何種措施來兼顧企業經營利益和員工隱私權？或者可以選擇從員工的立場出發，思考當員工發現企業對其使用 E-mail 和網路的情況進行監控時，可以採取何種行為來保障自己的權利？

一、雇主與員工之間的關係（參考葉保強：122-126）

1. **雇主與員工的契約關係：**勞資關係建立在契約自由原則上，用契約來界定雙方的行為、義務與權利。
2. **雇主與員工的倫理關係：**來自於雇主和員工之間不成文的心理契約或道德契約。若違反了契約裡的期望與承諾，就會損害彼此之間的關係。員工會失去對雇主的忠心和信任、對工作的熱情減退，甚至暗中另覓雇主。雇主會失去對員工的信任、加強對員工的監督、不會在員工身上投資，甚至會找藉口解雇員工。

二、職場隱私權

(一)什麼是「隱私」？（參考 Center for Civic Education: 4 ; Carroll & Buchholtz: 530）

隱私權包括以下權利：

1. **決定自己是否要與他人分享資訊的權利：**個人和團體有權自己決定在什麼時候、以什麼方式、在多大範圍內，有關他們的資訊可以告知他人。
2. **獨處的權利：**也就是獨自一人、遠離其他人的權利。
3. **不受他人干涉的權利：**自主權。

(二)保有隱私的價值：（參考 Center for Civic Education: 2.）

- 隱私的價值在於我們能享有財產權，以及享有思想、表達、宗教與良心的自由。
- 但隱私權並不是一種絕對的權利。個人的隱私權有時必須受到限制，以保障某些重大利益或社會對於秩序與資訊的需求。
- 我們要能思考與決定，何時應該保障隱私權，何時應該適度限制隱私權。

(三)保障員工隱私權的道德考量：

- 1.效益主義的考量：**保障員工隱私權可以促進其在職場中的自由、安全感與工作效能，但若涉及企業營業機密或技術資訊外流，卻也可能損害企業和股東的利益。因此，制定跟隱私權有關的公司政策並且讓員工充分瞭解該政策，可以促進社會整體的最大效益，是道德上對的行為。
- 2.康德倫理學：**若企業監控員工使用電子郵件和網路的情況之動機是出於雇主個人利益或喜好，則不是出於善意志，所以這個行為沒有道德價值。此外，在未告知員工的情況下進行網路監控無法通過定言令式的普遍法則形式之檢驗，因為一旦普遍化將造成員工極大的不安全感、破壞工作士氣。最後，它也無法通過定言令式的目的自身形式之檢驗，因為這樣的監控行為沒有尊重員工的尊嚴和隱私權。因此，在未告知員工的情況下進行網路監控的行為是道德上錯誤的。
- 3.權利原則：**隱私權屬於員工在職場裡的基本權利，管理者行使管理權，不應任意侵犯員工的隱私權。（參考余坤東：109-112）

(四)隱私權的法律規範：

- 1.刑法：**第 315 條之一（妨害秘密罪）
- 2.民法：**第 195 條第一項（侵害人格權之損害賠償）。
- 3.通訊保障及監察法：**第 3 條第一項（對通訊範圍之定義）、第 19 條和第 24 條（違法監察通訊之刑期處分和損害賠償）
- 4.勞動基準法：**第 12 條（雇主可不經預告終止勞動契約之規定）

(五)與隱私權問題有關的政策指導方針：企業經營利益和員工隱私權之間的平衡，可以透過相關的政策指導方針來制定管理措施。 Frederick S. Lane 認為，為維護員工隱私權，雇主應該：

- 1.在取得員工與求職者的個人資訊前，先徵求其同意。
- 2.從事任何檢視活動前，先行告知員工。
- 3.訂定控管方案，以免資訊意外洩漏。
- 4.限制與工作相關的醫療和健康記錄的蒐集與使用。
- 5.應先有合理的懷疑，才得以進行毒品測試。
- 6.尊重與保留員工的家庭與個人休閒生活。（參考 Carroll & Buchholtz: 543-544）

主題：如何跟同事相處

個案 II：浮報公費案

參考資料：

1. 金恩(W. J. King)，《最重要的工作書：巴菲特、威爾許盛讚的職場守則》，齊立文 譯，臺北：先覺出版社，2008。
2. 黃桂林，〈處理職場衝突的心法〉
<http://www.web4share.com/viewthread.php?tid=115252&extra=page%3D7>
3. 網路文章〈職場中不可深交的五種人〉
http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/ln.xinhuanet.com/zjy/2011-10/12/content_23877322.htm

分析焦點：在職場中要如何處理跟主管或同事之間發生的衝突，是一件需要智慧和勇氣的抉擇。在本個案中，可以從主角小蕙的立場出發，思考一下當道德上正確的行為跟同事情誼發生衝突時，有沒有兩全其美的辦法？如果有，應該怎麼做？如果沒有，應該如何在二者之中做抉擇？

一、職場中的人際關係

(一)職場中不可深交的五種人：（參考網路文章〈職場中不可深交的五種人〉）

1. 交淺言深者不可深交。
2. 搬弄是非的饒舌者不可深交。
3. 惟恐天下不亂者不宜深交。
4. 順手牽羊愛佔小便宜者不宜深交。
5. 被上司列入黑名單者不宜深交。

(二)處理職場衝突的方法：（參考黃桂林，〈處理職場衝突的心法〉）

1. 當你認為同事之間所產生的衝突並不嚴重，大家只是在觀點與角度上有分歧，影響不了正常運作，加上雙方也因為是次衝突，正處於檢討和冷靜期的時候，你不妨採取「不面對，避重就輕」。
2. 當你認為同事之間所產生的衝突之中，發現自己的觀點確實有問題，當時只是意氣之爭，如果自己繼續堅持，可能會引致更大的損失，為了與同事間保持良好合作關係，以便日後可以爭取有關效益，甚至作出小小的犧牲以換取更大的利益的時候，你不妨採取「退一步，海闊天空」。
3. 當你知道自己的論點非常重要，必須要堅持，並且絕對不能讓步以及要作出果斷的解決行動的時候，你不妨採取「進一步，據理力爭」。

- 4.當你發現衝突雙方都有可取之處，要是找出了「勝與負」可能會對公司帶來更大的傷害，甚至令公司組織破裂的時候，你不妨採取「不堅持，互相妥協」。
- 5.當你發現雙方均有合作態度和承諾，亦有足夠時間深入了解問題和解決方案，為了顧全各方利益以及使公司得益的時候，你不妨採取「顧大局，全面合作」。

二、浮報公費

- 員工常因業務需要而出差，相關的交通費、住宿費、膳食費等支出，多採檢附憑證、實報實銷的原則報支。然而，常見有員工貪小便宜、浮報公費之情事。
- 金恩(W. J. King)曾指出，勇敢堅持自己的信念包括有勇氣去做自己認為道德上對的事情，而且對可能招致的批評或必須解釋自己的行為，不要過度害怕。當你知道自己有理時，就展現出你隨時準備好要展開一場良性的爭論，這會讓你贏得同事的尊敬（參考金恩，2008：104, 111）。此外，不妥協和堅守誠信，終究會讓人得到珍貴的報償：他人對你的信心，這是一項重要的資產（參考金恩，2008：106）。

(一)浮報公費的道德考量：

- 1.**效益主義**：公務人員浮報公費的作法將會為社會整體造成極大的負面效益，其不但浪費公帑，且一旦蔚為風氣，將嚴重損害所有納稅人的利益。由於浮報公費可能產生的負面效益遠大於正面效益，所以是道德上錯誤的行為。
- 2.**康德倫理學**：浮報公費的動機是出於個人利益的考量，不是出於善意志，所以這個行為沒有道德價值。此外，浮報公費的行為無法通過定言令式的普遍法則形式之檢驗，因為浮報公款、欺騙所屬機關涉及到做虛假承諾，一旦普遍化就會產生觀念在實踐上的矛盾。最後，它也無法通過定言令式的目的自身形式之檢驗，因為這樣的行為等於把所屬機關、同仁和納稅人當成只是增進自身利益的工具。因此，浮報公費是道德上錯誤的行為。
- 3.**德行倫理學**：浮報公款違反「誠信」與「正義」的德行。即使是為了維持跟主管與同事之間的情誼，而配合大家的決定，浮報公款，看似友誼的展現，但其實不然。協助朋友去做錯誤的事情只會讓他們成為一個糟糕的人，一旦養成不誠實的習慣，長遠來說對他們絕不是一件好事，所以不是真正友誼的展現。

(二)浮報公費的法律考量：

- 1.**貪污治罪條例**：第 5 條（利用職務上機會詐取財物罪）、第 6 條（對於主管或監督之事務，直接或間接圖自己或其他私人不法利益罪）、第 8 條（減刑或免刑的相關規定）、第 12 條（減刑或免刑的相關規定）。
- 2.**刑法**：第 213 條（公務員登載不實文書罪）、第 214 條（使公務員登載不實文書罪）、第 215 條（業務登載不實文書罪）、第 339 條（詐欺罪）、第 342 條（詐欺罪）。
- 3.**勞動基準法**：第 12 條（雇主可不經預告解僱勞工之適用情況）。

主題：如何跟同事相處

個案Ⅲ：職場性騷擾案

參考資料：

1. 葉保強，《企業倫理》，臺北：五南圖書，2008。
2. Archie B. Carroll、Ann K. Buchholtz 著，莊立民 編譯，《企業倫理》，臺北：全華科技，2006。
3. 全國就業E網，〈雇主如何建構職場性騷擾防治措施〉，
<http://www.ejob.gov.tw/news/cover.aspx?tbNwsCde=NWS20070622HRR479069&tbNwsTyp=441>

分析焦點：職場中的性騷擾事件對受害人、雇主和企業，都會產生極大的負面影響。在本個案中，可以從受騷擾員工小西的角度去思考，當她對小朱的黃色笑話以及不必要的身體接觸感覺不舒服時，應該怎麼跟小朱溝通，減少被騷擾的情況？當公司主管顧慮小朱的人脈背景而不願積極處理性騷擾申訴案件，甚至暗示小西若無法忍受則自行離職時，小西應該選擇怎麼做？這裡涉及的是個人身體自主權與保有工作、薪水之間的兩難抉擇，也涉及到公司其他女同事的權益問題。

一、什麼是性騷擾？

(一)我國〈性騷擾防制法〉對性騷擾的定義（第2條）：

本法所稱性騷擾，係指性侵害犯罪以外，對他人實施違反其意願而與性或性別有關之行為，且有下列情形之一者：

1. 以該他人順服或拒絕該行為，作為其獲得、喪失或減損與工作、教育、訓練、服務、計畫、活動有關權益之條件。
2. 以展示或播送文字、圖畫、聲音、影像或其他物品之方式，或以歧視、侮辱之言行，或以他法，而有損害他人人格尊嚴，或造成使人心生畏怖、感受敵意或冒犯之情境，或不當影響其工作、教育、訓練、服務、計畫、活動或正常生活之進行。

(二)哪些行為構成性騷擾：

- 性騷擾的受害人和加害人可以是男性或女性。加害人可能是受害人的主管、同事。
- 以下行為都可能構成性騷擾：(1)含有性暗示的評論、提議、言語、笑話。(2)故意觸摸、碰撞身體。(3)帶有暗示性的表情與姿勢。(4)強迫約會和性愛。(5)被派去做一些不必要的差事，讓對方有機會盯著身體某些部位看。(6)在辦公室放置、張貼色情物品或圖片。（參考 Carroll & Buchholtz: 588-589）

(三)職場性騷擾的道德考量：

1. **效益主義**：職場性騷擾事件會對受騷擾員工和其他員工造成身心傷害，對企業內部的工作氣氛、員工士氣以及企業外部形象也會造成極大的打擊。因此，若企業不願積極處理性騷擾申訴不能為社會整體創造最大效益，所以是道德上錯誤的行為。
2. **康德倫理學**：若企業不願積極處理性騷擾申訴是因為顧慮到加害員工的特殊身份，則其動機不是出於善意志，所以這樣的行為沒有道德價值。此外，不積極處理性騷擾申訴的作法無法通過定言令式的普遍法則形式之檢驗，因為一旦普遍化，將造成企業員工在職場中的不舒服感受，以及不和諧的工作氣氛。並且，這樣的行為無法通過定言令式的目的自身形式之檢驗，因為企業沒有尊重受騷擾員工的尊嚴與權益。因此，企業不願積極處理性騷擾申訴是道德上錯誤的行為。
3. **正義原則**：企業應透過公平程序處理性騷擾申訴案件，對騷擾者給予合理懲處，對受害者提供適當補償，如此才符合程序正義、懲罰正義和補償正義的要求。
4. **權利原則**：企業應公正處理性騷擾申訴案件，才能保障員工的平等權、合理程序權利以及職場安全與職場健康的權利。（參考葉保強，2008：126-127; Carroll & Buchholtz: 506-561）

(四)性騷擾的法律規範：

1. **性騷擾防治法**：第 2 條（對性騷擾的定義）、第 9 條、第 20 條、第 21 條（騷擾者的損害賠償責任）
2. **社會秩序維護法**：第 83 條（對他人施以猥褻之言語、舉動者之罰鍰處分）
3. **刑法**：第 225 條（對於因不能或不知抗拒者而為猥褻行為之刑事處分）、第 227 條（利用權勢或機會迫使他人性交或猥褻者之刑事處分）、第 228 條（對 16 歲以下男女從事性交或猥褻者之刑事處分）
4. **民法**：第 18 條（要求法院除去或防止人格權受侵害之權利）、第 195 條（侵害人格權之損害賠償）

二、雇主如何建構職場性騷擾防治措施（參考全國就業 E 網）

1. 實施防治性騷擾之教育訓練，而受雇勞工對這項教育訓練不得拒絕。
2. 頒佈禁止工作場所性騷擾的書面聲明，內容應包括宣示嚴禁職場發生任何性騷擾之發生、明確界定性騷擾且舉例說明等。
3. 設置性騷擾申訴管道，如專線電話、傳真、專用信箱或電子信箱，並將相關資訊於工作場所顯著之處公開揭示。
4. 規定處理性騷擾事件的申訴程序，並指定人員或單位負責。調查所得之資料應予保密，以保護當事人的隱私權及其他人格法益，並使申訴人免於遭受任何報復或其他不利的待遇。
5. 性騷擾行為經調查屬實，雇主應視其情節輕重，對加害人為適當之懲戒，如警告、申戒、記過、調職、開除；如經證實是虛構誣告者，亦依其情節輕重予以適當的懲戒。
6. 適當補償措施。對於情節輕微之性騷擾案件，雇主得要求加害人道歉，或以書面保證不再有類似行為。並視需要提供被害人適當的心理諮商治療。

主題：如何跟消費者相處

個案IV：電視購物台不實廣告案

參考資料：

- 1.葉保強，《企業倫理》，臺北：五南圖書，2008，第五章。
- 2.陳勁甫、許金田，《企業倫理：內外部管理觀點與個案》，臺北縣：前程文化，2010，第五章、第六章。
- 3.余坤東，《企業倫理：商業的道德規範》，臺北縣：前程文化，2008，第四章。
4. Archie B. Carroll、Ann K. Buchholtz 著，莊立民 編譯，《企業倫理》，臺北：全華科技，2006，第十六章。

分析焦點：在本個案中可以從員工（例如案例中的小美）的角度思考，當公司生產危害消費者權益的產品，或要求你推銷有問題產品、從事欺騙性廣告時，你該怎麼做？這裡涉及的是個人利益（保有工作、薪水）和社會責任（保障消費者權益）之間的衝突與兩難問題。

一、欺騙性廣告(deceptive advertising)

(一)欺騙性廣告的手法：雇用一些人偽稱是產品的使用者，虛假地陳述產品的好處；偽做「產品保證書」；標示誤導性價格；隱瞞產品的毛病；造謠詆毀競爭對手的產品；仿冒一個有名的品牌。（參考葉保強：153-154）

(二)欺騙性廣告的道德考量：

- 1.效益主義：欺騙性廣告會讓消費普遍不信任廣告，導致廣告的合理功能無法發揮。這並非對社會整體效益最大的行為。
- 2.康德倫理學：廠商運用欺騙性廣告來提高銷售業績不是出於善意志，所以這個行為沒有道德價值。此外，這種行為無法通過定言令式的普遍法則形式之檢驗，所以是不道德的行為。因為一旦普遍化，就沒有人會再相信廣告裡說的事情，這跟廣告的目的背道而馳（產生觀念上的矛盾）。最後，欺騙性廣告無法通過定言令式的目的自身形式之檢驗，因為這樣的行為把消費者當成只是自己賺錢的工具，而沒有尊重他們。
- 3.消費者權利：欺騙性廣告侵犯了消費者獲得真實產品訊息的權利（資訊權利）。若產品對人體有害，則違反消費者的安全權利。最後，欺騙性廣告侵犯了消費者的物有所值權利。

(三)欺騙性廣告的法律考量：

- 1.公平交易法：第 21 條（虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵）、第 35 條（罰則）、第 41 條（罰則）。
- 2.消費者保護法：第 22 條（廣告內容之真實）、第 23 條（廣告媒體的連帶損害賠償責任）。

3.刑法：第 339 條（詐欺罪）。

4.藥事法：若產品屬於藥品，還可能違反藥事法第 82 條（針對製造或輸入者）、第 87 條（針對銷售人員）的規定。

二、銷售人員與廣告代言人的道德

(一)銷售人員面臨的道德議題：

1.個人利益和公司利益的衝突：如果公司的薪資或獎金計算方式不良，就會誘使銷售人員違背公司利益。

2.公司利益和顧客利益的衝突：銷售人員既代表公司利益，卻又必須考慮其所服務的顧客的利益，往往形成角色衝突。（參考余坤東：157）

(二)銷售人員的法律考量：

1.行政罰法：第 14 條（共同違法及併同處罰）。

2.公平交易委員會薦證廣告規範：民國 94 年 9 月實施。

(1)廣告主對薦證者資訊之真實原則。

(2)罰則與法律責任：廣告主違反本法規得限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處 5 萬元以上 2500 萬元以下罰鍰。薦證者(代言人)、廣告代理業與廣告媒體業也必須與廣告主負連帶損害賠償責任。

三、揭發弊端（參考陳勁甫、許金田：88-91）

(一)弊端揭發：或稱吹哨子(whistle-blowing)，指的是公司現任或離職員工向能採取矯正行動的人或單位揭露公司權責員工的不法、不道德或不當行為。

(二)吹哨行為的倫理困境：吹哨者(whistle-blower)將面臨行政倫理上的兩難困境：到底是服從組織忠誠的要求？還是要遵從自我良心道德的判斷？

(三)吹哨行為的實務風險：失去工作；考績與福利減損；更嚴厲與更重的工作要求；調到較差的工作或部門；無法參與核心活動；晉升困難；暴露身分、喪失隱私權；同事排斥造成人際關係的緊張。

(四)吹哨困境的行為選擇：吹哨人經過道德、理性與心理掙扎評估後，可能採取的行為選擇包括沈默(Silent)、行動(Action)、發聲(Voice)及離開(Exit)。

(五)揭發弊端前，吹哨者應該加以遵循的檢查表：（參考 Carroll & Buchholtz: 517）

1.除了揭發弊端外別無他法嗎？

2.企圖揭露的弊端是基於公眾利益，而非個人利益或政治利益嗎？

3.有沒有想過揭發弊端會對你自己或你的家人帶來什麼後果？

4.在揭發弊端的過程中，找出組織內部、外部的支持力量，要確認自身的法律權益，並尋求他人的幫助。

5.你有足夠的證據嗎？

6.在採取揭發弊端行動前，你是否已經辨認並複製所有的相關文件呢？

主題：資訊倫理

個案 V：東森購物客戶個資外洩案

參考資料：

- 1.葉保強，《企業倫理》，臺北：五南圖書，2008，第五章。
- 2.陳勁甫、許金田，《企業倫理：內外部管理觀點與個案》，臺北縣：前程文化，2010，第十一章。
- 3.余坤東，《企業倫理：商業的道德規範》，臺北縣：前程文化，2008，第六章。

分析焦點：

1. 從企業經營者的角度來看，如何能夠兼顧「企業經營利益」和「消費者隱私權」？若發生個資外洩情況，該如何做危機處理、改善相關政策和技術機制？
2. 從消費者的角度來看，網路購物、線上遊戲的盛行，使得個人資料隨時有洩漏的危險，消費者應該如何確保自己的隱私？

一、資訊倫理（參考陳勁甫、許金田：208-211）

- (一)資訊倫理(information ethics)的重要性：處在一個資訊科技發達，但飽受威脅性的攻擊和不安全的資訊環境下，若資訊使用者不注重倫理行為，則資訊失序的行為與傷害將更為大增。
- (二)什麼是資訊倫理：針對資訊科技發展和資訊使用規範有關的道德系統，稱為資訊倫理。

二、資訊倫理的隱私權議題

- (一)資訊的隱私權：有關個人的任何資料，在未獲當事人同意和授權之前，資訊持有人不得將當事人所提供的資料轉用於其他目的之上。企業對蒐集到的個人資料有保密的義務。

(二)顧客資料的蒐集與保管：（參考余坤東：228-229）

- 1.蒐集顧客資料的重要原則就是清楚告知資料的用途，而且要在顧客同意、知情的情況下進行資料蒐集。
- 2.企業對於蒐集到的顧客資料有保管和保密的義務。

(三)維護顧客隱私權的法律規範：

- 1.電腦處理個人資料保護法：民國 84 年 8 月 11 日公佈實施。第 18 條（對於非公務機關之資料處理規範）、第 28 條和第 30 條（損害賠償）、第 33 條和第 34 條（罰則）

2.個人資料保護法：為取代《電腦處理個人資料保護法》，於民國 99 年 5 月 26 日三讀通過。但該法規部分或全部條文尚未生效。第 5 條、第 8 條、第 11 條、第 12 條（對個人資料保護之規範）。第 19 條、第 20 條、第 27 條（非公務機關對個人資料之蒐集、處理及利用）。第 29 條（損害賠償）。第 34 條（團體訴訟）。第 41 條、第 42 條、第 47 條（罰則）。

(四)維護顧客隱私權的道德考量：

1.效益主義：在適當的成本考量下，企業對於消費者的個人、消費、財務等資料必須做適當的防護措施，防止消費者資料被竊。這樣的作法不但能夠避免消費者被詐騙的損失，還能夠提高消費者對該企業的信心與企業形象，因此能夠創造社會整體的最大效益。

2.康德倫理學：

(1)如果企業是基於維護消費者隱私、避免被詐騙的動機，而對消費者資料進行適當的防護措施，那麼這樣的行為是出於善意志，具有道德價值。但如果企業的動機是為了刺激銷售或提升企業形象，那麼這個行為是出於利益的考量，不具有道德價值。

(2)維護顧客隱私的措施能夠通過定言令式的普遍法則形式之檢驗。因為當所有企業都這麼做的時候，不會產生觀念或意願上的矛盾，因此它是道德的行為。

(3)維護顧客隱私的措施能夠通過定言令式的目的自身形式之檢驗，因為這是尊重消費者的行為。

3.權利原則：企業對於消費者的個人、消費、財務等資料必須做適當的防護措施，防止消費者資料被竊，否則就違反了消費者的隱私權。

4.德行倫理學：企業對於消費者的個人、消費、財務等資料做適當防護措施，展現出誠信、尊重、負責等品德，因此是符合德行倫理學要求的行為。

(五)企業應有的認知與作為：（參考陳勁甫、許金田：217）

1.企業必須體認保護消費者隱私權的重要性，且要能以最大的承諾，保證以誠實正直的方式對待消費者和其他利害關係人。

2.企業應該精心設計保護隱私權的政策和技術機制，而在使用消費者個人資料之前，明確的取得消費者的同意。

3.企業內部應設有保護消費者隱私的專責機構，以確保企業形象。

(六)組織使用者、網路經營與提供者的倫理規範：（參考余坤東：235-237）

1.善盡資料管理責任：廠商至少應該建立一套良好的資料管理政策，並且就落實該政策進行最起碼的軟硬體設備投資。

2.資訊倫理規約的推動：企業應該建立並推動落實合理的倫理規範，促進企業組織內外部使用者（員工和顧客）遵循此一規範。