



# CHƯƠNG 03

## ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

# ĐẠO ĐỨC XÃ HỘI VÀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

## MỐI QUAN HỆ XÃ HỘI

## MỐI QUAN HỆ KINH DOANH

### Quy tắc chi phối

### PHẠM VI ĐỐI TƯỢNG

### Quy tắc chi phối

**Nguyên tắc, chuẩn mực  
định hướng hành vi  
trong mối quan hệ xã hội**

- Gia đình
- Bạn bè
- Xã hội

- Chủ sở hữu
- Đồng nghiệp
- Khách hàng
- Đối tác
- Cộng đồng
- Chính phủ

**Nguyên tắc, chuẩn mực  
định hướng hành vi trong  
mối quan hệ công việc**

## ĐẠO ĐỨC (XÃ HỘI)

## ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

### BẢN CHẤT MỐI QUAN HỆ

**Giá trị tinh thần**

**Tự nguyện**

**Giá trị lợi ích, vật chất**

**Bắt buộc**

# KHÁI NIỆM ĐẠO ĐỨC

Đạo đức là tập hợp các nguyên tắc, quy tắc, chuẩn mực xã hội nhằm điều chỉnh, đánh giá hành vi của con người đối với bản thân và trong quan hệ với người khác, với xã hội.



# ĐẠO ĐỨC KINH DOANH



- Đạo đức kinh doanh gồm những nguyên tắc và chuẩn mực có tác dụng hướng dẫn hành vi trong mối quan hệ kinh doanh; chúng được những người hữu quan (như người đầu tư, khách hàng, người quản lý, người lao động, đại diện cơ quan pháp lý, cộng đồng dân cư, đối tác, đối thủ,...) sử dụng để phán xét một hành động cụ thể là đúng hay sai, hợp đạo đức hay phi đạo đức.

# Các nguyên tắc và chuẩn mực của ĐĐKD

Tính  
trung thực.

Tôn trọng  
con người.

Gắn lợi ích  
của DN với  
lợi ích của  
khách hàng và  
xã hội, coi  
trọng hiệu quả  
gắn với trách  
nhiệm xã hội.

Bí mật và  
trung thành  
với các  
trách nhiệm  
đặc biệt.

# TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP

- Trách nhiệm xã hội là những nghĩa vụ của một doanh nghiệp hay cá nhân phải thực hiện đối với xã hội nhằm đạt được nhiều nhất những tác động tích cực và giảm tối thiểu các tác động tiêu cực đối với xã hội.



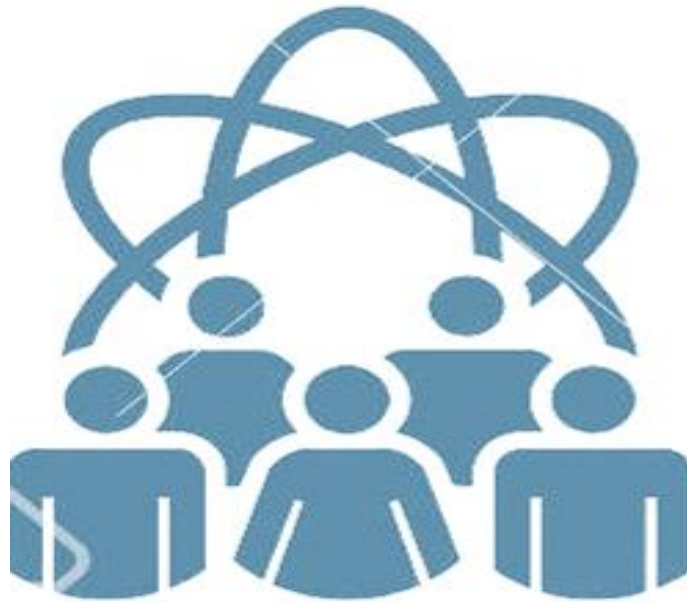
# CÁC NGHĨA VỤ TRONG TNXH



Nghĩa vụ kinh tế



Nghĩa vụ pháp lý



Nghĩa vụ đạo đức



Nghĩa vụ nhân văn

## ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

## TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI

Các quy tắc và chuẩn mực  
làm cơ sở ra quyết định

Cam kết của doanh nghiệp  
đối với xã hội

Chi phối quyết định của cá  
nhân hay tập thể

Quan tâm đến tác động của  
các quyết định đối với xã  
hội

**Đầu vào**

**Quá trình xử lý**

**Đầu ra**

**HÀNH VI**

**Cơ sở để ra quyết định**

**Cách thức hành động**

**Tác động xã hội**

**Đạo đức kinh doanh**

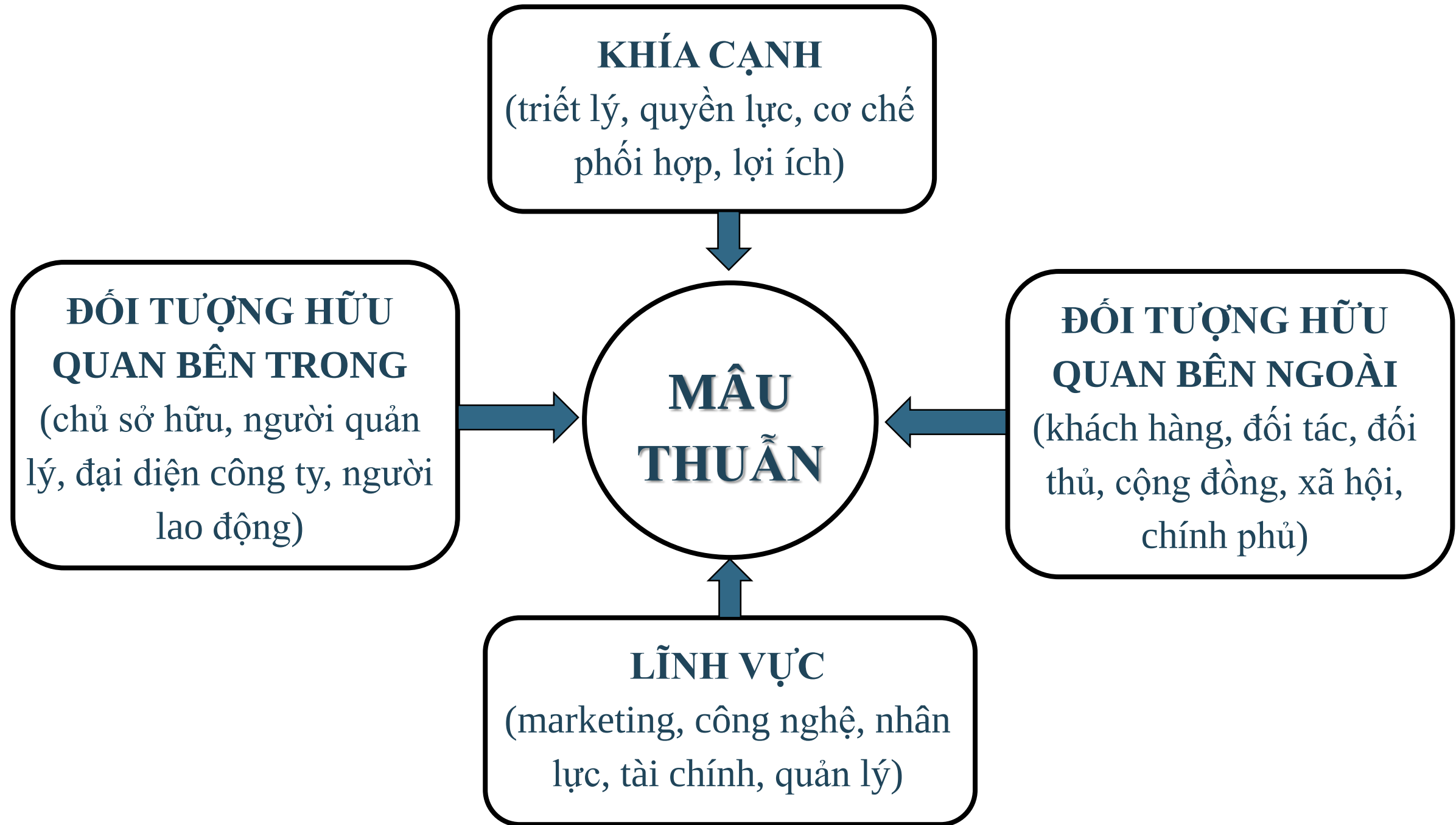
- Hệ thống giá trị xã hội phổ biến
- Nhận thức và triết lý đúng – sai
- Nguyên tắc, chuẩn mực hành vi
- Đối tượng hữu quan

**Văn hóa doanh nghiệp**

- Giá trị, niềm tin, triết lý chủ đạo
- Cách nhận thức và phương pháp tư duy
- Các biểu trưng
- Các chương trình đạo đức

**Trách nhiệm xã hội**

- Các nghĩa vụ cần thực hiện
- Tác động tích cực tối đa; tác động tiêu cực tối thiểu
- Tăng thêm phúc lợi xã hội



**Mâu thuẫn lợi ích**  
( Minh họa trang 47 )

**Che giấu thông tin kinh doanh**  
(Minh họa trang 44)



# Vai trò của ĐĐKD trong quản trị DN

Góp phần điều chỉnh  
hành vi của các chủ thể kinh doanh.

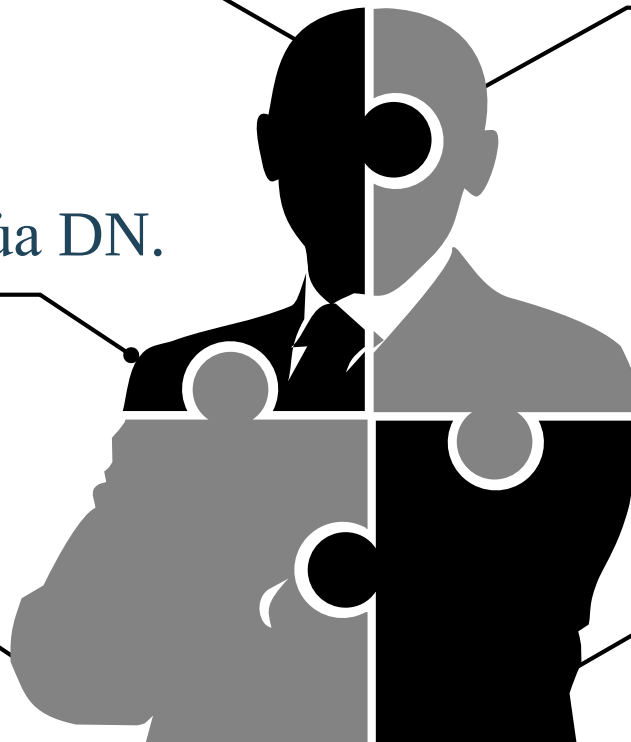
Góp phần làm hài lòng khách hàng.

Góp phần vào chất lượng của DN.

Góp phần tạo ra lợi nhuận cho DN.

Góp phần vào sự cam kết  
và tận tụy của nhân viên.

Góp phần vào sự vững mạnh  
của nền kinh tế quốc gia.



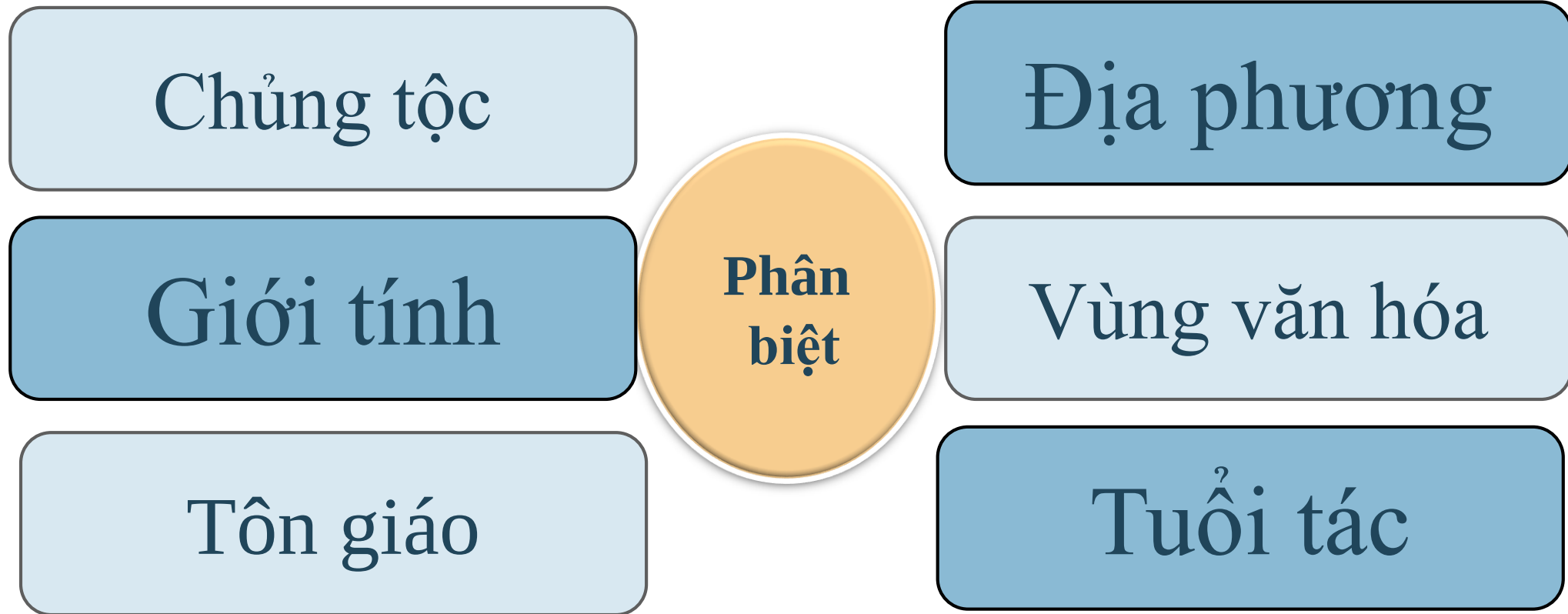
# Các khía cạnh thể hiện ĐĐKD

- Trong các chức năng của doanh nghiệp
- Trong quan hệ với các đối tượng hữu quan



# Đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực

- Đạo đức trong tuyển dụng, bổ nhiệm, sử dụng lao động



Up Flag:  
atus:

Follow up  
Completed

uitment Team:

àng lọc khi tuyển dụng và lưu ý không tuyển người Cà Mau đã đề cập cụ  
m.  
a tình trạng thiếu sàng lọc, sàng lọc không kỹ vẫn xảy ra, các bạn vẫn t  
hình thức bên ngoài đã thấy không chấp nhận được.  
đính kèm là các bạn từ CM, thể hiện rõ ràng là các bạn vẫn liên tục t

cầu các bạn triệt để lưu ý, thực hiện nghiêm túc:  
**HỊ, YÊU CẦU TỪ CẤP TRÊN, QUY ĐỊNH CỦA CÔNG TY PHẢI N**  
**ẤP NHẬN NGOẠI LỆ – LINH ĐỘNG GIẢI QUYẾT – GỬI GẮM...**

trình thực hiện, gặp khó khăn hay có ý kiến gì, các bạn nên mạnh c  
muốn nhắc đi nhắc lại các vấn đề này.

## Chi Tiết Việc Làm

Tên Việc Làm :

Nhân Viên Kỹ Thuật

Mô tả công việc :

- Chuyên sản xuất linh kiện phụ tùng xe gắn máy và phụ tùng cơ khí khác.

### **Yêu cầu:**

- Giới tính : Nam

- Tuổi từ 24 - 30

- Tốt nghiệp Cao Đẳng trở lên ( mọi ngành nghề, ưu tiên ngành kỹ thuật)

- Kinh nghiệm đi làm từ 01 năm trở lên.

- Trung thực, Nhanh nhẹn, hoạt bát, tiếp thu nhanh, chịu khó.

- Đảm bảo làm việc lâu dài, ưu tiên hộ khẩu thành phố hoặc các vùng lân cận. (Không tuyển người miền Trung như: Thanh Hóa, Nghệ An hay Hà Tĩnh).

- Ngoại ngữ tiếng Anh trình độ tương đương B trở lên (trình độ thực, không nhất thiết phải có bằng cấp).

\* Độ tuổi: 24 - 30

\* Giới tính: Nam

Thời gian thử việc: 2 tháng

Experience:

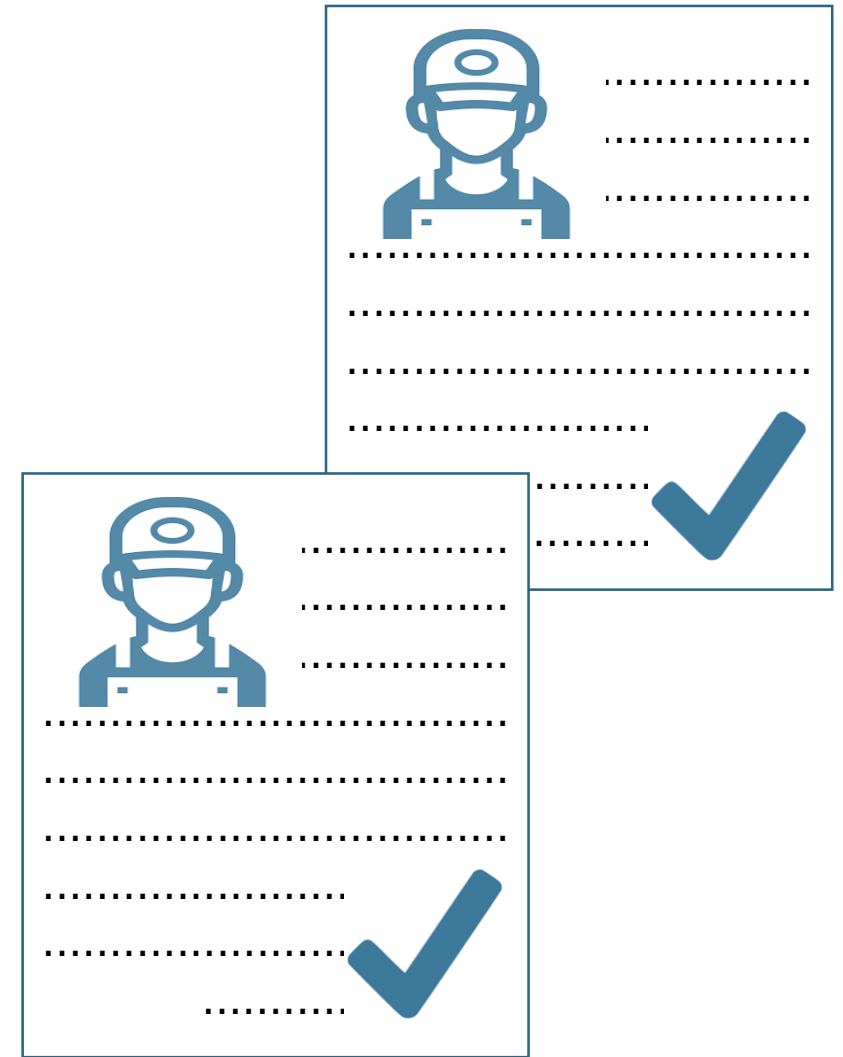
1 Year

## Yêu Cầu Cho Ứng Viên

Kinh Nghiệm Tối Thiểu : 1 năm

# Đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực

- Đạo đức trong đánh giá người lao động
  - Định kiến: quyền lực, ganh ghét, thất vọng, tội lỗi và sợ hãi
- Đạo đức trong bảo vệ người lao động.
  - Cung cấp những trang thiết bị an toàn cho người lao động, chi phí cho tập huấn và phổ biến về an toàn lao động...



# Đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực

Người quản lý sẽ bị quy trách nhiệm vô đạo đức trong các trường hợp dưới đây:



Không trang bị đầy đủ các trang thiết bị an toàn lao động cho người lao động, cố tình duy trì các điều kiện nguy hiểm và không đảm bảo sức khỏe tại nơi làm việc.

Che giấu thông tin về mọi nguy hiểm của công việc, làm ngơ trước một vụ việc có thể dự đoán được và có thể phòng ngừa được.



**DANGEROUS**

**SAFE**

Bắt buộc người lao động thực hiện những công việc nguy hiểm mà không cho phép họ có cơ hội từ chối, bất chấp thể trạng, bất chấp khả năng và năng lực của họ.

# Đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực

- Không phổ biến kỹ lưỡng các quy trình, quy phạm sản xuất và an toàn lao động cho người lao động.
- Không thường xuyên kiểm tra các thiết bị an toàn lao động để đề ra các biện pháp khắc phục.
- Không thực hiện các biện pháp chăm sóc y tế và bảo hiểm.
- Không tuân thủ các quy định của ngành, quốc gia, quốc tế về các tiêu chuẩn an toàn.

# Đạo đức trong marketing

- **Quảng cáo phi đạo đức:**

- Lôi kéo, nài ép dụ dỗ người tiêu dùng ràng buộc với sản phẩm.
- Quảng cáo tạo ra hay khai thác, lợi dụng một niềm tin sai lầm về sản phẩm.
- Quảng cáo phóng đại, thổi phồng sản phẩm.
- Quảng cáo và bán hàng trực tiếp cũng có thể lừa dối khách hàng bằng cách che giấu sự thật trong một thông điệp.
- Quảng cáo có hình thức khó coi, phi thị hiếu.
- Quảng cáo nhắm vào đối tượng nhạy cảm.



# Đạo đức trong marketing



- **Bán hàng phi đạo đức:**
  - Bán hàng lừa gạt.
  - Bao gói và dán nhãn lừa gạt.
  - Nhử và chuyển kênh.
  - Lôi kéo.
  - Bán hàng dưới chiêu bài nghiên cứu thị trường.

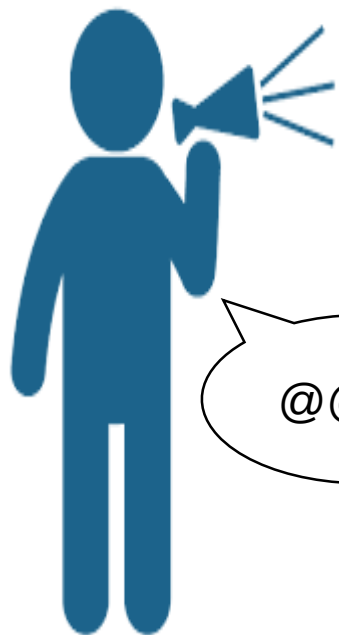
# Đạo đức trong marketing



200



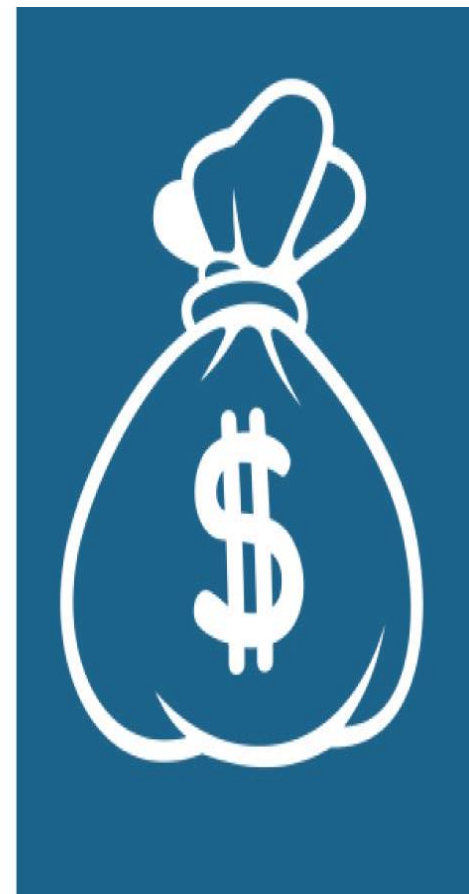
50



- Sử dụng những biện pháp thiếu văn hóa khác để hạ uy tín của doanh nghiệp đối thủ như gièm pha hàng hóa của đối thủ cạnh tranh, hoặc đe dọa người cung ứng sẽ cắt những quan hệ làm ăn với họ.
- Bán phá giá: Đó là hành vi định cho hàng hóa của mình những giá bán thấp hơn giá thành nhằm mục đích thôn tín để thu hẹp cạnh tranh.

# Đạo đức trong hoạt động kế toán, tài chính

- Các vấn đề như sự cạnh tranh, số liệu vượt trội, các khoản phí “không chính thức” và tiền hoa hồng.
- Áp lực: thời gian, phí ngày càng giảm, những yêu cầu của khách hàng muốn có những ý kiến khác nhau về những điều kiện tài chính, hay muốn mức thuế phải trả thấp hơn và sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt.



# Đạo đức trong hoạt động kế toán, tài chính



- Cạnh tranh thiếu lành mạnh như giảm giá dịch vụ kiểm toán
- Sự điều chỉnh số liệu trong các bảng cân đối kế toán cuối kỳ cũng là một luật “bất thành văn”, đa phần là những thay đổi nhỏ mang mục đích tích cực cho phù hợp với những biến động thị trường, những tác động cạnh tranh hay “độ trễ” trong chu kỳ sản xuất kinh doanh.

# Đạo đức trong hoạt động kế toán, tài chính

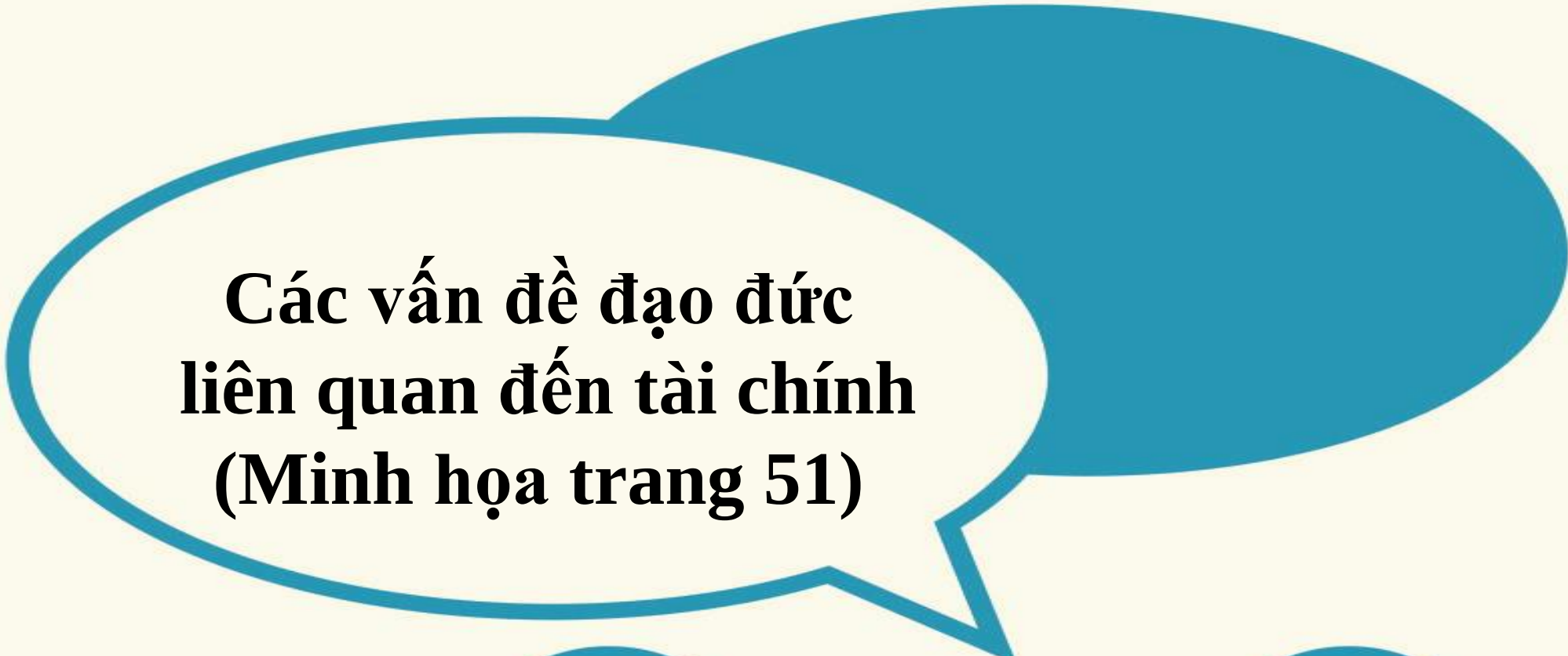
- Doanh nghiệp có thể điều chỉnh một vài số liệu trong báo cáo tài chính để làm yên lòng các nhà đầu tư, khuyến khích họ tiếp tục đổ vốn (đảm bảo tài chính cho doanh nghiệp). Đây là điều chỉnh tích cực theo quan điểm của doanh nghiệp nhưng các cổ đông thấy có thể bị lừa dối và cảm nhận có sự bất ổn trong hoạt động của doanh nghiệp.



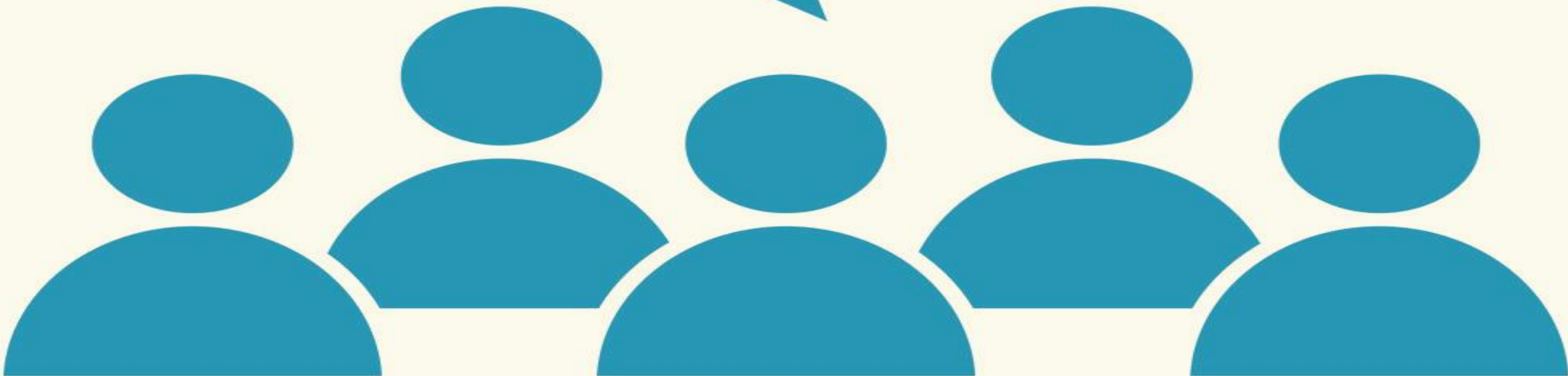
# Đạo đức trong hoạt động kế toán, tài chính



- Cố định giá cả
- Phân chia thị trường
- Hai hình thức trên là vô đạo đức vì chúng gây rối loạn cơ chế định giá không thực qua việc ngăn cản thị trường hoạt động, tạo điều kiện hình thành độc quyền bằng cách tạo thuận lợi cho người bán, loại trừ điều kiện cạnh tranh.



**Các vấn đề đạo đức  
liên quan đến tài chính  
(Minh họa trang 51)**



# ĐẠO ĐỨC TRONG QUAN HỆ VỚI CÁC ĐỐI TƯỢNG HỮU QUAN

- **Đối tượng hữu quan bao gồm**

- Những người bên trong là các công nhân viên chức, kể cả ban giám đốc và các ủy viên trong hội đồng quản trị.
- Những người bên ngoài doanh nghiệp là các cá nhân hay tập thể khác gây ảnh hưởng tới các hoạt động của doanh nghiệp như khách hàng, nhà cung cấp, các cơ quan nhà nước, đối thủ cạnh tranh, cộng đồng địa phương.

# ĐỐI TƯỢNG HỮU QUAN BÊN TRONG



- **Người lao động: (Minh họa trang 58)**
  - Các nhân viên phải đối mặt với các vấn đề về đạo đức khi họ buộc phải tiến hành những nhiệm vụ mà họ biết là vô đạo đức.
  - Các vấn đề đạo đức liên quan đến người lao động bao gồm cáo giác, quyền sở hữu trí tuệ, bí mật thương mại, điều kiện, môi trường lao động và lạm dụng của công.

# ĐỐI TƯỢNG HỮU QUAN BÊN NGOÀI

## ❑ Khách hàng:

- Không an toàn khi sử dụng sản phẩm
- Không cân đối giữa nhu cầu trước mắt và nhu cầu lâu dài
- Năng lượng rẻ, dồi dào >< không gây ô nhiễm phá hủy cảnh quan, môi trường
- Thực phẩm phong phú, ngon và rẻ >< không giết hại động vật, khai thác nguồn lợi thủy hải sản cạn kiệt
- Thực phẩm biến đổi gen



# ĐỐI TƯỢNG HỮU QUAN BÊN NGOÀI

## ĐỐI THỦ CẠNH TRANH: CẠNH TRANH KHÔNG LÀNH MẠNH

- Nhật nhận thông tin hữu ích qua các cuộc phỏng vấn nghề nghiệp người làm công của doanh nghiệp cạnh tranh.
- Núp dưới chiêu bài tiến hành các công trình nghiên cứu, phân tích về ngành để moi thông tin.
- Giả danh là một khách hàng hay người cung ứng tiềm tàng.
- Che dấu danh phận để đi tham quan cơ sở của đối thủ cạnh tranh nhằm moi thông tin.
- Dùng mỹ nhân kế, nam nhân kế, khổ nhục kế để moi thông tin.
- Dùng gián tiếp với những phương tiện hiện đại để ăn cắp thông tin.



# ĐỐI TƯỢNG HỮU QUAN BÊN NGOÀI

**CỘNG ĐỒNG**  
quan tâm đến

Khai thác, sử dụng  
tài nguyên,  
ô nhiễm môi  
trường, chất thải



Thay đổi nếp  
sống, suy nghĩ,  
tập tục, thói quen  
Minh họa trang 63

# ĐỐI TƯỢNG HỮU QUAN BÊN NGOÀI

## CHÍNH PHỦ

Giải quyết mâu thuẫn,  
đảm bảo quyền lợi hợp  
pháp của các bên hữu  
quan



Đòi hỏi doanh nghiệp  
tôn trọng pháp luật, thực  
hiện nghĩa vụ và trách  
nhiệm xã hội

Minh họa trang 65