



Chương 1. TỔNG QUAN VỀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

FBA

1.1. Khái niệm về đạo đức và đạo đức kinh doanh

- 1.1.1. Khái niệm đạo đức
- 1.1.2. Khái niệm đạo đức kinh doanh

1.2. Vai trò của đạo đức kinh doanh

- 1.2.1. Đạo đức kinh doanh tạo nên sự phát triển bền vững của doanh nghiệp
- 1.2.2. Đạo đức kinh doanh tạo nên sự tận tâm và trung thành của người lao động
- 1.2.3. Đạo đức kinh doanh góp phần làm hài lòng khách hàng
- 1.2.4. Đạo đức kinh doanh đóng vai trò quan trọng với sự phồn thịnh của quốc gia

1.3. Mối quan hệ giữa đạo đức kinh doanh- văn hóa doanh nghiệp – trách nhiệm xã hội

1.4. Các chuẩn mực đạo đức kinh doanh

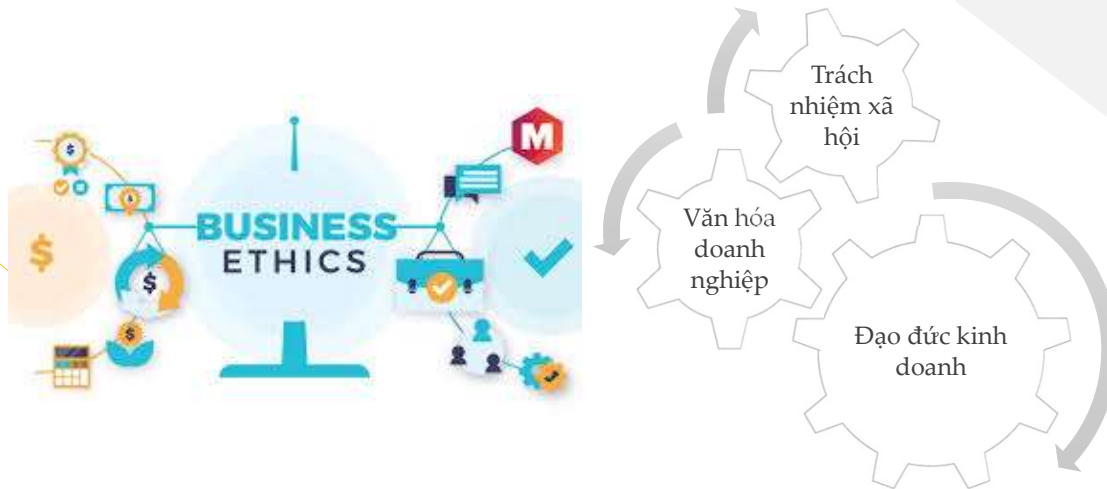
- 1.4.1. Tính trung thực
- 1.4.2. Tôn trọng con người
- 1.4.3. Gắn lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích của khách hàng và xã hội, coi trọng hiệu quả gắn với trách nhiệm xã hội
- 1.4.4. Bí mật trung thành với các trách nhiệm đặc biệt

1.5. Các biểu hiện của đạo đức kinh doanh

- 1.5.1. Đạo đức kinh doanh trong các chức năng của doanh nghiệp
- 1.5.2. Đạo đức kinh doanh trong mối quan hệ với các đối tượng hữu quan
- 1.5.3. Đạo đức kinh doanh trong mối quan hệ với cộng đồng và chính phủ

1.3. Mối quan hệ giữa đạo đức kinh doanh- văn hóa doanh nghiệp- trách nhiệm xã hội

FBA



TS. Phạm Thị Thúy Hằng

3

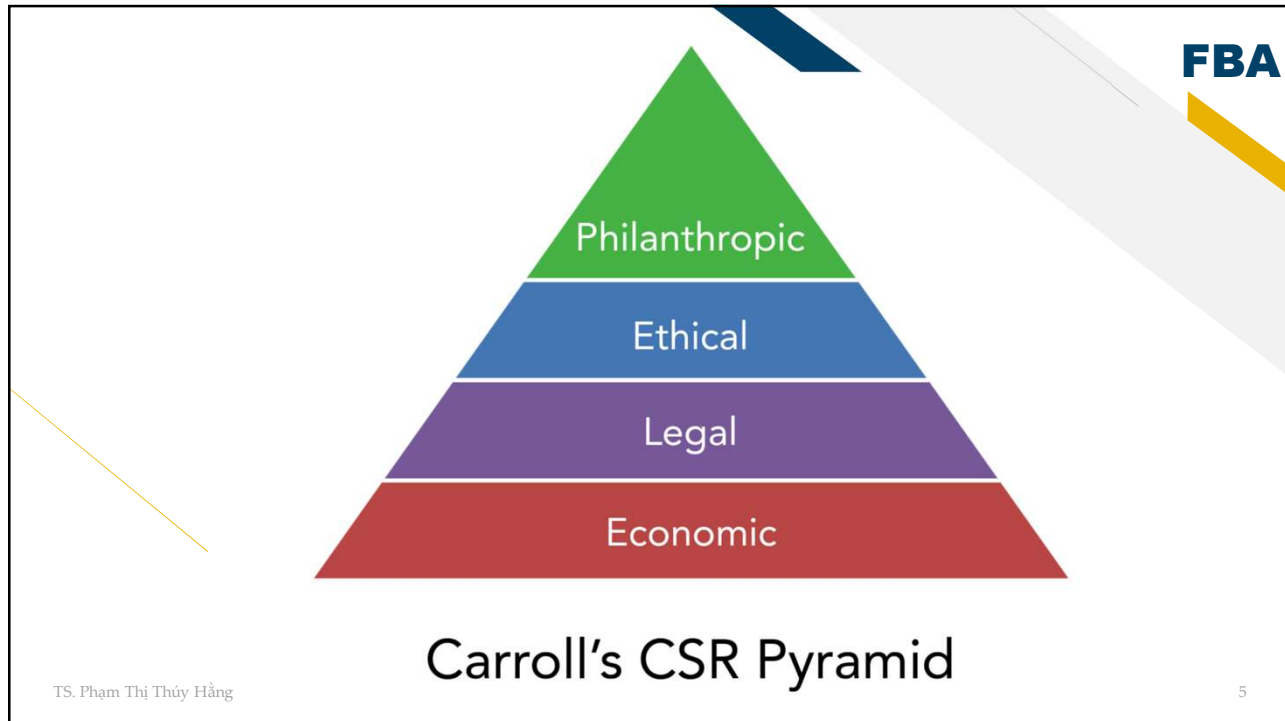
Đạo đức kinh doanh là tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực có tác dụng điều chỉnh đánh giá, hướng dẫn và kiểm soát hành vi trong các mối quan hệ kinh doanh.

Văn hóa doanh nghiệp là toàn bộ giá trị văn hóa được gây dựng trong suốt quá trình tồn tại và phát triển của một doanh nghiệp, từ đó trở thành quy tắc, tập quán quen thuộc ăn sâu vào hoạt động của doanh nghiệp.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) là cam kết của doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua việc tuân thủ chuẩn mực về bảo vệ môi trường, bình đẳng giới, an toàn lao động, quyền lợi lao động, trả lương công bằng, đào tạo và phát triển nhân viên, phát triển cộng đồng... theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội.

TS. Phạm Thị Thúy Hằng

4



- Đạo đức kinh doanh: là đầu vào của quá trình lựa chọn hành vi của doanh nghiệp, là cơ sở để ra quyết định.
- Trách nhiệm xã hội là đầu ra của hoạt động, mục tiêu của hành động.
- Văn hóa doanh nghiệp là cách thức hành động. Văn hóa doanh nghiệp là cách thức hành động mà doanh nghiệp đúc rút từ các giá trị đạo đức.

TS. Phạm Thị Thúy Hằng

6

