



TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUY NHƠN
QUY NHON UNIVERSITY



www.qnu.edu.vn

ĐẠO ĐỨC TRONG KINH DOANH DU LỊCH VÀ KHÁCH SẠN

TS. PHẠM THỊ THÚY HẰNG

10/2/22

1

Giáo trình



1. Nguyễn Mạnh Quân, *Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty*, Nhà xuất bản Đại học kinh tế Quốc dân, 2012.
2. Hoàng Văn Hải & Đặng Thị Hương, *Văn hóa doanh nghiệp và Đạo đức Kinh doanh*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội, 2022.
3. Phạm Quốc Toàn, *Đạo đức kinh doanh*, Nhà xuất bản Thống Kê, 2002.
4. Brent Lovelock & Kirsten Lovelock, *The Ethics of Tourism: Critical and Applied Perspectives*, Taylor & Francis, 2013.

10/2/22

2

NỘI DUNG MÔN HỌC



Chương 1: Tổng quan về đạo đức kinh doanh

Chương 2: Các triết lý đạo đức trong kinh doanh du lịch và khách sạn

Chương 3: Phương pháp phân tích và xây dựng đạo đức trong kinh doanh du lịch và khách sạn

Chương 4: Nghiên cứu tình huống điển hình về đạo đức kinh doanh

10/2/22

3

Chương 1. TỔNG QUAN VỀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH



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

10/2/22

4

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

10/2/22

5

1.1.1. Khái niệm Đạo đức



- Đạo đức là hệ thống quy tắc, tiêu chuẩn, chuẩn mực xã hội mà nhờ đó con người tự nguyện điều chỉnh hành vi của mình cho phù hợp với lợi ích của cộng đồng, xã hội.
- Khi nói một người có đạo đức là người đó có sự rèn luyện thực hành các lời răn dạy về đạo đức, sống chuẩn mực và có nét đẹp trong đời sống và tâm hồn.

10/2/22

6

Đặc điểm của đạo đức



- Đạo đức mang tính giai cấp, tính khu vực, tính địa phương.
- Nội dung các chuẩn mực đạo đức thay đổi theo điều kiện lịch sử cụ thể



10/2/22

7

Chức năng cơ bản của đạo đức



Điều chỉnh hành vi của con người theo các chuẩn mực và các quy tắc đạo đức và được xã hội thừa nhận bằng sức mạnh của sự thôi thúc lương tâm cá nhân, của dư luận xã hội, của tập quán truyền thống và của giáo dục.

10/2/22

8

1.1.2. Đạo đức kinh doanh



Khái niệm

Đối tượng điều chỉnh

Vai trò của đạo đức kinh doanh

10/2/22

9

Khái niệm

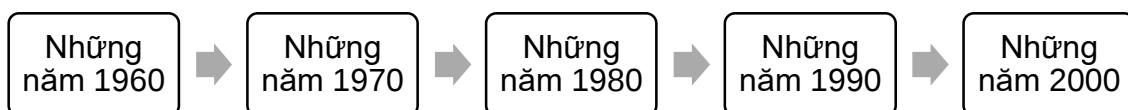


- Đạo đức kinh doanh là phạm trù đạo đức được vận dụng vào hoạt động kinh doanh.
- Đạo đức kinh doanh nghiên cứu về những gì cấu thành nên cái đúng và cái sai, cái tốt, cái xấu trong ứng xử của con người tại môi trường làm việc.
- Đạo đức kinh doanh là tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực có tác dụng điều chỉnh đánh giá, hướng dẫn và kiểm soát hành vi trong các mối quan hệ kinh doanh; chúng được những cơ quan chức năng sử dụng để phán xét một hành động cụ thể là đúng hay sai, hợp đạo đức hay phi đạo đức.
- Đạo đức kinh doanh là một dạng đạo đức nghề nghiệp và được đề xuất nhằm tạo ra sự cân bằng xã hội, giúp bảo vệ quyền lợi của số đông người lao động.

10/2/22

10

Lịch sử hình thành đạo đức kinh doanh



10/2/22

11



10/2/22

12

Đối tượng điều chỉnh



Giới kinh doanh

- Đạo đức kinh doanh điều chỉnh hành vi đạo đức của tất cả các thành viên trong các tổ chức kinh doanh như BGD, các thành viên HĐQT, người lao động

Khách hàng

- Khách hàng mua sản phẩm đều xuất phát từ lợi ích kinh tế của bản thân, đều có tâm lý muốn mua hàng với giá rẻ và được phục vụ chu đáo.
- Do vậy cũng cần phải có sự định hướng của đạo đức kinh doanh, tránh tình trạng khách hàng xâm phạm danh dự, nhân phẩm của doanh nhân.



The end!