

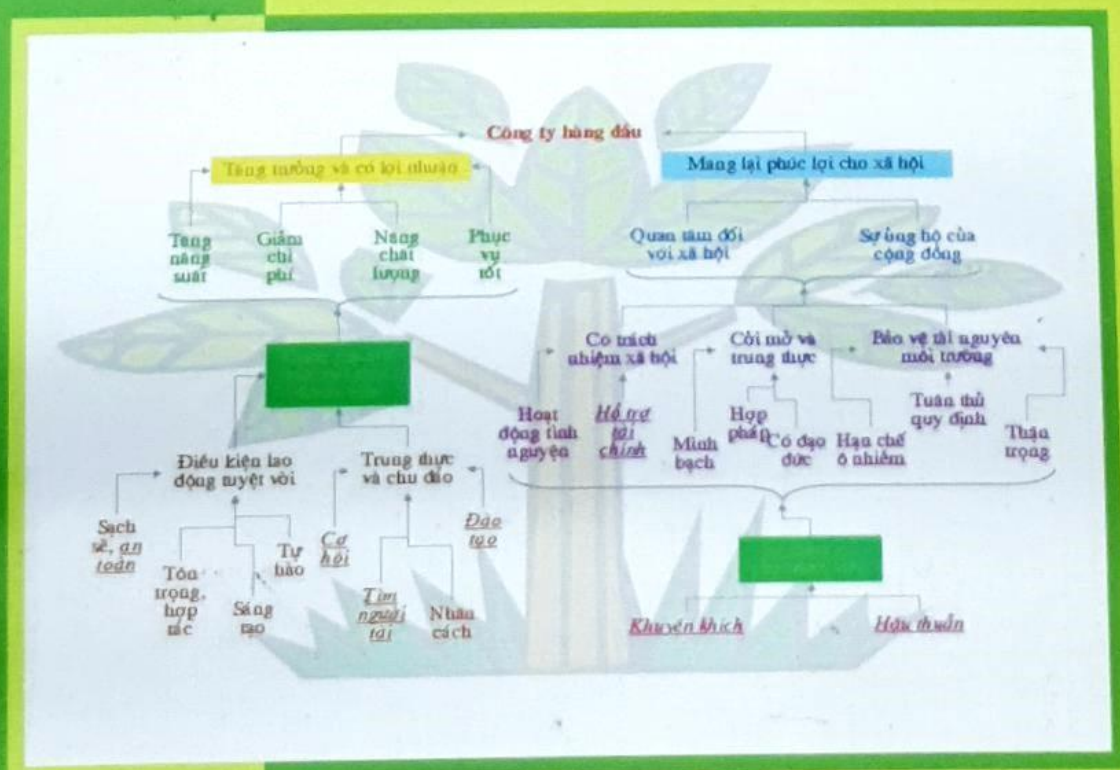
PGS.TS. Nguyễn Mạnh Quân



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

ĐẠO ĐỨC KINH DOANH VÀ VĂN HOÁ CÔNG TY

Phương pháp môn học
và hướng dẫn phân tích tình huống



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

Ng

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



PGS. TS. NGUYỄN MẠNH QUÂN

ĐẠO ĐỨC KINH DOANH
VÀ VĂN HOÁ CÔNG TY
PHƯƠNG PHÁP MÔN HỌC VÀ PHÂN TÍCH TÌNH HUỐNG

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

MỤC LỤC

	Trang
LỜI NÓI ĐẦU	7
PHẦN 1	
TÓM TẮT LÝ THUYẾT – HƯỚNG DẪN ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN	9
<i>TÓM TẮT LÝ THUYẾT VÀ CÂU HỎI ÔN TẬP</i>	10
<i>Chương 1: Đạo đức kinh doanh và vấn đề đạo đức trong kinh doanh</i>	10
<i>Chương 2: Các triết lý đạo đức trong kinh doanh và các nghĩa vụ trong trách nhiệm xã hội của công ty</i>	17
<i>Chương 3: Phương pháp và công cụ phân tích hành vi đạo đức trong kinh doanh</i>	23
<i>Chương 4: Một số tình huống điển hình về đạo đức kinh doanh</i>	28
<i>Chương 5: Văn hoá công ty</i>	37
<i>Chương 6: Vận dụng trong quản lý - Tạo lập bản sắc văn hoá công ty</i>	45
<i>CÂU HỎI GỢI Ý THẢO LUẬN</i>	54
<i>Cho Chương 1: Đạo đức kinh doanh và vấn đề đạo đức trong kinh doanh</i>	54
<i>Cho Chương 2: Các triết lý đạo đức trong kinh doanh và các nghĩa vụ trong trách nhiệm xã hội của công ty</i>	55
<i>Cho Chương 3: Phương pháp và công cụ nghiên cứu hành vi đạo đức trong kinh doanh</i>	56
<i>Cho Chương 4: Một số tình huống điển hình về đạo đức kinh doanh</i>	58
<i>Cho Chương 5: Văn hoá công ty</i>	59
<i>Cho Chương 6: Vận dụng trong quản lý - Tạo lập bản sắc văn hoá công ty</i>	61
PHẦN 2	
PHƯƠNG PHÁP, CÔNG CỤ PHÂN TÍCH VÀ HOẠCH ĐỊNH	63
CÁCH TIẾP CẬN ALGORITHM (ALGORITHM APPROACH)	64
DANH MỤC KIỂM TRA (CHECKLIST)	65
KHUNG LÔ-GÍCH (LOGICAL FRAME)	68
PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH VẤN ĐỀ – GIẢI PHÁP (PSA - PROBLEM SOLUTION ANALYSIS)	71
PHẦN 3	
HƯỚNG DẪN PHÂN TÍCH TÌNH HUỐNG ĐẠO ĐỨC KINH DOANH	87
<i>HƯỚNG DẪN PHÂN TÍCH TÌNH HUỐNG</i>	88
I/ Phương pháp luận	88

II/ Quy trình phân tích một tình huống	89
III/ Minh họa qua tình huống mẫu	92
MỘT SỐ VÍ DỤ MINH HỌA ĐỂ HOÀN THIỆN	104
1. TÌNH HUỐNG 1: CÔNG TY CHAMPION INTERNATIONAL	104
2. TÌNH HUỐNG 2: NAPSTER	108
3. TÌNH HUỐNG 3: QUYỀN RIÊNG TƯ CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG: KIỂM TRA, GIÁM SÁT NGƯỜI LAO ĐỘNG	116
4. TÌNH HUỐNG 4: QUYỀN RIÊNG TƯ CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG: SỰ TỰ DO CÁ NHÂN VỀ THÂN THỂ	124
5. TÌNH HUỐNG 5: MÔI TRƯỜNG LAO ĐỘNG AN TOÀN	137
VÍ DỤ MINH HỌA ĐỂ PHÂN TÍCH	
LGE'S WAY CHIẾN LƯỢC KINH DOANH VÀ VĂN HÓA CÔNG TY	151
PHẦN 4	
TÌNH HUỐNG THAM KHẢO	163
1. TÌNH HUỐNG 1: LOCKHEED Ở NHẬT BẢN	164
2. TÌNH HUỐNG 2: 'CHUCK' Ở CÔNG TY BROWN & ROOT	165
3. TÌNH HUỐNG 3: CẠNH TRANH TRUNG THỰC	167
4. TÌNH HUỐNG 4: ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT BENZEN	168
5. TÌNH HUỐNG 5: THU THẬP VÀ SỬ DỤNG THÔNG TIN VỀ NGƯỜI LAO ĐỘNG	169
6. TÌNH HUỐNG 6: QUẢNG CÁO CHO LOẠI THUỐC LISTERINE CỦA CÔNG TY WARNER-LAMBERT	169
7. TÌNH HUỐNG 7: CÔNG TY CAO SU VÀ SẪM LỐP FIRESTONE	170
8. TÌNH HUỐNG 8: NAPSTER SẼ BỊ "ĐÓNG CỬA"? : RẮC RỐI CHUYỆN BẢN QUYỀN TRÊN MẠNG	172
9. TÌNH HUỐNG 9: JOHN PETERS Ở DRYER & SON	173
10. TÌNH HUỐNG 10: FRANK GARCIA Ở ACME CORPORATION	175
11. TÌNH HUỐNG 11: JACK VÀ AKER & AKER	177
12. TÌNH HUỐNG 12: JOSEPH FREBERG VÀ CÔNG TY ALCON	178
13. TÌNH HUỐNG 13: VẤN ĐỀ CỦA LAEL MATHEWS	180
14. TÌNH HUỐNG 14: ELAINE HUNT Ở UNITED BANK CORP.	182
15. TÌNH HUỐNG 15: MYRON VÀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA PRODUCTO INTERNATIONAL	184

16. TÌNH HUỐNG 16: VẤN ĐỀ CỦA CHEN	186
17. TÌNH HUỐNG 17: BILL CHURCH	189
18. TÌNH HUỐNG 18: KENT CỦA TẬP ĐOÀN BROADWAY	189
19. TÌNH HUỐNG 19: DAWN PRARIE VÀ VĂN HÓA CỦA PCA	192
20. TÌNH HUỐNG 20: GERALD Ở TRAWLERS ACCOUNTING	194
21. TÌNH HUỐNG 21: DEBBIE Ở LAMP CONSULTING	195
22. TÌNH HUỐNG 22: GORDON MCGINNIS VÀ VẤN ĐỀ TÍN DỤNG SINH VIÊN	197
23. TÌNH HUỐNG 23: VICTORIA Ở KOKE INTERNATIONAL	202
24. TÌNH HUỐNG 24: JIM Ở CINCO	204
25. TÌNH HUỐNG 25: SID, DUN & READY Ở NHẬT BẢN	206
26. TÌNH HUỐNG 26: GEORGE WILSON Ở CORNCO	208
27. TÌNH HUỐNG 27: DEVIN JACOBS Ở NETNA	210
28. TÌNH HUỐNG 28: JACOB FRANKLIN Ở RICHARDSON DRILLING EQUIPMENT	211
29. TÌNH HUỐNG 29: JOHN CORE Ở WILEY PRODUCTS INC.	215
30. TÌNH HUỐNG 30: JIM ADAMOWSKI Ở DUN & BRADSTREET	219
GỢI Ý CHO CÁC BÀI TỰ KIỂM TRA NHẬN THỨC	230
TÀI LIỆU THAM KHẢO	237

LỜI NÓI ĐẦU

Cuốn tài liệu này được biên soạn như một phần hữu cơ của cuốn “*Giáo trình Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty*”. Như tên gọi: **“Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty: hướng dẫn học tập và phân tích tình huống”**, cuốn tài liệu được biên soạn chủ yếu dành cho đối tượng bạn đọc là sinh viên đại học và trên đại học về quản trị kinh doanh. Mục đích của cuốn tài liệu nhằm giúp người học (1) hệ thống hóa về lý thuyết và những nội dung cơ bản nhất về đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty được trình bày trong cuốn giáo trình, (2) hình thành năng lực phân tích tình huống và thực hành ra quyết định trong quản lý.

Cuốn tài liệu được biên soạn gồm 4 phần:

Phần thứ nhất: “*Tóm tắt lý thuyết - Hướng dẫn ôn tập và thảo luận*”, tập trung vào việc giúp học viên khái quát những vấn đề lý thuyết cơ bản nhất. Phần này gồm hai nội dung. Nội dung thứ nhất - “*Tóm tắt lý thuyết và câu hỏi ôn tập*” - trình bày hệ thống các câu hỏi ôn tập-nhằm giúp người học tự kiểm tra và các bạn sinh viên ôn tập những vấn đề lý thuyết thành kiến thức của mình. Các câu trắc nghiệm với đáp án cho sẵn ở cuối mỗi chương đòi hỏi người học tự tìm lời giải đáp. Đây cũng là một cách gợi ý để người học tự hình thành và phát triển các lập luận của mình. Các câu hỏi trong phần này cũng được sử dụng làm cơ sở để biên soạn các câu hỏi thi, kiểm tra. Nội dung thứ hai - “*Câu hỏi gợi ý thảo luận*” - tập hợp các câu hỏi có thể sử dụng để khơi gợi tự biện hoặc làm đề tài cho sinh viên thảo luận. Đây chỉ là một số ví dụ minh họa; chắc chắn có thể gợi ra vô số các chủ đề khác để tự biện và thảo luận.

Phần thứ hai, “*Hướng dẫn sử dụng phương pháp và công cụ phân tích và hoạch định*”, tập trung vào việc trình bày một cách có hệ thống các phương pháp và công cụ phân tích và hoạch định đã được giới thiệu ở cuốn giáo trình. Phần này được biên soạn nhằm tạo điều kiện cho việc vận dụng vào phân tích tình huống được giới thiệu trong phần thứ ba.

Phần thứ ba: “*Hướng dẫn phân tích tình huống đạo đức kinh doanh*”, tập trung chủ yếu vào việc giúp hình thành kỹ năng phân tích và thực hành. Phần này cũng gồm ba nội dung. Nội dung thứ nhất - “*Hướng dẫn phân tích mẫu*” - trình bày chi tiết các bước thực hành phân tích tình huống đạo đức kinh doanh. Những bước phân tích được minh họa thông qua một tình huống mẫu. Nội dung thứ hai - “*Một số ví dụ minh họa để hoàn thiện*” - giới thiệu ngắn gọn một phần kết quả phân tích của một số tình huống điển hình. Mục đích cách trình bày này ngoài việc dẫn chứng thêm cho các bước phân tích ở nội dung thứ nhất còn được coi là những gợi ý cho việc tiếp tục

“giải phẫu” tình huống và hoàn thiện kết quả phân tích. Nội dung thứ ba - “*Ví dụ minh họa để phân tích*” - giới thiệu về chiến lược phát triển của Công ty LG - LGE WAY - như một ví dụ về phương pháp hoạch định chiến lược và vai trò của văn hoá công ty trong chiến lược kinh doanh để bạn đọc tham khảo. Ví dụ này được sử dụng làm chất liệu để phân tích về sự phát triển trong quá trình hoạch định. Các nội dung trong phần này có thể được lấy làm đầu bài cho các buổi thảo luận nhóm.

Trong thực tế có thể tìm thấy vô số tình huống điển hình về đạo đức kinh doanh. Phần thứ tư: “*Tình huống tham khảo*” chỉ giới thiệu một số tình huống đã được khái quát trong các tài liệu giáo khoa. Mục đích của phần này là nhằm cung cấp cho người học những tình huống điển hình khác về đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty để lựa chọn và thực hành. Có thể coi phần này là một bộ phận hữu cơ của phần thứ ba. Nó cũng là một “lời kết” cho cuốn sách này. Học viên có thể lấy thêm các ví dụ khác.

Cuối cùng là phần “*Gợi ý cho các bài tự kiểm tra*” để giúp bạn đọc tự kiểm tra nhận thức qua các bài trắc nghiệm cuối chương. Ngoài phần đáp án cho các câu hỏi, phần này còn có những gợi ý để giúp bạn đọc tự lý giải và liên hệ với nội dung đã trình bày ở các phần tương ứng trong giáo trình.

Việc biên soạn các tài liệu hướng dẫn thực hành cho các môn học không phải là mới, nhưng biên soạn một tài liệu thực hành cho một đề tài như “đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty” thì còn rất hiếm hoi. Chúng tôi mạnh dạn biên soạn tài liệu này với mong muốn giúp người học nhanh chóng tiếp cận được với một đề tài rất mới và rất thiết thực. Chúng tôi rất biết ơn gia đình, bạn bè, đồng nghiệp và nhiều bạn đọc về những lời động viên, khích lệ. Xin chân thành cảm ơn *CN. Phạm Phương Lan*, các bạn học viên lớp Cao học Kinh tế K12 (ban ngày) và đặc biệt là *ThS. Hoàng Thị Thúy Ngọc*, giảng viên Khoa Ngoại ngữ Kinh tế trường ĐHKQTĐ đã tham gia biên dịch các tình huống tham khảo cho Phần 4 tài liệu này. Chúng tôi xin cảm ơn công ty *LG - Electronics* tại Việt Nam đã cung cấp những tư liệu quý báu về chiến lược của công ty: *LG WAY*. Chúng tôi chân thành cảm ơn *Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân* đã trợ giúp rất tích cực để đưa cuốn tài liệu đến với bạn đọc. Mặc dù đã rất cố gắng, cuốn sách khó tránh khỏi những hạn chế. Rất mong nhận được ý kiến đóng góp của bạn đọc để tiếp tục hoàn thiện trong các lần xuất bản sau. Những ý kiến đóng góp xin gửi về địa chỉ:

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

Địa chỉ: Phòng 39-40, Nhà 7

207 Đường Giải Phóng, Quận Hai Bà Trưng, TP Hà Nội.

E-mail: quannm@neu.edu.vn

TÁC GIẢ