



TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

Trương Thị Thùy Ninh (Chủ biên)
Ngô Văn Quang, Đỗ Thị Phương Nga

Giáo trình

VĂN HÓA VÀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH



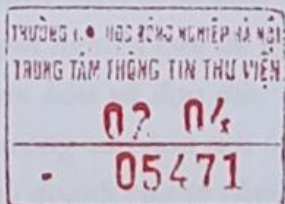
NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ



TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

Trương Thị Thùy Ninh (Chủ biên)
Ngô Văn Quang, Đỗ Thị Phương Nga

Giáo trình VĂN HÓA VÀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH



NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ - 2023

LỜI MỞ ĐẦU

Văn hóa và đạo đức kinh doanh đã và đang trở thành một nhân tố có tác động tới mọi khía cạnh hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp từ tổ chức quản lý hoạt động kinh doanh, các quan hệ trong và ngoài doanh nghiệp cho đến phong thái, phong cách của người lãnh đạo và cách ứng xử giữa các thành viên trong doanh nghiệp. Ngoài ra, văn hóa và đạo đức kinh doanh có vai trò quan trọng đối với sự phát triển bền vững của nền kinh tế quốc gia. Giảng dạy và học tập văn hóa và đạo đức kinh doanh là một biện pháp để nâng cao nhận thức về vai trò của đạo đức và văn hoá trong hoạt động kinh doanh, tạo dựng những kỹ năng cần thiết để vận dụng các nhân tố đạo đức và văn hoá vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Để đáp ứng yêu cầu nghiên cứu, giảng dạy và học tập của giáo viên và sinh viên, chúng tôi biên soạn cuốn giáo trình **“Văn hóa và đạo đức kinh doanh”** nhằm giúp các bạn sinh viên có thêm kiến thức về văn hóa doanh nghiệp, văn hóa kinh doanh và đạo đức trong hoạt động kinh tế, kinh doanh. Giáo trình này được biên soạn dựa trên sự kết hợp giữa các khái niệm lý thuyết, các kết quả nghiên cứu để người đọc được tiếp nhận đầy đủ và dễ hiểu nhất về văn hóa và đạo đức kinh doanh trong doanh nghiệp, từ đó có thái độ tôn trọng văn hóa nơi làm việc và góp phần xây dựng văn hóa và đạo đức kinh doanh của tổ chức mình.

Với kinh nghiệm giảng dạy được tích lũy qua nhiều năm, cộng với sự nỗ lực nghiên cứu từ các nguồn tài liệu khác nhau, cuốn sách có nhiều thay đổi và bổ sung để đáp ứng yêu cầu do thực tiễn đặt ra. Cuốn giáo trình **“Văn hóa và đạo đức kinh doanh”** là tài liệu chính thức được sử dụng giảng dạy và học tập cho sinh viên khối ngành kinh tế và ngành Quản trị kinh doanh; đồng thời cũng là tài liệu tham khảo cho những ai quan tâm đến lĩnh vực này. Nội dung cuốn giáo trình gồm 5 chương để cập đến toàn bộ những kiến thức về đạo đức kinh doanh và văn hoá doanh nghiệp,

văn hóa kinh doanh. Trong đó có 02 chương về đạo đức kinh doanh và 03 chương về văn hóa doanh nghiệp và văn hoá kinh doanh.

Giáo trình được chia thành 5 chương như sau:

Chương 1: Khái quát về văn hóa kinh doanh - được biên soạn bởi TS. Ngô Văn Quang.

Chương 2: Khái quát về văn hóa doanh nghiệp - được biên soạn bởi Ths. Đỗ Thị Phương Nga.

Chương 3: Xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp - được biên soạn bởi TS. Trương Thị Thùy Ninh.

Chương 4: Khái quát về đạo đức kinh doanh - được biên soạn bởi TS. Trương Thị Thùy Ninh.

Chương 5: Xây dựng các chương trình đạo đức kinh doanh - được biên soạn bởi TS. Trương Thị Thùy Ninh.

Mặc dù có nhiều cố gắng nhưng trong quá trình biên soạn khó tránh khỏi những hạn chế và thiếu sót, tập thể tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của bạn đọc để cuốn giáo trình ngày càng hoàn thiện hơn.

NHÓM TÁC GIẢ

MỤC LỤC

Lời mở đầu	3
Danh mục bảng	11
Danh mục phụ lục	11
Danh mục hình, sơ đồ	12
Danh mục chữ viết tắt	12
Chương 1: KHÁI QUÁT VỀ VĂN HÓA KINH DOANH	13
1.1. Một số khái niệm cơ bản	13
1.1.1. Khái niệm văn hóa	13
1.1.2. Khái niệm kinh doanh	14
1.1.3. Khái niệm văn hóa kinh doanh	15
1.2. Đặc điểm, vai trò của văn hóa kinh doanh	15
1.2.1. Đặc điểm văn hóa kinh doanh	15
1.2.2. Vai trò của văn hóa kinh doanh	18
1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến văn hóa kinh doanh	20
1.4. Phân biệt giữa văn hóa doanh nghiệp và văn hóa kinh doanh	22
1.5. Cấu trúc của văn hóa kinh doanh	24
1.5.1. Lớp văn hóa kinh doanh hữu hình	24
1.5.2. Lớp văn hóa kinh doanh chuẩn mực	25
1.5.3. Lớp văn hóa kinh doanh quan niệm	25
1.6. Một số vấn đề mới trong văn hóa kinh doanh	26
1.6.1. Văn hóa kinh doanh quốc tế	26
1.6.1.1. Khái niệm và đặc trưng của văn hóa kinh doanh quốc tế	26
1.6.1.2. Vai trò của văn hóa kinh doanh quốc tế	28
1.6.1.3. Một số lưu ý khi xây dựng văn hóa kinh doanh quốc tế	31

1.6.2. Văn hóa kinh doanh trong bối cảnh chuyển đổi số	33
1.6.2.1. Khái quát văn hóa kinh doanh trong chuyển đổi số	33
1.6.2.2. Lộ trình xây dựng văn hóa số gồm các bước sau	34
Tóm tắt chương	35
Câu hỏi ôn tập	36
Bài tập tình huống	37
Tài liệu tham khảo chương 1	39
Chương 2: KHÁI QUÁT VỀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP	41
2.1. Một số khái niệm cơ bản	41
2.1.1. Khái niệm văn hoá	41
2.1.2. Khái niệm doanh nghiệp	41
2.1.3. Khái niệm văn hoá doanh nghiệp	42
2.2. Đặc điểm và vai trò của văn hóa doanh nghiệp	43
2.2.1. Đặc điểm của văn hóa doanh nghiệp	43
2.2.2. Vai trò của văn hóa doanh nghiệp	43
2.3. Các cấp độ của văn hóa doanh nghiệp	45
2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến văn hóa doanh nghiệp	47
2.5. Các mô hình văn hóa doanh nghiệp	52
2.5.1. Mô hình văn hóa gia đình	53
2.5.2. Mô hình văn hóa tháp Eiffel	55
2.5.3. Mô hình văn hóa tên lửa dẫn đường	57
2.5.4. Mô hình văn hóa lò ấp trứng	59
2.6. Các yếu tố cấu thành văn hóa doanh nghiệp	61
2.6.1. Văn hóa nhận thức	61
2.6.1.1. Triết lý kinh doanh	61
2.6.1.2. Đạo đức kinh doanh	69

2.6.1.3. Giai thoại	69
2.6.1.4. Thương hiệu	71
2.6.2. Văn hóa ứng xử trong kinh doanh	73
2.6.2.1. Khái niệm văn hoá ứng xử	73
2.6.2.2. Vai trò của văn hoá ứng xử	73
2.6.2.3. Văn hoá ứng xử trong mối quan hệ của doanh nghiệp	74
2.6.3. Tổ chức đời sống tập thể	80
Tóm tắt chương	82
Câu hỏi ôn tập	83
Bài tập tình huống	83
Tài liệu tham khảo chương 2	87
Chương 3: XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP	89
3.1. Văn hóa doanh nghiệp tại một số doanh nghiệp điển hình	89
3.1.1. Tại IBM	90
3.1.2. Tại Matsushita Electronic	93
3.1.3. Tại Google	95
3.1.4. Tại FPT	96
3.2. Quy trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp	101
3.2.1. Một số lưu ý đối với quá trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp	101
3.2.2. Các bước xây dựng văn hóa doanh nghiệp	102
3.3. Hệ thống tiêu chí nhận diện văn hóa doanh nghiệp	111
3.3.1. Về yếu tố tổ chức	112
3.3.2. Về yếu tố quản lý	112
3.3.3. Về yếu tố lãnh đạo	113

3.4. Phát triển văn hóa doanh nghiệp dựa vào các tiêu chí nhận diện văn hóa doanh nghiệp	113
3.4.1. Phát triển văn hóa kinh doanh với yếu tố Tổ chức	114
3.4.2. Phát triển văn hóa kinh doanh với yếu tố Quản lý	115
3.4.3. Phát triển văn hóa kinh doanh với yếu tố Lãnh đạo	117
Tóm tắt chương	118
Câu hỏi ôn tập	119
Bài tập tình huống	120
Tài liệu tham khảo chương 3	123
Chương 4 KHÁI QUÁT VỀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH	125
4.1. Khái niệm đạo đức và đạo đức kinh doanh	125
4.1.1. Khái niệm đạo đức	125
4.1.2. Khái niệm đạo đức kinh doanh	126
4.1.3. Các nguyên tắc và chuẩn mực của đạo đức kinh doanh	127
4.2. Một số vấn đề đạo đức trong kinh doanh	129
4.2.1. Khái niệm	129
4.2.2. Nguồn gốc của vấn đề đạo đức	130
4.2.2.1. Các khía cạnh của mâu thuẫn	130
4.2.2.2. Các lĩnh vực mâu thuẫn	134
4.2.2.3. Mâu thuẫn giữa các đối tượng hữu quan bên trong	137
4.2.2.4. Mâu thuẫn giữa các đối tượng hữu quan bên ngoài	140
4.3. Biểu hiện của đạo đức kinh doanh	143
4.3.1. Nghĩa vụ về kinh tế	143
4.3.2. Nghĩa vụ về pháp lý	145
4.3.3. Nghĩa vụ về đạo đức	149
4.3.4. Nghĩa vụ về nhân văn	151

4.4. Vai trò của đạo đức kinh doanh đối với sự phát triển của doanh nghiệp và xã hội	152
4.4.1. Đạo đức trong kinh doanh góp phần điều chỉnh hành vi của các chủ thể kinh doanh	154
4.4.2. Đạo đức kinh doanh góp phần vào thành công của doanh nghiệp	155
4.4.3. Đạo đức kinh doanh góp phần vào sự cam kết và tận tâm của nhân viên	157
4.4.4. Đạo đức kinh doanh góp phần làm hài lòng khách hàng	159
4.4.5. Đạo đức kinh doanh góp phần tạo ra lợi nhuận cho doanh nghiệp	160
4.4.6. Đạo đức kinh doanh góp phần vào sự vững mạnh của nền kinh tế quốc gia	162
4.5. Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội	163
Tóm tắt chương	164
Câu hỏi ôn tập	165
Bài tập tình huống	166
Tài liệu tham khảo chương 4	168
Chương 5: XÂY DỰNG CÁC CHƯƠNG TRÌNH ĐẠO ĐỨC KINH DOANH	171
5.1. Khái niệm và tầm quan trọng của chương trình đạo đức kinh doanh	171
5.2. Một số nguyên tắc khi xây dựng các chương trình đạo đức kinh doanh	174
5.3. Xây dựng các chương trình đạo đức kinh doanh	177
5.3.1. Yêu cầu khi xây dựng một chương trình đạo đức hiệu quả	177
5.3.2. Xây dựng và truyền đạt/phổ biến hiệu quả các tiêu chuẩn đạo đức	178
5.3.3. Các bước để xây dựng chương trình đạo đức	179

5.4. Nội dung chương trình đạo đức kinh doanh	181
5.4.1. Những tiêu chuẩn, quy trình và mong đợi đối với doanh nghiệp	181
5.4.2. Xác định tầm nhìn, mục tiêu, giá trị cốt lõi	182
5.4.3. Các nguyên tắc hướng dẫn và các quy tắc đạo đức	182
5.4.4. Các điều khoản trong bộ quy tắc đạo đức	186
5.5. Tổ chức thực hiện, điều hành và giám sát việc thực hiện các chương trình đạo đức kinh doanh	191
5.5.1. Thiết lập hệ thống điều hành thực hiện, tăng cường tiêu chuẩn và việc tuân thủ đạo đức	191
5.5.2. Đánh giá chương trình đạo đức kinh doanh	192
5.5.3. Cải thiện liên tục chương trình tuân thủ đạo đức	194
Tóm tắt chương	195
Câu hỏi ôn tập	196
Bài tập tình huống	197
Tài liệu tham khảo chương 5	201
PHỤ LỤC	203

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Sứ mệnh và mục tiêu của doanh nghiệp	65
Bảng 2.2. Sáu bí quyết chăm sóc khách hàng	78
Bảng 2.3. Mười hai nguyên tắc xây dựng lòng trung thành của khách hàng	79

DANH MỤC PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Bảng 3.1. Bộ tiêu chí đo lường yếu tố Tổ chức	203
Phụ lục 2: Bảng 3.2. Bộ tiêu chí đo lường yếu tố Quản lý	207
Phụ lục 3: Bảng 3.3. Bộ tiêu chí đo lường yếu tố Lãnh đạo	209

Giáo trình
**VĂN HÓA VÀ ĐẠO ĐỨC
KINH DOANH**

Bạn đọc được phục vụ tài liệu tại:

**Trung tâm Thông tin Thư viện
Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội**

- **Tại TP. Hà Nội:**
Cơ sở 1: Phường Minh Khai, Q. Bắc Từ Liêm
Cơ sở 2: Phường Tây Tựu, Q. Bắc Từ Liêm
- **Tại Hà Nam:**
Cơ sở 3: Phường Lê Hồng Phong, thành phố Phủ Lý

Website: www.hau.edu.vn

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP
TRUNG TÂM THÔNG TIN THƯ VIỆN



Mã sách: 020405471

ISBN-13: 978-604-75-2481-5



9 786047 524815

Giá: 51.000đ