



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

Chủ biên: PGS.TS. Nguyễn Mạnh Quân

Giáo trình

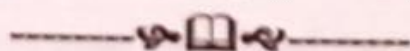
ĐẠO ĐỨC KINH DOANH VÀ VĂN HÓA CÔNG TY

(Tái bản lần thứ 2)



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
2015

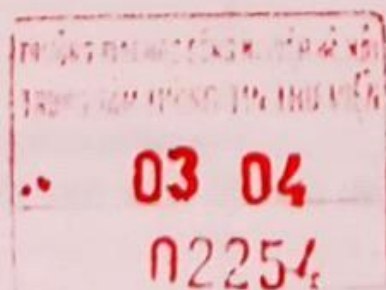
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



Chủ biên: PGS.TS. NGUYỄN MẠNH QUÂN

GIÁO TRÌNH
ĐẠO ĐỨC KINH DOANH
VÀ VĂN HÓA CÔNG TY

(Tái bản lần thứ 2)



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
2015

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	7
Chương 1: ĐẠO ĐỨC KINH DOANH VÀ VẤN ĐỀ ĐẠO ĐỨC TRONG KINH DOANH	11
I. ĐẠO ĐỨC KINH DOANH.....	12
1/ Khái niệm.....	12
2/ Vài nét về sự phát triển của phạm trù đạo đức trong kinh doanh	24
3/ Nghiên cứu đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty có ý nghĩa gì	35
II. SỰ XUẤT HIỆN CỦA CÁC VẤN ĐỀ ĐẠO ĐỨC TRONG KINH DOANH	37
1/ Thế nào là vấn đề đạo đức trong kinh doanh?.....	37
2/ Nguồn gốc của vấn đề đạo đức.....	38
3/ Nhận diện các vấn đề đạo đức.....	63
III. KẾT LUẬN.....	67
TỰ KIỂM TRA NHẬN THỨC: <i>BÀI 1</i>	70
Chương 2: CÁC TRIẾT LÝ ĐẠO ĐỨC TRONG KINH DOANH VÀ CÁC NGHĨA VỤ TRONG TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA CÔNG TY	71
I. TRIẾT LÝ ĐẠO ĐỨC (ĐẠO LÝ).....	72
1/ Khái niệm.....	72
2/ Xu thế phát triển trong triết lý đạo đức	74
II. CÁC TRIẾT LÝ ĐẠO ĐỨC CHỦ YẾU.....	75
1/ Các triết lý theo quan điểm vị lợi	75
2/ Các triết lý theo quan điểm pháp lý.....	79
3/ Triết lý theo quan điểm đạo lý: <i>Thuyết đạo đức nhân cách</i>	84
4/ Tính cách và công việc.....	88
III. CÁC NGHĨA VỤ TRONG TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA CÔNG TY	90
1/ Nghĩa vụ về kinh tế	90
2/ Nghĩa vụ về pháp lý.....	92
3/ Nghĩa vụ về đạo đức.....	98
4/ Nghĩa vụ về nhân văn (philanthropy).....	100
5/ Quan điểm và cách tiếp cận đối với việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.....	101
IV. KẾT LUẬN.....	109
TỰ KIỂM TRA NHẬN THỨC: <i>BÀI 2</i>	112

Chương 3: PHƯƠNG PHÁP VÀ CÔNG CỤ PHÂN TÍCH HÀNH VI ĐẠO ĐỨC TRONG KINH DOANH	113
I. RA QUYẾT ĐỊNH VỀ CÁC VẤN ĐỀ LIÊN QUAN ĐẾN ĐẠO ĐỨC TRONG KINH DOANH	114
1/ Cách tiếp cận với quá trình ra quyết định về đạo đức	114
2/ Quá trình ra quyết định về đạo đức trong kinh doanh	115
II. CÁC NHÂN TỐ "ĐẦU VÀO": CÁC TÁC NHÂN	120
1/ Tình trạng bức xúc của vấn đề đạo đức	120
2/ Trạng thái ý thức đạo đức của cá nhân	121
3/ Nhân tố "văn hoá công ty"	124
III. PHÂN TÍCH HÀNH VI: ALGORITHM ĐẠO ĐỨC VÀ PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH VẤN ĐỀ - GIẢI PHÁP	127
1/ Cách tiếp cận với các quyết định về đạo đức theo <i>algorithm đạo đức</i>	127
2/ Động cơ, động lực	128
3/ Mục đích, mục tiêu.....	135
4/ Phương tiện.....	140
5/ Hệ quả	148
IV. KẾT LUẬN	152
TỰ KIỂM TRA NHẬN THỨC: BÀI 3	154
Chương 4: MỘT SỐ TÌNH HUỐNG ĐIỂN HÌNH VỀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH	155
I. QUAN HỆ VỚI NGƯỜI LAO ĐỘNG	159
1/ Tính cách và công việc: <i>Cáo giặc</i>	159
2/ Quyền đối với tài sản trí tuệ: <i>Bí mật thương mại</i>	170
3/ Mối quan hệ trong sản xuất.....	179
II. QUAN HỆ VỚI ĐỐI TƯỢNG BÊN NGOÀI	198
1/ Quan hệ với khách hàng	198
2/ Quan hệ với ngành: <i>cạnh tranh trung thực</i>	226
III. KẾT LUẬN	235
TỰ KIỂM TRA NHẬN THỨC: BÀI 4	237
Chương 5: VĂN HOÁ CÔNG TY	239
I. VĂN HOÁ CÔNG TY?	240
1/ Khái niệm và đặc điểm.....	240
2/ Văn hoá công ty thể hiện "tính cách" của doanh nghiệp	243
3/ Tính chất "mạnh", "yếu" của văn hoá công ty	247
II. BẢN CHẤT CỦA VĂN HÓA CÔNG TY	247
1/ Vai trò chiến lược của văn hoá công ty	247
2/ Quản lý bằng giá trị (Quản lý bằng triết lý) - MBV	254
III. BIỂU TRUNG CỦA VĂN HOÁ CÔNG TY	264
1/ Các biểu trưng trực quan của văn hoá công ty	265

2/ Các biểu trưng phi-trực quan của văn hoá công ty	274
3/ Xác minh văn hoá công ty	276
IV. CÁC DẠNG VĂN HOÁ CÔNG TY	282
1/ Các dạng văn hoá công ty của <i>Harrison/Handy</i>	282
2/ Các dạng văn hoá công ty của <i>Deal</i> và <i>Kennedy</i>	285
3/ Các dạng văn hoá công ty của <i>Quinn</i> và <i>McGrath</i>	287
4/ Các mô hình văn hoá công ty của <i>Scholz</i>	288
5/ Các dạng văn hoá công ty của <i>Daft</i>	290
6/ Các dạng văn hoá tổ chức của <i>Sethia</i> và <i>Klinow</i>	293
V. KẾT LUẬN	296
TỰ KIỂM TRA NHẬN THỨC: BÀI 5	298
Chương 6: VẬN DỤNG TRONG QUẢN LÝ - TẠO LẬP BẢN SẮC VĂN HOÁ CÔNG TY	299
I. TẠO LẬP BẢN SẮC VĂN HOÁ CÔNG TY	300
1/ Bản sắc văn hoá công ty	300
2/ Tạo lập bản sắc văn hoá công ty	302
II. HOÀN THIÊN HỆ THỐNG TỔ CHỨC	305
1/ Ảnh hưởng của quan điểm thiết kế đến việc lựa chọn mô hình tổ chức	305
2/ Các quan điểm tổ chức định hướng môi trường	306
3/ Các quan điểm tổ chức định hướng con người	313
4/ Cách tiếp cận của quản lý thực hành: các hệ thống cơ bản trong cơ cấu tổ chức	331
III. XÂY DỰNG PHONG CÁCH QUẢN LÝ ĐỊNH HƯỚNG ĐẠO ĐỨC	336
1/ Các quan điểm về vai trò của quản lý	336
2/ Năng lực lãnh đạo và quyền lực của người quản lý	341
3/ Phong cách lãnh đạo	344
4/ Vận dụng trong quản lý	346
IV. THIẾT LẬP HỆ THỐNG TRIỂN KHAI ĐẠO ĐỨC KINH DOANH VÀ VĂN HOÁ CÔNG TY	355
1/ Hệ thống các chuẩn mực hành vi đạo đức	355
2/ Hệ thống các tiêu chuẩn giao ước (cam kết) về đạo đức	360
3/ Các chương trình đạo đức trong văn hoá công ty	364
4/ Hệ thống thanh tra đạo đức	370
V. KẾT LUẬN	377
TỰ KIỂM TRA NHẬN THỨC: BÀI 6	380
TÀI LIỆU THAM KHẢO	381