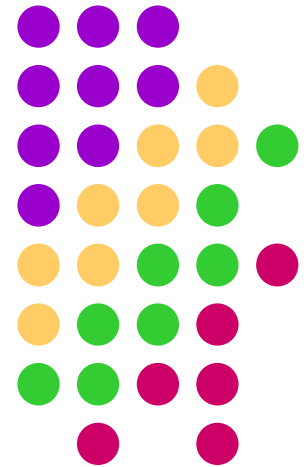
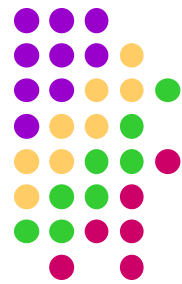


Đạo đức thì còn nan giải hơn là bạn tưởng . . .

CÁC TIÊU CHUẨN VỀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

TS. Đỗ Hữu Hải
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP
THỰC PHẨM TP. HCM





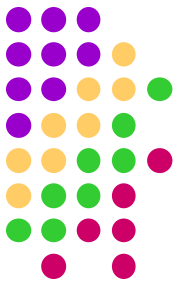
Khái niệm đạo đức

Theo nguyên tắc luân lý:

- Đạo: Đường đi, đường sống của con người
 - Đức: Đức tính, nhân đức, các nguyên tắc luân lý
- ⇒ Đạo đức là tập các nguyên tắc, quy tắc, chuẩn mực xã hội nhằm điều chỉnh, đánh giá hành vi của con người đối với bản thân và trong quan hệ xã hội, quan hệ với người khác

Theo giác độ khoa học

Đạo đức là một môn khoa học nghiên cứu bản chất tự nhiên của cái đúng – sai và phân biệt khi lựa chọn cái đúng cái sai, triết lý và cái đúng – cái sai, quy tắc hay chuẩn mực chi phối thành viên trong tổ chức



Khái niệm đạo đức

Với tư cách là một hình thái ý thức xã hội

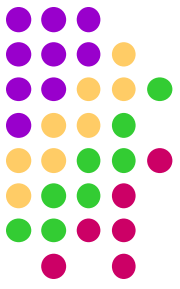
- Đạo đức có tính giai cấp, tính khu vực và tính địa phương
- Đạo đức có tính lịch sử thay đổi theo điều kiện lịch sử cụ thể

⇒ Chức năng cơ bản là điều chỉnh hành vi của con người theo các chuẩn mực và quy tắc đạo đức đã được xã hội công nhận bằng sức mạnh của sự thôi thúc lương tâm cá nhân của dư luận xã hội, của tập quán truyền thống và giáo dục



Khái niệm đạo đức

Những chuẩn mực và quy tắc đạo đức



Những điểm tốt

- Độ lượng
- Khoan dung
- Chính trực khiêm tốn
- Dũng cảm trung thực
- Tín, thiện,...



Những điểm xấu

- Tàn bạo, tham lam,
- Kiêu ngạo, hèn nhát,
- Phản bội
- Bất tín, ác,...
- Lừa dối,...





Khái niệm đạo đức

- Là tập hợp những nguyên tắc, qui tắc, chuẩn mực xã hội
 - phân biệt tốt và xấu, đúng và sai
- Quy định thái độ, nghĩa vụ, trách nhiệm của mỗi người đối với bản thân cũng như đối với người khác và xã hội
- Được thực hiện bởi
 - niềm tin cá nhân,
 - sức mạnh của truyền thống và
 - sức mạnh của dư luận xã hội.



Khái luận về đạo đức kinh doanh

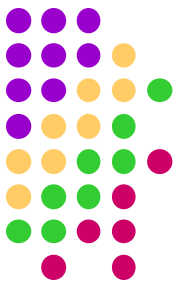
Khái niệm đạo đức



Theo nghĩa thông thường, đạo đức là những nguyên tắc cư xử để phân biệt Tốt và Xấu, Đúng và Sai

⇒ Đạo đức rộng hơn pháp luật:

Đạo đức	Pháp luật
<ul style="list-style-type: none">• Có tính tự nguyện và không ghi thành văn bản• Phạm vi điều chỉnh: mọi lĩnh vực của đời sống tinh thần	<ul style="list-style-type: none">• Có tính cưỡng bức và được ghi thành văn bản pháp quy• Phạm vi điều chỉnh: những hành vi liên quan đến chế độ xã hội, chế độ nhà nước



Khái niệm đạo đức kinh doanh

Đạo đức kinh doanh = Tập hợp nguyên tắc quy tắc nhằm đánh giá điều chỉnh hướng dẫn kiểm soát hành vi chủ thể KD

→ Đạo đức kinh doanh:

- Đưa ra các quy định và tiêu chuẩn hướng dẫn hành vi trong thế giới KD
- Thường được quyết định bởi các đối tượng hữu quan
- Chính là đạo đức được vận dụng vào trong hoạt động kinh doanh
- Là một dạng đạo đức nghề nghiệp, có tính đặc thù của hoạt động kinh doanh

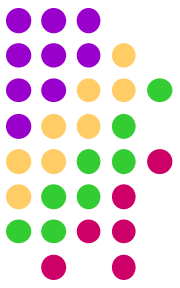


Khái niệm đạo đức kinh doanh

Các nguyên tắc và chuẩn mực của ĐĐKD

- **Tính trung thực**: không có thủ đoạn gian dối, xảo trá để kiếm lời, giữ lời hứa, chữ tín trong KD, chấp hành luật pháp, không trốn thuế, hàng giả,..
- **Tôn trọng con người**: Đối với nhân viên, khách hàng, đối thủ cạnh tranh
- **Gắn lợi ích của Dn với lợi ích của khách hàng và XH**, coi trọng hiệu quả với CSR
- **Bí mật trung thành với các trách nhiệm đặc biệt**

2.1. Khái luận về đạo đức kinh doanh



Khái niệm đạo đức kinh doanh

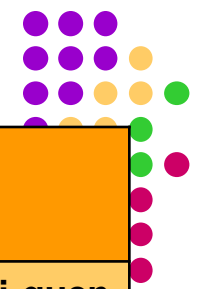
- *Đối tượng điều chỉnh:*

- Tầng lớp doanh nhân làm nghề kinh doanh: Ban giám đốc, HĐQT, công nhân viên chức,..ddkd được gọi là đạo đức nghề nghiệp (giáo dục, y tế,...)
- Khách hàng của doanh nhân: KH lợi dụng vị thế KH là thượng đế để xâm phạm danh dự của doanh nhân

=> Đối tượng: Chủ thể của các quan hệ và hành vi kinh doanh

- *Phạm vi áp dụng:*

Tất cả những thể chế xã hội, những tổ chức, những người liên quan, tác động đến hoạt động kinh doanh: thể chế chính trị, công đoàn, doanh nghiệp, chủ DN, người làm công,..



Vai trò tiến triển của chương trình tuân thủ thành chương trình dựa trên giá trị đạo đức

Theo truyền thống	Theo chiều hướng tiến bộ (những thói quen tốt nhất)
Chú trọng vào sự thanh tra	Chú trọng vào kinh doanh
Dựa trên hoạt động tác nghiệp	Dựa trên quy trình
Chú trọng vào báo cáo tài chính	Chú trọng vào khách hàng
Mục tiêu là sự tuân thủ	Mục tiêu là nhận dạng rủi ro, cải tiến quy trình
Chú trọng vào các chính sách và thủ tục	Chú trọng vào quản lý rủi ro
Bao hàm sự kiểm tra nhiều năm	Bao hàm sự liên tục đánh giá lại rủi ro
Gắn bó chặt chẽ với chính sách	Tạo điều kiện thuận lợi cho sự thay đổi
Trung tâm chi phí dự toán	Trách nhiệm giải trình về những kết quả cải thiện hiệu quả hoạt động
Các kiểm tra viên chuyên nghiệp	Những cơ hội về những cương vị quản lý khác
Phương pháp luận: Chú trọng vào chính sách, hoạt động tác nghiệp và sự tuân thủ	Phương pháp luận: Chú trọng vào mục tiêu, chiến lược và quy trình quản lý rủi ro



● Bản chất các mối quan hệ của cá nhân và Sự hình thành Đạo đức Kinh doanh

Mối quan hệ xã hội

Mối quan hệ kinh doanh

Quy tắc chi phối

Phạm vi đối tượng

Quy tắc chi phối

● Nguyên tắc, chuẩn mực định hướng hành vi trong mối quan hệ



Xã hội

- Gia đình
- Bạn bè
- Lân bang

- Đồng nghiệp
- Khách hàng
- Chủ sở hữu
- Đối tác
- Cộng đồng
- Chính phủ

● Hệ thống Nguyên tắc, chuẩn mực định hướng hành vi trong mối quan hệ công tác



Công tác

● **ĐẠO ĐỨC**
(XÃ HỘI)

● **ĐẠO ĐỨC**

KINH DOANH

Bản chất mối quan hệ

- Giá trị tinh thần
- Tự nguyện

- Giá trị vật chất, lợi ích
- Theo nguyên tắc

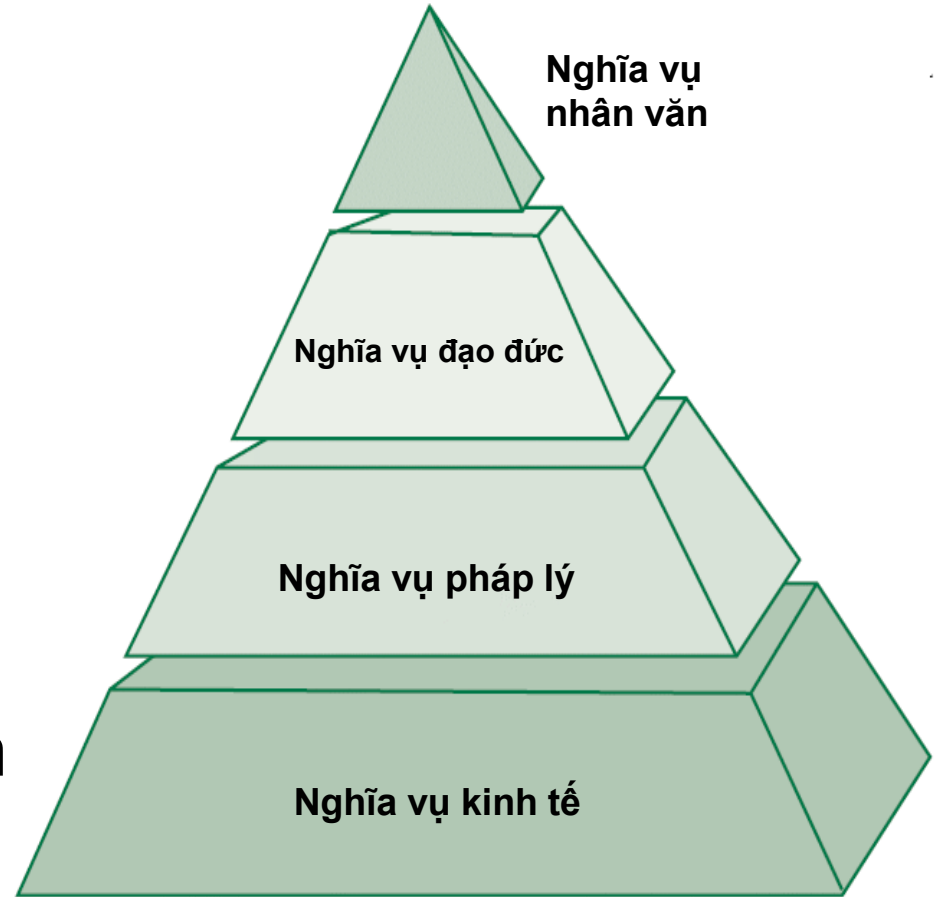
1. Khái luận về đạo đức kinh doanh



1.3.2. Các khía cạnh của trách nhiệm xã hội

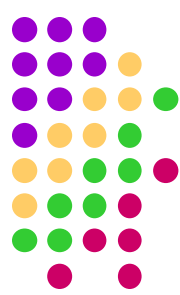
1. Khía cạnh kinh tế
2. Khía cạnh pháp lý
3. Khía cạnh đạo đức
4. Khía cạnh nhân văn
(lòng bác ái)

=> Một doanh nghiệp có trách nhiệm xã hội liên quan đến *mọi khía cạnh vận hành* của một DN

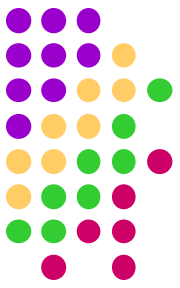


Tháp trách nhiệm XH

Giới lãnh đạo: Tạo dựng nên khí thế văn hóa với tư cách là “Nhà lãnh đạo có đạo đức”



- *Nghiên cứu đã cho thấy rằng:*
 - Điều thiết yếu là nhà lãnh đạo phải được mọi người thừa nhận là có sự định hướng về con người, cũng như là đã tiến hành những hành động đạo đức có thể thấy được rõ ràng.
 - Những đặc tính quan trọng khác bao gồm khả năng lãnh hội, lắng nghe, sự cởi mở, bổ sung cho những đặc tính được cho là mang tính truyền thống nhiều hơn như là chính trực, trung thực, và đáng tin cậy.
 - Được thừa nhận là có ý thức đạo đức rõ ràng, quan tâm tới nhiều đối tượng hữu quan khác nhau và sử dụng những quy trình ra quyết định đạo đức thì cũng rất là quan trọng.
 - Những người được thừa nhận là nhà lãnh đạo có đạo đức thực hiện rất nhiều những việc mà “các nhà lãnh đạo truyền thống” thực hiện (ví như củng cố sự ứng xử có đạo đức mà họ đang tìm kiếm, tạo ra những tiêu chuẩn đạo đức cho hành vi, v.v) nhưng họ thực hiện những việc đó trong bối cảnh của một chương trình nghị sự về đạo đức.
 - Mọi người thừa nhận rằng mục tiêu của nhà lãnh đạo có đạo đức không chỉ đơn thuần là hiệu quả hoàn thành công việc mà là hiệu quả hoàn thành công việc phải phù hợp với một tập hợp những giá trị và nguyên tắc đạo đức.
 - Cuối cùng, các nhà lãnh đạo có đạo đức phải thể hiện sự quan tâm tới con người (người lao động và các đối tượng hữu quan bên ngoài doanh nghiệp) trong tiến trình công việc của họ.

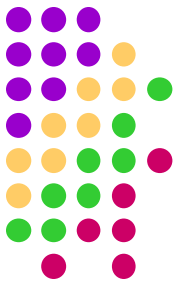


Giới chức lãnh đạo

Một tổ chức chỉ được coi là có đạo đức khi các nhà lãnh đạo của nó là có đạo đức, và chỉ được coi là có đạo đức khi các nhà lãnh đạo của nó có thể khích lệ những nhân viên cấp dưới trở nên có đạo đức.



Nhà lãnh đạo có đạo đức



- Tuy vậy, như đã được đề cập trước đó, tất cả mọi đặc tính và hành vi như thế phải **thấy được một cách rõ ràng**.
- Đưa ra những quyết định dũng cảm trong những hoàn cảnh gay cấn khó khăn sẽ thể hiện cách thức mà nhờ đó các nhà lãnh đạo có đạo đức sẽ được ghi nhận.
- Nhà lãnh đạo có đạo đức là phải có “đủ can đảm để nói ‘không’ với những hành vi ứng xử không phù hợp với những giá trị đạo đức của mình.”



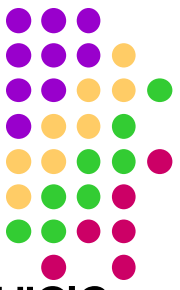
Nhà lãnh đạo có hiệu quả với Nhà lãnh đạo có đạo đức



- Việc được thừa nhận là một nhà lãnh đạo sẽ đóng một vai trò quan trọng trong khả năng tạo lập và chuyển đổi một nền văn hóa doanh nghiệp có đạo đức của một nhà lãnh đạo.
- Chúng ta có ý gì khi nói một nhà lãnh đạo là “có đạo đức”? Một nhà lãnh đạo tốt chỉ đơn giản là những ai làm tốt những gì mà các nhà lãnh đạo phải làm. Các nhà lãnh đạo tốt là có hiệu quả trong việc đưa những người đi theo mình cùng đến một cái đích chung.



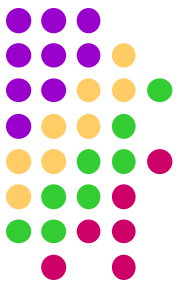
Nhà lãnh đạo có hiệu quả với Nhà lãnh đạo có đạo đức



- Một sự khác biệt chủ yếu nằm ở những phương tiện được sử dụng để làm động cơ thúc đẩy những người khác và để đạt được những mục tiêu của mình.
- Các nhà lãnh đạo có hiệu quả có thể đạt được những mục tiêu của họ thông qua những lời lẽ đe dọa, sự dọa dẫm, sự quấy rối, hoặc sự ép buộc. Các nhà lãnh đạo cũng có thể sử dụng những phương tiện có sức lôi cuốn hơn như là thực hiện những hành vi đạo đức để làm gương, thuyết phục, hoặc sử dụng vai trò thể chế của mình.

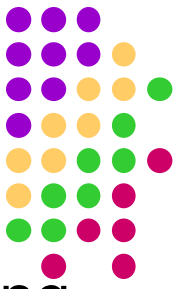


Nhà lãnh đạo có hiệu quả với Nhà lãnh đạo có đạo đức



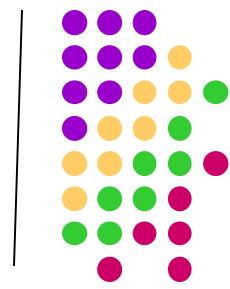
- Để trở thành một nhà lãnh đạo có đạo đức thì điều trọng yếu là nhất định phải có những biện pháp lãnh đạo phù hợp về mặt đạo đức.
- Tạo ra một nền văn hóa doanh nghiệp mà trong đó các nhân viên lao động được trao quyền hành động và được kỳ vọng là sẽ đưa ra những quyết định có trách nhiệm đạo đức là một phần thiết yếu của việc trở thành một nhà lãnh đạo có đạo đức.
- Nhưng, trong khi một số phương thức có thể là tốt hơn về mặt đạo đức so với những phương thức khác (ví như thuyết phục thay vì là bắt ép), thì chỉ riêng biện pháp sẽ không tạo nên được một nhà lãnh đạo có đạo đức.

Những mục đích của sự lãnh đạo có đạo đức



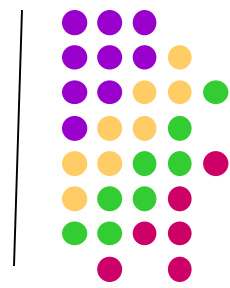
- Sẽ không thể trở thành một nhà lãnh đạo, và cũng không thể có được những người theo sau, nếu như không có một phương hướng hay mục tiêu để mà hướng tới.
- Trong bối cảnh kinh doanh, năng suất lao động, sự hiệu quả, và khả năng sinh lợi là những mục tiêu tối thiểu. Một nhà lãnh đạo doanh nghiệp mà khiến cho doanh nghiệp đi đến chỗ phá sản thì không chắc có đủ tư cách trở thành một nhà lãnh đạo tốt hoặc có hiệu quả.





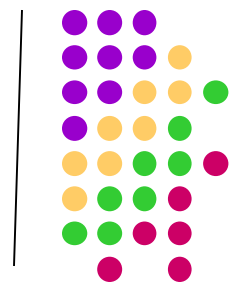
Khía cạnh kinh tế

- **Đối với Nhà nước:** doanh nghiệp thực hiện các nghĩa vụ đối với Nhà nước như nộp thuế...
- **Đối với người tiêu dùng:** tìm kiếm và đáp ứng một cách tốt nhất những nhu cầu cần thiết trong xã hội, đảm bảo thỏa mãn người tiêu dùng về mọi mặt khi người tiêu dùng sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp
- **Đối với người lao động:** tạo công ăn việc làm với mức thù lao xứng đáng cơ hội việc làm như nhau, cơ hội phát triển nghề và chuyên môn, hưởng thù lao tương xứng, hưởng môi trường lao động an toàn, vệ sinh và đảm bảo quyền riêng tư, cá nhân ở nơi làm việc.
- **Đối với chủ sở hữu doanh nghiệp:** bảo tồn và phát triển các giá trị và tài sản được uỷ thác.
- **Đối với các bên liên đới khác:** mang lại lợi ích tối đa & công bằng cho họ.



Khía cạnh pháp lý

- **Doanh nghiệp phải thực hiện đầy đủ những quy định về pháp lý chính thức đối với các bên hữu quan**
- **Bao gồm năm khía cạnh:**
 - (1) điều tiết cạnh tranh;
 - (2) bảo vệ người tiêu dùng;
 - (3) bảo vệ môi trường;
 - (4) an toàn và bình đẳng và
 - (5) khuyến khích phát hiện và ngăn chặn hành vi sai trái



Khía cạnh đạo đức

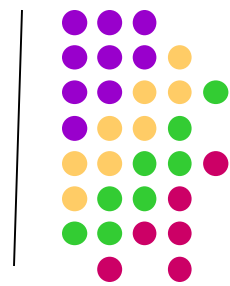
- TNXH là những hành vi và hoạt động mà xã hội mong đợi ở doanh nghiệp, **vượt qua cả những yêu cầu pháp lý khắc nghiệt**
- Khía cạnh đạo đức của một doanh nghiệp thường được thể hiện thông qua những nguyên tắc, giá trị đạo đức được tôn trọng trình bày trong bản sứ mệnh và chiến lược của công ty.



Khía cạnh nhân văn (lòng bác ái)

- **Khía cạnh nhân văn trong trách nhiệm xã hội của một doanh nghiệp là *những hành vi và hoạt động thể hiện những mong muốn đóng góp và hiến dâng cho cộng đồng và xã hội.***
- **Những đóng góp có thể trên bốn phương diện:**
 - **Nâng cao chất lượng cuộc sống,**
 - **San sẻ bớt gánh nặng cho chính phủ,**
 - **Nâng cao năng lực lãnh đạo cho nhân viên và**
 - **Phát triển nhân cách đạo đức của người lao động.**
- **Đây là thứ trách nhiệm được điều chỉnh bởi lương tâm**

Các hoạt động cộng đồng của Unilever

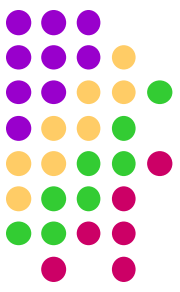


1. Chăm sóc sức khỏe và vệ sinh cộng đồng
2. Chương trình bảo vệ nụ cười VN của P/S
3. Dự án “Cho đôi mắt sáng của trẻ thơ”
4. Bảo vệ môi trường “Tự hào Hạ Long”
5. Làng hy vọng
6. Cam kết 2001 – 2005 hỗ trợ 2 triệu USD cho phát triển cộng đồng và các hoạt động từ thiện



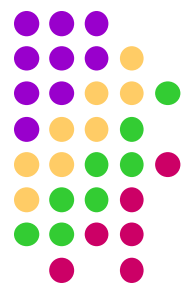
Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội

Đạo đức kinh doanh	Trách nhiệm xã hội
<ul style="list-style-type: none">● Chỉ đạo hành vi trong hoạt động kinh doanh● Quy định rõ ràng về các phẩm chất đạo đức kinh doanh● Liên quan đến các nguyên tắc và quy định <u>chỉ đạo</u> những quyết định của chủ thể kinh doanh● Thể hiện những mong muốn, kỳ vọng xuất phát từ bên trong	<ul style="list-style-type: none">● Nghĩa vụ của doanh nghiệp, cá nhân phải thực hiện đối với XH nói chung● Xem như một cam kết với xã hội● Quan tâm tới <u>hậu quả</u> của những quyết định của tổ chức xã hội● Thể hiện những mong muốn, kỳ vọng xuất phát từ bên ngoài



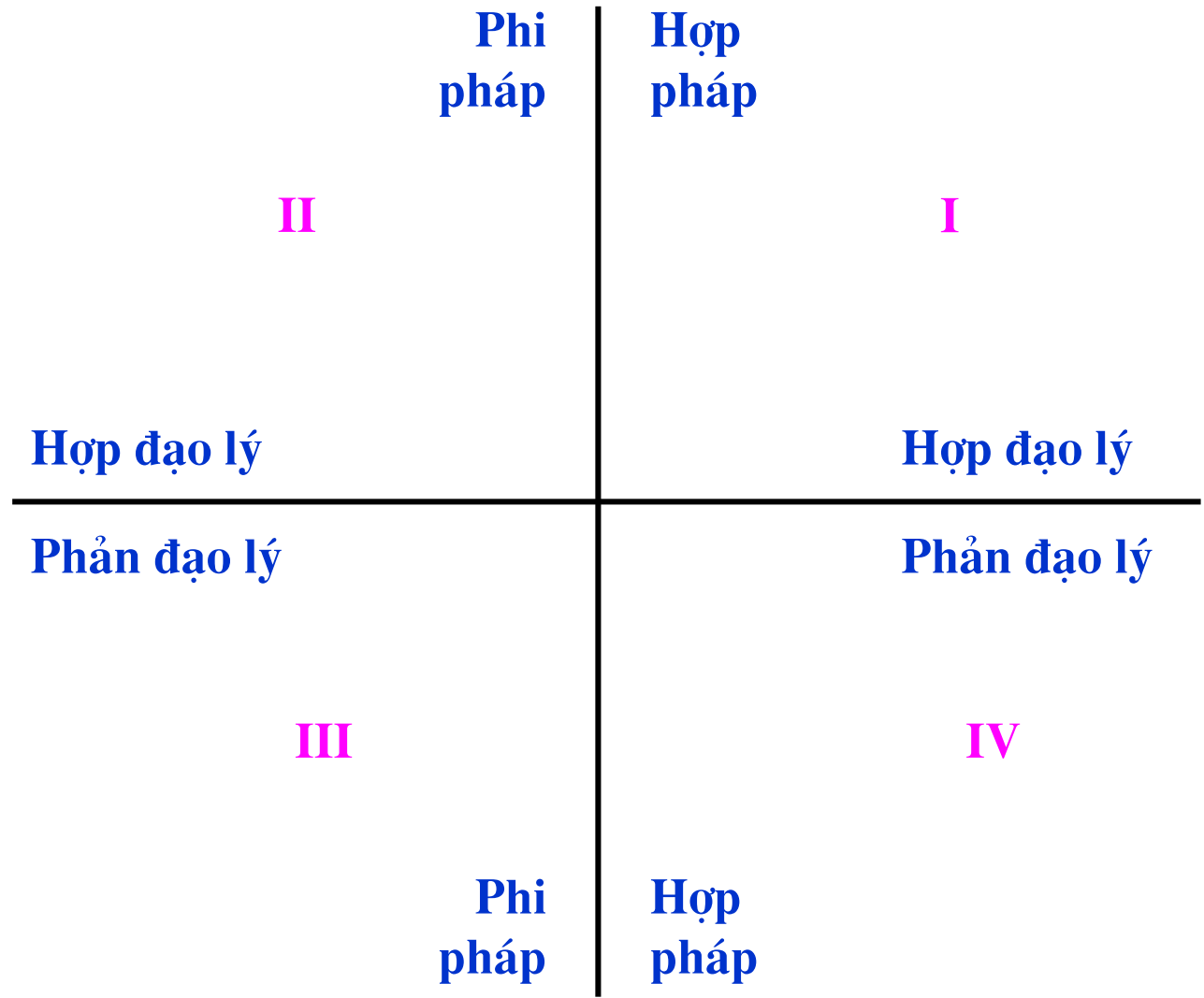
Vai trò của đạo đức kinh doanh trong quản trị doanh nghiệp

1. **Góp phần điều chỉnh hành vi của các chủ thể KD**
2. **Góp phần vào chất lượng của doanh nghiệp**
3. **Góp phần vào sự cam kết và tận tâm của nhân viên**
4. **Góp phần làm hài lòng khách hàng**
5. **Góp phần tạo ra lợi nhuận cho doanh nghiệp**
6. **Góp phần vào sự vững mạnh của nền kinh tế quốc gia**



Đạo đức kinh doanh góp phần điều chỉnh hành vi của các chủ thể KD

Góc vuông xác định tính chất đạo đức và pháp lý của hành vi



Đạo đức kinh doanh góp phần vào chất lượng của DN



- Tạo sự hài lòng và nhận thức của nhân viên
 - Tạo sự hài lòng của khách hàng
 - Tạo sự hài lòng của nhà đầu tư
 - Hài lòng của cá bên liên quan
 - Tìm ra được bản chất các mâu thuẫn và các giải quyết
- ⇒ Mang lại kết quả hoạt động tốt cho DN. Tạo nên uy tín và chất lượng hoạt động cho Dn
- ⇒ Thị phần tăng => Doanh thu lớn => Lợi nhuận cao => đời sống vật chất và tinh thần được nâng lên

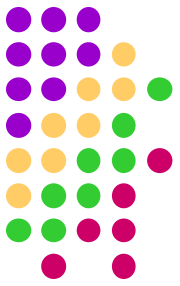
Đạo đức kinh doanh góp phần vào sự cam kết và tận tâm của nhân viên



- Sự hy sinh của nhân viên
 - Sự tôn trọng của nhân viên
 - Sự trung thành với cấp trên và DN
 - Cam kết của nhân viên đối với chất lượng sản phẩm
 - Có trách nhiệm với DN với CV, hiệu quả cv cao
- => Chúng phụ thuộc vào đạo đức kinh doanh của DN, cách đối xử của doanh nghiệp.



Đạo đức kinh doanh góp phần làm hài lòng khách hàng



- Lôi cuốn khách hàng
 - Giữ chân khách hàng
 - Trung thành của khách hàng
 - Khách hàng được công bằng
 - ...
- ⇒ Tạo lợi thế cạnh tranh
- ⇒ Tạo niềm tin cho khách hàng
- ⇒



ĐĐKD là một nguồn lực vô hình, là hệ điều tiết trong quản lý, góp phần làm cho DN phát triển một cách bền vững

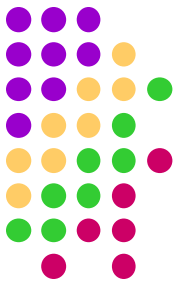


Khi DN kinh doanh có đạo đức (tuân thủ các nguyên tắc & chuẩn mực KD) sẽ:

- Tạo được bầu tâm lý làm việc hiệu quả của nhân viên (nhân viên cảm thấy thoải mái về DN cũng như chính mình, tăng lòng trung thành & trách nhiệm chuyên môn, làm việc hết mình với sự thành đạt của DN)
- Phát triển được các mối quan hệ tin cậy với khách hàng
- Tối thiểu hoá các thiệt hại do sự phá hoại ngầm của nhân viên (ăn cắp, gian lận)
- DN ít phải hầu toà do tránh được các vụ kiện tụng
- DN tránh được những rủi ro, bất trắc trong hoạt động KD

→ ĐĐKD là một lợi thế cạnh tranh, “Đạo đức là KD tốt” thay cho “KD là KD”. Đạo đức là nhân tố bên trong của hoạt động kinh doanh → Chi phí đạo đức.

Đạo đức kinh doanh góp phần vào sự vững mạnh của nền kinh tế quốc gia

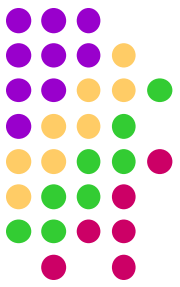


- Tạo nên nền sản xuất ổn định, công bằng
- Tạo sự phát triển bền vững, giảm tỷ lệ tham nhũng, các tật xấu trong kinh doanh
- Tạo uy tín các cổ đông nước ngoài
- Tạo sự phát triển bền vững trong mỗi DN sẽ góp phần vào sự bền vững nền kinh tế
-



2. 4. Các khía cạnh thể hiện của đạo đức kinh doanh

Các khía cạnh thể hiện của đạo đức kinh doanh



1. Xem xét trong các chức năng của DN

- Đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực
- Đạo đức trong marketing.
- Đạo đức trong hoạt động kế toán, tài chính



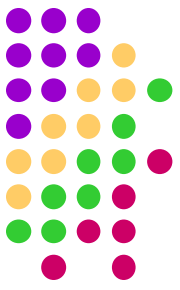
2. Xem xét trong quan hệ với các đối tượng hữu quan

- Đạo đức trong quan hệ với chủ sở hữu
- Đạo đức trong quan hệ với người lao động
- Đạo đức trong quan hệ với khách hàng
- Đạo đức trong quan hệ với đối thủ cạnh tranh

XEM XÉT TRONG CÁC CHỨC NĂNG CỦA DOANH NGHIỆP



- 1. Đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực**
 - *Đạo đức trong tuyển dụng, bổ nhiệm, sử dụng lao động*
 - *Đạo đức trong đánh giá người lao động*
 - *Đạo đức trong bảo vệ người lao động*
- 2. Đạo đức trong marketing.**
 - *Marketing và phong trào bảo hộ người tiêu dùng*
 - *Các biện pháp marketing phi đạo đức*
 - *Quảng cáo phi đạo đức*
 - *Bán hàng phi đạo đức*
 - *Những thủ đoạn phi đạo đức trong quan hệ với đối thủ cạnh tranh*
- 3. Đạo đức trong hoạt động kế toán, tài chính**



Đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực

1. Trong tuyển dụng, bổ nhiệm, sử dụng lao động

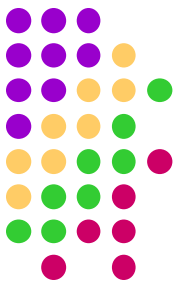
- **Tình trạng phân biệt đối xử:** là việc không cho phép của một người nào đó được hưởng những lợi ích nhất định xuất phát từ định kiến về phân biệt. Biểu hiện ở phân biệt chủng tộc, giới tính, tôn giáo, địa phương, vùng văn hoá, tuổi tác...
- **Tôn trọng quyền riêng tư cá nhân**
- **Bóc lột lao động để gia tăng lợi nhuận tiêu cực:** sử dụng lao động nhưng không đãi ngộ xứng đáng với công sức đóng góp của họ

2. Trong đánh giá người lao động

- **Đánh giá người lao động trên cơ sở định kiến**
- **Sử dụng thông tin lấy được từ giám sát phục vụ mục đích trù dập**

3. Trong bảo vệ người lao động

- **Đảm bảo điều kiện lao động an toàn**
- **Vấn đề quấy rối tình dục nơi công sở**



Đạo đức trong marketing

- **Marketing và phong trào bảo hộ người tiêu dùng**
 - Marketing là hoạt động hướng dòng lưu chuyển hàng hoá và dịch vụ từ nhà sản xuất tới người tiêu dùng
 - Bảo hộ người tiêu dùng xuất hiện khi có sự bất bình đẳng giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng
- **8 quyền của người tiêu dùng:**
 - Quyền được thoả mãn những nhu cầu cơ bản
 - Quyền được an toàn
 - Quyền được thông tin
 - Quyền được lựa chọn
 - Quyền được lắng nghe (hay được đại diện)
 - Quyền được bồi thường
 - Quyền được giáo dục về tiêu dùng
 - Quyền được có một môi trường lành mạnh và bền vững



Đạo đức trong kế toán, tài chính

- Giảm giá dịch vụ
- Cho mượn danh kiểm toán viên để hành nghề
- Các khoản phí “không chính thức” và tiền hoa hồng

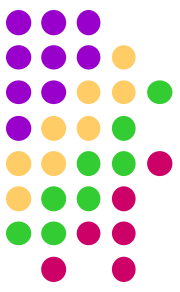
Ví dụ: Enron, World Com

- Làm sai lệch số liệu

Xem xét trong quan hệ với các đối tượng hữu quan

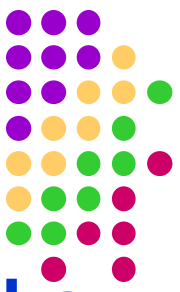


- **Các đối tượng hữu quan** là những đối tượng hay nhóm đối tượng có ảnh hưởng quan trọng đến sự sống còn và sự thành công của một hoạt động kinh doanh. Họ là người có những quyền lợi cần được bảo vệ và có những quyền hạn nhất định để đòi hỏi công ty làm theo ý muốn của họ.
- **Đối tượng hữu quan** bao gồm cả những người bên trong và bên ngoài công ty.
 - Các cổ đông hoặc người góp vốn
 - Các nhân viên
 - Khách hàng
 - Nhà cung cấp
 - Các cơ quan nhà nước
 - Nghiệp đoàn
 - Đối thủ cạnh tranh
 - Các cộng đồng địa phương
 - Công chúng



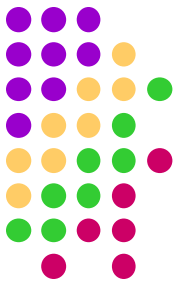
Xem xét trong quan hệ với các đối tượng hữu quan

1. Đạo đức trong quan hệ với chủ sở hữu
2. Đạo đức trong quan hệ với người lao động
3. Đạo đức trong quan hệ với khách hàng
4. Đạo đức trong quan hệ với đối thủ cạnh tranh



Đạo đức trong quan hệ với chủ sở hữu

- ***Chủ sở hữu*** là các cá nhân, nhóm cá nhân hay tổ chức đóng góp một phần hay toàn bộ nguồn lực vật chất, tài chính cần thiết cho các hoạt động của doanh nghiệp, có quyền kiểm soát nhất định đối với tài sản, hoạt động của tổ chức thông qua giá trị đóng góp
- ***Các mâu thuẫn giữa nhiệm vụ của các nhà quản lý đối với các chủ sở hữu và lợi ích của chính họ.***
- ***Sự tách biệt giữa việc sở hữu và điều khiển doanh nghiệp***



Đạo đức trong quan hệ với người lao động

- **Vấn đề cáo giác:**

Cáo giác là một việc một thành viên của tổ chức công bố những thông tin làm chứng cứ về những hành động bất hợp pháp hay vô đạo đức của tổ chức.

- **Bí mật thương mại**

Bí mật thương mại là những thông tin được sử dụng trong quá trình tiến hành hoạt động kinh doanh không được nhiều người biết tới nhưng lại có thể tạo cơ hội cho người sở hữu nó có một lợi thế so với những đối thủ cạnh tranh không biết hoặc không sử dụng những thông tin đó.

- **Điều kiện, môi trường làm việc**

- **Lạm dụng của công, phá hoại ngầm**



Đạo đức trong quan hệ với khách hàng

- Những quảng cáo phi đạo đức,
- Những thủ đoạn marketing lừa gạt
- Đưa sản phẩm không an toàn đến khách hàng
- Không cân đối giữa nhu cầu trước mắt và nhu cầu lâu dài của khách hàng
- Xâm phạm các vấn đề riêng tư của khách hàng
- Vấn đề đạo đức từ phía khách hàng

Đạo đức trong quan hệ với đối thủ cạnh tranh

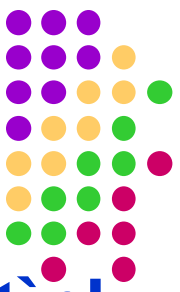


- **Cạnh tranh lành mạnh:** Thực hiện những biện pháp pháp luật không cấm để cạnh tranh công với “đạo đức kinh doanh” và tôn trọng đối thủ cạnh tranh.
- **Cạnh tranh không lành mạnh:** Dùng các thủ đoạn để cản trở các hoạt động của đối phương, gây thiệt hại cho DN và người tiêu dùng
 - Thông đồng giữa các đối thủ cạnh tranh để nâng giá sản phẩm, dịch vụ
 - Hành vi ăn cắp bí mật thương mại của công ty đối thủ
 - Dùng thủ đoạn xấu để thắng thầu
 - Sử dụng những biện pháp cạnh tranh thiếu văn hóa



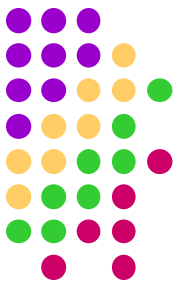
Phân tích các hành vi đạo đức trong kinh doanh

- **Nhận diện các vấn đề đạo đức**
 - *Vấn đề đạo đức là gì?*
 - *Làm thế nào nhận diện vấn đề đạo đức?*
 - *Xác định mức độ của vấn đề về đạo đức*
- **Phân tích quá trình ra quyết định đạo đức bằng algorithm**
 - *Khái niệm*
 - *Vận dụng algorithm vào phân tích hành vi đạo đức*



Vấn đề đạo đức là gì?

- Một vấn đề đạo đức là một vấn đề, một tình huống hay một cơ hội yêu cầu một cá nhân hoặc một tổ chức phải lựa chọn một trong số những hành động mà có thể bị đánh giá là đúng hay sai, có đạo đức hay vô đạo đức.
- Các vấn đề đạo đức có thể được chia ra làm bốn loại
 - Các vấn đề do mâu thuẫn về lợi ích.
 - Các vấn đề về sự công bằng và tính trung thực.
 - Các vấn đề về giao tiếp.
 - Các vấn đề về các mối quan hệ của tổ chức.



Làm thế nào nhận diện vấn đề đạo đức?

Nhận diện vấn đề đạo đức nên theo các bước sau:

1

Xác định những người hữu quan bên trong hay bên ngoài doanh nghiệp tham gia trực tiếp hay gián tiếp vào tình huống đạo đức

2

Xác định mối quan tâm, mong muốn của những người hữu quan.

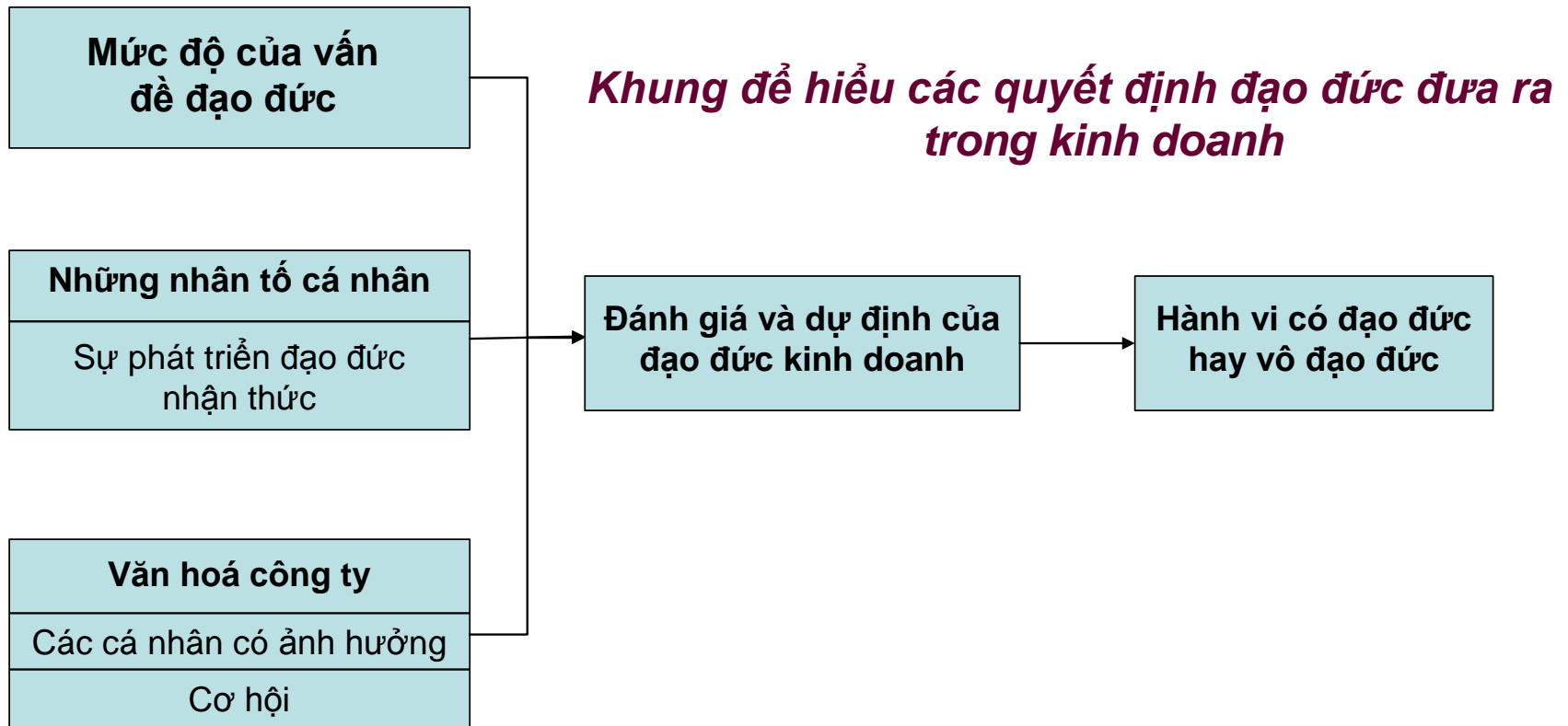
3

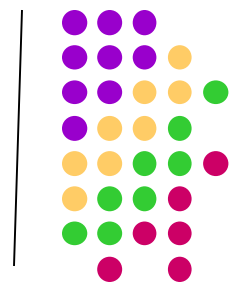
Xác định bản chất vấn đề đạo đức bằng cách trả lời cho câu hỏi vấn đề đạo đức bắt nguồn từ những mâu thuẫn cơ bản, chủ yếu nào?



Xác định mức độ của vấn đề về đạo đức

- Mức độ của vấn đề về đạo đức là sự liên quan hay tầm quan trọng của một vấn đề đạo đức đối với một cá nhân, một nhóm hoặc một tổ chức.*

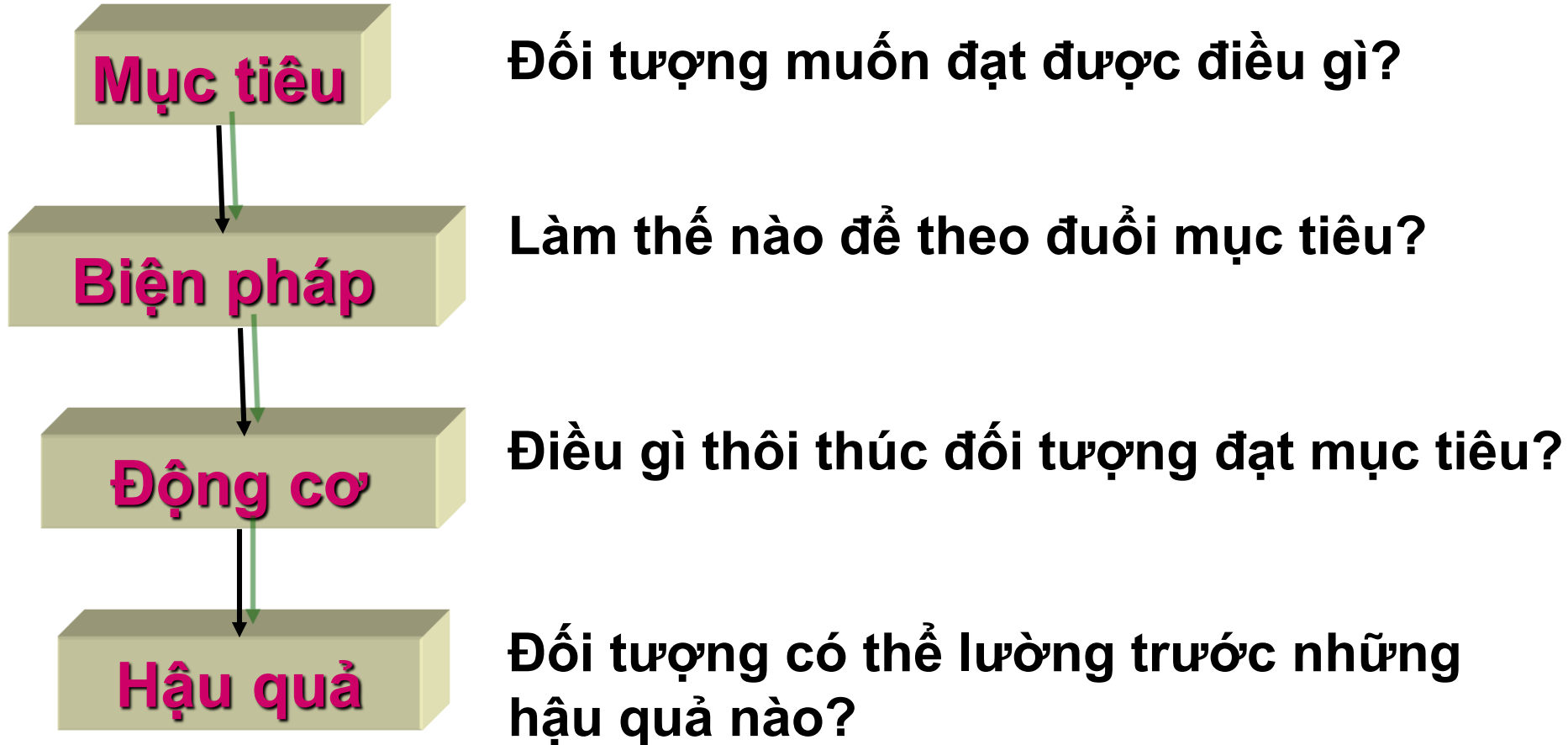
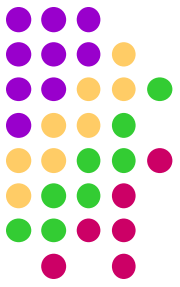


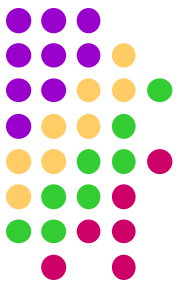


Khái niệm

- **Algorithm** là một hệ thống các bước đi với một quy tắc, nguyên tắc, trật tự tạo thành chuỗi thao tác logic hợp lý để giải bài toán sáng tạo
- **Algorithm đạo đức** là một hệ thống các bước đi với một quy tắc, trật tự nhất định để hướng dẫn, chỉ ra những quan điểm và giải pháp có giá trị về mặt đạo đức.

Chuỗi thao tác logic của Algorithm đạo đức





XÂY DỰNG ĐẠO ĐỨC TRONG KD

- Một chương trình tuân thủ đạo đức hiệu quả
- Xây dựng và truyền đạt / phổ biến hiệu quả các tiêu chuẩn đạo đức
- Thiết lập hệ thống điều hành thực hiện, kiểm tra, tăng cường tiêu chuẩn và việc tuân thủ đạo đức
- Cải thiện liên tục chương trình tuân thủ đạo đức