

# Đạo đức kinh doanh và vấn đề xây dựng thương hiệu

Nguyễn Quốc Thịnh

Giảng viên Trường Đại học Thương mại

Ban cố vấn Viện nghiên cứu chiến lược thương hiệu và cạnh tranh

0913358382/0782495261

F: Nguyễn Quốc Thịnh (Yêu đồ xưa)

# Góc nhìn hẹp về những vấn đề nóng



**Cảm nhận từ nhân viên**



**Nỗ lực từ doanh nghiệp**



**Cảm nhận từ khách hàng**



Internal Branding

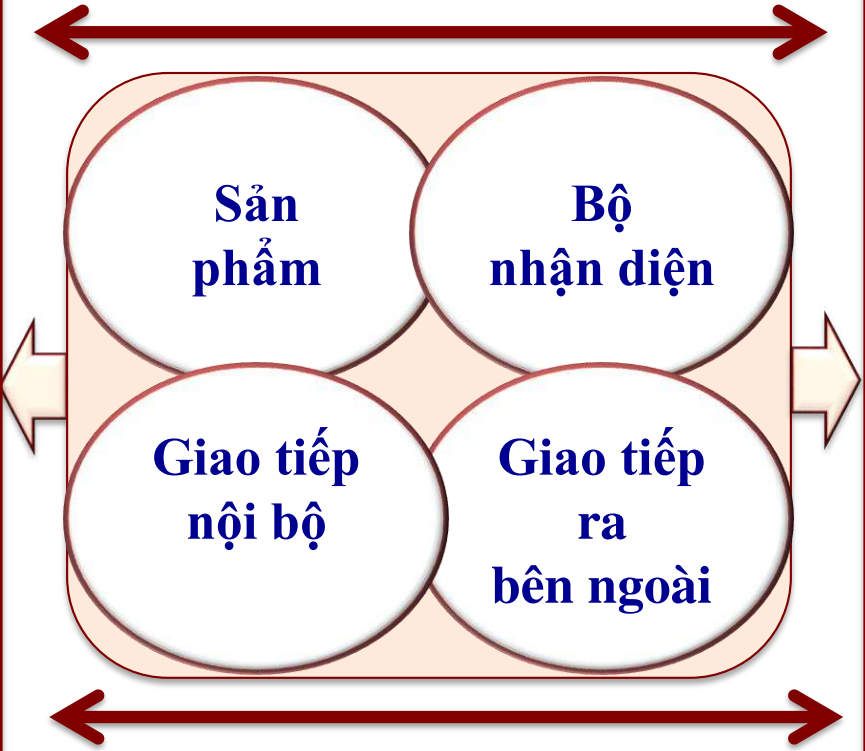
External Branding

**Tiếp cận đa chiều về thương hiệu**

# Internal

- Quy chuẩn văn hoá giao tiếp nội bộ
- Nhận thức về giá trị cốt lõi, tầm nhìn
- Phát triển truyền thông nội bộ
- Cơ sở vật chất Bảo vệ môi trường
- Chuẩn hoá quy trình kiến tạo sản phẩm
- Khuyến khích sáng tạo
- Chính sách đãi ngộ vật chất
- Chăm sóc tinh thần, Gây dựng tự hào

## Nỗ lực từ doanh nghiệp



**Đạo đức kinh doanh**

# External

- Quy chuẩn văn hoá giao tiếp với KH
- Thực hiện lời hứa thương hiệu
- Phát triển truyền thông thương hiệu
- Cách thức cung ứng sản phẩm
- Cam kết chất lượng, bảo vệ quyền lợi KH
- Quan tâm cộng đồng Bảo vệ môi trường
- Chính sách đãi ngộ vật chất
- Chăm sóc tinh thần, Giá trị người dùng

## Đạo đức kinh doanh - là tuân thủ

### Điều 10. Nội dung bắt buộc phải thể hiện trên nhãn hàng hóa

1. Nhãn hàng hóa bắt buộc phải thể hiện các nội dung sau:

- a) Tên hàng hóa;
- b) Tên và địa chỉ của tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa;
- c) Xuất xứ hàng hóa;
- d) Các nội dung khác theo tính chất của mỗi loại hàng hóa được quy định tại Phụ lục I của Nghị định này và văn bản quy phạm pháp luật liên quan.

NĐ43/2017 của CP

2	Thực phẩm	a) Định lượng; b) Ngày sản xuất; c) <u>Hạn sử dụng;</u> d) <u>Thành phần hoặc thành phần định lượng;</u> đ) Thông tin, cảnh báo; e) Hướng dẫn sử dụng, hướng dẫn bảo quản.
3	Thực phẩm bảo vệ sức khỏe	a) Định lượng; b) Ngày sản xuất; c) <u>Hạn sử dụng;</u> d) <u>Thành phần, thành phần định lượng hoặc giá trị dinh dưỡng;</u> đ) <u>Hướng dẫn sử dụng, hướng dẫn bảo quản;</u> e) Công bố khuyến cáo về nguy cơ (nếu có); g) Ghi cụm từ: "Thực phẩm bảo vệ sức khỏe"; h) Ghi cụm từ: "Thực phẩm này không phải là thuốc, không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh."

## Đạo đức kinh doanh - là tuân thủ

### Điều 5. Kích thước nhãn hàng hóa, kích thước của chữ và số trên nhãn

Tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm ghi nhãn hàng hóa tự xác định kích thước của nhãn hàng hóa, kích thước chữ và số thể hiện trên nhãn hàng hóa nhưng phải bảo đảm các yêu cầu sau đây:

1. Ghi được đầy đủ nội dung bắt buộc theo quy định tại khoản 1 Điều 10 Nghị định này;
2. Kích thước của chữ và số phải bảo đảm đủ để đọc bằng mắt thường và đáp ứng các yêu cầu sau đây:
  - a) Kích thước của chữ và số thể hiện đại lượng đo lường thì phải tuân thủ quy định của pháp luật về đo lường;
  - b) Trường hợp hàng hóa là thực phẩm, phụ gia thực phẩm, chất hỗ trợ chế biến thực phẩm bao gói sẵn thì chiều cao chữ của các nội dung bắt buộc trên nhãn không được thấp hơn 1,2 mm. Đối với trường hợp một mặt của bao gói dùng để ghi nhãn (không tính phần biên giáp mí) nhỏ hơn 80 cm<sup>2</sup> thì chiều cao chữ không được thấp hơn 0,9 mm.

# Đạo đức kinh doanh - là trung thực

## Yếu tố đầu vào



## Quá trình chế biến



## Cung ứng



- Người bán biết
- Người tham gia mua biết
- Những người xung quanh biết

- Người nhập kho biết
- Người trực tiếp chế biến biết
- Những người xung quanh biết

- Người phục vụ biết
- Những người xung quanh biết

## Đạo đức kinh doanh – là nhân văn





Từng giờ, từng ngày, từng người, từng việc  
trong tất cả các hoạt động của tổ chức  
đều góp phần xây dựng thương hiệu  
(tạo dựng lòng tin, danh tiếng và  
uy tín cho sản phẩm, tổ chức trong  
tâm trí khách hàng và cộng đồng)

Trân trọng cảm ơn!