

Số: 99 /QĐ-HH

Hà Nội, ngày 09 tháng 09 năm 2025

QUYẾT ĐỊNH

V/v. Ban hành Bộ tiêu chí Văn hoá kinh doanh Việt Nam
(sửa đổi năm 2025)

CHỦ TỊCH HIỆP HỘI PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Căn cứ Quyết định số 1846/QĐ-TTg ngày 26 tháng 9 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ về Ngày Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam;

Căn cứ Quyết định số 248/QĐ-TTg ngày 28 tháng 2 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Ban tổ chức triển khai Cuộc vận động “Xây dựng văn hóa doanh nghiệp Việt Nam”;

Căn cứ Quyết định số 2179/QĐ-BNV ngày 27 tháng 12 năm 2013 của Bộ trưởng Bộ Nội vụ về việc thành lập Hiệp hội Phát triển văn hóa doanh nghiệp Việt Nam;

Căn cứ Điều lệ của Hiệp hội Phát triển văn hóa doanh nghiệp Việt Nam được Bộ Nội vụ phê chuẩn theo Quyết định số 596/QĐ-BNV ngày 04 tháng 6 năm 2014;

Thực hiện Chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại công văn số 1925/VPCP-KGVX ngày 23 tháng 03 năm 2021 về việc giao Chủ tịch Hiệp hội Phát triển văn hóa doanh nghiệp Việt Nam – Trưởng ban Ban tổ chức triển khai Cuộc vận động Xây dựng văn hóa doanh nghiệp Việt Nam ban hành Bộ tiêu chí văn hóa kinh doanh Việt Nam;

Theo đề xuất của Tổ soạn thảo Bộ tiêu chí văn hóa kinh doanh Việt Nam,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành **Bộ tiêu chí Văn hoá kinh doanh Việt Nam** (sửa đổi) (kèm theo quyết định này).

Điều 2. Bộ tiêu chí Văn hoá kinh doanh Việt Nam (sửa đổi) được áp dụng để xét công nhận “Doanh nghiệp đạt chuẩn văn hóa kinh doanh Việt Nam” từ năm 2025.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký. Trong quá trình thực hiện sẽ được sửa đổi, bổ sung cho phù hợp với tình hình thực tế.

Nơi nhận:

- Ban TG&DV TW (để báo cáo);
- Ban Chính sách, Chiến lược TW;
- VP Chính phủ (để báo cáo);
- Các Bộ: CT, VHTTDL (để báo cáo);
- Các thành viên BTC 248
- Lưu: VP, VNABC (30b)

CHỦ TỊCH
BAN CHẤP HÀNH
Hồ Anh Tuấn

BỘ TIÊU CHÍ VĂN HÓA KINH DOANH VIỆT NAM (SỬA ĐỔI NĂM 2025)

PHẦN I: TIÊU CHÍ BẮT BUỘC (ĐIỀU KIỆN TIỀN QUYẾT)

Doanh nghiệp phải thỏa mãn đầy đủ các điều kiện sau để được xem xét đánh giá:

1. Không buôn lậu, trốn thuế, gian lận thương mại, quảng cáo sai sự thật.

Doanh nghiệp không có thông báo, quyết định xử phạt hoặc bản án của các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền theo quy định của pháp luật liên quan đến các vấn đề buôn lậu, trốn thuế, gian lận thương mại, quảng cáo không đúng sự thật hoặc che đậy thông tin để làm lợi cho doanh nghiệp nhưng gây hại cho cộng đồng.

2. Không sản xuất, kinh doanh hàng giả, sản phẩm độc hại, hủy hoại môi trường

Doanh nghiệp không có thông báo, quyết định xử phạt, bản án của các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền theo quy định của pháp luật liên quan đến các vấn đề sản xuất, kinh doanh hàng giả, sản phẩm độc hại, xả thải hoặc có hoạt động gây hủy hoại môi trường.

3. Không nợ lương, bảo hiểm, vi phạm quyền và lợi ích của người lao động.

Doanh nghiệp có bằng chứng về việc đã hoàn tất nghĩa vụ trả lương, đóng bảo hiểm và các nghĩa vụ khác đối với người lao động theo quy định.

4. Không lừa đảo, chiếm đoạt, vi phạm đạo đức nghề nghiệp.

Chủ doanh nghiệp hoặc Người đại diện vốn hoặc Người đại diện pháp luật của doanh nghiệp không bị toà án tuyên phạt do lừa đảo, lợi dụng uy tín của tổ chức hoặc cá nhân để chiếm đoạt tài sản hoặc gây hại cho các tổ chức, cá nhân khác.

5. Không vi phạm các quy định pháp luật khác

Không có bằng chứng cho thấy doanh nghiệp vi phạm pháp luật Việt Nam và các văn bản pháp luật khác mà doanh nghiệp là đối tượng điều chỉnh.

Ghi chú:

- a) Doanh nghiệp vi phạm 1 trong số 5 điều kiện loại trừ nói trên sẽ không được xét chọn vào vòng tiếp theo.*

- b) Đối với các doanh nghiệp của người Việt Nam ở nước ngoài, các điều kiện bắt buộc nói trên được viện dẫn và/hoặc tham chiếu đến các cơ quan nhà nước có thẩm quyền và luật pháp nước sở tại nơi doanh nghiệp hoạt động và các cam kết quốc tế khác giữa Chính phủ Việt Nam và Chính phủ nước sở tại.*

PHẦN II: TIÊU CHÍ CỤ THỂ (CÓ PHÂN TẦNG ĐÁNH GIÁ)

(GỒM 05 NHÓM, 25 TIÊU CHÍ)

NHÓM 1: LÃNH ĐẠO VÀ VĂN HÓA TỔ CHỨC

- 1. Lãnh đạo kiến tạo và làm gương trong văn hóa ứng xử, đạo đức và lối sống.**

Khuyến khích, thúc đẩy tinh thần lãnh đạo phục vụ và nêu gương. Người lãnh đạo là hạt nhân văn hóa, giữ vai trò gương mẫu trong hành vi, ứng xử để xây dựng niềm tin và lan tỏa giá trị văn hóa trong tổ chức và ngoài cộng đồng.
- 2. Quản trị bằng văn hóa với hệ thống quản trị nhất quán với các giá trị công bố.**

Đảm bảo sự nhất quán giữa giá trị cốt lõi công bố và hành vi quản trị thực tiễn, để văn hóa trở thành “hệ điều hành” chi phối mọi quyết định trong doanh nghiệp chứ không chỉ là khẩu hiệu.
- 3. Đề cao sự hợp tác, đa dạng, công bằng và hội nhập (DEI).**

Xây dựng môi trường làm việc công bằng, tôn trọng sự khác biệt, khuyến khích hợp tác, gắn kết, hòa nhập; qua đó phát huy tối đa năng lực của mỗi cá nhân và tập thể, lan tỏa giá trị nhân văn của văn hóa kinh doanh Việt Nam.
- 4. Phát triển môi trường làm việc sạch đẹp, an toàn, văn minh, truyền cảm hứng sáng tạo.**

Đảm bảo môi trường làm việc sạch đẹp, an toàn, kỷ cương, nhân văn và sáng tạo, giúp người lao động cảm thấy yêu thích, gắn bó và có động lực phát huy năng lực.
- 5. Nuôi dưỡng văn hóa học tập suốt đời, đổi mới sáng tạo, tập trung vào hiệu quả.**

Khuyến khích và duy trì tinh thần học tập suốt đời, sáng tạo và cải tiến liên tục trong tổ chức; giúp người lao động phát triển bản thân và theo đuổi mục tiêu nghề nghiệp; nâng cao hiệu quả vận hành, hiệu năng lãnh đạo và năng lực cạnh tranh của tổ chức.

NHÓM 2: VĂN HÓA KINH DOANH MANG BẢN SẮC DÂN TỘC

- 6. Lấy con người làm trung tâm, tôn trọng phẩm giá con người, nhân văn trong ứng xử.**

Bảo đảm một thể chế vận hành tôn trọng phẩm giá và quyền cơ bản của mỗi cá nhân; ứng xử văn minh, đạo lý và nghĩa tình, thể hiện bản sắc văn hóa Việt Nam gắn với chuẩn mực quốc tế về nhân quyền và nhân phẩm.

7. Trung thực, nghĩa tình, cân bằng lợi ích trong quan hệ với đối tác và cộng đồng.

Thúc đẩy xây dựng môi trường kinh doanh dựa trên sự trung thực, tín thác, nghĩa tình và gắn kết; kết hợp giữa chuẩn mực đạo đức kinh doanh quốc tế (integrity, trust, accountability) với truyền thống Việt Nam (coi trọng mối quan hệ, uy tín cá nhân và tinh thần cộng đồng.)

8. Khiêm nhường, cần kiệm, liêm chính, chí công vô tư trong văn hóa làm việc.

Khuyến khích xây dựng môi trường làm việc đề cao sự khiêm nhường, tiết kiệm, liêm chính, công tâm, đề cao tập thể hơn cá nhân. Gắn tư tưởng Hồ Chí Minh gắn với giá trị đạo đức của dân tộc và chuẩn mực toàn cầu về quản trị minh bạch.

9. Gìn giữ và phát huy truyền thống tốt đẹp của dân tộc trong môi trường doanh nghiệp.

Đưa các giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc Việt Nam (hiếu hi, uống nước nhớ nguồn, kính trên nhường dưới, hiếu học, nghĩa tình, đoàn kết, nhân ái...) vào môi trường doanh nghiệp, làm giàu thêm bản sắc văn hóa kinh doanh Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế..

10. Đưa giá trị văn hóa Việt Nam vào đạo đức kinh doanh và hành vi ứng xử của doanh nghiệp.

Khuyến khích doanh nghiệp tích hợp các giá trị văn hóa Việt Nam vào chuẩn mực đạo đức, nguyên tắc ứng xử và hoạt động kinh doanh, qua đó khẳng định bản sắc Việt trong hội nhập kinh doanh toàn cầu.

NHÓM 3: ĐẠO ĐỨC KINH DOANH HƯỚNG TỚI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU

11. Cạnh tranh lành mạnh, không phá giá, chèn ép, tung tin giả, trục lợi khi khủng hoảng.

Khuyến khích doanh nghiệp cạnh tranh công bằng, minh bạch, tôn trọng đối thủ và khách hàng; không sử dụng các hành vi gian lận, phi đạo đức hoặc lợi dụng khủng hoảng để trục lợi, góp phần xây dựng một môi trường kinh doanh lành mạnh.

12. Tôn trọng cam kết, lời hứa, hợp đồng, chữ tín với khách hàng và đối tác.

Bảo đảm rằng doanh nghiệp/doanh nhân luôn giữ đúng lời hứa, thực hiện đầy đủ cam kết và hợp đồng, coi trọng chữ tín như nền tảng của quan hệ bền vững, từ đó tạo dựng niềm tin lâu dài với khách hàng, đối tác và cộng đồng quốc tế.

13. Kinh doanh liêm chính, phù hợp chuẩn mực đạo đức chung, không gây hại cho xã hội.

Thúc đẩy doanh nghiệp tuân thủ pháp luật và đạo đức kinh doanh, tiết kiệm tài nguyên và nguồn lực, không tham gia hoạt động gây hại cho con người, môi trường và cộng đồng; góp phần phát triển bền vững quốc gia và hội nhập quốc tế.

14. Không chạy theo lợi ích ngắn hạn nếu trái với đạo lý hoặc gây hại cho cộng đồng.

Định hướng cho doanh nghiệp theo đuổi lợi ích bền vững, nhân văn, không hy sinh lợi ích dài hạn hoặc trái đạo lý để đạt lợi nhuận ngắn hạn; góp phần bảo vệ cộng đồng và uy tín của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam.

15. Quảng cáo đúng sự thật, minh bạch trong thông tin, giải trình, xử lý sai sót. Đảm bảo mọi thông tin cung cấp ra thị trường, khách hàng, đối tác và xã hội đều trung thực, chính xác, có trách nhiệm giải trình và khắc phục sai sót; xây dựng niềm tin đối với cộng đồng doanh nghiệp trong nước và quốc tế.

NHÓM 4: GẮN KẾT CỘNG ĐỒNG VÀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI

16. Chăm lo đời sống, sức khỏe, an toàn và sự phát triển con người của các bên liên quan.

Khuyến khích doanh nghiệp không chỉ quan tâm đến lợi ích kinh tế mà còn đời sống, sức khỏe, an toàn và sự phát triển con người trong toàn bộ chuỗi giá trị – từ nhân viên đến khách hàng, đối tác và cộng đồng.

17. Bảo vệ môi trường, tiết kiệm tài nguyên, hướng tới các mục tiêu phát triển bền vững.

Kinh doanh có trách nhiệm, tiết kiệm tài nguyên và bảo vệ môi trường, hạn chế phát thải và rác thải, hướng tới mô hình phát triển bền vững, vì lợi ích của cộng đồng.

18. Hỗ trợ cộng đồng qua các hoạt động xã hội, từ thiện, giáo dục, y tế.

Khuyến khích nâng cao trách nhiệm của doanh nghiệp đối với cộng đồng (CSR) bằng cách đóng góp, hỗ trợ cho các hoạt động xã hội, từ thiện, giáo dục và y tế, nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống và góp phần phát triển xã hội bền vững.

19. Tham gia các dự án/chương trình hoạch định chính sách của Chính phủ liên quan đến doanh nghiệp và văn hóa doanh nghiệp.

Khuyến khích doanh nghiệp chủ động tham gia đóng góp ý kiến, phản biện và đồng hành cùng Chính phủ trong các chính sách, dự án, chương trình phát triển kinh tế – xã hội, qua đó góp phần nâng lực cạnh tranh của quốc gia.

20. Ứng dụng tiến bộ công nghệ để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và gia tăng thu nhập cho người lao động.

Khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng công nghệ mới, chuyển đổi số, tự động hóa, đổi mới sáng tạo nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh; đồng thời chia sẻ thành quả với người lao động thông qua việc cải thiện thu nhập gắn với năng suất và chất lượng.

NHÓM 5: LAN TỎA VÀ TIẾP BIẾN VĂN HÓA KINH DOANH

21. Quảng bá văn hóa Việt Nam thông qua hoạt động đối ngoại, sản xuất, kinh doanh và đầu tư.

Khuyến khích doanh nghiệp tích hợp bản sắc văn hóa Việt Nam vào sản phẩm, dịch vụ, thương hiệu và dự án đầu tư, qua đó lan tỏa và quảng bá hình ảnh Việt Nam trong cộng đồng doanh nghiệp trong nước và nước ngoài.

22. Tích cực trong hội nhập, tiếp biến có chọn lọc các giá trị văn hóa kinh doanh quốc tế.

Khuyến khích doanh nghiệp chủ động hội nhập bằng cách học hỏi, áp dụng các giá trị đạo đức và thông lệ thực hành tiến bộ trên thế giới; chọn lọc và điều chỉnh để định hình cho nền văn hóa kinh doanh vừa toàn cầu vừa mang tính dân tộc.

23. Tham gia hỗ trợ phát triển cộng đồng doanh nghiệp đạt chuẩn văn hóa kinh doanh.

Khuyến khích doanh nghiệp không chỉ xây dựng văn hóa cho riêng mình mà còn tích cực chia sẻ, hỗ trợ cho cộng đồng doanh nghiệp để mở rộng số lượng doanh nghiệp đạt chuẩn VHKD, qua đó nâng cao hình ảnh của doanh nghiệp và doanh nhân Việt Nam trên trường quốc tế.

24. Đóng góp nâng cao uy tín của doanh nhân Việt Nam trên trường quốc tế.

Khuyến khích doanh nghiệp và lãnh đạo doanh nghiệp trở thành hình ảnh đại diện cho văn hóa kinh doanh Việt Nam, giữ gìn uy tín quốc gia và bản sắc của dân tộc thông qua hoạt động ngoại giao và kinh doanh quốc tế.

25. Nâng cao trình độ công nghệ và quản lý để lan tỏa hình ảnh doanh nghiệp Việt Nam tiên tiến, hội nhập trong kỷ nguyên vươn mình của đất nước.

Khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào khoa học công nghệ và quản trị hiện đại; đồng thời chia sẻ tri thức, sáng kiến, góp phần nâng uy tín – chất lượng của sản phẩm dịch vụ “Made in Vietnam” ngang tầm thế giới.