**TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA HÀ NỘI**

**VIỆN KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ**

**BÀI TẬP NHÓM**

(Nhiệm vụ cá nhân)

**Học phần Văn hóa kinh doanh và tinh thần khởi nghiệp**

**Đạo đức kinh doanh – Trách nhiệm xã hội và Tinh thần khởi nghiệp trong lĩnh vực Công nghệ thông tin**

|  |  |
| --- | --- |
| **Sinh viên thực hiện:** | Nguyễn Thanh Hoàn |
| **Mã số sinh viên:**  **Lớp học:** | 20173126  138493 |
| **Thành viên nhóm:**  **Giảng viên hướng dẫn:** | 6  TS. Nguyễn Đức Trọng |
| **HÀ NỘI, 01/2023** | |

1. **Lời nói đầu**

Ngày nay, phong trào khởi nghiệp trong giới trẻ đang bùng nổ một cách mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Bên cạnh những lợi thế như sự phát triển không ngừng nghỉ của khoa học, công nghệ, sự tiến bộ xã hội thì vẫn còn rất nhiều thách thức mà những doanh nghiệp trẻ cần đối mặt. Để chuẩn bị hành trang cho việc đối mặt với những khó khăn đó, các kiến thức về văn hóa kinh doanh và tinh thần khởi nghiệp là không thể không nhắc đến. Vì vậy, để tìm về lĩnh vực khởi nghiệp cũng như củng cố kiến được giảng dạy trong học phần Văn hóa kinh doanh và tinh thần khởi nghiệp em xin phép được thực hiện đề tài: Tìm hiểu Đạo đức kinh doanh – Trách nhiệm xã hội và Tinh thần khởi nghiệp trong lĩnh vực Công nghệ thông tin.

1. **Nội dung chính của học phần**
2. **Triết lý kinh doanh**

- Những tư tưởng chỉ đạo, định hướng, dẫn dắt hoạt động kinh doanh.

- Phương châm hành động, là hệ giá trị và mục tiêu của doanh nghiệp chỉ dẫn cho hoạt động kinh doanh.

- Tư tưởng phản ánh thực tiễn kinh doanh qua con đường trải nghiệm, suy ngẫm và khái quát hóa của các chủ thể kinh doanh và chỉ dẫn cho hoạt động kinh doanh.

- Những khái niệm, giá trị mà doanh nghiệp, doanh nhân và các chủ thể kinh doanh theo đuổi trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Nội dung của triết lý kinh doanh bao gồm sứ mệnh, mục tiêu và hệ thống các giá trị.

- Cốt lõi của văn hóa doanh nghiệp, tạo ra phương thức phát triển bền vững của doanh nghiệp.

- Công cụ định hướng và cơ sở để xây dựng và quản lý chiến lược của doanh nghiệp. Góp phần giải quyết mối quan hệ giữa mục tiêu kinh tế và các mục tiêu khác của doanh nghiệp.

- Phương tiện để giáo dục, phát triển nguồn nhân lực và tạo ra một phong cách làm việc đặc thù của doanh nghiệp.

- Cơ sở tạo ra sự thống nhất trong hành động của các cá nhân, bộ phận và doanh nghiệp.

1. **Đạo đức kinh doanh và trách nghiệm xã hội**

- Tập hợp 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 mối quan hệ với người khác, với xã hội.

- Chuẩn mực đạo đức bao gồm độ lượng, chính trực, khiêm tốn, dũng cảm, tín, thiện.

- Tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực có tác dụng điều chỉnh, đánh giá,

hướng dẫn, và kiểm soát hành vi của các chủ thể kinh doanh. Các nguyên tắc và chuẩn mực của đạo đức kinh doanh bao gồm tính trung thực, tôn trọng con người, gắn lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích khoa học và xã hội, bí mật và trung thành với các trách nhiệm đặc biệt.

- Đối tượng điều chỉnh của đạo đức kinh doanh là các chủ thể kinh doanh. Theo nghĩa rộng thì đó là tất cả những ai là chủ thể của các quan hệ và hành vi kinh doanh: Doanh nhân, khách hàng, các chủ thể khác có liên quan.

- Đạo đức kinh doanh góp phần điều chỉnh hành vi của các chủ thể kinh doanh, góp phần làm tăng chất lượng hoạt động của doanh nghiệp, góp phần vào làm tăng sự cam kết và tận tâm của nhân viên với công việc, làm tăng sự hài lòng của khách hàng, tạo ra lợi nhuận bền vững của doanh nghiệp, góp phần làm tăng uy tín của thương hiệu của doanh nghiệp, ngành và quốc gia

- Trách nhiệm xã hội là nghĩa vụ mà một doanh nghiệp phải thực hiện đối với xã hội. Có trách nhiệm với xã hội là tăng đến mức tối đa các tác động tích cực và giảm tới tối thiểu các hậu quả tiêu cực đối với xã hội.

- Về nghĩa vụ kinh tế, đối với chủ sở hữu: doanh nghiệp cần bảo tồn, phát triển các giá trị và tài sản được ủy thác.

- Về nghĩa vụ pháp lý, doanh nghiệp cần thực hiện đầy đủ quy định về pháp luật, tuân thủ luật cạnh tranh, bảo vệ khách hàng, bảo vệ môi trường, khuyến khích phát hiện những hành vi sai trái.

- Nghĩa vụ đạo đức là những hành vi và hoạt động mà xã hội mong đợi ở doanh nghiệp nhưng không được quy định trọng hệ thống pháp luật, không được thể chế hóa thành luật. Khía cạnh đạo đức thường được thể hiện thông qua những nguyên tắc, giá trị đạo đức được tôn trọng trình bày trong sứ mệnh và chiến lược của công ty.

- Nghĩa vụ nhân văn là những hành vi và hoạt động thể hiện mong muốn đóng góp cho cộng đồng và xã hội.

- Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: Đạo đức kinh doanh liên quan đến những nguyên tắc và quy định chỉ đạo những quyết định của doanh nhân và tổ chức. Trách nhiệm xã hội quan tâm đến hậu quả của những quyết định của doanh nhân và tổ chức đến xã hội.

1. **Văn hóa doanh nhân**

- Văn hóa doanh nhân là hệ thống các giá trị, các chuẩn mực, các quan niệm và hành vi của doanh nhân trong quá trình lãnh đạo và quản lý doanh nghiệp. Văn hóa doanh nhân là bộ phận quan trọng nhất, là cốt lõi của văn hóa doanh nghiệp và văn hóa kinh doanh, có vai trò biểu tượng và dẫn dắt.

- Các nhân tố tác động đến văn hóa doanh nhân gồm nhân tố văn hóa, nhân tố kinh tế và nhân tố chính trị pháp luật.

- Các bộ phận cấu thành của văn hóa doanh nhân gồm năng lực của doanh nhân, tố chất doanh nhân, năng lực quan hệ xã hội, nhu cầu về sự thành đạt, say mê yêu

thích kinh doanh.

- Năng lực của doanh nhân bao gồm chuyên môn, năng lực lãnh đạo, trí lực, tâm

lực, thể lực, kỹ năng quản lý, phong cách lãnh đạo.

- Tố chất doanh nhân bao gồm tầm nhìn chiến lược, khả năng thích nghi với môi trường, linh hoạt và sáng tạo.

- Phong cách doanh nhân theo Rensis Likert gồm phong cách quyết đoán – áp chế, phong cách quyêt đoán – nhân từ, phong cách tham vấn, phong cách lãnh đạo theo mục tiêu. Phong cách theo Daniel Goleman gồm có phong cách gia trưởng, phong cách ủy quyền, phong cách khích lệ năng động sáng tạo, phong cách dân chủ, phong cách nhạc trưởng, phong cách bề trên.

- Tiêu chuẩn đánh giá phong cách doanh nhân có 5 tiêu chuẩn bao gồm tiêu chuẩn về sức khoẻ, tiêu chuẩn về đạo đức, tiêu chuẩn về trình độ và năng lực, tiêu chuẩn về phong cách, tiêu chuẩn về thực hiện trách nhiệm.

1. **Văn hóa doanh nghiệp**

- Nhà nhân học người Anh, Edward Taylor (1871) cho rằng:” Văn hóa là một tổng thể phức tạp bao gồm tri thức, tín ngưỡng, nghệ thuật, đạo đức, luật pháp, tập quán, và các khả năng và các thói quen khác mà con người thủ đắc là một thành viên của xã hội”. Văn hóa bao gồm mọi năng lực và thói quen, tập quán của con người với tư cách là thành viên của xã hội. Văn hóa làm cho mỗi con người trong xã hội có sự giống nhau và làm cho các xã hội khác biệt nhau.

- Theo triết học Mác-Lênin, văn hóa là tổng hòa những giá trị vật chất và tinh thần cũng như các phương thức tạo ra chúng, kỹ năng sử dụng các giá trị đó vì sự tiến bộ của loài người và sự truyền thụ các giá trị đó từ thế hệ này sang thế hệ khác.

- Theo E. Heriôt, văn hóa là cái còn lại sau khi mọi thứ đã mất đi. Như vậy, dù theo cách này hay cách khác thì chúng ta đều thừa nhận và khẳng định mối liên hệ mật thiết giữa văn hóa với con người. Con người sáng tạo ra văn hóa, đồng thời con người cũng chính là sản phẩm của văn hóa.

- Văn hóa doanh nghiệp là một hệ thống có quan hệ chặt chẽ với nhau, được chấp nhận và phổ biến rộng rãi giữa các thành viên trong doanh nghiệp. Hệ thống các giá trị văn hóa phải là kết quả của quá trình lựa chọn hoặc sáng tạo của chính các thành viên bên trong doanh nghiệp.

- Các giá trị văn hóa doanh nghiệp phải có một sức mạnh đủ để tác động đến nhận thức, tư duy và cảm nhận của các thành viên trong doanh nghiệp đối với các vấn đề và quan hệ của doanh nghiệp.

- Hệ thống văn hoá doanh nghiệp bao gồm những gì một người từ bên ngoài doanh nghiệp có thể nhìn thấy, nghe thấy hoặc cảm nhận được khi tiếp xúc với doanh nghiệp – đó là các yếu tố hữu hình.

- Hệ thống văn hóa doanh nghiệp là những giá trị được chấp nhận, bao gồm những chiến lược, những mục tiêu và triết lý kinh doanh của doanh nghiệp. Khi các giá trị được thừa nhận và phổ biến đến mức gần như không có sự thay đổi, chúng sẽ trở thành các giá trị nền tảng.

Các bước xây dựng văn hóa doanh nghiệp

● Tìm hiểu môi trường và các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược doanh nghiệp trong tương lai.

● Xác định đâu là giá trị cốt lõi làm cơ sở cho thành công.

● Xây dựng tầm nhìn mà doanh nghiệp sẽ vươn tới.

● Đánh giá văn hóa hiện tại, xác định những yếu tố văn hóa nào cần thay đổi và kết hợp với chiến lược phát triển doanh nghiệp.

● Làm thế nào để thu hẹp khoảng cách giữa những giá trị chúng ta hiện có và những giá trị chúng ta mong muốn.

● Xác định vai trò của lãnh đạo trong việc dẫn dắt thay đổi văn hóa.

● Soạn thảo một kế hoạch hành động bao gồm các mục tiêu hoạt động, thời gian, điểm mốc và trách nhiệm cụ thể.

● Phổ biến nhu cầu thay đổi, kế hoạch hành động và động viên tinh thần, tạo động lực cho sự thay đổi.

● Nhận biết các trở ngại và nguyên nhân từ chối thay đổi và xây dựng các chiến lược để đối phó.

● Thể chế hóa, mô hình hóa và củng cố sự thay đổi văn hóa.

1. **Tinh thần khởi nghiệp**

- Khởi nghiệp là “quá trình một cá nhân hay nhóm tìm kiếm và theo đuổi một cơ hội kinh doanh” hoặc đó là “quá trình sáng tạo ra giá trị bằng cách huy động các nguồn lực để tận dụng cơ hội” hoặc đó là “quá trình biến các ý tưởng kinh doanh ban đầu trở thành hiện thực”.

- Khởi nghiệp kinh doanh được hiểu là những nỗ lực thực hiện các quyết định mạo hiểm về kinh doanh hoặc thành lập một doanh nghiệp mới, có thể dưới hình thức tự thuê, tự doanh, làm việc một mình, thành lập một doanh nghiệp mới, hoặc mở rộng doanh nghiệp hiện tại bởi một các nhân, nhóm cá nhân hoặc bởi một doanh nghiệp đã thành lập.

- Tinh thần khởi nghiệp còn được gọi là tinh thần doanh nhân khởi nghiệp, là một thuật ngữ xuất hiện khá lâu trên thế giới.

- Những doanh nhân có tinh thần khởi nghiệp thật sự phải là những

con người mà bản thân họ có hoài bão vượt lên số phận, chấp nhận rủi ro với tinh thần đổi mới và sáng tạo. Peter F.Drucker cho rằng “tinh thần doanh nhân khởi nghiệp được hiểu là hành động của doanh nhân khởi nghiệp - người tiến hành việc biến những cảm nhận nhạy bén về kinh doanh, tài chính và sự đổi mới thành những sản phẩm hàng hóa mang tính kinh tế”.

- Các yếu tố cốt lõi tinh thần khởi nghiệp gồm khả năng nắm bắt cơ hội kinh doanh, thái độ chấp nhận rủi ro và ý tưởng đổi mới – sáng tạo.

- Các nhà nghiên cứu đã đưa ra một số đặc trưng của tinh thần khởi nghiệp là:

● Có hoài bão và khát vọng kinh doanh.

● Có khả năng kiến tạo cơ hội kinh doanh.

● Độc lập và dám làm, dám chịu trách nhiệm.

● Phát triển ý tưởng sáng tạo và đổi mới phương pháp giải quyết vấn đề.

● Bền bỉ và dám chấp nhận rủi ro, thất bại.

● Có đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội.

- Mô hình khởi nghiệp có 5 loại gồm có khởi nghiệp xuất phát từ sở thích đam mê, khởi nghiệp kinh doanh nhỏ doanh nghiệp hộ gia đình, khởi nghiệp hướng chuyển nhượng doanh nghiệp “nuôi để bán”, khởi nghiệp hướng xã hội phi thương mại và khởi nghiệp có khả năng tăng trưởng, tham vọng lớn.

1. **Giới thiệu tổng quan về doanh nghiệp**
2. **Lịch sử hình thành và phát triển**
   1. **Sự thành lập**

Từ đầu những năm 2000, sau khi xây dựng hệ thống thương mại điện tử của mình, các nhà lãnh đạo của Amazon nhận thấy đang tồn đọng một bất cập rất lớn ở đội kĩ thuật của họ cũng như những đội kĩ thuật của bất kì công ty cung cấp dịch vụ web nào khác lúc bấy giờ. Đó là việc họ thay vì dành thời gian xây dựng các tính năng theo yêu cầu của khách hàng thì lại mất rất nhiều thời gian (70%) cho những công việc lặp đi lặp lại một cách tốn công sức như thiết kế và triển khai cơ sở hạ tầng phần cứng, giải quyết các vấn để về công nghệ thông tin, …

Để giải quyết bất cập này, các nhận sự của Amazon đã đưa ra ý tưởng về một “Hệ điều hành của Internet”, nơi mà họ cung cấp cách thành phần trong cơ sở hạ tầng của một hệ thống dịch vụ web một cách nhanh chóng, tin cậy và tiết kiệm chi phí hơn. Điều này giúp cho các nhà phát triển dịch vụ tập trung vào chất lượng sản phẩm và nhu cầu của khách hàng hơn thay vì tự mình triển khai phần cơ sở hạ tầng đằng sau, thứ mà đa phần khách hàng sẽ không quan tâm đến.

Tháng 11 năm 2004, AWS ra mắt dịch vụ hạ tầng đầu tiên: SQS

* 1. **Sự phát triển**

Năm 2006, AWS liên tiếp tung ra các dịch vụ về lưu trữ và điện toán trên nền tảng đám mây và được đón nhận mạnh mẽ trong cộng đồng các doanh nghiệp công nghệ thông tin. Microsoft là một trong những khách hàng doanh nghiệp đầu tiên của những dịch vụ này.

Tháng 11 năm 2010, Amazon tuyên bố sẽ tích hợp tất cả các trang bán lẻ của mình sang AWS. Khoảng thời gian này, AWS vẫn được coi là một phần của Amazon nên giá trị của công ty không được thể hiện trong các thông báo tài chính của Amazon. Tuy nhiên, theo các nhà phân tích ước tính, doanh thu của AWS đã vượt qua 1,5 tỉ đô la trong năm này.

Ngày 27 tháng 11 năm 2012, AWS tổ chức hội nghị thường niên đầu tiên. Sự kiện diễn ra trong 3 ngày để giới thiệu các sản phẩm ra phạm vị toàn thế giới. Cũng tại đây, CEO của Netflix thông báo về kế hoạch triển khai 100% hệ thống hạ tầng của họ lên AWS.

Năm 2014, AWS cung cấp mạng lưới đối tác, nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp triển khai hệ thống của họ trên AWS theo cách hiệu quả nhất.

Năm 2017, doanh thu hằng năm của AWS là gần 17.5 tỉ đô la và lên đến 46 tỉ vào cuối năm 2020.

Tháng 6 năm 2022, AWS thông báo về việc ra mắt công cụ trí tuệ nhân tạo mới nhất của họ tên CodeWhisperer, giúp đánh giá về chất lượng viết mã của lập trình viên.

1. **Cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp**

Andy Jassy: Giám đốc điều hành

Babak Parviz: Phó giám đốc điều hành Grand Challenge (phòng nghiên cứu bí mật của Amazon)

Bing Gordon: Cố vấn chiến lược

Charlie Bell: Phó giám đốc cấp cao Utillity Computing (mảng điện toán của Amazon)

Emmett Shear: Giám đốc điều hành của Twitch (công ty con của Amazon)

James Hamilton: Phó giám đốc kĩ thuật

Kathrin Buvac: Phó giám đốc kinh doanh và chiến lược

Larry Augustin: Phó giám đốc mảng ứng dụng (các dịch vụ ứng dụng của AWS)

Matt Garman: Phó giám đốc mảng tiếp thị và bán hàng

Michael Frazzini: Phó giám đốc mảng dịch vụ game

Peter DeSantis: Phó giám đốc cấp cao mảng hạ tầng

1. **Lĩnh vực kinh doanh và thành tựu nổi bật**
   1. **Lĩnh vực kinh doanh**

AWS là nhà cung cấp các dịch vụ đám mây cơ bản như lưu trữ, cơ sở dữ liệu, điện toán. Ngoài ra, cùng với sự phát triển của mình, AWS còn mang đến nhiều giải pháp ở các lĩnh vực khác nhau như: chính phủ, giáo dục, sản xuất, nông nghiệp, giải trí, tài chính, sức khỏe, trí tuệ nhân tạo, internet vạn vật, truyền thông, hàng không vũ trụ và vệ tinh, …

* 1. **Thành tựu nổi bật**

Là một trong những doanh nghiệp tiên phong trong lĩnh vực đám mây và hiện đang là thành viên dẫn đầu trong lĩnh vực.

Tính đến hết năm 2022, AWS đã triển khai được 30 vùng cơ sở hạ tầng của mình trên toàn cầu: 7 ở Bắc Mỹ, 1 ở Nam Mỹ, 8 ở Châu Âu, 2 ở Trung Đông, 1 ở Châu Phi và 11 ở Châu Á Thái Bình Dương.

Tham gia giúp đỡ NASA trong nhiệm vụ khám phá không gian và sao Hỏa

Từng bước chuyển đổi sang sử dụng năng lượng sạch

1. **Đạo đức kinh doanh và trách nghiệm xã hội**
2. **Cơ sở lý thuyết**

**a. Đạo đức kinh doanh**

- Đạo đức là tập hợp 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 với người khác, với xã hội.

- Chức năng cơ bản của đạo đức là điều chỉnh hành vi của con người theo các chuẩn mực, quy tắc đạo đức đã được xã hội thừa nhân bằng sức mạnh của lương tâm cá nhân, dư luận xã hội, tập quán, giáo dục.

- Đạo đức kinh doanh là một tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn và kiểm soát hành vi của các chủ thể kinh doanh.

- Đạo đức kinh doanh là một dạng đạo đức nghề nghiệp.

- Các nguyên tắc chuẩn mực: Tính trung thực, tôn trọng con người, gắn lợi ích của DN với lợi ích của khách hàng, bí mật và trung thành với các trách nhiệm đặc biệt.

- Đối tượng điều chỉnh: tầng lớp doanh nhân, khách hàng. Phạm vi áp dụng: tất cả những thể chế xã hội, tổ chức, cá nhân liên quan đến hoạt động kinh doanh.

- Vai trò của đạo đức kinh doanh: Góp phần điều chỉnh hành vi của các chủ thể kinh doanh, góp phần làm tăng chất lượng hoạt động của doanh nghiệp, góp phần vào làm tăng sự cam kết và tận tâm của nhân viên với công việc, làm tăng sự hài lòng của khách hàng, tạo ra lợi nhuận bền vững của doanh nghiệp, góp phần làm tăng uy tín của thương hiệu của doanh nghiệp, ngành và quốc gia

**b. Trách nhiệm xã hội**

- Trách nhiệm xã hội: là cam kết của doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua việc tuân thủ chuẩn mực về bảo vệ môi trường, bình đẳng về giới, an toàn lao động, quyền lợi lao động, trả lương công bằng, đào tạo và phát triển nhân viên, phát triển cộng đồng, … theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội.

- Các khía cạnh của trách nhiệm xã hội: Nghĩa vụ kinh tế, nghĩa vụ pháp lý, nghĩa vụ đạo đức, nghĩa vụ nhân văn.

- Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: Đạo đức kinh doanh liên quan đến những nguyên tắc và quy định chỉ đạo những quyết định của doanh nhân và tổ chức. Trách nhiệm xã hội quan tâm đến hậu quả của những quyết định của doanh nhân và tổ chức đến xã hội

1. **Thực tiễn áp dụng tại AWS**
2. **Đạo đức kinh doanh**

AWS hay Amazon nói chung có ban hành bộ quy tắc ứng xử để nhân viên có thể áp dụng trong quá trình làm việc:

**- Tuân thủ luật pháp và quy định:**

Nhân viên luôn luôn phải tuân theo pháp luật hiện hành và quy định của công ty. Nếu có vướng mắc cần liên hệ bộ phận pháp lý.

**- Giải quyết xung đột lợi ích:**

Nhân viên nên cố gắng tránh việc xảy ra xung đột lợi ích. Nếu nghi ngờ có sự tồn tại của xung đột lợi ích, cần thông báo ngay lập tức với bộ phận pháp lý. Bộ phận pháp lý sẽ xem sét tình hình thực tế để đưa ra quyết định phù hợp.

**- Chính sách mua bán của người trong cuộc:**

Nhân viên không được mua bán cổ phần hoặc chứng khoán khi đang sở hữu những thông tin chưa được công khai của công ty và không được cung cấp những thông tin đó cho người khác khi không có chỉ định từ phía công ty. Nhân viên cũng không được gợi ý người khác mua bán cổ phần và chứng khoản dựa trên những thông tin chưa được công khai đó.

**- Chính sách phân biệt đối xử và quấy rối:**

Công ty cung cấp những cơ hội bình đẳng trong mọi khía cạnh của công việc và không chấp nhận việc phân biệt đối xử hoặc quấy rối dưới mọi hình thức.

**- Chính sách an toàn và sức khỏe nghề nghiệp:**

Công ty cung cấp một môi trường làm việc sạch sẽ, an toàn và lành mạnh. Mỗi nhân viên chịu trách nghiệm duy trì nơi làm việc theo quy định về an toàn và sức khỏe. Thực hiện báo cáo về các tai nạn, chấn thương và các hành vi, điều kiện không an toàn. Công ty không cho phép các hành vi bạo lực và đe dọa. Nhân viên phải làm việc trong điều kiện không bị ảnh hưởng bởi các loại thuốc bất hợp pháp và chất kích thích.

**- Chính sách về cố định giá cả:**

Nhân viên không được phép bàn luận hay thực hiện thỏa thuận với đối thủ cạnh trạnh về giá cả, khuyến mãi, điều khoản kinh doanh hoặc phân khúc thị trường của lĩnh vực mà công ty cạnh tranh.

**- Chính sách về hối lộ:**

Công ty sẽ không thực hiện hối lộ bất kì ai với bất kì lý do gì. Nhân viên không được thực hiện các giao dịch bất hợp pháp trực tiếp đến các quan trức chính phủ hoặc thông qua bên thứ ba. Nhân viên thực hiện hành vi kinh doanh với chính phủ thuộc bất kì quốc gia nào cần liên hệ với bộ phận pháp lý để được cung cấp các hướng dẫn.

**- Chính sách về lưu trữ hồ sơ, báo cáo:**

Các tài liệu, hồ sơ, thông báo tài chính của công ty phải được duy trì một cách chi tiết, phải phản ánh chính xác các giao dịch của công ty và tuân thủ theo pháp luật hiện hành cũng như hệ thống quán lý nội bộ của công ty.

Các báo cáo tài chính của công ty phải chứa đựng thông tin đầy đủ, công bằng, chính xác, thường xuyên và rõ ràng theo quy định của pháp luật.

Các bộ phận tài chính, kế toán và pháp lý chịu trách nghiệm việc xây dựng các thủ tục để thực hiện quản lý nội bộ và tất cả nhân viên phải hợp tác thực hiện những thủ tục này.

**- Chính sách hỏi đáp và báo cáo vi phạm:**

Nhân viên phải liên hệ với bất kì ai trong cấp quản lý hoặc bộ phận pháp lý khi có câu hỏi về quy tắc ứng xử hoặc khi không rõ về cách phản ứng trong một tình huống nào đó.

Công ty xây dựng và ban hành các hướng dẫn cho nhân viên trong trường hợp muốn báo cáo về các vi phạm quy tắc ứng xử. Công ty không cho phép việc báo thù khi nhân viên bị báo cáo hành vi sai trái. Nhân viên phải hợp tác trong quá trình điều tra nội bộ với những vi phạm bị cáo buộc.

**- Chính sách xác thực định kì:**

Phòng pháp lý sẽ chỉ định một vài nhân viên dựa theo chức vụ và trách nghiệm trong công việc của họ để xác thực một cách định kì rằng họ có đọc, hiểu và thực hiện bộ quy tắc ứng xử.

**- Chính sách với ban giám đốc:**

Ban giám đốc của công ty phải tuân thủ theo các quy định liên quan của bộ quy tắc ứng xử này.

**- Chính sách miễn trừ**

Những trường hợp miễn trừ áp dụng bộ quy tắc này chỉ được chỉ định theo sự cho phép của pháp luật.

1. **Trách nghiệm xã hội**

Là công ty công nghệ lớn nhất thế giới với doanh thu hằng năm vượt qua rất nhiều quốc gia. Amazon thường xuyên mở rộng những chính sách về trách nghiệm xã hội với sự cố gằng và ưu tiên trong việc xây dựng một xã hội tích cực trong mô hình kinh doanh của mình:

**- Chương trình môi trường bền vững**

Năm 2019, Amazon khởi động chương trình “The Climate Plege” cùng sự hợp tác Global Optimism, thúc đẩy các công ty trong việc giảm thải các-bon đến trước năm 2040. Công ty đã cung cấp 2 tỉ đô la vào năm 2020 để giúp đỡ phát triển các sản phẩm hỗ trợ nền kinh tế cac-bon thấp. Kết hợp với chương trình trên, công ty cũng đóng góp 100 tỉ đô la vào các dự án trồng rừng và đối phó với biến đổi khí hậu.

**- Sự minh bạch trong chuỗi cung ứng**

Công ty xây dựng một chuỗi cung ứng toàn cầu minh bạch và công bằng. Năm 2020, công ty mở rộng chính sách về quản lý chuỗi cung ứng để phản ánh rõ ràng trong việc đảm bảo vốn thu nhập, sự minh bạch của nhà cung cấp, an toàn cho người lao động, bình đẳng giới và môi trường bên vững.

Để bảo vệ người lao động và môi trường, công ty tiếp tục thực hiện những đánh giá với các đối tác trong chuỗi cung ứng để đảm bảo họ thực hiện theo những tiêu chuẩn được công nhận trên toàn thế giới.

**- Chương trình tuyển dụng và đào tạo**

Để trau dồi và thúc đẩy một môi trường làm việc đa dạng và bình đẳng, công ty sẽ chủ động tìm kiếm ứng viên từ các trường học đa sắc tộc cũng như từ các tổ chức giúp đỡ các đối tượng thiểu số trong lĩnh vực công nghệ. Thêm vào đó, công ty cũng mở rộng cơ hội cho những người khuyết tật với những công việc làm tại nhà hoặc làm từ xa.

Công ty cũng mang đến những cơ hội học tập cho nhân viên với những khóa đào tạo ở cả lĩnh vực công nghệ và ngoài công nghệ. Năm 2019, tổng cộng 700 triệu đô la được đầu tư cho việc đào tạo 100,000 nhân viên trong 6 năm tiếp theo. Cùng với đó, công ty cũng sẽ hoàn lại lên đến 95% phí đào tạo cho nhân viên có mong muốn mở rỗng kiến thức của mình. Các khóa học trực tuyến cũng được cung cấp đến sinh viên trên toàn thế giới mong muốn tiếp cận với những công nghệ mới nhất.

**- Chương trình tiếp cận cộng đồng**

Nhà ở và vệ sinh an toàn thực phẩm:

Công ty đã đầu tư 100 triệu đô la để xây dựng nhà ở cho người vô gia cư, cung cấp chỗ ở cho hàng trăm gia đình. Năm 2020, công ty thực hiện hoạt động gây quỹ để thúc đẩy nhiều cơ hội nhà ở trải dài khắp quốc gia. Với quỹ này, hơn 2 tỉ đô la được cung cấp để giúp đỡ 20,000 ngôi nhà.

Nắm rõ mối liên hệ mật thiết giữa nhà ở và vấn đề an toàn thực phẩm, công ty đã hợp tác với các ngân hàng thực phẩm địa phương và các trường học để mng đến hơn 12 triệu xuất ăn khắp thế giới.

Chương trình hỗ trợ giáo dục

Năm 2020, công ty đóng góp 50 triệu đô la cho việc thúc đẩy giáo dục các ngành STEM. Ngoài ra, công ty còn ủng hộ 2 triệu đô la để cung cấp khoá đào tạo về khoa học máy tính miễn phí đến các trường học trên toàn cầu trong vòng ba năm tiếp theo. Công ty cũng tài trợ sự kiện "Girl Who Code" hằng năm để khuyến khích nhiều phụ nữ tham gia ở lĩnh vực công nghệ

Đối phó với đại dịch Covid-19

Để giúp đỡ đối phó với ảnh hưởng của đại dịch, công ty đã đầu tư xấp xỉ 4 tỉ đô la để hỗ trợ người lao động và cộng đồng trong các vấn đề liên quan đến Covid-19. Công ty cũng cung cấp hơn 1 triệu bộ xét nghiệm Covid. Ngoài ra, công ty còn tạo quỹ trị giá 25 triệu đô la để hỗ trợ các đối tác, người lao động thời vụ bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh. Bên cạch đó, công ty còn mang đến hàng triệu bữa ăn đến các gia đình có nhu cầu và cung cấp hơn 8000 laptop phục vụ việc học trực tuyến của học sinh trong đại dịch.

1. **Tinh thần khởi nghiệp**
2. **Cơ sở lý thuyết**

- Tinh thần khởi nghiệp trong tiếng Anh gọi là: Entrepreneurship, là sự dấn thân theo đuổi các cơ hội mới vượt quá các nguồn lực bị kiểm soát. (Theo Howard Stevenson - Giáo sư đầu ngành kinh tế của Harvard Business School- HBS)

- Hầu hết các nhà kinh tế tin rằng khái niệm tinh thần khởi nghiệp còn bao trùm nhiều ý nghĩa khác nữa. Với một số nhà kinh tế, doanh nhân là một người sẵn sàng gánh chịu rủi ro trong một dự án kinh doanh mới nếu cảm thấy có cơ may rõ rệt thu được lợi nhuận.

- Một số khác lại nhấn mạnh đến vai trò của doanh nhân, coi họ là người khởi xướng, đưa sáng kiến của mình ra thị trường. Một số nhà kinh tế khác lại cho rằng doanh nhân là những người đưa ra những hàng hóa hay phương thức sản xuất mới đáp ứng những nhu cầu của thị trường mà hiện tại chưa có người cung ứng.

- Ngày nay, hầu hết các nhà kinh tế đều đồng ý rằng tinh thần khởi nghiệp là một nhân tố cần thiết thúc đầy phát triển kinh tế và các cơ hội về nghề nghiệp trong mọi xã hội.

- Ở các nước đang phát triển, các doanh nghiệp nhỏ thành công là động lực cơ bản trong việc tạo ra việc làm, phát triển thu nhập và giảm nghèo.

- Văn hóa của một cộng đồng cũng có thể tạo ảnh hưởng tới tinh thần khởi nghiệp tại cộng động đó. Các tinh thần khởi nghiệp ở cấp độ khác nhau có thể xuất phát từ sự khác biệt về văn hóa, điều đó khiến tinh thần khởi nghiệp có thể được đánh giá cao hoặc không cao lắm.

- Một cộng đồng coi trọng những người làm ở những vị trí cao trong bộ máy nhà nước hoặc những trí thức có học vấn chuyên môn cao có thể sẽ không có tác dụng khuyến khích tinh thần khởi nghiệp. Ngược lại, một nền văn hóa hoặc chính sách coi trọng các cá nhân tự lập thường khuyến khích các tinh thần khởi nghiệp hơn.

1. **Thực tiễn áp dụng tại AWS**

Luôn sáng tạo, vận động, không sợ sai lầm và dám mơ lớn là những yếu tố đưa Jeff Bezos và Amazon đến với thành công.

Jeff Bezos là một trong những tỷ phú tự thân nổi tiếng nhất thế giới. Ông bắt đầu với một cửa hiệu bán sách trực tuyến sau đó biến nó thành trang bán lẻ trực tuyến lớn nhất mọi thời đại.

Câu chuyện thành công của Jeff Bezos bắt đầu từ năm 1994, khi ông khởi nghiệp với Amazon trong nhà để xe của gia đình. Đó là buổi bình minh của thời đại kỹ thuật số, và Bezos là một người có tầm nhìn. Ngay từ khi mới khởi nghiệp, ông đã định vị cửa hàng trực tuyến của mình sẽ bán nhiều thứ hơn chứ không chỉ là những cuốn sách. Ông thiết lập nên một đế chế bán lẻ trực tuyến, cung cấp tất cả mọi mặt hàng, với mức giá thấp và sản phẩm đến tay khách hàng chỉ trong vòng vài ngày.

Tinh thần khởi nghiệp của công ty được thể hiện qua:

**- Triết lý "ngày đầu tiên"**

Bezos đưa ra khái niệm "ngày đầu tiên" ngay từ khi mới thành lập công ty. Điều này có nghĩa là Amazon sẽ luôn giữ vững tinh thần khởi nghiệp, tránh tâm lý hài lòng mà những thành công lớn mang lại. Nguyên tắc "ngày đầu tiên" là tôn chỉ tối thượng khi làm việc tại Amazon.

Bezos đã từng thảo luận về khái niệm "ngày đầu tiên" trong bức thư gửi đến các cổ đông vào năm 1997. Ông bắt đầu bằng việc liệt kê hàng loạt dấu mốc mà công ty đã vượt qua trong năm đó, như phục vụ 1,5 triệu khách hàng (ngày nay, con số này là 300 triệu người dùng), mang lại doanh thu 147,8 triệu USD (năm 2017, doanh thu của Amazon là 178 tỷ USD). Sau đó ông nói đến việc công ty phải tiếp tục tìm kiếm các cơ hội để phát triển trong thị trường cạnh tranh.

Triết lý ngày đầu tiên kết hợp với tầm nhìn và hàng loạt các bước đi táo bạo đã trở thành ngọn đèn cho mọi bước phát triển của Amazon tới hôm nay.

**- Đặt khách hàng ở vị trí trung tâm**

Ngay từ những ngày đầu hoạt động, Bezos tập trung vào việc đổi mới dựa theo nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Ông tin rằng, một công ty nên tập trung vào khách hàng thay vì quan tâm đến các đối thủ. Không nên lãng phí thời gian để nâng cao vị thế trên thị trường, thay vào đó cần phải tập trung để đi trước thị trường, tìm mọi cách để khách hàng trở nên hào hứng và mua sắm nhiều hơn.

Trong một bức thư khác gửi các cổ đông vào năm 2017, Bezos chia sẻ: "Một điều mà tôi thích ở các khách hàng là họ luôn luôn bất mãn, kỳ vọng của họ không bao giờ dừng lại, mà luôn luôn đi lên".

Người bán phải hiểu về thị trường ngay từ phút ban đầu và biết khách hàng của mình tìm kiếm gì sau đó mang đến đúng thứ họ muốn. Bezos nhận định triết lý này là cách duy nhất để tồn tại và phát triển trong một thị trường luôn thay đổi và nó cũng là nguyên tắc quan trọng để Amazon ra quyết định đầu tư cho các công ty khởi nghiệp sau này.

**- Câu hỏi: 80 tuổi, bạn sẽ nói gì về bản thân?**

Trong thế giới kinh doanh cạnh tranh và đầy khốc liệt, thỉnh thoảng bạn sẽ không biết nên bắm bắt cơ hội nào và nên bỏ lại phía sau điều gì. Vậy làm thế nào để xác định con đường mình phải đi?

Đây là tình huống mà Bezos phải đối mặt khi ông nảy ra ý tưởng ra mắt một cửa hàng trực tuyến vào thời điểm đang có một công việc với thu nhập khá. Khi đó, ông chủ Amazon đã tự hỏi bản thân liệu khi về già ông có hối tiếc nếu để vụt mất cơ hội này? Câu trả lời không thể chối bỏ là "Có".

Bezos chia sẻ: "Trong phần lớn trường hợp, nỗi hối tiếc lớn nhất là những điều chúng ta đã bỏ lại phía sau. Những con đường mà chúng ta không dám đặt chân tới là sự ám ảnh mãi mãi".

**- Xây dựng đội ngũ nhân sự tốt nhất cho công ty**

Thành công của một công ty khởi nghiệp chủ yếu đến từ những nhân sự ban đầu. Bezos đầu tư nhiều công sức cho việc xây dựng đội ngũ nhân sự. Triết lý của ông là tập trung thu hút được những người giỏi nhất vào nhóm, tặng cho họ cổ phần của công ty, để họ có động lực đưa công ty phát triển thành công.

Amazon thậm chí còn trả cho các nhân viên yếu kém hoặc có thái độ không tốt 5.000 USD để họ nghỉ việc. Điều này cho phép công ty loại bỏ các nhân sự không có việc, hoặc có thái độ không hài lòng, và tiết kiệm được nhiều tiền hơn về lâu về dài.

**- Tỏa sáng và không ngừng phát triển ở lĩnh vực trọng tâm**

Bezos từng cho biết, mục tiêu của Amazon là trở thành: "Công ty phục vụ khách hàng hàng đầu thế giới". Vì vậy, gần như mọi hoat động nội tại của công ty đều đi theo kim chỉ nam này.

Mỗi bước đi trong quá trình xây dựng Amazon, Bezos đều bổ sung thêm các tính năng có lợi cho khách hàng. Đó là lý do tại sao Amazon luôn làm việc để tối ưu hóa hệ thống logistic và vận chuyển. Amazon rót một lượng lớn vốn đầu tư để phát triển cơ sở hạ tâng. Nỗ lực này mang về thành quả xứng đáng khi Amazon hiện là trang bán lẻ trực tuyến lớn nhất thế giới.

Trong việc phát triển, ông chủ Amazon luôn sẵn sàng thực hiện những bước nhảy vọt có thể giúp công ty đạt được mục tiêu tương lai dù quyết định đó thể tiêu tốn nhiều tiền trong một thời gian ngắn.

**- Tiết kiệm nhưng hoạt động hiệu quả**

Tiết kiệm là một trong những điều luật nền tảng của Amazon. Việc giữ giá sản phẩm thấp, hoạt động hiệu quả và cạnh tranh đã mang về cho Amazon hàng tỷ USD. Bezos tập trung rất nhiều vào nâng cao hiệu quả vận hành nhưng vẫn đảm bảo tiết kiệm ở mọi cấp độ, từ lãnh đạo đến nhân viên.

Điều này không có nghĩa là Bezos không chịu chi tiền, ông tập trung nguồn lực của công ty vào các hạng mục liên quan tới khách hàng. Với cách nhìn nhận này, Amazon có thể cắt giảm các khoản chi tiêu không cần thiết bao gồm cả chi phí cho nhân viên để hạ giá thành sản phẩm, tiết kiệm cho khách hàng.

Công ty liên tục tái đầu tư doanh thu để xây dựng doanh nghiệp và chiếm lĩnh thị phần. Nói tóm lại, Bezos tập trung nhiều hơn cho việc xây dựng đội ngũ khách hàng thay vì nâng cao lợi nhuận.

**- Chấp nhận sai lầm để thành công**

Một trong những chiến lược quan trọng mang đến thành công của Bezos là cách ông tiếp cận với thất bại. Tỷ phú cho thử nghiệm hàng loạt ý tưởng mới, mặc dù biết trước rằng một số dự án sẽ thất bại. Ông cho rằng, nếu không thử nghiệm, sẽ không bao giờ biết được ý tưởng nào hiệu quả hay không hiệu quả.

Khi Bezos khởi lập Amazon, ông nghĩ bản thân chỉ có khoảng 30% khả năng thành công. Tuy nhiên ông chấp nhận rủi ro và cho rằng đôi khi làm vậy để rút ra bài học cho bản thân. Bezos từng đùa rằng ông phải trả hàng tỷ USD để mua về thất bại. Nhưng nhìn lại chặng đường dài, tất cả các thử nghiệm đều được đền đáp bởi cuối cùng, một vài thành công lớn sẽ xóa bỏ dấu ấn của hàng chục lần thất bại trước đó.

**- Luôn luôn nhìn về phía trước**

Bezos luôn tập trung vào các chiến lược dài hạn khi nói về Amazon. Ông muốn truyền cảm hứng để người khác cũng có thể nghĩ xa hơn so với thực tại. Năm 2000, Bezos thành lập Blue Origin, một công ty hàng không vũ trụ. Hiện công ty này vẫn đang phát triển các công nghệ để tạo ra các chuyên bay vào không gian với giá cả phải chăng cho mọi người. Hướng tới tương lai và ước mơ lớn thúc đẩy quan điểm và cách suy nghĩ độc đáo của Bezos. Khả năng phát triển và thay đổi thị trường của Amazon là một minh chứng rõ ràng cho điều đó.

1. **Kết luận**
2. **Các nội dung đã trình bày**

* Tổng hợp kiến thức trong học phần Văn hóa kinh doanh và tinh thần khởi nghiệp**,** tập trung tìm hiểu về khía cạnh đạo đức kinh doanh và trách nghiệm xã hội.
* Trình bày thực tiễn các biểu hiễn của Amazon trong lĩnh vực văn hóa kinh doanh và khởi nghiệp.

1. **Kết quả đạt được**

* Nắm được sơ bộ các kiến thức liên quan đến lĩnh vực đã trình bày.
* Tìm hiểu thông tin của Amazon – Công ty công nghệ hàng đầu thế giới.