

CÂU HỎI CHỦ ĐỀ 5: ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

I. TRẮC NGHIỆM KHÁCH QUAN

Đọc thông tin và trả lời các câu hỏi sau:

Ngày 19.5 Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) chính thức công bố 6 Quy tắc đạo đức doanh nhân Việt Nam và phát động thực hiện trong cộng đồng doanh nhân toàn quốc.

Thực hiện Nghị quyết Đại hội VII của VCCI, trong thời gian qua, VCCI đã tiến hành giao đề tài cấp Bộ cho Viện Phát triển Doanh nghiệp nghiên cứu về vấn đề văn hóa kinh doanh và đạo đức doanh nhân. Cùng với sự tham gia của các chuyên gia tư vấn cao cấp, các đơn vị nghiên cứu khoa học và đại diện các doanh nhân, doanh nghiệp. Cụ thể, Quy tắc đạo đức doanh nhân Việt Nam, bao gồm 6 điều vừa được VCCI công bố bao gồm: Tạo giá trị kinh tế cho xã hội; Tuân thủ pháp luật; Minh bạch, công bằng, liêm chính; Sáng tạo, hợp tác, cùng phát triển; Tôn trọng thiên nhiên, bảo vệ môi trường; Yêu nước, có trách nhiệm với xã hội và gia đình.

Câu 1: Đạo đức kinh doanh là

- A. tập hợp một số nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức cơ bản được biểu hiện cụ thể trong các lĩnh vực kinh doanh.
- B. tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức cơ bản được biểu hiện cụ thể trong các lĩnh vực kinh doanh.
- C. một trong các yếu tố mà bắt buộc các ai làm việc trong lĩnh vực kinh doanh đều phải thực hiện theo.
- D. các yếu tố cần bắt buộc phải học trước khi muốn tham gia vào thị trường kinh doanh.

Câu 2: Các quy tắc trong kinh doanh được đề cập trong thông tin trên thể hiện nội dung nào của đạo đức kinh doanh?

- A. Vai trò của đạo đức trong kinh doanh.
- B. Biểu hiện của đạo đức kinh doanh.
- C. Trách nhiệm của chủ doanh nghiệp trong kinh doanh.
- D. Trách nhiệm của những người tham gia phân phối hàng hóa trong kinh doanh.

Câu 3: Một trong những biểu hiện của việc thực hiện tốt đạo đức kinh doanh là các chủ thể kinh tế khi tiến hành kinh doanh đều chú trọng việc

- A. bảo vệ môi trường.
- B. đầu tư quảng cáo trực tuyến.
- C. đào tạo chuyên gia.
- D. ứng dụng công nghệ số hóa.

Câu 4: Đạo đức kinh doanh thể hiện ở nguyên tắc nào dưới đây?

- A. Tôn trọng bản thân mình.
- B. Tôn trọng con người.
- C. Tôn trọng lợi ích nhóm.
- D. Tôn trọng lợi ích của bản thân.

Đọc thông tin và trả lời các câu hỏi sau:

Trong những năm gần đây, các doanh nghiệp lớn ở Việt Nam luôn được các tổ chức định giá thương hiệu đánh giá rất cao. Ví dụ năm 2023, Brand Finance (có trụ sở tại Anh) là tổ chức hàng đầu thế giới về định giá thương hiệu, phối hợp Mibrand Vietnam công bố Bảng xếp hạng 100 thương hiệu giá trị nhất Việt Nam với chủ đề "Phát triển xanh - Cách tiếp cận phù hợp cho

các thương hiệu Việt". Năm nay, với phương châm Thương hiệu xanh thì Viettel, Vinamilk, FPT... ghi nhận mức tăng giá trị thương hiệu cực kỳ ấn tượng như Viettel có giá trị 8,9 tỷ USD, Vinamilk từ hơn 2,8 tỷ USD năm 2022 lên mốc 3 tỷ USD và tiếp tục là thương hiệu thực phẩm có giá trị cao nhất trong top 100. Điểm chung của các thương hiệu này là việc các tổ chức tín dụng không chỉ căn cứ vào kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp mà còn đánh giá các hoạt động thể hiện Đạo đức của doanh nghiệp thông qua trách nhiệm xã hội (CSR), sự gắn kết của nhân viên, đối tác Từ những kết quả này ta có thể thấy được vai trò của việc lồng ghép đạo đức vào hoạt động kinh doanh là hướng đi đúng đắn của các doanh nghiệp có tầm nhìn xa.

Câu 5: Các chủ thể kinh tế cần phải có đạo đức kinh doanh vì

A. đạo đức kinh doanh sẽ sinh ra nhiều lợi ích cho xã hội.

B. đảm bảo cho sự tồn tại, thành công phát triển của doanh nghiệp và mang lại ích lợi cho người tiêu dùng.

C. đạo đức trong kinh doanh mang lại các lợi ích cho người tiêu dùng.

D. mang lại các lợi ích trước mắt cho doanh nghiệp.

Câu 6. Đối với chủ thể sản xuất, kinh doanh, đạo đức kinh doanh biểu hiện tập trung nhất ở đức tính nào dưới đây?

A. Tính thật thà.

B. Tính trung thực.

C. Tính quyết đoán.

D. Tính kiên trì.

Câu 7: Đối với các chủ thể sản xuất kinh doanh, việc hoàn thành tốt các nhiệm vụ đề ra, đem được lại lợi ích đồng thời cho doanh nghiệp và xã hội là đã thực hiện tốt phẩm chất đạo đức kinh doanh nào dưới đây?

A. Trung thực

B. Trách nhiệm

C. Có nguyên tắc

D. Gắn kết các lợi ích.

Câu 8. Doanh nghiệp nào đã thực hiện **chưa tốt** phương châm Thương hiệu xanh?

A. Công ty Cổ phần FPT.

B. Tập đoàn Viễn thông quân đội Viettel.

C. Công ty Cổ phần sữa Việt Nam Vinamilk.

D. Formosa Hà Tĩnh.

Đọc thông tin và trả lời câu hỏi sau:

Nền kinh tế thị trường Việt Nam hiện nay vẫn đang trong giai đoạn dần hoàn thiện, hệ thống pháp luật chưa đáp ứng được những nhu cầu của thực tiễn, còn nhiều bất cập. Trong bối cảnh như vậy, một số doanh nhân đã lợi dụng kẽ hở của pháp luật, “lách luật” để làm giàu bất chính. Tình trạng đó ảnh hưởng xấu đến sự hình thành và phát triển đạo đức doanh nhân.

Đặt mục tiêu vì lợi nhuận nên nhiều doanh nhân đã bất chấp pháp luật, đã xem nhẹ trách nhiệm của mình đối với xã hội, với người lao động, với nhà đầu tư như vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, tàn phá môi trường, gian lận, lừa đảo, chiếm đoạt tài sản... Một số người trong đội ngũ doanh nhân thoái hóa, biến chất về đạo đức làm cho phương châm sống của chủ nghĩa xã hội “mình vì mọi người, mọi người vì mình” không đi vào thực tế cuộc sống. Người dân đôi khi chưa thực sự tin tưởng với hàng Việt Nam khi thực phẩm được dán mác “sản phẩm sạch” đã nhiễm chì và “ngậm” thuốc trừ sâu trầm trọng, nhiều hoa quả được bày bán bị phôi nhũ trong một thời gian dài mà vẫn tươi ngon, thậm chí, một số thương hiệu lớn cũng bị phát hiện gian lận xuất xứ hàng hóa.

Câu 9. Đối với Nhà nước và xã hội, đạo đức kinh doanh của chủ thể sản xuất kinh doanh

không biểu hiện ở hành vi, việc làm nào dưới đây?

- A. Tuân thủ quy định của pháp luật.
- B. Nộp thuế đầy đủ và đúng hạn.
- C. Không sản xuất hàng quốc cấm.
- D. Sử dụng các thủ đoạn phi pháp.

Câu 10: Trong thông tin trên, các chủ thể kinh doanh đã **không** thực hiện đúng biểu hiện đạo đức kinh doanh nào?

- A. Mục tiêu lợi nhuận của doanh nghiệp.
- B. Bảo đảm an ninh trật tự.
- C. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
- D. Nộp thuế đầy đủ và đúng hạn.

Câu 11. Biểu hiện đạo đức nào trong kinh doanh **không** được các chủ thể trong thông tin thực hiện đúng?

- A. Thực hiện cam kết với khách hàng.
- B. Bảo đảm an ninh trật tự.
- C. Sản xuất kinh doanh hàng kém chất lượng.
- D. Thực hiện nghĩa vụ nộp thuế.

II. TRẮC NGHIỆM ĐÚNG/SAI (10 câu) Học sinh trả lời từ câu 1 đến câu 10. Trong mỗi ý a), b), c), d) ở mỗi câu, học sinh chọn đúng hoặc sai.

Câu 1: Đọc đoạn thông tin sau:

Là công ty sản xuất bao bì cung ứng cho các bên liên quan trên thị trường, công ty T luôn chú trọng tạo ra các sản phẩm với chất lượng tốt và thân thiện với môi trường nên được khách hàng tin tưởng đón nhận. Qua nhiều năm công ty vẫn luôn cố gắng mang tới các sản phẩm có chất lượng cao với giá cả phải chăng.

a. Công ty T đã dùng đạo đức kinh doanh để tạo dựng được niềm tin với khách hàng, có khách hàng tin tưởng thì việc kinh doanh của công ty sẽ không lo bị thua lỗ.

b. Việc kinh doanh của công ty T có thể bị rơi vào tình trạng thua lỗ nếu tiếp tục thực hiện các đả ngộ với khách hàng.

c. Công ty sẽ không lo bị thua lỗ nếu việc kinh doanh vẫn được thực hiện đều.

d. Công ty chắc chắn sẽ bị thua lỗ.

Câu 2: Đọc đoạn thông tin sau:

Việc làm ăn của nhà ông Q ngày càng phát triển, ông nhận thấy sự phát triển có được ngày hôm nay không phải công sức của một mình ông mà do có được sự cố gắng của tất cả mọi người. Theo quy chế làm việc của công ty đã xác lập từ ngày đầu thành lập, ông đã quyết định thưởng cho toàn thể nhân viên trong công ty nửa tháng lương nhân kỉ niệm ngày thành lập công ty. Việc làm này của ông được toàn thể công ty đón nhận rất nhiệt tình. Hành động của ông Q đã thể hiện ông là người có đạo đức trong kinh doanh.

a. Đạo đức kinh doanh của ông Q được thể hiện ở chỗ ông tôn trọng nhân viên của mình, kịp thời khen thưởng để động viên cùng nhau cố gắng.

b. Đạo đức kinh doanh của ông Q được thể hiện ở chỗ ông Q luôn hỗ trợ công nhân của mình hoàn thành tốt các nhiệm vụ.

c. Đạo đức kinh doanh của ông Q được thể hiện ở chỗ ông luôn thực hiện đúng các quy định mà mình đã đề ra.

d. Đạo đức kinh doanh của ông luôn gắn kết với lợi ích chung của cả công xưởng.

Câu 3: Đọc đoạn thông tin sau:

Theo Cục Quản lý giá, Tết Nguyên đán Giáp Thìn 2024 diễn ra vào thời điểm đầu tháng 2 dương lịch nên từ tháng 1 đến tuần đầu tháng 2 là cao điểm cho chuẩn bị hàng hóa phục vụ Tết, tình hình cung cầu thị trường diễn ra sôi động theo quy luật hằng năm. Thời điểm cận Tết, nhu cầu mua sắm phục vụ sản xuất, chế biến thực phẩm bán dịp Tết Nguyên đán cũng như dịch vụ ăn uống nhà hàng cuối năm tăng lên. Nhận thấy các nguyên liệu sản xuất bánh kẹo ngày càng đắt lên, để có thể thu được lợi nhuận và tránh thua lỗ trong sản xuất kinh doanh ông K- chủ doanh nghiệp đã tìm cách nhập các nguồn nguyên liệu giá rẻ.

a. Nếu nguyên liệu đắt lên ông có thể tăng giá thành sản phẩm, chứ không nên sử dụng nguồn nguyên liệu kém chất lượng gây ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng.

b. Ông K nên chọn một nguồn cung ứng có uy tín cho dù giá có rẻ hơn nhưng cũng sẽ không ai phát hiện ra hàng của anh nhập vào là kém chất lượng.

c. Ông K nên thực hiện theo đúng như kế hoạch kinh doanh mà mình đề ra trước đó.

d. Ông K có thể tìm cách tiết kiệm các chi phí trong sản xuất để có thể tăng thêm giá trị lợi nhuận trong kinh doanh khi nguồn nguyên liệu tăng.

Câu 4: Đọc đoạn thông tin sau:

Xưởng sản xuất đồ chơi nhà chị K luôn được khách hàng tìm đến bởi sự thân thiện, nhiệt tình và luôn giữ chữ tín với khách hàng. Chị luôn nắm bắt các cơ hội để tạo ra các sản phẩm phù hợp với người tiêu dùng. Chị luôn lắng nghe và tiếp thu sự phản hồi của khách hàng về sản phẩm. Khi nhận được thông tin phản ánh về sản phẩm hay thái độ phục vụ của nhân viên là chị luôn sẵn lòng điều chỉnh để cho phù hợp. Việc làm của chị đã làm cho khách hàng rất hài lòng, họ không chỉ quay lại hợp tác mà còn giới thiệu bạn bè đến với chị. Công việc kinh doanh của chị K ngày một phát triển.

a. Đạo đức trong kinh doanh của chị K được thể hiện qua việc chị luôn hết mình với công việc, tạo được niềm tin với khách hàng và luôn đặt khách hàng là mối quan tâm lớn nhất.

b. Đạo đức trong kinh doanh của chị K chỉ được thể hiện qua việc mặc dù rất bận nhưng chị vẫn luôn lắng nghe ý kiến của khách hàng.

c. Đạo đức trong kinh doanh của chị K chỉ được thể hiện qua kết quả kinh doanh rất phát triển của chị.

d. Đạo đức trong kinh doanh của chị K chỉ được thể hiện qua lượng khách hàng biết tới xưởng sản xuất của chị.

Câu 5: Đọc đoạn thông tin sau:

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng ngày nay, bên cạnh việc cạnh tranh về chất lượng, thì cạnh tranh về thương hiệu ngày càng trở nên quan trọng hơn. Vì thế, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã tập trung nguồn lực cho việc xây dựng thương hiệu, nghĩa là chú trọng đầu tư vào giá trị vô hình trong doanh nghiệp. Năm 2016, tổ chức đánh giá thương hiệu Brand Finance đã xếp Vinamilk là thương hiệu dẫn đầu Top 10 thương hiệu lớn nhất Việt Nam với tổng giá trị thương hiệu được định giá khoảng 1,01 tỷ USD. Tiếp theo là Viettel Telecom với giá trị thương hiệu ước tính khoảng 973 triệu USD. PVN đứng thứ 3 với giá trị thương hiệu 564 triệu USD. Hoạt động đánh giá này sẽ giúp cho các doanh nghiệp Việt Nam ý thức hơn nữa về việc xây dựng và giữ gìn thương hiệu của chính mình.

Thực tế, nhiều doanh nghiệp đã thành công trong việc xây dựng thương hiệu qua việc tổ chức các hoạt động cộng đồng, cam kết bảo vệ môi trường hay hỗ trợ tài chính cho các chương trình nhân đạo. Chẳng hạn, Vinamilk gây quỹ sữa Vươn cao Việt Nam, Tập đoàn Viettel tài trợ chương trình Trái tim cho em, Vingroup thành lập Quỹ Thiện tâm... Đây là những hành động

hướng tới cộng đồng, thể hiện đạo đức kinh doanh của doanh nghiệp, cũng là góp phần xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp như Samsung, Toyota, Ford... sẵn sàng thu hồi những sản phẩm lỗi, sẵn sàng đền bù và xin lỗi khách hàng. Điều này không chỉ là cách giữ gìn thương hiệu, mà còn thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

a. Các doanh nghiệp trên đã thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong kinh doanh.

b. Đạo đức kinh doanh không phải là mục tiêu mà các doanh nghiệp hướng tới mà lợi nhuận mới là mục tiêu lớn nhất.

c. Việc thực hiện trách nhiệm xã hội trong kinh doanh của các doanh nghiệp là để được hưởng các ưu đãi của nhà nước.

d. Đạo đức doanh nghiệp là điều mà các doanh nghiệp hướng tới vì khi doanh nghiệp thực hiện đạo đức kinh doanh thì lợi ích của doanh nghiệp sẽ thống nhất với lợi ích của người tiêu dùng và xã hội.

Câu 6: Đọc thông tin sau:

Pháp luật về thuế quy định, trường hợp hộ kinh doanh, cá nhân có hoạt động kinh doanh, không phân biệt có đăng ký kinh doanh hay không, không thuộc đối tượng được miễn thuế thì sẽ phải nộp thuế theo quy định của pháp luật như: thuế giá trị gia tăng và thuế thu nhập cá nhân, lệ phí môn bài. Điều 33 Luật Quản lý thuế số 38 nêu rõ, cá nhân kinh doanh phải thực hiện đăng ký thuế trong vòng 10 ngày làm việc kể từ ngày bắt đầu hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, thực tế hiện nay nhiều cá nhân kinh doanh trên sàn chưa đăng ký thuế, điều đó có thể đã phát sinh ra các hành vi trốn thuế, lách thuế... mà cơ quan quản lý phải tính đến để giảm tình trạng hụt thu.

a. Việc thực hiện pháp luật về thuế là thể hiện đạo đức kinh doanh của chủ thể kinh doanh.

b. Đạo đức kinh doanh chỉ có ở những doanh nghiệp có đăng ký kinh doanh và nộp thuế đầy đủ.

c. Doanh nghiệp trốn thuế là vi phạm nghiêm trọng đạo đức kinh doanh.

d. Tuân thủ nghiêm các quy định về thuế, đồng thời trung thực, minh bạch trong công tác kế toán... là trách nhiệm của doanh nghiệp trong việc tuân thủ đạo đức kinh doanh.

Câu 7. Đọc thông tin sau.

Từ khi khởi nghiệp, doanh nghiệp M đã xuất phát từ nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng để chủ động đổi mới và sáng tạo trong việc tạo ra nhiều loại sản phẩm độc đáo, có chất lượng. Người tiêu dùng ngày càng tin tưởng vào các sản phẩm của doanh nghiệp, thị phần được mở rộng, năng lực cạnh tranh cùng danh tiếng của doanh nghiệp từng bước nâng cao. Đồng thời, doanh nghiệp cũng ngày càng chú trọng phát triển quan hệ, hỗ trợ cộng đồng với những việc làm có ý nghĩa thiết thực.

a. Doanh nghiệp M luôn đề cao và chú trọng thực hiện đạo đức trong kinh doanh.

b. Doanh nghiệp M đã luôn gắn kết hài hòa các lợi ích.

c. Chỉ cần doanh nghiệp M biết tìm cách thay đổi sản phẩm cho phù hợp với thị hiếu và nhu cầu của khách hàng thì sẽ làm cho doanh nghiệp phát triển.

d. Lợi nhuận của doanh nghiệp phụ thuộc vào khả năng của chủ thể kinh doanh chứ không liên quan đến đạo đức kinh doanh.

Câu 8. Đọc thông tin sau.

Anh P có bằng thạc sĩ quản trị kinh doanh và có kinh nghiệm ba năm làm trợ lý giám đốc ở nước ngoài. Vừa về nước, anh được bố giao quyền điều hành doanh nghiệp B. Anh biết doanh

ngành này từng bị xử phạt về vệ sinh an toàn thực phẩm và đang gặp rất nhiều khó khăn vì đánh mất niềm tin của người tiêu dùng, cũng như các đối tác. Sau một thời gian đấu tranh với các quan điểm kinh doanh không phù hợp của ban giám đốc, anh từng bước tạo dựng niềm tin với người tiêu dùng bằng các sản phẩm chất lượng, đúng cam kết. Ngoài ra, anh chú trọng thu hút nhân viên với các chính sách đãi ngộ và học hỏi kinh nghiệm của các doanh nghiệp khác. Năm năm sau, doanh nghiệp B phát triển lớn mạnh và được đề cử giải thưởng “Doanh nghiệp hội nhập và phát triển” của tỉnh nhà. Phóng viên C của một tờ báo uy tín trong tỉnh tìm gặp và phỏng vấn anh P về nền tảng giúp doanh nghiệp từng mất uy tín trong kinh tế thị trường vươn lên thành công, anh P chia sẻ doanh nghiệp đã thực hiện việc đổi mới quan niệm kinh doanh theo hướng trung thực, giữ chữ tín về chất lượng sản phẩm và các đơn hàng. Anh biết cách dựa vào nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng để chủ động đổi mới và sáng tạo các sản phẩm phù hợp. Doanh nghiệp cũng đối xử bình đẳng và đảm bảo các quyền lợi của người lao động và của các đối tác kinh doanh.

a. Đạo đức kinh doanh đòi hỏi các doanh nghiệp chỉ cần giữ gìn tính trung thực trong các hoạt động kinh tế.

b. Nhà kinh doanh trung thực, có trách nhiệm và luôn đảm bảo chất lượng sản phẩm sẽ được đánh giá cao, doanh thu doanh nghiệp tăng lên.

c. Đạo đức kinh doanh chỉ được hiểu hiện thông qua mối quan hệ giữa doanh nghiệp với khách hàng, người tiêu dùng.

d. Đạo đức kinh doanh giúp thay đổi thái độ, điều chỉnh hành vi theo hướng có lợi cho doanh nghiệp.

Câu 9: Đọc thông tin sau.

Trong kinh doanh, chữ tín được coi là một trong những yếu tố quan trọng nhất để tạo dựng niềm tin và thương hiệu của doanh nghiệp. Không chỉ giúp bảo vệ uy tín và lòng tin của khách hàng và đối tác mà chữ tín còn thể hiện tính chất đạo đức, trách nhiệm và sự chuyên nghiệp của người kinh doanh.

Việc giữ chữ tín trong kinh doanh cực kỳ quan trọng vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến sự thành công và bền vững của các nhân và doanh nghiệp.

Khi có được lòng tin của cá nhân khách hàng và đối tác, doanh nghiệp có thể dễ dàng thu hút và giữ chân khách hàng, cũng như tạo ra sự khác biệt với đối thủ cạnh tranh. Ngược lại, khi mất chữ tín khách hàng và đối tác sẽ khó lòng tin tưởng và quay lại với doanh nghiệp dẫn đến suy giảm về doanh số và lợi nhuận. *(Theo Báo điện tử)*

a. Việc giữ chữ tín đem lại tất cả lợi ích cần có trong kinh doanh cho doanh nghiệp.

b. Vì giữ chữ tín giúp các doanh nghiệp tiếp cận gần hơn với nguồn khách hàng.

c. Việc kinh doanh là lâu dài nếu không có chữ tín sau này sẽ rất khó đàm phán được với đối tác, khách hàng.

d. Chữ tín là một quy chuẩn mà bất kì người kinh doanh nào cũng phải thực hiện theo.

Câu 10: Đọc thông tin sau.

Những năm gần đây, chúng ta luôn cố gắng cải thiện hình ảnh đất nước, con người Việt Nam trước mắt bạn bè thế giới; thực hiện chiến lược phát triển đất nước theo hướng đẩy mạnh thu hút đầu tư và phát triển du lịch, đồng thời triển khai nhiều giải pháp như tổ chức các cuộc xúc tiến đầu tư thương mại ở nước ngoài; quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam là điểm đến an toàn, môi trường đầu tư minh bạch, con người Việt Nam thân thiện, mến khách...; ngành du lịch Việt Nam phấn đấu xây dựng hệ thống dịch vụ, cơ sở hạ tầng, văn hoá, văn minh du lịch. Đất nước ta có

thể chưa giàu có, cơ sở hạ tầng chưa tốt, chất lượng nguồn nhân lực cũng như chất lượng phục vụ chưa chuyên nghiệp, nhưng rõ ràng những yếu tố an toàn, thân thiện, minh bạch, thuận lợi đã khiến nhiều nhà đầu tư, khách du lịch nước ngoài có niềm tin tìm đến. Và thực tế là Việt Nam đang là điểm đến lý tưởng cả trong đầu tư và du lịch. “Vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi” không chỉ đúng đối với người làm dịch vụ. Đó cũng là điều kiện tiên quyết để chúng ta tạo dựng hình ảnh tốt đẹp nhằm thu hút đầu tư, tiến tới mục tiêu xây dựng một đất nước Việt Nam hòa bình, hữu nghị, hợp tác và phát triển.

a. Ngày càng có nhiều người quan tâm và muốn đầu tư vào các công ty, các tổ chức tuân thủ đạo đức kinh doanh.

b. Các ngành kinh tế đã và đang làm hài lòng khách hàng.

c. Trong ngành du lịch những “hạt sạn” như tình trạng cò mồi, đeo bám, chèo kéo khách, bán hàng không đúng giá niêm yết...không làm ảnh hưởng đến hoạt động du lịch.

d. Niềm tin đối với khách hàng không phải là yếu tố quan trọng để tạo ra lợi nhuận trong kinh doanh.

---- HẾT ----