

TTĐT

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 1157/QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 26 tháng 6 năm 2026

CỘNG THÔNG TIN ĐIỆN TỬ CHÍNH PHỦ	
Giờ: C	ĐẾN
Ngày: 29.16.20.26	

QUYẾT ĐỊNH

Ban hành Khung chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh gắn với bản sắc dân tộc và tiếp cận được tinh hoa văn hóa kinh doanh thế giới

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 18 tháng 02 năm 2025;

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 16 tháng 6 năm 2025;

Căn cứ Luật Doanh nghiệp ngày 17 tháng 6 năm 2020; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Doanh nghiệp ngày 17 tháng 6 năm 2025;

Căn cứ Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09 tháng 6 năm 2014 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước;

Căn cứ Nghị quyết số 41-NQ/TW ngày 10 tháng 10 năm 2023 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ mới;

Căn cứ Nghị quyết số 66/NQ-CP ngày 09 tháng 5 năm 2024 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 41-NQ/TW ngày 10 tháng 10 năm 2023 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ mới;

Căn cứ Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân;

Căn cứ Nghị quyết số 138/NQ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Kế hoạch hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân;

Căn cứ Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 07 tháng 01 năm 2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hoá Việt Nam;

Căn cứ Nghị quyết số 30/NQ-CP của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 07 tháng 01 năm 2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam;

Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành Khung chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh gắn với bản sắc dân tộc và tiếp cận tinh hoa văn hóa kinh doanh thế giới.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

Điều 3. Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ trưởng các bộ, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố và các cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các bộ, cơ quan ngang bộ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Văn phòng Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện kiểm sát nhân dân tối cao;
- Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan trung ương của các tổ chức chính trị - xã hội;
- VPCP: BTCN, các PCN, TGD Công TTĐT, các Vụ, Cục;
- Lưu: VT, KTTH (2b)_{1/1}

**KT. THỦ TƯỚNG
PHÓ THỦ TƯỚNG**



Phạm Thị Thanh Trà



THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

KHUNG CHUẨN MỤC

Đạo đức, văn hóa kinh doanh gắn với bản sắc dân tộc
và tiếp cận được tinh hoa văn hóa kinh doanh thế giới

(Kèm theo Quyết định số 1157/QĐ-TTg

ngày 26 tháng 6 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ)

Chương I

ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI, QUAN ĐIỂM VÀ MỤC TIÊU

1. Đối tượng và phạm vi

a) Đối tượng

- Doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế hoạt động trên lãnh thổ Việt Nam;

- Doanh nhân là người Việt Nam, người nước ngoài đang hoạt động kinh doanh tại Việt Nam;

- Tổ chức xã hội nghề nghiệp;

- Cơ quan nhà nước hoạch định chiến lược, xây dựng, tổ chức thực thi chuẩn mục đạo đức, văn hóa trong hoạt động kinh doanh.

b) Phạm vi

Khung chuẩn mục được áp dụng đối với toàn bộ hoạt động quản trị, sản xuất, kinh doanh, truyền thông thương hiệu và quan hệ đối tác của doanh nghiệp, doanh nhân.

2. Quan điểm

- Bảo đảm Khung chuẩn mục mang tính toàn diện, bao quát các yêu cầu về đạo đức, văn hóa kinh doanh và tuân thủ pháp luật, góp phần xây dựng môi trường kinh doanh minh bạch, bình đẳng và phát triển bền vững;

- Gắn Khung chuẩn mục với Bộ chỉ số văn hóa quốc gia, nhấn mạnh trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường như yêu cầu tất yếu trong phát triển kinh tế xanh và bền vững của doanh nghiệp;

- Phát huy giá trị cốt lõi nhân văn của văn hóa kinh doanh Việt Nam thông qua kết hợp với chuẩn mục quản trị doanh nghiệp hiện đại, tôn trọng người lao động, xây dựng môi trường làm việc tích cực, sáng tạo;

- Kế thừa và lồng ghép tinh hoa chuẩn mục quốc tế, phù hợp điều kiện Việt Nam, đồng thời lan tỏa văn hóa kinh doanh mang bản sắc dân tộc;

- Nâng cao vị thế và thương hiệu doanh nghiệp Việt Nam, trên cơ sở định vị Khung chuẩn mực là cấu phần của năng lực cạnh tranh mềm quốc gia, thông qua tiếp cận và áp dụng các chuẩn mực, tiêu chuẩn đánh giá quốc tế, qua đó tham gia sâu vào hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và chuỗi giá trị toàn cầu;

- Lấy doanh nghiệp làm trung tâm; Nhà nước giữ vai trò kiến tạo, định hướng, khuyến khích đổi mới sáng tạo, phát triển bền vững và bảo đảm tính khả thi, khả năng ứng dụng rộng rãi của Khung chuẩn mực.

3. Mục tiêu

a) Mục tiêu tổng quát

Xây dựng và triển khai Khung chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh Việt Nam trên nền tảng các giá trị văn hóa dân tộc và các giá trị nhân văn phổ quát, gắn với các chuẩn mực quốc tế về quản trị doanh nghiệp, trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững, nhằm hình thành đội ngũ doanh nhân liêm chính, tôn trọng con người, bảo đảm quyền và lợi ích chính đáng của người lao động, cộng đồng và người tiêu dùng; góp phần xây dựng môi trường kinh doanh minh bạch, lành mạnh; nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và hội nhập quốc tế.

b) Mục tiêu cụ thể

Đến năm 2027:

- Đạt ít nhất 60 trong số 200 doanh nghiệp thí điểm ban hành được bộ quy tắc ứng xử hoặc bộ quy tắc đạo đức doanh nghiệp trên cơ sở áp dụng Khung chuẩn mực; thực hiện phổ biến tối thiểu 02 lần/năm tới toàn thể cán bộ, nhân viên của doanh nghiệp;

- Đào tạo nâng cao nhận thức cho ít nhất 10.000 doanh nhân, doanh nghiệp về Khung chuẩn mực và hướng dẫn áp dụng trong doanh nghiệp.

Đến năm 2030:

- Có ít nhất 1.000 doanh nghiệp áp dụng Khung chuẩn mực, từng bước tiệm cận và đáp ứng các yêu cầu về sản phẩm, dịch vụ theo các chuẩn mực ESG quốc tế.

- Quảng bá thành công tối thiểu 20 doanh nghiệp Việt Nam mang bản sắc dân tộc tại 10 diễn đàn, hội nghị và cơ chế đối thoại quốc tế uy tín (OECD, UN Global Compact,...).

Chương II **NỘI DUNG CỦA KHUNG CHUẨN MỰC**

Khung chuẩn mực được xây dựng trên cơ sở 06 giá trị cốt lõi (Nhân văn, Liêm chính, Minh bạch, Trách nhiệm, Sáng tạo và Hội nhập), trong đó chuẩn mực Nhân văn giữ vai trò trung tâm, đồng thời, được cụ thể hóa thành 06 nhóm chuẩn mực (chi tiết tại Phụ lục I Quyết định này), bao gồm:

Chuẩn mực 1: NHÂN VĂN (Tôn trọng con người, lấy khách hàng, người lao động làm trung tâm của việc kinh doanh)

- (1.1) Khách hàng là trung tâm.
- (1.2) Xây dựng văn hóa doanh nghiệp.
- (1.3) Bảo đảm quyền lợi người lao động.

Chuẩn mực 2: **LIÊM CHÍNH** (Tuân thủ pháp luật, trung thực, không gian lận; phòng, chống tham nhũng)

- (2.1) Tuân thủ pháp luật.
- (2.2) Tôn trọng đối thủ và thị trường.
- (2.3) Cạnh tranh lành mạnh.
- (2.4) Phòng, chống tham nhũng, rửa tiền.

Chuẩn mực 3: **MINH BẠCH** (Công khai thông tin, rõ ràng trong hợp đồng, quản trị)

- (3.1) Trung thực và minh bạch với khách hàng.
- (3.2) Trung thực và minh bạch với đối tác.
- (3.3) Trung thực và minh bạch trong quản trị, quản lý và vận hành doanh nghiệp hướng tới chuẩn quốc tế.

Chuẩn mực 4: **TRÁCH NHIỆM** (Trách nhiệm với xã hội, cộng đồng và môi trường)

- (4.1) Trách nhiệm với xã hội, cộng đồng.
- (4.2) Trách nhiệm với nhiệm vụ phát triển kinh tế chung của đất nước.
- (4.3) Trách nhiệm với môi trường.

Chuẩn mực 5: **SÁNG TẠO** (Coi đổi mới là động lực phát triển)

- (5.1) Sáng tạo bền vững trong phát triển lĩnh vực và sản phẩm kinh doanh.
- (5.2) Sáng tạo bền vững trong mô hình và quản lý doanh nghiệp.

Chuẩn mực 6: **HỘI NHẬP** (Mở rộng tầm nhìn quốc tế, phát huy bản sắc Việt Nam)

- (6.1) Xây dựng bộ quy tắc ứng xử cơ bản trong các giao dịch thương mại quốc tế.
- (6.2) Tiếp cận tinh hoa văn hóa kinh doanh thế giới.
- (6.3) Đạo đức, văn hóa kinh doanh gắn với phẩm chất đặc trưng của người Việt Nam.
- (6.4) Phát huy, lan tỏa bản sắc dân tộc trong văn hóa kinh doanh.
- (6.5) Quảng bá và giới thiệu mô hình chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh gắn với bản sắc dân tộc Việt Nam ra môi trường quốc tế.

Chương III

NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP TRIỂN KHAI KHUNG CHUẨN MỤC

1. Tuyên truyền, giáo dục và nâng cao nhận thức xã hội

- Triển khai truyền thông quốc gia về Khung chuẩn mực và các giá trị cốt lõi; tuyên truyền, tôn vinh doanh nhân, doanh nghiệp thực hành tốt đạo đức, văn hóa kinh doanh.

- Lồng ghép nội dung tuyên truyền, đào tạo, áp dụng Khung chuẩn mực vào các chương trình đào tạo doanh nghiệp và phát triển các nền tảng học tập số.

2. Hoàn thiện cơ chế, chính sách thực hiện Khung chuẩn mực

- Xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành; lồng ghép nội dung Khung chuẩn mực vào các chương trình, chính sách và định hướng phát triển bền vững có liên quan.

- Nghiên cứu, ban hành thang đo Khung chuẩn mực để đo lường, thúc đẩy việc thực hiện các giá trị cốt lõi của Khung chuẩn mực; phù hợp với Bộ chỉ số đánh giá văn hóa toàn diện trong Chương trình mục tiêu quốc gia về phát triển văn hóa giai đoạn 2025 - 2035.

3. Nâng cao năng lực và đào tạo đội ngũ triển khai Khung chuẩn mực

- Đào tạo, tập huấn và xây dựng số tay hướng dẫn; phát triển đội ngũ tư vấn, giám sát chuyên nghiệp.

- Tăng cường hỗ trợ kỹ thuật cho doanh nghiệp, đặc biệt khu vực tư nhân, nhất là doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ.

4. Thúc đẩy thực hiện và hoàn thiện Khung chuẩn mực

- Áp dụng linh hoạt Khung chuẩn mực; xây dựng công cụ, chỉ tiêu đánh giá phù hợp với Bộ chỉ số văn hóa quốc gia.

- Thu thập, phân tích dữ liệu và ứng dụng công nghệ số phục vụ theo dõi, đánh giá định kỳ việc thực hiện Khung chuẩn mực.

5. Thí điểm, đánh giá và mở rộng mô hình

- Thí điểm áp dụng Khung chuẩn mực tại một số doanh nghiệp để đánh giá, điều chỉnh và xây dựng cơ chế giám sát, đánh giá định kỳ gắn với báo cáo phát triển bền vững, ESG và CSR.

- Tổng kết, công nhận mô hình tiêu biểu để nhân rộng; định kỳ cập nhật Khung chuẩn mực, bảo đảm tính mở và khả năng thích ứng với yêu cầu phát triển.

6. Đẩy mạnh hợp tác quốc tế và tiếp cận tinh hoa văn hóa kinh doanh thế giới

- Tăng cường hợp tác với các tổ chức quốc tế; lan tỏa các chuẩn mực đạo đức và văn hóa kinh doanh của Việt Nam ra thế giới.

- Chủ động phòng ngừa tác động tiêu cực đến an ninh quốc gia; ngăn chặn nguy cơ lợi dụng, chuyên hóa chính sách, pháp luật đi lệch định hướng mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của Đảng và Nhà nước trong quá trình các doanh nghiệp tham gia các mạng lưới, diễn đàn và hợp tác quốc tế.

Chương IV

KINH PHÍ VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Kinh phí thực hiện

Kinh phí thực hiện Khung chuẩn mực được bảo đảm từ các nguồn:

- Nguồn ngân sách nhà nước cấp cho các bộ, cơ quan trung ương và địa phương theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành, đảm bảo đúng quy định pháp luật về ngân sách nhà nước và các văn bản pháp luật khác có liên quan;

- Nguồn huy động hợp pháp theo quy định của pháp luật;

- Nguồn đóng góp, tài trợ hợp pháp của doanh nghiệp và các tổ chức, cá nhân.

2. Tổ chức thực hiện

a) Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Chủ trì tổ chức triển khai, đôn đốc thực hiện Khung chuẩn mực; xây dựng kế hoạch hướng dẫn, kiểm tra, giám sát việc thực hiện định kỳ theo từng giai đoạn; làm đầu mối điều phối, tổng hợp, đánh giá; định kỳ trước ngày 25 tháng 12 hằng năm, báo cáo Thủ tướng Chính phủ tình hình, kết quả thực hiện Khung chuẩn mực.

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Tài chính, các bộ ngành liên quan, Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), Hiệp hội Phát triển Văn hóa Doanh nghiệp Việt Nam và các địa phương xây dựng thang đo, văn bản hướng dẫn, cơ chế vận hành Khung chuẩn mực.

- Rà soát, đề xuất sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện thang đo liên quan đến văn hóa doanh nghiệp, đạo đức văn hóa kinh doanh và phát triển đội ngũ doanh nhân theo hướng đồng bộ, phù hợp với yêu cầu thực tiễn.

- Phối hợp với các bộ, ngành, địa phương lồng ghép các mục tiêu, nhiệm vụ của Khung chuẩn mực vào các chương trình, đề án liên quan.

- Tổ chức tuyên truyền, phổ biến, đào tạo, bồi dưỡng, truyền thông về Khung chuẩn mực trên phạm vi toàn quốc; huy động các nguồn lực xã hội hóa phục vụ triển khai.

b) Bộ Tài chính

- Chủ trì bố trí kinh phí thực hiện trong dự toán chi ngân sách nhà nước hằng năm của các bộ, cơ quan liên quan, bảo đảm theo đúng quy định pháp luật về ngân sách nhà nước và pháp luật khác có liên quan.

- Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trong việc lồng ghép nội dung tuyên truyền, giáo dục, đào tạo về Khung chuẩn mực tại các chương trình, đề án đào tạo doanh nghiệp, doanh nhân để triển khai Nghị quyết số 68-NQ/TW.

c) Bộ Công Thương: Chủ trì, phối hợp triển khai các hoạt động thúc đẩy đạo đức, văn hóa kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại và hội nhập quốc tế; lồng ghép Khung chuẩn mực vào các hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển thị trường và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, bảo đảm phù hợp với các chương trình, nhiệm vụ đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

d) Bộ Khoa học và Công nghệ

- Chủ trì, hướng dẫn và hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi số trong quản trị văn hóa và đạo đức kinh doanh.

- Chủ động nghiên cứu, xây dựng, vận hành các nền tảng số và giải pháp công nghệ phục vụ việc tăng cường minh bạch, chuẩn hóa quy trình quản trị văn hóa - đạo đức, thúc đẩy hình thành hệ sinh thái tri thức và đổi mới sáng tạo về văn hóa, đạo đức kinh doanh.

- Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xây dựng, triển khai các chương trình, bộ công cụ đánh giá, các ứng dụng hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng Khung chuẩn mực.

đ) Bộ Giáo dục và Đào tạo

- Chủ động nghiên cứu, cập nhật và lồng ghép nội dung về đạo đức, văn hóa kinh doanh vào chương trình đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân, cán bộ quản lý, sinh viên và học viên các ngành liên quan.

- Xây dựng giáo trình, tài liệu giảng dạy, mô hình học tập, đạo đức, văn hóa kinh doanh và quản trị bền vững.

- Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các Hiệp hội nghề nghiệp tổ chức hội thảo, hội nghị, tập huấn và truyền thông về Khung chuẩn mực.

- Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ giảng viên, chuyên gia hỗ trợ doanh nghiệp trong xây dựng và triển khai các chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh.

e) Các bộ, cơ quan ngang bộ

- Chỉ đạo các cơ sở đào tạo, đơn vị nghiên cứu thuộc phạm vi quản lý lồng ghép nội dung Khung chuẩn mực vào chương trình đào tạo, nghiên cứu và bồi dưỡng nguồn nhân lực phù hợp với đặc thù ngành, lĩnh vực.

- Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch triển khai Khung chuẩn mực theo chức năng, nhiệm vụ được giao; chủ động lồng ghép mục tiêu, nội dung và giải pháp vào chiến lược, chương trình, kế hoạch của bộ, ngành; phối hợp đào tạo, tập huấn, truyền thông, hướng dẫn và mở rộng các mô hình thực hiện hiệu quả; đồng thời cung cấp, chia sẻ thông tin phục vụ công tác theo dõi, đánh giá, giám sát việc thực hiện Khung chuẩn mực.

g) Các cơ quan truyền thông (thuộc hệ thống báo chí quốc gia, do cơ quan có thẩm quyền quản lý theo quy định pháp luật)

Chủ trì sản xuất, phát sóng và đăng tải nội dung truyền thông về Khung chuẩn mực trên các kênh truyền hình, phát thanh, báo chí và các nền tảng số, bảo đảm lan tỏa rộng rãi tới cộng đồng doanh nghiệp và xã hội.

h) Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố

- Chủ động triển khai và áp dụng Khung chuẩn mực; lồng ghép Khung chuẩn mực vào các định hướng phát triển kinh tế, xã hội và cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh của tỉnh/thành phố.

- Chủ động bố trí nguồn ngân sách địa phương để thực hiện Khung chuẩn mực, bảo đảm hiệu quả, khả thi.

- Chỉ đạo các sở, ban, ngành và Ủy ban nhân dân cấp xã/phường xây dựng kế hoạch triển khai, bảo đảm Khung chuẩn mực được quán triệt và thực hiện đồng bộ.

- Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp, tiếp cận và áp dụng Khung chuẩn mực; phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức các hoạt động truyền thông, đào tạo, tập huấn, hướng dẫn thực hành và nhân rộng mô hình doanh nghiệp điển hình.

- Xây dựng cơ chế khuyến khích doanh nghiệp tại địa phương thực hành tốt đạo đức, văn hóa kinh doanh, gắn với các chương trình thi đua, khen thưởng, tôn vinh doanh nghiệp theo thẩm quyền của địa phương.

- Theo dõi, đánh giá tình hình triển khai tại địa phương, tổng hợp và báo cáo kết quả định kỳ hằng năm về Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả áp dụng Khung chuẩn mực.

i) Các tổ chức: VCCI, Hiệp hội Phát triển Văn hóa Doanh nghiệp Việt Nam và các Hiệp hội nghề nghiệp, Hiệp hội doanh nghiệp

- Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch triển khai Khung chuẩn mực, đảm nhận vai trò cầu nối giữa cơ quan quản lý nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp.

- Tổ chức các chương trình truyền thông, tập huấn, đào tạo và phổ biến Khung chuẩn mực cho các doanh nghiệp hội viên; xây dựng tài liệu hướng dẫn Khung chuẩn mực phù hợp với từng ngành nghề.

- Hỗ trợ doanh nghiệp trong đánh giá nội bộ và thực hiện Khung chuẩn mực.

- Áp dụng Khung chuẩn mực làm căn cứ để tôn vinh doanh nghiệp thực hành tốt đạo đức, văn hóa kinh doanh; lan tỏa các thực hành tốt trong cộng đồng doanh nghiệp.

- Tạo dựng và phát triển mạng lưới liên kết giữa doanh nghiệp, chuyên gia và các tổ chức xã hội nghề nghiệp nhằm thúc đẩy thực thi Khung chuẩn mực đồng bộ, bền vững.

- Phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch theo dõi, đánh giá tình hình thực hiện.

k) Các doanh nghiệp

Chủ động áp dụng và duy trì thực hành Khung chuẩn mực trong toàn bộ hoạt động quản trị, sản xuất, kinh doanh, truyền thông thương hiệu và quan hệ đối tác; lồng ghép các giá trị đạo đức và văn hóa kinh doanh vào chiến lược phát triển doanh nghiệp; đào tạo về văn hóa doanh nghiệp cho cán bộ quản lý và người lao động; tổ chức triển khai thực hiện Khung chuẩn mực được chi tiết tại Phụ lục 2 Quyết định này.

Phụ lục I
KHUNG CHUẨN MỰC ĐẠO ĐỨC, VĂN HÓA KINH DOANH
GẮN VỚI BẢN SẮC DÂN TỘC VÀ TIẾP CẬN ĐƯỢC TIN HÓA
TRONG KINH DOANH THẾ GIỚI
Kèm theo Quyết định số 1157/QĐ-TTg
ngày 26 tháng 6 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ)

STT	CÁC CHUẨN MỤC
1.	NHÂN VĂN <i>Tôn trọng con người, lấy khách hàng, người lao động làm trung tâm của việc kinh doanh</i>
1.1	Khách hàng là trung tâm
1.1.1	Lấy lợi ích hợp pháp, lâu dài của khách hàng làm trung tâm trong mọi hoạt động và quyết định sản xuất, kinh doanh; coi sự hài lòng, niềm tin của khách hàng là cơ sở quan trọng cho uy tín và phát triển bền vững của doanh nghiệp.
1.1.2	Tôn trọng và bảo vệ quyền, lợi ích chính đáng của khách hàng, đối xử công bằng, không phân biệt đối xử; không lợi dụng sự thiếu thông tin hoặc vị thế yếu hơn của khách hàng để trục lợi; lắng nghe và cải thiện dựa trên phản hồi khách hàng từ mọi kênh.
1.1.3	Bảo đảm minh bạch trong cung cấp thông tin và trách nhiệm với khách hàng, thực hiện đầy đủ nghĩa vụ thông tin, bảo vệ quyền riêng tư và dữ liệu cá nhân; lắng nghe, tiếp thu ý kiến của khách hàng, hướng tới xây dựng mối quan hệ tin cậy, lâu dài, hài hòa lợi ích.
1.2	Xây dựng văn hóa doanh nghiệp
1.2.1	Tạo dựng môi trường làm việc nhân văn, tôn trọng nhân phẩm, công bằng, hợp tác, chia sẻ, lắng nghe trong nội bộ doanh nghiệp, góp phần hình thành không gian làm việc thân thiện, an toàn và gắn bó lâu dài.
1.2.2	Xây dựng và duy trì các chuẩn mực ứng xử dựa trên các giá trị nhân văn như tôn trọng, trung thực, trách nhiệm và hợp tác giữa lãnh đạo với người lao động, giữa người lao động với nhau; qua đó củng cố niềm tin, sự đoàn kết và văn hóa nội bộ lành mạnh.
1.2.3	Trong nội bộ doanh nghiệp, xây dựng văn hóa doanh nghiệp bằng các hoạt động cụ thể (thành lập quỹ hỗ trợ tương thân tương ái; kết nghĩa giữa các phòng ban; các chương trình về nguồn; các lớp tập huấn về đạo đức kinh doanh; v.v...)
1.3	Bảo đảm quyền lợi người lao động
1.3.1	Xây dựng kế hoạch, lộ trình đạt được các chứng nhận quốc tế uy tín về đảm bảo quyền lợi, phúc lợi cho người lao động để làm bảo chứng chất lượng cho môi trường lao động tại doanh nghiệp như: Great Place to Work®; ISO 45001 (tiêu chuẩn quốc tế về hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe nghề nghiệp); SA8000; Tiêu chuẩn lao động quốc tế của ILO (ILS).

1.3.2	Hành động theo tiêu chuẩn DEI (Diversity, Equity, and Inclusion) về đa dạng, công bằng và hòa nhập trong môi trường làm việc.
1.3.3	Tùy vào từng quy mô doanh nghiệp, xây dựng được hệ thống phòng ban bảo vệ người lao động theo cấu trúc chuẩn quốc tế như: Quản lý nhân sự; Hành chính-Pháp chế; HSE; Công đoàn; Bộ phận khiếu nại ẩn danh; Truyền thông nội bộ; chăm sóc sức khỏe và tinh thần ¹ .
1.3.4	Xây dựng lộ trình giúp nhân viên phát triển sự nghiệp và năng lực cá nhân theo chuẩn quốc tế với chỉ số đánh giá rõ ràng.
1.3.5	Sử dụng khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo theo hướng nhân văn, góp phần nâng cao năng suất lao động, đồng thời bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của người lao động.
1.3.6	Bảo đảm môi trường làm việc an toàn cho người lao động.
2	LIÊM CHÍNH <i>Tuân thủ pháp luật, trung thực, không gian lận; phòng, chống tham nhũng</i>
2.1	Tuân thủ pháp luật
2.1.1	Tuân thủ Luật Cạnh tranh và hoàn tất các nghĩa vụ thuế.
2.1.2	Tuân thủ Bộ luật Lao động, Luật Doanh nghiệp, Luật Bảo hiểm xã hội, Luật An toàn vệ sinh lao động v.v...
2.2	Tôn trọng đối thủ và thị trường
2.2.1	Tôn trọng đối thủ và luật chơi chung trên thương trường. Tôn trọng bản quyền, nhãn hiệu, sáng chế của đối thủ, không sao chép, làm giả hoặc sử dụng trái phép tài sản trí tuệ của đối thủ; không nói xấu/bôi nhọ/bịa đặt thông tin về đối thủ.
2.3	Cạnh tranh lành mạnh
2.3.1	Không lạm dụng vị thế độc quyền hoặc đứng đầu thị trường để chèn ép các doanh nghiệp nhỏ cùng ngành như: bán phá giá; ép nhà phân phối độc quyền loại bỏ đối thủ v.v...
2.4	Phòng, chống tham nhũng, rửa tiền
2.4.1	Nghiêm cấm việc đưa hoặc nhận bất cứ thứ gì có giá trị (tiền bạc, quà tặng, ân huệ) nhằm mục đích gây ảnh hưởng không đúng đắn đến các quyết định kinh doanh; bao gồm các hành vi gian lận như lừa dối hoặc lạm dụng quyền lực.
2.4.2	Xây dựng hệ thống kế toán minh bạch, chi tiết phản ánh đầy đủ mọi giao dịch, ngăn chặn các khoản thanh toán "ngoài sổ sách", các giao dịch bất hợp pháp.
2.4.3	Xây dựng cơ chế tố cáo vi phạm trong phạm vi doanh nghiệp để bảo vệ người tố cáo như đường dây nóng ẩn danh, chính sách không trả thù.

¹ Cấu trúc này đã có tại các doanh nghiệp như Vinamilk, Viettel, FPT

3	MINH BẠCH <i>Công khai thông tin, rõ ràng trong hợp đồng, quản trị.</i>
3.1	Trung thực và minh bạch với khách hàng
3.1.1	Trung thực và minh bạch về sản phẩm/dịch vụ; đảm bảo chất lượng và độ an toàn của sản phẩm/dịch vụ; tôn trọng và đảm bảo quyền lợi của khách hàng.
3.2	Trung thực và minh bạch với đối tác
3.2.1	Thực hiện trung thực, minh bạch và có trách nhiệm trong quan hệ với đối tác, từ đàm phán, ký kết đến thực hiện hợp đồng; tôn trọng và thực hiện nghiêm túc các cam kết đã thỏa thuận; bảo đảm công bằng, bình đẳng; cạnh tranh lành mạnh, không lợi dụng vị thế; giải quyết các tranh chấp trên cơ sở thiện chí, hợp tác và tuân thủ pháp luật.
3.2.2	Hướng tới xây dựng quan hệ hợp tác lâu dài, cùng phát triển với đối tác, trên cơ sở hài hòa lợi ích, tôn trọng lẫn nhau và cùng chia sẻ trách nhiệm xã hội, góp phần hình thành môi trường và hệ sinh thái kinh doanh minh bạch, lành mạnh và bền vững.
3.3	Trung thực và minh bạch trong quản trị, quản lý và vận hành doanh nghiệp hướng tới chuẩn quốc tế
3.3.1	Doanh nghiệp đạt chuẩn quốc tế về kiểm soát và kiểm toán nội bộ với các chứng nhận uy tín như COSO (về kiểm soát nội bộ); IIA (khung tiêu chuẩn toàn cầu cho kiểm toán nội bộ) cùng các tiêu chuẩn ISO liên quan như ISO 9001, ISO 37301, ISO 31000 v.v..
3.3.2	Doanh nghiệp có áp dụng hệ thống quản trị và vận hành theo tiêu chuẩn quốc tế theo các mức độ khác nhau tương ứng với quy mô doanh nghiệp, tiêu biểu như: Hệ thống quản lý tích hợp IMS (gồm ISO 9001 - chất lượng, ISO 1400 - môi trường và ISO 45001 - an toàn, sức khỏe nghề nghiệp); Bộ tiêu chuẩn dùng để đánh giá mức độ phát triển bền vững và trách nhiệm của một doanh nghiệp ESG (kết hợp ISO 14001 + 45001 + 26000 + SA8000); Bộ Nguyên tắc quản trị Công ty G20/OECD; v.v..
3.3.3	Xây dựng Ban lãnh đạo doanh nghiệp đạt chuẩn mô hình quản trị quốc tế như: tập trung vào tính minh bạch, trách nhiệm, hiệu quả chiến lược, đa dạng hóa và khả năng giám sát rủi ro, nhằm đảm bảo ban lãnh đạo hoạt động hiệu quả và phù hợp với lợi ích cổ đông cũng như các bên liên quan.
3.3.4	Xây dựng Sứ mệnh, Tầm nhìn, Triết lý kinh doanh, các giá trị cốt lõi của doanh nghiệp; có kế hoạch, lộ trình hành động và giám sát rõ ràng, có tính thực tế với doanh nghiệp, đảm bảo hài hòa lợi ích dài hạn của các bên có liên quan (chủ doanh nghiệp, người lao động và cộng đồng).
3.3.5	Tuân thủ việc quản trị và vận hành doanh nghiệp đúng cam kết quốc tế mà Chính phủ đã ký kết.

4	TRÁCH NHIỆM <i>Trách nhiệm với xã hội, cộng đồng, môi trường.</i>
4.1	Trách nhiệm với xã hội, cộng đồng
4.1.1	Ủng hộ các chương trình do nhà nước phát động; tham gia xây dựng
4.1.2	chính sách kinh tế, xã hội đóng góp vào sự nghiệp quản trị đất nước cùng Đảng và Chính phủ.
4.1.3	Tham gia các hoạt động nhằm củng cố, nâng cao vị thế, tầm vóc của doanh nghiệp tư nhân trong nền kinh tế quốc gia
4.1.4	Tham gia và hoạt động tích cực trong các hiệp hội, tổ chức doanh nhân uy tín tại Việt Nam như: Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI); các Hiệp hội theo nhóm doanh nhân (DNT, VINASME v.v...); các Hiệp hội ngành nghề (VASEP, VITAS, VINASA v.v...); các Hiệp hội doanh nhân địa phương v.v...
4.2	Trách nhiệm với nhiệm vụ phát triển kinh tế chung của đất nước
4.2.1	Xây dựng doanh nghiệp lớn, vững mạnh, hướng tới mục tiêu được gia nhập danh sách những doanh nghiệp lớn trên thế giới, tạo uy tín cho nền kinh tế Việt Nam.
4.2.2	Sáng chế, phát minh, đề xuất các sản phẩm, giải pháp kinh doanh thông minh, sáng tạo xứng đáng làm thương hiệu quốc gia để cạnh tranh với các nước trên thế giới, góp phần thúc đẩy nền kinh tế đất nước.
4.2.3	Đạt được mức tăng trưởng doanh thu hoặc lợi nhuận của doanh nghiệp cao hơn mức tăng GDP trung bình của Việt Nam.
4.2.4	Đóng góp lớn và ổn định vào GDP quốc gia thông qua quy mô doanh thu, sản xuất kinh doanh hiệu quả và mở rộng đầu tư.
4.3	Trách nhiệm với môi trường
4.3.1	Quản trị theo bộ 3 tiêu chuẩn về Môi trường - xã hội - quản trị ESG (environment - social- governance) với các số liệu minh bạch để đo lường những yếu tố liên quan đến định hướng, hoạt động phát triển bền vững của doanh nghiệp. ²
4.3.2	Hoạt động thực tế theo định hướng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp theo tiêu chuẩn của ISO 26000 ³ ; Tiêu chuẩn Báo cáo bền vững ESRS;...
5	SÁNG TẠO <i>Coi đổi mới là động lực phát triển</i>
5.1	Sáng tạo bền vững trong phát triển lĩnh vực và sản phẩm kinh doanh
5.1.1	Có chế tài về kiểm soát giám sát việc sử dụng AI trong sáng tạo sản phẩm tại doanh nghiệp: Có chứng nhận riêng cho các sản phẩm/dịch vụ được sáng tạo bằng AI để khách hàng và đối tác nhận định chính xác về giá trị của sản phẩm và dịch vụ; có chế tài liên quan đến bản quyền nội dung do AI tạo ra; đảm bảo an toàn và bảo mật hệ thống công nghệ để quản lý rủi ro an ninh mạng liên quan đến sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp (deepfake, tấn công mô hình (model poisoning), xâm nhập dữ liệu v.v...)

² <https://baochinhphu.vn/esg-dong-luc-phat-trien-ben-vung-trong-ky-nguyen-moi-102250423183218857.htm>

³ <https://chungnhanquocgia.com/tieu-chuan-iso-26000-pdf-tieng-viet/>

5.1.2	Có chiến lược R&D (research & development) theo hướng sáng tạo và bền vững: tạo ra sản phẩm/dịch vụ mới có tính đột phá; ứng dụng công nghệ tiên tiến; cải tiến quy trình sản xuất nhằm tăng hiệu suất, giảm chi phí; phối hợp với viện nghiên cứu trường, startup, đối tác công nghệ trong nước và quốc tế.
5.2.	Sáng tạo bền vững trong mô hình và quản lý doanh nghiệp
5.2.1	Có chiến lược xây dựng đội ngũ kế thừa một cách cẩn trọng và có lộ trình rõ ràng dựa trên các tiêu chuẩn như: xác định rõ các vị trí then chốt luôn cần người kế cận để đảm bảo tính liên tục kinh doanh; tìm kiếm, đánh giá và phát triển ứng viên tiềm năng; giám sát, đánh giá định kỳ về năng lực, đạo đức và tầm nhìn của ứng viên.
5.2.2	Phát triển tư duy đổi mới mang lại giá trị bền vững trong 5 - 10 năm tới và đồng hành cùng với định hướng phát triển chung của nhà nước, hướng tới mục tiêu phát triển Bền vững (SDGs - Sustainable Development Goals) do Liên hợp quốc đề ra ⁴ .
5.2.3	Xây dựng được bộ phận đổi mới chuyên trách để thử nghiệm ý tưởng sáng tạo. Bộ phận này đạt các yếu tố then chốt như: có lãnh đạo cấp cao đích thân dẫn dắt; có ngân sách riêng; có cơ chế chấp nhận thất bại; có hệ thống thu thập ý tưởng từ nhân viên; có chỉ tiêu ra mắt ý tưởng mới, sáng tạo định kỳ hàng năm.
6	HỘI NHẬP <i>Mở rộng tầm nhìn quốc tế, phát huy bản sắc Việt Nam</i>
6.1.	Xây dựng bộ quy tắc ứng xử cơ bản trong các giao dịch thương mại quốc tế
6.1.1	Tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế như: GDPR - ISO 27000 - OECD Privacy Guidelines (thuộc nhóm tiêu chuẩn về bảo vệ dữ liệu cá nhân, quyền riêng tư và an ninh thông tin.) với khách hàng và đối tác.
6.2.	Tiếp cận tinh hoa văn hóa kinh doanh thế giới
6.2.1	Doanh nghiệp chủ động chọn lọc và chuyên hóa tinh hoa văn hóa kinh doanh thế giới phù hợp với tập quán kinh doanh và bản sắc Việt Nam
6.3	Đạo đức, văn hóa kinh doanh gắn với phẩm chất đặc trưng của người Việt Nam
6.3.1	Đưa lòng yêu nước, tự hào dân tộc và ý chí độc lập thành những phương châm hoạt động cụ thể của doanh nghiệp; xây dựng chính sách trách nhiệm xã hội gắn liền với lợi ích quốc gia; tích hợp các giá trị lịch sử và dân tộc vào quy tắc đạo đức v.v... Sử dụng các hình ảnh, biểu tượng văn hóa để khơi dậy lòng yêu nước, niềm tự hào dân tộc.
6.3.2	Thúc đẩy hợp tác giữa các doanh nghiệp để tạo nên một cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam thống nhất và đoàn kết thông qua các tổ chức, hiệp hội liên kết, doanh nghiệp kết nghĩa v.v...

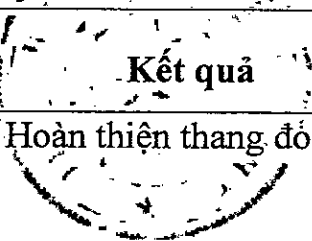
⁴ <https://vietnam.un.org/vi/sdgs>

6.4	Phát huy, lan tỏa bản sắc dân tộc trong văn hóa kinh doanh
6.4.1	Sử dụng, tích hợp những biểu tượng; giá trị vật thể, phi vật thể của dân tộc vào doanh nghiệp của mình.
6.4.2	Có các hoạt động tôn vinh, đào tạo, giao lưu, văn thể mỹ... nhằm nâng cao nhận thức của người lao động về bản sắc dân tộc.
6.5	Quảng bá và giới thiệu mô hình chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh gắn với bản sắc dân tộc Việt Nam ra môi trường quốc tế
6.5.1	Có các hoạt động đối thoại và trao đổi để nâng cao hợp tác quốc tế trong xây dựng chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh gắn với bản sắc dân tộc.
6.5.2	Trong hợp tác kinh doanh với đối tác, có bộ quy tắc ứng xử song phương hoặc đa phương để hòa hợp giữa các chuẩn mực quốc tế và phù hợp với bản sắc dân tộc Việt Nam.
6.5.3	Có các hoạt động chủ động quảng bá, lan tỏa mô hình chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh gắn với bản sắc dân tộc Việt Nam ra môi trường quốc tế.
6.5.4	Xây dựng thương hiệu doanh nghiệp Việt Nam nhằm củng cố, nâng cao vị thế, tầm vóc của doanh nghiệp trên trường quốc tế



Phụ lục II
DANH MỤC CÁC NHIỆM VỤ TRIỂN KHAI KHUNG CHUẨN MỰC ĐẠO ĐỨC, VĂN HÓA KINH DOANH
GẮN VỚI BAN SÀC ĐẠO TỘC VÀ TIẾP CẬN ĐƯỢC TINH HOA VĂN HÓA KINH DOANH THẾ GIỚI
(Kèm theo Quyết định số 1157/QĐ-TTg
ngày 26 tháng 6 năm 2026 của Thủ tướng Chính phủ)

TT	Tên nhiệm vụ/cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả	Thời gian hoàn thành
BỘ VĂN HÓA THỂ THAO VÀ DU LỊCH				
1.	Điều phối, theo dõi, đánh giá việc triển khai Khung chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh định kỳ theo từng giai đoạn. - Xây dựng kế hoạch chi tiết theo giai đoạn. - Theo dõi việc áp dụng Khung chuẩn mực tại doanh nghiệp. - Tổng hợp báo cáo định kỳ, sơ kết, tổng kết kết quả triển khai.	Các bộ, ngành liên quan; địa phương thực hiện và báo cáo kết quả.	Có cơ chế giám sát và báo cáo đánh giá đầy đủ.	Hàng năm
2.	Chủ trì, phối hợp với Bộ Tài chính, các bộ ngành liên quan, VCCI, Hiệp hội và địa phương nghiên cứu, xây dựng hệ thống văn bản hướng dẫn, thang đo và cơ chế vận hành Khung chuẩn mực. - Xây dựng và hoàn thiện văn bản hướng dẫn áp dụng Khung chuẩn mực. - Xây dựng, hoàn thiện thang đo của Khung chuẩn mực. - Hỗ trợ doanh nghiệp điều chỉnh bộ quy tắc ứng xử hoặc bộ quy tắc đạo đức doanh nghiệp phù hợp thực tiễn.	Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Tài chính, bộ, ban, ngành liên quan, VCCI, Hiệp hội Phát triển Văn hóa Doanh nghiệp Việt Nam, các địa phương.	Ban hành hướng dẫn, thang đo và cơ chế áp dụng được hoàn thiện và điều chỉnh phù hợp thực tiễn.	Năm 2026 - 2027

TT	Tên nhiệm vụ/cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả	Thời gian hoàn thành
3.	Rà soát, sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện thang đo liên quan đến đạo đức, văn hóa kinh doanh và phát triển đội ngũ doanh nhân. - Rà soát, xác định những bất cập, hạn chế của thang đo chưa phù hợp với thực tiễn triển khai. - Thiết lập cơ chế, khuyến khích tôn vinh doanh nghiệp, doanh nhân đạt chuẩn mục đạo đức, văn hóa kinh doanh.	Các bộ, ngành, địa phương.	 Hoàn thiện thang đo	Năm 2026
4.	Lồng ghép Khung chuẩn mực với các chương trình, đề án liên quan: - Kiểm tra, rà soát các đề án liên quan để lồng ghép vào Khung chuẩn mực. - Xây dựng hướng dẫn triển khai đồng bộ, tránh trùng lặp.	Các bộ, ngành, địa phương	Góp phần thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ của Khung chuẩn mực	Hàng năm
5.	Tuyên truyền, phổ biến, đào tạo, bồi dưỡng, truyền thông về Khung chuẩn mực; huy động các nguồn lực xã hội hóa phục vụ triển khai. - Tổ chức hội thảo, tập huấn, đào tạo cho doanh nghiệp, cán bộ quản lý. - Huy động nguồn lực xã hội hóa.	Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Hiệp hội doanh nghiệp, địa phương, cơ quan báo chí, tổ chức xã hội.	Tổ chức từ 01 - 02 hội thảo; 01 - 02 lớp tập huấn/năm; sản xuất ấn phẩm và video truyền thông, tiếp cận 200 đến 500 doanh nghiệp và công chức, viên chức.	Hàng năm
BỘ TÀI CHÍNH				
1	Phối hợp bảo đảm điều kiện tài chính và hỗ trợ triển khai Khung chuẩn mực - Bộ Tài chính phối hợp các nội dung liên quan bố trí kinh phí theo quy định, hướng dẫn cơ chế tài chính và phối hợp cung cấp thông tin phục vụ tổng hợp báo cáo khi được yêu cầu.	Các bộ, ngành, địa phương	Đảm bảo các cơ quan, địa phương liên quan được hướng dẫn áp dụng cơ chế tài chính và bố trí kinh phí thực hiện Khung chuẩn mực.	Hàng năm

TT	Tên nhiệm vụ/cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả	Thời gian hoàn thành
	<p>- Phối hợp lồng ghép nội dung tuyên truyền, đào tạo về Khung chuẩn mực tại các chương trình, đề án đào tạo doanh nghiệp, doanh nhân để triển khai Nghị quyết số 68-NQ/TW.</p> <p>- Ban hành hoặc hướng dẫn cơ chế tài chính phục vụ triển khai Khung chuẩn mực.</p>			
2	<p>Hướng dẫn và khuyến khích doanh nghiệp thực hiện các tiêu chuẩn liên quan đến báo cáo tài chính, minh bạch thông tin, quản trị rủi ro tài chính tiệm cận chuẩn mực quốc tế.</p>	<p>Bộ Khoa học và Công nghệ, Ngân hàng Nhà nước, Bộ Công Thương.</p>	<p>Các doanh nghiệp được hướng dẫn áp dụng các tiêu chuẩn báo cáo tài chính và quản trị rủi ro theo hướng dẫn của IFRS và OECD</p>	<p>Hàng năm</p>
BỘ CÔNG THƯƠNG				
	<p>Chủ trì, phối hợp triển khai các hoạt động thúc đẩy đạo đức, văn hóa kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại và hội nhập quốc tế; lồng ghép Khung chuẩn mực vào các hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển thị trường và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, bảo đảm phù hợp với các chương trình, nhiệm vụ đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt:</p>	<p>Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch, VCCI, Hiệp hội ngành hàng.</p>	<p>Khuyến khích và hướng dẫn được 50 các doanh nghiệp/năm.</p>	<p>Hàng năm</p>

TT	Tên nhiệm vụ/cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả	Thời gian hoàn thành
	<ul style="list-style-type: none"> - Hướng dẫn xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong các hiệp hội ngành hàng, chuỗi sản xuất - xuất khẩu. - Yêu cầu lồng ghép chuẩn mực vào quy tắc ứng xử của các hiệp hội: dệt may, da giày, điện tử, thép, ô tô, bán lẻ... - Kết nối doanh nghiệp với các chương trình xuất khẩu bền vững, chứng nhận quốc tế (Fair Trade, GlobalGAP...). - Tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại, kết nối doanh nghiệp với thị trường quốc tế, đồng thời nhấn mạnh tuân thủ chuẩn mực đạo đức và minh bạch thông tin. - Quảng bá thành công tối thiểu 20 doanh nghiệp Việt Nam mang bản sắc dân tộc ra tại 10 diễn đàn, hội nghị và cơ chế đối thoại quốc tế uy tín (OECD, UN Global Compact,...). 			Năm 2030
BỘ KHOA HỌC & CÔNG NGHỆ				
1	Hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi số trong quản trị văn hóa doanh nghiệp	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Hiệp hội doanh nghiệp; các địa phương	Hơn 100 doanh nghiệp được đào tạo, nâng cao năng lực chuyển đổi số và áp dụng công nghệ trong quản trị văn hóa doanh nghiệp.	Hàng năm
2	- Xây dựng và vận hành các nền tảng số, giải pháp công nghệ phục vụ chuẩn hóa quy trình quản trị văn hóa doanh nghiệp.	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, doanh nghiệp và các địa phương	Ít nhất 01 nền tảng công nghệ hỗ trợ triển khai Khung chuẩn mực	Năm 2026 - 2028

TT	Tên nhiệm vụ/cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả	Thời gian hoàn thành
	- Phát triển hệ sinh thái tri thức và đổi mới sáng tạo ứng dụng Khung chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh.			
3	Xây dựng, triển khai các chương trình, bộ công cụ đánh giá.	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các doanh nghiệp	Ít nhất 60 doanh nghiệp thí điểm tiếp cận bộ công cụ đánh giá	Năm 2027
BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO				
1	<p>Lồng ghép nội dung về đạo đức, văn hóa kinh doanh vào chương trình đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân, cán bộ quản lý, sinh viên và học viên các ngành liên quan.</p> <p>- Xây dựng chương trình đào tạo về đạo đức, văn hóa kinh doanh.</p> <p>- Lồng ghép nội dung Khung chuẩn mực vào các môn học, khóa học, chương trình bồi dưỡng.</p> <p>- Đảm bảo cập nhật kiến thức, phương pháp giảng dạy hiện đại.</p>	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các Hiệp hội nghề nghiệp, các doanh nghiệp	Lồng ghép Khung chuẩn mực vào 25% chương trình đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân, cán bộ quản lý và sinh viên các ngành liên quan.	Năm 2026 - 2027
2	Xây dựng giáo trình, tài liệu giảng dạy, mô hình học tập về văn hóa doanh nghiệp, đạo đức nghề nghiệp và quản trị bền vững	Các cơ sở đào tạo, viện nghiên cứu và trường học, các Hiệp hội doanh nghiệp, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Hoàn thiện giáo trình, tài liệu và công cụ đánh giá phù hợp cho từng lĩnh vực.	Năm 2026 - 2028
3	<p>- Phối hợp tổ chức hội thảo, hội nghị tập huấn và truyền thông về Khung chuẩn mực.</p> <p>- Nâng cao năng lực đội ngũ giảng viên, chuyên gia hỗ trợ doanh nghiệp trong xây dựng và triển khai các chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh.</p>	Doanh nghiệp, các Hiệp hội doanh nghiệp, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch	Tổ chức 01 - 02 hội thảo, tập huấn/năm; nâng cao năng lực cho đội ngũ giảng viên, chuyên gia và doanh nghiệp	Năm 2027 - 2035

TT	Tên nhiệm vụ/cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả	Thời gian hoàn thành
CÁC BỘ, CƠ QUAN NGANG BỘ				
	<ul style="list-style-type: none"> - Chỉ đạo các cơ sở đào tạo, đơn vị nghiên cứu, lồng ghép nội dung Khung chuẩn mực vào chương trình đào tạo, nghiên cứu và bồi dưỡng nguồn nhân lực. - Lồng ghép các mục tiêu, nhiệm vụ của Khung chuẩn mực vào các chương trình, đề án liên quan 	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các bộ, ngành liên quan; các doanh nghiệp	100% bộ, ngành rà soát, điều chỉnh chiến lược, chương trình, kế hoạch để lồng ghép vào Khung chuẩn mực	Hàng năm
CÁC CƠ QUAN TRUYỀN THÔNG <i>(Thuộc hệ thống báo chí quốc gia, do cơ quan có thẩm quyền quản lý theo quy định pháp luật)</i>				
	Sản xuất nội dung và truyền thông về Khung chuẩn mực trên các nền tảng.	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các bộ, ngành, địa phương liên quan; Hiệp hội doanh nghiệp	Sản xuất và phát sóng khoảng 50 tin, bài, chương trình/năm; có chiến dịch truyền thông dài hạn	Hàng năm
UBND CÁC TỈNH, THÀNH PHỐ				
	<ul style="list-style-type: none"> - Triển khai, áp dụng, lồng ghép Khung chuẩn mực vào các chương trình, nhiệm vụ; định hướng phát triển kinh tế, xã hội của địa phương. - Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận và áp dụng Khung chuẩn mực; phối hợp tổ chức các hoạt động truyền thông, đào tạo, tập huấn, hướng dẫn thực hành và nhân rộng mô hình doanh nghiệp điển hình. - Xây dựng cơ chế khuyến khích doanh nghiệp thực hành tốt đạo đức, văn hóa kinh doanh. - Báo cáo kết quả định kỳ hằng năm về Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. 	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các sở, ban, ngành; Hiệp hội doanh nghiệp	Khung chuẩn mực được quán triệt và thực hiện đồng bộ	Hàng năm

TT	Tên nhiệm vụ/cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp	Kết quả	Thời gian hoàn thành
CÁC TỔ CHỨC: Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), Hiệp hội Phát triển Văn hóa Doanh nghiệp Việt Nam và các hiệp hội nghề nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp				
	<ul style="list-style-type: none"> - Phối hợp triển khai Khung chuẩn mực với vai trò cầu nối giữa cơ quan quản lý nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp; theo dõi, đánh giá tình hình thực hiện. - Phổ biến và hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện Khung chuẩn mực và đánh giá nội bộ. - Tôn vinh doanh nghiệp thực hành tốt đạo đức, văn hóa kinh doanh trên cơ sở áp dụng Khung chuẩn mực. - Tạo dựng và phát triển mạng lưới liên kết giữa các bên liên quan nhằm thúc đẩy thực thi Khung chuẩn mực. 	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; các bộ, ngành liên quan; các doanh nghiệp	Khoảng 50 doanh nghiệp hội viên được tư vấn và hỗ trợ	Hàng năm
CÁC DOANH NGHIỆP				
	<ul style="list-style-type: none"> - Áp dụng và duy trì thực hành Khung chuẩn mực. - Đào tạo về văn hóa doanh nghiệp cho cán bộ quản lý và người lao động. 	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Hiệp hội doanh nghiệp	Các doanh nghiệp áp dụng và điều chỉnh Khung chuẩn mực phù hợp với thực tiễn	Hàng năm