

Tăng cường giáo dục đạo đức kinh doanh cho sinh viên khối ngành kinh tế tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh

Ngày nhận bài: 12/05/2025 | Ngày phản biện: 15/05/2025 | Ngày xuất bản: 23/05/2025

Tác giả: Lê Thị Loan (Trường Đại học Tôn Đức Thắng)

Tóm tắt: Trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng, việc giáo dục đạo đức kinh doanh cho sinh viên khối ngành kinh tế ngày càng trở nên cấp thiết. Bài báo tập trung nghiên cứu làm rõ khái niệm, vai trò và thực tiễn giáo dục đạo đức kinh doanh cho sinh viên khối ngành kinh tế tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh. Bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường hiệu quả của hoạt động giáo dục đạo đức kinh doanh trong các nhà trường, góp phần hình thành thế hệ doanh nhân tương lai có trách nhiệm xã hội và năng lực ứng xử đạo đức trong môi trường kinh doanh hiện đại.

1. Đặt vấn đề

Kinh tế thế giới ngày càng diễn biến phức tạp và biến động, vai trò của đạo đức kinh doanh ngày càng trở nên quan trọng. Các hành vi thiếu đạo đức trong hoạt động kinh doanh vừa làm tổn hại đến doanh nghiệp vừa ảnh hưởng tiêu cực đến cộng đồng tiêu dùng và nền kinh tế quốc gia. Do đó, giáo dục đạo đức kinh doanh (GDĐĐKD) cho sinh viên đại học, đặc biệt là đối với sinh viên khối ngành kinh tế – những người trực tiếp có khả năng trở thành các nhà quản lý, doanh nhân trong tương lai là một yêu cầu cấp bách và cần thiết trong bối cảnh hiện nay. Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm kinh tế lớn, nơi tập trung nhiều trường đại học có đào tạo khối ngành kinh tế. Tuy nhiên, việc GDĐĐKD trong chương trình đào tạo hiện nay của các trường đại học vẫn còn những hạn chế cả về nội dung và phương pháp dạy học. Trong khi đó, hiện nay sinh viên chịu nhiều tác động tiêu cực của nền kinh tế thị trường như tính cạnh tranh khốc liệt, hành vi gian lận, hàng giả,... dẫn đến nhiều thách thức trong việc hình thành hệ giá trị đạo đức đúng đắn cho sinh viên.

Chính vì vậy, nghiên cứu thực trạng GDĐĐKD cho sinh viên khối ngành kinh tế tại một số trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh là cần thiết, nhằm đóng góp vào việc nâng cao nhận thức và chất lượng giảng dạy đạo đức kinh doanh trong giáo dục đại học, hướng đến xây dựng một lực lượng lao động tương lai có năng lực nghề nghiệp gắn liền với trách nhiệm xã hội.

Nghiên cứu GDĐĐKD cho sinh viên đã được các nhà khoa học trên thế giới và Việt Nam nghiên cứu, cụ thể:

Trên thế giới, GDĐĐKD đã được công nhận là một bộ phận thiết yếu trong đào tạo kinh tế và quản trị. Từ cuối thế kỷ 20, các trường đại học hàng đầu như Harvard, Stanford hay Oxford đã đưa các môn học về "Business Ethics" (đạo đức kinh doanh) vào chương trình chính thức, bên cạnh các môn như tài chính, kế toán hay marketing.

Nghiên cứu của Ferrell và cộng sự (2021) chỉ ra rằng các chương trình giảng dạy đạo đức giúp sinh viên phát triển tư duy đạo lý, tăng cường kỹ năng giải quyết tình huống đạo đức, và giảm thiểu hành vi phi đạo đức trong tương lai. Nghiên cứu của McDonald (2004) so sánh sinh viên các trường có và không có chương trình đạo đức cho thấy nhóm sinh viên được đào tạo đạo đức có khả năng nhận diện và đánh giá các vấn đề đạo đức cao hơn. Trong thời gian gần đây, nhiều nghiên cứu nhấn mạnh vào việc tích hợp đạo đức trong từng môn học chuyên ngành, chứ không tách rời thành một môn riêng lẻ. Chẳng hạn, trong môn marketing có nội dung đạo đức tiếp thị, trong môn tài chính có phần về đạo đức trong báo cáo tài chính và đầu tư. Điều này cho thấy tầm quan trọng ngày càng cao của đạo đức trong mọi khía cạnh của kinh doanh hiện đại.

Tại Việt Nam, trong những năm gần đây, một số nghiên cứu đã bắt đầu đề cập đến việc tích hợp nội dung đạo đức vào chương trình đào tạo đại học, đặc biệt là ở các ngành kinh tế, quản trị và tài chính. Nhiều nghiên cứu nhấn mạnh rằng môi trường kinh doanh trong nước vẫn còn tồn tại nhiều hiện tượng như tham nhũng, gian lận kế toán, lừa đảo người tiêu dùng, đặt lợi nhuận trên hết bất chấp hậu quả xã hội. Những vấn đề này cho thấy giáo dục đạo đức cần được quan tâm nhiều hơn trong đào tạo nhân lực. Nghiên cứu của Châu Thị Lệ Uyên (2012) đã phân tích thực trạng nhận thức về đạo đức kinh doanh của sinh viên chuyên ngành Kinh tế tại Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao nhận

thức đạo đức cho sinh viên. Phạm Văn Đức (2013) trình bày những vấn đề lý luận và thực tiễn về đạo đức kinh doanh ở Việt Nam, nhấn mạnh vai trò của quy tắc đạo đức trong hoạt động doanh nghiệp, trách nhiệm xã hội và sự gắn kết giữa doanh nghiệp với lợi ích cộng đồng. Các nghiên cứu đều cho thấy sinh viên có sự nhận thức nhất định về đạo đức nhưng còn thiếu nền tảng vững chắc để đưa ra quyết định khi gặp tình huống thực tế phức tạp.

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước đề cập đến GDĐĐKD, tuy nhiên tại Việt Nam, đặc biệt là tại Thành phố Hồ Chí Minh, các nghiên cứu về cách sinh viên tiếp cận, hiểu và xử lý các tình huống đạo đức vẫn còn hạn chế. Đa số các nghiên cứu hiện tại chủ yếu sử dụng khảo sát định lượng, chưa khai thác được chiều sâu nhận thức, động cơ hành vi và ảnh hưởng của môi trường đào tạo. Bài viết này nhằm đóng góp một góc nhìn định tính về vấn đề GDĐĐKD và đề xuất giải pháp nâng cao GDĐĐKD cho sinh viên khối ngành kinh tế tại các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm giáo dục đạo đức kinh doanh

Theo Châu Thị Lệ Duyên (2012), đạo đức kinh doanh được hiểu là hệ thống các nguyên tắc và chuẩn mực có vai trò định hướng, điều chỉnh, kiểm soát và đánh giá hành vi của những người tham gia hoạt động kinh doanh. Trong khi đó, Nguyễn Mạnh Quân (2015) nhấn mạnh rằng đạo đức kinh doanh bao gồm những chuẩn mực và nguyên tắc giúp định hướng hành vi trong các mối quan hệ kinh doanh. Các chủ thể liên quan như nhà đầu tư, khách hàng, quản lý, người lao động, cơ quan pháp luật, cộng đồng và đối tác thường dựa vào đó để đánh giá xem một hành vi cụ thể là đúng đắn hay sai trái, có phù hợp với chuẩn mực đạo đức hay không. Từ đó có thể hiểu, đạo đức kinh doanh là tập hợp những giá trị, nguyên tắc và chuẩn mực đạo lý có ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi và quyết định trong môi trường kinh doanh.

Từ các quan điểm trên, có thể hiểu khái niệm GDĐĐKD là quá trình truyền đạt và hình thành ở người học những nguyên tắc, chuẩn mực và giá trị đạo đức cần thiết trong môi trường kinh doanh, nhằm giúp họ nhận thức đúng – sai, phát triển năng lực phán đoán đạo đức, từ đó điều chỉnh hành vi và đưa ra các quyết định phù hợp với trách

nhiệm xã hội, luật pháp và lương tâm nghề nghiệp trong các hoạt động kinh tế.

2.2. Vai trò của giáo dục đạo đức kinh doanh

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu hóa ngày nay, GDĐĐKD đã trở thành một yếu tố vô cùng quan trọng và không thể thiếu trong quá trình đào tạo đại học. Đây không chỉ là sự bổ sung cho các kiến thức chuyên môn mà còn là yếu tố cơ bản góp phần định hình nhân cách, lương tâm nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội của mỗi sinh viên trong tương lai.

Thứ nhất, việc lồng ghép GDĐĐKD vào chương trình đào tạo đại học giúp sinh viên xây dựng một hệ giá trị đạo đức vững chắc. Nhờ đó, họ sẽ phát triển được nhận thức rõ ràng về vai trò và trách nhiệm đạo đức trong các hoạt động kinh tế, không chỉ trong phạm vi công việc mà còn trong mối quan hệ với cộng đồng và xã hội. Việc này có tác dụng hướng tới việc hình thành những cá nhân có khả năng đưa ra những quyết định kinh doanh đúng đắn và mang lại lợi ích lâu dài cho cả doanh nghiệp và xã hội, không chỉ vì lợi ích ngắn hạn hay lợi nhuận cá nhân. Khi các giá trị đạo đức được lồng ghép chặt chẽ với kiến thức chuyên môn, sinh viên sẽ nhận thức rõ hơn về tầm quan trọng của việc duy trì sự công bằng, minh bạch và trách nhiệm trong mọi quyết định kinh doanh.

Thứ hai, GDĐĐKD trang bị cho sinh viên khả năng nhận diện và xử lý các tình huống xung đột đạo đức mà họ có thể gặp phải trong công việc sau này. Điều này không chỉ giúp họ đối mặt với các vấn đề nhạy cảm trong môi trường làm việc mà còn giúp họ cân nhắc một cách kỹ lưỡng giữa lợi ích kinh tế và các chuẩn mực đạo lý, từ đó đưa ra những quyết định có tính chính trực. Khi đối diện với những tình huống khó khăn như tham nhũng, gian lận hay các hành vi thiếu đạo đức trong kinh doanh, những sinh viên được giáo dục về đạo đức kinh doanh sẽ có khả năng đưa ra những lựa chọn đúng đắn, kiên quyết bảo vệ các giá trị đạo đức, thay vì chạy theo lợi ích vật chất hay sự dễ dãi. Giáo dục đạo đức không chỉ giúp họ giải quyết những vấn đề cấp bách trong kinh doanh mà còn giúp họ xây dựng một con đường nghề nghiệp bền vững, dựa trên những giá trị lâu dài và ổn định.

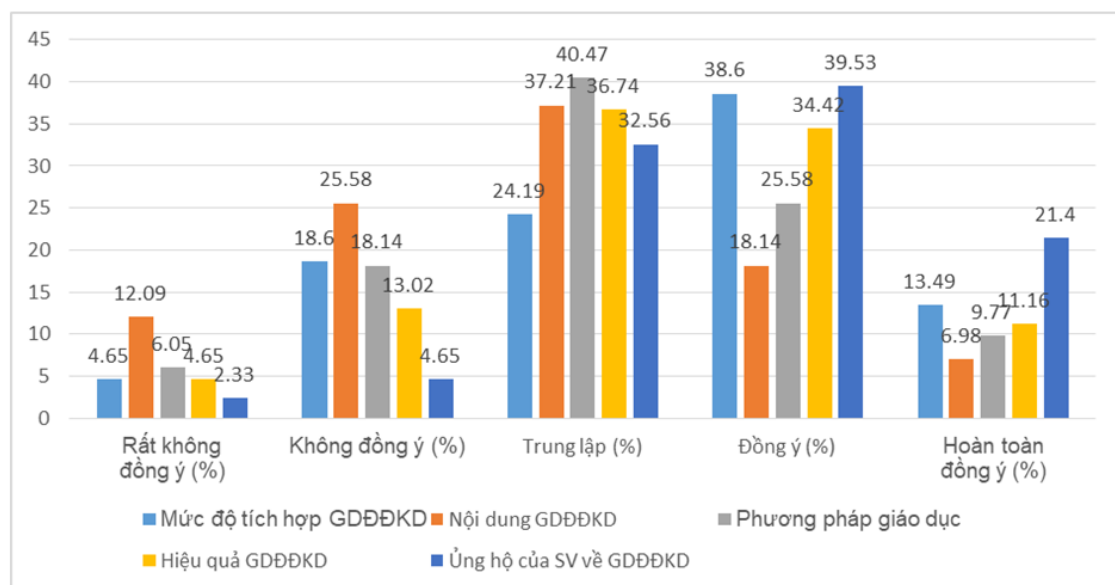
Thứ ba, có thể khẳng định rằng GDĐĐKD là nền tảng quan trọng giúp sinh viên, đặc biệt là những người học trong khối ngành kinh tế, trở thành những nhà chuyên môn

không chỉ tài năng mà còn có đạo đức và trách nhiệm xã hội. Đây là yếu tố cần thiết để họ có thể đóng góp vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp và xã hội. Những nhà kinh doanh trong tương lai sẽ không chỉ là những người am hiểu sâu sắc về các kiến thức chuyên môn mà còn là những người có khả năng bảo vệ và phát huy các giá trị đạo đức, qua đó giúp xây dựng một môi trường kinh doanh minh bạch, công bằng và thịnh vượng cho tất cả mọi người.

GDDĐKD không chỉ là một môn học, mà còn là yếu tố then chốt tạo nên những nhà lãnh đạo, doanh nhân có tâm và có tầm trong thời đại toàn cầu hóa.

3. Thực trạng giáo dục đạo đức kinh doanh cho sinh viên khối ngành kinh tế tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh

Trong những năm gần đây, nhiều trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh đã bắt đầu chú trọng hơn đến việc tích hợp nội dung đạo đức vào chương trình đào tạo khối ngành kinh tế. Một số trường đã đưa môn học “Đạo đức kinh doanh” vào chương trình chính khóa hoặc tích hợp trong các môn như Quản trị học, Marketing, hoặc Kinh tế học. Đây là một tín hiệu tích cực, thể hiện nhận thức ngày càng cao của các nhà quản lý giáo dục về vai trò của đạo đức trong việc hình thành lớp doanh nhân và nhà quản trị có trách nhiệm với xã hội. Kết quả khảo sát 215 sinh viên kinh tế tại các trường đại học ở TP. Hồ Chí Minh như hình 1.



Hình 1. Thực trạng GDĐĐKD cho sinh viên khối ngành kinh tế tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh

Thứ nhất, những ưu điểm. Mức độ ủng hộ cao từ phía sinh viên đối với việc GDĐĐKD trong các chương trình đào tạo. Cụ thể, 39,53% sinh viên "đồng ý" và 21,4% "hoàn toàn đồng ý" rằng việc tích hợp GDĐĐKD là cần thiết. Tỷ lệ này cho thấy ý thức và nhận thức đạo đức trong kinh doanh đã trở thành một mối quan tâm nghiêm túc trong tư duy của thế hệ sinh viên hiện nay. Sự đồng thuận cao này là nền tảng quan trọng để các trường đại học đẩy mạnh và đổi mới phương pháp giáo dục đạo đức trong đào tạo khối ngành kinh tế.

Khảo sát cũng cho thấy hiệu quả tương đối tích cực của GDĐĐKD. Gần 35% sinh viên "đồng ý" rằng GDĐĐKD mang lại hiệu quả, và khoảng 17% "hoàn toàn đồng ý". Chỉ có 2,33% sinh viên cho rằng GDĐĐKD rất không hiệu quả. Điều này chứng minh rằng, dù còn tồn tại hạn chế, nhưng hoạt động giáo dục đạo đức đã phần nào đạt được mục tiêu định hướng hành vi, nhận thức và thái độ cho người học về các chuẩn mực đạo đức trong môi trường kinh doanh. Nội dung của GDĐĐKD đang ngày càng được quan tâm và đưa vào giảng dạy trong các môn học, học phần. Gần 37% sinh viên "trung lập", gần 26% "đồng ý" và hơn 9% "hoàn toàn đồng ý" về sự hiện diện của nội dung GDĐĐKD. Điều này cho thấy nội dung đã ít nhiều được tích hợp vào chương trình đào tạo. Việc lồng ghép GDĐĐKD vào các môn như Quản trị học, Marketing, Đạo đức kinh doanh, hoặc Pháp luật trong kinh doanh cho thấy sự chuyển biến rõ rệt từ mô hình giảng dạy lý thuyết thuần túy sang tiếp cận thực tiễn.

Các phương pháp giảng dạy GDĐĐKD cũng đang có sự đổi mới theo hướng tích cực. Khoảng 36,74% sinh viên đánh giá "trung lập", gần 34,42% "đồng ý" và 11,76% "hoàn toàn đồng ý" với cách thức mà giảng viên triển khai nội dung đạo đức kinh doanh. Sự cải tiến về phương pháp có thể bao gồm việc sử dụng tình huống thực tế, thảo luận nhóm, mô phỏng kinh doanh có yếu tố đạo đức... Những cách tiếp cận này giúp người học dễ tiếp thu, dễ phản tư và tăng khả năng ứng dụng vào thực tiễn. Có sự tích hợp GDĐĐKD vào chương trình đào tạo ở mức độ nhất định. Mặc dù tỷ lệ sinh viên "trung lập" cao (32,56%), nhưng có đến 38,6% "đồng ý" và 13,49% "hoàn toàn đồng ý" với nhận định rằng GDĐĐKD đã được tích hợp vào các chương trình đào tạo. Điều này cho thấy các trường đại học đã có nỗ lực trong việc đưa GDĐĐKD vào hệ

thống môn học chính khóa hoặc bổ trợ, góp phần định hướng giá trị sống và giá trị nghề nghiệp đúng đắn cho sinh viên. Tỷ lệ sinh viên "rất không đồng ý" hoặc "không đồng ý" ở tất cả các tiêu chí khảo sát đều rất thấp, hầu hết dưới 20%. Điều này cho thấy sinh viên không phủ nhận vai trò của GDĐĐKD, đồng thời cũng không phản đối việc triển khai các hoạt động giáo dục đạo đức trong môi trường đại học. Đây là điểm thuận lợi lớn trong việc mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng giáo dục đạo đức trong các trường đào tạo kinh tế.

Thứ hai, những hạn chế. Tỷ lệ sinh viên lựa chọn ở mức "trung lập" rất cao, dao động từ 32% đến 40% ở tất cả các tiêu chí. Điều này phản ánh sự mơ hồ hoặc thiếu ấn tượng rõ rệt của sinh viên về GDĐĐKD. Sự mơ hồ có thể đến từ việc các nội dung đạo đức được lồng ghép chưa đủ chiều sâu, hoặc sinh viên chưa được cung cấp cơ hội phản tư, trải nghiệm thực tế để xây dựng lập trường đạo đức. Tỷ lệ sinh viên "hoàn toàn đồng ý" với các tiêu chí vẫn còn thấp, dao động từ 9% đến 21%, trong khi tỷ lệ "đồng ý" cũng chưa vượt quá 40%. Điều này phần nào cho thấy chất lượng triển khai GDĐĐKD chưa thực sự mạnh mẽ, hoặc chưa đủ sức hấp dẫn và thuyết phục người học. Một lý do có thể là phương pháp giảng dạy còn nặng lý thuyết, thiếu tình huống thực tiễn hoặc chưa tạo được tương tác hai chiều giữa người học và người dạy.

Nội dung giáo dục đạo đức còn rời rạc, chưa được hệ thống hóa hoặc thiết kế thành các chuyên đề có chiều sâu. Việc lồng ghép đạo đức kinh doanh vào các môn học chuyên ngành thường mang tính phụ trợ, lướt qua, khiến sinh viên không nhận ra tầm quan trọng hoặc không nhận được thông điệp rõ ràng về hành vi đạo đức trong kinh doanh. Phương pháp giảng dạy vẫn còn hạn chế, chưa thực sự đổi mới ở một số trường. Việc giảng viên chủ yếu sử dụng phương pháp thuyết trình truyền thống dễ khiến sinh viên cảm thấy nhàm chán hoặc thụ động. Trong khi GDĐĐKD cần nhiều đến sự tham gia, tranh luận, giải quyết tình huống thực tiễn để rèn luyện tư duy và hành vi đạo đức thì các phương pháp hiện nay có thể chưa đáp ứng được điều này.

4. Giải pháp tăng cường giáo dục đạo đức kinh doanh cho sinh viên khối ngành kinh tế tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh

Để nâng cao hiệu quả GDĐĐKD cho sinh viên khối ngành kinh tế tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh, cần triển khai đồng bộ nhiều giải pháp từ cấp độ

chương trình đào tạo, phương pháp giảng dạy đến môi trường học tập và sự phối hợp với các bên liên quan.

Thứ nhất, cần xây dựng một chương trình GDĐĐKD mang tính hệ thống, rõ ràng và bắt buộc trong các trường đại học, đặc biệt là các trường đào tạo nhóm ngành kinh tế, quản trị, tài chính. Hiện nay, nhiều cơ sở giáo dục còn lồng ghép nội dung đạo đức trong các học phần khác mà không tách riêng như một học phần chính thức, dẫn đến tình trạng nội dung mờ nhạt, thiếu trọng tâm. Việc thiết kế một môn học riêng về GDĐĐKD, với số tín chỉ cụ thể và mục tiêu đầu ra rõ ràng, sẽ giúp sinh viên nhận thức đúng đắn, nghiêm túc hơn trong việc học tập và vận dụng kiến thức vào thực tiễn nghề nghiệp sau này.

Thứ hai, cần đổi mới phương pháp giảng dạy GDĐĐKD theo hướng lấy người học làm trung tâm và phát triển tư duy phản biện. Các phương pháp giảng dạy truyền thống, chủ yếu dựa vào giảng lý một chiều, khó có thể tạo ra sự hứng thú và thấm thấu giá trị đạo đức trong sinh viên. Thay vào đó, việc áp dụng các phương pháp như thảo luận nhóm, phân tích tình huống đạo đức, mô phỏng vai trò (role-play), hay học tập theo dự án sẽ giúp sinh viên không chỉ tiếp thu kiến thức mà còn được rèn luyện kỹ năng ra quyết định đạo đức trong những tình huống cụ thể. Đây là cách học hiệu quả, tăng tính thực tiễn và bền vững trong hình thành thái độ đạo đức nghề nghiệp.

Thứ ba, chú trọng đến việc phát triển đội ngũ giảng viên giảng dạy đạo đức kinh doanh có năng lực chuyên môn và phương pháp sư phạm phù hợp. Hiện nay, nhiều giảng viên tuy có kiến thức chuyên ngành nhưng chưa được đào tạo bài bản về đạo đức học hay kỹ năng tổ chức lớp học thiên về thảo luận và tư duy đạo đức. Do đó, các cơ sở đào tạo cần thường xuyên tổ chức các chương trình bồi dưỡng chuyên sâu về đạo đức ứng dụng, phương pháp giảng dạy hiện đại, cũng như kỹ năng tổ chức các hoạt động lớp học mang tính phản biện và đa chiều. Bên cạnh đó, việc mời chuyên gia thực tiễn, doanh nhân có đạo đức nghề nghiệp tốt tham gia chia sẻ cũng là cách truyền cảm hứng hiệu quả cho sinh viên.

Thứ tư, tăng cường mối liên hệ giữa nội dung giảng dạy GDĐĐKD với thực tiễn đời sống doanh nghiệp và thị trường lao động. Đạo đức kinh doanh không thể học tốt nếu chỉ tồn tại trong sách vở. Việc tổ chức các buổi tọa đàm với doanh nghiệp, chuyển

tham quan học tập tại công ty có mô hình đạo đức điển hình, xây dựng ngân hàng tình huống từ thực tiễn tại Việt Nam sẽ giúp sinh viên nhận ra vai trò thiết yếu của đạo đức trong kinh doanh hiện đại. Đồng thời, những đề tài nghiên cứu sinh viên gắn với trách nhiệm xã hội, khởi nghiệp bền vững cũng góp phần nuôi dưỡng tư duy đạo đức và trách nhiệm cộng đồng.

Thứ năm, cần đưa đạo đức kinh doanh trở thành một phần của văn hóa học đường. Môi trường giáo dục là nơi hình thành hành vi đạo đức một cách tự nhiên qua việc tiếp xúc, quan sát và tương tác hàng ngày. Các trường đại học nên xây dựng quy tắc ứng xử cụ thể cho cả giảng viên và sinh viên, khuyến khích các hành động đẹp, tổ chức các hoạt động tuyên dương, các cuộc thi về ứng xử đạo đức trong kinh doanh. Việc thành lập các câu lạc bộ sinh viên chuyên về đạo đức nghề nghiệp, trách nhiệm xã hội hay phát triển bền vững sẽ tạo ra không gian học tập và rèn luyện đạo đức ngoài lớp học một cách hiệu quả.

Thứ sáu, cần có cơ chế đánh giá, phản hồi và cải tiến thường xuyên đối với hoạt động GDĐĐKD. Đây là yếu tố quyết định để đảm bảo chất lượng và tính phù hợp của chương trình trong bối cảnh đạo đức kinh doanh luôn thay đổi theo xu hướng xã hội. Các trường nên thực hiện khảo sát định kỳ sinh viên về mức độ hài lòng, hiệu quả tiếp thu và vận dụng nội dung GDĐĐKD. Dữ liệu khảo sát sẽ là cơ sở để điều chỉnh nội dung giảng dạy, phương pháp tổ chức lớp học cũng như phát triển đội ngũ giảng viên một cách sát thực. Bên cạnh đó, việc nghiên cứu khoa học về GDĐĐKD cũng cần được đẩy mạnh để góp phần xây dựng lý luận và thực tiễn cho hoạt động giáo dục quan trọng này.

5. Kết luận

Trong bối cảnh kinh tế thị trường phát triển mạnh mẽ và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, yêu cầu về đạo đức trong hoạt động kinh doanh trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Sinh viên khối ngành kinh tế – lực lượng lao động tương lai trong các lĩnh vực quản trị, tài chính, marketing, kế toán... – cần được trang bị đầy đủ không chỉ kiến thức chuyên môn mà còn nền tảng đạo đức vững chắc để trở thành những người làm kinh doanh có trách nhiệm, trung thực và nhân văn. Qua phân tích thực trạng GDĐĐKD tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh, có thể thấy rằng dù đã có những nỗ lực

bước đầu, nhưng việc giảng dạy đạo đức vẫn còn mang tính hình thức, rời rạc và chưa được đầu tư đúng mức. Những bất cập về chương trình đào tạo, phương pháp sư phạm, nhận thức của sinh viên và môi trường giáo dục đặt ra yêu cầu phải có những đổi mới toàn diện và hệ thống hơn. Bài báo đã đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường hiệu quả GDĐĐKD, bao gồm: tích hợp nội dung đạo đức vào chương trình chính khóa, đổi mới phương pháp giảng dạy theo hướng thực tiễn và phản biện, phát triển đội ngũ giảng viên có chuyên môn và đạo đức nghề nghiệp, đồng thời xây dựng một môi trường học đường lấy giá trị đạo đức làm nền tảng. GDĐĐKD không thể là nhiệm vụ riêng lẻ của bất kỳ cá nhân hay bộ môn nào, mà cần sự phối hợp liên ngành, liên bên và liên tục giữa nhà trường, giảng viên, sinh viên và cả doanh nghiệp. Chỉ khi đó, chúng ta mới có thể xây dựng được một thể hệ doanh nhân Việt Nam vừa giỏi chuyên môn, vừa giàu bản lĩnh đạo đức trong thời đại mới./.

Tài liệu tham khảo

1. Châu Thị Lệ Duyên (2012), Thực trạng nhận thức đạo đức kinh doanh của sinh viên chuyên ngành kinh tế tại Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh Trường Đại học Cần Thơ, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, 21a, 190–197.
2. Phạm Văn Đức (2013), Đạo đức kinh doanh một số vấn đề lý luận và thực tiễn của Việt Nam, Tạp chí Triết học, số 3.
3. Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell (2021). Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases (13th ed.). Cengage Learning.
4. McDonald, G. M. (2004). A Case Example: Integrating Ethics into the Academic Business Curriculum. Springer Nature.
5. Nguyễn Mạnh Quân (2015), Giáo trình đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân.