Ký bởi: TỔNG CỤC CHÍNH TRỊ
Cơ quan: BỘ QUỐC PHÒNG
Ngày ký: 14-09-2026 09:26:57
+07:00

QUÂN ĐỘI NHÂN DÂN VIỆT NAM
TỔNG CỤC CHÍNH TRỊ
Số: 3480 /HD-CT

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Hà Nội, ngày 14 tháng 9 năm 2026

HƯỚNG DẪN
Triển khai 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

Thực hiện Quyết định số 1157/QĐ-TTg ngày 26/6/2026 của Thủ tướng Chính phủ về việc 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, Tổng cục Chính trị Hướng dẫn triển khai 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 (sau đây viết gọn là Khung chuẩn mực), như sau:

I. MỤC ĐÍCH, MỤC TIÊU, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Bảo đảm triển khai Khung chuẩn mực 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, tạo sức mạnh nội sinh, nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả, đổi mới sáng tạo, phát triển bền vững của doanh nghiệp.

- Gắn thực hiện Khung chuẩn mực 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 mực 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 mực quốc tế, phù hợp điều kiện Việt Nam, đồng thời lan tỏa văn hóa kinh doanh mang bản sắc dân tộc, phát huy chuẩn mực giá trị văn hóa "Bộ đội Cụ Hồ" thời kỳ mới.

- Nâng cao vị thế và thương hiệu doanh nghiệp quân đội 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.

- Phát huy vai trò của các doanh nghiệp quân đội tham gia 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.

2. Mục tiêu, yêu cầu

a) Mục tiêu tổng quát: Góp phần 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, quân đội 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 trong quân đội 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, yêu cầu cụ thể:

- Đến năm 2027: Đạt ít nhất 02 trong số 06 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. Phấn đấu đào tạo, tập huấn, giáo dục nâng cao nhận thức cho 100% doanh nhân, doanh nghiệp trong quân đội về Khung chuẩn mực và hướng dẫn áp dụng trong doanh nghiệp.

- Đến năm 2030: Phấn đấu 50% doanh nghiệp trong quân đội 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 03 doanh nghiệp quân đội mang bản sắc dân tộc tại các diễn đàn, hội nghị và cơ chế đối thoại quốc tế uy tín (OECD, UN Global Compact,...).

II. NỘI DUNG TRIỂN KHAI KHUNG CHUẨN MỰC

1. Đối tượng, phạm vi

a) Đối tượng

- Cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp thuộc Bộ Quốc phòng; các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động sản xuất, kinh doanh, cung ứng dịch vụ, hợp tác đầu tư, thương mại và các hoạt động kinh tế trong quân đội.

- Sĩ quan, quân nhân chuyên nghiệp, hạ sĩ quan, binh sĩ, công nhân và viên chức quốc phòng, người lao động quốc phòng; người quản lý doanh nghiệp, người đại diện phần vốn nhà nước tại doanh nghiệp và các cá nhân có liên quan trong quá trình thực hiện nhiệm vụ sản xuất, kinh doanh.

- Các tổ chức, cá nhân ngoài quân đội có quan hệ hợp tác, liên doanh, liên kết, cung cấp hàng hóa, dịch vụ với các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp thuộc Bộ Quốc phòng được khuyến khích vận dụng các nội dung của Khung chuẩn mực phù hợp với quy định của pháp luật và thỏa thuận hợp tác.

b) Phạm vi

- Khung chuẩn mực được áp dụng trong toàn bộ hoạt động quản trị, điều hành, sản xuất, kinh doanh, đầu tư, thương mại, dịch vụ, mua sắm, đấu thầu, hợp tác quốc tế, chuyển đổi số và các hoạt động kinh tế khác của các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp thuộc Bộ Quốc phòng.

- Việc áp dụng Khung chuẩn mực thực hiện trong xây dựng môi trường kinh doanh trong quân đội nhân văn, liêm chính, minh bạch, trách nhiệm, sáng tạo và hội nhập; gắn với phát huy phẩm chất, giá trị văn hóa "Bộ đội Cụ Hồ", giữ gìn và lan tỏa bản sắc văn hóa dân tộc, đồng thời tiếp thu có chọn lọc các giá trị tiên tiến, chuẩn mực đạo đức và văn hóa kinh doanh của khu vực và thế giới, phù hợp với quy định của pháp luật Việt Nam, điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên và đặc thù hoạt động quân sự, quốc phòng.

- Trường hợp điều ước quốc tế mà Việt Nam là thành viên hoặc thỏa thuận hợp tác quốc tế có quy định khác với Khung chuẩn mực này thì việc áp dụng được thực hiện theo quy định của điều ước quốc tế, nhưng phải bảo đảm không ảnh hưởng đến nhiệm vụ quân sự, quốc phòng, an ninh quốc gia và giữ vững bản sắc văn hóa dân tộc, truyền thống Quân đội nhân dân Việt Nam.

2. Nội dung 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, hội nhập) và được cụ thể hóa thành 06 nhóm chuẩn mực tương ứng; trong đó, chuẩn mực nhân văn giữ vai trò trung tâm:

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.

(2.5) Bảo đảm bí mật nhà nước, bí mật quân sự, an ninh và chủ quyền quốc gia.

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 KT- XH chung của đất nước.

(4.3) Trách nhiệm với môi trường.

(4.4) Trách nhiệm với nhiệm vụ quân sự, quốc phòng, an ninh và bảo vệ chủ quyền quốc gia.

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, giá trị văn hóa "Bộ đội Cụ Hồ" thời kỳ mới 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.

(Chi tiết 06 nhóm chuẩn mực tương ứng tại Phụ lục Hướng dẫn này).

3. Nhiệm vụ, giải pháp triển khai Khung chuẩn mực

a) Tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức

- Triển khai truyền thông về thực hiện khung chuẩn mực trên các phương tiện truyền thông của quốc gia, các cơ quan thông tấn báo chí trong và ngoài quân đội. Tập trung tuyên truyền, tôn vinh các doanh nghiệp, doanh nhân thuộc phạm vi Bộ Quốc phòng quản lý thực hành tốt đạo đức, văn hoá 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.

b) Hoàn thiện cơ chế, chính sách thực hiện Khung chuẩn mực

- Phối hợp 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.

- Phối hợp 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.

c) Nâng cao năng lực và đào tạo đội ngũ triển khai Khung chuẩn mực

- Tham gia đào tạo, tập huấn và xây dựng sổ tay hướng dẫn; phát triển đội ngũ tư vấn, giám sát chuyên nghiệp.

- Tăng cường hỗ trợ kỹ thuật cho doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ.

d) Thúc đẩy thực hiện và hoàn thiện Khung chuẩn mực

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

- Phối hợp 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.

e) Thí điểm, đánh giá và mở rộng mô hình

- Thí điểm áp dụng Khung chuẩn mực tại một số doanh nghiệp trong quân đội có yếu tố quốc tế để tham gia 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.

g) 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, chuyển 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.

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Các cơ quan thuộc Tổng cục Chính trị

a) Cục Tuyên huấn

- Chủ trì tham mưu, xây dựng Hướng dẫn, triển khai, đôn đốc thực hiện Khung chuẩn mực; tổ chức kiểm tra, giám sát việc thực hiện định kỳ theo từng giai đoạn; tổng hợp, đánh giá định kỳ (trước ngày 15 tháng 11 hằng năm), báo cáo Thủ trưởng Tổng cục Chính trị, Bộ Quốc phòng tình hình, kết quả thực hiện Khung chuẩn mực (gửi Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổng hợp báo cáo Chính phủ theo quy định); đề xuất biểu dương, khen thưởng thành tích của các cơ quan, đơn vị.

- Hướng dẫn lồng ghép các mục tiêu, nhiệm vụ của Khung chuẩn mực với thực hiện Hướng dẫn số 2238/HD-CT ngày 23/6/2026 của Tổng cục Chính trị về việc tổ chức phong trào thi đua thực hiện thắng lợi nhiệm vụ quân sự, quốc phòng hằng năm và giai đoạn 2026 - 2030 theo Nghị quyết Đại hội XIV của Đảng và Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Quân đội lần thứ XII.

- Phối hợp với các cơ quan liên quan của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trong xây dựng văn bản hướng dẫn, cơ chế vận hành Khung chuẩn mực, sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện văn bản 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 trong xây dựng, triển khai các chương trình, bộ công cụ đánh giá, các ứng dụng hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng Khung chuẩn mực. Phối hợp thiết lập cơ chế, khuyến khích tôn vinh doanh nghiệp, doanh nhân đạt chuẩn mực đạo đức, văn hóa kinh doanh.

- Chỉ đạo, hướng dẫn các cơ quan, thông tấn báo chí quân đội tuyên truyền về các nội dung liên quan thực hiện Khung chuẩn mực.

b) Cục Bảo vệ an ninh Quân đội

Chủ trì tham mưu, triển khai các biện pháp phòng ngừa, phát hiện, ngăn chặn, xử lý các hành vi xâm phạm an ninh quốc gia, an ninh quân đội liên quan đến hoạt động quản trị, điều hành, sản xuất kinh doanh, đầu tư, thương mại, dịch vụ, mua sắm, đấu thầu, hợp tác quốc tế, chuyển đổi số và các hoạt động kinh tế khác của các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp thuộc Bộ Quốc phòng và ngăn chặn các nguy cơ lợi dụng, chuyển hóa chính sách khi doanh nghiệp quân đội tham gia liên doanh, liên kết, trao đổi với các đối tác ngoài Bộ Quốc phòng.

c) Báo Quân đội nhân dân, Trung tâm Phát thanh - Truyền hình Quân đội

Theo chức năng, nhiệm vụ, tổ chức 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.

2. Đề nghị Bộ Tổng Tham mưu

- Chỉ đạo 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, học viên các ngành liên quan.

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

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

3. Cục Tài chính/Bộ Quốc phòng

- Chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan của Bộ Tổng Tham mưu, Tổng cục Chính trị và đơn vị liên quan thúc đẩy thực hiện, quản trị doanh nghiệp quân đội hướng tới chuẩn quốc tế: Tổ chức các lớp tập huấn, đào tạo (tối thiểu 01 lớp/năm) nâng cao nhận thức cho lãnh đạo, người đại diện phần vốn nhà nước tại các doanh nghiệp quân đội về Khung chuẩn mực và hướng dẫn áp dụng thực tế.

- 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.

- 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 khi được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

4. Cục Khoa học quân sự/Bộ Quốc phòng

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

- Tham mưu, đề xuất 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 các cơ quan, đơn vị liên quan xây dựng, triển khai các chương trình, bộ công cụ đánh giá, các ứng dụng hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng Khung chuẩn mực.

5. Các doanh nghiệp quân đội

- 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. Nghiên cứu xây dựng kế hoạch đào tạo, tập huấn, truyền thông, hướng dẫn và mở rộng các mô hình thực hiện Khung chuẩn mực; cung cấp, chia sẻ thông tin phục vụ công tác theo dõi, đánh giá, giám sát việc thực hiện Khung chuẩn mực.

- Tổng cục Công nghiệp quốc phòng, Quân khu 7, Tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông Quân đội, Binh đoàn 11, Binh đoàn 12, Binh đoàn 20: Nghiên cứu, chỉ đạo doanh nghiệp thuộc quyền xây dựng bộ quy tắc ứng xử doanh nghiệp (hoặc bộ quy tắc đạo đức doanh nghiệp) trên cơ sở áp dụng Khung chuẩn mực. Hoàn thành, áp dụng trong năm 2027.

- Sơ, tổng kết cùng với thực hiện Hướng dẫn số 2238/HD-CT ngày 23/6/2026 của Tổng cục Chính trị.

6. Đối với các đơn vị hoạt động theo mô hình của đơn vị sự nghiệp công lập (đơn vị không phải là doanh nghiệp nhưng có hoạt động quản trị, sản xuất, kinh doanh)

Vận dụng phù hợp, linh hoạt Khung chuẩn mực trong hoạt động quản trị, sản xuất, kinh doanh, truyền thông thương hiệu và quan hệ đối tác.

7. Các cơ quan, đơn vị

- Căn cứ chức năng, nhiệm vụ và tình hình thực tiễn, quán triệt nội dung Khung chuẩn mực, kết hợp lồng ghép với nội dung tại Hướng dẫn số 2238/HD-CT ngày 23/6/2026 của Tổng cục Chính trị và chương trình, kế hoạch đang thực hiện (hoàn thành trước 01/10/2026). Xác định việc quán triệt, triển khai Khung chuẩn mực là một trong những nội dung của phong trào thi đua thực hiện thắng lợi nhiệm vụ quân sự, quốc phòng hằng năm và giai đoạn 2026 - 2030 theo Nghị quyết Đại hội XIV của Đảng và Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Quân đội lần thứ XII.

- Cấp ủy, tổ chức đảng, chính ủy, chính trị viên, người chỉ huy và cơ quan chính trị các cấp trực tiếp lãnh đạo, chỉ đạo, hướng dẫn, tổ chức, kiểm tra, đánh giá và chịu trách nhiệm về việc triển khai thực hiện; kết hợp chặt chẽ với các phong trào thi đua, các cuộc vận động của các cấp, ngành, tổ chức trong và ngoài quân đội. Sơ, tổng kết cùng với thực hiện Hướng dẫn số 2238/HD-CT ngày 23/6/2026 của Tổng cục Chính trị.

- Các cá nhân tích cực tuyên truyền, vận động thân nhân là chủ hộ kinh doanh hoặc trực tiếp tham gia hoạt động sản xuất, kinh doanh thực hiện Khung chuẩn mực.

- Trong triển khai tổ chức thực hiện, cần lưu ý: Bảo đảm bí mật nhà nước, bí mật quân sự, an ninh và chủ quyền quốc gia; nâng cao vị thế, tầm vóc của doanh nghiệp, đơn vị quân đội với vai trò lưỡng dụng; định hướng tập trung nghiên cứu, phát triển và ứng dụng các sản phẩm, công nghệ, nền tảng và mô hình kinh doanh lưỡng dụng, có khả năng đồng thời phục vụ quốc phòng, an ninh và nhu cầu dân sự.

Nhận được Hướng dẫn, đề nghị các cơ quan, đơn vị quán triệt, triển khai thực hiện. Trong quá trình thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc, hoặc các vấn đề phát sinh, các cơ quan, đơn vị phản ánh về Tổng cục Chính trị (qua Cục Tuyên huấn) để phối hợp giải quyết./.

Nơi nhận:
- Đ/c Bộ trưởng BQP (để báo cáo);
- Đ/c Chủ nhiệm TCCT (để báo cáo);
- Bộ VHTTDL (để báo cáo);
- Bộ Tổng Tham mưu;
- Các đ/c Phó CN TCCT[03];
- Các thành viên HĐTĐ-KT BQP[21];
- Các CQ, ĐV trực thuộc QUTW, BQP[67];
- C10, C12[(02)];
- Hiệp hội Doanh nghiệp Quân đội;
- Lưu: VT, VHVN/C12. Ph101.

KT. CHỦ NHIỆM
PHÓ CHỦ NHIỆM

QUÂN ĐỘI NHÂN DÂN VIỆT NAM
TỔNG CỤC CHÍNH TRỊ

Thượng tướng Trương Thiên Tô

Phụ lục

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

(Kèm theo Hướng dẫn số 3480/HD-CT ngày 14/9/2026 của Tổng cục Chính trị)

STT	CÁC 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**
1.1.1	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.
1.3.4	Xây dựng lộ trình giúp nhân viên phát triển sự nghiệp và năng lực cá nhân theo chuẩn quốc tế với chỉ so 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** *Tuân thủ pháp luật, trung thực, không gian lận; phòng, chống tham nhũng*
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 đũa.

2.5	**Bảo đảm bí mật nhà nước, bí mật quân sự, an ninh và chủ quyền quốc gia**
2.5.1	Tuân thủ quy định về phân loại, tiếp cận, lưu trữ, truyền đưa và công bố thông tin
2.5.2	Bảo vệ an toàn dữ liệu, công nghệ, hạ tầng và không gian mạng và bảo mật công nghệ trong hoạt động SXKD
2.5.3	Không cung cấp, tiết lộ hoặc chuyển giao trái phép thông tin, dữ liệu thuộc phạm vi bảo vệ
3	**MINH BẠCH** *Công khai thông tin, rõ ràng trong hợp đồng, quản trị*
3.1	**Trung thực và minh bạch với khách hàng**
3.1.1	**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** *Trách nhiệm với xã hội, cộng đồng, môi trường.*
4.1	**Trách nhiệm với xã hội, cộng đồng**
4.1.1	Ủng hộ các chương trình do nhà nước phát động.
4.1.2	Tham gia xây dựng 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 Quân đội 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.
4.2.5	Doanh nghiệp, đơn vị Quân đội phát huy vai trò lưỡng dụng, vừa hoàn thành nhiệm vụ quân sự, quốc phòng, an ninh, vừa tham gia phát triển kinh tế - xã hội; nâng cao vị thế, tầm vóc, năng lực tự chủ, tự cường, sức cạnh tranh và tiềm lực quốc phòng của đất nước
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 lượng những yếu tố liên quan đến định hướng, hoạt động phát triển bền vững của doanh nghiệp.
4.3.2	Hoạt động thực tế theo định hướng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp theo tiêu chuẩn của ISO 26000; Tiêu chuẩn Báo cáo bền vững ESRS;...
4.4	**Trách nhiệm với nhiệm vụ quân sự, quốc phòng, an ninh và chủ quyền quốc gia**
4.4.1	Đặt lợi ích quốc gia và yêu cầu bảo vệ Tổ quốc lên trên lợi ích thương mại ngắn hạn
4.4.2	Bảo đảm an toàn, liên tục của sản phẩm, dịch vụ, hạ tầng thiết yếu
4.4.3	Phòng ngừa nguy cơ ảnh hưởng đến an ninh, chủ quyền và tiềm lực quốc phòng
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. Định hướng hoạt động sáng tạo vào sản phẩm, công nghệ, nền tảng và mô hình kinh doanh lưỡng dụng.**
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...)
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.
5.1.3	Ưu tiên nghiên cứu, phát triển, làm chủ và ứng dụng sản phẩm, chuyển đổi số, quản trị tri thức, công nghệ, khuyến khích cải tiến kỹ thuật và bảo vệ tài sản trí tuệ, nền tảng, mô hình kinh doanh lưỡng dụng, đồng thời phục vụ quốc phòng, an ninh và nhu cầu dân sự; thúc đẩy thương mại hóa, chuyển giao và mở rộng thị trường, tuân thủ quy định về bí mật nhà nước, an ninh quốc gia, kiểm soát xuất khẩu và sở hữu trí tuệ.
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 vi.
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.
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** *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**
6.1.1	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 chuyển 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...
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