

# ĐẠO ĐỨC KINH DOANH TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐỊNH HƯỚNG XHCN Ở NƯỚC TA HIỆN NAY

TS. CUNG THỊ NGỌC \*

**K**inh tế thị trường Việt Nam đang trong quá trình hình thành và phát triển. Giống như một cơ thể đang lớn, nền kinh tế thị trường Việt Nam mang trong nó một xung lực mạnh mẽ nhưng đồng thời cũng tiềm ẩn những căn bệnh báo hiệu những cơn đau ốm cần phải trải nghiệm để trưởng thành. Đạo đức kinh doanh là một khía cạnh điển hình thể hiện rõ nhất tính hai mặt ấy.

Xã hội Việt Nam hiện nay đang bước vào một giai đoạn phát triển mới, với việc cùng một lúc phải tiến hành đồng loạt các quá trình quan trọng như đẩy mạnh CNH, HĐH, thực hiện nhất quán và lâu dài chính sách phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực... Song, trong tiến trình thực hiện các quá trình này đang dần hình thành, duy trì cả những giá trị tích cực cũng như những hiện tượng tiêu cực, phản

giá trị, phản đạo đức, đặc biệt là trong kinh doanh. Có thể thấy, những giá trị tích cực đang hình thành và được khẳng định là:

*Một*, để giành thắng lợi trên thương trường những chủ thể kinh tế phải luôn cập nhật, tích lũy, trau dồi tri thức, kinh nghiệm, kỹ năng... cho việc thực hiện chiến lược, mục tiêu, nhiệm vụ kinh doanh của mình, vì thế họ buộc phải và rồi trở thành những con người nhạy cảm trước các tình huống kinh tế, nhanh nhạy trong đối sách, chính xác trong mục tiêu và chặt chẽ, khoa học trong việc thực hiện nhiệm vụ... Những phẩm chất như năng động, sáng tạo, "nhìn xa, trông rộng", khoa học, cụ thể, quyết đoán dần được hình thành và củng cố qua những trải nghiệm "máu thịt" trong vòng xoáy của thương trường.

*Hai*, một trong những yếu tố quan trọng của kinh doanh đó là khách hàng. Kế hoạch kinh doanh thành công hay phá sản là tùy thuộc vào các "thượng

đế". Vì vậy, để giành thắng lợi trong việc đọc lòng các "thượng đế" các chủ thể kinh doanh phải thể hiện các phẩm chất của một chủ thể kinh doanh có "tâm" và có "tín". Có tâm để hiểu, thực hiện được khẩu hiệu khách hàng là trên hết và luôn đúng, có tín để níu giữ họ chung thủy với mình. Hơn nữa, nhiều doanh nhân đã thể hiện tâm sáng của họ qua hoạt động cứu trợ, từ thiện. Ở khía cạnh này, họ thật sự là những nhân tố điển hình, những tấm gương sáng trong phong trào tương thân, tương ái, giúp đỡ lẫn nhau của người Việt Nam.

*Ba*, tâm lý dám làm, dám chịu, chấp nhận rủi ro, thách thức và sẵn sàng vươn dậy sau thất bại. Đoạn tuyệt với tâm lý trông chờ, ỷ lại làm theo kế hoạch chỉ huy thời bao cấp, các doanh nhân thời nay luôn chủ động trong việc điều tra, thăm dò thị trường, lên kế hoạch kinh doanh cụ thể, để ra những thủ pháp kinh doanh bất khách và

\* Học viện CT - HC Khu vực I.

dự liệu tình huống kinh doanh có thể xảy ra cùng với phương án ứng phó khi "trở cờ". Họ trực sẵn tâm lý chấp nhận những cuộc chơi mà hệ số an toàn rất khiêm tốn và chỉ số rủi ro rất cao. Lâu nay, trong giới doanh nhân đã phổ biến một thông điệp "thách thức càng cao thì thành công càng tuyệt vời". Họ đã nhận thấy một sự thật rằng, sẽ không có kinh doanh thành đạt, phát triển vượt trội nếu chỉ đề cao mục đích kinh doanh an toàn. Trong thương trường hiện nay đã xuất hiện không ít các doanh nhân thành đạt mà một trong những nguyên nhân chủ yếu làm nên thành công này là họ đã dám chấp nhận thách thức, khó khăn, đi vào những lĩnh vực kinh doanh mới mẻ để đón bắt cơ hội hy hữu và gặt hái được những thành công vượt mong đợi. Nhưng ở phía sau những thành công ấy là những thất bại không phải chỉ một đôi lần của chính họ trong con đường kiếm tìm thị phần. Điều đó cũng có nghĩa rằng, khi thấy một doanh nhân nào đó vững vàng, bừng sáng thì cũng có nghĩa là họ đã không ít lần thất bại, trắng tay và đã vươn dậy để tiếp tục kiến tạo, kiếm tìm.

Bên cạnh những giá trị tích cực đã nêu trên thì những biểu hiện tiêu cực, phản giá trị của tâm lý lợi nhuận là trên hết cũng đang tồn tại và phát tác. Đó là:

*Thứ nhất*, tâm lý làm liêu, ăn xổi, chụp giật. Để đạt được doanh số rất nhiều chủ thể sản xuất, kinh doanh đã bất chấp

phương tiện để đạt được mục đích. Họ không cần nghĩ đến những hậu quả thậm chí là chết người do hành vi của họ đem lại. Những công ty, doanh nghiệp cung cấp hóa chất cấm lưu hành, những hóa dược phẩm không rõ nguồn gốc hoặc hết hạn sử dụng... Để tăng nhanh lợi nhuận người sản xuất rau, quả, thực phẩm đã sẵn sàng vi phạm qui trình an toàn; người chăn nuôi dùng chế phẩm tăng trọng vượt mức... Thậm chí, ham lợi bất chính, muốn giàu siêu tốc một số kẻ đã buôn bán chất gây nghiện... Họ đâu cần nghĩ xa xôi đến hậu quả đã gây ra cho cộng đồng và thậm chí chính con cháu họ. Thứ duy nhất mà họ thấy được đó là tiền.

*Thứ hai*, tâm lý bất tín, bất nghĩa, lừa đảo, gian lận. Họ quan niệm đã là thương trường thì đó phải là chiến trường của mách lới, của sự lừa đảo, gian lận. Với họ châm ngôn "thật thà không thể lái trâu" đã trở thành chân lý bất hủ trong hoạt động kinh doanh. Họ sẵn sàng nuốt lời hứa, đảo tấu khi công việc làm ăn của họ gặp trắc trở. Họ có thể lợi dụng lòng tin của người thân, người ruột thịt để chiếm dụng tài sản hoặc kiếm lời phi pháp. Họ nói một đường, làm một nẻo, treo đầu dê, bán thịt chó, làm sai, làm ẩu, rút ruột sản phẩm, làm giả, làm nhái sản phẩm, đánh cắp bản quyền, vi phạm thương hiệu... Có thể thấy, trên thương trường đầy rẫy những vụ "vỡ hụi" to, nhỏ, những cú lừa đảo ngoạn mục xuyên

quốc gia, những vụ làm sai, làm ẩu, làm giả trên nhiều lĩnh vực ngay trước mắt của các nhà quản lý hoạt động kinh tế, văn hóa, giáo dục.

*Thứ ba*, tâm lý chạy chọt trong hoạt động kinh doanh. Có người cho rằng, trong cơ chế thị trường thuận mua, vừa bán là hình thái phổ biến chứ có phải như thời bao cấp xưa kia. Thời đó, cán bộ, công chức nhà nước cần lo lót để được phân chỗ mua tốt, được vào chỗ bán hời; thời nay, các chủ thể "chạy" để được vào "sân chơi" để có vai, có vị, có tên, có tuổi trên thương trường. Chúng ta cũng thấy các cụm từ đã trở nên phổ biến "chạy dự án", "chạy hợp đồng", "chạy giấy phép", "chạy thanh tra", "chạy thuế", "chạy thương hiệu"... Tóm lại, là cái gì cũng có thể "chạy" được.

Có thể thấy, mặt âm đạm của đạo đức kinh doanh hiện nay ở nước ta phần lớn là do những hành vi vi động cơ lợi nhuận của các chủ thể kinh doanh gây ra. Nền kinh tế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta đang trong quá trình vận hành và hoàn thiện. Vì thế, cần phải chú trọng cả hai mặt của quá trình này: kinh tế và văn hoá mà trước hết là đạo đức kinh doanh. Nếu chỉ chú ý mặt kinh tế mà quên đi hoặc xem nhẹ vấn đề văn hoá chúng ta sẽ tạo ra một xã hội thiên lệch, méo mó, những cá nhân lạc hướng, dị dạng, những chủ thể kinh doanh chỉ còn biết đến lợi nhuận. Họ đã và đang là



nhân tố quan trọng đẩy nhanh sự xói mòn đạo đức xã hội, góp phần tạo ra sự lệch chuẩn của thể hệ tương lai; làm gia tăng tâm lý hoài nghi, thiếu tin tưởng vào sự lành mạnh của bầu không khí xã hội.

Vậy giải pháp cho vấn đề này là gì? Bước đầu, xin đưa ra một số ý kiến sau:

*Một là*, nâng tầm nhận thức về vai trò văn hóa trong sự phát triển. Cần đẩy mạnh tuyên truyền, giáo dục cho mọi chủ thể thấy rằng, văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội. Một dân tộc và mỗi cá nhân nếu thiếu nền tảng tinh thần ấy sẽ không thể phát triển một cách bền vững và rất dễ bị gục ngã khi bị thất bại hoặc thua thiệt ở một lĩnh vực nào đó.

*Hai là*, sử dụng hiệu quả công cụ: kinh tế, pháp luật và đạo đức trong việc điều chỉnh hoạt động kinh tế. Kinh tế và pháp luật là những công cụ điều chỉnh hành vi thông qua sự cưỡng chế từ bên ngoài đối với chủ thể; còn đạo đức điều chỉnh thông qua cơ chế nội tâm của bản thân chủ thể. Bản chất của sự khác nhau này giữa chúng chỉ là ở mức độ nhận thức - tự ý thức của con người về hành vi của mình. Có thể nói, pháp luật là đạo đức thấp nhất và ngược lại, đạo đức là pháp luật ở mức cao nhất. Khi sự tự ý thức, sự tự giác của con người đã đủ sức điều chỉnh hành vi của mình trong các hoạt động, nhất là hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh, tức là khi con người đã có đạo đức kinh

doanh thì không cần đến sự điều chỉnh bằng luật pháp và kinh tế nữa. Ngược lại, khi đã phải dùng đến luật pháp để điều chỉnh thì đã thể hiện ý thức về đạo đức còn yếu.

Trong tình hình hiện nay, khi cái tốt, cái xấu, cái cũ, cái mới còn đan xen, còn đấu tranh quyết liệt thì việc điều chỉnh bằng kinh tế và pháp luật là sự điều chỉnh quan trọng, hữu hiệu và kịp thời nhất. Nhưng thế mạnh của những công cụ này đôi khi bị chính các nhà chuyên trách làm giảm thiểu và điều đó đã gây ra những ảnh hưởng xấu đến đời sống xã hội. Trong thực tế, đã có nhiều vụ việc vi phạm pháp luật như tham nhũng, buôn lậu, làm hàng giả, bảo kê... còn được dẫu giếm, bao che hoặc được xử lý một cách hình thức, xuê xoa, không nghiêm minh, không đủ sức nặng để răn đe. Chính điều này, vô hình chung đã tạo ra hiệu ứng ngầm không đáng có. Đáng lẽ, sau mỗi vụ án kinh tế được xử thì đông đảo người dân phải phấn khởi, tin tưởng hơn nhưng trái lại phần đông có tâm trạng không hài lòng, băn khoăn, thậm chí một số bất bình, lên án.

Vì vậy, để lười tầm sét (kinh tế và pháp luật) thật sự nghiêm minh, cần có chế tài, luật, điều luật đủ mạnh, đủ kín kẽ phù hợp với thông lệ quốc tế để trừng phạt những kẻ đã vi phạm và răn đe những người đang thực hiện hành vi tương tự nhưng chưa bị phát hiện; đồng thời uốn nắn, điều chỉnh hành vi của những

người khác trong môi trường tương đồng.

Tuy nhiên, trong tình hình hiện nay, việc dùng công cụ kinh tế và luật pháp để điều chỉnh hành vi con người trong lĩnh vực kinh doanh là cần thiết và vô cùng quan trọng. Nhưng công cụ kinh tế và pháp luật cũng có những hạn chế nhất định. Bởi vì, luật pháp và kinh tế, một mặt, không bao giờ bao quát hết mọi hành vi của con người, đặc biệt là những hành vi vụ lợi, lách luật tinh vi; mặt khác, không phải bất kỳ hành vi nào của con người cũng có thể soi xét, phán quyết bằng luật pháp và kinh tế. Trong thực tế, những hành vi vi phạm luật như tham nhũng, buôn lậu, làm hàng giả... thường chỉ bị quy về trách nhiệm pháp lý và xét xử theo luật định, hầu như không bị lên án một cách quyết liệt về phương diện đạo đức, lối sống. Vì vậy, trong thời gian tới chúng ta cần phải tích cực hơn nữa trong việc xác lập, phổ biến, tuyên truyền, giáo dục đạo đức kinh doanh cùng với các biện pháp nêu gương hoặc "bêu gương" phù hợp, kịp thời. Cần thoát khỏi quan niệm cho rằng, việc vi phạm pháp luật chưa hẳn đã là sự vi phạm đạo đức. Trong thực tế, nhiều trường hợp cho thấy rằng, sự vi phạm pháp luật chính là sự vi phạm đạo đức khủng khiếp nhất. Ngược lại, có những hành vi chưa phải đã là vi phạm pháp luật nhưng lại tạo ra sự cắn rứt, đau khổ cho lương tâm của người thực hiện. □