

MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH TRONG QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC

 TRẦN THỊ HOÀI THU*

Ngày nhận: 09/03/2018

Ngày phản biện: 20/03/2018

Ngày duyệt đăng: 13/04/2018

Tóm tắt: Lợi nhuận là một trong những yếu tố cần thiết cho sự tồn tại của một doanh nghiệp và là cơ sở đánh giá khả năng duy trì hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, nếu người quản lý doanh nghiệp hiểu sai bản chất của lợi nhuận và coi đây là mục tiêu chính và duy nhất của hoạt động kinh doanh thì sự tồn tại của doanh nghiệp có thể bị đe dọa. Ở Việt Nam, các doanh nghiệp dường như vẫn chưa chú ý đến sự cần thiết và tất yếu của đạo đức kinh doanh. Với mong muốn đạt được lợi nhuận trong thời gian càng sớm càng tốt, không ít doanh nghiệp coi vấn đề đạo đức như là yếu tố phụ. Điều này dẫn tới hiện tượng hàng hóa, dịch vụ kém chất lượng, doanh nghiệp chưa quan tâm nhiều đến người lao động.

Từ khóa: Đạo đức kinh doanh, quản trị nguồn nhân lực.

SOME ISSUES OF BUSINESS ETHIC IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

Abstract: Profit is one of the essentials for the survival of an enterprise and is the basis for assessing the ability to maintain its business. However, if executives misunderstand the nature of profit and see it as the sole and main goal of the business, the survival of the business can be threatened. In Vietnamese, enterprises seem not to pay attention to the necessity and inevitability of business ethics. Aiming to achieve profit as soon as possible, many enterprises consider ethical issues as additional factors. This leads to the phenomenon of poor quality goods and services, enterprises do not pay much attention to workers.

Keywords: Business ethic, human resource management.

1. Đặt vấn đề

Từ “đạo đức” có gốc từ latin Moralital (luân lý) - bản thân mình cư xử và gốc từ Hylạp Ethigos (đạo lý) - người khác muốn ta hành xử và ngược lại ta muốn họ. Ở Trung Quốc, “đạo” có nghĩa là đường đi, đường sống của con người, “đức” có nghĩa là đức tính, nhân đức, các nguyên tắc luân lý. Đạo đức là tập hợp các nguyên tắc, quy tắc, chuẩn mực xã hội nhằm điều chỉnh, đánh giá hành vi của con người đối với bản thân và trong quan hệ với người khác, với xã hội. Chức năng cơ bản của đạo đức là: đạo đức điều chỉnh hành vi của con người theo các chuẩn mực và quy tắc đạo đức đã được xã hội thừa nhận bằng sức mạnh của sự thôi thúc lương tâm cá nhân, của dư luận xã hội, của tập quán truyền thống và của giáo dục.

Kinh doanh là hoạt động của cá nhân hoặc tổ chức nhằm đạt mục đích lợi nhuận thông qua các hoạt động kinh doanh như: Quản trị, tiếp thị, tài chính kế toán, sản xuất...

Theo ông Phillip V. Lewis, giảng viên trường Đại học Abilene Christian, Hoa Kỳ “Đạo đức kinh doanh là tất cả những quy tắc, tiêu chuẩn, chuẩn mực đạo đức hoặc luật lệ để chỉ dẫn hành vi ứng xử chuẩn mực và sự trung thực (của một tổ chức) trong những trường hợp nhất định”. Nhìn chung, đạo đức bắt nguồn từ những niềm tin về tôn giáo, văn hóa và tư tưởng triết học, liên quan tới những cam kết về đạo lý và trách nhiệm của mỗi người, mỗi tổ chức. Đạo đức kinh doanh có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn và kiểm soát hành vi của các chủ thể kinh doanh trong điều kiện môi trường kinh doanh của cá nhân và tổ chức đó. Đạo đức kinh doanh chính là phạm trù đạo đức được vận dụng vào trong hoạt động kinh doanh. Đạo đức kinh doanh có tính đặc thù của hoạt động kinh doanh vì kinh doanh là hoạt động gắn liền với các lợi ích kinh tế. Do đó, khía cạnh thể hiện trong ứng xử về

* Trường Đại học Công Đoàn.

đạo đức không hoàn toàn giống các hoạt động khác. Các nhà kinh tế chứng minh rằng mức độ tăng lợi nhuận gắn với mức độ tăng đạo đức kinh doanh. Song cần lưu ý rằng đạo đức kinh doanh vẫn luôn chịu sự chi phối bởi một hệ giá trị và chuẩn mực đạo đức xã hội chung.

2. Chuẩn mực của đạo đức kinh doanh

Thực tế giữa kinh doanh và đạo đức luôn có sự mâu thuẫn. Một mặt, xã hội luôn mong muốn các doanh nghiệp tạo ra nhiều việc làm lương cao, nhưng mặt khác, những công ty này lại mong muốn giảm bớt chi phí và nâng cao năng suất lao động. Người tiêu dùng luôn mong muốn mua hàng với giá thấp nhất còn các cơ sở thương mại lại muốn giảm tối đa chi phí phát sinh khi tuân thủ các quy định về bảo vệ môi trường trong hoạt động sản xuất của họ. Chính từ đó nảy sinh xung đột không thể tránh khỏi trong quan niệm về đạo đức kinh doanh, do khác biệt về lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích của người lao động, người tiêu dùng và toàn xã hội. Nhiều công ty trên thế giới đã xây dựng “bộ tiêu chuẩn đạo đức”, “bộ Quy tắc đạo đức”, “Quy tắc đạo đức nghề nghiệp”. Hiện nay 1/3 các hãng ở Anh, 3/4 các hãng ở Mỹ và nhiều hãng lớn ở HongKong đã có các bộ quy tắc này. Do đó, cần đưa ra các chuẩn mực của đạo đức kinh doanh cho các doanh nghiệp.

Tính trung thực: Không dùng các thủ đoạn gian dối, xảo trá để kiếm lời. Giữ lời hứa, giữ chữ tín trong kinh doanh. Nhất quán trong nói và làm. Trung thực trong chấp hành luật pháp của nhà nước, không làm ăn phi pháp như trốn thuế, lậu thuế, không sản xuất và buôn bán những mặt hàng quốc cấm, thực hiện những dịch vụ có hại cho thuần phong mỹ tục. Trung thực trong giao tiếp với bạn hàng (giao dịch, đàm phán, ký kết) và người tiêu dùng: Không làm hàng giả, khuyến mại giả, quảng cáo sai sự thật, sử dụng trái phép những nhãn hiệu nổi tiếng, vi phạm bản quyền, phá giá theo lối ăn cướp. Trung thực ngay với bản thân, không hối lộ, tham ô, thụt két, “chiếm công vi tư”.

Tôn trọng con người: Đối với những người cộng sự và dưới quyền, tôn trọng phẩm giá, quyền lợi chính đáng, tôn trọng hạnh phúc, tôn trọng tiềm năng phát triển của nhân viên, quan tâm đúng mức, tôn trọng quyền tự do và các quyền hạn hợp pháp khác. Đối với khách hàng, tôn trọng nhu cầu, sở thích và tâm lý khách hàng. Đối với đối thủ cạnh tranh, tôn trọng lợi ích của đối thủ. Gắn lợi ích của doanh nghiệp

với lợi ích của khách hàng và xã hội, coi trọng hiệu quả gắn với trách nhiệm xã hội. Bí mật và trung thành với các trách nhiệm đặc biệt. Đối tượng điều chỉnh của đạo đức kinh doanh là chủ thể hoạt động kinh doanh. Theo nghĩa rộng, chủ thể hoạt động kinh doanh gồm tất cả những ai là chủ thể của các quan hệ và hành vi kinh doanh: Tầng lớp doanh nhân làm nghề kinh doanh. Khách hàng của doanh nhân: Khi là người mua hàng thì hành động của họ đều xuất phát từ lợi ích kinh tế của bản thân, đều có tâm lý muốn mua rẻ và được phục vụ chu đáo.

Gắn lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích của khách hàng và xã hội, coi trọng hiệu quả hoạt động; Xác định mục tiêu kinh doanh là đạt tới sự thống nhất giữa lợi ích doanh nghiệp và lợi ích cộng đồng. Lợi ích cộng đồng ở đây phải được tính đến cả về trước mắt và lâu dài. Vì vậy, việc hoạch định chiến lược kinh doanh và mở rộng kinh doanh phải đảm bảo lợi ích chung của cộng đồng trên cả phương diện lợi ích vật chất lẫn lợi ích tinh thần, cả về chất lượng sản phẩm lẫn vấn đề đảm bảo môi trường sinh thái cho cộng đồng. Việc tuân thủ nguyên tắc này cũng có nghĩa là người kinh doanh không vi phạm đạo đức kinh doanh.

Phải thường xuyên làm công tác xã hội, làm từ thiện. Vì đây cũng chính là phương thức quảng bá và củng cố thương hiệu của doanh nghiệp, là thể hiện đạo đức kinh doanh của người kinh doanh đối với cộng đồng phù hợp với truyền thống người Việt Nam.

3. Đạo đức kinh doanh trong quản trị nguồn nhân lực

Đạo đức kinh doanh xem xét theo các chức năng của doanh nghiệp thì phân thành: Đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực; đạo đức trong marketing; đạo đức trong hoạt động kế toán, tài chính. Trong phạm vi bài viết này đề cập đến đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực, vấn đề đạo đức trong quản lý nguồn nhân lực liên quan đến các vấn đề cơ bản sau:

- Đạo đức trong tuyển dụng, bổ nhiệm, sử dụng lao động.

+ Tình trạng phân biệt đối xử: Trong hoạt động tuyển dụng và bổ nhiệm nhân sự sẽ xuất hiện một vấn đề khá nan giải, đó là tình trạng phân biệt đối xử. Phân biệt đối xử xuất phát từ định kiến về phân biệt chủng tộc, giới tính, tôn giáo, địa phương, vùng văn hóa, tuổi tác...

+ Tôn trọng quyền riêng tư cá nhân người lao động, quan hệ đồng nghiệp, cấp trên - cấp dưới, người lao động với người sử dụng lao động, các ứng xử và giá trị truyền thống tinh thần trong và giữa các đơn vị, các nhân trong doanh nghiệp... chúng phụ thuộc vào đạo đức kinh doanh, cách đối xử của doanh nghiệp. Thực hiện chuẩn mực đạo đức kinh doanh thì doanh nghiệp không thể bóc lột người lao động để gia tăng lợi nhuận tiêu cực.

- Đạo đức trong đánh giá người lao động.

Đạo đức kinh doanh hiện diện trong mọi lĩnh vực hoạt động quản lý của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp không nhận diện rõ vấn đề đạo đức sẽ đưa ra những quyết định sai lầm gây thiệt hại cho doanh nghiệp. Đó là hành vi mà người quản lý đánh giá người lao động trên cơ sở định kiến. Nghĩa là người quản lý dùng ấn tượng của mình về đặc điểm của nhóm người đó để xử sự và đánh giá người lao động thuộc về nhóm đó. Các nhân tố như quyền lực, ganh ghét, thất vọng, tội lỗi và sợ hãi là những điều kiện duy trì và phát triển sự định kiến. Tư tưởng đó sẽ làm cho người lao động thiếu nhiệt huyết trong công việc, cản trở sự phát triển của doanh nghiệp. Do vậy, việc nhận diện đạo đức kinh doanh có tầm quan trọng đặc biệt trong việc đánh giá người lao động. Doanh nghiệp xác định đạo đức kinh doanh là một nguồn lực vô hình, là hệ điều tiết trong quản lý, góp phần làm cho doanh nghiệp phát triển bền vững. Khi doanh nghiệp kinh doanh có đạo đức họ sẽ tuân thủ các nguyên tắc và chuẩn mực kinh doanh sẽ tạo được tâm lý làm việc hiệu quả của nhân viên. Sử dụng lao động hiệu quả để có chế độ đãi ngộ xứng đáng với công sức đóng góp của họ. Nhân viên được doanh nghiệp đánh giá, ghi nhận những việc họ đã làm, công hiến, đóng góp cho doanh nghiệp. Khi đó nhân viên cảm thấy thỏa mãn về doanh nghiệp, nâng cao lòng trung thành và trách nhiệm chuyên môn, làm việc hết mình vì sự thành đạt của doanh nghiệp nói chung và có hình bóng các nhân mình.

- Đạo đức trong bảo vệ người lao động.

Ứng xử của doanh nghiệp với người lao động là một trong những nội dung quan trọng của văn hóa doanh nghiệp. Năm 2016, Bảng xếp hạng "Doanh nghiệp vì người lao động" (do Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam phối hợp với Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội; Phòng Thương mại và Công nghiệp

Việt Nam tổ chức lần đầu vào năm 2014 được Thủ tướng Chính phủ cho phép nâng lên thành Giải thưởng "Doanh nghiệp vì Người lao động" và được trao thưởng 3 năm một lần. Việc tôn vinh các "Doanh nghiệp vì người lao động" không chỉ khuyến khích các doanh nghiệp ngày càng chăm sóc tốt hơn cho đời sống của người lao động; tạo dựng và duy trì mối quan hệ đối tác lành mạnh, tin cậy và gắn bó đồng hành cùng người lao động trên con đường phát triển bền vững, mà còn tạo hiệu ứng xã hội, khuyến khích doanh nghiệp tạo ra môi trường làm việc lý tưởng, chia sẻ lợi ích, khắc phục khó khăn để người lao động có thể nỗ lực hơn nữa, cống hiến sức lực và trí tuệ, kiến tạo nên những giá trị tốt đẹp cho xã hội, đồng hành cùng doanh nghiệp trong hội nhập kinh tế thế giới. Đảm bảo điều kiện lao động an toàn là hoạt động có đạo đức nhất trong vấn đề bảo vệ người lao động. Người lao động có quyền làm việc trong một môi trường an toàn. Mặt khác xét từ lợi ích, khi người làm công bị tai nạn rủi ro thì không chỉ ảnh hưởng xấu đến bản thân họ mà còn tác động đến vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp.

Kết luận

Như vậy, để cao đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội đã, đang và sẽ là một quá trình lâu dài. Doanh nghiệp càng quan tâm tới nhân viên thì nhân viên càng tận tâm với doanh nghiệp. Hơn nữa, bất cứ ai cũng muốn làm việc cho những doanh nghiệp có hoạt động kinh doanh minh bạch, có trách nhiệm với xã hội. Khi làm việc trong một doanh nghiệp hướng tới cộng đồng, hướng tới lợi ích của xã hội, bản thân mỗi nhân viên cũng thấy công việc của mình có giá trị hơn. Họ làm việc tận tâm hơn và sẽ trung thành với doanh nghiệp hơn. Người lao động tin tưởng vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. □

Danh mục tài liệu tham khảo

1. PGS.TS. 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(262), tr. 52 - 58.
2. TS. Cao Thu Hằng (2014), "Đạo đức kinh doanh và vấn đề xây dựng đạo đức kinh doanh ở Việt Nam". Tạp chí Triết học, số 1(272), tr. 22-29.
3. Lê Mạnh Quân (2012), *Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
4. Đỗ Thị Quyên (2017), "Văn hóa doanh nghiệp nền tảng cho sự phát triển doanh nghiệp hiện nay", Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật, 2017, số 4 (394), tr. 28-31.