

KINH TẾ THỊ TRƯỜNG VÀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI

NGUYỄN TRỌNG CHUẨN(*)

Ý thức về trách nhiệm xã hội trong điều kiện kinh tế thị trường hiện đại giúp cho người ta thấy rằng, thị trường thế giới rộng lớn, đầy tiềm năng trên phạm vi toàn cầu là môi trường vô cùng thuận lợi để tìm kiếm lợi nhuận không chỉ cho riêng mình, mà còn cho cả quê hương, đất nước và cho sự phát triển, sự tiến bộ chung của xã hội. Bởi vậy, chỉ những ai biết tôn trọng khách hàng, biết tôn trọng đạo lý và biết lấy chữ tín làm đầu mới có hy vọng thành đạt trên cả thương trường trong nước lẫn thương trường quốc tế. Ý thức về trách nhiệm xã hội sẽ giúp những người sản xuất, kinh doanh tự điều chỉnh các hoạt động của mình sao cho phù hợp với những đòi hỏi của chuẩn mực pháp lý, chuẩn mực đạo đức để hướng tới cái lợi, cái thiện và cái đẹp. Cái lợi chính đáng sẽ càng sinh sôi, nảy nở và được củng cố thêm trên cơ sở của cái thiện, cái đẹp và của nhân nghĩa. Trong ý thức và trong sự thực hành thực tiễn trách nhiệm này sẽ có được một sự thống nhất "giữa những gì khuyên ta nên làm với những gì ta có bốn phận phải làm" (I.Kant).

 hái độ đối với kinh tế thị trường của không ít người, không chỉ ở Việt Nam, mà cả ở một số nước, trong thời gian gần đây thực sự đã có những thay đổi và thật ra cũng không thể không thay đổi. Sự khinh miệt, sự lên án gay gắt nó, coi nó là mầm mống của mọi tai hoạ, mọi sự suy đồi của con người và của xã hội, do vậy phải triệt để xoá bỏ nó càng sớm càng tốt đã từng là xu hướng nổi trội trong một thời gian khá dài, nhất là ở các nước mà trước đây, đã từng coi kinh tế kế hoạch hoá tập trung mới là chiếc chìa khoá để đạt đến thành công trên con đường phát triển xã hội.

Tuy nhiên, cùng với thời gian, nhất là cùng với hiệu quả to lớn mà kinh tế thị trường có được trên khắp thế giới, đặc biệt là ở các nước chậm và đang phát triển mới bước vào kinh tế thị trường, người ta đã nhận thức ra rằng, kinh tế thị trường thực sự tạo nên sức bật mà nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung khó có được. Có cơ sở để nói

rằng, cho đến nay, kinh tế thị trường là phương thức phát triển kinh tế năng động nhất mà nhân loại đã tìm ra. Do vậy, nó là sản phẩm của nền văn minh nhân loại, chứ không phải chỉ là sản phẩm riêng của chủ nghĩa tư bản.

Hơn thế nữa, giờ đây, cùng với sự phát triển và biến đổi mạnh mẽ của đời sống nhân loại, khi mà toàn cầu hoá kinh tế đang cuốn hút tất cả các quốc gia trên trái đất vào quỹ đạo của nó thì kinh tế thị trường cũng đã có nhiều biến đổi và ngày càng chứng tỏ sức mạnh, sự tác động tích cực của nó đến sự phát triển kinh tế - xã hội, đến tiến bộ xã hội nói chung. Đặc biệt, kinh tế thị trường trong điều kiện toàn cầu hoá hiện nay đã tạo ra cho nhân loại một lực lượng sản xuất khổng lồ mà vào các thế kỷ trước, người ta chưa thể tưởng tượng được. Những luật lệ quan trọng của kinh tế toàn cầu được nhiều nước chấp nhận, tuân

(*) Giáo sư, tiến sĩ, Viện Triết học, Viện Khoa học xã hội Việt Nam.

thủ và do vậy, chúng cũng hạn chế bớt được phần nào mặt trái do kinh tế thị trường gây ra. Tuy nhiên, không vì thế mà có thể coi kinh tế thị trường với các luật lệ của nó là chiếc đũa thần vạn năng có thể loại bỏ được tất cả những gì là tiêu cực ẩn chứa trong nó. Do vậy, cùng với trách nhiệm về mặt luật pháp thì trách nhiệm đạo đức, hay rộng hơn là trách nhiệm xã hội, của những người tham gia kinh tế thị trường có vai trò không nhỏ. Chính tinh thần, ý thức về trách nhiệm xã hội của các chủ thể sản xuất, kinh doanh và nói chung là của những người tham gia thị trường sẽ góp phần hạn chế và giảm bớt những tác động tiêu cực hay mặt trái của kinh tế thị trường, qua đó thúc đẩy sự phát triển và làm lành mạnh các quan hệ xã hội.

Không thể phủ nhận rằng, trước đây, trong những nền kinh tế thị trường còn ở trình độ hoang dã, hoặc kinh tế thị trường tư bản khi mới bắt đầu phát triển, các nhà tư bản đã thực sự chà đạp thô bạo lên mọi luật lệ và cả nhân phẩm con người vì mục đích cao nhất của họ là càng kiếm được nhiều tiền càng tốt, là đạt được lợi nhuận tối đa bằng mọi giá. Bởi vì, thời nào cũng vậy, bất cứ nhà tư bản nào cũng đều sợ tình trạng không có lợi nhuận hoặc là lợi nhuận thu được quá ít. Về điều này, trong tác phẩm của cả đời mình là bộ Tư bản, C.Mác đã dẫn lại lời của nhà kinh tế học T.J.Dunning rằng, “tư bản sợ tình trạng không có lợi nhuận hoặc lợi nhuận quá ít, cũng như giới tự nhiên sợ chân không. Với một lợi nhuận thích đáng thì tư bản trở nên can đảm. Được đảm bảo 10% lợi nhuận thì người ta có thể dùng tư bản vào đâu

cũng được; được 20% thì nó hoạt bát hẳn lên; được 50% thì nó trở nên thật sự táo bạo, được 100% thì nó chà đạp lên mọi luật lệ của loài người, được 300% thì không còn tội ác nào mà nó không dám phạm, dù có nguy cơ bị treo cổ”(1).

Sự thật lịch sử đó đã từng xảy ra trong xã hội loài người và các nhà tư bản, các chủ nhân thực sự điều khiển nền kinh tế thị trường thời bấy giờ ngày càng giàu lên bằng việc gây nên những nỗi thống khổ cho biết bao con người bản cùng ở dưới đáy của những xã hội tư bản đang trên đà đi lên.

Kinh tế thị trường hiện đại cũng hoạt động và chịu sự chi phối của các quy luật của kinh tế thị trường nói chung, như quy luật giá trị, quy luật giá trị thặng dư và nhất là quy luật cạnh tranh. Tuy nhiên, kinh tế thị trường hiện đại đã bị ràng buộc bởi rất nhiều luật lệ chặt chẽ và mang tính quốc tế rõ rệt mà ở các thế kỷ trước chưa có. Cạnh tranh theo luật lệ của kinh tế thị trường hiện đại tạo điều kiện để kết hợp cái chân, cái thiện, cái mỹ với cái lợi vốn dĩ là mục đích trực tiếp và quan trọng của những người tham gia thị trường. Vì vậy, ngày nay, khi nói đến kinh tế thị trường thì cũng có nghĩa là nói đến con người, đến quá trình tiến hành những hoạt động kinh tế của con người và nhằm mục đích đáp ứng các nhu cầu hết sức đa dạng của con người. Kinh tế thị trường hiện đại sẽ không phát triển được; các nhà đầu tư, nhà sản xuất, kinh doanh sẽ không thể cạnh tranh nổi và đi đến phá sản, nếu không lấy người tiêu dùng làm đối tượng phục vụ, không coi

(1) C.Mác và Ph.Ăngghen. *Toàn tập*, t.23. Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 1993, tr. 1056.

khách hàng là thượng đế, không tạo được chữ tín đối với họ. Vì vậy, chủ thể của kinh tế thị trường hiện đại lấy được chữ tín của khách hàng để qua đó, thu được cái lợi cho mình chính là nhờ sự tự giác thực hiện trách nhiệm xã hội.

Hơn thế nữa, nền kinh tế thị trường ngày nay đã tỏ rõ những ưu thế của nó trong đời sống hiện thực. Nó không những góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế, thúc đẩy tiến bộ khoa học và công nghệ, mà còn có khả năng tác động nhiều mặt đến sự phát triển xã hội. Kinh tế thị trường kích thích khả năng độc lập, sáng tạo, sự năng động và tính hiệu quả trong các hoạt động của con người. Kinh tế thị trường đã và đang tác động đến các mặt khác nhau của đời sống, đến các mối quan hệ giữa con người với con người, giữa con người với xã hội, giữa con người và giới tự nhiên. Ngày nay, ở nhiều nước, các sản phẩm tiêu dùng không có xuất xứ rõ ràng hay được làm từ các sản phẩm tự nhiên bị cấm khai thác đã bị người tiêu dùng tẩy chay, bị nhiều quốc gia cấm nhập. Đặc biệt, kinh tế thị trường đang tác động mạnh đến các giá trị nói chung và các giá trị đạo đức nói riêng. Vì vậy, có thể nói, sự tác động của kinh tế thị trường ngày càng trở nên nhiều mặt hơn, đa dạng hơn và sâu sắc hơn đối với đời sống con người và đối với cả cộng đồng nhân loại.

Tuy nhiên, không thể không nhận thấy rằng, dù đã có không ít những sự thay đổi theo chiều hướng tích cực thì kinh tế thị trường, do tác động của quy luật giá trị, quy luật cạnh tranh dẫn đến sự phân hóa khắc nghiệt, cho nên trong quá trình vận hành vẫn không thể hoàn toàn loại trừ sự

tàn nhẫn, sự phi nhân tính, sự vô trách nhiệm trong những tính toán ích kỷ hoặc sự vụ lợi vô độ. Tác động của quy luật giá trị và quy luật cạnh tranh khốc liệt có thể làm cho một số người trở nên thành đạt hơn, giàu có lên và có thể dẫn đến tình trạng khuynh gia bại sản hay sự phá sản của một số người khác. Trong kinh doanh, để thu được lợi nhuận, để thắng thế trong cạnh tranh, vẫn có những người không từ một thủ đoạn nào. Vì lợi nhuận mà người ta có thể bày mưu hãm hại đối tác của mình; có thể lừa đảo, cài bẫy, chiếm dụng vốn, thậm chí còn dùng cả vũ lực để thanh toán đối thủ một khi cảm thấy bị thất thế trong cạnh tranh. Nguy hại nhất và cũng là tình trạng khá phổ biến hiện nay trên thế giới, là việc sản xuất ra những loại hàng hoá bất chấp tiêu chuẩn an toàn vệ sinh và bất chấp sự an nguy đến tính mạng của người tiêu dùng, kể cả người tiêu dùng thứ hàng hoá đó là những đứa trẻ vô tội, bất chấp sự huỷ hoại môi trường sống của con người.

Như vậy, trong kinh tế thị trường, kể cả kinh tế thị trường hiện đại, vẫn rất dễ làm nảy sinh ở con người tư tưởng làm giàu bằng mọi giá, khi đồng tiền và lợi nhuận có sức hấp dẫn mạnh mẽ, khi người ta đã coi lợi nhuận vẫn là trên hết thì tiền bạc, lợi nhuận là những chất kích thích cho các thói hư, tật xấu, vô đạo đức, vô cảm, vô trách nhiệm trước đồng loại. Do vậy, trước đây, C.Mác đã từng nói rằng, trong kinh tế thị trường tư bản chủ nghĩa, mỗi người đều coi người khác là phương tiện để mình lợi dụng. Bởi vì, một khi mà lợi ích của cá nhân làm lu mờ lương tâm, che khuất

trách nhiệm và nghĩa vụ đạo đức, nghĩa vụ và trách nhiệm xã hội, thì sự khôn ngoan, sự nhạy bén sẽ lại càng là một tai hoạ khôn lường và không tránh khỏi tình trạng coi thường các chuẩn mực đạo đức, các tiêu chuẩn pháp lý, dấn đạp lên các giá trị chân chính. Vì vậy, nó dễ dàng thúc đẩy người ta thực hiện các hoạt động theo những cách thức trái với luân lý, đi ngược lại các chuẩn mực đạo đức mà mọi xã hội đều tôn trọng.

Đáng ngại hơn là, thị trường còn có khuynh hướng làm cho con người lầm tưởng rằng, giá trị thị trường là giá trị chân chính duy nhất, là thước đo duy nhất để đo giá trị của cả bản thân mình lẫn của cả những người khác. Kinh tế thị trường, nhất là ở những nơi còn ở trong quá trình hình thành và đang trên đà phát triển, do đang thiếu pháp luật hoặc pháp luật chưa hoàn chỉnh, chưa đồng bộ sẽ có một khuynh hướng rất đáng quan ngại là việc mở rộng các nguyên tắc mua bán, trao đổi thị trường ra mọi lĩnh vực đời sống xã hội, từ đời sống cá nhân cho đến đời sống cộng đồng, từ y tế, giáo dục cho đến cả các chức tước và vị thế trong xã hội. Đây chính là khuynh hướng biến mọi giá trị trong cuộc sống của con người thành hàng hóa. Người ta có thể đặt giá mua, giá bán, giá đổi chác cho tất cả mọi thứ ở trên đời, thậm chí cả nhân phẩm. Khuynh hướng đó sẽ phá vỡ không kịp cứu vãn nền tảng đạo đức của xã hội và nguy hại hơn, nó sẽ dẫn đến chỗ làm vẩn đục môi trường xã hội, cản trở sự hình thành, sự phát triển những nhu cầu chính đáng, những tình cảm lành mạnh, trong

sáng và sự tuân thủ các chuẩn mực đạo đức của con người, nhất là của thế hệ trẻ.

Như chúng ta đều biết, kinh tế thị trường là một thể thống nhất, liên hoàn của tất cả các khâu, từ sản xuất, trao đổi, phân phối đến sự tiêu dùng của cá nhân con người. Vòng quay của các khâu đó trong kinh tế thị trường hiện đại diễn ra với tốc độ rất nhanh. Vòng quay đó liên quan đến các mối quan hệ xã hội, đến các mối quan hệ giữa con người với nhau cũng như giữa các bạn hàng trong một nước và trong cộng đồng quốc tế. Các mối quan hệ ấy càng mở rộng thì có nghĩa là kinh tế càng phát triển và phát triển có hiệu quả. Để phát triển nhanh và lành mạnh được thì kinh tế của một nước không chỉ cần có thị trường nội địa, mà còn cần cả thị trường quốc tế rộng lớn. Do vậy, nó không chỉ phải tạo được niềm tin của người tiêu dùng nội địa, mà còn cần phải tranh thủ được niềm tin của người tiêu dùng ngoài biên giới quốc gia. Nói cách khác, trong kinh tế thị trường hiện đại càng rất cần một chữ **tín**. Chữ tín ấy chỉ có thể có được khi kinh doanh có trách nhiệm, cả trách nhiệm đạo đức lẫn trách nhiệm pháp luật, nói tóm lại là trách nhiệm xã hội trước người tiêu dùng, trước con người.

Như chúng ta đã và đang chứng kiến, con người có nhiều kiểu để làm giàu và thậm chí là giàu lên rất nhanh trong nền kinh tế thị trường. Tuy nhiên, làm giàu ở đây cũng có nhiều cách khác nhau. Có những người làm giàu bằng trí tuệ, bằng khả năng lao động thực sự, bằng sự dám mạo hiểm và, nói tóm lại, là bằng tài năng của cá nhân mình. Cách làm giàu như thế,

dù ở xã hội nào, cũng đều được xã hội tôn vinh, được người đời kính nể, trọng vọng, noi theo. Bởi vì, sự giàu có đó gián tiếp thể hiện, phản ánh sự đi lên, sự phát triển và sự tiến bộ của cả quê hương và xã hội. Song, cũng có khối người làm giàu bất chính bằng sự lừa đảo, bằng việc lợi dụng các kẽ hở của luật pháp để tham nhũng, để làm hàng giả, để trốn thuế, để buôn gian bán lận. Làm giàu kiểu đó chắc chắn sẽ không bền, bởi nó không tránh khỏi sự phán xét nghiêm khắc của luật pháp và sự lên án của dư luận xã hội. Thời gian vừa qua có biết bao nhiêu vụ làm ăn bất chính như thế đã bị lôi ra ánh sáng và đã bị pháp luật các nước, trong đó có cả Việt Nam, trừng trị và xử lý nghiêm khắc. Như đã biết, vào thời mình, Khổng Tử cũng đã từng nói rằng, giàu sang phải hợp với đạo nghĩa. Nghĩa là, làm giàu như thế nào mới là điều quan trọng. Làm giàu mà phi đạo lý, làm giàu bằng sự bất lương, bất nghĩa, bất nhân thì tuyệt đối không nên noi theo.

Xưa đã vậy, nay cũng vẫn vậy và trong tương lai, khi xã hội phát triển cao hơn, lại càng cần phải như vậy.

Làm giàu nhưng không trái đạo lý. Làm giàu có trách nhiệm với bản thân mình, với cộng đồng và với đất nước. Đó là đòi hỏi không chỉ về phương diện đạo đức, không chỉ là trách nhiệm đạo đức, mà còn là trách nhiệm xã hội. Chính ý thức về trách nhiệm xã hội sẽ giúp cho con người hướng đến cái chân, cái thiện, cái mỹ vốn là những trụ cột tinh thần trong đời sống của con người và của xã hội trên bước đường đi lên của mình. Trong điều kiện kinh tế thị trường hiện đại, hệ giá trị tinh thần này vẫn là chỗ dựa vững chắc góp phần củng cố mục

đích sống, lẽ sống, lý tưởng sống, lối sống của mọi người và mọi cá nhân có lương tri. Trách nhiệm xã hội buộc mọi người khi hoạt động kinh doanh đều phải ý thức được rằng, không được phép đạt mục đích nào đó chỉ vì lợi ích riêng của mình mà bất chấp pháp luật, bất chấp các chuẩn mực đạo đức hoặc có thể chà đạp lên lợi ích chính đáng của người khác.

Ý thức về trách nhiệm xã hội trong điều kiện kinh tế thị trường hiện đại giúp cho người ta thấy rằng, thị trường thế giới rộng lớn đầy tiềm năng trên phạm vi toàn cầu là môi trường vô cùng thuận lợi để tìm kiếm lợi nhuận không chỉ cho riêng mình, mà còn cho cả quê hương, đất nước và cho sự phát triển, sự tiến bộ chung của xã hội. Bởi vậy, chỉ những ai biết tôn trọng khách hàng, biết tôn trọng đạo lý và biết lấy chữ tín làm đầu mới có hy vọng thành đạt trên cả thương trường trong nước lẫn thương trường quốc tế. Ý thức về trách nhiệm xã hội sẽ giúp những người sản xuất, kinh doanh tự điều chỉnh các hoạt động của mình sao cho phù hợp với những đòi hỏi của chuẩn mực pháp lý, chuẩn mực đạo đức để hướng tới cái lợi, cái thiện và cái đẹp. Cái lợi chính đáng sẽ càng sinh sôi, nảy nở và được củng cố thêm trên cơ sở của cái thiện, cái đẹp và của nhân nghĩa. Trong ý thức và trong sự thực hành thực tiễn trách nhiệm này sẽ có được **một sự thống nhất** chứ không phải chỉ “có một sự khác biệt lớn giữa những gì **khuyên ta nên làm** với những gì ta **có bốn phận phải làm**”(2) như I.Kant đã từng nói.□

(2) I.Kant. *Phê phán lý tính thực hành* (Bùi Văn Nam Sơn dịch và chú giải). Nxb Tri thức, Hà Nội, 2007, tr.65.