

TÀI NĂNG GẮN VỚI ĐẠO ĐỨC - NHỮNG PHẨM CHẤT CẦN CÓ CỦA DOANH NHÂN VIỆT NAM

ĐINH CÔNG SON(*)

Trên cơ sở trình bày tư tưởng cơ bản của Hồ Chí Minh về đức và tài cũng như mối quan hệ chặt chẽ giữa chúng, trong bài viết này, tác giả đã luận chứng nhằm làm rõ rằng, tài năng gắn với đạo đức là những phẩm chất cần thiết của doanh nhân Việt Nam trong điều kiện kinh tế thị trường. Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta đòi hỏi các doanh nhân phải vừa có tài năng, vừa có đạo đức. Đó là điều kiện cơ bản để các doanh nghiệp tồn tại và phát triển.

Chủ tịch Hồ Chí Minh từng khẳng định: “Muốn xây dựng chủ nghĩa xã hội, trước hết cần những con người xã hội chủ nghĩa”(1). Con người xã hội chủ nghĩa, theo quan điểm của Người, phải là con người có năng lực làm chủ; có đạo đức cần kiệm, liêm chính, chí công, vô tư; có kiến thức khoa học – kỹ thuật, nhạy bén với cái mới; có tinh thần sáng tạo, dám nghĩ, dám làm... Những con người với đầy đủ các phẩm chất đó là nguồn lực quan trọng nhất để xây dựng thành công chủ nghĩa xã hội.

Con người xã hội chủ nghĩa phải là con người vẹn toàn cả đức lẫn tài. Theo quan niệm truyền thống, đức – tài là thể thống nhất không thể tách rời, đó chính là những phẩm chất cần và đủ của con người. Trong đó, đức được hiểu là phẩm giá làm người, là những tình cảm mà con người phải đối xử với nhau trong cuộc sống; tài được coi là trí tuệ, học vấn, trí thông minh, năng lực quản lý điều hành... Hồ Chí Minh dạy: “Có tài mà không có đức giống như một anh làm kinh tế tài chính rất giỏi nhưng lại đi đến thụt két thì chẳng những không làm được gì cho xã hội, mà còn có hại cho xã hội nữa. Nếu có đức mà không có tài ví như ông Bụt không làm hại gì, nhưng cũng không có lợi gì cho loài

người...”(2). Cần phải thấy rằng, ở Hồ Chí Minh, đức và tài có mối quan hệ biện chứng, tác động qua lại lẫn nhau. Đạo đức là cơ sở để phát triển tài năng; ngược lại, tài năng chỉ thực sự được phát huy, trở thành cái có ý nghĩa đối với cuộc sống khi con người có đạo đức mà thôi. Trong quan hệ giữa đức và tài, Hồ Chí Minh khẳng định đạo đức là gốc, là nền tảng: “Người cách mạng phải có đạo đức cách mạng làm nền tảng, mới hoàn thành được nhiệm vụ cách mạng vẻ vang”(3).

Ngày nay, đạo đức cách mạng đang tiếp thêm sức mạnh giúp con người Việt Nam thực hiện thành công công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá với mục tiêu đưa nước ta thành một nước xã hội chủ nghĩa phồn vinh, người dân có cuộc sống ấm no, tự do, hạnh phúc; xã hội công bằng, dân chủ, văn minh; quốc phòng an ninh đảm bảo; bền vững về môi trường sinh thái...

Khi áp dụng những phẩm chất đạo đức trên vào các hình thức đạo đức chuyên biệt, như đạo đức lao động, đạo đức nghề nghiệp, đạo đức cán bộ, đạo đức sinh

(*) Thạc sĩ, Học viện Tài chính.

(1) Hồ Chí Minh. *Toàn tập*, t.10. Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2000, tr.310.

(2) Hồ Chí Minh. *Sđd.*, t.9, tr.172.

(3) Hồ Chí Minh. *Sđd.*, t.9, tr.283.

hoạt... lại hình thành nên phẩm chất đạo đức mang tính đặc thù. Trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh, các doanh nhân Việt Nam là những chủ thể kinh tế có đóng góp không nhỏ vào sự phục hưng, phát triển nền kinh tế, cũng như góp phần thực hiện thành công công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hoá đất nước. Tài năng kinh doanh gắn chặt với đạo đức là những phẩm chất cơ bản cần thiết của doanh nhân. Tài năng trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh được thể hiện qua khả năng nắm bắt thông tin và vận dụng nhanh nhạy các thành tựu khoa học - kỹ thuật, cải tiến kỹ thuật, công nghệ; tiết kiệm nguyên liệu và nhiên liệu; qua sự quan tâm đến đời sống vật chất và tinh thần của người lao động, biết bồi dưỡng và phát huy tiềm năng sáng tạo của họ nhằm tạo ra những "thương hiệu" hàng hóa có chất lượng tốt, hình thức đẹp, giá cả hợp lý đáp ứng nhu cầu của thị trường, giữ được chữ "tín" đối với người tiêu dùng. Tài năng kinh doanh còn thể hiện ở khả năng tìm hiểu, đánh giá đúng nhu cầu của thị trường, dự báo được chiều hướng thay đổi của cung cầu, từ đó vạch ra kế hoạch hành động của doanh nghiệp; thể hiện ở việc quản lý tài chính và sử dụng nguồn vốn nhằm mang lại hiệu quả cao, không thất thoát, lãng phí.

Tài năng kinh doanh đối với mỗi doanh nhân là vô cùng quan trọng, nhưng tài năng đó phải gắn liền với đạo đức và chỉ có như vậy mới làm cho tài năng được phát huy và giúp họ trở thành những người có ích cho xã hội. Cơ chế thị trường hiện nay đang đòi hỏi tầng lớp doanh nhân Việt Nam phải ý thức rõ điều này.

Phần lớn các doanh nhân ở nước ta đã nỗ lực vươn lên, đầu tư chất xám, áp dụng các thành tựu khoa học - kỹ thuật vào sản

xuất và quản lý, biến quá trình sản xuất thành quá trình sáng tạo, tăng năng suất lao động, nâng cao hiệu quả kinh tế và đảm bảo chất lượng sản phẩm, đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng, giữ chữ "tín" với khách hàng. Nói cách khác, quá trình kinh doanh của họ là quá trình gắn liền với lao động trí tuệ, nhờ lao động trí tuệ mà hoạt động kinh doanh mang lại hiệu quả hơn. Thị trường càng phát triển, hoạt động kinh doanh càng sôi động thì vai trò của lao động trí tuệ càng càng lớn. Điều đó góp phần thúc đẩy sự hình thành trong xã hội một lớp người có khả năng làm chủ tự nhiên, làm chủ xã hội và làm chủ quá trình kinh doanh, đồng thời có phẩm chất đạo đức. Rõ ràng, cùng với đạo đức, tài năng của những doanh nhân là điều kiện quan trọng nhất giúp cho doanh nghiệp tồn tại và phát triển trong điều kiện kinh tế thị trường.

Cơ chế quản lý kinh tế tập trung quan liêu bao cấp được duy trì khá lâu ở nước ta trước đây vô hình trung đã làm cho các doanh nghiệp ý lại, trông chờ vào Nhà nước: sản xuất theo kế hoạch của Nhà nước; sản phẩm làm ra đã có Nhà nước tiêu thụ, hàng hóa được sản xuất theo quy trình, mẫu mã không thay đổi,... khiến sự chủ động, sáng tạo của doanh nghiệp nói chung và của người lãnh đạo nói riêng bị thui chột... Có thể nói, mỗi cá nhân trong cơ chế này bị hòa tan vào tập thể. Những người có tính năng động, sáng tạo nhiều khi lại khiến tập thể khó chịu, hoặc họ bị kìm hãm, trù úm. Có thể khẳng định rằng, trong cơ chế bao cấp, hoạt động kinh doanh bị hạn chế, trì trệ và người kinh doanh không có động lực thúc đẩy sự sáng tạo.

Việc chuyển nền kinh tế từ cơ chế tập trung quan liêu bao cấp sang cơ chế thị trường đã mở ra một không gian mới cho

việc phát huy tính tích cực, chủ động của nhân tố con người – chủ thể sáng tạo của văn minh vật chất và tinh thần, đặc biệt là những người lãnh đạo, quản lý thực sự có tài năng và trí tuệ. Tài năng và trí tuệ lại là động lực thúc đẩy sự hoàn thiện cơ chế thị trường, thúc đẩy nền kinh tế phát triển cao. Chính vì vậy, Đảng ta luôn đánh giá cao vai trò của tài năng, trí tuệ con người, dĩ nhiên tài năng và trí tuệ ấy phải đi liền với đạo đức. Tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VII, Đảng Cộng sản Việt Nam khẳng định: “Con người phát triển cao về trí tuệ, cường tráng về thể chất, phong phú về tinh thần, trong sáng về đạo đức là động lực của sự nghiệp xây dựng xã hội mới, đồng thời là mục tiêu của chủ nghĩa xã hội”(4).

Nền kinh tế thị trường đòi hỏi mỗi người kinh doanh phải lập tức từ bỏ thói quen trông chờ, ỷ lại vào Nhà nước, sớm chuẩn bị cho mình tính cơ động cao về nghề nghiệp, tức là phải bám sát thị trường, nhạy bén với thị trường, đáp ứng tốt nhất, nhanh nhất những nhu cầu của thị trường, gắn chặt sản xuất với tiêu dùng. Thực tế cho thấy, trong công cuộc đổi mới, phần lớn các doanh nhân Việt Nam trước khi hoạt động kinh doanh đều nghiên cứu kỹ lưỡng thị trường, phân tích, đánh giá để tìm câu trả lời đúng nhất cho những câu hỏi: sản xuất cái gì, sản xuất bao nhiêu, sản xuất bằng công nghệ nào?... Nhà kinh doanh đã biết kết hợp giữa khả năng với sở thích, giữa nguyện vọng của cá nhân với sự am hiểu nhu cầu thị trường về chất lượng, số lượng và cả hình thức, mẫu mã. Rất nhiều nhà kinh doanh khi nhận thấy mặt hàng của mình đang sản xuất không được thị trường chấp nhận đã sẵn sàng đầu tư trang thiết bị mới, hiện đại để nâng cao chất lượng sản phẩm hoặc nhanh

chóng chuyển sang sản xuất mặt hàng khác để phù hợp với thị trường hơn. Giới doanh nhân ngày nay đã chủ động và tích cực hơn trong việc tìm kiếm, tiếp cận thông tin từ thị trường, bám sát và kịp thời xử lý nhạy bén “tin hiệu” từ thị trường để điều chỉnh sản xuất, điều tiết một cách cân đối giữa cung và cầu. Từ tất cả những chuyển biến đó, chúng ta thấy rằng, người tiêu dùng đã và sẽ rất được tôn trọng. Cái lợi không chỉ thuộc về người kinh doanh, mà còn thuộc về người tiêu dùng nói riêng và toàn xã hội nói chung.

Giờ đây, chúng ta dễ nhận thấy rằng, trong hoạt động kinh doanh, các doanh nhân Việt Nam ngày càng trở nên năng động hơn, sáng tạo hơn, có tính cách mạnh mẽ, tự tin hơn... Những phẩm chất đó đã chứng tỏ ở họ có một nhân cách độc lập, tự quyết định lấy số phận của mình, tự chịu trách nhiệm về những hành vi và những quan hệ của mình đối với người khác và đối với xã hội. Sự tự khẳng định một nhân cách độc lập, có trách nhiệm với xã hội, với người khác cũng chính là sự khẳng định những phẩm chất đạo đức cá nhân. Theo nghĩa đó, cơ chế thị trường trong khi tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển kinh tế cũng đồng thời tạo điều kiện cho sự phát triển nhân cách đạo đức.

Nếu như cơ chế quản lý kinh tế tập trung quan liêu bao cấp trước đây tạo ra những doanh nghiệp và những nhà quản lý thụ động, ngại đổi mới thì cơ chế thị trường lại tạo ra những nhà kinh doanh dám nghĩ, dám làm, chấp nhận cạnh tranh để có được thành công trong hoạt động của mình. Đó chính là sự cạnh tranh lành mạnh, góp phần thúc đẩy sự phát triển của

(4) Dẫn theo: Ban Tư tưởng - văn hóa Trung ương. *Tài liệu nghiên cứu văn kiện Đại hội VII của Đảng*. Nxb Chính trị Quốc gia Hà Nội, 1996.

nền kinh tế và làm đẹp giá trị đạo đức của xã hội. Nó đòi hỏi nhà kinh doanh phải cạnh tranh trên cơ sở khẳng định tài năng và cống hiến cho sự nghiệp cách mạng. Ở giai đoạn hiện nay, cuộc cạnh tranh này không phải là sự thi đua có tính chất chung, nặng về hình thức, thiếu động lực như trước đây, mà là sự cạnh tranh bằng trí tuệ, sức lực và phẩm giá con người.

Cạnh tranh làm cho thói trì trệ, tính trung bình chủ nghĩa bị đẩy lùi. Lối sống năng động, sáng tạo thay thế cho lối sống trông chờ, ngại vất vả gian khổ. Cũng như mọi lĩnh vực khác, doanh nhân phải chấp nhận cả sự mạo hiểm. Đây là xu hướng nhân cách mới của những doanh nhân trong giai đoạn hiện nay, đặc biệt là những doanh nhân trẻ. Trước thực tế đó của cạnh tranh, cần thấy “đây là một dấu hiệu đáng phấn khởi, chứng tỏ cạnh tranh là một xu thế hợp quy luật trong sự phát triển của sản xuất và tiêu thụ hàng hóa. Cạnh tranh trong sản xuất và buôn bán với mục đích cuối cùng là đạt được lợi nhuận tối đa, nhưng đồng thời buộc nhà kinh doanh phải hoàn thiện về năng lực, phẩm chất, tạo cơ hội đạt được lợi ích chân chính, góp phần chấn hưng nền kinh tế của đất nước. Với ý nghĩa đó, cạnh tranh là công cụ giúp nhà kinh doanh giải phóng con người thoát khỏi chủ nghĩa khổ hạnh, chú ý đến hiệu quả lợi ích kể cả lợi ích cá nhân”(5).

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường, nhiều doanh nhân luôn cho rằng, phải lấy khách hàng làm đối tượng chiếm lĩnh. Bởi vì, nhờ có khách hàng mà công việc kinh doanh mới tồn tại và phát triển. Họ rất trân trọng khách hàng, coi “*khách hàng là thượng đế*” và luôn quan niệm kinh doanh là một “*nghệ thuật*”. Trong “*nghệ thuật*” đó, “*chính phục*” khách hàng là một trong những yếu tố quan trọng

hàng đầu, thể hiện thông qua mẫu mã hàng hóa phong phú, đa dạng đáp ứng được nhu cầu thị hiếu của khách hàng, nâng cao chất lượng sản phẩm, chất lượng phục vụ trước và sau khi bán hàng, có chế độ chăm sóc khách hàng thường xuyên... Tất cả những thay đổi đó đã tạo nên một nền kinh tế thị trường có văn hóa.

Thực tế cho thấy, những doanh nghiệp thành công là những doanh nghiệp mà cả trong tư duy lẫn hành động đều coi khách hàng là “*thượng đế*”.

Trong hơn 20 năm thực hiện đổi mới ở nước ta, nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa đã tỏ rõ ưu thế động lực thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế, văn hóa, khoa học và công nghệ. Không những vậy, nó còn có khả năng tác động lên nhiều mặt của sự phát triển xã hội. Trong nền kinh tế đó, lợi ích cá nhân được khuyến khích và bảo đảm bằng luật pháp, đồng thời nó cũng tạo ra những điều kiện thuận lợi để mọi chủ thể tham gia vào các hoạt động kinh doanh đa dạng, phong phú. Qua đó, con người trở nên năng động hơn, sáng tạo và nhạy bén hơn. Bởi vì, nền kinh tế thị trường luôn kích thích tinh thần tự chủ, tự giác của con người, đặt con người trước những thử thách gay gắt, đòi hỏi con người phải tìm ra biện pháp tốt nhất để đạt hiệu quả kinh doanh cao nhất nhằm tránh thua lỗ, thất bại hoặc phá sản. Mặt khác, nền kinh tế thị trường cũng luôn đòi hỏi các nhà kinh doanh phải coi trọng chữ “*tín*” và do đó, nó cũng là một nhân tố phát huy cái *thiện*, trừ bỏ cái *ác*.

Mặt trái của kinh tế thị trường là kích thích lợi ích cá nhân, lợi ích cục bộ một cách thái quá. Điều đó dẫn đến sự xem

(5) Lê Đức Phúc. *Bản vẽ sự hình thành định hướng giá trị khi nước ta chuyển sang nền kinh tế thị trường*. Tạp chí Cộng sản, số 1/1995, tr.3.

thường lợi ích xã hội, coi trọng lợi ích trước mắt, nhất là lợi ích kinh tế; tôn sùng lối sống chạy theo đồng tiền, bất chấp đạo đức và pháp luật; xem nhẹ các yếu tố của đời sống tinh thần. Nói cách khác, mặt trái của kinh tế thị trường khiến không ít người có tư tưởng làm giàu bằng mọi giá, coi đồng tiền là trên hết. Thậm chí, họ có khuynh hướng biến mọi giá trị trong toàn bộ hoạt động sống của con người thành hàng hoá, nghĩa là mọi cái đều có thể đặt giá và mua bán được. Một tâm thế thực dụng như vậy đã lan vào trong suy nghĩ và hành động của không ít người. Theo họ, trong thời đại văn minh tin học (hay thời đại khoa học và công nghệ cao) cần đặc biệt nhấn mạnh yếu tố tài, vì chỉ có tài mới tiếp cận được nền văn minh đó, nếu cứ ràng buộc bởi những giá trị đạo đức truyền thống thì thật cổ hủ, lạc hậu. Họ cho rằng không thể “mài” đức mà ăn. Quan điểm này thực sự cực đoan và nguy hiểm.

Phải thấy rằng tiền bạc, vật chất là cái đáng quý, bởi nó là phương tiện phục vụ đời sống của con người. Tuy nhiên, từ chỗ xem tiền bạc là tất cả, coi giá trị đồng tiền là duy nhất, một số nhà kinh doanh có tài nhưng kém đức đã tìm mọi cách để kiếm tiền, như bóc lột quá mức sức lao động của người làm thuê; buôn lậu, trốn thuế, làm hàng giả, bót xén nguyên liệu; khai thác bừa bãi tài nguyên, gây ô nhiễm môi trường, phá vỡ cân bằng sinh thái... Để đạt được lợi nhuận tối đa, họ có thể sử dụng mọi biện pháp, kể cả những thủ đoạn, mánh khoé xấu xa, tàn ác, thậm chí đe dọa đến tính mạng của người khác. Trong *Tư bản*, C.Mác đã dẫn lại luận điểm của J.J.Dunning cho 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 phần trăm lợi nhuận thì người ta có thể dùng tư bản vào đâu cũng được, được 20 phần trăm thì nó hoạt bát hẳn lên, được 50 phần trăm thì nó trở nên thật sự táo bạo, được 100 phần trăm thì nó cả đạp lên mọi luật lệ của loài người, được 300 phần trăm thì không còn tội ác nào là nó không dám phạm, dù có nguy cơ bị treo cổ”(6).

Đây chính là nguy cơ làm xói mòn ý thức đạo đức cùng nhiều giá trị tinh thần khác. Nó chỉ mang lại những hậu quả tiêu cực và kìm hãm sự phát triển kinh tế - xã hội. Tại Đại hội VII, Đảng ta nhận định, không ít trường hợp vì đồng tiền và danh vị mà chà đạp lên tinh nghĩa gia đình, quan hệ thầy trò, đồng chí, đồng nghiệp. Nói về kiểu kiếm tiền này, Hồ Chí Minh từng cảnh báo: “Tiền là cần thật nhưng không phải vì cần tiền mà cứ ò ïe đầu bóp cổ hay dùng những thủ đoạn không chính đáng để vơ vét lấy tiền”(7). Trước đó, khi nghiên cứu về chủ nghĩa tư bản, C.Mác cũng từng cho rằng, đồng tiền đã “xuất hiện với tính cách là lực lượng có khả năng xuyên tạc đối với bản chất con người, cũng như đối với những liên hệ xã hội khác”(8).

Chính triết lý sống “tôn thờ đồng tiền” là một trong những nguyên nhân dẫn tới các hiện tượng tiêu cực trong cuộc sống. Những hiện tượng tiêu cực đó được thể hiện không chỉ ở sự thoái hoá, suy giảm về đạo đức, mà còn ở hành vi thấp hèn, thực dụng trong kinh doanh. Để biện minh cho những hành vi phản đạo đức này, nhiều kẻ đã dùng những luận điệu nguy hiểm, ra vẻ có “lý luận”, dưới các chiêu bài “năng

(6) C.Mác và Ph.Ăngghen. *Toán tập*, t.23. Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 1994, tr.1056.

(7) Hồ Chí Minh. *Toán tập*, t.4, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2000, tr.161.

(8) C.Mác. *Bản thảo kinh tế - triết học 1844*. Nxb Sự thật, Hà Nội, 1962, tr.182.

động”, “tháo vát”, “nhảy bèn” trong kinh doanh, thích ứng với cơ chế “thoảng” của nền kinh tế thị trường. Thật đáng lo ngại khi các luận điệu ấy đã “thuyết phục” được những kẻ cùng hội cùng thuyền và cả những người nhẹ dạ cả tin.

Lối sống chạy theo đồng tiền, vứt bỏ các giá trị tinh thần, tình cảm - kể cả những tình cảm thiêng liêng, như tình mẫu tử, tình anh em, tình bạn, tình đồng nghiệp, đồng bào... là đáng lên án. Đó là sự đảo lộn về các chuẩn mực đạo đức, lối sống của một bộ phận người, trong đó có một số doanh nhân do mặt trái của nền kinh tế thị trường tác động trong khi sự giáo dục, quản lý chưa thực sự đầy đủ và tính tự giác của họ chưa tốt, chưa đáp ứng với yêu cầu của xã hội.

Cần nhận thức rằng, tài năng phải gắn với sự vận động hợp quy luật của các giá trị đạo đức. Việc xem nhẹ đạo đức hay phủ nhận các giá trị đạo đức là quan niệm sai lầm của một bộ phận nhân dân và một bộ phận doanh nhân hiện nay. Nguyên nhân dẫn đến quan niệm lệch lạc này là do nhận thức sai lầm của các chủ thể và do sự tác động trực tiếp của cơ chế thị trường, cụ thể là quy luật cạnh tranh. Mặt trái của cạnh tranh đã làm tha hoá con người về đạo đức: lừa đảo, chộp giật, tranh giành, “loại trừ” lẫn nhau... Đó là những hành vi vô nhân tính. Trong cơ chế thị trường, cạnh tranh tuy khốc liệt và mang tính sống còn, nhưng không phải để loại trừ nhau bằng mọi thủ đoạn, mà là để vượt lên bằng tài năng, hiệu quả và đóng góp vào sự phát triển kinh tế, xã hội. Do đó, nếu chủ thể tham gia thị trường mà có hành vi lừa đảo, chỉ chạy theo lợi ích riêng của mình, kinh doanh theo kiểu “ăn xối, ở thì”, “sống chết mặc bay”, làm mất chữ “tín” thì chắc chắn sẽ không thể tồn tại lâu dài.

Nếu chủ thể tham gia thị trường luôn có ý thức tôn trọng mình và tôn trọng người khác, luôn giữ chữ “tín” với khách hàng thì họ sẽ được chấp nhận và tồn tại lâu dài. Bởi vậy, trong hoạt động kinh doanh, các doanh nhân cần luôn đề cao ý thức đạo đức “lợi mình, lợi người và lợi cho toàn xã hội”, góp phần thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội chung. Dưới áp lực của cạnh tranh, con người trong cơ chế thị trường phải tự thể hiện, tự khẳng định và vượt lên chính mình. Đồng thời, trong quá trình đó, con người phải luôn hướng thiện, vừa thoả mãn lợi ích của cộng đồng, vừa làm tăng thêm sự kính trọng lẫn nhau trong cuộc sống. Nói cách khác, trong quá trình kinh doanh, các chủ thể không những cần đề cao nhân tố tài năng, mà còn cần hết sức coi trọng nhân tố đạo đức, tức là cần coi trọng “cái tâm”. Cạnh tranh trong cơ chế thị trường là tất yếu, nhưng nhờ có “cái tâm” mà nhà kinh doanh ý thức được rằng phải cạnh tranh lành mạnh để cùng tồn tại, cùng phát triển.

Qua phân tích trên, chúng ta thấy rằng, quan niệm của Hồ Chí Minh về mối quan hệ giữa đức và tài là một quan niệm đúng đắn mà tất cả chúng ta cần tiếp thu và vận dụng một cách linh hoạt trong điều kiện nền kinh tế thị trường; từ đó, góp phần xây dựng một thị trường lành mạnh, một nền kinh tế phát triển và hoạt động kinh doanh có sự thành công bền vững. Sinh thời, Chủ tịch Hồ Chí Minh từng khẳng định và mong muốn: “Nền kinh tế quốc dân thịnh vượng nghĩa là sự kinh doanh của các công nghiệp, thương nghiệp thịnh vượng”(9).□

(9) Hồ Chí Minh. *Toán tập*, t.4, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2000, tr.49.