

NÂNG CAO ĐẠO ĐỨC KINH DOANH ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP, DOANH NHÂN **trong bối cảnh hiện nay**

PGS,TS NGUYỄN VĂN HÒA

Trường Đại học Đông Á, Đà Nẵng

ThS TÔN NỮ QUỲNH CHI - ThS NGUYỄN MINH HƯNG

Nhà xuất bản Đại học Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế

Đạo đức kinh doanh là tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức được biểu hiện cụ thể trong các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn hành vi của các chủ thể sản xuất kinh doanh. Đạo đức kinh doanh là biểu hiện triết lý của sản xuất kinh doanh, nó là một phần tất yếu của chủ thể sản xuất kinh doanh. Đạo đức kinh doanh có vai trò ngày càng quan trọng trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh. Trong bối cảnh hiện nay, việc nâng cao đạo đức kinh doanh cho doanh nghiệp, doanh nhân có ý nghĩa hơn bao giờ hết.

1. Đạo đức kinh doanh và vai trò của nó trong bối cảnh hiện nay

Hoạt động sản xuất, kinh doanh cần phải tuân theo cách thức phù hợp với các tiêu chuẩn của xã hội và các quy tắc đạo đức là một trong những điều kiện tiên quyết đối với mọi doanh nghiệp, mọi doanh nhân. Đạo đức là một hình thái ý thức xã hội xuất hiện cùng với sự xuất hiện của xã hội loài người; đạo đức có trong tất cả các mối quan hệ xã hội để điều chỉnh các mối quan hệ ấy cho phù hợp với yêu cầu xã hội, nó chính là cơ sở của nhân cách - giá trị làm người.

Đức và tài là cấu trúc tổng quát của nhân cách, giữa chúng có mối quan hệ mật thiết với nhau; trong

đó, đức là gốc để hình thành nên nhân cách. Mọi nhân cách đều là sự thống nhất giữa đức và tài; đức và tài tương xứng nhau trong mỗi nhân cách. Đức và tài là của nhân cách, đó chính là thực đức và thực tài. Những người thực tài phải là người có đức và ngược lại. Do vậy, những người thực tài bao giờ cũng trọng đạo lý; những người thực đức bao giờ cũng phải là người có sự hiểu biết thấu đáo và hoàn thành công việc mà mình đảm nhiệm một cách hiệu quả.

Tài của con người thể hiện ở cái trí, cái tâm; còn đức thể hiện ở cái tâm, cái tình. Trong nhân cách, cái trí, cái tâm, thống nhất tương xứng với cái tâm, cái tình. Tài càng lớn thì đức phải càng cao. Tài càng cao thì đức càng trọng. Tài đi đôi với đức; đức và tài gắn bó chặt chẽ với nhau; đức và tài quan hệ biện chứng với nhau trong nhân cách con người. “Có tài phải có đức, có tài không có đức, tham ô hủ hoá có hại cho nhà nước”¹. Đức là nguồn mạch - gốc rễ của con người. Hồ Chí Minh khẳng định: “Cũng như sông thì có nguồn mới có nước, không có nguồn thì sông cạn. Cây phải có gốc, không có gốc thì cây héo”². Đạo đức là nền tảng và là cơ sở để mỗi người phát huy tài năng. Bởi vậy, đạo đức được mọi xã hội, mọi thời đại quan tâm và đề cao. “Đức cao vọng trọng”. Doanh nghiệp, doanh nhân muốn phát triển bền vững phải luôn luôn vun xới gốc - tu dưỡng, rèn luyện đạo đức.

Đạo đức có mối quan hệ rất chặt chẽ với lợi ích. Vì thế, một nền kinh tế thị trường không thể thiếu đạo đức kinh doanh. Hiện nay, chúng ta đang xây dựng: “Kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là mô hình kinh tế tổng quát của nước ta trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội. Đó là nền kinh tế thị trường hiện đại, hội nhập quốc tế, vận hành đầy đủ, đồng bộ theo các quy luật của kinh tế thị trường, có sự quản lý của Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, do Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo; bảo đảm định hướng xã hội chủ nghĩa vì mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh” phù hợp với từng giai đoạn phát triển của đất nước”³.

Đạo đức kinh doanh là biểu hiện cụ thể của đạo đức trong hoạt động sản xuất, kinh doanh. Hoạt động sản xuất, kinh doanh bao gồm việc đầu tư, sản xuất, mua bán, cung cấp dịch vụ do các chủ thể sản xuất, kinh doanh tiến hành. Trong nền kinh tế thị trường, lợi ích kinh tế - lợi nhuận sản xuất kinh doanh chính là thành quả mà người sản xuất, kinh doanh nhận được qua việc cung cấp sản phẩm/dịch vụ của mình. Do đó, đạo đức kinh doanh *một mặt*, chịu sự chi phối bởi một hệ giá trị và chuẩn mực đạo đức xã hội nói chung; *mặt khác*, nó luôn gắn liền với lợi nhuận - lợi ích sản xuất, kinh doanh. Hay nói cách khác, lợi nhuận là thuộc tính cơ bản vốn có của sản xuất, kinh doanh, là dấu hiệu cơ bản khác biệt trong nội hàm sản xuất, kinh doanh; nói đến sản xuất, kinh doanh tức là nói đến lợi nhuận. Đến đây, chúng ta có thể định nghĩa đạo đức kinh doanh một cách ngắn gọn rằng: đạo đức kinh doanh là tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức được biểu hiện cụ thể trong các lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn hành vi của các chủ thể sản xuất, kinh doanh. Trong bối cảnh hiện nay, đạo đức kinh doanh có những vai trò như sau:

Thứ nhất, tạo ra môi trường sản xuất kinh doanh lành mạnh. Những nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức kinh doanh sẽ góp phần điều chỉnh hành vi của chủ thể sản xuất theo hướng tích cực, từ đó góp phần kiến tạo hệ sinh thái sản xuất kinh doanh công khai, minh bạch, bình đẳng, lành mạnh, ổn định và bền vững. Môi trường kinh doanh lành mạnh là một trong những điều kiện quan trọng để thúc đẩy đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp sáng tạo, tăng cường sức mạnh và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh

nh nghiệp. Môi trường kinh doanh lành mạnh là điều kiện để các chủ thể sản xuất kinh doanh vừa hợp tác vừa cạnh tranh lành mạnh. Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp sáng tạo luôn tạo nên sự thích ứng linh hoạt của doanh nghiệp, doanh nhân trong bối cảnh thế giới đầy biến động, mang lại động lực phát triển mạnh mẽ cho doanh nghiệp, doanh nhân.

Đạo đức kinh doanh là sự thể hiện quan hệ ứng xử và hành vi của con người, đem lại lợi ích cho người khác và cho xã hội. Chủ thể sản xuất phải trung thực, tôn trọng, có trách nhiệm đối với người khác (khách hàng, người lao động) và đối với xã hội. Cụ thể: không sản xuất kinh doanh hàng giả, độc hại đối với sức khỏe con người, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ; đảm bảo lợi ích chính đáng của người lao động và khách hàng; tuân thủ các quy định hiện hành; không làm ô nhiễm môi trường tự nhiên và môi trường xã hội. Do đó, đạo đức kinh doanh là nguồn cội của môi trường sản xuất, kinh doanh lành mạnh và phát triển bền vững của xã hội. Phát triển bền vững là sự phát triển không những đáp ứng nhu cầu của thế hệ hiện tại mà còn không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng những nhu cầu này của thế hệ tương lai. Môi trường lành mạnh của phát triển bền vững là sự kết hợp hài hòa của tăng trưởng kinh tế, đảm bảo công bằng xã hội, bảo vệ môi trường và tôn trọng nhân quyền.

Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa phải lấy con người làm gốc, trong đó giá trị cốt lõi là cạnh tranh lành mạnh và công bằng trong khuôn khổ của pháp luật và phù hợp với các chuẩn mực đạo đức kinh doanh.

Thứ hai, tạo dựng lòng tin và thu hút khách hàng, đối tác. Có liêm, chính thì mới có trong sạch, minh bạch. Nên tài khiến cho người ta phục, còn đức mới khiến cho người ta tin và ngưỡng mộ. Niềm tin bao giờ cũng có tính đạo đức; đức là tín. Muốn cho khách hàng và đối tác tìm đến doanh nghiệp thì trước hết, doanh nghiệp tạo dựng lòng tin cho họ. Khi doanh nghiệp được khách hàng tín nhiệm thì doanh nghiệp bán được nhiều hàng hóa hơn; trách nhiệm, trung thực, tôn trọng khách hàng và đối tác, gắn lợi ích của doanh nghiệp, doanh nhân với lợi ích khách hàng, đối tác và xã hội sẽ đem lại sự hài lòng, tin tưởng và dẫn đến sự hợp tác lâu dài, gắn bó của đối tác và khách hàng với doanh nghiệp, doanh

nhân. Theo đó, doanh nghiệp thu được nhiều lợi nhuận hơn; sự tín nhiệm càng cao thì sức hấp dẫn và sự tăng trưởng của doanh nghiệp càng cao.

Trong bối cảnh hiện nay, phát triển kinh tế số được đặt ở mức ưu tiên cao trong các chiến lược phát triển của Việt Nam. Kinh tế số (digital economy) là kinh tế được tiến hành dựa trên công nghệ số và sử dụng môi trường số làm không gian hoạt động chính. Nên mỗi khi đã tạo dựng lòng tin và thu hút khách hàng, đối tác thì “sức mạnh mềm” đó sẽ lan tỏa rộng khắp và nhân lên gấp bội. Đạo đức là cốt lõi của văn hóa. Hơn bao giờ hết, chúng ta nhận thức sâu sắc rằng: “Văn hóa phải được đặt ngang hàng với kinh tế, chính trị, xã hội”⁴.

Như vậy, doanh nghiệp dựa trên nền tảng thực hành đạo đức sẽ luôn có được sức thu hút, sự tin cậy và hợp tác của khách hàng và đối tác, luôn có chỗ đứng xứng đáng trên thị trường và luôn được xã hội trân trọng; đạo đức kinh doanh tạo nên hình ảnh, thương hiệu và sức hấp dẫn của doanh nghiệp, doanh nhân; ngược lại, nếu doanh nghiệp, doanh nhân không dựa trên nền tảng đạo đức kinh doanh thì sớm hay muộn sẽ chuốc lấy thất bại và sụp đổ.

Thứ ba, góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế. Khi những nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức kinh doanh được thấm sâu vào hoạt động của doanh nghiệp, doanh nhân thì sự phát triển của doanh nghiệp, doanh nhân luôn gắn liền với sự phồn vinh, thịnh vượng của đất nước. Trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, doanh nghiệp, doanh nhân phải làm giàu cho chính mình, cho cộng đồng và đất nước với mục tiêu nhất quán: dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh. “Sự phát triển của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa đã và đang đào thải dần những doanh nghiệp theo đuổi thứ kinh doanh phản văn hóa, phi đạo đức; tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kinh doanh chân chính, có trách nhiệm phát triển ngày càng lớn mạnh”⁵. Đạo đức kinh doanh chẳng những là “sức mạnh mềm” bảo đảm cho doanh nghiệp, doanh nhân phát triển bền vững, mà còn hướng tới tầm nhìn “Doanh nghiệp vững mạnh - Quốc gia hùng cường, thịnh vượng”.

Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa thể hiện tính đạo đức của phát triển. Đó chính là: “Chúng ta cần một xã hội mà trong đó sự phát

triển là thực sự vì con người, chứ không phải vì lợi nhuận mà bóc lột và chà đạp lên phẩm giá con người. Chúng ta cần sự phát triển về kinh tế đi đôi với tiến bộ và công bằng xã hội, chứ không phải gia tăng khoảng cách giàu nghèo và bất bình đẳng xã hội. Chúng ta cần một xã hội nhân ái, đoàn kết, tương trợ lẫn nhau, hướng tới các giá trị tiến bộ, nhân văn, chứ không phải cạnh tranh bất công, “cá lớn nuốt cá bé”, vì lợi ích vị kỷ của một số ít cá nhân và các phe nhóm. Chúng ta cần sự phát triển bền vững, hài hòa với thiên nhiên để bảo đảm môi trường sống trong lành cho các thế hệ hiện tại và tương lai, chứ không phải để khai thác, chiếm đoạt tài nguyên, tiêu dùng vật chất vô hạn độ và hủy hoại môi trường”⁶.

Thứ tư, tham gia ngày càng sâu hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu và xác lập ngày càng vững chắc vị thế và uy tín của doanh nghiệp và nền kinh tế. Con người luôn có khát vọng vươn tới cái chân, cái thiện, cái mỹ để không ngừng hoàn thiện nhân cách của mình và góp phần làm cho xã hội ngày càng văn minh tiến bộ hơn. Vì thế, hoạt động kinh doanh không chỉ là hoạt động khoa học, hoạt động nghệ thuật mà còn là hoạt động đạo đức. Hoạt động kinh doanh phải tuân theo các nguyên tắc đạo đức của nó. Giá trị kinh tế trong sản xuất kinh doanh không thể tách rời giá trị đạo đức trong kinh doanh và đó cũng chính là văn hóa của sản xuất kinh doanh.

Đạo đức kinh doanh là một trong những nhân tố vừa đảm bảo cho sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp được vận hành thông suốt theo yêu cầu của quy luật khách quan, vừa khắc phục mặt trái của cơ chế thị trường, toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. Đạo đức kinh doanh là một chuẩn mực đòi hỏi tất cả các doanh nghiệp, doanh nhân phải hướng đến trong điều kiện thế giới ngày càng trở thành một thị trường thống nhất, công dân mỗi quốc gia hướng đến trở thành công dân toàn cầu. Đây là lương tâm và trách nhiệm của mỗi doanh nghiệp, doanh nhân; là chìa khóa để các doanh nghiệp, doanh nhân tạo dựng nên những không gian phát triển mới tương xứng với toàn cầu hoá, hội nhập quốc tế và cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ. Kinh doanh có đạo đức thì tư cách công dân và lợi ích lâu dài của doanh nghiệp, doanh nhân được đảm bảo; từ đó, tham gia ngày càng sâu hơn vào chuỗi giá

trị toàn cầu và xác lập ngày càng vững chắc vị thế và uy tín của doanh nghiệp nói riêng và nền kinh tế ở mỗi quốc gia nói chung. Có thể nói rằng, đạo đức kinh doanh là biểu hiện triết lý kinh doanh của doanh nghiệp, doanh nhân.

2. Thực trạng đạo đức của doanh nghiệp, doanh nhân

Năm 2023, theo thống kê, Việt Nam có gần 907.000 doanh nghiệp đang hoạt động, khoảng 15.300 hợp tác xã và khoảng 5.600.000 hộ kinh doanh; gần 7.000.000 doanh nhân. Khu vực doanh nghiệp đóng góp hơn 60% GDP, khoảng 30% tổng số lao động đang làm việc. Các doanh nghiệp, doanh nhân có mặt ở hầu hết các ngành nghề, lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, đóng vai trò hết sức quan trọng trong phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh; trong việc đưa Việt Nam vào vị thế quốc gia hùng cường và hạnh phúc. Bên cạnh những thành tựu nêu trên vẫn còn những hạn chế sau:

Thứ nhất, một số doanh nhân và doanh nghiệp thiếu trung thực, thiếu trách nhiệm đối với khách hàng và xã hội; thiếu tu dưỡng rèn luyện bản mình để trở thành những doanh nhân chân chính đủ đức, đủ tài, nên dẫn đến hoạt động của họ chưa phù hợp với chuẩn mực xã hội, chưa phù hợp với pháp luật. Thời gian qua, ở nơi này, nơi khác một số doanh nhân do suy thoái về đạo đức nên đã trở thành những kẻ mua chuộc, hối lộ, gian lận, lừa đảo, chiếm đoạt tài sản, trốn thuế, tàn phá môi trường và vướng vào vòng lao lý. Theo đó, doanh nghiệp thua lỗ và sụp đổ. Trong số những doanh nhân và doanh nghiệp đó, có không ít người và cơ sở sản xuất kinh doanh đã từng nổi tiếng, đã từng là khát vọng và mục tiêu phấn đấu của các hoạt động khởi sáng tạo.

Thứ hai, một bộ phận doanh nhân đã lợi dụng kẽ hở của pháp luật để làm giàu bất chính; mua chuộc, hối lộ những cán bộ có chức, có quyền để tạo điều kiện cho họ làm ăn phi pháp. “Một bộ phận doanh nhân đạo đức, văn hoá kinh doanh, ý thức chấp hành pháp luật, trách nhiệm xã hội, tinh thần dân tộc chưa cao, còn vi phạm pháp luật, cấu kết với cán bộ suy thoái, chạy theo lợi ích cá nhân, gây thiệt hại cho Nhà nước, làm giảm sút niềm tin của Nhân dân”⁷, làm đảo lộn các chuẩn mực, giá trị đạo đức kinh doanh.

Thứ ba, một số doanh nhân, doanh nghiệp vi phạm đạo đức, văn hóa kinh doanh; thiếu sự gắn kết văn hoá kinh doanh với bản sắc dân tộc; thiếu trách nhiệm đối với cộng đồng và xã hội; chưa tiếp cận được tinh hoa văn hóa kinh doanh của nhân loại.

Nguyên nhân của những hạn chế trên đó chính là:

- Công tác tuyên truyền, giáo dục nâng cao nhận thức và vai trò của đạo đức kinh doanh của các doanh nhân chưa được quan tâm đúng mức, cụ thể như chưa thấy rõ đạo đức doanh nhân là uy tín, hình ảnh và thương hiệu của doanh nghiệp; chưa thấy rõ đạo đức doanh nhân có mối quan hệ mật thiết với văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp, là điều kiện cần thiết đảm bảo sự phát triển nhanh và bền vững của doanh nghiệp; chưa ý thức được rằng, đạo đức doanh nhân là sức mạnh mềm, là nguồn lực, là động lực của mỗi doanh nhân và cộng đồng doanh nghiệp.

- Hệ thống pháp luật về kinh doanh và hệ thống tiêu chuẩn, tiêu chí đạo đức kinh doanh chưa theo kịp yêu cầu của thực tiễn, còn nhiều bất cập và thiếu đồng bộ. Do đó, môi trường sản xuất, kinh doanh chưa thực sự lành mạnh; chưa tạo điều kiện tối ưu cho doanh nhân, doanh nghiệp trong phát triển kinh tế số, kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn và kinh tế chia sẻ.

- Một số doanh nhân chưa quan tâm, chưa làm gương trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp và lan tỏa những giá trị cốt lõi của văn hóa doanh nghiệp. Cơ chế “xin - cho” chưa được loại bỏ hoàn toàn; dịch vụ công chưa thật sự trong sạch, công khai, minh bạch và chưa tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nhân, doanh nghiệp kinh doanh có văn hóa và mở rộng không gian phát triển. Thiếu cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp, doanh nhân phấn đấu, xây dựng đạo đức gắn với văn hóa kinh doanh.

3. Một số giải pháp góp phần nâng cao đạo đức kinh doanh cho doanh nghiệp, doanh nhân ở nước ta hiện nay

Thứ nhất, nâng cao nhận thức về đạo đức kinh doanh và vai trò của nó trong bối cảnh hiện nay. Hơn bao giờ hết, trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế và cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ và sâu rộng, chúng ta cần nhận thức rõ đạo đức kinh doanh là một phần tất yếu để tạo ra lợi nhuận và phát triển bền vững của doanh nghiệp nói riêng và của nền

kinh tế nói chung; đất nước muốn phát triển nhanh và bền vững cần phải có nhiều doanh nghiệp, doanh nhân với thực tài, thực đức để hiện thực hóa khát vọng Việt Nam hùng cường, thịnh vượng; *quán triệť* đường lối, chủ trương phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, vì mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”.

Lợi nhuận mà bất chấp đạo đức thì đó là những đồng tiền bẩn; còn lợi nhuận dựa trên đạo đức kinh doanh thì đó là những đồng tiền chân chính, ánh lên sự lấp lánh của trí tuệ, lương tâm. Những đồng tiền bẩn bao giờ cũng vấy bẩn mình; những đồng tiền chân chính bao giờ cũng hướng chúng ta đến những điều chân chính. Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa kiên quyết không dung túng với những ai sản xuất kinh doanh phi đạo đức; tạo điều kiện cho những ai sản xuất kinh doanh chân chính phát triển ngày càng lớn mạnh. Với doanh nhân chân chính, đức và tài phải luôn song hành.

Thứ hai, xây dựng, ban hành tiêu chuẩn, tiêu chí đạo đức kinh doanh mang tính định hướng cho việc nâng cao giá trị của doanh nghiệp, doanh nhân. Các tiêu chuẩn, tiêu chí của đạo đức kinh doanh giúp cho các doanh nghiệp, doanh nhân ứng xử một cách linh hoạt, phù hợp, cụ thể với các chủ thể trong nền kinh tế; để các doanh nghiệp, doanh nhân tự soi chiếu vào các nội dung tiêu chuẩn, tiêu chí đã quy định để tự sửa mình, hoàn thiện mình hằng ngày.

Hệ thống tiêu chuẩn, tiêu chí đạo đức kinh doanh phải được xây dựng theo các chuẩn mực, thông lệ trong nước và quốc tế theo hướng thích ứng với bối cảnh mới, tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu ngày càng sâu hơn, môi trường kinh doanh ngày càng lành mạnh hơn, “sức mạnh mềm” ngày càng gia tăng hơn và doanh nghiệp chân chính ngày càng giàu hơn.

Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa Việt Nam là nền kinh tế thị trường hiện đại, lấy con người là trung tâm của sự phát triển, thực hiện mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”, đáp ứng những chuẩn mực của nền kinh tế thị trường toàn cầu. Chính vì thế, hệ thống chính trị cùng với doanh nghiệp và doanh nhân cần ưu tiên xây dựng, ban hành và hoàn thiện tiêu chuẩn, tiêu chí đạo đức kinh doanh theo yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội; kiên quyết loại bỏ tình

trạng tham nhũng, cơ chế “xin - cho”, lãng phí và các rào cản gây ách tắc đối với sản xuất kinh doanh. Việc xây dựng, ban hành và hoàn thiện tiêu chuẩn, tiêu chí đạo đức kinh doanh là góp phần kiến tạo cơ sở hạ tầng “mềm” của nền kinh tế, làm cho thị trường lành mạnh và hoạt động tốt hơn.

Thứ ba, nâng cao đạo đức doanh nhân gắn với xây dựng văn hóa doanh nghiệp. Chủ thể của các hoạt động trong doanh nghiệp là những con người, trong đó doanh nhân là người đứng đầu doanh nghiệp. Theo đó, văn hóa doanh nghiệp bao giờ cũng liên quan chặt chẽ với đạo đức doanh nhân, sự phát triển của doanh nghiệp và văn hóa doanh nghiệp chịu sự chi phối của đạo đức doanh nhân; hơn nữa, văn hóa doanh nghiệp chính là hệ thống bao gồm những giá trị, nghi lễ, biểu tượng, chuẩn mực những tình cảm và lý tưởng đạo đức được hình thành trong quá trình xây dựng và phát triển của doanh nghiệp. Chính vì thế, nâng cao đạo đức kinh doanh trước hết là trách nhiệm của những người đứng đầu doanh nghiệp - đội ngũ doanh nhân. Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng đã chỉ rõ: “Phát triển đội ngũ doanh nhân lớn mạnh về số lượng và chất lượng, có tinh thần cống hiến cho dân tộc, có chuẩn mực văn hóa, đạo đức tiên bộ và trình độ quản trị kinh doanh giỏi. Tạo môi trường, điều kiện thuận lợi cho doanh nhân khởi nghiệp sáng tạo, kinh doanh lành mạnh, cống hiến tài năng. Khuyến khích doanh nhân thực hiện trách nhiệm xã hội và tham gia phát triển xã hội. Tôn vinh, khen thưởng kịp thời, xứng đáng những doanh nhân có nhiều đóng góp cho sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc”⁸.

Nâng cao đạo đức kinh doanh phải gắn với xây dựng văn hóa doanh nghiệp, đó là yêu cầu cấp thiết của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa trong bối cảnh hiện nay. Doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam cùng toàn xã hội cần vận dụng và phát huy những giá trị truyền thống tốt đẹp của cộng đồng, dân tộc, tinh hoa văn hóa của nhân loại trong hoạt động sản xuất kinh doanh, làm cho cái lợi trong kinh doanh gắn với những giá trị chân - thiện - mỹ. Nâng cao đức kinh doanh là góp phần tích cực vào việc phát huy giá trị văn hóa, sức mạnh con người Việt Nam; là chìa khóa để doanh nghiệp, doanh nhân mở cửa, tiến bước vững chắc vào kỷ nguyên số.

Xem tiếp trang 57

Giáo hội Phật giáo Việt Nam: “Bản chất của hiện tượng gieo quẻ âm dương, về mặt tâm linh nó thể hiện sự không tự tin của chúng ta khi mà chúng ta mong muốn một nguyện vọng gì đó mà chúng ta cầu xin, nếu nói về mặt toán học, thì đây là một vấn đề xác suất, mà xác suất, chỉ có âm và dương thì kiểu gì nó cũng xảy ra, chúng ta gieo mãi rồi kiểu gì nó cũng xảy ra. Nếu chúng ta đến chùa, đến đền, đến đình bày tỏ cái nguyện vọng mà chúng ta quyết tâm thực hiện nó theo đúng chánh pháp thì chúng ta sẽ có kết quả tốt, mà nói như nhà Phật nói đó là cái nhân - quả, gieo cái nhân tốt thì chúng ta sẽ có quả tốt”¹¹.

Những hiện tượng mê tín dị đoan này gây phản cảm đối với du khách tham gia lễ hội. Do đó, về lâu về dài, chúng ta cần phải có biện pháp hiệu quả để đấu tranh, khắc phục những hiện tượng mê tín dị đoan trong lễ hội nói riêng và trong đời sống nhân dân nói chung, kiên quyết “phê phán và ngăn chặn các biểu hiện tiêu cực, mê tín, dị đoan”¹². Thực trạng này, làm xuất hiện những quan niệm lệch lạc, thiếu tích cực, mất đi ý nghĩa và giá trị tốt đẹp của lễ hội truyền thống. Điều này cho thấy, “lễ hội, đền, chùa... không còn là nơi văn cảnh, không gian sinh hoạt văn hóa nữa. Nó cũng không còn là nơi nuôi dưỡng tâm hồn, tư tưởng tích cực của con người nữa. Từ đây, những hiện tượng xuống cấp đạo đức, lối sống cũng xuất hiện. Thói háo danh, ganh đua, vơ vét, tham lam quyền chức, bổng lộc của đời sống xã hội đã “đổ bộ” vào chốn tâm linh. Ở ngay những nơi được coi là cõi linh thiêng đã bị vấy bẩn bởi sự u mê. Người ta mang ngay những tư tưởng về sự bon chen, xô bồ của cuộc sống vào việc hành lễ và tham gia lễ hội”¹³.

Thực tế trên đã tác động và hình thành nên nhân sinh quan tiêu cực, lạc hậu trong đời sống của một bộ phận nhân dân, ảnh hưởng đến lối sống, cách nghĩ, cách làm của họ. Chính quan niệm sống thiếu tính tích cực đó đã tác động làm lệch chuẩn những quan niệm, giá trị tốt đẹp của lễ hội truyền thống ảnh hưởng đến đời sống văn hóa tinh thần của xã hội hiện nay.

- 1, 6. Ngô Đức Thịnh: *Tín ngưỡng và lễ hội cổ truyền Việt Nam*, Nxb VHNT, H, 2018, tr. 14, 191.
- 2, 3, 4. Nguyễn Tri Nguyên: *Bản chất và đặc trưng tín ngưỡng dân gian*, Tạp chí Di sản văn hóa, số 7, 2004, tr. 23, 23, 24.
5. Phùng Thị An Na: *Nhân sinh quan của người Việt qua Folklore Việt Nam*, Luận án tiến sĩ triết học, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, H, 2015, tr. 82.
- 7, 12. Đảng Cộng Sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, Nxb CTQG - ST, H, 2021, tr. 262, 144.
8. Văn phòng Trung ương Đảng: *Văn kiện Hội nghị lần thứ chín Ban chấp hành Trung ương khóa XI*, H, 2014, tr. 47.
9. Người ta đốt các loại vàng mã những thứ mà trần gian có cái gì thì đốt cái đó cho dưới xuống âm phủ như lâu đài, biệt thự, xe hơi... có chi hàng chục, thậm chí hàng trăm triệu đồng mua vàng mã, thật lãng phí tốn kém; Đốt tỏ ra thành kính với thần linh hơn, để được thần linh phù hộ, người ta làm thịt cả cặp trâu thui nguyên con đặt lễ cúng thần linh.
10. Báo Nông Thôn ngày nay (MP4.video): *Người đi lễ Đền Bà Chúa Kho khốn khổ với nạn “khẩn thuê, lễ mướn”*.
11. vtv.vn/truyen-hinh-truc-tuyen/vtv1/chuyen-dong-24h-0.htm, ngày 3-2-2023.
13. Đặng Quang Định: *Sự biến đổi nhân sinh quan của cư dân đồng bằng Sông Hồng thể hiện qua các lễ hội truyền thống*, Tạp chí Lý Luận Chính trị, (2), H, 2017, tr. 90.

NÂNG CAO ĐẠO ĐỨC KINH DOANH ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP...

Tiếp theo trang 52

- 1, 2. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Nxb CTQG, H, 2011, t.10, tr. 345 - 346; t. 5, tr. 292.
- 3, 8. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, t. 1, Nxb CTQG - ST, H, 2021, tr.128, tr.167-168.
4. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương khóa XI*, Văn phòng Trung ương Đảng, Hà Nội, 2014, tr.48.

5. <https://tapchimatran.vn/nguyen-cuu/dao-duc-doanh-nhan-va-van-hoa-kinh-doanh-o-viet-nam-trong-boi-ca-nh-moi-53872.html>.
6. Nguyễn Phú Trọng: *Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam*, Nxb CTQG - ST, H, 2022, tr.21-22.
7. Đảng Cộng sản Việt Nam: Số 41-NQ/TW ngày 10-10-2023, Nghị quyết của Bộ Chính trị về *Xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ mới*, tr. 1.