

# TÁC ĐỘNG CỦA KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐẾN ĐẠO ĐỨC KINH DOANH Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

★ PGS, TS TRẦN SỸ PHÁN  
★ ThS NGUYỄN THỊ KIM DUNG

● **Tóm tắt:** Bài viết nêu lên nội hàm của khái niệm đạo đức kinh doanh và đi sâu phân tích sự tác động của kinh tế thị trường đến đạo đức kinh doanh thông qua quy luật hình thành và phát triển của đạo đức; thông qua cơ chế, chính sách; thông qua hệ thống luật pháp; môi trường kinh doanh; lợi ích v.v..

● **Từ khóa:** kinh tế thị trường, kinh doanh, đạo đức kinh doanh.

## 1. Đạo đức kinh doanh

Về bản chất, kinh tế thị trường (KTTH) là nền kinh tế vận hành theo sự điều tiết của cơ chế thị trường, lấy sự tồn tại và phát triển của quan hệ hàng hóa - tiền tệ làm cơ sở; là kinh tế hàng hóa đạt đến trình độ xã hội hóa cao và trình độ kỹ thuật tiên tiến, trong đó toàn bộ hay hầu hết đầu vào và đầu ra của sản xuất đều phải thông qua thị trường.

Nền KTTH mà chúng ta xây dựng một mặt tuân theo những quy luật của các loại hình và mô hình KTTH đã từng tồn tại trong lịch sử (quy luật giá trị, quy luật cung cầu, quy luật cạnh tranh, quy luật lưu thông tiền tệ, v.v.). Mặt khác, nền kinh tế đó dựa trên cơ sở và được dẫn dắt, chi phối bởi các nguyên tắc và bản chất của CNXH. Tại Đại hội khóa XII, Đảng ta chỉ rõ: "Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa Việt Nam là nền kinh tế vận hành đầy đủ, đồng bộ theo các quy luật của kinh tế thị trường, đồng thời bảo đảm định hướng xã hội chủ nghĩa phù hợp với từng giai đoạn phát triển của đất nước.

Đó là nền kinh tế thị trường hiện đại và hội nhập quốc tế; có sự quản lý của Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, do đảng Công sản Việt Nam lãnh đạo, nhằm mục tiêu "dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh"<sup>(1)</sup>.

Trong một nền kinh tế, hoạt động *kinh doanh* đóng vai trò hết sức quan trọng. Đó là toàn bộ hay một phần quá trình đầu tư từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lời. Trong các lĩnh vực kinh doanh thì sản xuất công nghiệp, sản xuất nông-lâm nghiệp, bán lẻ và phân phối là những lĩnh vực chính. Ngoài ra còn có kinh doanh bất động sản, kinh doanh tài chính, kinh doanh thông tin - giải trí, kinh doanh vận tải, v.v..

Cũng như tất cả các lĩnh vực hoạt động xã hội khác, hoạt động kinh doanh cũng có những yêu cầu đạo đức riêng của mình. Những yêu cầu đó đòi hỏi chủ thể kinh doanh (tổ chức, cá nhân) phải điều chỉnh nhận thức, hành vi hoạt động sao cho phù hợp với yêu cầu xã hội. Ph.Ăngghen

từng viết: "Trong thực tế, mỗi giai cấp và ngay cả mỗi nghề nghiệp đều có đạo đức riêng của mình, và đều vi phạm đạo đức ấy, mỗi khi thấy có thể vi phạm mà không bị trừng phạt"<sup>(2)</sup>.

Hiện nay có rất nhiều (khoảng gần 200) quan niệm khác nhau về đạo đức kinh doanh<sup>(3)</sup>. Sở dĩ có sự khác nhau trong quan niệm về đạo đức kinh doanh như vậy là do cách tiếp cận khác nhau, hay do mục đích nghiên cứu không giống nhau. Trong khuôn khổ bài viết này, chúng tôi quan niệm đạo đức kinh doanh là hệ thống giá trị, nguyên tắc, chuẩn mực dùng để đánh giá, chỉ dẫn cách ứng xử của cá nhân, tổ chức kinh doanh trong quan hệ với nhau và với xã hội. Chúng được thực hiện bởi niềm tin cá nhân, bởi truyền thống dân tộc, bởi dư luận xã hội và sức mạnh của luật pháp nhằm bảo đảm cho sự phát triển của doanh nghiệp trên con đường tìm kiếm lợi nhuận cho mình.

## 2. Kinh tế thị trường và đạo đức kinh doanh

Quá trình chuyển đổi cơ chế quản lý kinh tế, từ cơ chế tập trung quan liêu, bao cấp sang nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, vận động theo cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước do Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo - hay còn gọi là nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa - đã tác động đến mọi lĩnh vực của xã hội, trong đó có đời sống đạo đức xã hội nói chung, đạo đức kinh doanh nói riêng. Sự tác động đó không trực tiếp mà thông qua quy luật hình thành và phát triển của đạo đức; thông qua cơ chế chính sách; hệ thống luật pháp; môi trường kinh doanh; lợi ích, v.v..

Trong các quy luật hình thành và phát triển của đạo đức (quy luật tồn tại xã hội quyết định ý thức xã hội, cơ sở hạ tầng quyết định kiến trúc thượng tầng; quy luật kế thừa trong sự phát triển của đạo đức; quy luật tương tác giữa các hình thái ý thức xã hội với ý thức đạo đức; quy luật đấu tranh của hai nền đạo đức trong xã hội có

đối kháng giai cấp v.v) thì quy luật tồn tại xã hội quyết định ý thức xã hội, cơ sở hạ tầng quyết định kiến trúc thượng tầng thể hiện rõ nét nhất sự tác động của KTTT đến đạo đức.

Ph.Ăngghen từng viết: "Xét cho đến cùng, mọi học thuyết về đạo đức đã có từ trước đến nay đều là sản phẩm của tình hình kinh tế của xã hội lúc bấy giờ"<sup>(4)</sup> và mỗi khi "cơ sở kinh tế thay đổi thì toàn bộ cái kiến trúc thượng tầng đồ sộ cũng bị đảo lộn ít nhiều nhanh chóng"<sup>(5)</sup>. Do đó, phù hợp với cơ sở hạ tầng, với KTTT TBCN có đạo đức của xã hội tư bản. Phù hợp với cơ sở hạ tầng, với KTTT xã hội XHCN có đạo đức XHCN.

Có thể nói, nguyên tắc đạo đức cơ bản của xã hội tư bản là chủ nghĩa cá nhân, mà cơ sở lý luận của chủ nghĩa cá nhân tư sản là thừa nhận sự tự trị và những quyền tuyệt đối của các cá nhân trong xã hội - coi đây như là một "bản tính tự nhiên" của con người và cơ sở kinh tế của nó, đó là chế độ sở hữu tư nhân tư bản về tư liệu sản xuất. Trong khi đó, nguyên tắc đạo đức cơ bản của xã hội XHCN là chủ nghĩa tập thể - sự thống nhất tự giác giữa những cá nhân vì lý tưởng cao quý của con người; sự thống nhất của tình đồng chí, tình thân trách nhiệm, thái độ tôn trọng, hợp tác, tương trợ, giúp đỡ lẫn nhau theo tôn chỉ con người vì con người, vì sự phát triển toàn diện của mỗi con người và của toàn xã hội. Nền đạo đức mới của giai cấp vô sản - như Ph.Ăngghen nói, sẽ là nền đạo đức "đang tiêu biểu cho sự lật đổ hiện tại, biểu hiện cho lợi ích của tương lai [...] là thứ đạo đức có một số lượng nhiều nhất những nhân tố hứa hẹn một sự tồn tại lâu dài".<sup>(6)</sup>

Do cơ chế vận động của các quan hệ hàng hóa - tiền tệ, quan hệ cung - cầu, quy luật cạnh tranh và vì mục tiêu lợi nhuận, KTTT một mặt kích thích tính tự chủ, sáng tạo, lòng hàng say đối với công việc của người lao động; mặt khác, vì mục tiêu sinh lời, chạy theo lợi nhuận, nên trong hoạt

động kinh doanh dễ nảy sinh và phát triển chủ nghĩa cá nhân, lối sống thực dụng, vị kỷ, vụ lợi. Trong bộ *Tư bản*, C.Mác đã dẫn lời của T.J.Dunning rằng: "Với một lợi nhuận thích đáng thì tư bản trở nên can đảm. Được bảo đảm 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 chà 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. Nếu sự ồn ào và cái cọ đem lại lợi nhuận thì tư bản khuyến khích cả hai. Chứng cứ là: buôn lậu và buôn nô lệ"<sup>(9)</sup>. Do đó "Đi vào kinh tế thị trường, phải kiên quyết đấu tranh khắc phục, hạn chế tối đa những khuynh hướng tiêu cực đó"<sup>(10)</sup> - nhất là trong hoạt động kinh doanh, để cho hoạt động kinh doanh đi đúng hướng, vừa bảo đảm mục đích "sinh lời" để tái sản xuất mở rộng, lại vừa bảo đảm sự phát triển bền vững của đất nước trên tất cả các lĩnh vực, trong đó có đời sống đạo đức xã hội nói chung, đạo đức kinh doanh nói riêng.

*Về cơ chế, chính sách.* Cơ chế, chính sách là một trong những nhân tố tác động đến đời sống đạo đức xã hội, trong đó có đạo đức kinh doanh. Chẳng hạn, con người Việt Nam trước thời kỳ đổi mới có sáu đặc điểm nổi bật, trong đó có những đặc điểm thuộc về giá trị, chuẩn mực đạo đức: Ít biết tính toán hiệu quả kinh tế (69,4%); Chịu đựng gian khổ, ít đòi hỏi (64,7%); kém năng động, tháo vát trong sản xuất, ứng xử (64,5%); hướng vào những giá trị tập thể là chính (61,2%); sống nặng về tình nghĩa (54,7%); thích bình quân chủ nghĩa (54,6%)<sup>(9)</sup>.

Chính các đặc điểm trên, cùng với việc chúng ta có những quan niệm không đúng, còn gián đoạn về CNXH, về con đường xây dựng CNXH, về sản xuất hàng hóa, về cơ chế thị trường, v.v đã

dẫn đến tình trạng khủng hoảng kinh tế-xã hội, khiến đời sống nhân dân gặp rất nhiều khó khăn, nhiều nhu cầu tối thiểu của đời sống nhân dân không được đáp ứng, thu chi ngân sách mất cân đối nghiêm trọng; giá cả tăng cao: năm 1976: tăng 128%; năm 1977: tăng 117%; 1978: tăng 120,9%; 1979: tăng 119,4%<sup>(10)</sup>.

Bước vào thời kỳ đổi mới, chủ trương xóa bỏ cơ chế tập trung quan liêu, bao cấp, chuyển sang cơ chế KTTT đã làm chuyển dịch thang giá trị nhân cách con người Việt Nam nói chung, thang giá trị đạo đức nói riêng, thậm chí có một số giá trị bị đảo lộn. Cụ thể, sau đổi mới, con người Việt Nam có bảy đặc điểm: Đòi hỏi mức tiêu dùng hàng ngày cao (83,2%); biết tính toán hiệu quả kinh tế (79,4%); chấp nhận ganh đua, cạnh tranh (74,4%); hướng vào những lợi ích cá nhân là chính (64,0%); chấp nhận sự phân hóa giàu nghèo (63,3%); quan hệ người-người dựa trên quan hệ kinh tế là chính (60,0%) và dám chấp nhận phiêu lưu, mạo hiểm (55,7%)<sup>(11)</sup>. Chính quá trình đổi mới, đặc biệt là đổi mới cơ chế quản lý kinh tế nói riêng đã góp phần kích thích tích cực, chủ động, sáng tạo trong hoạt động sản xuất, kinh doanh - với tư cách là một trong những nguyên tắc đạo đức mới, tạo ra bầu không khí vui tươi, phấn khởi trong đời sống tinh thần xã hội, góp phần quan trọng vào những thành tựu to lớn, có ý nghĩa lịch sử, đưa đất nước thoát khỏi tình trạng khủng hoảng kinh tế - xã hội và kém phát triển, trở thành nước đang phát triển có thu nhập trung bình, tiếp tục đẩy mạnh CNH - HDH và hội nhập quốc tế, tạo tiền đề, nền tảng để nước ta tiếp tục đổi mới và phát triển mạnh mẽ trong những năm tới.

Tuy đạt được những thành tựu quan trọng trong việc hoàn thiện thể chế KTTT định hướng XHCN ở Việt Nam, nhất là hệ thống pháp luật, cơ chế, chính sách, nhưng so với yêu cầu phát

triển của đất nước thì cơ chế, chính sách của chúng ta hiện nay còn chưa đầy đủ, thiếu đồng bộ; cơ chế kiểm tra, giám sát, kiểm soát và xử lý vi phạm còn yếu; năng lực phân tích, dự báo và điều chỉnh chủ trương, cơ chế, chính sách còn hạn chế. Không ít cá nhân, tổ chức hoạt động kinh doanh đã lợi dụng những bất cập trong cơ chế, chính sách của Đảng, Nhà nước để làm giàu bất chính thông qua các hình thức gian lận thương mại, buôn lậu, trốn thuế, kinh doanh hàng kém chất lượng, v.v., gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến sự phát triển kinh tế - xã hội và sức khỏe người dân, đi ngược lại hệ giá trị nhân cách và chuẩn mực đạo đức xã hội.

*Về hệ thống pháp luật.* Thông qua pháp luật, KTTT tác động đến đạo đức xã hội, đặc biệt là đạo đức kinh doanh. Hệ thống pháp luật đầy đủ, đồng bộ, khoa học, phản ánh đúng quy luật vận động và phát triển của xã hội sẽ tạo hành lang pháp lý cho việc thực hiện quyền và nghĩa vụ công dân, trong đó có nghĩa vụ đạo đức, góp phần nâng cao ý thức và hành vi đạo đức của người dân cũng như của các chủ doanh nghiệp. Hiện nay ở nước ta, "Hệ thống pháp luật thiếu đồng bộ, nhiều nội dung chưa đáp ứng yêu cầu xây dựng Nhà nước pháp quyền, còn chống chèo; tính công khai, minh bạch, khả thi, ổn định còn hạn chế. Kỳ cương, kỷ luật trong quản lý nhà nước, thực thi công vụ còn nhiều yếu kém"<sup>(12)</sup>. Chính những bất cập về thể chế, chính sách trên một số lĩnh vực, sự thiếu đồng bộ của hệ thống pháp luật, tính khả thi chưa cao; chưa có cơ chế đủ mạnh để kiểm soát chặt chẽ hoạt động sản xuất, kinh doanh; công tác kiểm tra, giám sát việc thực thi quyền lực của người có chức vụ, quyền hạn chưa được quan tâm đúng mức v.v. dẫn đến việc trục lợi, xâm phạm lợi ích chính đáng, hợp pháp của người dân, vi phạm chuẩn mực đạo đức xã hội.

*Về môi trường kinh doanh.* Môi trường kinh doanh là tổng thể các yếu tố (bên trong lẫn bên ngoài, vật chất lẫn tinh thần) ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp.

Trong các yếu tố của môi trường kinh doanh, ngoài các yếu tố vật chất như: tiền vốn, công nghệ - kỹ thuật, khách hàng, nhà cung ứng, môi trường tự nhiên... còn có các yếu tố tinh thần: truyền thống, thói quen, văn hóa công ty, văn hóa xã hội, giá trị ước vọng lãnh đạo... Các yếu tố tinh thần này có ảnh hưởng rất lớn đến đạo đức kinh doanh. Kinh doanh có đạo đức hay không, không phụ thuộc nhiều vào các yếu tố vật chất, mà chủ yếu phụ thuộc vào các yếu tố tinh thần của môi trường kinh doanh. Điều này thể hiện hết sức rõ nét trong các triết lý đạo đức kinh doanh. Chẳng hạn xuất phát từ ước vọng, ham muốn làm giàu cho cá nhân đã hình thành nên chủ nghĩa vị kỷ trong kinh doanh - một thứ triết lý chỉ quan tâm đến lợi ích kinh tế của cá nhân, của doanh nghiệp mà không quan tâm đến lợi ích của người khác, của xã hội. Hệ quả là sự sinh sôi của những hành vi thiếu đạo đức trong kinh doanh, làm giàu bất chính, ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức khỏe, đời sống của người dân: "tình hình ngộ độc thực phẩm và các bệnh truyền qua thực phẩm diễn ra khá nghiêm trọng; yếu tố môi trường tự nhiên, môi trường sản xuất, kinh doanh thực phẩm chưa được quan tâm đúng mức"<sup>(13)</sup>.

Để cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và quốc tế, Đảng và Nhà nước ta đã có nhiều chủ trương, chính sách, ban hành một số nghị quyết, trong đó có Nghị quyết số 02 /NQ-CP ngày 1 tháng 1 năm 2019 của Chính phủ *Về tiếp tục thực hiện những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia*

năm 2019 và định hướng đến năm 2021, trong đó nhấn mạnh vai trò định hướng của Nhà nước, tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng, thông thoáng, công khai, minh bạch để mọi người dân đều có thể đóng góp công sức, của cải phát triển sản xuất kinh doanh làm giàu cho mình, cho đất nước.

*Vấn đề lợi ích.* Hiểu một cách khái quát, lợi ích là khái niệm dùng để chỉ sự quan tâm, sự thỏa mãn (hay đáp ứng được nhu cầu) về vật chất hoặc tinh thần của một người hay nhóm người thu được khi tiêu dùng một sản phẩm vật chất hay tinh thần nào đó.

Là một lĩnh vực hoạt động kinh tế nhằm mục đích thu lợi nhuận, các cá nhân, tổ chức hoạt động kinh doanh luôn luôn muốn thu lợi, tối ưu hóa lợi nhuận kinh tế. Vấn đề đặt ra ở đây là thu lợi như thế nào. Lợi nhuận đó thỏa mãn nhu cầu của người kinh doanh nhưng có thỏa mãn được nhu cầu, lợi ích chính đáng, hợp pháp của người lao động, của khách hàng, của đối tác - đối thủ hay cộng đồng, xã hội không. Nếu đáp ứng được cả hai thì kinh doanh ấy mới là kinh doanh hợp đạo đức. Các nhà duy vật Pháp từng quan niệm rằng: "Nếu như lợi ích đúng đắn là nguyên tắc của toàn bộ đạo đức thì do đó cần ra sức làm cho lợi ích riêng của con người cá biệt phù hợp với lợi ích của toàn thể loài người"<sup>(1)</sup>. Ngược lại, cá nhân, tổ chức kinh doanh chỉ biết có lợi ích mình mà không quan tâm đến lợi ích của khách hàng, của đối tác - đối thủ hay cộng đồng, xã hội thì đó chưa phải là kinh doanh hợp đạo đức.

Từ vụ tập đoàn Khai Silk vi phạm chạy theo lợi nhuận mà giả mạo nhãn hiệu, xuất xứ của sản phẩm để đánh lừa người tiêu dùng đến vụ thực phẩm chức năng được sản xuất từ bột than tre mang tên "Vinaca ung thư CO3.2": từ vụ sản xuất hỗn hợp tạp chất cả phê nhuộm than pin trộn vào hồ tiêu ở Đắk Nông để bán kiếm lợi đến công nghệ biến lợn bệnh, lợn chết thành lợn quay, lợn

mãn hay thịt trâu gác bếp v.v., đó là những ví dụ tiêu biểu của hành vi vi phạm pháp luật vừa vi phạm đạo đức kinh doanh.

Trong bối cảnh hiện nay, khi người tiêu dùng ngày càng trở thành "người tiêu dùng thông thái", muốn kinh doanh tốt phải có đạo đức tốt. Tuân thủ đạo đức kinh doanh là một trong những điều kiện tiên quyết bảo đảm cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp nói riêng, của nền kinh tế nói chung □

(1), (12) ĐCSVN: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2016, tr.102, 173.

(2) C.Mác và Ph.Ăngghen: *Toàn tập*, t.21, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1995, tr.425.

(3) Nguyễn Hữu Đức: *Đạo đức kinh doanh ở Việt Nam: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, <https://thongtinphapluatdansu.edu.vn>.

(4), (6) C.Mác và Ph.Ăngghen: *Toàn tập*, t.20, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1994, tr.137, 136.

(5) sdd, t.13, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 1995, tr.15.

(7) sdd, t.23, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2004, tr.1056.

(8) ĐCSVN: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VIII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1996, tr.72.

(9), (11) Nguyễn Quang Uẩn, Nguyễn Thạch, Mạc Văn Trang: *Giá trị, định hướng giá trị nhân cách và giáo dục giá trị*, Chương trình Khoa học công nghệ cấp Nhà nước - KX-07, Đề tài KX-07-04, Hà nội, 1995, tr.101-102, 102.

(10) Đào Duy Tùng: *Quá trình hình thành con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1994, tr.52.

(13) <https://thuvienphapluat.vn>.

(14) C.Mác và Ph.Ăngghen: *Toàn tập*, t.2, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2002, tr.200.