XÂY DỰNG ĐẠO ĐỨC DOANH NHÂN VÀ VĂN HÓA KINH DOANH GẮN VỚI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG DOANH NGHIỆP

★ **NGUYỄN QUANG VINH**

Hội đồng Doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (VBCSD)

● ***Tóm tắt:*** ***Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, việc xây dựng và thực hành đạo đức kinh doanh ngày càng nhận được sự quan tâm của doanh nghiệp, doanh nhân, người tiêu dùng và xã hội. Văn hóa kinh doanh và đạo đức doanh nhân là những yếu tố quan trọng, góp phần thúc đẩy doanh nghiệp phát triển, phát huy trách nhiệm với cộng đồng, tạo dựng lòng tin, sự ủng hộ của người tiêu dùng. Bài viết phân tích mối quan hệ giữa văn hóa kinh doanh và đạo đức doanh nhân, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp để xây dựng đạo đức doanh nhân, văn hóa kinh doanh gắn với phát triển bền vững doanh nghiệp.***

● ***Từ khóa: đạo đức doanh nhân; văn hóa kinh doanh; phát triển bền vững doanh nghiệp.***

1. Văn hóa kinh doanh và đạo đức doanh nhân

Văn hóa kinh doanh

Văn hóa kinh doanh (VHKD) là một phạm trù rộng lớn, bao gồm nhiều lĩnh vực gắn với văn hóa của nhân loại nói chung và mỗi cộng đồng, quốc gia, dân tộc nói riêng nên có nhiều quan niệm (cách hiểu) khác nhau.

Ở Việt Nam, đến những năm 1990, khi các hoạt động kinh doanh của khu vực tư nhân chính thức được luật hóa, mới bắt đầu có các công trình nghiên cứu về VHKD. Trong quá trình vận hành cơ chế kinh tế thị trường, diện mạo kinh tế - xã hội Việt Nam đã thay đổi cơ bản. Nhiều doanh nghiệp, doanh nhân ra đời với mục tiêu làm giàu cho bản thân và khát vọng xây dựng đất nước "công bằng, dân chủ, văn minh".

Tuy nhiên, bản chất của kinh doanh là tìm kiếm lợi nhuận; đó là mục đích để người kinh doanh đầu tư trí tuệ và công sức, thậm chí bất chấp để giành lấy. Chính sự xuống cấp của đạo đức kinh doanh đã nảy sinh những lo ngại cho toàn xã hội và đặt ra cho các nhà khoa học những vấn đề cần nghiên cứu và giải quyết. VHKD bắt đầu được đề cập như là chuẩn mực đạo đức trong kinh doanh, là "kinh doanh có văn hóa" hay "làm cho cái lợi gắn bó chặt chẽ với cái đúng".

Theo nghĩa rộng, *VHKD là toàn bộ các giá trị vật chất và tinh thần do chủ thể kinh doanh sáng tạo và tích lũy qua quá trình hoạt động kinh*

doanh, trong sự tương tác giữa chủ thể kinh doanh với môi trường kinh doanh. Theo đó, VHKD là toàn bộ những giá trị vật chất và tinh thần, những phương thức và kết quả hoạt động của con người được tạo ra và sử dụng trong quá trình kinh doanh.

Theo nghĩa hẹp, có thể hiểu, *VHKD là một hệ thống các giá trị, các chuẩn mực, các quan niệm và hành vi do chủ thể kinh doanh tạo ra trong quá trình kinh doanh, được thể hiện trong cách ứng xử của họ với xã hội, tự nhiên ở một cộng đồng hay khu vực nào đó*. Theo đó, VHKD là toàn bộ các giá trị văn hóa được chủ thể kinh doanh sử dụng và tạo ra trong hoạt động kinh doanh, tạo nên bản sắc kinh doanh của chủ thể đó. VHKD cũng là những giá trị văn hóa gắn liền với hoạt động kinh doanh, thể hiện trong hình thức mẫu mã và chất lượng sản phẩm, trong thông tin quảng cáo về sản phẩm và trong cửa hàng bày bán sản phẩm,... Bản chất của VHKD là làm cho cái lợi gắn bó chặt chẽ với cái đúng, cái tốt và cái đẹp.

Văn hóa kinh doanh được cấu thành từ đạo đức doanh nhân, niềm tin kinh doanh, triết lý kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân, văn hóa truyền thông về kinh doanh, văn hóa tiêu dùng... Như vậy, có thể hiểu VHKD là cái đích mà chúng ta cần hướng tới trong hoạt động sản xuất - kinh doanh.

Doanh nhân là yếu tố cốt lõi, có vai trò quyết định trong xây dựng và định hình VHKD của một doanh nghiệp, nên việc xây dựng đạo đức doanh nhân sẽ làm tiền đề cho việc xây dựng VHKD của doanh nhân, doanh nghiệp và xa hơn nữa là VHKD quốc gia. Hiện nay, khi nhận thức của doanh nhân ở nước ta còn chưa đồng nhất về các vấn đề cơ bản nhất, thì trước hết, cần tạo sự thống nhất nhận thức về các giá trị đạo đức mà doanh nhân cần tuân thủ.

Đạo đức doanh nhân

Đạo đức doanh nhân được hiểu là *một tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn và kiểm soát hành vi của doanh nhân*. Những phẩm chất đạo đức doanh nhân có thể kể đến như: tính trung thực, sự tôn trọng con người, luôn vươn tới sự hoàn hảo,... Ngoài ra, đạo đức kinh doanh là thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, như: đóng góp đầy đủ cho ngân sách nhà nước, tham gia các hoạt động xã hội, từ thiện, bảo vệ môi trường sinh thái, tôn trọng những quy phạm đạo đức trong quan hệ xã hội, quan hệ kinh doanh, tôn trọng các giá trị truyền thống,...

Đạo đức kinh doanh là thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, như: đóng góp đầy đủ cho ngân sách nhà nước, tham gia các hoạt động xã hội, từ thiện, bảo vệ môi trường sinh thái, tôn trọng những quy phạm đạo đức trong quan hệ xã hội, quan hệ kinh doanh, tôn trọng các giá trị truyền thống,...

Hiện nay, đại đa số doanh nhân, doanh nghiệp nước ta làm ăn chân chính, bản lĩnh, sáng tạo, nỗ lực vươn mình vượt qua khó khăn, thách thức để góp phần hiện thực hóa khát vọng vì một nước Việt Nam phồn vinh, hạnh phúc. Tuy nhiên, trong đội ngũ doanh nhân vẫn còn một số ít có nhận thức chưa đúng, vi phạm đạo đức, văn hóa truyền thống và quy định pháp luật. Gần đây, một số doanh nhân đang bị truy xét về các sai phạm pháp luật, gây ảnh hưởng tiêu cực đến uy tín, hình ảnh của đội ngũ doanh nhân nước ta. Chính vì thế, nhân kỷ niệm 132 năm ngày sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh, Ban Chấp hành VCCI đã công bố và phát động thực hiện

Các doanh nhân được vinh danh trong Lễ trao Giải thưởng Sao Đỏ - Doanh nhân trẻ Việt Nam tiêu biểu năm 2022 _ Ảnh: TTXVN

Quy tắc đạo đức doanh nhân Việt Nam. Đây là hoạt động thiết thực của doanh nhân Việt Nam hưởng ứng thực hiện Chỉ thị số 05-CT/TW ngày 15-5-2016 của Bộ Chính trị về "Đẩy mạnh học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh", đồng thời là bước khởi đầu quan trọng thực hiện Nghị quyết Đại hội toàn quốc VCCI lần thứ VII về "*Tiên phong xây dựng văn hóa kinh doanh Việt Nam, hình thành và thúc đẩy thực hiện các quy ước, chuẩn mực chung về đạo đức kinh doanh, văn hóa doanh nhân, doanh nghiệp*".

Quy tắc đạo đức doanh nhân Việt Nam do VCCI công bố gồm 6 điều như sau: *(1) Tạo giá trị kinh tế cho xã hội; (2) Tuân thủ pháp luật; (3) Minh bạch, công bằng, liêm chính; (4) Sáng tạo, hợp tác, cùng phát triển; (5) Tôn trọng thiên nhiên, bảo vệ môi trường; (6) Yêu nước, có trách nhiệm với xã hội và gia đình.* Sáu quy tắc nói trên là các phẩm chất đạo đức cơ bản cần có của doanh nhân Việt Nam được khuyến nghị thực hành rộng rãi trong cộng đồng doanh nhân, doanh nghiệp nước ta.

Xây dựng VHKD là phương thức phát triển sản xuất - kinh doanh bền vững

VHKD có vai trò như là phương thức phát triển sản xuất - kinh doanh bền vững, là nguồn lực phát triển kinh doanh và là điều kiện quan trọng thúc đẩy kinh doanh quốc tế. VHKD ảnh hưởng bao trùm đến không chỉ là cộng đồng doanh nghiệp, từng doanh nghiệp, từng doanh nhân mà đến cả đời sống kinh tế, xã hội, vị thế, vai trò của đất nước trong công cuộc hội nhập quốc tế, cũng như thực hiện mục tiêu đến năm 2045 Việt Nam sẽ trở thành một quốc gia phát triển.

Hoạt động kinh doanh được thúc đẩy bởi

nhiều động cơ khác nhau, trong đó lợi nhuận là động cơ đặc biệt quan trọng. Tuy nhiên, sẽ chưa đầy đủ nếu khẳng định mọi hoạt động kinh doanh đều bị thúc đẩy hoặc dẫn dắt chỉ bằng mục tiêu lợi nhuận và nhà kinh doanh nào cũng chỉ hoạt động vì sự ích kỷ và giàu có của bản thân, bởi 2 lý do sau: (1) Động cơ khiến các nhà kinh doanh kiếm lợi không chỉ là các nhu cầu ham muốn bản năng mà còn do nhu cầu cấp cao hơn như: nhu cầu được xã hội tôn trọng, mong muốn được khẳng định bản thân, tự thể hiện và sáng tạo... Thực tế chứng minh, đã có nhiều nhà kinh doanh dùng tài sản của mình để đóng góp từ thiện, lập các quỹ phát triển khoa học và công nghệ, quỹ giáo dục mà không vì mục đích quảng bá. (2) Lợi nhuận dù quan trọng nhưng không phải là chuẩn mực dẫn dắt duy nhất đối với hoạt động kinh doanh, vì lợi nhuận còn chịu sự điều chỉnh bởi pháp luật và văn hóa.

Có thể thấy, kinh doanh và văn hóa có mối quan hệ biện chứng với nhau. Kinh doanh có văn hóa là lối kinh doanh có mục đích và theo phương thức cùng đạt tới cái lợi, cái đúng, cái thiện và cái đẹp. Trái với nó, là lối kinh doanh phi văn hóa sẵn sàng chà đạp lên mọi giá trị và không từ bất cứ một thủ đoạn nào để kiếm lợi.

Trên góc độ kết quả và hiệu quả kinh doanh, kinh doanh có văn hóa không thể giúp chủ thể kinh doanh đạt được hiệu quả ngay bởi vì nó chú trọng tới việc đầu tư lâu dài và giữ gìn chữ tín. Tuy nhiên, khi đã qua được giai đoạn khó khăn ban đầu thì các nguồn đầu tư lâu dài như nhân lực, công nghệ, tài chính, môi trường và chữ tín,... sẽ phát huy tác dụng và chủ thể kinh doanh sẽ có những bước phát triển bền vững.

Ngày nay, cùng với sự phát triển của xã hội, khách hàng ngày càng trở nên "thông thái" hơn và yêu cầu khắt khe hơn. Mặt khác, khi thông tin trên thị trường được cập nhật nhanh chóng, chính xác và đầy đủ, khách hàng sẽ được cung cấp kịp thời các dữ liệu xác thực về các chủ thể kinh doanh, doanh nghiệp và hàng hóa thì lối kinh doanh phi văn hóa sẽ không còn được chấp nhận, mất dần không gian để tồn tại; kinh doanh có văn hóa sẽ là phương thức kinh doanh của tương lai. Như vậy, chỉ có theo đuổi định hướng kinh doanh có văn hóa mới có thể kết hợp được hiệu quả cao và phát triển bền vững cho chủ thể kinh doanh.

Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VII của Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã đề ra định hướng: *Tiên phong xây dựng VHKD Việt Nam trở thành nền tảng phát triển bền vững, đem lại giá trị cho từng doanh nghiệp, doanh nhân, cho xã hội, cho hôm nay và cho các thế hệ mai sau; thúc đẩy xây dựng cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam văn minh, hội nhập và ngang tầm với thế giới*, xác định xây dựng VHKD Việt Nam là một trong ba đột phá chiến lược của VCCI trong nhiệm kỳ 2021-2026.

Xây dựng đạo đức doanh nhân, văn hóa kinh doanh gắn với phát triển bền vững doanh nghiệp

Ngay từ những năm đầu thế kỷ XXI, định hướng phát triển bền vững đã được lồng ghép trong các đường lối, chủ trương, chính sách phát triển kinh tế - xã hội của Đảng, Nhà nước Việt Nam. Trong 05 năm gần đây, yêu cầu về phát triển bền vững đã và đang trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Đặc biệt, trong bối cảnh nhiều bất ổn khó lường và thách thức, cũng như những yêu cầu mới của hội nhập quốc tế... phát triển bền vững là lựa chọn duy nhất, cũng là định hướng chung đã được cộng đồng quốc tế và Việt Nam thống nhất và cam kết theo đuổi thông qua Chương trình nghị sự 2030 vì sự phát triển bền vững (hay còn gọi là Agenda 2030) vào năm 2015. Chính phủ đã cụ thể hóa Agenda 2030 thành

một Kế hoạch hành động quốc gia thực hiện chương trình nghị sự phù hợp với bối cảnh, điều kiện của Việt Nam, với 115 mục tiêu cụ thể.

Để hiện thực hóa các mục tiêu phát triển bền vững đó, không thể thiếu vai trò của cộng đồng doanh nghiệp. "Con tàu" phát triển cần có không chỉ "đường ray" vững chắc là hệ thống cơ chế, chính sách đồng bộ, thông thoáng, mà còn cần tới "động cơ" bền bỉ là nguồn lực và sức mạnh từ doanh nghiệp. Ngược lại, chính doanh nghiệp cũng cần phát triển kinh doanh theo hướng bền vững để tồn tại và tăng trưởng trong dài hạn. Đó là mối quan hệ hữu cơ, không thể tách rời. Do đó, xây dựng đạo đức doanh nhân và VHKD Việt Nam gắn với phát triển bền vững doanh nghiệp là một yêu cầu hết sức cần thiết, quan trọng và ý nghĩa.

Nội hàm của đạo đức doanh nhân và VHKD

Đầu tiên, đó chính là liêm chính. Trong bối cảnh khủng hoảng, khách hàng, người tiêu dùng và các nhà đầu tư sẽ lựa chọn những doanh nghiệp mà họ biết rõ và đặt lòng tin - những điều vốn chỉ có được khi doanh nghiệp kinh doanh từ cái tâm, với sự minh bạch và liêm chính. Như vậy, liêm chính là cánh cửa, là "tấm hộ chiếu thông hành" cho doanh nghiệp bước vào trái tim của khách hàng, đối tác và nhà đầu tư. Kinh doanh liêm chính đến từ việc tuân thủ pháp luật, minh bạch thông tin trong nội bộ doanh nghiệp và với các đối tác bên ngoài, nói không với tham nhũng.

Từ hơn 10 năm qua, VCCI đã tiên phong hành trình nỗ lực thúc đẩy kinh doanh liêm chính tại Việt Nam, với sự phối hợp chặt chẽ của Thanh tra Chính phủ, UNDP, Vương quốc Anh và nhiều đối tác trong nước, quốc tế khác. Mới đây, vào ngày 21-9-2022, VCCI đã công bố Chỉ số Kinh doanh liêm chính (VBII). VBII được VCCI phối hợp thực hiện cùng UNDP, đánh dấu một bước tiến mới để đưa doanh nghiệp Việt Nam tiệm cận gần hơn với tiêu chuẩn kinh doanh minh bạch, liêm chính của quốc tế; cũng như giúp doanh nghiệp không còn mơ hồ, lúng túng trong việc lồng ghép tính liêm chính vào các hoạt động sản xuất - kinh doanh. Các chỉ số thành phần của VBII bao gồm: Văn hóa, Bộ Quy tắc ứng xử, Kiểm soát, Truyền thông, Thực hiện, Tuân thủ, và Chứng nhận.

Thứ hai, không làm kinh tế bằng mọi giá. Lợi nhuận chắc chắn là yếu tố sống còn của doanh nghiệp. Doanh nhân làm kinh tế luôn mong muốn tạo ra lợi nhuận, đó là mong muốn chính đáng, cơ bản của mỗi doanh nhân, mỗi doanh nghiệp, dù là với 98% doanh nghiệp nhỏ và vừa, hay với 2% những doanh nghiệp lớn còn lại trong bức tranh kinh tế Việt Nam. Thế nhưng, kinh doanh "chộp giật", chỉ hướng theo cái lợi trước mắt đã không còn là tư duy kinh doanh đúng đắn cho doanh nhân thời đại mới. Bởi lẽ hiện nay, khi yêu cầu về phát triển bền vững "lên ngôi", thị trường sẽ tự đào thải dần những doanh nghiệp "ăn xổi ở thì". Thay vào đó, nó sẽ giữ lại, nuôi dưỡng và tạo đà cho những doanh nghiệp kinh doanh nhân văn, kinh doanh có trách nhiệm ngày càng lớn mạnh.

Vậy, khi không làm kinh tế bằng mọi giá, khi không đặt lợi ích kinh tế là lợi ích duy nhất, thì doanh nhân sẽ chèo lái con thuyền doanh nghiệp theo hướng đi nào? Câu trả lời là: bảo đảm lợi ích kinh tế song hành với bảo vệ môi trường và trách nhiệm xã hội. Đó là con đường duy nhất để doanh nghiệp phát triển bền vững.

Gắn kết bảo vệ môi trường, hành động ứng phó biến đổi khí hậu vào trong văn hóa và chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp đã trở thành yêu cầu bắt buộc xuất phát từ chính những thách thức khổng lồ mà nhân loại đang phải đối diện do biến đổi khí hậu, cạn kiệt tài nguyên

thiên nhiên, suy giảm đa dạng sinh học... Các nghiên cứu chỉ ra rằng: nếu lối tiêu dùng thiếu bền vững, mô hình sản xuất - kinh doanh tuyến tính như hiện nay không được thay đổi, thì dự báo đến năm 2050, khi dân số thế giới có thể đạt mốc 9,6 tỷ người, nhân loại sẽ cần đến 03 hành tinh như Trái đất để có thể đáp ứng nhu cầu về tài nguyên. Trong vòng chưa đến 30 năm nữa, tìm được thêm 02 Trái đất là chuyện hoàn toàn bất khả thi. Do đó, thứ duy nhất chúng ta có thể thay đổi, đó chính là tư duy và hành động của mỗi chính phủ, mỗi người dân, đặc biệt là mỗi doanh nhân, doanh nghiệp.

Chuyển đổi từ mô hình kinh doanh tuyến tính sang kinh doanh tuần hoàn, kinh doanh phi cácbon được xem là một giải pháp ưu việt và toàn diện cho nền kinh tế thế giới. Kinh tế tuần hoàn là một hệ thống có tính khôi phục và tái tạo, nơi các sản phẩm và nguyên vật liệu được tái thiết kế, phục hồi và tái sử dụng, bảo đảm các chất thải được quay trở lại, trở thành nguyên liệu cho sản xuất, từ đó giảm mọi tác động tiêu cực đến môi trường, hệ sinh thái và sức khỏe con người.

Theo báo cáo của Viện Nghiên cứu Kinh tế khu vực ASEAN và Đông Á, theo đuổi mô hình kinh tế tuần hoàn có thể tạo ra tăng trưởng kinh tế trị giá 324 tỷ USD và 1,5 triệu việc làm đến năm 2025, chỉ tính riêng tại châu Á. Những số liệu này cũng cho thấy: triển khai mô hình kinh tế tuần hoàn chính là một chiến lược hiệu quả để đẩy nhanh sự phục hồi kinh tế hậu đại dịch và tái thiết nền kinh tế khu vực theo hướng xanh, bền vững và có khả năng chống chịu tốt hơn.

Ngay sau những cam kết mạnh mẽ tại COP26 của Thủ tướng Chính phủ Việt Nam về đưa mức phát thải ròng về "0" vào giữa thế kỷ, giảm phát thải mêtan toàn cầu, chuyển đổi điện than sang năng lượng sạch,... Chính phủ đã chỉ đạo quyết liệt, khẩn trương việc cụ thể hóa, bắt tay thực hiện ngay những cam kết của mình trước cộng đồng quốc tế. Ngày 25-7-2022, Thủ tướng đã ký Quyết định 888/QĐ-TTg phê duyệt Đề án về những nhiệm vụ, giải pháp triển khai kết quả Hội nghị COP26. Ngày 7-6-2022, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 687/QĐ-TTg phê duyệt Đề án Phát triển kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam. Theo Đề án, phát triển kinh tế tuần hoàn nhằm tạo động lực cho đổi mới sáng tạo và cải thiện năng suất lao động, góp phần thúc đẩy tăng trưởng xanh gắn với cơ cấu lại nền kinh tế, đổi mới mô hình tăng trưởng theo hướng tăng cường hiệu quả, tính gắn kết tuần hoàn giữa các doanh nghiệp và ngành kinh tế, nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng chống chịu của doanh nghiệp và chuỗi cung ứng trước các cú sốc từ bên ngoài, nhằm góp phần đạt được thịnh vượng về kinh tế, bền vững về môi trường và công bằng về xã hội; hướng tới nền kinh tế xanh, trung hòa cácbon và đóng góp vào mục tiêu hạn chế sự gia tăng nhiệt độ toàn cầu.

Điều này cho thấy hành động ứng phó biến đổi khí hậu và theo đuổi nền kinh tế xanh đã, đang và sẽ là một trong những trọng tâm ưu tiên trong các chương trình hành động của Chính phủ, từ đó tạo ra áp lực buộc các doanh nghiệp phải chuyển mình, thay đổi để thích ứng kịp thời. Ngược lại, cộng đồng doanh nghiệp cũng đóng vai trò đặc biệt quan trọng và mang tính quyết định, bởi thông qua mô hình sản xuất - kinh doanh tuần hoàn, bền vững, doanh nghiệp sẽ đóng góp đáng kể vào giảm phát thải cácbon, hướng tới sản xuất - tiêu dùng xanh và mục tiêu phát thải ròng bằng "0".

Tăng cường hợp tác công - tư (PPP) và chuyển đổi số sẽ giúp đẩy nhanh hơn hành trình xây dựng nền kinh tế xanh. Trong thời gian tới, VCCI, với hạt nhân là Hội đồng Doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (VBCSD), sẽ triển

khai các sáng kiến thúc đẩy sự tham gia của khu vực tư nhân trong giảm nhẹ phát thải khí nhà kính, ứng phó với biến đổi khí hậu, trong khuôn khổ hợp tác với Bộ Tài nguyên và Môi trường cùng các doanh nghiệp kinh doanh bền vững tiêu biểu.

Về khía cạnh xã hội, cần nhấn mạnh rằng, phát triển xã hội, nâng cao đời sống cộng đồng cũng chính là tạo ra sự phát triển cho doanh nghiệp. "Trách nhiệm xã hội (CSR)" chính là tiền thân của "doanh nghiệp phát triển bền vững". Cách đây khoảng 20 năm, cộng đồng doanh nghiệp tại Việt Nam manh nha biết đến và thực hiện CSR. Khi đó, VCCI đã tiên phong thúc đẩy doanh nghiệp thực hiện CSR. Ngay từ năm 2005, VCCI đã phối hợp với Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam tổ chức Giải thưởng Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, để khuyến khích và biểu dương các doanh nghiệp làm tốt CSR. Giờ đây, nguồn vốn xã hội, nguồn vốn con người - 1 trong 3 trụ cột của phát triển bền vững doanh nghiệp, đã được mở rộng hơn. Nhắc đến khía cạnh xã hội trong văn hóa kinh doanh bền vững của doanh nghiệp, chúng ta cần đề cập đến yếu tố đa dạng, hòa nhập và bao trùm.

Có rất nhiều lợi ích khi gắn kết đa dạng, hòa nhập và bao trùm (D&I) trong văn hóa doanh nghiệp.

Về khía cạnh kinh tế, D&I giúp nâng cao khả năng tiếp cận các thị trường mới, hỗ trợ cải thiện năng lực quản trị doanh nghiệp, cũng như giúp thu hút và giữ chân "nhân tài" tốt hơn, góp phần tạo ra lợi nhuận trong dài hạn cho doanh nghiệp.

Về khía cạnh môi trường, doanh nghiệp có đặc tính D&I cao thường có nhiều ý tưởng đổi mới, sáng tạo hơn, cũng như có tính linh hoạt cao hơn. Điều này giúp doanh nghiệp có thể vận hành thông minh hơn, linh hoạt hơn, với nhiều giải pháp mới để giảm thiểu "dấu chân" cácbon từ các hoạt động sản xuất kinh doanh, góp phần ứng phó biến đổi khí hậu hiệu quả hơn.

Về khía cạnh xã hội, doanh nghiệp có văn hóa đa dạng, hòa nhập, trao quyền cho nhân viên, đặt con người vào trung tâm của mọi chiến lược và quyết định, từ đó đưa ra những quyết định hợp lý và hiệu quả hơn. Đặc biệt, trong thời đại số hóa ngày nay, yếu tố đa dạng, hòa nhập, bao trùm càng có ý nghĩa quan trọng để bảo đảm "không ai bị bỏ lại phía sau".

Doanh nghiệp thực hành đa dạng và bao trùm ở cả trong nội bộ và bên ngoài doanh nghiệp. Trong phạm vi nội bộ doanh nghiệp, D&I thể hiện ở tính bình đẳng, trao quyền cho nhân viên, tôn trọng sự đa dạng của các nền văn hóa, lối tư duy, khuyến khích tính đổi mới, sáng tạo, đặt con người vào trung tâm của mọi chiến lược và quyết định. Những doanh nghiệp có văn hóa đa dạng, hòa nhập cũng cho thấy sức chống chịu, phục hồi sau khủng hoảng nhanh hơn các doanh nghiệp khác.

Ở phạm vi ngoài doanh nghiệp, tính bao trùm trong mô hình kinh doanh của doanh nghiệp được thể hiện khi doanh nghiệp kinh doanh tạo tác động xã hội; thúc đẩy sự tham gia của các nhóm liên quan như đối tác, nhà cung ứng, khách hàng, đặc biệt là các nhóm yếu thế, từ đó giúp giải quyết các thách thức trong xã hội, cải thiện đời sống cộng đồng.

2. Khuyến nghị đối với cộng đồng doanh nhân, doanh nghiệp

Như vậy, để bảo đảm phát triển bền vững doanh nghiệp, cần quan tâm xây dựng, bồi đắp tính liêm chính trong kinh doanh; làm kinh tế hướng tới tăng trưởng lợi nhuận trong sự cân bằng và hài hòa với bảo vệ môi trường và phát triển xã hội, con người... Điều đó tựu chung lại

là sự tu dưỡng, bồi đắp đạo đức doanh nhân và văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp.

Mỗi doanh nhân cần chuyển đổi trong tư duy, nhận thức về kinh doanh. Tư duy luôn quyết định hành động. Khi loại bỏ lối tư duy vì lợi nhuận, cam kết theo đuổi và thực hành kinh doanh nhân văn, kinh doanh có trách nhiệm với tương lai... đó chính là lựa chọn con đường phát triển bền vững. Doanh nghiệp như vậy có thể đi chậm hơn đối thủ, nhưng đó sẽ là những bước đi vững chắc và sẽ tiến xa trong dài hạn, để có thể trụ vững trên chính sân nhà và xa hơn là vươn ra thế giới. Để đạt được điều đó, lãnh đạo doanh nghiệp cần:

Một là, gắn kết liêm chính vào văn hóa, vào "DNA" của doanh nghiệp. Kinh doanh liêm chính sẽ không thể trở thành một phần tất yếu trong văn hóa doanh nghiệp nếu nó không nằm trong tư duy và quyết tâm hành động của Ban lãnh đạo cấp cao nhất trong doanh nghiệp. Cần nghiên cứu và áp dụng Chỉ số Kinh doanh liêm chính (VBII) để tự đánh giá, đo lường về tính liêm chính, minh bạch trong kinh doanh và công bố thông tin.

Hai là, tăng cường và chú trọng công tác quản trị doanh nghiệp bền vững hơn nữa. Cùng với VBII, VCCI đã xây dựng thành công và giới thiệu Bộ chỉ số Doanh nghiệp bền vững (CSI) đến cộng đồng doanh nghiệp từ năm 2016, hướng dẫn các doanh nghiệp tự đánh giá "tính bền vững" của mình trên các phương diện quản trị - kinh tế - xã hội - môi trường, từ đó, thực hành quản trị doanh nghiệp chuyên nghiệp và hiệu quả hơn.

VBII và CSI là sự kết hợp hoàn hảo cho doanh nghiệp trên hành trình kinh doanh bền vững, tạo ra "chiếc áo giáp" bảo vệ doanh nghiệp trước những rủi ro khi kinh doanh trong bối cảnh nhiều khủng hoảng và thách thức hiện nay. Do đó, cộng đồng doanh nghiệp cần tích cực nghiên cứu và áp dụng VBII, CSI, để có thể nâng cao năng lực cạnh tranh, từ đó, xây dựng nền móng phát triển vững chắc cho chính doanh nghiệp.

Ba là, đặt con người vào trung tâm của mọi chiến lược sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp. Lấy con người làm trung tâm cũng chính là tinh thần của Chương trình nghị sự toàn cầu 2030 nói chung và các chính sách phát triển kinh tế - xã hội của Đảng và Chính phủ nói riêng. Thúc đẩy văn hóa đa dạng, hòa nhập và bao trùm một cách mạnh mẽ và toàn diện hơn. Thúc đẩy tính đổi mới, sáng tạo trong doanh nghiệp, đột phá trong tư duy, tạo ra những giải pháp mới cho những thử thách mới.

Tích cực tận dụng sức mạnh công nghệ, chuyển đổi số để tối ưu hóa năng suất, hiệu quả hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp. Chuyển đổi số không chỉ giúp doanh nghiệp tiết kiệm nguồn lực và tài nguyên, mà còn tạo ra lợi thế cạnh tranh, nâng cao năng lực cạnh tranh cho chính doanh nghiệp.

Bốn là, tăng cường đoàn kết, hợp tác trong kinh doanh. Mỗi doanh nghiệp đều là những miếng ghép riêng lẻ, có thể cạnh tranh khốc liệt trên thị trường, nhưng khi ghép vào bức tranh kinh tế - xã hội chung của đất nước, các doanh nhân, các doanh nghiệp đều là những mảnh ghép không thể tách rời. Do đó, cần đoàn kết, thắt chặt hợp tác. Đây chính là tinh thần của Mục tiêu phát triển bền vững SDG 17: Partnership for the goals - Tăng cường hợp tác vì mục tiêu ❐

Ngày nhận bài: 12-10-2022; Ngày bình duyệt: 11-11-2022; Ngày duyệt đăng: 25-11-2022.