

# MỘT SỐ GIẢI PHÁP THúc ĐẨY KINH DOANH CÓ TRÁCH NHIỆM TẠI VIỆT NAM

■ **LÊ THỊ NGỌC HƯƠNG\*** & **THÁI THỊ KIỀU HẠNH\*\***

## 1. Thực tiễn kinh doanh có trách nhiệm

Doanh nhân Việt Nam hiện nay kết tinh và tiêu biểu cho ý chí, nghị lực vươn lên làm giàu của dân tộc Việt Nam. Đội ngũ doanh nhân góp phần hình thành lối sống sáng tạo, tự lập, tự chủ, dám nghĩ, dám làm, dám đương đầu với khó khăn, dám chấp nhận rủi ro, có chí làm giàu, sống có trách nhiệm với bản thân, gia đình và cộng đồng xã hội. Doanh nhân giàu có, thành đạt trở thành mục tiêu, khát vọng phấn đấu của giới trẻ. Sự phát triển, lớn mạnh của đội ngũ doanh nhân đã tạo ra những phẩm chất, giá trị đạo đức, văn hóa, lối sống mới: Tự lập, tự chủ, sáng tạo, dám nghĩ, dám làm, dám đương đầu với khó khăn, thách thức, thất bại. Doanh nhân được xã hội ngưỡng mộ, là nhân vật được tôn vinh trong thời kỳ phát triển mới của đất nước theo mục tiêu dân giàu,

nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh...

Nền kinh tế thị trường Việt Nam hiện nay vẫn đang trong giai đoạn dần hoàn thiện, hệ thống pháp luật chưa đáp ứng được những nhu cầu của thực tiễn, còn nhiều bất cập. Trong bối cảnh như vậy, một số doanh nhân đã lợi dụng “kẽ hở” của pháp luật, “lách luật” để làm giàu bất chính. Tình trạng đó ảnh hưởng xấu đến sự hình thành và phát triển đạo đức doanh nhân.

Đặt mục tiêu vì lợi nhuận nên nhiều doanh nhân đã bất chấp pháp luật, xem nhẹ trách nhiệm của mình đối với xã hội, với người lao động, với nhà đầu tư như vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, tàn phá môi trường, gian lận, lừa đảo, chiếm đoạt tài sản... Một số người trong đội ngũ doanh nhân thoái hóa, biến chất về đạo đức làm cho phương châm sống của chủ nghĩa xã hội “mình vì mọi người, mọi

*\* Chuyên gia cao cấp, trọng tài viên*

*Trung tâm Trọng tài quốc tế PACC*

*\*\* Giám đốc Công ty TNHH Kiều Hạnh*

người vì mình” không đi vào thực tế cuộc sống. Người dân đôi khi chưa thực sự tin tưởng với hàng Việt Nam khi thực phẩm được dán mác “sản phẩm sạch” đã nhiễm chì và “ngậm” thuốc trừ sâu trầm trọng, nhiều hoa quả được bày bán bị phơi nắng trong một thời gian dài mà vẫn tươi ngon, thậm chí, một số thương hiệu lớn cũng bị phát hiện gian lận xuất xứ hàng hóa. Một số người tỏ ra hoài nghi về sự tồn tại của cái gọi là “đạo đức kinh doanh” trong cơ chế thị trường. Kinh tế càng phát triển thì tính phức tạp của đạo đức doanh nhân càng khó kiểm soát. Không ít doanh nhân đã vì lợi nhuận mà bất chấp tất cả, coi thường đạo lý, thậm chí vi phạm pháp luật. Nhiều doanh nhân đã vì đồng tiền, vì lợi nhuận mà không ngần ngại lừa đảo cả đối tác, khách hàng của mình bằng những hành vi tinh xảo, mua chuộc, hối lộ những cán bộ có chức, có quyền để tạo điều kiện cho họ làm ăn phi pháp. Những việc làm trái pháp luật trên đã làm đảo lộn các chuẩn mực, giá trị đạo đức doanh nhân, đang làm xói mòn niềm tin vào hình ảnh “doanh nhân thành đạt”, làm ảnh hưởng

đến các doanh nhân có đạo đức chuẩn mực.

Đạo đức doanh nhân còn tồn tại những bất cập nêu trên do nhiều nguyên nhân, trong đó có một số nguyên nhân chính như sau:

**Thứ nhất**, một số quy định pháp luật của Việt Nam chưa hoàn thiện, tính thực thi còn thấp, công cụ giám sát, quản lý thực thi pháp luật còn chưa thực sự đồng bộ. Còn có tình trạng doanh nhân cố tìm những “kẽ hở” để “lách” luật, làm lợi bất chính, vi phạm các chuẩn mực đạo đức.

**Thứ hai**, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa nên thường tập trung vào mục tiêu ngắn hạn là có doanh thu để tồn tại mà chưa nghĩ đến chiến lược dài hạn hay quan tâm đến lợi ích của người lao động, khách hàng và trách nhiệm cộng đồng...

**Thứ ba**, chưa có hệ thống các chuẩn mực đạo đức doanh nhân trong kinh doanh phù hợp. Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã công bố và phát động thực hiện 06 quy tắc đạo đức doanh nhân Việt Nam. Tuy nhiên, cần có cơ quan có thẩm quyền giám sát việc thực hiện để bảo đảm các

quy tắc này đi vào cuộc sống.

**Thứ tư**, vấn đề quản trị doanh nghiệp theo chuẩn mực Việt Nam chưa được chú trọng khuyến nghị hay yêu cầu áp dụng. Đồng thời, văn hóa làm việc theo kiểu “tạm bợ”, ngắn hạn, đôi khi đã ngấm vào tư duy lâu nay của một bộ phận doanh nhân, chưa kịp điều chỉnh theo yêu cầu, theo chuẩn mực chung của quốc tế và quốc gia.

**Thứ năm**, công tác tuyên truyền, giáo dục nâng cao trách nhiệm xã hội của các doanh nhân còn hạn chế. Ở Việt Nam hiện nay, một số doanh nghiệp chưa quan tâm trách nhiệm xã hội như bảo vệ môi trường, an toàn lao động, an sinh xã hội, quyền lợi và nghĩa vụ của bản thân doanh nghiệp, doanh nhân...

Các khía cạnh của kinh doanh có trách nhiệm gồm:

- Trách nhiệm/nghĩa vụ kinh tế: Là nghĩa vụ đầu tiên, doanh nghiệp có nghĩa vụ tạo ra lợi nhuận để tồn tại và phát triển, sản xuất và cung cấp ra sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng đúng với chi phí và sự mong đợi của họ, bảo đảm lợi ích kinh tế một cách hài hòa cho các bên, tránh gây tổn thất kinh tế cho các bên.

- Trách nhiệm/nghĩa vụ luật pháp: Trong quá trình hoạt động, doanh nghiệp có nghĩa vụ tuân thủ theo đúng các điều luật, luật pháp của một quốc gia, của hiệp hội và luật quốc tế đã quy định.

- Trách nhiệm/nghĩa vụ đạo đức: Vượt lên trên các nghĩa vụ bắt buộc là kinh tế và pháp lý thì doanh nghiệp phải đáp ứng được các kỳ vọng khác với mức độ cao hơn của người tiêu dùng, của xã hội đó là những điều không được ghi trong luật như tôn trọng quyền con người, chỉ làm những điều đúng và công bằng đem lại lợi ích cho xã hội... Khía cạnh đạo đức của doanh nghiệp được thể hiện thông qua việc thực hiện các nguyên tắc, quy tắc ứng xử, giá trị đạo đức được cộng đồng tôn trọng.

- Trách nhiệm/nghĩa vụ nhân đạo, nhân văn: Đây là khía cạnh cao nhất, thể hiện sự hy sinh, muốn đóng góp của doanh nghiệp cho sự phát triển bền vững của toàn xã hội, khía cạnh này được điều chỉnh bởi lương tâm. Sự mong muốn đóng góp vào sự phát triển chung, ví dụ trên các phương diện như nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống, san sẻ “gánh nặng” với Chính phủ...

Doanh nghiệp phải đáp ứng được các kỳ vọng, mong đợi từ phía xã hội để trở thành những công dân tốt, công dân mẫu mực với lòng bác ái cao cả - mức độ này rất ít doanh nghiệp đạt được.

## **2. Giải pháp thúc đẩy kinh doanh có trách nhiệm tại Việt Nam**

### ***2.1. Giải pháp nâng cao tinh thần tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp***

Về bản chất, tuân thủ pháp luật là việc thực hiện pháp luật có tính chất thụ động và thể hiện dưới dạng hành vi không hành động. Tức là doanh nghiệp nhận thức được các hành vi của bản thân, hiểu được các quy định của pháp luật và không thực hiện những hành vi mà pháp luật cấm, không cho phép. Vậy, một doanh nghiệp tuân thủ pháp luật sẽ nhận được nhiều lợi ích như việc sẽ bảo đảm được quyền và lợi ích của doanh nghiệp đó. Pháp luật là quy chuẩn để doanh nghiệp điều chỉnh hành vi, đồng thời là căn cứ để đánh giá hoặc xử lý những hành vi vi phạm. Khi tuân thủ pháp luật thì đồng nghĩa với việc bảo đảm được quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp.

Theo đó, tuân thủ pháp luật sẽ là nền tảng vững chắc để xây dựng văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp, bởi hoạt động trong nền kinh tế thị trường ngày càng đi vào chiều sâu, cạnh tranh và rủi ro sẽ đi cùng doanh nghiệp càng lớn. Vì vậy, có thể khẳng định rằng, doanh nghiệp nào am hiểu và tuân thủ pháp luật, xây dựng được văn hóa kinh doanh sẽ tiến xa, còn ngược lại, nguy cơ bị đào thải là rất lớn. Am hiểu và tuân thủ pháp luật là một bước chuẩn bị cho sự phát triển lâu dài trong tương lai của doanh nghiệp.

Nhiều doanh nghiệp chưa hiểu biết rõ các quy định của pháp luật nhưng lại có hành vi “lách luật”, không tuân thủ pháp luật sẽ dẫn đến việc doanh nghiệp lúng túng, không biết xử lý như thế nào khi có rủi ro xảy ra. Khi không hiểu rõ các quy định của pháp luật, việc “lách luật” hay không tuân thủ pháp luật sẽ ảnh hưởng rất lớn đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp có thể sẽ bị xử phạt vi phạm hành chính đối với hành vi không tuân thủ quy định pháp luật, nghiêm trọng hơn thì doanh nghiệp có thể

bị đình chỉ hoạt động, thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa có tình trạng “lách luật” không giao kết hợp đồng lao động theo quy định của pháp luật. Đơn cử như tình huống thực tế sau: Công ty A là cơ sở sản xuất đồ gia dụng, để sản xuất đủ số lượng theo yêu cầu của thị trường, Công ty này đã tuyển thêm 20 nhân công trong độ tuổi từ 30 - 35 để phục vụ sản xuất.

Tuy nhiên, khi đại diện nhóm nhân công đề nghị ký kết hợp đồng lao động bằng văn bản thì Công ty A từ chối với lý do công việc mùa vụ trong 05 tháng nên chỉ cần lập hợp đồng bằng lời nói. Do nhóm nhân công này không hiểu rõ về quy định của pháp luật nên đã làm việc cho Công ty A nhiều hơn 05 tháng với quyền và lợi ích của mình không được bảo đảm.

Khi cơ quan có thẩm quyền kiểm tra, Công ty A đã bị xử phạt hành chính với số tiền là 10.000.000 đồng với hành vi giao kết hợp đồng lao động không bằng văn bản với người lao động làm công việc có thời hạn từ đủ 01 tháng trở lên theo quy định tại Điều 9 Nghị định số

12/2022/NĐ-CP ngày 17/01/2022 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực lao động, bảo hiểm xã hội, người lao động Việt Nam đi làm việc ở nước ngoài theo hợp đồng, đối với các hành vi vi phạm quy định về giao kết hợp đồng lao động và đồng thời áp dụng biện pháp khắc phục hậu quả buộc Công ty A giao kết hợp đồng lao động bằng văn bản với người được ủy quyền giao kết hợp đồng lao động cho nhóm 20 người lao động trên.

Có thể thấy, đây chỉ là trường hợp nhỏ với mức xử phạt “khá nhẹ” cho hành vi không tuân thủ quy định của pháp luật. Do đó, để bảo đảm tối đa quyền và lợi ích của mình trong kinh doanh, doanh nghiệp cần hiểu rõ và tuân thủ đúng các quy định mà pháp luật đề ra đối với hoạt động kinh doanh của mình.

Pháp luật đặt ra để điều chỉnh hành vi của các cá nhân, tổ chức. Trường hợp doanh nghiệp không tuân thủ các quy định của pháp luật sẽ dễ dàng nhận thấy hậu quả rằng quyền và lợi ích của doanh nghiệp sẽ không được bảo đảm. Bên cạnh đó, hiện nay, Nhà

nước đã ban hành nhiều chính sách nhằm hỗ trợ, tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển sau dịch bệnh Covid-19. Do đó, doanh nghiệp không tuân thủ pháp luật sẽ gặp khó khăn trong việc hưởng những chính sách ưu đãi này của Nhà nước.

### **2.2. Giải pháp bảo đảm việc tuân thủ pháp luật cho doanh nghiệp**

Chủ doanh nghiệp cần không ngừng học hỏi, nâng cao sự hiểu biết về pháp luật của mình trong suốt quá trình hoạt động kinh doanh. Hiện nay, Nhà nước không ngừng đổi mới, hoàn thiện hệ thống pháp luật để phù hợp với từng thời kỳ và bảo đảm cho việc làm cơ sở để xử lý các hành vi vi phạm. Do đó, doanh nghiệp cần nỗ lực hơn nữa trong việc tiếp cận, tìm hiểu về các quy định pháp luật liên quan đến lĩnh vực hoạt động của mình. Bên cạnh đó, như đã phân tích ở trên, doanh nghiệp có thể thấy việc tuân thủ pháp luật trong quá trình hoạt động kinh doanh là vô cùng quan trọng. Tuân thủ pháp luật là một trong những yếu tố quan trọng để tạo nên sự thành bại của một doanh nghiệp.

Để bảo đảm cho việc tuân thủ pháp luật trong hoạt động kinh doanh, ngoài việc doanh nghiệp tự mình học hỏi, nâng cao kiến thức về pháp luật, doanh nghiệp có thể nhờ sự trợ giúp, tư vấn của luật sư và văn phòng luật. Đối với những doanh nghiệp lớn thông thường sẽ có bộ phận pháp chế nội bộ doanh nghiệp, bộ phận này sẽ tư vấn, theo dõi quá trình tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp. Đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa, chưa có bộ phận pháp chế hoặc bộ phận pháp chế chưa đủ mạnh để bảo đảm việc tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp, doanh nghiệp có thể tham khảo sự tư vấn, hỗ trợ từ luật sư và văn phòng luật bên ngoài.

### **2.3. Giải pháp nâng cao đạo đức doanh nghiệp**

Một là, nâng cao đạo đức doanh nhân: Đạo đức là một trong những hình thái sớm nhất của ý thức xã hội, bao gồm những chuẩn mực xã hội điều chỉnh hành vi của con người trong quan hệ với người khác và với cộng đồng (gia đình, làng xóm, giai cấp, dân tộc hoặc toàn xã hội...). Căn cứ vào những chuẩn mực ấy, người ta đánh giá hành vi của mỗi người theo các quan niệm

về thiện và ác, về cái không được làm (vô đạo đức) và về nghĩa vụ phải làm.

Đạo đức doanh nhân là một tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn và kiểm soát hành vi của doanh nhân một cách tự giác, tự nguyện. Đạo đức doanh nhân có 05 phẩm chất căn bản: (i) Tính trung thực, liêm chính và có trách nhiệm đối với công việc và xã hội; (ii) Tôn trọng con người, tôn trọng Hiến pháp và thượng tôn pháp luật của Nhà nước và quốc tế; (iii) Biết làm giàu vì mình và vì mọi người; (iv) Năng động, sáng tạo và dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm; (v) Làm gương, làm thủ lĩnh và làm thương hiệu cho doanh nghiệp của mình. Đạo đức doanh nhân có vai trò to lớn, là một động lực thúc đẩy doanh nghiệp và phát triển kinh tế - xã hội.

Chỉ khi doanh nghiệp tối đa hóa lợi ích cho khách hàng, gây dựng niềm tin và làm cho khách hàng hài lòng nhiều hơn là coi trọng lợi ích của mình, khi đó mới có thể nói đến đạo đức kinh doanh. Ngày nay, kinh tế thị trường tác động đến đạo đức doanh nhân, làm cho

đạo đức doanh nhân có thể thay đổi theo hai hướng là tích cực và tiêu cực. Những doanh nhân chân chính luôn tôn trọng đối tác, tôn trọng người lao động, giữ chữ tín, cạnh tranh bình đẳng, trung thực, tương trợ lẫn nhau, coi trọng trách nhiệm xã hội... Đối lập với họ là những doanh nhân luôn dùng thủ đoạn để kiếm lời, coi thường đối tác, bóc lột quá mức người lao động, xem thường trách nhiệm xã hội, vi phạm các chuẩn mực đạo đức kinh doanh...

*Hai là*, nâng cao vai trò của đạo đức doanh nhân trong doanh nghiệp: Đạo đức doanh nhân đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp và kinh tế - xã hội, vai trò đó thể hiện ở chỗ:

(i) Điều chỉnh hành vi doanh nhân: Để có một cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân văn hóa, trước hết, phải có hệ thống pháp luật xử lý những doanh nghiệp vi phạm, tuyên dương các doanh nhân điển hình, kêu gọi doanh nghiệp hành xử có văn hóa. Đạo đức doanh nhân được kết hợp hai khía cạnh, đó là giáo dục về mặt đạo đức và kiện toàn hệ thống pháp luật để các hành vi kinh doanh đi theo khuôn

khổ pháp luật và quỹ đạo của các chuẩn mực đạo đức xã hội. Không một pháp luật nào có thể quy định được tất cả các chuẩn mực cho mọi hành vi kinh doanh có đạo đức và cũng không có cách thức giáo dục nào có thể ngăn ngừa được tư tưởng dẫn đến hành vi sai trái trong thực tiễn. Thực tế, pháp luật càng đầy đủ, chặt chẽ thì đạo đức càng được đề cao; ngăn chặn được hành vi phi pháp...

(ii) Quyết định sự phát triển bền vững của doanh nghiệp: Doanh nghiệp phát triển được là nhờ sự ủng hộ của khách hàng trung thành và đội ngũ nhân viên vững mạnh. Mối quan hệ giữa nhân viên và khách hàng là mối quan hệ qua lại. Nếu các nhân viên hài lòng với công việc của mình thì họ sẽ tận tâm hơn, sẽ làm ra sản phẩm/dịch vụ chất lượng hơn, từ đó, khách hàng cũng sẽ hài lòng hơn. Các khách hàng có xu hướng thích mua hàng của các công ty liêm chính và “tẩy chay” những thương hiệu có biểu hiện vi phạm đạo đức kinh doanh.

Các công ty cung ứng thường muốn làm ăn lâu dài với các doanh nghiệp mà họ tin tưởng, bởi điều đó

giúp giảm thiểu chi phí từ các nguy cơ rủi ro, đồng thời cũng làm tăng uy tín thương hiệu đối với khách hàng của họ. Các nhà đầu tư cũng rất quan tâm đến vấn đề đạo đức, trách nhiệm xã hội và uy tín của các doanh nghiệp mà họ đầu tư, theo họ, nền tảng đạo đức sẽ luôn mang lại hiệu quả, năng suất và lợi nhuận, vì ở đó có sự tận tâm của đội ngũ nhân viên cũng như sự trung thành của đông đảo khách hàng. Mặt khác, các nhà đầu tư cũng biết rằng, các hình phạt hay công luận tiêu cực cũng có thể làm giảm giá cổ phiếu, giảm sự trung thành của khách hàng và đe dọa hình ảnh lâu dài của doanh nghiệp. Thực tế, khi doanh nhân có công luận tiêu cực sẽ tác động rất xấu tới sự thành công của doanh nghiệp. Ngược lại, doanh nghiệp luôn thành công khi có sự ủng hộ của dư luận xã hội. Bởi vậy, nhà đầu tư luôn cân nhắc kỹ lưỡng điều này trước khi ra quyết định và thực hiện.

(iii) Nâng cao uy tín, hình ảnh và thương hiệu của doanh nghiệp: Thực tiễn cho thấy, hành vi kinh doanh có đạo đức của doanh nhân gắn kết chặt chẽ với sự hài lòng của khách hàng. Một hành vi vi



phạm đạo đức kinh doanh sẽ tác động đến cảm nhận tích cực về uy tín, hình ảnh và thương hiệu, có thể dẫn đến phản ứng của khách hàng bằng cách chuyển sang mua sản phẩm, dịch vụ của đối thủ cạnh tranh. Bằng việc chú trọng vào sự hài lòng của khách hàng, doanh nghiệp làm cho khách hàng gắn kết ngày càng sâu sắc hơn và khi niềm tin của khách hàng tăng lên thì doanh nghiệp sẽ hiểu biết sâu hơn về việc phục vụ khách hàng như thế nào để phát triển mối quan hệ đó.

(iv) Góp phần phát triển kinh tế - xã hội: Một doanh nghiệp sẽ không được đánh giá cao hay được xã hội thừa nhận nếu không mang lại giá trị. Như vậy, trách nhiệm của doanh nhân là tạo ra doanh thu, lợi nhuận trên các khoản đầu tư, tài sản của doanh nghiệp. Kinh doanh hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp có điều kiện đóng góp nguồn thu ngân sách, đầu tư an sinh, phúc lợi xã hội. Thực tế cho thấy, doanh nghiệp có nguồn lực lớn mạnh sẽ có điều kiện để thực thi trách nhiệm xã hội, chăm sóc, phục vụ tốt cho khách hàng, tạo môi trường làm việc tốt cho người

lao động. Thực tiễn cũng cho thấy mối quan hệ tích cực giữa trách nhiệm xã hội doanh nhân, doanh nghiệp với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Hiện nay, khu vực doanh nghiệp đóng góp trên 60% GDP, khoảng 30% tổng số lao động đang làm việc. Ngoài đóng góp về mặt kinh tế - xã hội, các doanh nhân còn tham gia ngày càng hiệu quả vào đời sống chính trị của đất nước; tham gia ngày càng tích cực vào quá trình xây dựng, giám sát, phản biện chính sách, an sinh xã hội, tiên phong tạo ra nhiều công ăn việc làm, sinh kế cho người lao động, qua đó, góp phần xóa đói, giảm nghèo.

(v) Góp phần thúc đẩy tiến trình hội nhập, nâng cao hình ảnh, thương hiệu quốc gia: Có nhiều minh chứng cho thấy, đạo đức doanh nhân là một cơ sở hình thành, củng cố và phát triển văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp, là điều kiện cần thiết để đạt được mục tiêu tài chính, bảo đảm sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trong kinh tế thị trường. Không phải ngẫu nhiên, trên thế giới, nhiều quốc gia tạo dựng được niềm tin trong hoạt động sản xuất,

kinh doanh nhờ có hệ thống các chuẩn mực đạo đức doanh nhân đúng đắn được thực hiện. Nhờ đó, họ có lợi thế cạnh tranh hiệu quả, tạo được sự thịnh vượng của đất nước, nâng cao đời sống người dân. Chính vì vậy, đạo đức doanh nhân là sức mạnh mềm, là nguồn lực to lớn của mỗi doanh nhân và cộng đồng doanh nghiệp mỗi quốc gia, mỗi địa phương. Sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp các nước có văn hóa kinh doanh cao như Nhật Bản, Đức, Mỹ... luôn chiếm được niềm tin nơi khách hàng và có giá cả cao hơn, đem lại lợi thế lớn cho doanh nghiệp.

*Ba là*, nâng cao đạo đức doanh nhân gắn với xây dựng văn hóa doanh nghiệp và phát triển hội nhập: Để nâng cao đạo đức của đội ngũ doanh nhân gắn với xây dựng văn hóa doanh nghiệp và xây dựng đất nước toàn diện, hội nhập quốc tế, chúng ta cần sự nỗ lực không chỉ của lực lượng doanh nhân chân chính mà còn cần sự ủng hộ, đồng hành và kiến tạo của Đảng và Nhà nước, các bộ, ngành, địa phương, tổ chức hiệp hội ngành nghề thông qua các giải pháp như sau:

- Đối với các cơ quan nhà nước, bộ, ngành, địa phương và tổ chức đoàn thể, hiệp hội ngành nghề:

+ *Ưu tiên hoàn thiện thể chế, pháp luật*: Tiếp tục công cuộc cải cách hành chính theo hướng trong sạch, minh bạch, chuyên nghiệp, kiên quyết xóa bỏ cơ chế “xin - cho”; loại bỏ các rào cản gây phiền hà cho doanh nghiệp; sắp xếp, quán triệt bộ máy hành chính phải “thân thiện”, đúng bản chất dịch vụ công để tạo điều kiện cho doanh nghiệp. Hệ thống thể chế phải được cải cách, đổi mới theo hướng tạo nền tảng và khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh có văn hóa, tạo môi trường kinh doanh công bằng với mọi thành phần kinh tế. Phải xây dựng và thực thi các chính sách, quy định pháp luật thực sự đúng đắn, khoa học để không tạo “kẽ hở” cho làm giàu bất chính. Các thành phần kinh tế được bảo đảm lợi ích chính đáng cũng như ngăn chặn, trừng phạt những hành vi gian lận. Đảng và Nhà nước ban hành hệ thống cơ chế, chính sách, pháp luật bảo đảm sự minh bạch, công bằng, nhất quán để giúp doanh nghiệp được tự do, lành mạnh.

+ *Xây dựng, hoàn thiện chuẩn mực đạo đức kinh doanh, đạo đức doanh nhân gắn với văn hóa doanh nghiệp*: Để xây dựng, phát triển và hoàn thiện đạo đức doanh nhân, văn hóa doanh nghiệp, cần xây dựng, hoàn thiện các giá trị đạo đức doanh nhân, văn hóa kinh doanh Việt Nam theo các chuẩn mực và thông lệ trong nước và quốc tế. Các chuẩn mực này sẽ là căn cứ để xã hội đánh giá hoạt động của các doanh nghiệp, từ đó tạo ra các “sức ép”, động lực để các doanh nghiệp tuân thủ các cam kết, phấn đấu thực hiện chuẩn mực đạo đức doanh nhân, văn hóa kinh doanh gắn với phát triển văn hóa doanh nghiệp, tạo nên sức mạnh cộng đồng...

+ *Đẩy mạnh hoạt động tôn vinh doanh nhân, doanh nghiệp đạt chuẩn mực, là tấm gương về phát triển đạo đức doanh nhân và văn hóa doanh nghiệp*: Nâng cao đạo đức doanh nhân, văn hóa doanh nghiệp là một quá trình, khi đã có chuẩn mực đạo đức, giá trị cốt lõi là cơ sở để quan điểm của xã hội cùng nhìn nhận đúng về bản chất, vai trò của doanh nhân cũng như chuẩn mực đạo đức của doanh

nhân, doanh nghiệp thì hoạt động truyền thông đóng vai trò rất quan trọng trong việc truyền thông đến người dân, cũng như tạo cảm hứng cho doanh nhân. Tuy nhiên, cũng cần quản lý minh bạch, tránh hiện tượng “xin - cho”, “mua - bán” danh hiệu tôn vinh, làm giảm giá trị của các danh hiệu và ảnh hưởng đến những doanh nhân, doanh nghiệp liêm chính.

+ *Tăng cường giám sát xã hội và vai trò của các tổ chức đoàn thể, hiệp hội ngành nghề*: Động cơ mạnh mẽ của doanh nhân là tối đa lợi nhuận, do đó, nếu không có sự giám sát, chế tài của các tổ chức đoàn thể, hiệp hội ngành, nghề mà chỉ trông chờ vào sự tự giác của doanh nhân là khó khả thi. Cần phải có một cơ chế giám sát, xử lý cương quyết với các hành vi sai trái, vi phạm đạo đức của doanh nhân, doanh nghiệp bằng pháp luật, cũng như bày tỏ thái độ phản kháng mạnh mẽ với các hành vi sai trái với các chuẩn mực đạo đức, giá trị văn hóa doanh nghiệp, khi đó doanh nhân và doanh nghiệp sẽ phải rất cân nhắc trước khi đưa ra những hành vi ảnh hưởng đến quyền và lợi ích của cộng đồng. Tổ

chức đoàn thể và hiệp hội ngành, nghề cũng là nơi cung cấp các dịch vụ đào tạo, nâng cao nhận thức, hành động và ghi nhận, vinh danh, chế tài đối với các doanh nhân, doanh nghiệp vi phạm chuẩn mực.

- Đối với doanh nhân và cộng đồng doanh nghiệp:

+ Để trở thành những doanh nhân chân chính và để đội ngũ doanh nhân lớn mạnh cả về chất và lượng, bản thân đội ngũ doanh nhân phải tự nâng cao năng lực, phẩm chất, chất lượng nguồn nhân lực lãnh đạo, quản trị doanh nghiệp; rèn luyện bản thân trở thành người đủ tài, đủ tâm và đủ tầm đáp ứng được những thay đổi và thách thức ngày càng lớn của môi trường kinh doanh trong nước và quốc tế; luôn khơi dậy, khuyến khích và nuôi dưỡng tinh thần kinh doanh, khát vọng làm giàu chân chính trong xã hội.

+ Đẩy mạnh xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp. Bản thân các doanh nhân phải là những tấm gương mẫu mực về tinh thần trách nhiệm với công việc, với xã hội cộng đồng, với gia đình. Phẩm chất, đạo đức và cách ứng xử của doanh nhân là nền tảng xây dựng

văn hóa doanh nghiệp. Đồng thời, người quản lý cũng cần có chính sách rõ ràng, nhất quán để hỗ trợ, tạo điều kiện cho việc xây dựng và phát triển văn hóa trong doanh nghiệp.

+ Tăng cường, khuyến khích, tiến tới yêu cầu áp dụng các nguyên tắc, chuẩn mực quản trị doanh nghiệp theo tiêu chuẩn của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước đối với doanh nghiệp niêm yết, tiến tới áp dụng chuẩn mực quản trị công ty của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), áp dụng các chuẩn mực kế toán quốc tế, minh bạch trong công bố thông tin đối với mọi đối tượng, thành phần doanh nghiệp.

+ Luôn tích cực tham gia cùng Đảng, Nhà nước, các bộ, ngành, địa phương, tổ chức đoàn thể và hiệp hội ngành nghề trong kiến tạo và duy trì môi trường kinh doanh lành mạnh, tích cực, tuân thủ đạo đức kinh doanh, thông qua đóng góp các ý kiến, đề xuất với cơ quan liên quan về cải thiện thể chế, hợp lý hóa các công cụ luật pháp, các thủ tục hành chính và hưởng ứng nhiệt tình các chính sách của Đảng và Nhà nước □