

ĐẠO ĐỨC DOANH NHÂN TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐỊNH HƯỚNG XÃ HỘI CHỦ NGHĨA Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

¹PHẠM THỊ LAN*, ²NGUYỄN THỊ THU HÀ, ³ĐOÀN THỊ HỒNG GÁM, ⁴NGUYỄN THỊ NỤ,

⁵LÊ THỊ TIÊU NHI, ⁶MAI HOÀI ĐAN, ⁷NGUYỄN NGỌC VÕ KHOA, ⁸ĐỖ MINH KHOA,

⁹NGUYỄN QUYẾN PHI, ¹⁰LƯƠNG THỊ NHƯ QUỲNH

^{1,2,3,4,5} Trường Đại học Công nghiệp Thành Phố Hồ Chí Minh

^{6,7} Trường Đại học Tài chính – Marketing

⁸ Trường Đại học Gia Định

⁹ Công ty Perfetti Van Melle - Route to Market Executive

¹⁰ Trường Đại Học Bách Khoa Thành Phố Hồ Chí Minh

*Tác giả liên hệ: phamthilan_llct@iuh.edu.vn

DOIs: <https://www.doi.org/10.46242/jstiuh.v80i2.5892>

Tóm tắt: Bài viết tập trung phân tích cơ sở lý luận của đạo đức doanh nhân, làm rõ vai trò của đạo đức như một động lực tinh thần định hướng hành vi kinh doanh theo các giá trị nhân văn, tiên bộ và phù hợp. Thông qua phân tích thực tiễn ở Việt Nam, bài viết thể hiện những đóng góp tích cực của đội ngũ doanh nhân đối với tăng trưởng kinh tế; tuy nhiên vẫn còn tồn tại những biểu hiện suy thoái về đạo đức kinh doanh. Vì vậy, sự cần thiết phải tăng cường giáo dục, bồi dưỡng đạo đức doanh nhân trong hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa có ý nghĩa lý luận và thực tiễn. Từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm xây dựng đội ngũ doanh nhân có đạo đức, trách nhiệm và bản lĩnh, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước trong giai đoạn mới.

Từ khóa: Đạo đức doanh nhân, kinh tế thị trường, Việt Nam...

1. GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU

Đội ngũ doanh nhân ngày càng giữ vai trò quan trọng, không chỉ là lực lượng trực tiếp tạo ra của cải vật chất, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, mà còn là chủ thể tham gia giải quyết các vấn đề xã hội, góp phần hiện thực hóa mục tiêu phát triển kinh tế. Tuy nhiên, cùng với những thành tựu đạt được, nền kinh tế thị trường cũng đặt ra nhiều thách thức về phương diện đạo đức. Thực tiễn cho thấy, bên cạnh bộ phận doanh nhân có trách nhiệm với xã hội, vẫn còn tồn tại những biểu hiện lệch chuẩn trong hoạt động kinh doanh. Những hiện tượng này không chỉ gây tổn hại đến môi trường kinh doanh lành mạnh mà còn tác động tiêu cực đến các giá trị xã hội và niềm tin. Đạo đức doanh nhân không chỉ là chuẩn mực điều chỉnh hành vi cá nhân trong hoạt động kinh doanh, mà còn là yếu tố quan trọng tạo nên động lực cho sự phát triển bền vững của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Trên cơ sở phân tích lý luận và thực tiễn góp phần khẳng định đạo đức doanh nhân như một nền tảng tinh thần và giá trị cốt lõi, định hướng cho sự phát triển bền vững của nền kinh tế và xã hội Việt Nam hiện nay.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1 Một số khái niệm kinh doanh và khái niệm doanh nhân, đạo đức doanh nhân

Khái niệm kinh doanh

Hoạt động kinh doanh có thể được nhận diện qua một số dấu hiệu đặc trưng cơ bản như: Kinh doanh là hoạt động mang tính nghề nghiệp, được thực hiện một cách thường xuyên, liên tục, ổn định và lâu dài. Trong xã hội tồn tại những cá nhân, nhóm người và tổ chức mà hoạt động nghề nghiệp chủ yếu là kinh doanh. Kinh doanh là hành vi diễn ra trên thị trường, phản ánh các mối quan hệ giữa các chủ thể kinh doanh với nhau và với xã hội thông qua các hoạt động mua bán, trao đổi và tiêu dùng. Mục đích cơ bản của kinh doanh là lợi nhuận, đây là động lực trực tiếp chi phối hành vi và quyết định phương thức hoạt động của các chủ thể kinh doanh.

Với cách tiếp cận trên, kinh doanh được hiểu một cách đầy đủ và toàn diện là tổng thể các hoạt động như đầu tư, sản xuất, trao đổi và cung ứng dịch vụ nhằm mục đích sinh lợi. Hoạt động kinh doanh không

nhất thiết phải bao gồm toàn bộ các khâu từ đầu vào đến đầu ra của quá trình sản xuất – lưu thông, mà chỉ cần thực hiện một hoặc một số khâu nhất định trong chuỗi hoạt động đó, miễn là hướng tới mục tiêu tạo ra lợi nhuận. Theo nghĩa này, kinh doanh có phạm vi nội dung rất rộng.

Khái niệm doanh nhân

Doanh nhân là một khái niệm đã được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu và thực tiễn kinh tế trên thế giới. Tuy nhiên, tại Việt Nam, khái niệm này chỉ thực sự được sử dụng rộng rãi trong thời gian gần đây, gắn với sự hình thành và phát triển của đội ngũ doanh nhân trong tiến trình đổi mới và hội nhập kinh tế. Việc Nhà nước chính thức lựa chọn ngày 13/10/1945 – ngày Chủ tịch Hồ Chí Minh gửi thư cho giới công thương làm Ngày Doanh nhân Việt Nam (từ năm 2004) không chỉ mang ý nghĩa lịch sử mà còn thể hiện sự thừa nhận và khẳng định vị thế ngày càng quan trọng của doanh nhân trong đời sống kinh tế, xã hội. Trong bối cảnh đó, khái niệm doanh nhân ngày càng được sử dụng phổ biến trong các nghiên cứu khoa học, các diễn đàn học thuật và thảo luận chính sách.

Xét về mặt học thuật, doanh nhân là một khái niệm có nội hàm phức tạp, đòi hỏi cách tiếp cận đa chiều. Các cách tiếp cận chủ yếu từ tiếp cận từ góc độ khoa học thông qua các công trình nghiên cứu, từ điển và giáo trình chuyên ngành; tiếp cận từ góc độ pháp lý với tư cách là quan điểm chính thức của Nhà nước; và tiếp cận từ góc độ xã hội học phản ánh nhận thức chung của xã hội.

Trên cơ sở đó, có thể khái quát: doanh nhân là những người giữ vai trò chủ sở hữu hoặc lãnh đạo, quản lý, trực tiếp tổ chức và điều hành hoạt động sản xuất – kinh doanh của doanh nghiệp; là chủ thể chấp nhận rủi ro nhằm khai thác và sử dụng hiệu quả các nguồn lực để tạo ra lợi nhuận, đồng thời đại diện và chịu trách nhiệm về hoạt động của doanh nghiệp trước xã hội và pháp luật.

Trên cơ sở khái niệm đã nêu, doanh nhân được hiểu là những người giữ các vị trí chủ chốt trong doanh nghiệp như chủ doanh nghiệp, chủ tịch hội đồng quản trị, giám đốc, tổng giám đốc, hoặc đảm nhiệm đồng thời các chức danh lãnh đạo và điều hành doanh nghiệp. Doanh nhân có thể là người trực tiếp sở hữu doanh nghiệp hoặc là đại diện của chủ sở hữu, chẳng hạn như chủ tịch hội đồng quản trị; cũng có thể là người được thuê để đảm nhiệm vai trò điều hành, quản lý doanh nghiệp với tư cách giám đốc, tổng giám đốc. Trong nhiều trường hợp, doanh nhân đồng thời vừa là chủ sở hữu vừa là người trực tiếp quản lý, điều hành doanh nghiệp. Sự đa dạng này phản ánh tính linh hoạt và phức tạp của khái niệm doanh nhân trong thực tiễn kinh tế.

Khái niệm đạo đức doanh nhân

Ở Việt Nam, vấn đề đạo đức doanh nhân ngày càng được quan tâm nghiên cứu dưới nhiều góc độ khác nhau. *Đạo đức kinh doanh*, theo tác giả Bùi Xuân Phong: “Đạo đức kinh doanh là một tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn và kiểm soát hành vi của các chủ thể kinh doanh. Đạo đức kinh doanh chính là đạo đức được vận dụng vào trong hoạt động kinh doanh” (Phong, 2009, tr. 40). Theo tác giả Dương Thị Liễu, đạo đức kinh doanh của các chủ thể kinh tế (trong đó có các 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 các chủ thể kinh doanh” (Liễu, 2009, tr. 25).

Bộ Quy tắc đạo đức doanh nhân Việt Nam do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam ban hành năm 2022. Văn bản này thể hiện rõ sự thống nhất giữa yêu cầu phát triển đội ngũ doanh nhân với mục tiêu xây dựng nền kinh tế thị trường hiện đại, hội nhập nhưng vẫn giữ vững định hướng xã hội chủ nghĩa. Bộ Quy tắc xác lập các giá trị cốt lõi của đạo đức doanh nhân Việt Nam về tuân thủ pháp luật, liêm chính, minh bạch, trách nhiệm xã hội và khát vọng phát triển bền vững, qua đó góp phần chuẩn hóa hành vi kinh doanh.

Văn hóa kinh doanh và triết lý doanh nhân do Nguyễn Trần Bạt đã làm rõ vai trò của hệ giá trị văn hóa và nhân cách doanh nhân trong việc định hình hành vi kinh doanh. Tác giả nhấn mạnh rằng đạo đức doanh nhân không chỉ là yêu cầu mang tính ràng buộc bên ngoài, mà trước hết là sự tự giác, gắn với tâm nhìn và triết lý phát triển bền vững. Nghiên cứu này có ý nghĩa gợi mở quan trọng về phương diện giá trị và văn hóa, song còn ít đặt vấn đề đạo đức doanh nhân trong mối quan hệ trực tiếp với thể chế kinh tế và cơ chế quản lý nhà nước.

Đạo đức kinh doanh trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam của Đào Duy Huân và Trần Thị Bích Ngọc. Nhóm tác giả phân tích sự tương tác giữa đạo đức doanh nhân, pháp luật và môi trường thể chế. Các tác giả cho rằng, đạo đức kinh doanh muốn bền vững khi đặt trong khuôn khổ pháp luật nghiêm minh và một thể chế kinh tế minh bạch, công bằng. Chính vì thế, đạo đức doanh nhân được hiểu là đạo đức của chủ thể doanh nhân trong quá trình thực hiện các hoạt động của mình, đặc biệt là trong hoạt động kinh doanh. Vì vậy, nghiên cứu đạo đức doanh nhân cần làm rõ khái niệm đạo đức và đạo đức kinh doanh, coi đây là

nền tảng lý luận để nhận diện bản chất và các biểu hiện của đạo đức doanh nhân trong đời sống kinh tế, xã hội.

Xét từ góc độ triết học xã hội, đạo đức là một bộ phận của kiến trúc thượng tầng, được hình thành trong quá trình lao động và là sản phẩm của hoạt động có ý thức của con người. Việc đánh giá đạo đức cần dựa trên sự thống nhất giữa các phương diện cơ bản như hành vi đạo đức, quan hệ đạo đức và ý thức đạo đức. Các phương diện này hợp thành một chỉnh thể logic, cho phép luận chứng và đánh giá các hành vi đạo đức trong những điều kiện xã hội cụ thể. Trong từng lĩnh vực của đời sống xã hội đã hình thành các hệ chuẩn mực đạo đức chuyên biệt, đạo đức lao động, đạo đức nghề nghiệp, đạo đức kinh doanh và đạo đức doanh nhân.

Trên cơ sở đó, có thể khái quát khái niệm *đạo đức doanh nhân* có thể được hiểu là sự vận dụng các giá trị và chuẩn mực đạo đức nói chung vào toàn bộ các hoạt động và quan hệ xã hội của doanh nhân, trước hết và chủ yếu là trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh. Theo nghĩa đó, đạo đức doanh nhân là hệ thống các nguyên tắc và chuẩn mực có chức năng điều chỉnh, định hướng, đánh giá và kiểm soát hành vi của doanh nhân trên cơ sở tự giác và tự nguyện, nhằm bảo đảm sự hài hòa giữa lợi ích kinh tế với các giá trị xã hội và nhân văn.

2.1.2 Vai trò của đạo đức doanh nhân đối với sự phát triển kinh tế - xã hội

Đạo đức doanh nhân đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp và sự phát triển xã hội, vai trò đó thể hiện ở chỗ:

Thứ nhất, đạo đức doanh nhân góp phần điều chỉnh hành vi của doanh nhân

Đạo đức doanh nhân có vai trò điều chỉnh hành vi kinh doanh của doanh nhân theo khuôn khổ pháp luật và các chuẩn mực đạo đức xã hội. Pháp luật không thể thay thế vai trò của đạo đức trong việc tác động trực tiếp đến lương tâm, ý thức trách nhiệm và động cơ hành vi của doanh nhân, đặc biệt trong việc khuyến khích các hành vi chuẩn mực và có trách nhiệm xã hội trong sản xuất, kinh doanh.

Đạo đức doanh nhân trong hoạt động sản xuất, kinh doanh trở thành một nhân tố mang tính chiến lược đối với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Thứ hai, đạo đức doanh nhân góp phần nâng cao uy tín của doanh nghiệp đối với khách hàng

Trong điều kiện thị trường khách hàng thường ưu tiên lựa chọn các doanh nghiệp có danh tiếng tốt, thể hiện sự quan tâm đến lợi ích của khách hàng và trách nhiệm đối với xã hội. Các doanh nghiệp có đạo đức thường duy trì nguyên tắc đối xử công bằng với khách hàng, không ngừng cải tiến chất lượng sản phẩm và dịch vụ, đồng thời cung cấp thông tin minh bạch, dễ tiếp cận và dễ hiểu. Nhờ đó, các doanh nghiệp tạo dựng được lợi thế cạnh tranh bền vững và khả năng gia tăng lợi nhuận trong dài hạn.

Đối với những doanh nghiệp, việc xây dựng mối quan hệ hợp tác trên cơ sở tôn trọng lẫn nhau giữa doanh nghiệp và khách hàng được xem là chìa khóa thành công. Khi chú trọng đến sự hài lòng của khách hàng, doanh nghiệp có vai trò sẽ củng cố mức độ gắn bó và phụ thuộc tích cực của khách hàng đối với mình; niềm tin gia tăng giúp doanh nghiệp hiểu rõ hơn nhu cầu của khách hàng, từ đó nâng cao chất lượng phục vụ.

Môi trường đạo đức kinh doanh thường được xây dựng trên các giá trị cốt lõi, trong đó đặt lợi ích chính đáng của khách hàng ở vị trí trung tâm. Trong môi trường đạo đức đó, doanh nhân và doanh nghiệp có thể đưa ra những quyết định đúng đắn, góp phần bảo đảm sự phát triển bền vững.

Thứ ba, đạo đức doanh nhân góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế

Trách nhiệm của doanh nhân đối với doanh nghiệp và xã hội được thể hiện thông qua mức độ đóng góp của doanh nghiệp cho cộng đồng bằng chính hoạt động kinh doanh cốt lõi của mình. Các hoạt động đầu tư xã hội, những chương trình mang tính nhân văn và sự cam kết của doanh nghiệp đối với chính sách là những phương thức quan trọng phản ánh cách thức doanh nghiệp quản lý các mối quan hệ kinh tế, xã hội và môi trường với các bên liên quan.

Các doanh nghiệp có nguồn lực tài chính vững mạnh thường có vai trò thuận lợi hơn để thực hiện trách nhiệm xã hội của mình, thể hiện ở việc phục vụ tốt hơn quyền lợi của khách hàng, tôn trọng người lao động và xây dựng niềm tin với cộng đồng.

Việc đầu tư xây dựng và củng cố hệ thống đạo đức doanh nhân trong doanh nghiệp không chỉ có vai trò mà còn mang ý nghĩa xã hội đem lại lợi ích kinh tế thiết thực. Đối với doanh nhân, niềm tin không chỉ là giá trị đạo đức mà còn là điều kiện quan trọng để thúc đẩy sáng tạo, đầu tư và phát triển lâu dài.

2.2. Nội dung nghiên cứu

2.2.1. Thực trạng đạo đức doanh nhân trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam hiện nay - Những biểu hiện tích cực và tiêu cực

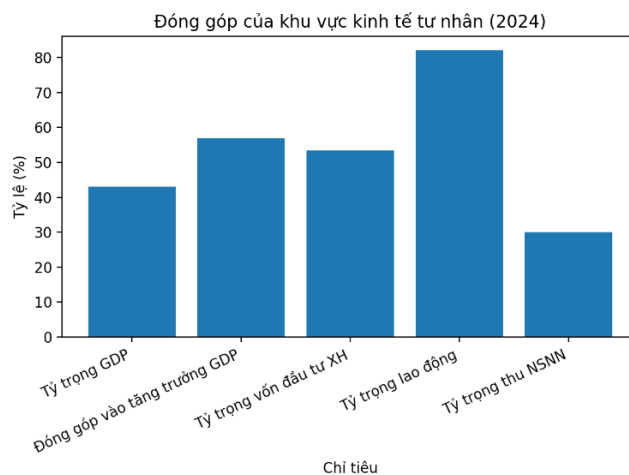
Biểu hiện tích cực

Thứ nhất, trung thực và năng động sáng tạo trong kinh doanh

Trong nền kinh tế thị trường, mục tiêu trực tiếp của hoạt động kinh doanh là tạo ra lợi nhuận. Để đạt được lợi nhuận một cách chính đáng và bền vững, doanh nhân không thể dựa vào những phương thức kinh doanh thiếu minh bạch, mà phải dựa trên các giá trị cốt lõi như trung thực, không ngừng học tập, nghiên cứu, đổi mới sáng tạo và ứng dụng các tiến bộ khoa học vào hoạt động sản xuất, kinh doanh và quản lý doanh nghiệp. Kinh tế thị trường đã góp phần khắc phục tâm lý thụ động, ỷ lại vốn tồn tại phổ biến trong cơ chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung trước đây, đồng thời hình thành và củng cố những phẩm chất đặc trưng của doanh nhân hiện đại như tính chủ động, tự chủ, dám nghĩ, dám làm và sẵn sàng chấp nhận cạnh tranh. Đó là sự cạnh tranh lành mạnh, vừa thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, vừa góp phần bồi đắp các giá trị đạo đức trong hoạt động kinh doanh, hướng tới xây dựng một nền kinh tế thị trường có văn hóa.

Cơ chế thị trường buộc doanh nhân phải coi trọng yếu tố trung thực và đặt khách hàng ở vị trí trung tâm của hoạt động kinh doanh. Thị trường càng phát triển thì mối quan hệ giữa đạo đức và lợi ích kinh tế càng trở nên rõ nét muốn đạt được lợi nhuận bền vững, doanh nhân phải kết hợp hài hòa giữa đạo đức và tài năng. Quá trình chuyển đổi sang kinh tế thị trường đã đặt doanh nhân vào môi trường cạnh tranh, buộc họ phải chủ động thích ứng, đổi mới và nâng cao năng lực quản trị để tồn tại và phát triển. Nhận thức rõ vai trò của con người và trí tuệ trong phát triển kinh tế, Đảng ta luôn coi phát triển nguồn nhân lực là một trong những nhiệm vụ trung tâm của chiến lược phát triển đất nước. Văn kiện Đại hội VIII đã 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” (Ban Tư tưởng - Văn hóa Trung ương, 1996, tr. 69). Quan điểm này có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc định hướng xây dựng đội ngũ doanh nhân vừa có năng lực chuyên môn, vừa có phẩm chất đạo đức đáp ứng yêu cầu phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Doanh nhân Việt Nam đã chủ động điều chỉnh chiến lược kinh doanh, sẵn sàng đầu tư đổi mới công nghệ, cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng sản phẩm hoặc chuyển hướng sang các lĩnh vực phù hợp hơn khi nhận thấy sản phẩm của mình không còn được thị trường chấp nhận. Những chuyển biến đó cho thấy vai trò ngày càng đề cao của người tiêu dùng trong nền kinh tế thị trường. Việc tôn trọng người tiêu dùng không chỉ mang lại lợi ích cho doanh nhân và doanh nghiệp mà còn góp phần nâng cao phúc lợi xã hội. Doanh nhân Việt Nam ngày càng thể hiện rõ hơn những phẩm chất của chủ thể kinh tế độc lập về tự quyết định chiến lược kinh doanh, tự chịu trách nhiệm về hành vi và các mối quan hệ kinh tế, xã hội. Sự khẳng định đó không chỉ là biểu hiện của năng lực kinh doanh, mà còn là sự khẳng định các giá trị đạo đức doanh nhân trong nền kinh tế thị trường. Sau đây là biểu đồ phân tích những đóng góp của khu vực kinh tế tư nhân (2024)



Hình 1: Đóng góp của khu vực kinh tế tư nhân (2024)

Nguồn: Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2024); Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2024); Tổng cục Thống kê (2024).

Biểu đồ phản ánh một cách khái quát nhưng có ý nghĩa lý luận sâu sắc về vai trò và vị trí của khu vực kinh tế tư nhân trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam năm 2024, thông qua các chỉ tiêu cơ bản: tỷ trọng GDP, đóng góp vào tăng trưởng GDP, tỷ trọng vốn đầu tư xã hội, tỷ trọng lao động và tỷ trọng thu ngân sách nhà nước. Xét về đóng góp vào GDP và tăng trưởng kinh tế, khu vực kinh tế tư nhân chiếm khoảng 43% GDP nhưng lại đóng góp tới 57% mức tăng trưởng GDP. Sự chênh lệch này cho thấy khu vực tư nhân đang giữ vai trò động lực tăng trưởng quan trọng nhất của nền kinh tế, với mức độ năng động và khả năng phản ứng nhanh trước tín hiệu thị trường cao hơn so với các khu vực kinh tế khác. Về đầu tư xã hội, khu vực kinh tế tư nhân chiếm trên 53% tổng vốn đầu tư toàn xã hội, cho thấy vai trò ngày càng rõ nét của doanh nhân trong việc tổ chức tái sản xuất mở rộng. Về chỉ tiêu tỷ trọng lao động cho thấy khu vực kinh tế tư nhân đang sử dụng tới hơn 80% lực lượng lao động xã hội. Đây là đóng góp có ý nghĩa xã hội sâu sắc, bởi thông qua việc tạo việc làm và thu nhập, khu vực tư nhân góp phần ổn định đời sống dân cư, giảm áp lực cho khu vực công và Nhà nước trong giải quyết các vấn đề xã hội. Về mặt lý luận, điều này cho thấy khu vực tư nhân đã trở thành bộ phận chủ yếu của lực lượng sản xuất xã hội, gắn trực tiếp với đời sống của đại đa số người lao động. Mặc dù có vai trò lớn trong GDP, tăng trưởng, đầu tư và việc làm, tỷ trọng đóng góp vào thu ngân sách nhà nước của khu vực kinh tế tư nhân chỉ ở mức khoảng 30%. Tổng hợp các chỉ tiêu trong biểu đồ cho thấy khu vực kinh tế tư nhân đã và đang giữ vai trò trụ cột của tăng trưởng, đầu tư và việc làm, qua đó khẳng định vị trí trung tâm của đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường Việt Nam.

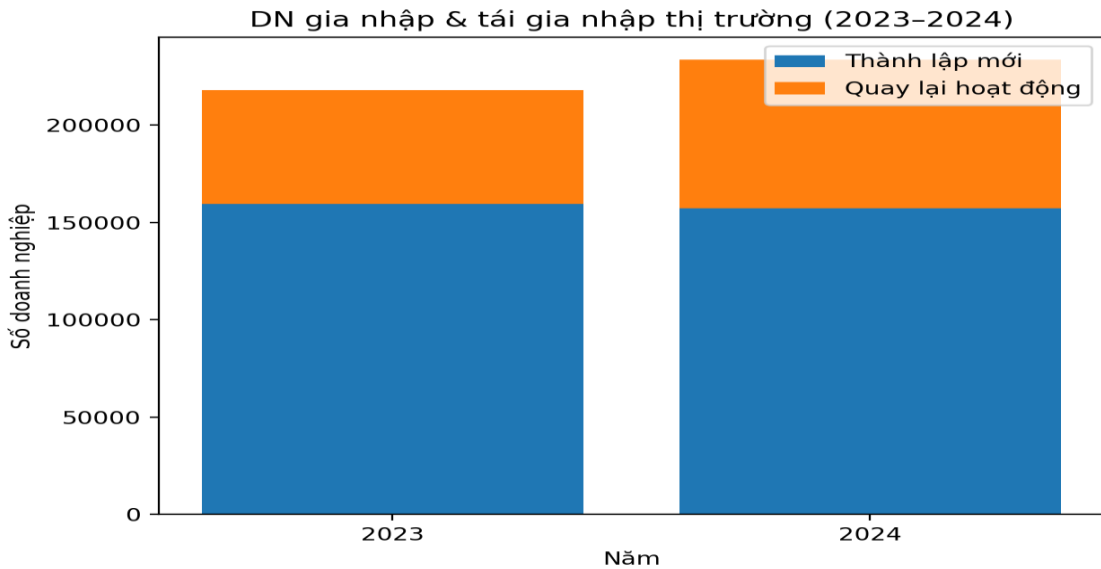
Đây chính là nền tảng quan trọng để xây dựng đội ngũ doanh nhân hiện đại, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam.

Thứ hai, tự chủ, dám nghĩ dám làm, dám chịu trách nhiệm trong kinh doanh

Việc phát triển nền sản xuất hàng hóa, kinh tế thị trường cũng bộc lộ những mặt trái nhất định. Những hiện tượng cần được nhận diện đầy đủ và có biện pháp hiệu quả. Vai trò điều tiết của Nhà nước thông qua hệ thống pháp luật và chính sách kinh tế có ý nghĩa đặc biệt quan trọng nhằm hạn chế các hành vi tiêu cực mang tính tự phát, đồng thời định hướng hoạt động sản xuất, kinh doanh theo quỹ đạo lành mạnh.

Hoạt động kinh doanh luôn chịu sự chi phối của nhiều yếu tố khách quan và biến động, do đó đòi hỏi doanh nhân phải có bản lĩnh, sự tự tin và khả năng ra quyết định. Để thích ứng và đạt hiệu quả trong môi trường cạnh tranh, doanh nhân cần tin tưởng vào năng lực của bản thân và của doanh nghiệp, kiên định với mục tiêu đã lựa chọn. Đây là cơ sở để doanh nhân tổ chức hoạt động kinh doanh một cách có hệ thống, có triết lý rõ ràng, tuân thủ các nguyên tắc quản lý và sẵn sàng chịu trách nhiệm trước những tác động từ bên ngoài. Tính tự chủ và tinh thần trách nhiệm trở thành những yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường.

Kinh tế thị trường cũng đóng vai trò như một cơ chế sàng lọc tự nhiên đối với cả doanh nhân và sản phẩm hàng hóa. Doanh nghiệp chỉ có thể tồn tại và phát triển bền vững khi bảo đảm tính trung thực trong kinh doanh, tôn trọng người lao động, đối tác và khách hàng, nâng cao hiệu quả hoạt động và chất lượng sản phẩm. Những yêu cầu đó đồng thời cũng chính là các chuẩn mực cốt lõi của đạo đức doanh nhân trong điều kiện phát triển hiện nay. Sau đây là một số phân tích về doanh nghiệp gia nhập và tái nhập thị trường 2023-2024).



Hình 2: Doanh nghiệp gia nhập và tái nhập thị trường 2023-2024

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2024, 2025), *Báo cáo tình hình đăng ký doanh nghiệp năm 2023, năm 2024*, Cục Quản lý đăng ký kinh doanh; Tổng cục Thống kê (2024).

Biểu đồ cho thấy bức tranh tương đối toàn diện về vận động của khu vực doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường Việt Nam giai đoạn 2023–2024, thông qua hai chỉ báo quan trọng doanh nghiệp thành lập mới và doanh nghiệp quay lại hoạt động. Xét về doanh nghiệp thành lập mới, số liệu cho thấy quy mô doanh nghiệp gia nhập thị trường năm 2024 tuy giảm nhẹ so với năm 2023, song vẫn duy trì ở mức rất cao, trên 150 nghìn doanh nghiệp mỗi năm. Điều này phản ánh nền tảng động lực bên trong của kinh tế thị trường Việt Nam vẫn được bảo toàn, bất chấp những biến động bất lợi của môi trường kinh tế trong nước và quốc tế. Dưới góc độ lý thuyết kinh tế, xu hướng này cho thấy các chủ thể kinh tế tìm kiếm cơ hội sinh lợi nhuận thông qua việc gia nhập thị trường, qua đó mở rộng lực lượng sản xuất xã hội. Điểm nổi bật của là sự gia tăng rõ rệt số doanh nghiệp quay lại hoạt động trong năm 2024 so với năm 2023. Nếu năm 2023 số doanh nghiệp tái gia nhập còn tương đối khiêm tốn, thì sang năm 2024, số lượng này tăng mạnh, thu hẹp khoảng cách với số doanh nghiệp thành lập mới. Dưới góc nhìn kinh tế, đây là biểu hiện của quá trình sàng lọc và tái phân bổ nguồn lực, góp phần nâng cao hiệu quả chung của nền kinh tế. Như vậy, biểu đồ phản ánh khu vực doanh nghiệp Việt Nam trong giai đoạn 2023–2024 vẫn giữ được tính năng động và khả năng phục hồi, đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì nhịp độ tăng trưởng và ổn định kinh tế.

Nhịp độ vận động nhanh của nền kinh tế thị trường đã tạo điều kiện để doanh nhân phát huy ngày càng rõ nét năng lực cá nhân, trở nên nhạy bén, chủ động và linh hoạt hơn trong hoạt động kinh doanh. Ngày nay, càng xuất hiện nhiều doanh nhân và doanh nghiệp có năng lực quản lý tốt, làm ăn hiệu quả và từng bước xây dựng được niềm tin vững chắc với khách hàng. Đối với họ, sự thành công không chỉ được đo bằng kết quả kinh doanh, mà còn bằng sự ghi nhận của xã hội đối với những giá trị nhân văn và trách nhiệm cộng đồng mà doanh nghiệp tạo ra. Từ đó, một xu hướng kinh doanh có văn hóa đang dần được hình thành như kinh doanh vì lợi ích kinh tế nhưng trên nền tảng các chuẩn mực đạo đức; cạnh tranh lành mạnh trong khuôn khổ pháp luật; theo đuổi lợi nhuận đồng thời gắn với trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm đạo đức và trách nhiệm xã hội. Đây không chỉ là yêu cầu đối với doanh nhân, mà còn là biểu hiện của trách nhiệm công dân trong bối cảnh phát triển mới của đất nước.

Thứ ba, tôn trọng con người, tôn trọng pháp luật và trách nhiệm xã hội của doanh nhân

Trong môi trường hoạt động kinh doanh không chỉ được đánh giá ở động cơ hay mục đích, mà chủ yếu được đo lường thông qua hiệu quả thực tiễn. Điều này làm thay đổi quan niệm đạo đức theo hướng tích cực, đòi hỏi doanh nhân phải gắn kết chặt chẽ giữa mục tiêu kinh doanh với hiệu quả xã hội, qua đó nâng cao ý thức trách nhiệm trong hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường diễn ra gay gắt, song không đồng nghĩa với việc loại trừ lẫn nhau bằng mọi thủ đoạn thì việc giữ gìn uy tín cá nhân và uy tín doanh nghiệp trở thành một chuẩn mực đạo đức

quan trọng, là điều kiện không thể thiếu trong phát triển bền vững. Chính môi trường cạnh tranh lành mạnh của kinh tế thị trường tạo điều kiện để doanh nhân được rèn luyện những phẩm chất này trong thực tiễn.

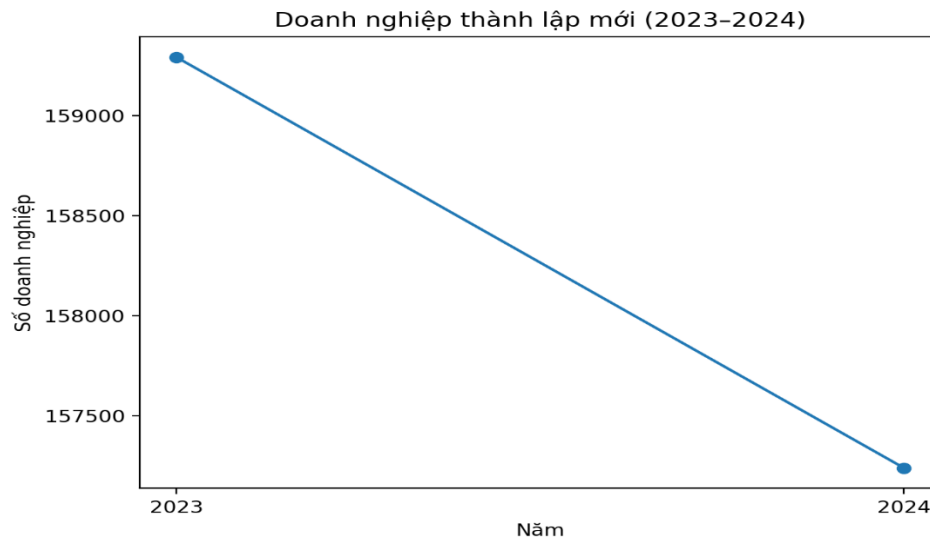
Đa số doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa nhận thức rõ mục tiêu kinh doanh không chỉ dừng lại ở việc làm giàu cho cá nhân và gia đình, mà còn gắn với trách nhiệm phục vụ xã hội. Tạo ra của cải vật chất và việc làm cho người lao động, doanh nhân còn đóng góp cho cộng đồng thông qua các hoạt động xã hội, văn hóa, từ thiện... Đây là sự kết hợp hài hòa giữa lợi ích cá nhân với lợi ích của đất nước. Với vai trò là những chủ thể trực tiếp tổ chức, quản lý và vận hành nền kinh tế, doanh nhân vừa là người sáng tạo ra giá trị vật chất, vừa là lực lượng quan trọng thúc đẩy tiến bộ xã hội.

Việc giữ uy tín trong sản xuất, kinh doanh và trong các quan hệ xã hội ngày càng khẳng định vai trò là một chuẩn mực đạo đức cốt lõi, giúp doanh nhân khẳng định trách nhiệm cá nhân và vị thế xã hội. Nhu cầu tự khẳng định năng lực, sáng tạo trong môi trường cạnh tranh lành mạnh thúc đẩy doanh nhân không ngừng nỗ lực, nâng cao ý thức lương tâm và trách nhiệm trong hoạt động kinh doanh.

Biểu hiện tiêu cực

Thứ nhất, Coi nhẹ việc thực hiện pháp luật trong hoạt động kinh doanh

Ở Việt Nam, kinh tế thị trường vẫn đang trong giai đoạn hoàn thiện, chưa phát triển đồng bộ, trong khi hệ thống pháp luật và các thiết chế thị trường chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu của thực tiễn. Những bất cập và kẽ hở trong khuôn khổ pháp lý đã tạo điều kiện cho các hành vi vi phạm pháp luật như tham nhũng, buôn lậu, sản xuất, kinh doanh hàng giả, trốn thuế... qua đó tác động tiêu cực đến môi trường kinh doanh cũng như đời sống đạo đức của một bộ phận doanh nhân. Mặc dù kinh tế thị trường đòi hỏi xã hội phải được quản lý và vận hành bằng pháp luật, song trên thực tế, hệ thống pháp luật vẫn còn thiếu tính đồng bộ, chưa cụ thể và chưa theo kịp tốc độ phát triển của đời sống kinh tế. Các loại thị trường quan trọng như thị trường lao động, thị trường tài chính, thị trường bất động sản vẫn còn non trẻ, vận hành chưa thông suốt, làm gia tăng nguy cơ lợi dụng kẽ hở pháp luật để trục lợi bất chính. Một bộ phận doanh nhân đã tìm cách lách luật nhằm tối đa hóa lợi ích cá nhân, gây tổn hại đến sự hình thành và phát triển các chuẩn mực đạo đức doanh nhân. Việc phân tích một số biến động trong việc thành lập doanh nghiệp mới là rất cần thiết:



Hình 3: Doanh nghiệp thành lập mới trong giai đoạn 2023–2024

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2024, 2025), *Báo cáo tình hình đăng ký doanh nghiệp năm 2023, năm 2024*, Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Biểu đồ phản ánh xu hướng biến động của số doanh nghiệp thành lập mới trong giai đoạn 2023–2024, qua đó cho thấy những đặc điểm đáng chú ý của động lực gia nhập thị trường trong nền kinh tế Việt Nam. Về số liệu cho thấy năm 2024 số doanh nghiệp thành lập mới giảm nhẹ so với năm 2023, song vẫn duy trì ở mức rất cao, xấp xỉ 160 nghìn doanh nghiệp mỗi năm. Về mặt định lượng, mức suy giảm này không mang tính đột biến mà chỉ phản ánh sự điều chỉnh mang tính chu kỳ của hoạt động kinh doanh trong bối cảnh nền kinh tế chịu tác động từ những khó khăn chung của kinh tế thế giới, như suy giảm cầu, chi phí sản xuất tăng và rủi ro thị trường gia tăng. Dưới góc độ lý thuyết kinh tế thị trường, xu hướng giảm nhẹ số

doanh nghiệp thành lập mới có thể được lý giải như một biểu hiện của quá trình sàng lọc thị trường. Khi mức độ cạnh tranh gia tăng và điều kiện kinh doanh trở nên khắt khe hơn, các chủ thể kinh tế có xu hướng thận trọng hơn trong quyết định gia nhập thị trường. Mâu thuẫn này đặt ra yêu cầu tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, giảm chi phí gia nhập thị trường và nâng cao chất lượng môi trường kinh doanh, nhằm chuyển dịch từ tăng trưởng số lượng doanh nghiệp sang nâng cao chất lượng doanh nghiệp và hiệu quả hoạt động kinh tế. Đây là cơ sở thực tiễn quan trọng để đánh giá vai trò của đội ngũ doanh nhân trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế theo hướng ổn định và bền vững hơn trong giai đoạn tiếp theo.

Vấn đề cạnh tranh gay gắt cũng không ít doanh nhân vì chạy theo lợi nhuận đã bất chấp pháp luật và xem nhẹ trách nhiệm đối với xã hội, người lao động và các bên liên quan. Đáng chú ý, trong một bộ phận doanh nhân đã xuất hiện biểu hiện suy thoái về đạo đức, thay thế các giá trị nhân văn và tinh thần cộng đồng bằng lối sống thực dụng, đề cao lợi ích cá nhân một cách cực đoan, làm sai lệch những giá trị đạo đức nền tảng của xã hội.

Cần nhìn nhận rằng, phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam dù diễn ra trong bối cảnh quốc tế nhiều biến động nhưng đã đạt được thành tựu quan trọng. Tuy nhiên, song hành với những thành tựu đó là sự gia tăng của các hiện tượng tiêu cực, trong đó đáng chú ý là xu hướng mở rộng các nguyên tắc trao đổi thị trường sang những lĩnh vực vốn không thuần túy mang tính kinh tế. Việc coi mọi giá trị đều có thể định giá và mua bán đã và đang làm xói mòn các nền tảng luân lý, phá vỡ sự cân bằng trong phát triển tinh thần và đạo đức của xã hội. Một số doanh nhân tuyệt đối hóa vai trò của đồng tiền, coi lợi nhuận là tiêu chí duy nhất của hoạt động kinh doanh thường dễ sa vào các hành vi phi đạo đức và phi pháp. Sự tôn sùng tiền bạc và chủ nghĩa thực dụng không chỉ làm méo mó các chuẩn mực đạo đức trong kinh doanh mà còn đe dọa sự ổn định và phát triển bền vững của nền kinh tế. Đáng lo ngại hơn, để biện minh cho các hành vi phản đạo đức, một số doanh nhân đã nguy trang những toan tính vụ lợi dưới danh nghĩa thích ứng với cơ chế thị trường, qua đó tạo ra sự lây lan các quan niệm sai lệch trong một bộ phận cộng đồng doanh nhân. Những hiện tượng này không chỉ gây tổn hại nghiêm trọng đến môi trường kinh doanh mà còn làm xói mòn niềm tin xã hội, đặt ra yêu cầu cấp thiết phải tăng cường xây dựng đạo đức doanh nhân gắn với hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường và nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước.

Thứ hai, quan tâm quá mức đến lợi ích cá nhân, xem nhẹ lợi ích xã hội

Khi lợi ích cá nhân bị tuyệt đối hóa và trở thành mục tiêu, kinh tế thị trường cũng có thể tạo ra những lệch lạc về giá trị, làm nảy sinh lối sống thực dụng, chủ nghĩa cá nhân và tư tưởng vị kỷ trong một bộ phận doanh nhân. Việc chạy theo lợi nhuận bằng mọi giá, đề cao quá mức lợi ích vật chất và coi nhẹ các chuẩn mực đạo đức xã hội khiến doanh nhân dễ rơi vào tình trạng suy thoái về đạo đức, xa rời các giá trị nhân văn nền tảng.

Lợi ích cá nhân, một số doanh nhân có thể bất chấp đạo lý và pháp luật, sử dụng những biện pháp phi đạo đức, thậm chí vi phạm pháp luật để mưu cầu lợi nhuận. Những hành vi này không chỉ làm tổn hại đến các giá trị đạo đức truyền thống như uy tín và danh dự, mà còn góp phần hình thành lối sống ích kỷ, hờn thù, thờ ơ với lợi ích của cộng đồng và xã hội. Hệ quả là trong hoạt động kinh doanh, lợi ích của người lao động, khách hàng và các bên liên quan dễ bị xem nhẹ hoặc bị xâm hại. Như Hồ Chí Minh đã từng coi đứcc và tài không thể tách rời, luôn hỗ trợ lẫn nhau, và nếu thiếu một trong hai cái thì con người chẳng đem lại lợi ích gì cho xã hội. Người nói: “Có tài mà không có đứcc ví như một anh làm kinh tế tài chính rất giỏi nhưng lại đi đến thụt két thì chẳng những không làm được gì ích lợi cho xã hội, mà còn làm hại cho xã hội nữa. Nếu có đứcc mà không có tài ví như ông Bụt không làm hại gì, nhưng cũng không lợi gì cho loài người” (Minh, 2000, tr. 172).

Thứ ba, đạo đứcc bị tha hóa dẫn đến sự suy giảm trách nhiệm xã hội

Các chuẩn mực đạo đứcc phù hợp với định hướng phát triển nhân văn và bền vững có nguy cơ bị coi là thiếu tính thực tiễn, thậm chí lỗi thời. Thay vào đó, đồng tiền và lợi ích vật chất trở thành thước đo chủ yếu để đánh giá các mối quan hệ xã hội. Nếu không được kiểm soát, có thể làm xói mòn các giá trị đạo đứcc truyền thống, phá vỡ nền tảng của các quan hệ xã hội lành mạnh và làm suy giảm trách nhiệm xã hội của các chủ thể kinh tế, trong đó có doanh nhân. Vì vậy, việc nhận diện và hạn chế những biểu hiện của chủ nghĩa cá nhân trong nền kinh tế thị trường là yêu cầu cấp thiết đối với quá trình phát triển hiện nay.

Cùng với những lợi ích đó là sự du nhập của một số yếu tố văn hóa và lối sống mang tính thực dụng, đề cao sức mạnh của đồng tiền. Thông qua các phương tiện truyền thông, sản phẩm văn hóa và các kênh giao lưu quốc tế, những quan niệm này có thể tác động tiêu cực đến hệ giá trị đạo đứcc xã hội, làm suy yếu

các chuẩn mực đạo đức truyền thống và gây khó khăn cho công tác giáo dục đạo đức, đặc biệt đối với đội ngũ doanh nhân.

Hệ thống pháp luật và cơ chế quản lý kinh tế ở Việt Nam vẫn đang trong quá trình hoàn thiện, hoạt động cạnh tranh trên thị trường đôi khi diễn ra thiếu lành mạnh, dẫn đến các hành vi lừa đảo trong sản xuất và kinh doanh.

2.2.2 Một số giải pháp nâng cao vai trò hiệu quả của đạo đức doanh nhân trong nền kinh tế thị trường

Một là, nâng cao nhận thức của xã hội đối với doanh nhân

Việc điều chỉnh nhận thức xã hội đối với doanh nhân giữ vai trò đặc biệt quan trọng, bởi đây là yếu tố tác động trực tiếp đến động cơ hành vi, môi trường hoạt động và sự hình thành các chuẩn mực đạo đức trong kinh doanh. Các yếu tố ảnh hưởng đến nhận thức xã hội đối với doanh nhân có thể khái quát thành ba nhóm cơ bản:

Cần từng bước xóa bỏ những định kiến xã hội còn tồn tại đối với doanh nhân. Trong một thời gian dài, doanh nhân thường bị nhìn nhận thiếu tin cậy hoặc có vị thế xã hội thấp. Những quan niệm này không chỉ gây tâm lý nghi ngại trong xã hội mà còn ảnh hưởng tiêu cực đến sự lựa chọn nghề nghiệp, hành vi ứng xử và quá trình hình thành đạo đức của doanh nhân. Bên cạnh đó, việc áp dụng một cách cứng nhắc các chuẩn mực đạo đức truyền thống để đánh giá hoạt động kinh doanh, thái độ thiếu đồng cảm của dư luận xã hội hay tư tưởng bài xích các giá trị mới đều có thể kìm hãm sự phát triển lành mạnh của cộng đồng doanh nghiệp.

Nâng cao nhận thức xã hội đối với doanh nhân phải gắn liền với việc xây dựng và thực thi một hệ thống chính sách, pháp luật minh bạch, công bằng và khả thi. Với vai trò đại diện cho lợi ích chung của xã hội, Nhà nước cần hoàn thiện các quy định pháp luật liên quan đến thuế, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm, cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng theo hướng rõ ràng, nhất quán, không tạo kẽ hở cho hành vi làm giàu bất chính. Mặt khác, cần đẩy mạnh công tác phổ biến pháp luật và các chính sách kinh tế tới doanh nghiệp và doanh nhân, nhất là trong bối cảnh Việt Nam hội nhập sâu vào kinh tế quốc tế.

Việc minh bạch hóa và ổn định hệ thống pháp luật có ý nghĩa quan trọng đối với việc xây dựng đạo đức doanh nhân, bởi đạo đức kinh doanh luôn gắn chặt với khuôn khổ pháp lý. Một hệ thống pháp luật thiếu rõ ràng, chồng chéo hoặc không phù hợp thực tiễn sẽ cản trở quá trình hình thành các chuẩn mực đạo đức và làm gia tăng hành vi sai phạm. Do đó, cần tiếp tục rà soát, sửa đổi và bãi bỏ các quy định bất cập, tiếp tục xây dựng mối quan hệ đồng hành, hỗ trợ giữa cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp nhằm tạo lập môi trường kinh doanh lành mạnh.

Cần chủ động kiểm soát và hạn chế các tiếp biến đạo đức không lành mạnh từ bên ngoài. Việc tiếp thu các giá trị tiến bộ của đạo đức kinh doanh quốc tế là cần thiết, song phải tránh thái độ kỳ thị hoặc sùng bái đối với mô hình và chuẩn mực ngoại lai. Nhà nước và xã hội cần tạo lập môi trường thuận lợi để sàng lọc, điều chỉnh các yếu tố không phù hợp, bảo đảm đạo đức doanh nhân Việt Nam phát triển đúng hướng, vừa phù hợp với thông lệ quốc tế, vừa giữ vững các giá trị đạo đức truyền thống.

Hai là, nâng cao trách nhiệm của Đảng, Nhà nước và xã hội trong việc xây dựng đội ngũ doanh nhân mới đủ đức và tài

Trong quá trình xây dựng và phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, Đảng ta luôn nhất quán quan điểm lấy con người làm trung tâm và chủ thể của chiến lược phát triển. Các văn kiện của Đảng khẳng định mục tiêu xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện, có đạo đức, tri thức, trách nhiệm công dân và năng lực sáng tạo, coi đây vừa là động lực, vừa là mục tiêu của sự nghiệp phát triển đất nước. Quan điểm này cũng được Chủ tịch Hồ Chí Minh nhấn mạnh khi khẳng định: “Muốn xây dựng chủ nghĩa xã hội, trước hết cần có những con người xã hội chủ nghĩa” (Minh, 2000, tr. 130).

Quán triệt tư tưởng đó, Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội (bổ sung, phát triển năm 2011) đã xác định rõ yêu cầu xây dựng đội ngũ doanh nhân có tài, có

trách nhiệm xã hội, tâm huyết với đất nước và dân tộc (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2011, tr. 80). Đây là định hướng quan trọng nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển nhanh và bền vững của nền kinh tế trong bối cảnh hội nhập quốc tế sâu rộng.

Nghị quyết Trung ương khóa VIII về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam. Theo đó, các phẩm chất cốt lõi cần hướng tới bao gồm: tinh thần yêu nước và ý chí tự cường dân tộc; ý thức cộng đồng và trách nhiệm xã hội; lối sống lành mạnh, trung thực, tôn trọng kỷ cương pháp luật; lao động sáng tạo, hiệu quả; thường xuyên học tập, nâng cao trình độ chuyên môn và thể lực (Đảng Cộng sản Việt Nam, 1996, tr. 58–59).

Việc xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam cần tập trung vào một số tiêu chí cơ bản như doanh nhân cần có sức khỏe và thể lực tốt là nền tảng để lao động bền bỉ, sáng tạo và cống hiến lâu dài. Doanh nhân phải là những người vừa có đạo đức, vừa có năng lực kinh doanh. Đạo đức doanh nhân thể hiện ở tinh thần trách nhiệm, trung thực, liêm chính, tôn trọng pháp luật và lợi ích xã hội; còn năng lực kinh doanh được thể hiện qua khả năng nắm bắt thông tin thị trường, ứng dụng khoa học và công nghệ, quản trị hiệu quả nguồn lực, tạo dựng uy tín và thương hiệu cho doanh nghiệp. Doanh nhân cần có tư duy linh hoạt, nhạy bén, chủ động thích ứng với biến động của thị trường; và thứ tư, phải có tác phong làm việc khoa học, chuyên nghiệp, kỷ luật những yếu tố quan trọng góp phần hình thành nhân cách doanh nhân hiện đại.

Các doanh nhân lớn, với vị thế và kinh nghiệm tích lũy, không chỉ tạo ra giá trị kinh tế mà còn góp phần định hình các chuẩn mực đạo đức và văn hóa kinh doanh trong cộng đồng doanh nghiệp. Thông qua phong cách quản lý, cách thức ứng xử với người lao động, đối tác và xã hội, họ truyền tải những thông điệp đạo đức mang tính thực tiễn, dễ tiếp nhận và có khả năng tác động lâu dài. Đối với nhóm doanh nhân này, việc hoàn thiện nhân cách và văn hóa kinh doanh không chỉ là yêu cầu tự thân mà còn gắn với trách nhiệm dẫn dắt, định hướng sự phát triển lành mạnh của cộng đồng doanh nghiệp.

Các doanh nhân lớn thường có điều kiện thuận lợi trong việc giao lưu, hợp tác với doanh nghiệp và doanh nhân quốc tế, từ đó tiếp cận các chuẩn mực đạo đức kinh doanh tiên tiến trên thế giới. Với vai trò là cầu nối, họ có thể giúp doanh nghiệp trong nước tiếp thu có chọn lọc các giá trị của đạo đức kinh doanh quốc tế, đồng thời điều chỉnh phù hợp với điều kiện và bản sắc văn hóa Việt Nam. Thông qua hoạt động hợp tác, đào tạo và chia sẻ kinh nghiệm quản trị, các doanh nhân lớn góp phần lan tỏa các chuẩn mực đạo đức và mô hình kinh doanh hiện đại trong nền kinh tế.

Việc nâng cao đạo đức doanh nhân và xây dựng đội ngũ doanh nhân mới đủ đức, đủ tài là nhiệm vụ lâu dài, mang tính hệ thống, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa Đảng, Nhà nước, xã hội và bản thân doanh nhân. Đây là điều kiện quan trọng để bảo đảm sự phát triển bền vững của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam hiện nay.

Ba là, Nâng cao vai trò của giáo dục, đào tạo và bồi dưỡng đạo đức doanh nhân

Đạo đức doanh nhân không phải là phẩm chất tự nhiên, mà được hình thành và hoàn thiện thông qua quá trình giáo dục, rèn luyện lâu dài, gắn chặt với môi trường thể chế, văn hóa và thực tiễn hoạt động kinh doanh. Doanh nhân cần chủ động nâng cao nhận thức về mối quan hệ giữa lợi ích kinh tế với lợi ích xã hội; coi liêm chính, minh bạch, tuân thủ pháp luật và trách nhiệm xã hội là điều kiện bảo đảm cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp và uy tín cá nhân. Việc tự chịu trách nhiệm đạo đức đối với các quyết định kinh doanh cần được xem là chuẩn mực nghề nghiệp, song hành với trách nhiệm pháp lý.

Cần đưa nội dung đạo đức kinh doanh và đạo đức doanh nhân trở thành một bộ phận quan trọng trong hệ thống giáo dục và đào tạo chính quy. Trong các cơ sở giáo dục đại học, đặc biệt là các trường đào tạo về kinh tế, quản trị kinh doanh, tài chính và khởi nghiệp, cần thiết kế các học phần chuyên sâu về đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và văn hóa doanh nghiệp. Việc giảng dạy không nên dừng lại ở truyền đạt khái niệm, chuẩn mực đạo đức mang tính lý thuyết, mà cần gắn với các tình huống thực tiễn, các điển hình tốt và các bài học thất bại trong

kinh doanh để người học nhận thức rõ mối quan hệ giữa đạo đức, uy tín và sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Thông qua các chương trình đào tạo ngắn hạn, hội thảo chuyên đề, lớp bồi dưỡng kỹ năng quản lý và đạo đức kinh doanh, doanh nhân có điều kiện cập nhật kiến thức mới, nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội, pháp lý và đạo đức trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu. Các hiệp hội doanh nghiệp, phòng thương mại và các tổ chức nghề nghiệp cần phát huy vai trò trung gian trong việc tổ chức, kết nối và lan tỏa các chương trình đào tạo này, đồng thời xây dựng bộ quy tắc đạo đức nghề nghiệp làm cơ sở cho việc tự điều chỉnh hành vi của doanh nhân.

Cần phát huy vai trò chủ động của đội ngũ doanh nhân trong ý thức, rèn luyện và tự chịu trách nhiệm đạo đức cần được đặt ở vị trí trung tâm trong quá trình xây dựng đạo đức doanh nhân. Vì thế, mỗi doanh nhân không chỉ là đối tượng được định hướng và điều chỉnh bởi các chuẩn mực pháp luật và quy tắc ứng xử, mà trước hết phải là chủ thể tự giác nhận thức, rèn luyện và tự chịu trách nhiệm đối với các quyết định kinh doanh của mình. Việc nâng cao giáo dục tự ý thức đạo đức giúp doanh nhân chuyên hóa các yêu cầu mang tính quy phạm từ bên ngoài thành động lực bên trong chi phối hành vi kinh doanh. Mặt khác, việc đề cao cơ chế tự chịu trách nhiệm đạo đức đối với các quyết định kinh doanh không chỉ góp phần nâng cao tính liêm chính, minh bạch, mà còn củng cố niềm tin của xã hội, tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của đội ngũ doanh nhân.

Doanh nghiệp là không gian thực hành cụ thể của đạo đức doanh nhân. Vấn đề đặt ra là xây dựng và duy trì văn hóa doanh nghiệp dựa trên các giá trị đạo đức cốt lõi, gắn đạo đức kinh doanh với chiến lược phát triển dài hạn và quản lý hiện đại. Doanh nghiệp cần thiết lập các cơ chế minh bạch và kiểm soát nội bộ hiệu quả, qua đó tạo điều kiện để doanh nhân và người lao động thực hành đạo đức một cách thường xuyên và nhất quán.

Như vậy, việc gắn giáo dục đạo đức doanh nhân với thực tiễn hoạt động sản xuất, kinh doanh và quản trị doanh nghiệp. Đạo đức doanh nhân chỉ thực sự có ý nghĩa khi được kiểm nghiệm và củng cố thông qua thực tiễn. Do đó, cần khuyến khích doanh nghiệp xây dựng và thực thi văn hóa doanh nghiệp dựa trên các giá trị cốt lõi như trung thực, minh bạch, tôn trọng pháp luật, tôn trọng người lao động và trách nhiệm với cộng đồng. Văn hóa doanh nghiệp không chỉ là công cụ quản lý nội bộ mà còn là môi trường giáo dục đạo đức thường xuyên, góp phần định hướng hành vi của doanh nhân và người lao động. Mặt khác, cần tăng cường giáo dục đạo đức doanh nhân thông qua cơ chế nêu gương và lan tỏa các giá trị tích cực trong xã hội. Ngược lại, cần công khai, minh bạch các hành vi vi phạm đạo đức và pháp luật trong hoạt động kinh doanh, coi đây là biện pháp giáo dục mang tính răn đe và phòng ngừa hiệu quả. Ngoài ra, giáo dục và bồi dưỡng đạo đức doanh nhân cần được đặt trong mối quan hệ chặt chẽ với giáo dục pháp luật và ý thức tuân thủ pháp luật. Như vậy, giáo dục, đào tạo và bồi dưỡng đạo đức doanh nhân là giải pháp mang tính căn cơ và lâu dài, đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ giữa hệ thống giáo dục, doanh nghiệp, các tổ chức xã hội và Nhà nước.

3. KẾT LUẬN

Đạo đức doanh nhân giữ vai trò đặc biệt quan trọng, vừa là nền tảng bảo đảm sự lành mạnh của môi trường kinh doanh, vừa là động lực tinh thần góp phần định hướng hành vi kinh doanh theo các giá trị nhân văn và tiến bộ, qua đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững. Việc nâng cao đạo đức doanh nhân cần được triển khai một cách đồng bộ và có hệ thống, gắn với quá trình hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, tăng cường quản lý nhà nước bằng pháp luật, đẩy mạnh giáo dục và bồi dưỡng đạo đức kinh doanh, đồng thời phát huy vai trò nêu gương của đội ngũ doanh nhân tiêu biểu và cơ chế giám sát của xã hội. Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam “vừa có đức, vừa có tài” không chỉ là yêu cầu tất yếu của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, mà còn là nhân tố quyết định góp phần hiện thực hóa mục tiêu phát triển nhanh, bền vững và lấy con người làm trung tâm trong giai đoạn phát triển mới của đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ban Chấp hành Trung ương Đảng (2017). *Nghị quyết số 10-NQ/TW ngày 03/6/2017 về phát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế*. Hà Nội.
- Ban Tư tưởng – Văn hóa Trung ương (1996). *Tài liệu nghiên cứu Văn kiện Đại hội VIII của Đảng*. Hà Nội: Nxb Chính trị Quốc gia.
- Bạt.N.T (chủ biên) (2016). *Văn hóa kinh doanh và triết lý doanh nhân*. Hà Nội: Nxb Tri thức.
- Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2024). *Bức tranh tình hình đăng ký doanh nghiệp năm 2023 và một số giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp*. Cục Quản lý đăng ký kinh doanh, Hà Nội.
- Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2025). *Tình hình đăng ký doanh nghiệp năm 2024*. Cục Quản lý đăng ký kinh doanh, Hà Nội.
- Bộ Tài chính (2024). *Báo cáo ngân sách nhà nước và đóng góp của các khu vực kinh tế*. Hà Nội.
- Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2024). *Kinh tế tư nhân ngày càng khẳng định vai trò động lực quan trọng của nền kinh tế*. Cổng Thông tin điện tử Chính phủ, Hà Nội.
- Đảng Cộng sản Việt Nam (1996). *Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khóa VIII*. Hà Nội: Nxb Chính trị Quốc gia.
- Đảng Cộng sản Việt Nam (2011). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*. Hà Nội: Nxb Chính trị Quốc gia.
- Huân.Đ.D và Ngọc. T.T.B (2018). *Đạo đức kinh doanh trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam*. Hà Nội: Nxb Chính trị quốc gia Sự thật.
- Liễu,D.T (chủ biên) (2009). *Văn hóa kinh doanh*. Hà Nội: Nxb Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Minh, H.C (2000). *Toàn tập*, tập 9. Hà Nội: Nxb Chính trị Quốc gia.
- Minh,H.C (2000). *Toàn tập*, tập 10. Hà Nội: Nxb Chính trị Quốc gia.
- Phong,X.B (2009). *Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp*. Hà Nội: Nxb Văn hóa Thông tin.
- Ngân hàng Thế giới (World Bank) (2024). *Vietnam Macro Monitoring & Private Sector Development*. Washington, D.C.
- Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2022). *Bộ Quy tắc đạo đức doanh nhân Việt Nam*. Hà Nội.
- Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) (2024). *Báo cáo Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) năm 2024*. Hà Nội.
- Tổng cục Thống kê (2024). *Niên giám thống kê Việt Nam 2023*. Hà Nội: Nxb Thống kê.

LỜI CẢM ƠN. Tác giả xin trân trọng cảm ơn Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh đã cấp kinh phí thực hiện, Ban Biên tập và Hội đồng Phản biện của Tạp chí Khoa học & Công nghệ – Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh đã quan tâm, xem xét và đóng góp những ý kiến khoa học quý báu cho bài viết với chủ đề “Đạo đức doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam hiện nay”. Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh trong đề tài Hợp đồng số 111/HĐ-ĐHCN, ngày 22 tháng 12 năm 2025.

ENTREPRENEURIAL ETHICS IN THE SOCIALIST-ORIENTED MARKET ECONOMY IN VIETNAM

¹PHẠM THỊ LAN*, ²NGUYỄN THỊ THU HÀ, ³ĐOÀN THỊ HỒNG GẮM, ⁴NGUYỄN THỊ NỤ,
⁵LÊ THỊ TIÊU NHI, ⁶MAI HOÀI ĐAN, ⁷NGUYỄN NGỌC VÕ KHOA, ⁸ĐỖ MINH KHOA,

⁹NGUYỄN QUYẾN PHI, ¹⁰LƯƠNG THỊ NHƯ QUỲNH
^{1,2,3,4,5} *Industrial University of Ho Chi Minh City*

^{6,7} *University of Finance – Marketing, Ho Chi Minh City*

⁸ *Gia Dinh University*

⁹ *Perfetti Van Melle Vietnam*

¹⁰ *Ho Chi Minh City University of Technology*

*Corresponding author: phamthilan_llct@iuh.edu.vn

Abstract: This article focuses on analyzing the theoretical foundations of entrepreneurial ethics, clarifying the role of ethics as a spiritual driving force that guides business behavior toward humane, progressive, and appropriate values. Through an analysis of the practical situation in Vietnam, the article highlights the positive contributions of the entrepreneurial community to economic growth; however, it also points out the persistence of moral degradation in business practices. Therefore, strengthening education and training in entrepreneurial ethics in the process of improving the socialist-oriented market economy institutions is of both theoretical and practical significance. On that basis, the article proposes several solutions to build a team of entrepreneurs with ethics, responsibility, and integrity, meeting the requirements of sustainable national development in the new period.

Keywords: entrepreneurial ethics; market economy; Vietnam.

Ngày nhận bài: 25/01/2026

Ngày chấp nhận đăng: 09/03/2026