

HIỂU VỀ

ĐẠO ĐỨC KINH DOANH VÀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP

Business Integrity and Corporate Social Responsibility (BI & CSR)

(Trích tài liệu tập huấn của dự án “Nâng cao năng lực quản trị chuỗi giá trị cây thuốc nam” do EU tài trợ cho YENBAI CDSH)



Các quan điểm của học giả trên thế giới về Đạo đức kinh doanh (ĐĐKD):

Theo Stoner và các đồng tác giả “Đạo đức kinh doanh là quan tâm tới kết quả ảnh hưởng mà mỗi quyết định điều hành – quản trị tác động lên người khác, cả bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Đó cũng là việc xem xét quyền và nghĩa vụ của mỗi cá nhân, các nguyên tắc nhân văn cần tuân thủ trong quá trình ra quyết định và bản chất các mối quan hệ giữa con người với con người” . Theo Giáo sư Phillip V.Lewis “Đạo đức kinh doanh là tất cả những quy tắc, tiêu chuẩn, chuẩn mực đạo đức hoặc luật lệ để cung cấp chỉ dẫn về hành vi ứng xử chuẩn mực và sự trung thực (của một tổ chức) trong những trường hợp nhất định,

Tại Việt Nam, chúng ta chưa có khái niệm chính thức về ĐĐ KD ***thường được hiểu là:***

- “ Gieo gió gặt bão” – Thành ngữ Việt Nam
- “ Gieo nhân nào thì gặt quả ấy” – Thành ngữ Việt Nam

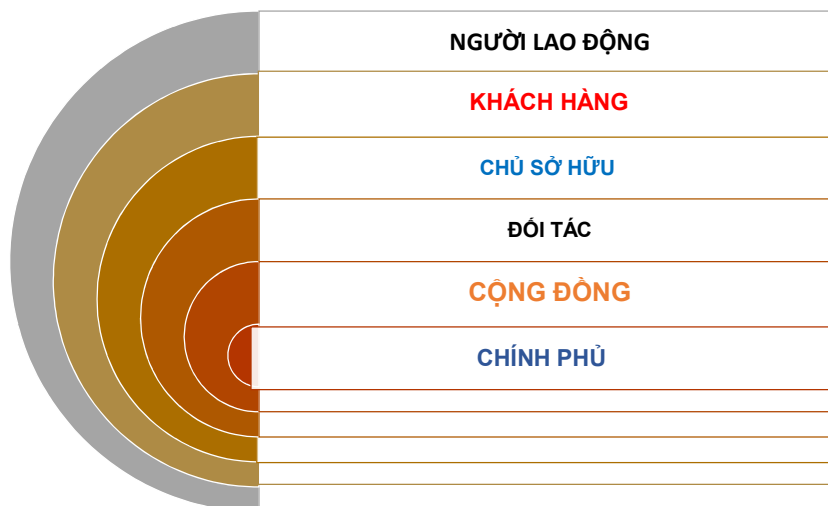
“ Đạo đức kinh doanh là những **quy tắc, chuẩn mực** có tác dụng hướng dẫn hành vi trong **môi quan hệ kinh doanh**, chúng được những người quan tâm đến sử

dụng để phán xét hành động cụ thể là đúng hay là sai, là hợp đạo đức hay là không”
(tác giả khuyết danh)

Những nguyên tắc về đạo đức kinh doanh:



Phạm vi áp dụng đạo đức kinh doanh:



TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP (TNXHĐN):

Theo Maignan và Ferrell (2004): “Một doanh nghiệp có trách nhiệm xã hội khi quyết định và hoạt động của nó nhằm tao ra và cân bằng các lợi ích khác nhau của những cá nhân và tổ chức liên quan”

Theo Nhóm Phát triển Kinh tế Tư nhân của Ngân hàng Thế giới (2003): “TNXHĐN là sự cam kết của doanh nghiệp đóng góp vào việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua những hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên gia đình họ, cho cộng đồng và toàn xã hội, theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội”

Theo Carroll (1979) : TNXHĐN bao gồm sự mong đợi của xã hội về kinh tế, luật pháp, đạo đức và lòng từ thiện đối với các tổ chức tại một thời điểm nhất định”

Tham khảo mô hình Tháp Carroll về trách nhiệm xã hội (Mô hình phổ biến):



Tại Việt Nam:

“ TNXH của DN là nghĩa vụ mà một DN hay cá nhân đối với xã hội nhằm đạt được nhiều nhất những tác động tích cực và giảm tối thiểu những tác động tiêu cực đối với xã hội”

“ TNXH của DN là lựa chọn các hành động nhằm bảo vệ và cải thiện các lợi ích của xã hội trong quá trình tìm kiếm lợi ích của mình”

“ TNXH của doanh nghiệp là kiếm lợi nhuận và tuân thủ pháp luật”

(theo bài giảng TS Bùi Quang Xuân-Học viện Chính trị-Hành chính Quốc gia)

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được phân loại như sau:

- ✓ Trách nhiệm với thị trường và người tiêu dùng;
- ✓ Trách nhiệm về bảo vệ môi trường, hoặc ít nhất không vì lý do kinh tế mà gây hại đến môi sinh;
- ✓ Trách nhiệm với người lao động, ít nhất là đối với các công nhân viên trong hãng xưởng của mình (lương bổng, điều kiện làm việc, chế độ đãi ngộ...);

Ngoài ra, doanh nghiệp còn nên có trách nhiệm chung với cộng đồng. Gần nhất là địa phương, nơi doanh nghiệp hoạt động

Khía cạnh kinh tế:

- ❖ Đối với Nhà nước: doanh nghiệp thực hiện các nghĩa vụ đối với Nhà nước như nộp thuế...
- ❖ Đối với người tiêu dùng: tìm kiếm và đáp ứng một cách tốt nhất những nhu cầu cần thiết trong xã hội, đảm bảo thỏa mãn người tiêu dùng về mọi mặt khi người tiêu dùng sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp.
- ❖ Đối với người lao động: tạo công ăn việc làm với mức thù lao xứng đáng cơ hội việc làm như nhau, cơ hội phát triển nghề và chuyên môn, hưởng thù lao tương xứng, hưởng môi trường lao động an toàn, vệ sinh và đảm bảo quyền riêng tư, cá nhân ở nơi làm việc.

Khía cạnh pháp lý

❖ Doanh nghiệp phải thực hiện đầy đủ những quy định về pháp lý chính thức đối với các bên hữu quan. Bao gồm 05 khía cạnh:

1. Điều tiết cạnh tranh;
2. Bảo vệ người tiêu dùng;
3. Bảo vệ môi trường;
4. An toàn và bình đẳng;
5. Khuyến khích phát hiện và ngăn chặn hành vi sai trái.

Khía cạnh đạo đức

Khía cạnh đạo đức của một doanh nghiệp thường được thể hiện thông qua những nguyên tắc, giá trị đạo đức được tôn trọng trình bày trong bản sứ mệnh và chiến lược của công ty.

Thông qua các công bố này, nguyên tắc và giá trị đạo đức trở thành kim chỉ nam cho sự phối hợp hành động của mỗi thành viên trong công ty và với các bên hữu quan.

Khía cạnh nhân văn

Khía cạnh nhân văn trong trách nhiệm xã hội của một doanh nghiệp là những hành vi và hoạt động thể hiện những mong muốn đóng góp và hiến dâng cho cộng đồng và xã hội.

Những đóng góp có thể trên 04 phương diện:

- ❖ Nâng cao chất lượng cuộc sống,
- ❖ San sẻ bớt gánh nặng cho chính phủ,
- ❖ Nâng cao năng lực lãnh đạo cho nhân viên,
- ❖ Phát triển nhân cách đạo đức của người lao động

PHÂN BIỆT SỰ KHÁC NHAU

ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

- Là quy định, tiêu chuẩn
- Bao gồm quy định về phẩm chất đạo đức của cá nhân/tổ chức
- Liên quan đến nguyên tắc, quy định chỉ đạo những quyết định
- Thể hiện mong muốn, kỳ vọng từ bên trong

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI

- Là cam kết với xã hội
- Là nghĩa vụ của cá nhân/tổ chức đối với xã hội làm tăng tác động tích cực, giảm tác động tiêu cực
- Liên quan đến kết quả của những quyết định
- Thể hiện mong muốn, kỳ vọng từ bên ngoài

MỐI LIÊN QUAN GIỮA ĐĐKD VÀ TNXH :

- ĐĐKD đóng vai trò **chi phối** trách nhiệm xã hội của DN.
- TNXHDN là những **điều cần phải hướng** tới khi tìm kiếm những chuẩn mực chung trong kinh doanh, là sự hiện thực hóa những yêu cầu luật pháp và đạo đức.
- ĐĐKD và TNXHDN đều nhằm **điều chỉnh hành vi** của DN.
- TNXH góp phần vào **sự tận tụy** của nhân viên và **sự trung thành** của khách hàng.