

# Ý THỨC PHÁP LUẬT DOANH NGHIỆP VỚI QUÁ TRÌNH XÂY DỰNG VĂN HÓA KINH DOANH Ở NƯỚC TA HIỆN NAY

LEI HOANG NAM (\*)

*Pháp luật là nền tảng của kinh tế thị trường và là công cụ để xây dựng văn hóa doanh nghiệp. Vì vậy, việc xây dựng một môi trường văn hóa doanh nghiệp (business culture) cần phải dựa trên "tính cách", "bản sắc" nào đó, hiểu nói cách khác là "trách nhiệm xã hội" và đưa ra những pháp luật cho các doanh nghiệp làm rõ hơn trách nhiệm xã hội, khách quan, hướng tới mục tiêu "phát triển bền vững". Trong đó, văn hóa doanh nghiệp cao, pháp luật vai trò và ý nghĩa pháp luật doanh nghiệp có ý nghĩa rất quan trọng, giúp quy định rõ ràng và nâng cao ý thức trách nhiệm của mỗi cá nhân trong doanh nghiệp và góp phần xây dựng văn hóa doanh nghiệp nói chung.*

**T**rong nền kinh tế nhiều thành phần, sẽ ra đời của các doanh nghiệp với quy mô khác nhau trở thành hiện tượng phổ biến, đòi hỏi các "toà chức kinh tế có thể riêng, có tài sản, có trụ sở, giao dịch ổn định, độc lập kinh doanh theo quy định của pháp luật nhằm mục đích thực hiện các hoạt động kinh doanh" (1). Các doanh nghiệp luôn theo đuổi hệ thống mục tiêu: kinh tế (lợi nhuận, phát triển doanh nghiệp, sản xuất hàng hóa dịch vụ); mục tiêu xã hội (ổn định việc làm, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, bán hàng, công tác chăm sóc khách hàng, an sinh...); mục tiêu bảo vệ môi trường, sử

dụng tiết kiệm các nguồn tài nguyên thiên nhiên; mục tiêu chính trị (nâng cao các doanh nghiệp nhà nước)... Nếu xét ở góc độ văn hóa, doanh nghiệp cũng nâng theo đuổi mục tiêu văn hóa, trở thành bản thân bên trong các doanh nghiệp – chủ thể văn hóa kinh doanh nâng phải tôi xây dựng cho mình "cách thức hành động" và "bản sắc" riêng. Văn hóa công ty – văn hóa kinh doanh – văn hóa doanh nghiệp nói chung là một "hệ thống các ứng xử, giá trị, niềm tin chủ đạo, cách nhận thức và phương pháp tổ chức mọi thành viên của một tổ chức cùng hướng thiện và có ảnh hưởng tích cực vì riêng nên cách thức hành động của từng thành viên" (2). Nói đến "bản

(\*) ThS., Giảng viên Trường Cao đẳng sư phạm Yên Bái

(1) Nâng Công sản Việt Nam. Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2006.

(2) Ban Tổ chức Văn hóa Trung ương. Chuyên đề nghiên cứu Đại hội X, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2006.

sắc văn hoá” công ty, người ta thường nhắc đến tới nhiều nhân tố tác động, dẫn đến sự hình thành nhân tố: nhân tố kinh doanh, bản sắc truyền thống văn hoá dân tộc, doanh nhân... Ở đây, chúng ta hiểu yúthöc pháp luật trong kinh doanh cũng là một nhân tố quan trọng cho sự hình thành văn hoá kinh doanh. Là một trong những biểu hiện của trình độ văn hoá xã hội, yúthöc pháp luật ra đời và tồn tại khách quan cùng với các hình thái yúthöc xã hội khác. Nội phản ánh nội sống pháp luật của xã hội; nó phản ánh những hiện tượng kinh tế - xã hội ở một giai đoạn nhất định của lịch sử phản ánh lợi ích của giai cấp thống trị. Yúthöc pháp luật là một hiện tượng chính trị - pháp lý có cấu trúc phức tạp. Có thể xem xét cấu trúc của yúthöc pháp luật từ nội dung và tính chất của sự phản ánh (tâm lý pháp luật, hệ thống pháp luật) hoặc xem xét từ trình độ nhân thức (yúthöc pháp luật thông thường, yúthöc pháp luật khoa học); hoặc từ chủ thể mang yúthöc pháp luật (yúthöc pháp luật nhóm, yúthöc pháp luật cá nhân, yúthöc pháp luật xã hội...).

Khai niệm “yúthöc pháp luật doanh nghiệp” trước xem xét từ chủ thể mang yúthöc pháp luật, nó là các doanh nghiệp. Yúthöc pháp luật doanh nghiệp là biểu hiện cụ thể của hình thái yúthöc pháp luật trong đời sống xã hội, gắn với một chủ thể kinh tế chủ yếu quy định của những quan hệ kinh tế - xã hội nhất định. Vì vậy, có thể hiểu: yúthöc pháp luật doanh nghiệp là một bộ phận của hình thái yúthöc pháp luật, phản ánh những hiện tượng sinh hoạt kinh tế của xã hội thông qua những quan niệm, tư tưởng, tình cảm, thái độ của các doanh nghiệp nói với pháp luật, về quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp – chủ thể pháp luật, tính hợp pháp hay không hợp pháp trong hành vi xử sự của các doanh nghiệp trong xã hội nhằm tuân theo trật tự xã hội hiện hành và các lợi ích kinh tế chính trị, xã hội theo ý chí của giai cấp cầm quyền.

Nhờ vậy, yúthöc pháp luật doanh nghiệp trong quan hệ với hình thái yúthöc pháp quyền mang những nét riêng rẽ

*Thứ nhất*, chủ thể mang yúthöc pháp luật là tổ chức kinh doanh theo một mục tiêu hàng đầu là mục tiêu kinh tế - lợi nhuận. Ngoài quyền và nghĩa vụ những quyền (nội với tài sản, cạnh tranh, sử dụng lao động) và nghĩa vụ riêng (về tài chính, nội với người tiêu dùng, nghĩa vụ xã hội...).

*Thứ hai*, kinh tế hàng hoá, kinh tế thị trường với trình độ ngày càng cao của nó là nhân tố khách quan thúc đẩy xuyên tác động đến sự hình thành và phát triển yúthöc pháp luật doanh nghiệp. Sự tác động của hệ thống chính trị, các biệt lập vai trò của nhà nước trong quản lý kinh tế - xã hội tác động sâu sắc đến quá trình hình thành yúthöc pháp luật doanh nghiệp. Mặt khác, trình độ học vấn, thái độ ý chí, năng lực, mục đích... của các doanh nhân và người lao động là nhân tố chủ quan quy định quá trình hình thành yúthöc pháp luật doanh nghiệp.

*Thứ ba*, yúthöc pháp luật doanh nghiệp phản ánh đời sống kinh tế hàng hoá và những quan hệ chính trị, xã hội nảy sinh trong kinh tế thị trường. Nó là “lãng kính” phản ánh và phản ánh “tồn tại kinh tế hàng hoá” của đời sống pháp luật. Vì vậy, những chuẩn mực pháp luật là cơ sở cho hành vi xử sự của các doanh nghiệp, nó thể hiện những quan hệ hành vi của các doanh nghiệp thông qua các chuẩn mực nội

Có thể nói, yúthöc pháp luật doanh nghiệp là sự biểu hiện ra bên ngoài của một bộ phận, nhóm, nội dung của yúthöc pháp luật xã hội, nó phản ánh những quan hệ kinh tế hàng hoá – tiền tệ của xã hội trong mối quan hệ này chiểu với các hình thái yúthöc xã hội khác trong hiện tượng kinh tế thị trường.

Trong những năm qua, phát triển kinh tế thị trường ở nước ta đã đưa lại những “Thành tựu to lớn và có ý nghĩa lịch sử” (3). Tuy nhiên, “Trong

(3) Mai Hải Oanh, “Phát triển văn hoá trong hiện tượng kinh tế thị trường nhìn hướng xã hội chủ nghĩa”, Tạp chí Công sản niên 2011 số 21.

phát triển kinh tế quĩ nhân mĩnh các ch̃ tiêu lĩi nhuĩn, ch̃a quĩn triĩt ñay ñuĩ viĩc th̃c hiĩn tiĩn b̃oĩ ṽaĩ c̃ng b̃ng x̃i hoĩ ngay trong t̃ng b̃oĩc ñi ṽaĩ t̃ng chĩn s̃ch ph̃t triĩn”<sup>(4)</sup>. T̃c ñng tiĩu c̃ic củi kĩn tĩ th̃ tr̃ng nh̃ c̃nh tranh kh̃ng l̃nh m̃nh, ph̃i hoĩi m̃i tr̃ng sinh th̃i, vi ph̃m c̃c ch̃uĩn m̃c ñi ñic, ph̃p lũt,... ñi t̃o ra nhiĩu s̃n ph̃m ph̃n ṽn hoĩ, ph̃n khoa hoĩ, ch̃ coi tr̃ng lĩi ĩch tiĩn b̃ic. Do ñuĩ vai tr̃o củi yũ th̃c ph̃p lũt doanh nghiĩp ñi ṽi viĩc x̃y d̃ng m̃i tr̃ng ṽn hoĩ c̃ng ty l̃ m̃i t̃t yĩu trong kĩn tĩ th̃ tr̃ng ñnh h̃ng x̃i hoĩ ch̃uĩng h̃a hiĩn nay. Yũ th̃c ph̃p lũt cũi th̃a quy ñnh s̃i hĩn th̃nh, biĩn ñi ṽn hoĩ doanh nghiĩp theo yũ chĩ củi nh̃ ñoĩc ṽ x̃i hoĩ. Ng̃oĩc l̃i, ṽn hoĩ c̃ng ty cũi th̃a t̃c ñng tr̃i l̃i yũ th̃c ph̃p lũt doanh nghiĩp, “kĩn h̃m” hoĩc “th̃c ñay” viĩc th̃a ch̃a hoĩ lũt ph̃p ṽ ñi s̃ng x̃i hoĩ. Yũ th̃c ph̃p lũt g̃p ph̃n ñng cao tĩn t̃i gĩi c̃p h̃nh ph̃p lũt củi c̃c ch̃uĩ th̃a kĩn doanh, ñp ̃ng nhu c̃u ph̃t triĩn ñi ñoĩc trong b̃i c̃nh hoĩ nh̃p. Vi ṽy, ṽn hoĩ c̃ng ty ̃i ñoĩc t̃ t̃t yĩu ph̃i th̃ng nh̃t ñi t̃i ṽi s̃i nghiĩp x̃y d̃ng ch̃uĩng h̃a x̃i hoĩ, th̃c ñay ñi s̃ng ph̃p lũt x̃i hoĩ ch̃uĩng h̃a. Ph̃t triĩn yũ th̃c ph̃p lũt x̃i hoĩ ch̃uĩng h̃a l̃ c̃ s̃i ñi ñi b̃i tĩn tiĩn, tĩc c̃ic, nh̃n ñi... ch̃ ṽn hoĩ doanh nh̃n. Ngay nay, nhiĩu doanh nghiĩp, c̃c nh̃ s̃n xũt ch̃ “duy lĩi ĩch” m̃ quĩn ñi m̃c tiĩu x̃i hoĩ củi ṽn hoĩ, ch̃ ñi, d̃n t̃i h̃u qũi l̃n h̃ng hoĩ ñng s̃n xũt tr̃i th̃nh nh̃ng h̃nh vi ph̃n ṽn hoĩ (c̃nh tranh kh̃ng l̃nh m̃nh, tung tĩn ñi x̃u ñi th̃i x̃ĩn ph̃m bĩ m̃t kĩn doanh, b̃n h̃ng ña c̃p b̃t chĩn...). Vi ṽy, ñi hoĩ c̃c doanh nghiĩp ph̃i x̃y d̃ng ch̃ mĩnh m̃i chĩn l̃oĩc x̃y d̃ng ṽ ph̃t triĩn ṽn hoĩ c̃ng ty (ch̃ng h̃n nh̃ x̃y d̃ng “th̃ng hiĩu”) ch̃i ñng nh̃ng gĩi tr̃ l̃ch s̃i ñi ñic, th̃m m̃i h̃ng t̃i ch̃n – th̃iĩn

– m̃i ñi ph̃t triĩn ñi b̃oĩ doanh nghiĩp ñi riĩng ṽa ph̃t triĩn vi nh̃ng m̃c tiĩu x̃i hoĩ ñi chung.

Yũ th̃c ph̃p lũt doanh nghiĩp l̃ th̃oĩc ñi trĩn ñi ṽn hoĩ ph̃p lyũ củi m̃i c̃ng ty; l̃ c̃i ngũn củi ṽn hoĩ ph̃p lyũ doanh nghiĩp. Ñi l̃ yĩu t̃i ñi uĩ ph̃i s̃i k̃t h̃p gĩi yĩu t̃i lĩi nhuĩn ṽ yĩu t̃i ṽn hoĩ củi c̃c ch̃uĩ th̃a kĩn doanh trong kĩn tĩ th̃ tr̃ng, ñi l̃ S̃n xũt nh̃ th̃ ñi ñi ñp ̃ng nhu c̃u x̃i hoĩ? Ñi ñi b̃i ch̃t l̃oĩng? Ph̃ng ph̃p c̃nh tranh ñi l̃ t̃t? L̃m th̃a ñi th̃c ñay th̃ng hiĩu? L̃m gĩ ñi gĩiup kh̃ch h̃ng h̃i l̃ng?... Yũ th̃c ph̃p lũt doanh nghiĩp l̃ th̃oĩc ñi trĩn ñi tri th̃c ph̃p lũt, tĩn c̃m, niĩm tĩn, lyũ t̃ng ph̃p lũt, yũ chĩ ñi ṽi ph̃p lũt củi c̃c ch̃uĩ th̃a kĩn doanh, trong ñi tri th̃c ph̃p lũt gĩi ṽi tr̃ h̃i nh̃n trong viĩc hĩn th̃nh yũ th̃c ph̃p lũt ch̃ c̃c c̃ng ty. S̃i nh̃n th̃c, t̃i ñi uĩ ch̃nh h̃nh vi kĩn doanh, th̃c hiĩn ñng c̃c ch̃uĩn m̃c ph̃p lũt củi nh̃ ñoĩc b̃n h̃nh tr̃n c̃ s̃i yũ th̃c ph̃p lũt củi m̃i ch̃uĩ th̃a kĩn tĩ ñng gĩi ṽi tr̃i qũn tr̃ng trong ñi uĩ k̃i hiĩn nay. Tri th̃c ph̃p lũt ṽ t̃m lyũ ph̃p lũt g̃n ṽi tĩn c̃m x̃i hoĩ l̃ yĩu t̃i t̃c ñng s̃i s̃c ñi c̃c yĩu t̃i kh̃c trong k̃i tr̃c th̃ng t̃ng, ṽy ñi, ñi cũi yũ th̃c ph̃p lũt, c̃c ch̃uĩ th̃a kĩn doanh cũi th̃a x̃y d̃ng nh̃ng h̃nh vi ṽn mĩnh, ṽn hoĩ, g̃p ph̃n th̃c ñay s̃i c̃ng b̃ng, tiĩn b̃i d̃n ch̃uĩ tr̃ch nhiĩn, tĩn t̃i gĩi c̃p x̃i hoĩ trong s̃n xũt kĩn doanh ṽ ph̃t triĩn ṽn hoĩ. G̃n ñay, trong ñn kĩn tĩ ̃i ñoĩc t̃ cũi nhiĩu doanh nghiĩp, c̃ng ty vi ph̃m trong kĩn doanh (l̃m h̃ng gĩi tr̃n th̃uĩ g̃y ̃i nhiĩn m̃i tr̃ng, g̃y ãnh h̃ng ñi s̃i k̃oĩc ng̃oĩi tiĩu d̃ng...), nh̃ng hiĩn t̃ng ñi ñoĩc cũi l̃ vi ph̃m ph̃p lũt, l̃m t̃i h̃i ñi ñic kĩn doanh, vi ph̃m quy ñnh củi nh̃ ñoĩc... nh̃ng cũi th̃a th̃y g̃c r̃i s̃i xa củi nh̃ng hiĩn t̃ng ñi l̃ s̃i hĩn th̃nh, t̃i t̃i, ph̃t triĩn củi yũ th̃c ph̃p lũt doanh nghiĩp (trong kh̃uĩn kh̃oĩ yũ th̃c ph̃p lũt x̃i hoĩ ch̃uĩng h̃a) cũn ch̃m, ̃i trĩn ñi th̃p k̃m, ch̃u s̃i t̃c ñng củi nhiĩu yĩu t̃i ñi ñi xen tr̃n c̃ s̃i ñi kĩn tĩ th̃ tr̃ng ̃i trĩn ñi s̃i kh̃i.

<sup>(4)</sup> PGS.TS. Nguyĩn M̃nh Qũn, *Ñi ñi kĩn doanh ṽ ṽn hoĩ c̃ng ty*, Nxb Ñi hoĩ kĩn tĩ qũc d̃n, H̃i Ñi, 2007.

