



ĐẠI SỨ QUÁN HỢP CHỨNG QUỐC HOA KỲ

Phòng Thông tin - Văn hoá

Tầng 3, Rose Garden Tower, 6 Ngọc Khánh

Hà Nội, Việt Nam

(84-4) 831-4580 -- Fax: (84-4) 831-4601

TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ CỦA BỘ NGOẠI GIAO MỸ

TRIỂN VỌNG KINH TẾ, THÁNG 11/1998

THAM NHŨNG: MỘT CẢN TRỞ ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN

KIỂM SOÁT THAM NHŨNG: CẢI CÁCH NHỮNG NGƯỜI ĐÚT LÓT

Frank Vogl, Phó chủ tịch tổ chức Minh bạch Quốc tế

“Thực tế cho thấy rằng nhằm tăng cơ hội tại các thị trường đang phát triển ở Trung và Đông Âu và tại các nước đang phát triển, các công ty phải cố gắng để được nhìn nhận như là các vị khách chân thành, lâu dài và gắn bó”, ông Frank Vogl, chủ tịch của hãng Truyền thông Volg và phó chủ tịch tổ chức Minh bạch Quốc tế đã nhận xét. Vogl lập luận rằng thậm chí lời buộc tội về việc đút lót sẽ có thể làm giảm cầu đối với sản phẩm của công ty, làm giảm giá chứng khoán của công ty và thúc đẩy điều tra của chính trị và giới báo chí.

Các công ty đa quốc gia bắt đầu tham gia phong trào chống tham nhũng toàn cầu. Nếu điều này được đưa ra năm năm trước đây thì có lẽ nó bị nhạo báng. Hôm nay, ngay cả các tổ chức tốt nhất cũng tham gia vào cuộc chiến gay go chống đút lót, hối lộ.

Hãy để chúng tôi đưa ra một số ví dụ:

- Mark Moody-Stewart, chủ tịch công ty Royal Dutch Shell, đã tạo nên một phạm vi mới về đạo đức kinh doanh cho công ty của mình. Phạm vi này ủng hộ cho quy định rằng Shell sẽ không tham gia vào bất kỳ thực tế tham nhũng nào.
- Chủ tịch Ngân hàng Thế giới James Wolfensohn trong một bài phát biểu trước các bộ trưởng tài chính và các nhà ngân hàng của hơn 170 nước đã kêu gọi thành lập một cơ sở phát triển mới dựa trên “sự quản lý tốt – minh bạch, quyền được trình bày ý kiến, trao đổi thông tin một cách tự do, cam kết chống tham nhũng”.
- Hans Engelbers, Tổng thư ký của Dịch vụ Công cộng Quốc tế (Public Services International - đã nói rằng bây giờ chính là lúc cho các công đoàn đưa vấn đề tham nhũng thành vấn đề trọng tâm “và bắt đầu làm một cái gì đó để đối phó với vấn đề này”.

TẬP TRUNG CHÚ Ý VÀO VẤN ĐỀ THAM NHŨNG TOÀN CẦU

Điểm đáng chú ý trong phong trào chấm dứt việc đút lót của các công ty đa quốc gia là Công ước Chống Tham nhũng OECD. Công ước này đã được 29 thành viên của OECD và 5 nước đang xuất hiện thị trường ở Mỹ Latin và Đông Âu ký.

Thoả thuận này sẽ sử dụng Đạo luật về Tham nhũng Quốc tế của Mỹ (FCPA) trên phạm vi toàn cầu. Cho đến nay, chỉ có một mình Hoa Kỳ coi việc đút lót nước ngoài là tội phạm cần tấn công. Công ước của OECD, khi nào trở thành hiệu lực, sẽ tập trung sự chú ý của các nhà lãnh đạo kinh doanh và công đoàn vào vấn đề tham nhũng toàn cầu. Các công ty ở mọi nơi sẽ đương đầu với các hình phạt tại đất nước của họ nếu như họ đút lót các quan chức nước ngoài.

Thoả thuận của OECD chống lại những người đút lót cũng sẽ tạo động lực cho các thể chế như Ngân hàng Thế giới trong cố gắng thuyết phục các nước đang phát triển tăng cường các luật chống việc đút lót, tạo nên các thể chế chống tham nhũng có hiệu quả và nói chung, thực hiện giảm một cách nghiêm túc việc sử dụng công sở cho lợi ích các nhân.

Tổ chức Minh bạch Quốc tế, một tổ chức phi lợi nhuận, phi đảng phái tham dự ở hơn 70 nước đã gây áp lực với giới kinh doanh, các chính phủ quốc gia và các thể chế quốc tế.

TI đang cố gắng phát triển Danh mục Thiên hướng đút lót (BPI) trong đó sẽ xếp hạng những người đút lót lớn nhất, có thể bằng cách, trước hết, sẽ xem xét nước mẹ của các công ty đa quốc gia mà, theo mức độ khác nhau, ủng hộ tham nhũng nước ngoài trong kinh doanh. BPI sẽ phụ trợ cho Chỉ số Nhận thức Tham nhũng của TI, trong đó xem xét đến những nước nhận đút lót. Trong tay giới báo chí BPI sẽ trở thành một liều thuốc nổ mạnh nếu như nó được hướng dẫn đúng đắn và sẽ góp phần gây sức ép làm cho giới kinh doanh trở nên thật thà hơn trong thương mại quốc tế.

Nhưng không chỉ có sức ép ngoài nước mới có thể dần dần đưa đến sự thay đổi trong phạm vi quyền lực của giới kinh doanh. Shell đã tìm cách thông qua một biện pháp chống đút lót nghiêm khắc hơn tất cả bởi vì công ty này tin rằng nó sẽ tạo nên ý nghĩa tốt về kinh doanh. Thật khó có thể hy vọng nhân viên công ty trở nên thật thà bên trong công ty và hành động một cách trung thực đối với đồng nghiệp của mình khi họ được khuyến khích dùng đút lót, tiền "lại quả" và các hành vi phi đạo đức khác để thắng lợi trong kinh doanh. Đạo luật Tham nhũng Quốc tế đã có trong suốt một thế hệ, và có rất nhiều công ty Mỹ đã tìm cách tồn tại cùng với nó và phát đạt. Ví dụ, bất chấp FCAP, vốn được một số công ty Mỹ coi là sự què quặt trong cạnh tranh toàn cầu, 6 trong 10 công ty lớn nhất thế giới, dựa theo tài sản nước ngoài của họ, là các công ty Mỹ.

Bằng cách không tạo khả năng cho lực lượng đút lót các công ty cạnh tranh toàn cầu sẽ tìm cách thức khôn khéo và có đạo đức để trở thành người cạnh tranh có hiệu quả. Rất nhiều công ty đa quốc gia Mỹ đã có những cách tiếp cận hữu ích và ngày càng có nhiều công ty có thể học được từ các nhà lãnh đạo.

NHẤN MẠNH QUẢN LÝ DANH TIẾNG

Trong khi nhận thức về tham nhũng tại nhiều nước đang phát triển là rất cao, cứ coi là Coca-Cola hoạt động trên phạm vi nhiều nước, thành đạt trong kinh doanh, đánh bại các đối thủ cạnh tranh và không hề đút lót. Công ty này đã có suy nghĩ và rất chú ý đến cách thức tiếp cận thị trường, cách chọn đối tác kinh doanh địa phương, và cách thức hoạt động tại nước ngoài. Trung thực là mấu chốt trong cách tiếp cận của công ty.

Coca-Cola đã có những nỗ lực lớn trong việc công khai các hợp đồng của mình nhằm có được sự ủng hộ của công chúng và phát triển thế mạnh - từ bạn hàng và công chúng nói chung - làm cho các nhà lãnh đạo cao cấp không dễ dàng tiếp nhận đút lót từ công ty đồ uống khổng lồ. Có nhà lãnh đạo nào ở bất kỳ một nước nào có thể mạo hiểm chấp nhận lời tuyên bố công khai của Coca-Cola rằng công ty này phải rút khỏi đất nước đó còn hơn là đút lót khoản tiền lớn cho vị đứng đầu nhà nước? Cho đến nay vẫn chưa có ai.

Thực tế ở chỗ là nhằm làm tăng các cơ hội trong các thị trường đang phát triển ở Trung và Đông Âu và tại các nước đang phát triển, các công ty phải cố gắng để được nhìn nhận như là các vị khách thật thà, lâu dài và trung thành. Các công ty phải gây được ấn tượng đối với chính phủ sở tại, khách hàng và cả những người cung cấp và công chúng nói chung rằng họ tìm kiếm một mối quan hệ công bằng, cởi mở và lâu dài.

Ví dụ, Coca-Cola đã nhiều lần chứng minh trên thế giới nhận thức của công ty rằng việc đầu tư liên tục và thích đáng vào việc quản lý danh tiếng là cần thiết để xây dựng được hình tượng đó. Công ty đã đào tạo nhân viên của công ty trong việc học các truyền thống, nền chính trị và giá trị của người dân tại các nước mà công ty có hoạt động

kinh doanh. Công ty trao trách nhiệm chủ chốt cho kiều dân nước đó và đảm bảo rằng hình tượng của công ty không bao giờ là một tập đoàn thuộc địa đa quốc gia thô bạo.

Và Coca-Cola ngày càng tiến xa hơn. Công ty đóng vai trò toàn diện tại hầu hết các nước mà nó hoạt động, ủng hộ giáo dục, nghệ thuật và các dịch vụ xã hội dài hạn theo cách chân chính. Coca-Cola hiểu rằng chìa khoá cho sự thành công chính là quyết tâm của công ty trong việc thể hiện cho các đối tác kinh doanh rằng cho dù truyền thống và quốc tịch của họ là gì thì công ty này đánh giá cao sự trung thực và hiểu biết ngôn ngữ của đối tác và tôn trọng họ. Quan điểm này tiếp nhận được sự khâm phục của nước chủ nhà.

Một ví dụ khác là Công ty Levi Strauss, bán quần áo đi khắp toàn cầu và sản xuất quần áo tại hàng chục nước. Đây là một công ty được chỉ đạo bởi một loạt các giá trị có tác động hàng ngày lên các chiến lược của công ty. Công ty hiểu được tầm quan trọng của việc đảm bảo rằng các công dân nước sở tại hiểu được giá trị của công ty ngay từ buổi đầu thiết lập mối quan hệ. Trong lời tuyên bố công khai của mình, Levi Strauss đã nói một cách thẳng thắn, ví dụ “Chúng tôi sẽ không tự đưa ra hoặc nói lại quan hệ hợp đồng tại các nước mà môi trường pháp lý tạo ra những mạo hiểm vô lý cho nhãn hiệu của chúng tôi hoặc cho những lợi ích thương mại quan trọng khác hoặc gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến khả năng thực hiện các đường hướng đó của chúng tôi.”

CHI PHÍ CỦA PHI ĐẠO ĐỨC

Đút lót chỉ là một sự xem xét mang tính khía cạnh trong lĩnh vực rộng lớn về quản lý danh tiếng vốn có liên quan đến số lượng ngày càng tăng các công ty- những người tin tưởng một cách chân thành rằng hoạt động chân chính sẽ tạo nên ý nghĩa kinh doanh tốt và biết rằng nếu bị coi là phi đạo đức sẽ phải chịu tổn thất lớn. Lời buộc tội về sự thiếu nhạy cảm về quyền con người đối với Shell, về đút lót ở Argentina đối với IBM và việc lợi dụng lao động trẻ em đối với Nike có thể làm giảm cầu tiêu dùng đối với sản phẩm, hạ giá chứng khoán của công ty, gây khó khăn cho công ty trong việc tuyển các nhân viên mới nhiều năng lực, thúc đẩy điều tra chính trị và báo chí, và cuối cùng có thể dẫn đến sự ra đi của các nhà quản lý hàng đầu trong nhiều mặt của hoạt động kinh doanh quan trọng.

Đổi ngược lại với bối cảnh này là ngày càng nhiều các công ty trên thế giới đang trở nên nhạy cảm với rủi ro bị mang tiếng tham nhũng và với phẩm chất thực hiện kinh doanh trung thực. Đấu tranh chống tham nhũng là một quá trình lâu dài thận trọng. Nhưng vẫn đạt được tiến bộ, thậm chí cả đối với các ty đa quốc gia vốn đang thực hiện hoặc đang tính đến chiến lược không đút lót. Và đây chính là một tin tốt lành.