

HƯỚNG CÁC NHÀ LÃNH ĐẠO  
KINH DOANH VỀ MỘT TOÀN CẦU HÓA  
BỀN VỮNG – VIỆC XEM XÉT CÁC QUAN  
ĐIỂM TỪ CÁC DÂN TỘC ĐƯỢC ÁP DỤNG  
PHẬT GIÁO

---

**Shyamon Jayasinghe**

Member, Australasian Association of Philosophy  
Member, Dhammadeepa Buddhist Meditation Centre  
Lions Club of Dandenong *Australia*

*Người dịch: Lê Thúy*

---

**TÓM TẮT**

Hiện tượng toàn cầu hóa đang phát triển ở một tốc độ rất nhanh, theo sau đó là sự sáp nhập thương mại, tài chính, con người và ý tưởng ở mỗi nước vào thị trường toàn cầu. Trong khi dòng chảy quốc tế xuyên biên giới hình thành toàn cầu hóa, những tiến bộ công nghệ hiện đại trong giao tiếp và công nghệ thông tin được tạo ra bởi một tốc độ chóng mặt, đã đẩy nhanh khối lượng, tốc độ và khả năng toàn cầu hóa.

Nói cho cùng thì chính các doanh nghiệp là người tạo ra các động lực thúc đẩy các lực lượng toàn cầu hóa. Gần đúng với luật kinh tế thì các doanh nghiệp tìm kiếm việc mở rộng thị trường ngoài thị trường nội địa truyền thống của họ. Sự thôi thúc mở rộng này thúc đẩy toàn cầu hóa.

Các doanh nghiệp đã nâng cuộc sống vật chất của con người khắp thế giới tăng gấp 5 lần so với trước đây phần lớn là do khả năng toàn cầu hóa. Đồng thời, việc mở rộng kinh doanh đang đe dọa chính sự duy trì của chúng ta, hủy hoại các giá trị xã hội, làm ô nhiễm môi trường và góp phần tạo ra các khuynh hướng ngược lại trong biến đổi khí hậu. Rõ ràng, thách thức và những tình cảnh khó khăn đối với nhân loại ngày hôm nay là khuyến khích tăng năng suất mà sự trỗi dậy của toàn cầu hóa mang lại, trong khi kìm hãm và ngăn chặn các mối đe dọa tiềm ẩn.

Có thể thấy có nhiều cấp độ lãnh đạo toàn cầu, tuy nhiên bài viết này chỉ giới hạn diễn ngôn đối với các nhà lãnh đạo doanh nghiệp, vì lý do rằng các nhà lãnh đạo doanh nghiệp chính là nguyên nhân chính tạo ra sự toàn cầu hóa. Quan điểm truyền thống rằng mục đích của doanh nghiệp là kinh doanh, và không tập trung vào các mục đích đạo đức (Friedman, 1970) hiện nay không còn được tin tưởng. Với bối cảnh ngày nay, một công ty được xem như là một bộ phận của một xã hội rộng lớn hơn, vì vậy một công ty tiếp cận năng suất theo phương pháp nuôi dưỡng sự bền vững của xã hội được cho là hợp lý.

Khái niệm về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) là hệ quả của việc thay đổi thái độ này.

Bài viết này chỉ ra rằng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp phải theo dòng chảy tự nhiên từ định hướng đạo đức của toàn công ty; điều này đòi hỏi chương trình giáo dục và định hướng lại được áp dụng trên tất cả các cấp quản lý. Những lối suy nghĩ cố thủ, lỗi thời và ích kỷ mang tính hủy diệt phải nhường chỗ cho những lối suy nghĩ mới làm cho xã hội của chúng ta bền vững. Bên cạnh đó, người ta lập luận rằng những cách thức mới như vậy thực sự có thể được hướng vào cải thiện năng suất và lợi nhuận của các doanh nghiệp. Các yêu cầu đạo đức không nên được coi là một hạn chế bên ngoài. Trái lại, việc kết hợp các giá trị đạo đức có thể làm phong phú hơn và có ý nghĩa hơn trong kinh doanh.

Theo nghĩa này, các nhà lãnh đạo doanh nghiệp ở tất cả các cấp phải sẵn sàng nội tâm hóa thái độ mới. Nếu điều này được thực hiện, chúng ta có thể thấy một lực lượng mới mang tính xây dựng tốt trong toàn cầu hóa. Điều cần thiết là một tinh thần thay đổi trong kinh doanh.

Quá trình nội tâm hóa này về cơ bản bao gồm các đạo đức được áp dụng.

Luận điểm của bài viết này là triết lý đạo đức Phật giáo có thể cung cấp một cái nhìn sâu sắc trung tâm cho các chương trình định hướng lại hoặc tái giáo dục lãnh đạo doanh nghiệp. Trong bối cảnh này, một cuộc khảo sát ngắn gọn về ba cách tiếp cận chính đối với lý thuyết đạo đức là phương pháp tiếp cận – nhiệm vụ luận được kiểm tra, phương pháp tiếp cận hệ quả và phương pháp luân lý luận. Liên quan đến các văn bản và tài liệu nghiên cứu Phật giáo cổ điển, người ta cho rằng Đức Phật đã nhấn mạnh đến sự phát triển của con người đức hạnh như là kết quả cơ bản của nỗ lực về đạo đức. Ngài cũng giải quyết rất nhiều các phương pháp tiếp cận có liên quan đến các hiệu ứng Nghiệp trong một chuỗi nguyên nhân và kết quả. Các văn bản Phật giáo cũng đề cập đến các cách tiếp cận Ngũ giới và Bát chánh đạo. Tuy nhiên, Bát chánh đạo đại diện cho một bộ quy tắc hành vi chính thức phản ánh kết quả của hai cách tiếp cận khác. Điều này đưa chúng ta đến quan điểm rằng đạo đức Phật giáo là toàn diện, cụ thể, nhằm vào một nỗ lực toàn diện trong việc tạo ra con người đức hạnh.

Con người đức hạnh nếu được áp dụng vào giáo dục lãnh đạo doanh nghiệp sẽ được ví như người lãnh đạo công ty mới với những định hướng thay đổi phản ánh ý thức trách nhiệm xã hội của công ty, điều rất quan trọng đối với khát vọng mới của toàn cầu hóa bền vững. Chính “tinh thần thay đổi” của doanh nghiệp là điều được mong muốn.

## GIỚI THIỆU

Trật tự toàn cầu hóa mới đòi hỏi một “con người doanh nhân mới” hoặc lãnh đạo doanh nghiệp thay thế người truyền thống được coi là tham lam, tàn nhẫn và ích kỷ và chỉ quan tâm đến việc kiếm lợi nhuận cho các cổ đông. Những kỳ vọng thay đổi của xã hội và chính phủ trong nhiều thập kỷ qua đã dẫn đến những yêu cầu mới đối với các nhà lãnh đạo doanh nghiệp. Đã có bằng chứng rõ ràng về một số nỗ lực thay đổi ‘trái tim’ từ phía một số cơ quan doanh nghiệp lớn. Đã đến lúc mở rộng nhận thức, và xây dựng một doanh nhân mới có đạo đức, quan tâm đến xã hội, người có tư duy thái độ sẵn sàng để điều hướng qua các lực lượng toàn cầu hóa để đảm bảo không chỉ lợi nhuận của các chủ trương của mình mà còn là sự bền vững của các xã hội hỗ trợ họ .

Quan điểm của bài viết này là các đạo đức chuẩn tắc Phật giáo được áp dụng đưa ra một viễn cảnh sâu sắc cho một chương trình định hướng lại để thay đổi tư duy của các nhà lãnh đạo doanh nghiệp.

Các thuật ngữ thay thế được in nghiêng và đặt trong ngoặc đơn là ngôn ngữ Pali.

## HIỆN TƯỢNG TOÀN CẦU HÓA

Thuật ngữ ‘toàn cầu hóa’ có nhiều nghĩa khác nhau. Tuy nhiên, theo nghĩa cơ bản, nó mô tả sự thay đổi của kinh nghiệm nhân loại về không gian và thời gian trong giai đoạn mà tầm quan trọng của biên giới toàn cầu và thậm chí là biên giới quốc gia đã bị xóa bỏ. Đây là quá trình đã thâm nhập vào sự nhận thức của chúng ta, đặc biệt là trong ba thập kỷ qua khi mà sự phát triển công nghệ đã góp phần giúp cho con người liên hệ với bất cứ ai, ở bất kỳ nơi nào trên thế giới một cách dễ dàng, nhanh chóng và thậm chí là ngay lập tức, bất chấp những khoảng cách không gian; nơi mà những khoảng cách vật lý đã được rút ngắn bởi những phương tiện giao thông, giao tiếp nhanh và rẻ. Nói cách khác, thế giới của nhân loại

và hoạt động của con người đã được rút ngắn và hạn chế một cách hiệu quả theo cả ý nghĩa thời gian và ý nghĩa không gian.

Như Martin Heidegger (1950) đã nói ngắn gọn, “tất cả các khoảng cách về thời gian và không gian đang bị thu hẹp”. Hiện tượng này đã ảnh hưởng sâu rộng đến hầu hết mọi khía cạnh của cuộc sống. Do đó chúng ta nói về toàn cầu hóa các ý tưởng; toàn cầu hóa các nền văn hóa.

### **DOANH NGHIỆP LÀ XUNG LỰC KÍCH THÍCH**

Có ý kiến cho rằng động lực chính trong cuộc cách mạng toàn cầu hóa này là kinh tế học kinh doanh. Các doanh nghiệp, các công ty đa quốc gia và các tập đoàn tìm kiếm thị trường nước ngoài để mở rộng thị trường, có được nhiều khách hàng hơn và tận dụng các cơ hội kinh tế ở nước ngoài. Các doanh nghiệp nội địa có thể tăng doanh số tại các thị trường nước ngoài. Các công ty đa quốc gia như McDonalds hay Starbuck có thể có những thương hiệu thu hút rất nhiều thị trường nước ngoài. Chuyển giao các chức năng kinh doanh cho các quốc gia có lao động rẻ hơn hoặc tiếp cận nguyên liệu rẻ hơn có thể cắt giảm chi phí sản xuất. Có rất nhiều lý do. Tuy nhiên, điều này đang xảy ra trên diện rộng và đang chuyển đổi thế giới.

Các thỏa thuận toàn cầu cho việc dỡ bỏ các rào cản thương mại đã xảy ra do đó làm cho dòng chảy tự do của con người, vốn và vật chất trở nên dễ dàng hơn. Ngay cả những đổi mới công nghệ được đề cập đã bị kích động bởi các công ty kinh doanh. Du lịch đường bộ, đường hàng không và đường biển, máy tính và internet, số hóa... phần lớn là kết quả của sáng kiến kinh doanh.

Karl Marx (1848), nhà lý luận xã hội chủ nghĩa, đã ghi lại tầm nhìn của ông về lực lượng sắp tới này khi ông lập luận rằng các mệnh lệnh của sản xuất tư bản chắc chắn đã thúc đẩy tư sản đi khắp nơi, định cư ở mọi nơi và thiết lập kết nối ở mọi nơi.

Sự phát triển của các công ty đa quốc gia và xuyên quốc gia (MNCs và TNCs) và sự gia tăng tầm quan trọng của các thương hiệu toàn cầu như Microsoft, Apple, Google, Sony và McDonalds, là biểu hiện rõ ràng của toàn cầu hóa. Điều quan trọng là các chính phủ trong nước dường như có quyền kiểm soát mong manh đối với hoạt động của các công ty này.

### **THỬ THÁCH ĐỐI VỚI CÁC LÃNH ĐẠO DOANH NGHIỆP**

Toàn cầu hóa, về mặt tổng thể, đã mang lại sự giàu có cho các quốc gia - cả ở các nước phát triển và các nền kinh tế mới nổi. Thương mại thế giới về hàng hóa sản xuất đã tăng hơn 100 lần, trong 50 năm qua kể từ năm 1955, mức tăng từ 95 tỷ đô la lên 12 nghìn tỷ đô la đã được ghi nhận. Kể từ năm 1960, thương mại đã trở nên dễ dàng hơn nhờ các hiệp định quốc tế nhằm giảm hàng rào thuế quan và phi thuế quan đối với việc xuất khẩu hàng hóa sản xuất, đặc biệt là đến các nước giàu. Mặc dù quá trình này đã gặp phải nhiều vấn đề nghiêm trọng như gia tăng bất bình đẳng trong một số lĩnh vực, người ta tin rằng những quốc gia không thành công đó cuối cùng sẽ bị buộc phải đo lường cấp độ của các đối tác thành công hơn.

Chúng ta phải chỉ ra nhiều nguy cơ tiềm ẩn gây ra khủng hoảng nếu việc mở rộng kinh doanh không cần quan tâm đến xã hội và định hướng đạo đức. Quan điểm thông thường cho rằng tối đa hóa lợi nhuận là lý do để một doanh nghiệp tồn tại. Mặt khác, lợi nhuận không nên thay thế nhu cầu của mọi người. Ví dụ, bộ phim Sicko của Michael Moore (2007) đã tấn công ngành chăm sóc sức khỏe vì đặt lợi nhuận của họ vào chi phí bệnh nhân. Moore cho biết thêm:

“Chúng ta không nên nói về lợi nhuận khi nói về việc giúp đỡ những người bị bệnh. Thật không công bằng cho các công ty bảo hiểm vì họ có trách nhiệm kiếm tiền nhiều nhất có thể cho các

cổ đông. Vàng, cách họ kiếm được nhiều tiền hơn là từ chối các yêu sách hoặc xóa mọi người ra khỏi danh sách tên hoặc thậm chí không liệt kê mọi người vào danh sách vì họ đã có tiền lệ. Bạn biết đấy, tất cả đều sai”.

Toàn cầu hóa tạo ra các công ty đa quốc gia hùng mạnh. Quyền lực có xu hướng bị lạm dụng. Người ta quan sát một số cơ quan doanh nghiệp lớn này can thiệp vào chính trị dân chủ của các quốc gia. Điều này dẫn đến một mối đe dọa không lành mạnh và nguy hiểm.

Thứ ba, có xu hướng các doanh nghiệp đồng ý ngầm với các hoạt động lao động xấu. Ở các nước nghèo nơi có nhiều hoạt động thuê lao động ngoài, các doanh nghiệp lớn nhắm mắt làm ngơ với các hoạt động sử dụng lao động trẻ em hoặc bóc lột sức lao động nữ hoặc trả lương thấp cho lao động nữ.

Thứ tư, có một mối đe dọa hiện tại đối với môi trường bởi các doanh nghiệp lớn bị thúc đẩy bởi lòng tham. Ô nhiễm môi trường, sự nóng lên toàn cầu và sự tàn phá bừa bãi rừng, tài nguyên đại dương, đời sống của chim và động vật là một số vấn đề đang gia tăng trên toàn thế giới.

Thứ năm, các doanh nghiệp có khuynh hướng thiên về các hoạt động quảng cáo tồi tệ, đi ngược lại với các hành vi đạo đức của các quốc gia nơi họ hoạt động.

Thứ sáu, có các hoạt động kinh doanh khác như lạm dụng giá cả và thanh toán cho việc tìm được các nguồn cung cấp, đặc biệt là từ các nước nghèo.

Thứ bảy, toàn cầu hóa đã dẫn đến một sự dịch chuyển lớn lao động tị nạn từ các nước nghèo sang các nước giàu, dẫn đến vô số vấn đề và mối đe dọa đối với tiêu chuẩn sống của những người lao động đó.

## **ĐẠO ĐỨC KINH DOANH VÀ KHÁI NIỆM VỀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP**

Không phải ngẫu nhiên mà khái niệm trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) trở nên thịnh hành qua những trải nghiệm tiêu cực như vậy của toàn cầu hóa đang gia tăng. Tóm lại, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là biểu hiện của đạo đức kinh doanh - ý tưởng rằng các doanh nghiệp phải tự hành xử theo đạo đức mọi lúc và với tinh thần trách nhiệm đối với xã hội. Đây là một sự khởi đầu mạnh mẽ từ quan điểm bảo thủ trước đó rằng “trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là đối với các cổ đông” ông Milton Friedman cho biết (2006). Các xã hội trên toàn thế giới đã xem xét kinh doanh một cách khác biệt và nhiều quốc gia đã đưa ra luật để kiểm tra ảnh hưởng áp đảo của độc quyền nhóm và độc quyền. Nhận thức mới là bất kỳ công ty kinh doanh nào cũng có trách nhiệm với cộng đồng địa phương và bên ngoài. Một doanh nghiệp không thể phát triển và làm giàu cho mình bất kể phúc lợi của cộng đồng và không nhận thức được nhu cầu và nguyện vọng của cộng đồng. Một công ty là thuộc về cộng đồng, và thực chất là một bộ phận của xã hội.

Trên thực tế, một suy nghĩ mới là doanh nghiệp sẽ có lợi và có thể tăng lợi nhuận nếu được đưa vào triết lý rằng doanh nghiệp cần phải được cộng đồng chấp nhận.

Khái niệm về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã tiến thêm một bước bằng cách thậm chí cho rằng một công ty phải thực hiện các bước khẳng định, để hỗ trợ các dự án cộng đồng, giúp giảm bớt đau khổ cho quốc gia và xã hội.

## **QUAN ĐIỂM RỘNG HƠN VỀ SỰ BỀN VỮNG**

Nhất quán với sự phát triển của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong ý thức tập thể của các nhà quản lý doanh nghiệp và cộng đồng, là sự phát triển của một cái nhìn rộng hơn về tính bền vững. Thuật ngữ, “tính bền vững”, không có nghĩa là bền vững chỉ trong các hoạt động nội bộ của một doanh nghiệp. Giải thích rộng

hơn đối với thuật ngữ này là sự bền vững của xã hội xung quanh - trong phạm vi nội địa, hoặc trong trường hợp của một thực thể toàn cầu, hoặc công ty đa quốc gia, tất cả các cơ sở tiêu dùng nắm giữ cổ phần trong và ngoài nước. Ví dụ, các vấn đề môi trường như biến đổi khí hậu bao gồm các cam kết toàn cầu. Các vấn đề liên quan đến quyền con người cũng như vậy không? Một doanh nghiệp phải bền vững theo nghĩa rộng hơn này.

***Tư duy mong muốn của các nhà lãnh đạo doanh nghiệp mới hoặc con người doanh nghiệp mới.***

Khi đề cập đến các lãnh đạo doanh nghiệp, chúng tôi muốn nói đến những chủ sở hữu, hội đồng quản trị và các quản lý của một công ty hoặc doanh nghiệp kinh doanh. Họ là những người ra quyết định quan trọng đối với công ty, ở các mức độ khác nhau. Với toàn cầu hóa, bản chất và chất lượng kinh doanh đã thay đổi đáng kể, đòi hỏi một sự thay đổi căn bản trong tư duy của người lãnh đạo doanh nghiệp trong thời đại toàn cầu hóa. Thương mại và sản xuất ngày càng được thực hiện trên khắp cả nước, lan sang các quốc gia khác nhau với các nền văn hóa khác nhau. Trong một nền văn hóa khác, mọi người nhìn cùng một thứ với cách nhìn khác. Do đó, điều quan trọng là người doanh nhân mới phải sở hữu một trí thông minh đa văn hóa mạnh mẽ. Anh ta phải có khả năng cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ của mình cho các xã hội khác nhau. Phong cách tương tác của anh ấy sẽ phải thay đổi tùy theo môi trường văn hóa. Trong khi giữ các giá trị cơ bản của công ty một cách thống nhất, người quản lý mới phải điều chỉnh việc thực hiện tại địa phương. Đây là một trong những yếu tố chính của tư duy lãnh đạo toàn cầu.

Yếu tố khác là sự tích hợp với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp vào tư duy, hành vi và việc giao hàng của công ty. Trong khi một yếu tố là trí thông minh đa văn hóa thì yếu tố kia là trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Hai khía cạnh tạo nên tư duy của người doanh nhân mới.

Bài viết này sẽ xem xét yếu tố đạo đức của tư duy lãnh đạo toàn cầu được mong muốn, và cho rằng tư duy đạo đức chuẩn mực của Phật giáo đưa ra một viễn cảnh có giá trị trong việc xây dựng con người doanh nhân mới.

### ***Các khung chính trong lý thuyết đạo đức tiêu chuẩn***

Chúng ta sẽ sử dụng khuôn khổ hoặc mô hình nào để định hướng lại người lãnh đạo doanh nghiệp? Toàn bộ vấn đề về những gì cấu thành một hành vi đạo đức có rất nhiều những tranh cãi. Làm thế nào để chúng ta xác định một hành động tốt? Các chuẩn mực của hành vi đạo đức là gì?

Ba cách tiếp cận cơ bản đối với lý thuyết đạo đức chuẩn tắc đã được các nhà triết học giải thích qua các thời đại. Họ là những phương pháp tiếp cận hệ quả luận, nhiệm vụ luận và luân lý luận. Hệ quả luận là quan điểm cho rằng chúng ta phải đánh giá một hành vi đúng hay sai bằng cách xem xét hậu quả/hậu quả khả dĩ của hành động liên quan. Một hành động tạo ra một kết quả tốt là một hành động đúng và ngược lại. Chủ nghĩa vị lợi (chủ nghĩa công lợi) là biểu hiện kinh điển của cách tiếp cận hệ quả đối với hành vi đạo đức. Thuật ngữ “tiện ích” được hiểu là bất cứ điều gì dẫn đến hạnh phúc, và đôi khi chính là niềm hạnh phúc đó.

(i) Điều này có vẻ thích hợp trong việc đánh giá hành vi về mặt trực giác. Do đó, đây là lý thuyết phổ biến nhất hiện nay mặc dù có nhiều vấn đề nhức nhối nảy sinh trong việc tính toán đo lường hạnh phúc.

Jeremy Bentham (1748-1832) và John Stuart Mill (1806-1873) là tác giả của chủ nghĩa vị lợi. Ảnh hưởng của khung hành vi này đã mở rộng đến thời hiện đại của chúng ta có một nhà triết học người Úc tên là Peter Singer (2017), đã thúc đẩy sự biến đổi về chủ nghĩa hệ quả của ông. Peter Singer mở rộng việc áp dụng chủ nghĩa hệ quả ngay cả đối với thế giới động vật.

(ii) Phương pháp tiếp cận Nhiệm vụ luận, lập luận rằng tính đúng hoặc sai của một hành vi là một cái gì đó chúng ta cảm thấy cố hữu trong ý thức của chúng ta, như là một loại luật hoặc mệnh lệnh sẵn có. Ví dụ, mặc dù chúng ta thường nói dối nhưng chúng ta biết rằng đó không phải là việc cần làm. Tương tự như vậy, việc giết là không đúng v.v... Từ “deon” có nghĩa là “một người phải”. Đó là một cảm giác bắt buộc bên trong. Immanuel Kant (1998) nhà triết học người Đức thể hiện khung Nhiệm vụ luận ở dạng cổ điển. Kant lập luận rằng mỗi chúng ta đều có trong mình một “mệnh lệnh Phân loại”, mà sẽ ra lệnh cho chúng ta: “Chỉ hành động theo châm ngôn mà qua đó bạn có thể đồng thời muốn hành động đó sẽ trở thành một luật phổ quát”. Kant cho rằng sự phổ biến của mệnh lệnh này là để chúng ta hành động như một trong những kỳ quan thiên nhiên. Kant đã bị ấn tượng bởi “những bầu trời đầy sao ở trên và luật đạo đức bên trong”. Một câu châm ngôn được chấp nhận về mặt đạo đức phải vượt qua bài kiểm tra phổ cập này. Thử nghiệm này hòa hợp với tiếng kêu chung, “Nếu mọi người cư xử theo cách đó thì sao?”. Ví dụ: Tôi mượn tiền từ X người hứa sẽ trả lại nhưng không có ý định làm như vậy. Làm thế nào nếu mọi người làm như vậy? Tôi có thể bằng lý trí muốn rằng, một vấn đề tồn tại nơi mà không ai tôn vinh lời hứa? Trong tình trạng như vậy, sẽ không hợp lý khi chấp nhận lời hứa. Việc thiết lập hứa hẹn không thể tồn tại.

(iii) Luân lý luận. Là một học thuyết chính thức, Luân lý luận dường như bắt nguồn từ Hy Lạp cổ đại nơi Socrates, Plato và Aristotle và Stoics đã tán thành nó. Là một ý tưởng có ảnh hưởng, nhưng dường như sức ảnh hưởng của nó đã suy yếu sau đó. Tuy nhiên, một phần do sự bức tức đối với những bất cập nhận thức trong các lý thuyết hệ quả và nhiệm vụ luận, Luân lý luận đã được hồi sinh trong diễn ngôn đạo đức đương thời.

Luân lý luận thì hoàn toàn khác với đạo đức. Cả những người theo hệ quả luận và nhiệm vụ luận đều gán lòng tốt hoặc sự đúng đắn cho những hành động hoặc hành vi cụ thể. Trong trường hợp

những người đề xướng luân lý luận, họ chuyển đặc tính của đạo đức sang tính cách cá nhân của con người và không theo bất kỳ hành động cụ thể nào. Các nhà đạo đức học đương đại như G.E.M Amscombe và Alasdair MacIntyre \* thất vọng vì bản chất không chính xác của đạo đức, dựa trên hành động trong các phương pháp tiếp cận hệ quả và nhiệm vụ; và các vấn đề liên quan đến đạo đức của họ đã tìm thấy trong luân lý luận một khuôn khổ cơ bản và thỏa đáng hơn.

Đạo đức đức hạnh đã được định nghĩa khá hời hợt trong nhiều văn bản. Một định nghĩa tốt hơn được đưa ra bởi Rosalind Hursthouse (1997).

Một đức hạnh [Hy Lạp, 'arete,] như trung thực hay hào phóng không chỉ là xu hướng làm những gì trung thực hay hào phóng, nó cũng không phải là một đặc điểm tính cách “có giá trị về mặt đạo đức” hay “một đặc điểm tính cách mong muốn”. Thực ra, đó là một đặc điểm của tính cách, một tính cách cố thủ tốt trong sở hữu của nó. Đó là một cái gì đó, như chúng ta nói, “Đi theo con đường của nó”, không giống một thói quen như người uống trà, mà tính cách đang được đề cập, khác xa với tính cách hành động trung thực đơn lẻ, hoặc thậm chí hành động trung thực vì một số lý do nhất định, mà là tính cách đa lối (multi-track).

Do đó, một đức hạnh là kết quả của toàn bộ tính cách hoặc lối sống hơn là các hành động cụ thể. Đó là một đặc điểm không thể được đào tạo trong sự cô lập với toàn bộ. Nó tương đương với việc xây dựng một tư duy tổng thể hoặc xây dựng một người đàn ông đạo đức. Cụ thể, một đức hạnh là một đặc điểm tích cực làm cho người sở hữu nó trở thành một con người tốt. Do đó, một đức hạnh được phân biệt với các hành động hoặc cảm xúc đơn lẻ.

Do đó, cách để xây dựng một xã hội tốt là giúp các thành viên của mình trở thành những người tốt. Vì vậy, một hành động là đúng khi và chỉ khi đó là một hành động mà một người có đạo đức

sẽ làm trong cùng hoàn cảnh. Hành động đúng về cơ bản truyền từ những người có đạo đức trong một tình huống nhất định. Tại thời điểm này, các nhà đạo đức học đưa ra khái niệm về trí tuệ thực tiễn hoặc đạo đức (phronesis của Hy Lạp)\* để đánh giá một tình huống đạo đức, trí tuệ thực tế trở nên nhất thiết phải gắn liền với đức hạnh.

Về việc xác định danh sách các đức tính đã có nhiều sự bất đồng. Vượt qua một cuộc tranh cãi có thể xảy ra ở đây, Alasdair Macintyre (1984) lập luận rằng bất kỳ một đức hạnh nào phải thực sự được tạo ra từ cộng đồng mà trong đó những đức tính đạo đức được thực hiện: Từ “đạo đức” có nghĩa là “đạo đức cộng đồng”. Điều đó có nghĩa là các đức hạnh là, và nhất thiết phải được, căn cứ vào thời gian và địa điểm cụ thể. Những gì được coi là đức hạnh ở Athens thế kỷ thứ 4 sẽ là một hướng dẫn lối bịch cho hành vi đúng đắn ở Toronto trong thế kỷ 21.

### LÝ THUYẾT ĐẠO ĐỨC TRONG PHẬT GIÁO

Phật giáo rất giàu các giáo lý đạo đức - sila, năm giới, Purana, Vinaya, các yếu tố tinh thần lành mạnh và bất thiện trong Abhidamma, Brahma Viharas, v.v. Những hiểu biết của Phật giáo nằm rải rác trên khắp thế giới, khiến các học giả khác nhau nhấn mạnh vào các khái niệm đã chọn của riêng họ. Mặt khác, hầu như không có bất kỳ nỗ lực nào để gắn kết những hiểu biết để xây dựng một cơ chế tổng hợp và có ý nghĩa của lý thuyết đạo đức. Giáo sư Damien Keown (1992), đã đi tiên phong trong nỗ lực tiếp cận chuyên môn đối với đạo đức Phật giáo. Hết lần này đến lần khác, chúng ta gặp phải vấn đề đó là Đức Phật không bao giờ đưa ra những lời dạy của mình bằng văn bản, do đó để lại vấn đề mở cho các học giả cố gắng diễn giải. Đặc biệt, lý thuyết đạo đức Phật giáo đã trở thành một lĩnh vực mở. Bài viết này sẽ là một nỗ lực khiêm tốn để tham gia vào tập hợp các học giả trong nỗ lực xây dựng lý thuyết tại Đạo đức Phật giáo.

Damien Keown đã đảm nhận vị trí mà Đức Phật đã thực sự có trong tâm trí một loại đức hạnh. Bài viết này đồng ý với vị trí đó.

### ***Mục tiêu của Đức Phật là Đức Hạnh***

Quan điểm phổ biến là đạo đức Phật giáo gồm năm giới (*pancaseela*) và Bát chánh đạo. Quan điểm này gần giống với quan điểm nhiệm vụ của đạo đức, xem đạo đức như một hệ thống các quy tắc hoặc mệnh lệnh nội bộ. Không còn nghi ngờ gì nữa, có một khía cạnh nhiệm vụ trong giáo lý Phật giáo. Tuy nhiên, điều này có thể được quy cho mục tiêu của Đức Phật là làm cho những người bình thường nắm bắt được bản chất của giáo lý của mình dưới dạng các quy tắc. Tinh thần chung của phương pháp Phật giáo được lược lặt từ Pali Nikayas, một người có thể được xem là đã đi sâu hơn vào sự thay đổi hành vi từ trái tim. Đức Phật có thể không phải là một tăng cai trị đơn thuần như Chúa của Kitô giáo. Giáo lý của ông có thể được hiểu là nhằm mục đích đi đến nguồn cội, bằng cách chuyển đổi tư duy (*santana*) của con người để tư duy mới có thể tuôn chảy một cách tự nhiên theo những hành động lành mạnh (*kusaladhamma*). Có một số tài liệu tham khảo trong Dhammapada được trích dẫn dưới đây, trong đó Đức Phật nhấn mạnh cách các màn trình diễn điều luyện sẽ tự nhiên được tạo ra từ một con ngựa được đào tạo, thợ mộc, kỹ sư, v.v. Theo cách tương tự, một người có tư duy được đào tạo hướng đến các đạo đức cơ bản sẽ tự nhiên có xu hướng hành xử đạo đức hoặc lành mạnh.

### ***Brahma Viharas là người mẫu***

Có một tài liệu tham khảo về loba (tham lam), dosa (hận thù) và moha (si mê) là gốc rễ cơ bản của các trạng thái bất thiện của tâm trí. Thuật ngữ lành mạnh, có thể thay thế cho khái niệm “đức hạnh” của phương Tây. Đức Phật đã chỉ ra rằng một khi những gốc rễ này được tịnh hóa thành các mặt đối lập của chúng, dòng tinh thần hoặc *santana* của chúng ta sẽ tuôn chảy theo hành vi đạo đức, mà chỉ riêng điều đó có thể đưa chúng ta đến đỉnh Niết bàn.

Do đó, điều này trở thành một lựa chọn khả thi cho một mô hình đức hạnh trong Phật giáo. Trên thực tế, Damien Keown đã chọn loba, dosa và moha làm tập hợp các đức tính cho một mô hình đức hạnh.

Mặt khác, có những khó khăn thực tế trong đề xuất của Keown.

Chúng tôi cho rằng, trong khi tránh mâu thuẫn với tập hợp các đức tính loba, dosa và moha, và thừa nhận giá trị của chúng trong tư duy Phật giáo, Đức Phật khắc sâu bốn trạng thái cảm xúc siêu phàm hoặc tinh thần của brahma viharas có thể được chọn như là cách tiếp cận cụ thể và thực tế hơn để thay đổi tư duy của chúng ta hướng đến hành vi tốt hoặc lành mạnh trong cuộc sống hàng ngày. Bốn trạng thái này là metta (từ), karuna (bi), Mudita (hỷ) và upekkha (xả).

Những lý do cho sự ưu tiên này là như sau: (a) Đối với một bộ óc hiện đại, các thuật ngữ có thể gây tranh cãi do tính chất kết thúc mở của chúng. Chẳng hạn, người ta có thể hỏi, “Cái gì, thực sự, là tham lam? Đây là cách đo cường độ chính xác của một hành động mà được coi là tham lam và không chỉ là <thích,>?” (b) Thực hiện các mặt đối lập của lòng tham, thù ghét và si mê trở nên khó khăn với bản chất con người bình thường và do đó sẽ trở thành một trận chiến khó khăn, mặc dù đó là điều được mong muốn. Mặt khác, các trạng thái liên quan đến brahma viharas có thể được phát triển thoải mái hơn trong khi chúng ta tham gia vào thế giới thực dụng. Chúng ta sẽ quay trở lại luận điểm này ngay sau đây.

### ***Cơ sở siêu hình của Đạo đức Phật giáo***

Chủ đề tiếp theo là về siêu hình học. Trong suy nghĩ của Phật giáo, các đề xuất đạo đức không chỉ là sự hô hào để hành xử. Những đề xuất như vậy được minh chứng bởi liên kết của chúng với siêu hình học. “Siêu hình học”, được sử dụng ở đây theo nghĩa Aristoteles. Thuật ngữ này không được Aristotle sử dụng nhưng nó được gán cho cái mà nhà triết học Hy Lạp gọi là “triết học đầu

tiên”. Đối với Aristotle (384-322 B.C), triết học đầu tiên đề cập đến các vấn đề liên quan đến các nguyên nhân và nguyên tắc cơ bản là nền tảng cho những vật thể tồn tại. Do đó, siêu hình học của Aristotle không liên quan gì đến trải nghiệm siêu việt như ở Plato, Kant và thậm chí là Hegel.

Tương tự đối với Phật giáo, có thể lập luận rằng những lời hô hào đạo đức của Phật giáo trong năm giới và những nơi khác và những khuynh hướng đạo đức được thiết lập dựa trên những nguyên tắc đầu tiên của tự nhiên và vũ trụ (*dhamma*). Do đó, các Phật tử tin rằng đạo đức của họ có giá trị mạnh mẽ. Tất cả điều này có nghĩa là cách mà một người nên hành xử thì ít nhất được dựa vào thực tế khách quan. Điều “Nên” xuất phát từ điều “Là”. Theo nghĩa này, tính cách đạo đức cụ thể trở nên có ý nghĩa, cách chúng ta hành xử. “Là” đề cập đến bản chất cơ bản của sự vật.

Santideva (thế kỷ thứ 8 A.D) nhà sư Phật giáo Ấn Độ và học giả Madhyamika là một trong những người đầu tiên cho thấy đạo đức Phật giáo tiếp nối như thế nào từ các cơ sở siêu hình. Amod Lele (2007) đã suy nghĩ về tư tưởng của Santideva trong một thời gian dài. Santideva đã tranh luận như sau: Theo Phật giáo: (a) Hành động được xác định bởi nguyên nhân của chúng, và do đó, không có gì biện hộ cho sự tức giận. Một người biết nguồn gốc của hành động có thể trở nên kiên nhẫn hơn với những lỗi lầm của người khác và sẽ tránh đổ lỗi cho họ. Điều này được gọi là “pháp kiên nhẫn”; (b) Cơ thể có thể được xem là tập hợp các bộ phận cấu thành của nó, và do đó, chúng ta không được ham muốn; (c) Bản thân chúng ta là một ảo ảnh và không thực, vì thế, thật vô nghĩa khi chỉ bảo vệ bản thân khỏi những đau khổ của người khác; chúng ta phải vị tha; (d) Tất cả các hiện tượng đều trống rỗng và do đó chúng ta nên tránh tham gia. Có thể mở rộng luận điểm này của Santideva, như sau: (e) Tất cả con người đều run sợ trước hình phạt, tất cả con người đều sợ chết. Thích người khác hơn chính mình, một người không nên giết cũng không nên gây ra sự giết

chóc, [[Dhammapada] (f) “Một số người không biết rằng tất cả chúng ta đều phải kết thúc ở đây; với những người biết điều này thì sự phân tranh của họ chấm dứt ngay lập tức bởi kiến thức của họ” [Dhammapada].

### ***Mang những từ “Nên” và “Là” vào Đạo đức***

Trường phái triết học phân tích xuất hiện thịnh hành ở phương Tây trong thế kỷ 20 đã phủ nhận khả năng liên kết “Nên” với “Là”. Một số nhà triết học phương Tây đã chỉ ra rằng các quy tắc và nghĩa vụ đạo đức thông thường không có trong thực tế; và rằng đó chỉ là những hướng dẫn mang tính cảm xúc hoặc chủ quan mà nhiều người cố gắng tuân theo. Các nhà triết học phân tích như AJ Ayer (1958) khẳng định rằng, những lời hô hào về đạo đức hoàn toàn không phải là đề xuất, mà là lời kêu gọi hoặc mệnh lệnh được thiết kế để kích thích người đọc hành động theo một kiểu nào đó. Mặt khác, như Santideva đã chỉ ra, mối liên kết Phật giáo giữa bản chất của thực tế và các phản ứng đạo đức đối với thực tế đó xuất hiện như một phản ứng báo trước cho triết học phân tích đương đại. Trong Phật giáo, chúng ta có thể thấy sự liên kết giữa “Là” và “Nên”. Ít nhất người ta có thể lập luận rằng đạo đức chuẩn tắc của Phật giáo có thể thu hẹp khoảng cách đó đến gần nhất.

### ***Tính trung tâm của đạo đức đức hạnh trong Phật giáo***

Những người theo chủ nghĩa hệ quả và nhiệm vụ không bị Phật giáo phủ nhận. Tuy nhiên, khi nói đến phát triển đạo đức, Đức Phật dường như tập trung vào một mục tiêu trọng tâm, đó là tạo ra một người có đạo đức mà từ đó hành vi lành mạnh (*kusal*) được tạo ra một cách tự nhiên và hành vi bất thiện sẽ được tránh xa (*akusal*).

Có người nào trên thế giới này quá khiêm tốn đến nỗi anh ấy có thể tránh xa sự phê bình giống như một con ngựa được huấn luyện tránh xa đòn roi? [Dhammapada]. Nói cách khác, con ngựa được huấn luyện tránh xa những gì gọi là đòn roi một cách tự

nhiên. Giống như một con ngựa được huấn luyện tốt khi bị quất là sẽ chạy nhanh hết sức, bạn sẽ, bằng đức tin, bằng đức hạnh, bằng năng lượng, bằng thiên định, bằng sự đánh giá luật pháp, gác lại sự đau khổ [về sự tồn tại trần thế] được ban cho kiến thức, hành vi [tốt] và chánh niệm. [[Dhammapada] Cuối cùng, các kỹ sư [người xây dựng kênh và cống] dẫn nước (nơi họ thích); thợ sản xuất mũi tên làm cho mũi tên thẳng; thợ mộc chạm khắc gỗ; người đức hạnh tự tạo ra (kỷ luật) [Dhammapada].

Giả định ở trên rằng người đức hạnh có thể được đào tạo bằng nhận thức, bằng thiên định, v.v... Như trong câu cuối, giống như các kỹ sư và thợ mộc được đào tạo để thực hiện các kỹ năng của một khi được đào tạo, các kỹ sư sẽ thực hiện được ngay. Người đức hạnh cũng như vậy. Đức hạnh sẽ đi vào trái tim và khối óc của người thực hiện. Đó là vấn đề giải quyết tại nguồn gốc.

### ***Mô hình Brahma Vihara của con người đức hạnh***

Brahma Viharas mà chúng ta đã đề cập trước đây là những tính cách hay đức hạnh cơ bản, có thể biến một cá nhân hành động đức hạnh trong việc đối xử với người khác. Một trong những ghi chép sớm nhất về khái niệm này xuất hiện trong Suba Sutta (DN). \* Những đức tính được nêu chi tiết trong Visuddhimagga (thế kỷ thứ 5 trước Công nguyên).

“Brahma” có nghĩa là thiêng liêng hoặc cao quý và “Vihara”, có nghĩa là tuân thủ và sống. Những người thực hành Brahma Viharas được cho là đang ở hoặc sống trong sự cao quý hoặc thiêng liêng. Họ cũng được xem là là apramana (không thể đo lường được trong sự ảnh hưởng) khi đạt đến sự hoàn thiện. Phật giáo viện dẫn chúng ta phát triển bốn đức tính cơ bản mà có thể dẫn đường cho chúng ta đến một con người đức hạnh tự nhiên, đó là: từ (*metta*), bi (*karuna*), hỷ (*mudia*), xả (*upekkha*).

Có những thực hành thiên định được tạo ra để đào tạo một người hướng tới sự hoàn hảo của những đức tính cảm xúc này. Ý

tưởng cơ bản là khiến một cá nhân mở mang đầu óc và nhận thức của mình hướng đến một tính cách thân thiện với người khác; hướng tới nhận ra và đồng cảm với nỗi khổ của người khác; hướng tới chia sẻ niềm vui hoặc thành công của người khác; và hướng tới việc phát triển một trạng thái tâm trí cân bằng, không bị xáo trộn và tách rời (khi nhận ra rằng tất cả chúng sinh sẽ gặt hái kết quả từ những hành động tốt và xấu của họ).

Chúng ta có thể tưởng tượng Brahma Viharas hoạt động theo cách này: Chúng ta tiếp tục phát triển Tâm Từ bằng cách thể hiện những thiện chí đơn giản và chân thành với người khác; khi một người khác bị ảnh hưởng bởi bệnh tật, chấn thương hoặc khó khăn, chúng ta mở rộng Tâm Từ bằng cách thực sự can thiệp và giúp đỡ họ. Đây gọi là Tâm Bi. Tâm Từ có thể được mở rộng hơn khi một người đạt được sự thành công. Chúng ta làm điều này bằng cách chia sẻ niềm vui này với người khác. Đây gọi là Tâm Hỷ. Vì vậy, những trạng thái tinh thần đầu tiên, là những sắc thái khác nhau, có thể được hội tụ hoàn hảo trong một tính cách. Trạng thái Tâm Xả đứng một mình, và nó giúp chúng ta phát triển sự bình tâm trong các sự kiện mà chúng ta không thể can thiệp.

Thiền định bắt đầu bằng cách thực hành đức hạnh trên chính mình (điều này là dễ dàng); tiếp theo, đến những người gần gũi với mình; và từ quyền của họ cho đến những người có thể là thù địch. Theo cách này, tác động của cảm xúc tình yêu trở nên to lớn, bao trùm tất cả những người đến với chúng ta.

Bốn khuynh hướng đạo đức siêu phàm này được thiết lập dựa trên bản chất của thực tế hay siêu hình học: Sự liên kết của chúng ta, sự nhỏ bé của cuộc sống trên trái đất, sự trôi qua nhanh chóng của mọi hiện tượng, sự trống rỗng (sunya) của hiện tượng, sự đau khổ và nỗi thống khổ mà người nào cũng phải trải qua như chính sự hiện hữu của nhân loại vậy.

Mối quan tâm xã hội trong mô hình Brahma Vihara và sự liên quan đến kinh doanh

Những gì đã được trình bày là một bức tranh ngắn gọn về mô hình đức hạnh Brahma Vihara, được thu thập và xây dựng lại từ những lời dạy của Đức Phật. Mô hình đức hạnh này được áp dụng chung cho tất cả các cá nhân. Câu hỏi đặt ra là làm thế nào mô hình này có thể giúp phát triển mối quan tâm xã hội trong suy nghĩ của người lãnh đạo công ty mới. Mô hình kinh doanh truyền thống, như chúng tôi đã lưu ý, đã thiếu yếu tố này. Nhu cầu về một đạo đức kinh doanh kết hợp mối quan tâm và trách nhiệm xã hội (CSR) rộng lớn trong chương trình kinh doanh đã tăng lên với sức mạnh mới của các công ty mà toàn cầu hóa tạo ra.

Đây chính xác là nơi Brahma Viharas có thể đi vào mục tiêu quan tâm và trách nhiệm đối với xã hội: Brahma Viharas là một tập hợp các đức tính tinh thần tạo nên thái độ của chúng ta đối với người khác và mối quan tâm rộng lớn hơn của chúng ta đối với xã hội. Về cơ bản, chúng là các giá trị quan hệ hoặc lập trường. Ngay cả khi không có thiên định chính thức, chúng ta vẫn có thể tiếp thu các thái độ này bằng cách phát triển nhận thức. Chúng tôi sẽ lưu ý bên dưới cách con người chúng ta được sinh ra với Tâm Từ và Tâm Bi tiềm ẩn bên trong và điều này giúp chúng ta định hướng cuộc sống theo Brahma Viharas ở một mức độ nào đó. Do đó, việc thực hành Brahma Viharas, có thể được coi là không chỉ hữu ích cho cuộc sống hàng ngày của cá nhân; nó có thể giúp xây dựng kêu gọi mối quan tâm xã hội, lòng vị tha và khả năng tiếp cận của doanh nghiệp.

Nhà lãnh đạo doanh nghiệp khi đối mặt với những thách thức đạo đức của toàn cầu hóa được thể hiện bởi nghĩa vụ quan tâm và trách nhiệm đối với xã hội có thể kết hợp trong phong cách quản lý của ông một nhận thức đồng cảm mạnh mẽ và sự quan tâm đối với xã hội và cộng đồng, là các đặc điểm đặc biệt tạo nên Brahma Viharas.

## NHỮNG ĐIỂM HẤP DẪN ĐẶC BIỆT CỦA MỘT CHƯƠNG TRÌNH ĐỊNH HƯỚNG DOANH NGHIỆP

Có hai điểm đặc biệt của những đức tính này khiến chúng trở nên hấp dẫn hơn khi đưa vào chương trình học tập cho các tập đoàn. Thứ nhất, không có mối liên kết tôn giáo nào trong Brahma Viharas. Thay vào đó, chúng tương thích với bất kỳ đức tin nào vì chúng đại diện cho các giá trị phổ quát. Đặc điểm thứ hai, đây là một đạo đức có thể nhận ra và xây dựng một cách thực tế dựa trên những cảm xúc mạnh mẽ của con người và làm dịu chúng với khả năng suy luận của chúng ta.

Trong hội thảo và cuốn sách bán chạy nhất của mình có tựa đề, *“Trí tuệ xúc cảm xúc”* Daniel Daniel Goleman, (1996) giải thích sức mạnh của cảm xúc con người dựa trên nghiên cứu gần đây. “Một quan điểm về bản chất con người mà bỏ qua sức mạnh của cảm xúc thì thật thiếu cận” Goleman (p4) nhận xét. Theo logic, một đức tính đạo đức bỏ qua yếu tố này cũng được xem là thiếu cận. Định hướng đạo đức cho các nhà lãnh đạo doanh nghiệp mà bài báo này đề xuất cũng đúng với chân lý này.

Goleman chỉ ra rằng các kỹ thuật hình ảnh não hiện đại do khoa học phát triển đã cho phép chúng ta tiếp cận với nhiều thông tin về khía cạnh phi lý trí này của bản chất con người và cảm xúc ngự trị mạnh mẽ trong suy nghĩ và quyết định của chúng ta. Goleman nói: “Có một bằng chứng cho thấy rằng các quan điểm đạo đức cơ bản nảy sinh từ các năng lực cảm xúc tiềm ẩn”. Goleman nói thêm rằng, đồng cảm là khả năng đọc cảm xúc ở người khác, thiếu sự cảm nhận nhu cầu hoặc sự đau buồn của người khác có nghĩa là không quan tâm”.

Goleman giải thích làm thế nào các phần tân vỏ não của bộ não con người (bộ não suy nghĩ) nảy được tạo ra từ trung tâm cảm xúc hàng triệu năm sau đó. Cho đến lúc đó, trong hơn 500 thế hệ homo sapiens, xúc cảm là bảng chỉ đường duy nhất của chúng ta.

Việc thực hành Brahma Viharas thừa nhận sức mạnh của trung tâm cảm xúc, đồng thời hấp dẫn phần tân vỏ não (lý luận) của chúng ta. Tâm Từ là phần mở rộng bản năng tự nhiên của những cảm xúc thân thiện mà người Homo sapiens phát triển nhờ bản chất xã hội nội tại của họ. “Tâm Từ là một thiện chí cơ bản, mong muốn điều tốt đẹp đến với người khác. Khi sự đau khổ của những người chúng ta yêu thương lay động chúng ta, Tâm Bi là mong muốn cho sự đau khổ đó chấm dứt. Khi niềm vui của họ làm chúng ta vui, Tâm Hỷ là mong muốn cho niềm vui của họ được tiếp tục. Và trong những trường hợp cụ thể, khi chúng ta không có vai trò gì đối với sự an lạc của người khác, Tâm Xả là mong muốn bản thân chúng ta không trở nên kích động, trong khi đó luôn giữ cho trái tim chúng ta cởi mở, và sẵn sàng cho đến lúc chúng ta có thể”.

Bộ não lý trí của chúng ta được sử dụng để kiểm chế mọi cảm xúc thái quá như tàn nhẫn và ích kỷ bằng cách khiến chúng ta suy nghĩ về thực tế hoặc bản chất của cuộc sống hiện sinh (dhamma) mà chúng ta phải đối mặt. Có hai lập trường đạo đức mà xã hội toàn cầu hóa của chúng ta kêu gọi: Tự kiểm chế và từ bi. Cảm xúc và lý trí phải đóng vai trò kèp này. Có một lối chơi tinh tế giữa lý trí và cảm xúc (hoặc cái đầu và trái tim) trong cách tiếp cận của Brahma Viharas.

### **ÁP DỤNG MÔ HÌNH Ở CẤP ĐỘ KINH DOANH**

Có một bài viết thú vị của Bhikku P.A. Payutto (1994), xuất hiện trên blog trực tuyến, [urbandharma.org](http://urbandharma.org). Bhikku Payutto (1994) là một học giả người Thái Lan, nhà sư đã nghiên cứu và viết nhiều về Phật giáo.

Bhikku Payutto đề xuất rằng Brahma Viharas, như ở cấp độ tinh thần, phải được áp dụng ở cấp độ xã hội thực tế. Bhikku tuyên bố, điều này có thể được thực hiện theo ba cách. Việc phân loại các cách này là hướng dẫn cho các lãnh đạo công ty hậu toàn cầu hóa:

Điều đầu tiên là Cho đi một cách rộng rãi (*Dana*). Việc này được dựa trên Tâm Từ như là một thiện chí; Tâm Bi như là sự can thiệp trong những lúc hoạn nạn; hoặc Tâm Hỷ như là tiếp thêm động lực.

Cách tiếp theo, là bằng Lời nói tử tế (*piyavaca*). Trong kinh doanh, điều này có thể áp dụng trong giao tiếp lịch sự và hữu ích với khách hàng, các bên liên quan khác và công chúng. Lời nói tử tế dựa vào Tâm Từ sẽ là một thể hiện cơ bản của thiện chí trong các tình huống hằng ngày; Tâm Bi, trong những hoàn cảnh khó khăn; Tâm Hỷ, là lời nói chúc mừng. Tuy nhiên, khi đối mặt với các tình huống xã hội đầy khủng hoảng, lời nói tử tế là lời nói công bình và chỉ là lời nói; đây gọi là Tâm Xả.

Cách thức thực hiện thứ ba của Phật giáo do Bhikku Payutto đề xuất là bằng hành vi hữu ích (*atthacariya*). Đây là đề nghị nỗ lực thể chất dưới hình thức ứng xử hữu ích. Dựa trên Tâm Từ, nó có thể là cử chỉ thân thiện, trong những lúc đau buồn, nó có thể là lòng trắc ẩn hay Tâm Bi. Với Tâm Hỷ, đó có thể là một lời động viên khuyến khích.

Cách cuối cùng của việc thực hiện Brahma Vihara là samanattata (làm cho bản thân có thể tiếp cận được hoặc bình đẳng). Nó có nghĩa là chia sẻ và sống hòa thuận, hợp tác với những người khác trên cơ sở bình đẳng. Đây là một thái độ khiêm nhường.

## KẾT LUẬN

Toàn cầu hóa đang biến đổi thế giới. Các doanh nghiệp đã là một trong những động lực chính trong toàn cầu hóa. Điều này đặt các nhà lãnh đạo trong kinh doanh vào một vị trí có ảnh hưởng đặc biệt trong các vấn đề của con người. Toàn cầu hóa đã làm tăng sự giàu có của nhiều quốc gia và mức sống của hàng triệu người. Đồng thời, sự phát triển toàn cầu hóa đang đặt ra nhiều thách thức nghiêm trọng cho tương lai. Điều này đã làm nảy sinh những kỳ vọng xã hội mới về vai trò của doanh nghiệp. Các tập thể cộng

đồng và xã hội tin rằng, cùng với sức mạnh của các cơ quan doanh nghiệp và các công ty đa quốc gia đang sinh sôi nảy nở trên khắp thế giới, những trách nhiệm xã hội mới và chưa được công nhận sẽ xuất hiện. Kỳ vọng này là một sự khởi hành từ niềm tin truyền thống rằng mục tiêu của kinh doanh là mang lại lợi nhuận cho các cổ đông, đã làm mất đi yếu tố đạo đức, củng cố lòng tham và lợi nhuận của các công ty.

Bây giờ điều này không thể xảy ra trong thời đại mới nữa. Một niềm tin ngày càng phổ biến là trong khi các nhà lãnh đạo kinh doanh nên tiếp tục làm việc để mang lại lợi nhuận và hiệu quả, đồng thời họ phải điều hướng tối ưu trong thế giới mới để giải quyết các vấn đề xã hội và phúc lợi xã hội. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) có những giả định về đạo đức và nó ủy thác nghĩa vụ đạo đức cho các nhà lãnh đạo doanh nghiệp mới. Nói cách khác, một con người kinh doanh mới phải xây dựng tư duy kết hợp cân bằng động cơ lợi nhuận thông thường và khía cạnh đạo đức mới. Để đạt được mục đích này, chúng tôi đã cố gắng truyền cảm hứng từ mô hình định hướng dựa trên quan điểm được rút ra từ đạo đức Phật giáo thông thường được áp dụng. Đây là một mô hình đức hạnh của đạo đức Phật giáo nhằm mục đích xây dựng tính cách tổng thể của một cá nhân. Nó dựa trên bốn khuynh hướng tinh thần, cảm xúc hoặc thái độ ổn định. Chúng tôi chọn một mô hình dựa trên Tứ vô lượng Brahma Viharas và lập luận rằng một nhà lãnh đạo doanh nghiệp có thể thay đổi thái độ và trạng thái tâm trí phù hợp với bốn khuynh hướng tính cách ổn định này sẽ được cảm hóa, đáp ứng các mối quan ngại xã hội.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ayer, AJ (1958). *Language, Truth and Logic*, London: University College London Press
- Dhammapada (1950). Sections Yamakavaggo and Dandavaggo. Radhakrishnan, Oxford University Press Madras pp.143,144, and 145.
- Friedman, Milton (1970). *New York Times* 32(13). pp. 122–126.
- Goleman, Daniel (1996). *Emotional Intelligence*. Bloomsbury Publishing Plc. London.
- Heidegger, Martin (1971). “*The Thing*,” in *Poetry, Language, Thought*. New York: Harper & Row. pp197.
- Kant, Immanuel (1998). *Critique of Pure Reason*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Keown, Damien (1992). *The Nature of Buddhist Ethics*. Palgrave Macmillan. ISBN 978-1-349-22092-2
- Lele, Amod (2007). Boston University. From his unpublished PhD thesis. *Ethical Revolution in the Thoughts of Santideva*. Harvard University.
- MacIntyre, Alasdair (1984). *After Virtue: A Study in Moral Theory*. University of Notre Dame Press. 2nd Ed.
- Marx, Karl (1848). *Communist Manifesto*. Robert Tucker (ed.). The Marx-Engels Reader. New York: Norton.
- Mill, John Stuart (1863). *Utilitarianism*.
- Moore, Michael (2007). Sicko.Movie. michaelmoore.com/movies/sicko.
- Payutto, Bhikku (1994). Thai scholar monk. Bhikku Payutto was awarded the 1994 UNESCO Prize for Peace Education.
- Rosalind, Hursthouse (1997). *On Virtue Ethics*. Oxford: Oxford University Press.
- Santideva (c. 700AD) *Bodhicaryavatara*.
- Singer, Peter (2017). *Utilitarianism: A Very Short Introduction*. With Katarzyna de Lazari-Radek)
- Suba Sutta*. Diga Nikaya.
- Visuddhimagga* (5th century CE) Scholar and commentator, Buddhaghosa.