Phát huy các giá trị truyền thống để xây dựng văn hóa doanh nhân ở Việt Nam hiện nay

ThS NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO
Trường Cao đẳng sư phạm Đà Lạt; Email: phuongthao@cdspdalat.edu.vn

Tóm tắt: *Đảng, Nhà nước ta rất chú trọng vấn đề xây dựng văn hóa doanh nhân Việt Nam, nhất là trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Văn hóa doanh nhân Việt Nam cần phải phát huy được các giá trị truyền thống của dân tộc, kế thừa tinh hoa của thế giới. Để phát huy các giá trị truyền thống trong xây dựng văn hóa doanh nhân Việt Nam cần thực hiện tốt các nhóm giải pháp: Nhóm giải pháp về quản lý Nhà nước, hỗ trợ các doanh nghiệp, gắn với chính sách đẩy mạnh xây dựng văn hóa doanh nghiệp - doanh nhân; Nhóm giải pháp tác động tới con người - chủ thể của các giá trị văn hóa truyền thống trong các doanh nghiệp.*
Từ khóa: *doanh nghiệp; doanh nhân; giá trị truyền thống; thị trường, văn hóa.*

Doanh nhân là tầng lớp ra đời, phát triển cùng với thị trường và đã có lịch sử phát triển lâu dài. Càng ngày, khi xã hội văn minh, đòi hỏi mọi hoạt động xã hội nói chung phải mang tính tiến bộ hơn, hàm chứa nhiều giá trị văn hóa hơn. Tầng lớp doanh nhân được mở rộng bao hàm cả sản xuất lẫn kinh doanh và họ phải tạo ra những giá trị tích cực được xã hội chấp nhận. Cùng với sự phát triển của xã hội, sự nâng cao dân trí và yêu cầu hội nhập quốc tế, yếu tố văn hóa ngày càng đóng vai trò quan trọng trong các hoạt động sản xuất kinh doanh, văn hóa doanh nhân đã được hình thành và phát triển ngày càng rõ nét. Ở Việt Nam, từ khi mới thành lập nước, Đảng ta và Chủ tịch Hồ Chí Minh đã rất coi trọng vai trò của đội ngũ doanh nhân, và nhiều người trong họ đã tham gia, đóng góp rất lớn cho sự nghiệp cách mạng. Chuyển sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa (XHCN), Đảng và Nhà nước luôn đề cao đội ngũ doanh nhân, chú trọng xây dựng văn hóa doanh nhân mang đậm bản sắc dân tộc.

1. Cơ sở lý luận về phát huy các giá trị truyền thống để xây dựng văn hóa doanh nhân Việt Nam hiện nay

1.1. Bác Hồ và Đảng ta bàn về xây dựng văn hóa doanh nhân

Bác Hồ bàn về quan hệ giữa văn hóa với kinh tế. Trong nhiều tác phẩm, Bác đã chỉ rõ văn hóa không thể đứng ngoài, mà phải ở trong kinh tế và chính trị; phát biểu tại Hội nghị văn hóa toàn quốc lần thứ nhất, tháng 11 năm 1946, Bác còn khẳng định "văn hóa phải soi đường cho quốc dân đi". Theo Bác, văn hóa bao hàm cả các yếu tố vật chất và tinh thần, văn hóa thấm vào toàn bộ hoạt động sống mang tính cộng đồng của con người, có vai trò hết sức to lớn trong mọi hoạt động của xã hội, nhất là hoạt động kinh tế. Chủ tịch Hồ Chí Minh cũng rất quan tâm tới vai trò và văn hóa của giới doanh nhân. Ngày 13.10.1945, Bác đã viết thư gửi cho giới Công thương Việt Nam. Người viết: "Hiện nay Công thương cứu quốc đoàn đương hoạt động để làm được nhiều việc ích lợi quốc dân. Tôi rất hoan nghênh và mong đợi nhiều kết quả tốt. Trong lúc các giới khác trong quốc dân ra sức hoạt động để giành lấy nền hoàn toàn độc lập của nước nhà thì giới Công thương phải hoạt động để xây dựng một nền kinh tế và tài chính vững vàng và thịnh vượng"[1].

Quan điểm của Đảng ta về xây dựng văn hóa doanh nhân. Nghị quyết Trung ương 9 khóa XI đánh dấu sự phát triển mạnh mẽ lý luận về văn hóa của Đảng, trong đó chú trọng quan hệ giữa văn hóa với kinh tế: "Thường xuyên quan tâm xây dựng văn hóa trong kinh tế... Xây dựng văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân với ý thức tôn trọng pháp luật, giữ chữ tín, cạnh tranh lành mạnh, vì sự phát triển bền vững và bảo vệ Tổ quốc"[2]. Nghị quyết Đại hội XII của Đảng làm rõ thêm: "Xây dựng văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân với ý thức tôn trọng, chấp hành pháp luật, giữ chữ tín, cạnh tranh lành mạnh vì sự phát triển bền vững của đất nước, góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc"[3].

1.2. Về phát huy các giá trị văn hóa truyền thống trong xây dựng văn hóa doanh nhân ở nước ta giai đoạn hiện nay

Đảng ta đã khẳng định, trong bối cảnh đổi mới, hội nhập quốc tế toàn diện, việc xây dựng văn hóa doanh nhân Việt Nam "tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc" là đòi hỏi cần thiết và cấp bách. Ngày 9.12.2011, Bộ Chính trị đã ra Nghị quyết số 09-NQ/TW, Nghị quyết đã xác định: "Xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh, có tinh thần dân tộc, giác ngộ chính trị, văn hóa kinh doanh, có trách nhiệm xã hội cao, có đủ năng lực, trình độ để lãnh đạo, quản lý các doanh nghiệp hoạt động có chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh cao"[4]. Đến Đại hội lần thứ XIII, Đảng ta đã nhấn mạnh sự cần thiết của nhiệm vụ "xây dựng văn hóa doanh nghiệp, doanh nhân và kinh doanh". Quan điểm về xây dựng văn hóa kinh doanh tại Nghị quyết Đại hội XIII của Đảng tiếp tục là đường lối chiến lược để văn hóa doanh nhân Việt Nam trở thành nội lực quan trọng cho kinh tế nước nhà phát triển.

2. Văn hóa doanh nhân ở Việt nam hiện nay

2.1. Khái quát sự phát triển giới doanh nhân Việt Nam

Tính đến hết năm 2020, nước ta có khoảng 810.000 doanh nghiệp đang hoạt động. Tốc độ tăng trưởng các doanh nghiệp vừa và lớn từ 2015-2020 đạt khoảng 4-5%, các doanh nghiệp này đang tạo nhiều việc làm và đóng góp lớn cho ngân sách, chúng ta hướng tới mục tiêu 1,3 - 1,5 triệu doanh nghiệp vào năm 2025 và 2 triệu doanh nghiệp vào năm 2030.

Theo tạp chí Forbes (Hoa Kỳ), đến 01.3.2022, tổng tài sản của 6 tỷ phú USD hàng đầu Việt Nam khoảng 18,3 tỷ USD. Hiện nay, cộng đồng doanh nhân Việt Nam đã tích cực chuyển dịch cơ cấu kinh doanh, đầu tư mạnh vào các lĩnh vực sản xuất công nghệ cao, giáo dục và đào tạo, đã có những đóng góp rất lớn cho kinh tế - xã hội và truyền cảm hứng cho phong trào khởi nghiệp. Đặc biệt trong chiến dịch phòng, chống đại dịch covid-19 họ đã chung tay góp sức người, sức của, với hàng ngàn tỷ đồng cùng Đảng, Nhà nước chống dịch hiệu quả, chăm lo cho đời sống người bệnh. Nổi bật là ông Lê Văn Kiểm, công ty Golf Long Thành, đã góp vào quỹ phòng chống covid (quỹ) tổng cộng 537 tỷ. Doanh nhân Phạm Nhật Vượng đã lập ra giải thưởng Vin Future. Việc trao giải lần thứ nhất vào ngày 20.1.2022, với tổng trị giá 4,5 triệu USD, gần gấp 3 lần giải Nô-ben, đã làm cho cả thế giới ngưỡng mộ tinh thần dân tộc Việt Nam.

Tuy nhiên, hiện cũng còn nhiều doanh nhân Việt chưa làm ăn chân chính, thậm chí còn buôn gian bán lận, giả dối, cơ hội, trục lợi cả trên nỗi đau của đồng bào mình. Các vụ án nổi cộm gần nhất, như: vụ 192 triệu lít xăng giả của Trịnh Sướng; vụ gian lận kit test, vật tư xét nghiệm covid của Phan Quốc Việt - công ty Việt Á, với doanh số lên tới gần 4000 tỷ đồng; hay các vụ nâng khống, lũng đoạn giá bất động sản, trái phiếu để trục lợi hàng nghìn tỷ đồng, gây nhiễu loạn, phá giá thị trường của các "đại gia" Trịnh Văn Quyết, Đỗ Anh Dũng và rất nhiều vụ gian lận khác,… Họ là những gian thương bất lương, vì lợi ích cá nhân mà bất chấp thủ đoạn, chà đạp lên các giá trị tốt đẹp.

2.2. Những đặc trưng cơ bản của văn hóa doanh nhân ở Việt Nam hiện nay

Một là, có khát vọng làm giàu và đạo đức trong kinh doanh. Khát vọng vươn lên làm giàu cho bản thân bao gồm những yếu tố thể chất, nhân cách riêng có, phù hợp với hoạt động sản xuất kinh doanh như: Không cam chịu đói nghèo, khát khao làm giàu, có đam mê kinh doanh, có sức bền, có đầu óc tính toán, dám phiêu lưu, mạo hiểm, chấp nhận rủi ro. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay, các doanh nhân Việt Nam phải có ý chí vươn lên, dám đương đầu với mọi thử thách, từng bước khẳng định vị thế của thương hiệu, hàng hóa Việt Nam.

Đạo đức là yếu tố quan trọng hàng đầu trong văn hóa doanh nhân. Khát vọng làm giàu phải gắn chặt với đạo đức kinh doanh. Bởi lẽ, nếu không có nền tảng đạo đức tốt, khát vọng làm giàu dễ dàng biến thành những dã tâm thấp hèn, nhằm chiếm đoạt bằng mọi giá những thứ mình muốn. Ngoài đạo đức công dân, doanh nhân cần phải thực hiện tốt những yêu cầu đạo đức gắn với nghề nghiệp kinh doanh. Làm giàu cho mình phải gắn kết với người lao động, đất nước và xã hội. Cạnh tranh lành mạnh, tránh dùng thủ đoạn, không làm hại đến sức khỏe, lợi ích của đối thủ, của người tiêu dùng. Kiên quyết đấu tranh chống các biểu hiện buôn lậu, trốn thuế, làm hàng giả, thực phẩm bẩn...

Hai là, có kiến thức và năng lực kinh doanh. Kiến thức kinh doanh: Trước hết thể hiện ở những hiểu biết sâu, rộng về ngành nghề kinh doanh, biết hoạch định chiến lược, kiến thức về tổ chức, điều hành doanh

nghiệp của mình; các kiến thức về thị trường, về hạch toán kinh tế, về tâm lý người lao động và khách hàng; kiến thức về truyền thông, giao tiếp với các đối tác. Để đạt được những điều đó, bằng cấp và trình độ chuyên môn chỉ là nền tảng ban đầu. Doanh nhân phải không ngừng học hỏi, cọ xát trong thực tiễn, chủ động bổ sung, không ngừng phấn đấu tự hoàn thiện kiến thức cho mình.

Năng lực kinh doanh: Biết hoạch định chiến lược phát triển, các giá trị cốt lõi và các kế hoạch cụ thể để thực thi chiến lược; có kỹ năng quản trị và điều hành sản xuất kinh doanh. Phải không ngừng trau dồi kỹ năng quản trị để giúp doanh nghiệp đứng vững trong cơ chế kinh tế thị trường hiện đại, tăng cường vị thế và cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài. Phải có khả năng tìm hiểu thị trường quốc tế, nắm vững các kiến thức về luật pháp trong nước và quốc tế. CMCN 4.0 đòi hỏi đội ngũ doanh nhân Việt Nam phải không ngừng đổi mới, chủ động chuyển đổi số trong nội bộ doanh nghiệp.

Ba là, có cốt cách doanh nhân và tác phong kinh doanh hiện đại. Cốt cách doanh nhân là tổng hợp những năng lực, phẩm chất riêng có của cá nhân, được thể hiện trong nhận thức, hành vi ứng xử, lối sống, luôn có cá tính, có khí phách, quyết đoán trong điều hành sản xuất kinh doanh. Được bộc lộ không chỉ trong quá trình lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp, trong thái độ ứng xử với nhân viên, đối tác, khách hàng, mà cả trong cuộc sống thường ngày, trong gia đình và xã hội. Kinh doanh đòi hỏi có nghệ thuật lãnh đạo. Nghệ thuật lãnh đạo sẽ giúp doanh nhân tạo dựng được hình ảnh, ấn tượng tốt đẹp, tạo ra niềm tin, uy tín, sức ảnh hưởng trong công việc và xã hội.

Tác phong kinh doanh hiện đại: Biểu hiện ở sự nhanh, nhạy trong nắm bắt cơ hội và thị trường; quyết đoán trong việc ra mệnh lệnh; lịch lãm, linh hoạt, khéo léo trong giao tiếp; có ý chí kiên cường, tinh thần bền bỉ, sự tập trung cao độ và có sức chịu đựng tốt trước các áp lực kinh doanh. Dám đương đầu với những khó khăn, rủi ro, thậm chí là thất bại. Những doanh nhân thành đạt thường là những người biết đứng dậy từ thất bại, nhiều khi phải biết cách làm lại từ đầu để hướng tới những thành công mới.

Bốn là, có tinh thần dân tộc và ý thức phục vụ cộng đồng. Có tinh thần dân tộc: Doanh nhân nào cũng mang dòng máu của dân tộc mình, dù ở đâu họ cũng không thể quên và luôn hướng về nguồn cội. Trong thời đại toàn cầu hóa hiện nay, để hội nhập quốc tế thành công, doanh nhân, trong khi tiếp thu các giá trị văn minh, tiến bộ của nhân loại, rất cần phải biết đề cao và kế thừa các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc mình, thì mới không đánh mất bản sắc. Khi thành đạt, luôn đề cao và coi việc phụng sự dân tộc, Tổ quốc như một nghĩa vụ hàng đầu; tìm cách để đề cao và lan tỏa rộng rãi các giá trị truyền thống của dân tộc Việt Nam ra khắp thế giới.

Ý thức phục vụ cộng đồng: Các biểu hiện chủ yếu là: chấp hành nghiêm việc đóng thuế đúng và đủ cho Nhà nước; có trách nhiệm với xã hội, tham gia tích cực vào các hoạt động từ thiện, nhân đạo, phát triển cộng đồng; bảo vệ, tôn tạo môi trường sinh thái… Phải đặc biệt tuân thủ luật pháp quốc tế, coi trọng chữ tín trong kinh doanh, góp phần gìn giữ sự ổn định, hòa bình và thịnh vượng nói chung. Càng hội nhập quốc tế, yêu cầu về trách nhiệm xã hội, tinh thần dân tộc, giữ gìn hình ảnh doanh nghiệp càng bức thiết hơn.

2.3. Những giá trị truyền thống cần phát huy để xây dựng văn hóa doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam

Thứ nhất, sự cần cù, chịu khó, tiết kiệm, kiên trì, nhẫn nại trong học hỏi, lao động sản xuất và trong kinh doanh buôn bán. Có những lời dạy như: " *có làm thì mới có ăn", "năng nhặt, chặt bị", "buôn tàu bán bè không bằng ăn dè hà tiện"*.

Thứ hai, tính sáng tạo, ham học hỏi, năng động, nhạy bén với cái mới, với những lời dạy như: *"học thầy không tày học bạn", "học ăn, học nói, học gói, học mở", "đi một ngày đàng học một sàng khôn"*.

Thứ ba, có tinh thần đoàn kết, đùm bọc, yêu thương đồng bào, thương người như thể thương thân, với những lời dạy như: *"bầu ơi thương lấy bí cùng, tuy rằng khác giống nhưng chung một giàn", "Đoàn kết, đoàn kết, đại đoàn kết; Thành công, thành công, đại thành công"* (Chủ tịch Hồ Chí Minh).

Thứ tư, có tinh thần phường hội, tính nghĩa hiệp, trượng phu, sẵn sàng xẻ chia với người khác khi gặp khó khăn hoạn nạn, với những lời dạy như: *"buôn có bạn, bán có phường", " một con ngựa đau, cả tàu bỏ cỏ", "một miếng khi đói bằng một gói khi no"*.

Thứ năm, có tính hướng thiện, ghét cái giả dối, cái xấu xa, sẵn sàng tuyên chiến với cái ác; trân trọng giá trị, ít thích phô trương, hình thức. Có câu: " *Làm tốt*

một việc thiện cho đời còn có ích hơn xây mười tòa tháp thờ Phật".

3. Giải pháp phát huy giá trị truyền thống để xây dựng văn hóa doanh nhân ở Việt Nam

3.1. Nhóm giải pháp về quản lý Nhà nước

Tiếp tục hoàn thiện về đường lối, chính sách phát triển kinh tế đất nước. Với các doanh nghiệp, cần tăng cường sự hỗ trợ về thủ tục hành chính, tiền vốn và các điều kiện hạ tầng kỹ thuật để thúc đẩy đầu tư trong nước; hỗ trợ các doanh nghiệp, doanh nhân đẩy mạnh sản xuất kinh doanh, vươn tầm hoạt động ra các nước trên thế giới.

Xây dựng và phát huy vai trò đội ngũ doanh nhân phải gắn liền với hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN; bảo đảm quyền sở hữu và tự do kinh doanh của doanh nhân theo pháp luật, khuyến khích doanh nhân làm giàu cho mình và cho đất nước. Tăng cường vai trò, hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam. Đẩy mạnh sự liên kết, hợp tác, đoàn kết cùng có lợi giữa doanh nhân với công nhân, nông dân và đội ngũ trí thức dưới sự lãnh đạo của Đảng.

Hàng năm, tổ chức kỷ niệm ngày doanh nhân Việt Nam, với các yêu cầu: Giáo dục truyền thống yêu nước, tự lực tự cường, chủ động sáng tạo, nâng cao kỷ luật, đạo đức, văn hóa kinh doanh của các doanh nghiệp, doanh nhân; Khen thưởng bằng các danh hiệu thích hợp đối với các doanh nghiệp, doanh nhân kinh doanh giỏi, thực hiện tốt chủ trương, đường lối, chính sách, pháp luật; tôn vinh xứng đáng các tổ chức, cá nhân có thành tích, có nhiều đóng góp cho sự nghiệp xây dựng, bảo vệ Tổ quốc, hỗ trợ phát triển cộng đồng.

Thường xuyên quan tâm, khuyến khích, tôn vinh doanh nhân thông qua việc triển khai nhiều giải thưởng như: Tổ chức Lễ trao tặng danh hiệu "Nữ doanh nhân Việt Nam tiêu biểu", "Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu"; giải thưởng Sao Đỏ "Doanh nhân trẻ Việt Nam tiêu biểu",… Cần xây dựng môi trường xã hội, môi trường pháp lý thuận lợi để tạo điều kiện cho doanh nhân Việt Nam ngày càng phát huy sở trường và tiềm năng của mình, vươn ra thế giới.

Đổi mới nội dung chương trình, phương pháp đào tạo về kinh tế, quản trị kinh doanh ở các trường học, chương trình đào tạo về khởi nghiệp; tăng cường tự đào tạo, tự rèn luyện bản lĩnh, ý chí thông qua các tình huống thực tế. Tăng lên ở mức phù hợp thời lượng đào tạo về đạo đức kinh doanh, văn hóa doanh nhân Việt Nam thời hội nhập.

3.2. Nhóm giải pháp tác động tới chủ doanh nghiệp

Các doanh nhân cần chủ động tự đào tạo và bồi dưỡng để nâng cao trình độ mọi mặt, từng bước tiếp cận chuẩn mực, pháp luật quốc tế, tự trang bị, cập nhật cho mình những kiến thức cần thiết về kinh doanh, thương mại điện tử, về pháp luật và trách nhiệm xã hội.

Các doanh nhân chủ động tham gia vào các tổ chức hiệp hội ngành nghề, các tổ chức xã hội chính trị trong doanh nghiệp; tích cực đẩy mạnh hoạt động của "Hội đồng Doanh nhân và gia đình Việt Nam" để vừa quảng bá cho doanh nghiệp - gia đình của mình, đồng thời lan tỏa các giá trị tích cực trong cộng đồng các doanh nghiệp.

Các doanh nhân chủ động cụ thể hóa các nội hàm về văn hóa doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam vào từng lĩnh vực kinh doanh, từng doanh nghiệp của mình, khi gia nhập đội ngũ doanh nhân mới. Thường xuyên trau dồi, rèn luyện các kỹ năng thực hành đạo đức, ý thức trách nhiệm, sự trung thực, tinh thần hợp tác; đặc biệt là cần có hiểu biết sâu sắc, vận dụng tốt các giá trị truyền thống của dân tộc Việt Nam vào mọi mặt đời sống. Doanh nhân cần tham gia, đóng góp tích cực vào các hoạt động xã hội, sinh hoạt cộng đồng, hoạt động thiện nguyện; nêu gương trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp, gia đình lành mạnh tiến bộ, đậm bản sắc dân tộc Việt Nam./.

(1) Hồ Chí Minh (2011), *Toàn tập*, Nxb CTQG, H., t4, tr.53.

(2) Đảng Cộng sản Việt Nam (2014), *Văn kiện Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương khóa XI, Văn phòng Trung ương Đảng,* H., tr.53.

(3) Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII,* Nxb. CTQG, H., tr.128.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghị quyết 09-NQ/TW, ngày 9.12.2011 của BCT về *"Xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế"*.

2. Phạm Hồng Điệp, *Văn hóa là nền tảng tinh thần xây dựng doanh nghiệp bền vững*, https://baotintuc.vn, ngày 06.12.2021.

3. GS, TS Từ Thị Loan, *Văn hóa doanh nhân trong bối cảnh hội nhập quốc tế,* https://baoquocte.vn, ngày 12.10.2021.

4. TS Nguyễn Quang Tạo, *Xây dựng văn hóa kinh doanh theo quan điểm Đại hội XIII,* https://tuyengiao.vn, ngày 23.4.2021.