

Văn hóa Doanh nhân

& Xây dựng đội ngũ Doanh nhân Văn hóa

KS. TRẦN ĐỖ LIÊM

Phó Chủ tịch HHDN tỉnh Tiền Giang

Sau gần 30 năm đổi mới, Việt Nam đã có trên 400.000 doanh nghiệp. Các doanh nghiệp này đã có mặt ở tất cả các ngành nghề khác nhau trong nền kinh tế của một quốc gia cần phải có; từ công nghiệp đến nông nghiệp, từ tài chính đến ngân hàng, từ dịch vụ đến khai khoáng, từ sản xuất đến xuất nhập khẩu, từ môi trường đến chế biến... Có nghĩa là ngoại trừ những ngành sản xuất công nghệ đặc biệt cao, trình độ Việt Nam chưa thể đạt được thì tất cả các ngành nghề SXKD chúng ta đều đã có các doanh nghiệp hoạt động. Các doanh nghiệp này hiện nay đang đảm nhận trên 65% các hoạt động kinh tế của đất nước, cũng bằng chừng ấy tỷ lệ sự đóng góp vào ngân sách nhà nước, nắm trong tay hàng chục triệu công nhân lao động làm việc ngày đêm.

Trong ngắn hạn các doanh nghiệp này đã đang đảm đương, trọng trách “dẫn dắt” nền kinh tế nước nhà. Nhìn tới tương lai, vai trò này còn được cộng thêm hai chữ “tự chủ” nữa, như vậy là vị trí của họ sẽ vô cùng lớn và cực kỳ quan trọng. Lớn ở chỗ một nền kinh tế đất nước thời bình, hiện đại thì doanh nghiệp là nguyên nhân của mọi nguyên nhân làm cho “dân giàu nước mạnh”. Quan trọng là ở chỗ nó còn đóng vai trò đại sứ của đất nước với phần còn lại của thế giới thông qua đầu tư thương mại... Chúng ta không còn ngạc nhiên ngày nay mỗi chuyến đi của các nguyên thủ quốc gia này đến thăm quốc gia khác thì bao giờ cũng kèm theo một đội ngũ doanh nhân đồng hành, nước càng lớn, càng giàu thì đội ngũ doanh nhân càng to, càng nhiều.

Thời bao cấp doanh nghiệp có trước, doanh nhân có sau (nhà nước quyết định thành lập

doanh nghiệp rồi tuyển người vào vị trí đứng đầu). **Thời kinh tế thị trường**, những người có vốn, có khả năng kinh doanh tự đứng ra tổ chức doanh nghiệp và trực tiếp chỉ đạo nó, **như vậy doanh nhân có trước doanh nghiệp có sau**; đến khi doanh nghiệp quá lớn mới chia nhỏ, thuê thêm người quản lý. Cùng với lịch sử vài ba chục năm như vậy, đội ngũ doanh nhân Việt Nam hiện nay phần lớn có thể chưa đầy đủ là một người lãnh đạo, quản lý hoàn hảo theo chuẩn quốc tế.

Theo thông lệ người đứng đầu các doanh nghiệp (Chủ tịch HĐQT, tổng giám đốc, giám đốc) được gọi là doanh nhân. Nếu thế thì đội ngũ doanh nhân Việt Nam đã có con số trên dưới một triệu người.

Gần một triệu người “người lính xung kích thời bình” này có đủ các lứa tuổi, trình độ, nguồn gốc xuất thân khác nhau, có sự thành đạt khác nhau; từ quy mô nguồn vốn, doanh thu, đến trình độ học vấn; chuyên ngành kinh doanh cũng rất đa dạng và cũng không thiếu sự chênh lệch về khoảng cách xa, gần nhau. Họ cũng có “phức đức” khác nhau nên sự thành đạt cũng khác nhau về tài chính, đến sự nổi tiếng, từ sự yêu quý của công chúng đến việc “ném đá” của xã hội.

Đã gần 30 năm phát triển kinh tế thị trường và cũng bằng ấy năm tuổi cho đội ngũ doanh nhân Việt Nam hiện đại và như vậy không ít người trong số họ nay đã tới tuổi “đáo cung đình”; nhưng do sự phát triển doanh nghiệp là liên tục lại trong thời kỳ “trăm hoa đua nở” cho nên hàng năm luôn có trên dưới nửa trăm ngàn doanh nghiệp ra đời, do vậy ít nhất cũng bằng số đó doanh nhân mới gia nhập đội ngũ Doanh nhân Việt Nam.

Là một doanh nhân vừa làm vừa học (vì phải tham gia kháng

chiến), xuất phát điểm của tôi là bằng trung học chuyên nghiệp, rồi cùng với thời gian kinh doanh tôi lần lượt lấy bằng kỹ sư kinh tế vận tải biển, giám đốc doanh nghiệp (CEO), các chứng chỉ sau đại học như: Marketing, luật kinh tế, ngân hàng tài chính, kinh tế học, quản trị nhân sự, kinh tế vĩ mô, thị trường và sản phẩm... mà nhiều lúc vẫn thấy thiếu kiến thức. Như vậy, là phải luôn luôn cập nhật, luôn luôn bổ sung kiến thức, khi mà hàng ngày, hàng giờ cách mạng công nghệ, nghệ thuật quản lý luôn diễn ra làm cho không gian nhỏ lại, khoảng cách ngắn đi, thế giới phẳng hơn... thời gian như được ép chặt diễn biến nhanh hơn... sẽ lạc hậu ngay nếu bạn không cập nhật kiến thức từng giờ, từng ngày trong quá trình tổ chức SXKD.

Tóm lại một doanh nhân dù đã thành đạt (theo tự đánh giá của bạn hay xã hội ghi nhận tôn vinh) hay chưa, nhưng nếu bạn muốn tiếp tục con đường của mình thì bạn phải luôn luôn hoàn thiện mình bằng kiến thức hiện đại, bằng tâm đức đã hình thành từ ngàn đời nay của dân tộc Việt Nam.

Bạn sẽ trở thành thợ phú nếu bạn chỉ có tiền, bạn sẽ trở thành nhà sư nếu bạn chỉ có tâm, bạn chỉ là một người kinh doanh bình thường do gặp may khi bạn có nhiều tiền, đi xe đời mới, mặc vét- ston đúng mốt, chơi đúng điệu cùng với tâm hồn trống rỗng, nghèo nàn về văn hóa, nhỏ bé về tâm đức của người Việt Nam

Để có một doanh nhân thành đạt đúng nghĩa khi mà doanh nghiệp do người đó đứng đầu là một tập thể đoàn kết, đồng lòng, cùng nhau phát huy mọi tiềm năng của cá nhân cùng nhau xây dựng doanh nghiệp vượt qua mọi thử thách, liên tục phát triển, khi mà

“ông chủ nhất hô” thì “tất cả nhân viên công ty của ông vạn ứng” và suy tôn bạn là thủ lĩnh của họ (người ta gọi đó là giá trị tập thể thành viên).

Khi mà các cơ quan Nhà nước, các tổ chức chính trị xã hội luôn tìm đến để tôn vinh bạn, doanh nghiệp của bạn, đó là giá trị chính trị của doanh nghiệp, khi mà xã hội ca ngợi bạn là một nhà tử tâm, tử thiện, nhà tài trợ... đó là giá trị cộng đồng của bạn và doanh nghiệp do bạn đứng đầu.

Khi mà trên các diễn đàn từ sinh viên đến doanh nhân, từ tổ chức văn hóa đến các tổ chức xã hội, đều tự ý muốn mời bạn đến giao lưu chia sẻ kinh nghiệm sống, kinh nghiệm làm việc với họ đó là giá trị lan tỏa của doanh nhân.

Khi mà các nhà trường nơi bạn từng theo học đều mong muốn bạn trở lại một lần đó chính là giá trị đào tạo thế hệ tiếp nối của Doanh nhân.

Tất cả các giá trị đó đối với doanh nghiệp chính là giá trị vô hình của sản phẩm, giá trị này không hề nhỏ. Có nhiều doanh nghiệp trên thế giới giá trị vô hình lớn không kém giá trị vật chất thực có của doanh nghiệp.

Còn đối với người chủ doanh nghiệp đó thì đây chính là giá trị phẩm chất văn hóa của doanh nhân, một thứ giá trị cho đến nay chưa được định nghĩa đầy đủ trọn vẹn. Có khi chỉ cần năm, mười năm ta đã có thể xây dựng được một doanh nghiệp lớn có tác phong làm việc chuyên nghiệp; nhưng để xây dựng văn hóa một doanh nghiệp hay một doanh nghiệp văn hóa thường cần một thời gian dài hơn, vì công việc khó khăn hơn, nhiều đòi hỏi phức tạp, tổng hợp hơn.

Văn hóa là nền tảng của xã hội, văn hóa góp phần quan trọng trong mọi vấn đề kinh tế, chính trị, xã hội, nó chính là động lực cho sự phát triển bền vững, nó quyết định việc xây dựng phát triển, định vị cho một đất nước trên bản đồ thế giới.

Quá trình xây dựng, hình thành nền tảng văn hóa doanh nghiệp văn hóa doanh nhân theo một tiêu chí có tính phổ cập, tính thực tiễn và khả thi cho các doanh nghiệp, doanh nhân hiện nay là một vấn

đề lớn và chưa có tiền lệ.

Trong khi hiện nay, đội ngũ doanh nhân Việt Nam nói chung đã có bao nhiêu phẩm chất văn hóa trong người? còn thiếu những phẩm chất gì, phải được bồi bổ như thế nào, cần giúp đỡ ra sao...?

Trong cuộc sống, văn hóa luôn là nền tảng cho mọi động lực phát triển, doanh nghiệp xuất phát điểm dù ở quy mô nào thì cũng do con người tạo ra, con người quản lý, con người tổ chức thực hiện. Như vậy, rõ ràng cùng với sự ra đời để hoạt động SXKD thì doanh nghiệp, doanh nhân đó cũng có điểm xuất phát nhất định về văn hóa. Vì vậy, trong thực tế việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân cũng có nhiều vị trí xuất phát khác nhau cho nên các yêu cầu của tiêu chí đặt ra để thực hiện cũng sẽ khác nhau.

Song dù xuất phát từ mức độ nào thì việc đầu tiên phải là xây dựng nền nếp văn hóa của con người trong doanh nghiệp trước và người đầu tiên không phải ai khác là người chủ doanh nghiệp, tức là doanh nhân người đứng đầu doanh nghiệp ấy. Trong một doanh nghiệp, mọi người có suy nghĩ, hành động văn hóa theo hướng nào thì doanh nghiệp đó cũng phát triển theo chiều hướng đó.

Đương nhiên doanh nghiệp có tuổi đời nhiều năm, quy mô vừa, hoặc lớn, hoạt động chuyên nghiệp thì họ cũng đã có một nền tảng văn hóa riêng, được xây dựng song hành cùng với quá trình “lớn lên” của doanh nghiệp, “trưởng thành” của doanh nhân.

Như vậy, xem ra vấn đề văn hóa doanh nghiệp, doanh nhân là vấn đề phức tạp!

Văn hóa là một phạm vi rộng, văn hóa doanh nhân chắc cũng không phải chỉ bó hẹp trong một vài tiêu chí như đã có một số người lầm tưởng. Đến nay, chưa có tổ chức cá nhân nào đưa ra một bộ tiêu chí cụ thể đầy đủ cho văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân. Vì vậy, tôi cho rằng hãy bắt đầu từ những doanh nhân, doanh nghiệp được tổ chức xã hội, Nhà nước, cá nhân, đồng nghiệp nể trọng, tôn vinh đã có “thời gian sống” khá dài và từ một số phạm trù phổ biến nhất của tiêu chí của các giải thưởng doanh nghiệp,

doanh nhân tiêu biểu...

Đối với doanh nghiệp tiêu chí cộng đồng cán bộ nhân viên góp sức, góp sáng kiến để xây dựng doanh nghiệp phát triển bền vững, đưa ra xã hội những sản phẩm dịch vụ chất lượng cao, đảm bảo tốt cho sức khỏe của người tiêu dùng, không làm ô nhiễm môi trường nên được đưa lên hàng đầu. Việc sử dụng lao động xã hội, chế độ phúc lợi đối với người lao động trong doanh nghiệp, thời gian nhất định của doanh nghiệp tham gia SXKD cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho xã hội, chấp hành luật pháp, đóng góp của doanh nghiệp vào các hoạt động cộng đồng xã hội như từ thiện, tài trợ các tổ chức cá nhân làm công việc phi lợi nhuận.

Trung tâm văn hóa doanh nhân của nhà văn Lê Lựu hoạt động đã hơn chục năm nay, cấp nhiều chứng nhận “doanh nhân, doanh nghiệp văn hóa” đã chủ động đưa ra một số tiêu chí cho việc xét tặng danh hiệu của mình. Ông đã tập trung vào việc đề cao đức tính quý báu của người Việt Nam là “Nhân - Tâm - Tài - Trí”. Tuy rằng, chưa có nhiều tổ chức, diễn đàn, hội thảo được tổ chức để các chuyên gia, các học giả tham gia “mổ sẻ một cách thấu đáo” những tiêu chí nói trên nhưng dư luận cũng không ai phản bác gì, lại được Chủ tịch nước khuyến khích do đó cũng có nhiều doanh nhân đăng ký và được xét tặng danh hiệu này.

Mặc dù vậy, không phải là tất cả mọi người đã đồng ý thống nhất và đề cao những doanh nhân được trao danh hiệu nói trên.

Với tôi thì có lẽ đây là khởi đầu của một sáng kiến tốt, một tầm nhìn xa khi mà đất nước ta đang ở những năm tháng khởi động cho một quá trình lâu dài hàng chục năm xây dựng đội ngũ doanh nhân chuyên nghiệp hiện đại, trên con đường phát triển kinh tế, chấn hưng đất nước Việt Nam.

Dù còn quá sớm để nêu ra những góc cạnh của một doanh nhân, doanh nghiệp văn hóa mà ta gọi là tiêu chí cụ thể; nhưng khái quát những vấn đề lớn mang tính chất chung thì một doanh nghiệp, doanh nhân văn hóa không thể không có các tố chất, việc làm cụ thể sau:

(Xem tiếp trang 106)

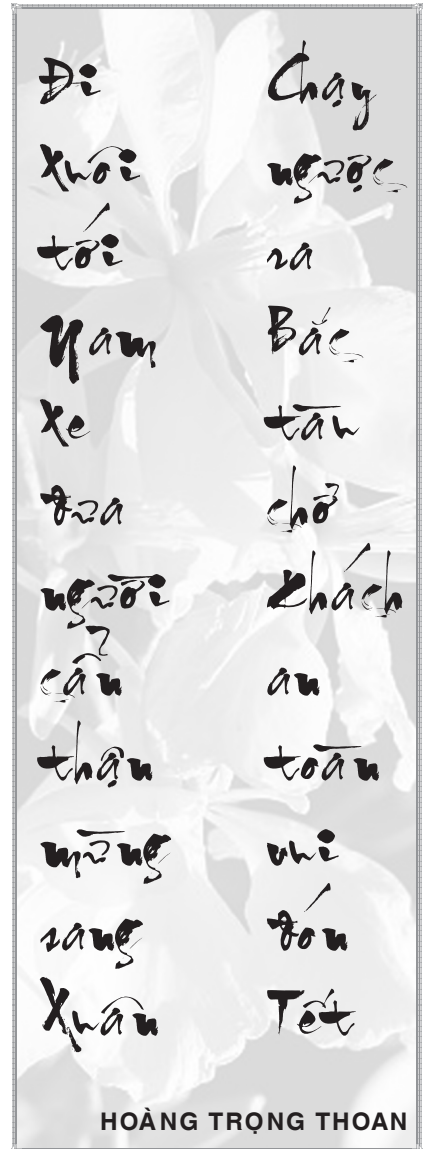
Thời gian ở Mat-scơ-va có vài lần Ông đi công tác ghé qua, lần nào cũng báo tin để tôi có dịp được gặp. Mỗi lần như vậy, tôi lại thường đến thăm Ông ở khu nhà ở các chuyên gia khối SEV (cũ), nơi gia đình anh Huấn và chị Tùng Anh (con gái đầu của Thứ trưởng Doãn) sinh sống trong thời gian làm việc tại đây. Tôi lại được thưởng thức những món ăn truyền thống Việt Nam do tay Ông nấu nướng cho. Có lần tiện đường thắp tùng Ông lên Đại sứ quán Việt Nam, tôi mời Ông ghé qua phố cổ Arbat ăn món **Sasluc** (thịt nướng) kiểu Nga truyền thống. Lúc trả tiền, Ông cười bảo: “Thế là ăn hết của chú gần hai cái bàn là rồi!”. Lúc ấy trong nước kinh tế khó khăn, ai ở bên này cũng lo tranh thủ đi mua nổi hầm, bàn là gửi về nước giúp gia đình nên mọi việc chi tiêu đều được tính đổi thành bàn là!

Khi về nước, tôi đến thăm Ông và lúc ấy mới được biết Ông đã chế độ để chuẩn bị nghỉ hưu từ cuối năm 1989. Ông kể chiếu theo thời gian ghi trên quyết định thì có thể là quyết định này được phát hành lúc Ông đang ngồi trên máy bay bay từ Mat-scơ-va về Hà Nội. Vụ Tổ chức cán bộ gợi ý Ông đi tham quan, nghỉ ngơi ở nước ngoài trước lúc nghỉ. Ông từ chối, chỉ đề xuất được gửi bức thư có tấm ảnh chân dung nhỏ đặt trên góc trái

đăng trên Tạp chí GTVT, nơi có thời Ông đã từng là Tổng biên tập để chia tay bạn bè, đồng nghiệp gần xa trong ngành.

Từ đó mỗi năm vài lần tôi vẫn đến thăm Anh chị đều đặn, tiếp tục được nghe những câu chuyện thâm trầm, sâu sắc mà nhẹ nhàng Anh truyền cho. Có lần người Việt mình ưa chơi chữ, treo chữ khắp nơi trong nhà, trong phòng làm việc. Tôi hỏi Anh về những chữ nghĩa này. Anh bảo: “Chữ “Nhấn” để tu dưỡng hàng ngày, để ứng xử từng việc nên treo ở cửa ra vào để nhớ mà làm theo. Chữ “Tâm” để tu dưỡng cả đời, nên treo trong phòng làm việc tĩnh lặng để không lúc nào quên. Còn chữ “Đức” trong Hán tự cấu thành bởi 5 bộ chữ: Bộ Nhân kép bên trái, bên phải từ trên xuống là Thập tứ nhất tâm. Mười bốn đời chỉ có một chữ Tâm truyền vào bộ Nhân kép mới ra được chữ Đức. Thảo nào các cụ dạy làm người phải biết tu Nhân, tích Đức. Tốt nhất là cứ treo những chữ ấy trong lòng”.

Giờ thì Anh đã thanh thản ra đi về cõi vĩnh hằng. Anh đã hoàn thành nghĩa vụ sống với đời, với người, sống yêu thương, chân thành, không oán hận, sống với nghề tận tụy đam mê. Anh ra đi để lại một chữ “Đức” rạng ngời cho các con, các cháu và anh em bạn bè gần xa □



HOÀNG TRỌNG THOAN

VĂN HÓA DOANH NHÂN...

(Tiếp theo trang 100)

Thứ nhất, đối với doanh nghiệp: Phải là một tập thể đoàn kết sáng tạo hiệp đồng trong sản xuất, vun bồi tình đoàn kết và chia sẻ hưởng thụ lợi ích do mình làm ra.

Một cộng đồng từ lãnh đạo đến công nhân, nhân viên với tác phong làm việc tự giác, vui vẻ hạnh phúc trong cuộc sống hàng ngày.

Một doanh nghiệp ở đó mọi người làm việc với thái độ tác phong chuyên nghiệp, tiên tiến nhằm luôn chiếm lĩnh đỉnh cao năng suất, chất lượng.

Đối với xã hội phải cung cấp cho người sử dụng những sản phẩm chất lượng và an toàn cho sức khỏe của họ với giá thành có thể chấp nhận được trong mặt bằng phát triển bình quân xã hội. Luôn nhận thức được khách hàng

không chỉ là đối tượng cung cấp sản phẩm mà còn là người nuôi dưỡng doanh nghiệp tồn tại, phát triển; nên phải giúp đỡ họ, những người, những thành phần kém may mắn về thể chất trí tuệ, cơ hội... đó là công tác từ thiện, bảo trợ... cho họ.

Thần thiện, tôn trọng và biết ơn thiên nhiên, môi trường đã giúp doanh nghiệp làm ra sản phẩm làm cho doanh nghiệp phát triển... để có thái độ đúng mức với thiên nhiên, môi trường mà doanh nghiệp đang sống và hoạt động, bù đắp những gì doanh nghiệp đã làm tổn hại thiên nhiên để thiên nhiên môi trường luôn cân bằng phục vụ hỗ trợ lâu dài cho doanh nghiệp.

Thứ hai, đối với Doanh nhân:

Có lẽ tóm tắt trong mấy chữ: đức, tài, danh dự, uy tín và lương tâm.

Doanh nhân là người sinh ra doanh nghiệp, nuôi dưỡng doanh nghiệp phát triển, nếu doanh nhân

không có văn hóa (theo nghĩa rộng nói trên) thì ai sẽ dẫn dắt việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp, để có một doanh nghiệp văn hóa?

Do đó việc bắt đầu cho một quá trình để có doanh nghiệp tốt đã cần phải có một con người doanh nhân văn hóa của doanh nghiệp ấy.

Tham vọng của người viết bài này là phân tích, gợi mở... và rất mong được các tổ chức, cá nhân tham gia đóng góp ý kiến, tổ chức hội thảo... để tìm ra những vấn đề tốt từ những tiêu chí căn bản, được sự đồng thuận cao của xã hội để làm cơ sở cho việc suy tôn những “người lính xung kích thời bình” thành những “doanh nhân văn hóa” đúng nghĩa được nể trọng không chỉ các thế hệ hiện tại, mà cả các thế hệ mai sau. Đó là những doanh nhân không chỉ giàu có về tài sản mà còn giàu có về văn hóa đạo đức, tiếng thơm... □