

GIÁ TRỊ CỦA TƯ TƯỞNG NHO GIÁO TRONG VIỆC XÂY DỰNG ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN VIỆT NAM THEO YÊU CẦU HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY

PHẠM DUY HẢI^()*

Ngày 31/10/2004, Nhà nước ta đã chính thức lấy ngày 31/10 hàng năm làm ngày doanh nhân Việt Nam. Mốc son lớn này chính là sự thừa nhận của Đảng, Nhà nước và của toàn xã hội đối với công lao và những đóng góp to lớn của đội ngũ doanh nhân Việt Nam cho sự nghiệp phát triển kinh tế đất nước. Đó là sự tôn vinh, nhưng đồng thời cũng là trọng trách mà đất nước đặt lên vai họ – “những chiến sĩ xung kích thời bình”. Vì vậy, trước bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu hiện nay, kỳ vọng của chúng ta đối với đội ngũ doanh nhân Việt Nam là rất lớn với mong muốn họ có đủ trí lực, đủ tài đức chấp cánh cho Việt Nam “hoá rồng”, “hoá hổ” trong tương lai không xa.

Tuy nhiên, trên thực tế hiện nay, đội ngũ doanh nhân Việt Nam còn thiếu bản sắc riêng, thiếu những đặc trưng riêng - những cái góp phần giúp họ thành công hơn trên thương trường quốc tế. Một bộ phận không nhỏ các doanh nhân của chúng ta đang có khuynh hướng chạy theo và dập khuôn một cách máy móc các giá trị phương Tây mà không nhận ra rằng họ đang vô tình đánh mất đi thế mạnh lớn của mình. Văn hoá phương

Đông nói chung và những giá trị văn hoá của dân tộc Việt Nam nói riêng mới chính là các nhân tố làm nên bản sắc đặc trưng cho chúng ta mà các doanh nhân Việt Nam nên kế thừa và phát huy. Văn hoá phương Đông, trong đó nổi bật hơn cả theo chúng tôi là Nho giáo, nếu được tiếp thu, cải tạo và vận dụng một cách phù hợp sẽ giúp các doanh nhân xây dựng được hình ảnh riêng vừa hiện đại, tiến bộ, vừa truyền thống, đặc sắc của mình.

Như nhiều học thuyết khác, Nho giáo chưa thể là một học thuyết toàn vẹn và hoàn toàn sáng suốt. Nhìn từng đạo lý Nho giáo riêng rẽ, người ta thấy có hay, có dở, có đúng, có sai, không hoàn toàn đồng nhất. Trong phạm vi bài viết này, chỉ xin đề cập đến những giá trị tích cực của Nho giáo mà có thể vận dụng để xây dựng văn hoá doanh nghiệp, doanh nhân hiện nay. Dưới đây, chúng tôi xin có một vài đề xuất xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam theo yêu cầu hội nhập quốc tế dựa trên các giá trị của tư tưởng Nho giáo:

^(*) TS., Khoa Lý luận chính trị, Đại học Thương mại.

1. *Tăng cường nghiên cứu về Nho giáo và ảnh hưởng của nó trong việc xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam*

Việc nghiên cứu Nho giáo nói chung ở Việt Nam đã có một bề dày và những thành tựu đáng kể. Tuy nhiên, nghiên cứu tư tưởng Nho giáo gắn với các hoạt động kinh doanh, đặc biệt là gắn với văn hóa doanh nhân và xây dựng đội ngũ doanh nhân thì hầu như còn rất ít. Vì vậy, việc này cần phải được tăng cường hơn bao giờ hết, đồng thời phải chuyển hướng theo chiều sâu, tức là theo hướng nghiên cứu ứng dụng nhằm tiếp thu và phát huy những thế mạnh, tìm cách khắc phục những mặt hạn chế của nó.

Bên cạnh đó, các nghiên cứu cần phải chỉ ra những giá trị nào của Nho giáo là phù hợp với thời đại cũng như truyền thống văn hoá của người Việt Nam, hơn nữa có thể trở thành những phẩm chất của doanh nhân Việt Nam. Điển hình như: *nhân, nghĩa, lễ, trí, tín; quảng đại; thâm trầm, uyên bác; trọng nghĩa, khinh tài; coi trọng chữ tín; coi trọng tình người; có tinh thần tự tôn dân tộc; có tác phong ung dung, đĩnh đạc; biết sử dụng phép biện chứng phương Đông; lấy mềm thắng yếu, lấy ít địch nhiều, cho để nhận...*

Các nghiên cứu cũng cần chỉ ra rằng, các doanh nhân hiện đại nếu chỉ học tập mô hình đạo đức truyền thống của Nho giáo là không đủ, mà phải trên cơ sở đó xây dựng tiêu chuẩn đạo đức mới phù hợp với những biến động của làn sóng kinh tế thị trường.

2. *Tăng cường nghiên cứu kinh nghiệm của các nước Á Đông trong việc vận dụng tư tưởng Nho giáo để phát*

triển đội ngũ doanh nhân trong xu thế toàn cầu hoá hiện nay

Như chúng ta đã biết, các nước và lãnh thổ thuộc “vành đai văn hoá Nho giáo” như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Hong Kong, Singapore, đặc biệt là Trung Quốc và các cộng đồng người Hoa khắp nơi trên thế giới đều đã đạt được những thành công lớn trên thương trường, thậm chí trở thành những “thần kỳ về kinh tế”. Trong thành công của họ đều có chung một yếu tố là họ đã biết vận dụng một cách sáng tạo các giá trị của văn hoá Nho giáo dưới dạng “Tân Nho gia”, “Tân Khổng giáo”, “Tân Nho giáo”. Một ví dụ cụ thể có thể kể tới là “Đình nhân đạo” - đạo của người thị dân Nhật Bản do Ishida Baigan khởi xướng và phát triển. Nó đã hình thành được đặc trưng văn hoá vừa hiện đại, vừa mang đậm bản sắc phương Đông, Nho giáo trong tính cách, tâm lý và trong hoạt động kinh doanh của giới doanh nhân Nhật Bản. Hay một ví dụ khác là Matsushita – người đại diện cho lối kinh doanh đặc sắc kiểu Nhật Bản, triết lý kinh doanh Nhật Bản thời hậu chiến mang đậm bản sắc phương Đông.

Đó là những bài học kinh nghiệm lớn, không chỉ đối với các nước phương Đông mà còn đối với rất nhiều nước trên thế giới, thậm chí cả các nước phương Tây.

Nghiên cứu kinh nghiệm của các nước đi trước nghĩa là phải chỉ ra: Những phẩm chất nào của Nho giáo đã được họ học tập, tiếp thu và trau dồi; Hình thức tổ chức việc học tập ấy là gì? Với điều kiện kinh tế, xã hội như Việt Nam hiện nay, nên tổ chức đào tạo một cách bài bản, có trường, có lớp học riêng như ở Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc..., hay

nên lồng ghép vào chương trình đào tạo của những khoá học bồi dưỡng về chuyên môn, nghiệp vụ nào đó của riêng giới doanh nhân hoặc của riêng các cơ quan, doanh nghiệp?

3. Đảng và Nhà nước ta cần có những chủ trương, chính sách cụ thể hơn về việc khôi phục và phát huy các giá trị văn hoá phương Đông nói chung và các giá trị tích cực của Nho giáo nói riêng trong việc xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam hiện nay

Trên thực tế, với phương hướng “xây dựng nền văn hoá tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc”, Nhà nước ta đang có rất nhiều chương trình bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống với kinh phí không nhỏ. Tuy nhiên trong đó chưa có một chương trình nào, theo chúng tôi, là đáng kể liên quan đến văn hoá kinh doanh. Các chương trình liên quan đến Nho giáo cũng chưa thực sự mạnh mẽ và sâu rộng; các chương trình riêng về Nho giáo với kinh doanh và giới doanh nhân lại càng chưa có gì đáng kể.

Các trường đại học, cao đẳng thuộc khối ngành kinh tế, đặc biệt khối quản trị kinh doanh là nhóm ngành có liên quan rất lớn và chủ yếu đến việc xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Tuy nhiên trong chương trình đào tạo hầu như chỉ chú ý đến các phẩm chất mang tính hiện đại của doanh nhân, mang những đặc trưng phương Tây mà chưa thấy có sự chú ý đáng kể đến các nhân tố truyền thống của dân tộc, các phẩm chất liên quan đến các giá trị tích cực của Nho giáo thì lại càng mờ nhạt.

Chẳng hạn, trong một dự án đầy tham vọng gọi là “Phát triển hạt giống lãnh đạo doanh nghiệp” (IPL) do các

doanh nhân và trí thức phối hợp với Trường doanh nhân PACE sáng lập và triển khai thực hiện đã được công bố ngày 24/7/2009, những phẩm chất của doanh nhân mà dự án hướng tới cũng chưa thấy có điểm nào tạo ra sự riêng biệt của doanh nhân Việt Nam, lại càng không có điểm nào mang đặc trưng văn hóa Nho giáo của người Việt.

Để phong trào xây dựng văn hóa kinh doanh, văn hoá doanh nhân dựa trên các giá trị của Nho giáo ở nước ta có thể thành công, góp phần thúc đẩy kinh tế đất nước phát triển mạnh mẽ, thiết nghĩ Đảng và Nhà nước ta cần có những chủ trương, chính sách hỗ trợ cụ thể hơn trong mọi lĩnh vực có liên quan. Chẳng hạn, trong các lĩnh vực nghiên cứu khoa học, trong giáo dục - đào tạo, trong các hoạt động thông tin - truyền thông...

Đối với hoạt động nghiên cứu khoa học, cần có chính sách khuyến khích các nghiên cứu về Nho giáo gắn với hoạt động kinh doanh, với các phẩm chất của người Việt Nam trong xã hội hiện đại nói chung và của đội ngũ doanh nhân Việt Nam nói riêng trong bối cảnh toàn cầu hoá. Các chính sách này có thể áp dụng dưới nhiều hình thức như: đầu tư nhân lực, đầu tư kinh phí... cho các nghiên cứu.

Đối với hoạt động thông tin-truyền thông, Đảng và Nhà nước cần khuyến khích các chương trình, các hoạt động có nội dung khẳng định, nêu cao, truyền bá, khuếch trương các giá trị tích cực của Nho giáo phù hợp với con người trong thời đại mới. Đặc biệt là cần khuyến khích những hoạt động nhằm tôn vinh tấm gương các doanh nhân biết kế thừa và phát huy các giá trị tích cực của Nho

giáo và đã đạt được những thành công lớn trong kinh doanh; đồng thời, khuyến khích tổ chức các chương trình, các diễn đàn... để họ chia sẻ những kinh nghiệm quý báu của mình với tất cả mọi người, đặc biệt là các doanh nhân trẻ.

Đối với hoạt động giáo dục, đào tạo, Đảng và Nhà nước nên có đường lối, chiến lược cũng như sách lược định hướng các chương trình giáo dục, đào tạo tới các giá trị văn hoá truyền thống, trong đó có Nho giáo, ngay từ những bậc học đầu tiên. Có như vậy mỗi công dân Việt Nam trong tương lai mới có thể dần thấm nhuần nền văn hoá truyền thống ngay từ những ngày đầu chập chững hình thành nhân cách. Riêng đối với chương trình đào tạo doanh nhân ở các trường thuộc khối ngành kinh tế và quản trị kinh doanh, nên có những nội dung đào tạo, giáo dục, tuyên truyền các phẩm chất tốt đẹp mang đặc trưng văn hoá phương Đông, đặc biệt là Nho giáo.

Tuy nhiên, phát huy các giá trị Nho giáo ở nước ta nói chung, trong đội ngũ doanh nhân nói riêng, cần phải đặt trong mối quan hệ biện chứng với việc tiếp thu và phát huy các giá trị văn hóa phương Đông, văn hóa châu Á nói chung, trong đó đặc biệt chú ý đến sự thống nhất của nó với các giá trị văn hóa của Phật giáo và Đạo giáo (3 học thuyết của Tam giáo đồng nguyên). Vì vậy, trong quá trình xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam dựa trên cơ sở các giá trị của Nho giáo, Đảng và Nhà nước ta cần phải quan tâm đúng mức đến việc phát huy các giá trị văn hoá phương Đông nói chung.

4. Đội ngũ doanh nhân Việt Nam cần phải biết chủ động phát huy những giá trị văn hoá truyền thống, trong đó có

những phẩm chất mà Nho giáo Việt Nam đã vun đắp ngàn năm, biến nó thành thế mạnh đặc trưng của doanh nhân Việt Nam hiện đại

Sự chủ động của đội ngũ doanh nhân trong việc tiếp thu, học hỏi và phát huy các giá trị của Nho giáo chính là yếu tố quan trọng nhất, cũng có thể nói đó là yếu tố quyết định trong việc xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam hiện nay dựa trên các giá trị của Nho giáo. Đây trước hết phải là công việc tự thân của chính các doanh nhân, Nhà nước, xã hội không thể làm thay, mà chỉ đóng vai trò hỗ trợ.

Trước hết, mỗi doanh nhân cần phải tự tìm tòi, chất lọc và tiếp thu những giá trị tích cực của Nho giáo. Bên cạnh đó, bản thân các doanh nghiệp cũng cần tự tổ chức các khoá đào tạo, bồi dưỡng, khuyến khích các giá trị văn hoá truyền thống, trong đó có Nho giáo, cho đội ngũ doanh nhân của mình.

Tuy nhiên, doanh nhân Việt Nam hiện nay không chỉ cần tự trau dồi để có được trí tuệ của bậc học giả mà còn phải có cái khôn ngoan, nhanh nhạy của một thương nhân. Nếu quá nặng lòng với xã hội theo quan niệm truyền thống của Nho giáo, suốt ngày chỉ biết rao giảng về nhân nghĩa, đạo đức mà không có chút kiến thức nào về quy luật vận hành của cơ chế thị trường thì sao có thể thành công trên thương trường đầy khốc liệt. Nền kinh tế thị trường là nền kinh tế của sự cạnh tranh. Bởi vậy, các doanh nhân phải tự hình thành cho mình ý thức cạnh tranh công bằng và hiệu ích.

(Xem tiếp trang 14)