

Một số phương hướng tăng cường giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hà Nội

Mạc Quốc Anh*

* Phó CT, kiêm Tổng Thư Ký Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa Thành phố Hà Nội

Received: 10/05/2024; Accepted: 20/05/2024; Published: 2/06/2024

Abstract: Some educational content has not been regularly updated in terms of guidelines and policies of the Party and State and the reality of the production and business context of enterprises. Some businesses have not focused on concretizing the content of the Party and State's regulations and regulations into specific standards and criteria to educate employees about corporate culture.

Keywords: Direction and professional culture

1. Đặt vấn đề

Thực tiễn tại Thành phố Hà Nội hiện nay cho thấy, các chỉ số đều thể hiện trình độ nhận thức, sự am hiểu của các chủ thể giáo dục tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa đối với văn hoá doanh nghiệp đã được nâng lên rõ rệt. Đội ngũ báo cáo viên, giảng viên, chuyên gia tham gia vào công tác đào tạo, giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội hiện nay ngày càng được nâng lên cả về số lượng và chất lượng. Nội dung giáo dục văn hoá doanh nghiệp ngày càng được thiết kế một cách bài bản, cập nhật những vấn đề mới, tiêu biểu của văn hoá doanh nghiệp Việt Nam và quốc tế. Tuy nhiên, mặc dù cấp uỷ, chính quyền, đoàn thể và lãnh đạo các doanh nghiệp đã có những sự quan tâm nhất định về cơ chế, chính sách, các nguồn lực cho giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động, tuy nhiên xét một cách tổng thể thì vai trò của các chủ thể này còn khá mờ nhạt, chưa tạo thành các cơ chế thúc đẩy hoạt động giáo dục được triển khai liên tục, thường xuyên. Một số nội dung giáo dục chưa được cập nhật thường xuyên cả về chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và thực tiễn bối cảnh sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp chưa chú trọng cụ thể hoá nội dung các quy chế, quy định của Đảng, Nhà nước thành các tiêu chuẩn, tiêu chí cụ thể để giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Một số kết quả tích cực

Thứ nhất, sự quan tâm, tạo điều kiện của cấp uỷ, chính quyền, đoàn thể các cấp với giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trên địa bàn thành

phố Hà Nội

Để có những thành công nhất định trong công tác giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động, các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Hà Nội phải nhờ vào sự quan tâm, tạo điều kiện của cấp uỷ, chính quyền, đoàn thể. Đặc biệt, trong và sau đại dịch Covid-19, nhiều chính sách của thành phố Hà Nội đã có những đóng góp quan trọng giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa từng bước vượt qua khó khăn trong sản xuất kinh doanh, tạo nguồn lực cho ngành giáo dục nâng cao các điều kiện giáo dục văn hoá doanh nghiệp.

Thứ hai, sự phát triển mạnh mẽ cả về số lượng và chất lượng của các tổ chức Đảng, Hiệp hội, Hội trong hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn.

Nhìn lại 5 năm qua (2018-2023), có thể thấy Hà Nội luôn kiên định, bền bỉ thực hiện các mục tiêu “lấy người dân, doanh nghiệp làm trung tâm dịch vụ”, “cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh”, cải cách thủ tục hành chính, “đồng hành cùng doanh nghiệp” và “phát triển kinh tế tư nhân trở thành động lực quan trọng của kinh tế Thủ đô”.

Thứ ba, sự quan tâm và đầu tư nguồn lực ngày càng tăng của bản thân doanh nghiệp vào việc phát triển văn hoá doanh nghiệp cũng như giáo dục văn hoá doanh nghiệp.

Khảo sát cho thấy các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội ngày càng quan tâm nhiều hơn đến văn hoá doanh nghiệp và dành nhiều nguồn lực hơn cho việc giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động. Theo khảo sát, doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa, là tập hợp những con người có trình độ chuyên môn, văn

hóa, trình độ nhận thức, các mối quan hệ xã hội... khác nhau tạo nên một môi trường làm việc đa dạng và phức tạp. Bên cạnh đó, với sự cạnh tranh khốc liệt của nền kinh tế thị trường và xu hướng toàn cầu hóa, xây dựng văn hóa doanh nghiệp là chính sách phát triển thương hiệu và là tài sản vô hình của mỗi doanh nghiệp thủ đô. Nhiều doanh nghiệp sẵn sàng cử người đi tham gia các khóa học, đào tạo trong nước và quốc tế để cập nhật kiến thức kinh doanh, văn hóa kinh doanh, đạo đức kinh doanh phù hợp với bối cảnh mới. Nhiều chuyên gia nổi tiếng trong và ngoài nước về kinh tế, văn hóa đã được mời đến doanh nghiệp để thảo luận, trao đổi, bồi dưỡng thêm kiến thức, kỹ năng cho người lao động trong doanh nghiệp.

2.2. Một số hạn chế, bất cập

Thứ nhất, một số đơn vị chưa thực sự coi trọng hoạt động giáo dục nhằm xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong phát triển doanh nghiệp.

Khảo sát cho thấy, nhiều chủ doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Hà Nội chưa nắm vững cơ cấu và cách thể hiện văn hóa doanh nghiệp phong phú, đa dạng nhưng cũng rất sâu sắc nêu trên. Nhiều người làm tưởng rằng chỉ những biểu hiện bề mặt mới là văn hóa doanh nghiệp nên trong quá trình thực hiện doanh nghiệp chỉ chú ý đến giải pháp cho phần bề mặt này. Vì vậy, dù chúng ta có tốn rất nhiều tiền cho việc “xây dựng văn hóa doanh nghiệp” nhưng dường như vẫn không mang lại hiệu quả.

Thứ hai, dù có sự quan tâm, đầu tư nhiều hơn về nguồn lực nhưng chưa đủ để tạo động lực mạnh mẽ thúc đẩy hoạt động giáo dục hiệu quả.

Có một thực tế là nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Hà Nội nhận thức đầy đủ và sâu sắc rằng mình chưa đầu tư thỏa đáng nguồn lực cho việc giáo dục văn hóa doanh nghiệp, và nhiều doanh nghiệp cũng chưa biết đầu tư nguồn lực như thế nào. Hoặc làm thế nào để bắt đầu xây dựng văn hóa doanh nghiệp. Nhiều lãnh đạo doanh nghiệp vẫn chưa tìm được lối đi cho văn hóa doanh nghiệp của mình, không hẳn do thiếu vốn mà còn do trình độ nhận thức của họ. Nhiều lãnh đạo có ý tưởng “cần xây dựng văn hóa tích cực” nhưng lại chưa có kế hoạch rõ ràng, cụ thể. Không có kế hoạch thực hiện cũng giống như việc lái một con tàu mà không biết đích đến, không biết phải đi hướng nào, đi về đâu. Có thể con tàu vẫn có thể đến đích nhưng quá trình đó sẽ rất khó khăn, mất rất nhiều thời gian và công sức. Thậm chí, bạn có thể phải bỏ cuộc giữa chừng vì những chướng ngại vật trên đường đi.

Thứ ba, các chủ thể giáo dục còn bị hạn chế về năng lực, trình độ trong giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động.

Một hạn chế khác dễ gặp phải khi các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Hà Nội phát triển văn hóa doanh nghiệp là chưa tập trung vào “gốc rễ” của văn hóa doanh nghiệp, đó là sứ mệnh, tầm nhìn và giá trị cốt lõi, mà thường bị cuốn vào những hoạt động hời hợt, chỉ nhìn vào “những chiếc lá”. Nhiều chủ doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Hà Nội cho rằng chỉ cần in vài băng rôn, treo vài khẩu hiệu, đính kèm vài hình ảnh hoạt động tập thể, viết vài khẩu hiệu hấp dẫn theo ý thích là được. Nếu dán nó lên tường có thể gọi đó là văn hóa doanh nghiệp. Và họ, những người chủ doanh nghiệp, cũng không nhận thức đầy đủ rằng đội ngũ chuyên gia được đào tạo bài bản của họ thực sự hiểu rõ về văn hóa doanh nghiệp cũng như loại hình doanh nghiệp mà họ đang xây dựng. Số khác lại cho rằng chỉ cần có chuyên gia đào tạo thì nhân viên chắc chắn sẽ có văn hóa, hoặc nhờ chuyên gia tổ chức sự kiện và thực hiện một số hoạt động như đưa nhân viên đi nghỉ mát.

2.3. Một số phương hướng tăng cường

2.3.1. Giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội cần phải phát huy hơn nữa vai trò lãnh đạo, chỉ đạo, tham gia của các cấp ủy đảng, chính quyền, đoàn thể các cấp

Sau hơn 10 năm thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TU, chất lượng công tác xây dựng Đảng tại các tổ chức đảng trong DNNNN được nâng lên rõ rệt, các nội dung về văn hóa doanh nghiệp cũng được lồng ghép khéo léo qua nhiều hình thức tổ chức sinh hoạt đảng. Vai trò, vị trí của tổ chức Đảng từng bước được nâng cao. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, một số cấp ủy Đảng, chính quyền nhận thức chưa đầy đủ về vai trò, vị trí của kinh tế tư nhân và giáo dục văn hóa cho người lao động khu vực kinh tế này trong tương quan với sự nghiệp xây dựng, phát triển kinh tế, xã hội của Thủ đô; Có nơi chưa nắm rõ tình hình doanh nghiệp, không tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển. Công tác xây dựng Đảng, giáo dục văn hóa doanh nghiệp trong các tổ chức Đảng ở doanh nghiệp nói chung và DNNNN còn nhiều hạn chế...

Đến nay, hầu hết các chỉ tiêu công tác xây dựng Đảng của thành phố đều đạt và vượt cao. Riêng với Nghị quyết 09-NQ/TU đã đúng và trúng cả về tính lý luận luận và phù hợp tình hình thực tiễn của Thủ đô. Thực tế cho thấy, DNNNN nào có tổ chức Đảng, tổ chức chính trị-xã hội thì phát triển bền vững hơn,

tạo được sự gắn kết giữa người lao động và lãnh đạo doanh nghiệp.

Tuy nhiên, so với số doanh nghiệp trên địa bàn thì còn số các tổ chức Đảng trong DNNNN còn rất khiêm tốn, vai trò lãnh đạo, chỉ đạo trong giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động chưa thật sự cao. Trong thời gian tới, thành phố cần tiếp tục đồng hành và tạo điều kiện phối hợp để doanh nghiệp phát triển tốt hơn và mong muốn các tổ chức Đảng, đoàn thể trong DNNNN phát huy vai trò của mình.

Cần tiếp tục làm tốt công tác tuyên truyền, vận động, đánh giá, khảo sát, đặc biệt, tuyên truyền để các DNNNN hiểu lợi ích nếu thành lập tổ chức Đảng, đoàn thể chính trị - xã hội trong doanh nghiệp của mình, từ đó tăng cường nội dung giáo dục văn hoá doanh nghiệp thông qua các cấp uỷ đảng. Để làm được điều này, đòi hỏi phải bền bỉ, kiên trì, quyết tâm cao với cách làm phù hợp với thực tiễn, theo hướng ngày càng thực tế, hiệu quả, không hình thức mà vẫn phải giữ vững nguyên tắc, điều lệ của Đảng

2.3.2. Giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa phải được tiến hành thường xuyên, liên tục cùng với sự phối hợp đa dạng, hiệu quả giữa các chủ thể doanh nghiệp, hội, hiệp hội doanh nghiệp

Hơn hai thập kỷ qua, môi trường kinh doanh ở Việt Nam được cải thiện, đã có hàng trăm, hàng nghìn tỷ đồng được các doanh nghiệp quyên góp để hỗ trợ người dân vùng thiên tai, bão lũ, dịch bệnh và bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, tác phong, tập quán làm việc ở nhiều doanh nghiệp chưa chuyên nghiệp, chưa đảm bảo kỷ luật, chưa tuân thủ các quy định về an toàn lao động...

Bên cạnh đó, việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp ở nhiều doanh nghiệp còn mang tính hình thức, theo xu hướng, chỉ tập trung vào các hoạt động giải trí, văn hóa, thể thao, truyền thông và chưa được hiện thực hóa. Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi và chuẩn mực hành vi chưa được cụ thể.

Ngoài ra, người lãnh đạo doanh nghiệp không chỉ là người xây dựng doanh nghiệp, quyết định cơ cấu tổ chức, ngành nghề kinh doanh, chiến lược kinh doanh, nhân sự, kỹ thuật, công nghệ mà còn là linh hồn của doanh nghiệp., người lãnh đạo tinh thần của doanh nghiệp. Chúng là những hiện thân cụ thể, trực quan và sinh động của những chuẩn mực của văn hóa doanh nghiệp. Quá trình xây dựng và quản lý doanh nghiệp, triết lý sống, quan điểm sống, niềm tin, nhân cách của người lãnh đạo doanh nghiệp sẽ phản ánh

văn hóa của doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp được mô hình hóa hoặc chịu ảnh hưởng lớn bởi các giá trị văn hóa của cá nhân lãnh đạo doanh nghiệp. Vì vậy, bản thân người lãnh đạo phải là tấm gương thực hành các giá trị văn hóa cốt lõi, tạo niềm tin và cảm hứng cho cấp dưới và nhân viên.

Vì vậy, việc giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa phải được tiến hành thường xuyên, liên tục với sự phối hợp đa dạng, hiệu quả giữa các đơn vị kinh doanh, hiệp hội, tổ chức.

2.3.3. Giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa phải kết hợp chặt chẽ với giáo dục chính trị tư tưởng, giáo dục pháp luật, đạo đức trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Văn hóa doanh nghiệp là tổng thể các giá trị văn hóa được xây dựng xuyên suốt quá trình tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, trở thành những giá trị, chuẩn mực, truyền thống gắn liền với hoạt động của doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp chi phối cảm xúc, suy nghĩ và hành vi của mỗi thành viên trong doanh nghiệp trong việc theo đuổi và thực hiện các mục tiêu đã đề ra, tạo nên sự khác biệt giữa các doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp còn là “trụ cột tinh thần” làm nên hạt nhân của doanh nghiệp, là chất keo gắn kết các thành viên hướng tới mục tiêu chung, hành động chung. Giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa phải kết hợp chặt chẽ với giáo dục chính trị, tư tưởng, pháp luật, đạo đức trong sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Trong các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp lớn, họ thường quy tụ nhiều thành viên có trình độ, mối quan hệ xã hội, năng lực, tính cách... khác nhau tạo nên một môi trường làm việc đa dạng và phức tạp.. Để tồn tại và phát triển bền vững, doanh nghiệp cần là nơi tập hợp và phát huy mọi nguồn nhân lực, xây dựng và duy trì môi trường văn hóa trong đó các thành viên có những giá trị chung để chia sẻ và đồng thuận, cùng hướng tới mục tiêu chung.

Tài liệu tham khảo

1. Dương Công Doanh (2015), “Nhận thức của người tiêu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp”, *Tạp chí Kinh tế và phát triển*, (217).
2. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện đại hội đại biểu toàn quốc của Đảng lần thứ XII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
3. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện đại hội đại biểu toàn quốc của Đảng lần thứ XIII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.