

XÂY DỰNG VĂN HÓA DOANH NHÂN VIỆT NAM TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP QUỐC TẾ HIỆN NAY

VŨ DUY ĐẠI*

Tóm tắt: Văn hóa doanh nhân có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, là nhân tố quyết định sự phát triển của các doanh nghiệp trong thời kỳ hội nhập quốc tế hiện nay. Văn hóa doanh nhân góp phần kiến tạo uy tín, sự phát triển ổn định, bền vững của doanh nghiệp; củng cố lòng tin của các đối tác và người tiêu dùng; văn hóa doanh nhân giúp kết nối và động viên người lao động trong doanh nghiệp cùng quyết tâm đưa sản xuất đi lên, đồng thời, góp phần củng cố hình ảnh và văn hóa người Việt với bạn bè quốc tế. Tuy nhiên, việc xây dựng văn hóa doanh nhân hiện nay đang gặp một số trở ngại nhất định như: trở ngại về nhận thức đối với các giá trị xã hội cơ bản; những quan niệm cố hữu về nghề nghiệp và thái độ trách nhiệm đối với công việc; một số bất cập trong công tác đào tạo đội ngũ doanh nhân... Để tiếp tục xây dựng văn hóa doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ hội nhập quốc tế thì cần phải thực hiện đồng bộ một số các giải pháp.

Từ khóa: hội nhập quốc tế, kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, xây dựng văn hóa doanh nhân, văn hóa doanh nhân.

Abstract: Entrepreneurial culture holds significant importance as a key factor in the development of businesses in the current era of international integration. It contributes to establishing a company's reputation, ensuring stable and sustainable growth, and strengthening the trust of partners and consumers. Additionally, entrepreneurial culture fosters connections and motivates employees to drive production forward while enhancing the image and cultural identity of Vietnamese entrepreneurs on the global stage. However, the development of entrepreneurial culture faces several challenges, including limited awareness of fundamental social values, deeply ingrained perceptions of careers and work responsibilities, and shortcomings in the training of business leaders. To further promote Vietnam's entrepreneurial culture in the context of international integration, a comprehensive and synchronized implementation of various solutions is required.

Keywords: international integration, socialist-oriented market economy, entrepreneurial culture development, entrepreneurial culture.

Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VII của Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), nhiệm kỳ 2021-2026, xác định: “Tiên phong xây dựng văn hóa kinh doanh Việt Nam, hình thành và thúc đẩy thực hiện các quy ước, chuẩn mực chung về đạo đức kinh doanh, văn hóa doanh nhân, doanh nghiệp... Mấu chốt là xây dựng hệ giá trị văn hóa kinh doanh Việt Nam bao gồm các giá trị văn hóa tinh hoa của dân tộc và các giá trị chuẩn mực của thế giới, nâng cao nhận thức về trách nhiệm xã hội, hướng tới mục tiêu phát triển doanh nghiệp bền vững, vì lợi ích con người và cho các thế hệ mai sau” (1). Điều này càng quan trọng khi Việt Nam đang bước vào thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa,

hiện đại hóa và hội nhập quốc tế sâu rộng, nhất là hội nhập về kinh tế hiện nay.

1. Vai trò của văn hóa doanh nhân

Vai trò nổi bật của văn hóa doanh nhân là ở chỗ nó quyết định sự hình thành, phát triển của văn hóa doanh nghiệp. Các nghiên cứu về văn hóa doanh nhân cơ bản đều khẳng định văn hóa doanh nghiệp bao giờ cũng in đậm dấu ấn cá nhân từ nhân cách doanh nhân. Do đó, có thể nói văn hóa doanh nhân đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của các doanh nghiệp, đó là:

Thứ nhất, văn hóa doanh nhân góp phần kiến tạo uy tín và sự phát triển ổn định, bền vững của doanh nghiệp.

Mỗi doanh nhân, khi tham gia thị trường đều hướng đến việc tích lũy tri thức, kinh nghiệm điều

hành doanh nghiệp, định hình những quan niệm và lối hành xử phù hợp với chính quá trình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp và toàn xã hội. Khi doanh nghiệp mới được thành lập thì chưa thể hiện được rõ văn hóa doanh nghiệp ổn định, chưa tạo nên sự khác biệt bằng bản sắc riêng, bởi chưa có đủ thời gian để doanh nhân thể hiện vốn tri thức và kinh nghiệm của mình. Quá trình tồn tại, xây dựng và phát triển lâu dài của doanh nghiệp, đồng thời là quá trình thể hiện tinh thần doanh nghiệp, đạo đức, tài trí và phong cách của doanh nhân. Quá trình đó, doanh nghiệp và doanh nhân vừa phải thích ứng phù hợp, vừa phải đấu tranh, đổi mới với nhiều thành công và thất bại. Với ý chí ham muốn thành công, định hướng cho khát vọng cháy bỏng trong làm giàu, tính bền bỉ, kiên trì với ý tưởng sáng tạo, kiên quyết dám chấp nhận mạo hiểm, những doanh nhân thực thụ đã sáng tạo ra những nét văn hóa trong kinh doanh. Từ đó, các yếu tố văn hóa doanh nghiệp sẽ được tạo lập, thử thách, tồn tại và tạo ra phong cách hoạt động riêng của doanh nghiệp.

Thương hiệu của một doanh nghiệp phải dựa trên một nền tảng văn hóa doanh nhân, doanh nghiệp vững chắc. Uy tín, thương hiệu của doanh nghiệp là kết quả hội tụ của tầm nhìn, sứ mệnh, chiến lược, đạo đức, trách nhiệm, phong cách ứng xử kinh doanh và quy trình tạo ra sản phẩm. Văn hóa doanh nhân góp phần kiến tạo thương hiệu, uy tín cho doanh nghiệp; đồng thời, đó cũng là tài sản vô hình quý giá và trở thành động lực tinh thần giúp cho doanh nghiệp phát triển bền vững. Uy tín, thương hiệu càng cao, hình ảnh càng thân thiện, càng có sức lôi cuốn thì càng bảo đảm sự ổn định và phát triển cho doanh nghiệp.

Thứ hai, văn hóa doanh nhân củng cố lòng tin của các đối tác và người tiêu dùng

Cùng với thời gian, lý tưởng, giá trị, khát vọng, phẩm chất, đạo đức, tài năng, trí tuệ và phong cách quản lý của doanh nhân dần dần được “xã hội hóa” trong môi trường của doanh nghiệp và định hình nên văn hóa doanh nghiệp làm sâu sắc thêm văn hóa doanh nhân. Trên thực tế, lòng tin của đối tác và người tiêu dùng không chỉ đến từ chất lượng sản phẩm mà còn từ quá trình tiếp xúc, giao dịch, hợp tác, thái độ phục vụ khách hàng của chính các doanh nghiệp. Văn hóa doanh nhân sẽ tạo nên sự khác biệt giữa các doanh nhân và doanh nghiệp, chính tinh thần trách nhiệm, ý thức giữ chữ tín, tôn trọng đối tác sẽ đem lại sự tin tưởng, hài lòng và hợp tác lâu dài, gắn bó của đối tác và khách hàng với doanh nghiệp.

Thứ ba, văn hóa doanh nhân kết nối và động viên người lao động trong doanh nghiệp cùng quyết tâm đưa sản xuất đi lên

Văn hóa doanh nhân, doanh nghiệp sẽ tạo ra môi trường làm việc tốt, kết nối và động viên người lao động cùng cố gắng phấn đấu vì mục tiêu chung, nhất tâm vì doanh nghiệp. Nét đẹp trong văn hóa doanh nhân của người chủ doanh nghiệp có sức cảm hóa rất lớn đối với người lao động, là tấm gương phản chiếu để người lao động trong doanh nghiệp noi theo, xưa nay: nhân cách chỉ có thể giáo dục bởi nhân cách. Môi trường làm việc văn hóa có sức hút cao đối với những người có tài, có năng lực chuyên môn. Người lao động làm việc không chỉ vì tiền lương, mà còn vì môi trường làm việc văn minh, tiến bộ, họ cảm thấy được tôn trọng, có cơ hội thăng tiến và hoàn thiện bản thân. Môi trường và điều kiện làm việc tốt cũng tạo nên sự gắn bó lâu dài giữa người lao động với doanh nghiệp.

Thứ tư, văn hóa doanh nhân góp phần củng cố hình ảnh và văn hóa người Việt với bạn bè quốc tế

Văn hóa doanh nhân, doanh nghiệp chính là nguồn sức mạnh tinh thần lớn nhất góp phần to lớn vào việc xây dựng và phát huy giá trị văn hóa Việt Nam, nâng cao uy tín và thương hiệu quốc gia, bởi vì: “Khi những giá trị văn hóa, đạo đức tốt đẹp thấm thấu vào hoạt động kinh tế, mục tiêu phát triển của doanh nghiệp sẽ vượt qua việc tìm kiếm những lợi ích chỉ cho mình, mà thăng hoa trở thành sứ mệnh và trách nhiệm công hiến cho sự phồn vinh, thịnh vượng của đất nước” (2).

Để xây dựng văn hóa doanh nghiệp thì doanh nhân cần phải có kiến thức, bản lĩnh và năng lực. Những giá trị cốt lõi, tầm nhìn và hoài bão của doanh nghiệp bao giờ cũng xuất phát từ những ý tưởng của doanh nhân. Đó là một quá trình có ý thức xây dựng văn hóa doanh nghiệp. Trải qua suy ngẫm và sáng tạo, đúc kết và phổ biến với tất cả tinh cảm của mình, doanh nhân đã tạo dựng được nền văn hóa doanh nghiệp. Nhân cách và phong thái của doanh nhân thường được phản ánh rõ nét trong sắc thái của giá trị, tầm nhìn và hoài bão của doanh nghiệp. Trong nhân cách của doanh nhân thì yếu tố bản lĩnh và phẩm chất đạo đức có vai trò quyết định đến nội dung của văn hóa doanh nghiệp. Để duy trì, củng cố và phát triển văn hóa doanh nghiệp còn có vai trò của các thành viên trong doanh nghiệp cùng tham gia kiến tạo, nhưng vai trò của doanh nhân vẫn là quan trọng hàng đầu. Mỗi quan hệ giữa doanh nhân, văn hóa doanh nghiệp và đội ngũ các thành viên quyết định sự trường tồn của doanh nghiệp.

Trong thực tiễn, những doanh nhân nổi tiếng luôn truyền tải nhiệt huyết vào công việc. Họ biết cách động viên, cổ vũ và quy tụ tài năng, sự tận tâm của các thành viên trong doanh nghiệp. Nhưng cái mà họ làm được hơn tất cả là tạo ra một nền văn hóa doanh nghiệp mạnh mẽ, động viên mọi người làm việc chăm chỉ và gắn bó cả cuộc đời, nối tiếp các thế hệ với doanh nghiệp.

2. Một số trở ngại với việc xây dựng văn hóa doanh nhân

Một là, trở ngại về nhận thức đối với các giá trị xã hội cơ bản

Trong khoảng thời gian dài, nhiều thế hệ người Việt được giáo dục ý thức tôn vinh tập thể, chính tập thể chứ không phải cá nhân đảm nhận tư cách chủ nhân của xã hội. Lợi ích tập thể được coi là lợi ích chính thống, lợi ích cá nhân không bị phủ nhận tuyệt đối, nhưng chỉ được nhắc đến một cách dè dặt, chủ yếu ở môi trường giao tiếp hạn hẹp và có tầm ảnh hưởng khiêm tốn. Đây là một trở ngại đã và đang tồn tại trong một bộ phận xã hội và một số doanh nhân, gây ra kim hãm, hạn chế sự khơi dậy và phát huy tinh thần doanh nghiệp của mỗi cá nhân - điều kiện tiên quyết trở thành doanh nhân.

Quá trình đổi mới, đã có những phát triển về nhận thức, trong đó có sự nhận thức lại và tôn trọng lợi ích cá nhân, coi lợi ích cá nhân là động lực quan trọng. Văn kiện Đại hội XII của Đảng xác định: “Đại đoàn kết dân tộc phải dựa trên cơ sở giải quyết hài hòa quan hệ lợi ích giữa các thành viên trong xã hội; bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của nhân dân...” (3). Thực hiện tốt lợi ích cá nhân, cũng là thực hiện lợi ích chung của xã hội. Lợi ích chung định hướng cho việc thực hiện lợi ích cá nhân, từ đó tạo nên một xu hướng vận động phát triển tích cực của xã hội. Đây có thể đánh giá là thứ trở ngại nan giải nhất, bởi nó đã trở thành tâm thế của nhiều thế hệ sống trong cơ chế kế hoạch hóa tập trung, quan liêu bao cấp kéo dài. Vì vậy, phải trải qua thời gian khá dài đấu tranh, phát triển và tiếp thu có chọn lọc tinh hoa văn hóa thế giới trong quá trình hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu, chúng ta mới có thể vượt qua trở ngại này. Lúc đó, văn hóa doanh nhân nói riêng và con người Việt Nam nói chung sẽ có bước phát triển vượt bậc trong thời đại mới.

Hai là, trở ngại từ những quan niệm cố hữu về nghề nghiệp và thái độ trách nhiệm đối với công việc

Do những yếu tố của lịch sử, trong một bộ phận xã hội, nhận thức nghề nghiệp còn có sự lệch lạc, có sự phân biệt giữa lao động trí óc và lao động chân tay, coi học hành và đỗ đạt, làm quan chức là con

đường thành đạt duy nhất. Đáng chú ý, một thời gian dài doanh nhân, hay những người làm nghề kinh doanh không được coi trọng đúng mức, có thời điểm còn gọi doanh nhân là “con buôn”. Vì vậy, khả năng nắm bắt và giải quyết các cơ hội của những người chọn con đường kinh doanh thiếu tính hệ thống, thiếu tư tưởng kinh doanh lớn, yếu về tính nguyên tắc và không nhất quán, dễ nản chí và cũng dễ thoả mãn, thói quen qua loa, đại khái, không cụ thể, chi tiết; thiếu tinh thần trách nhiệm cá nhân, thói quen dựa dẫm, ỷ lại, thiếu các cá tính mạnh mẽ, khát vọng cháy bỏng với sáng tạo; yếu về ý thức kỷ luật và thói quen làm việc theo phong cách công nghiệp, thói quen cào bằng trong phân phối, chủ nghĩa bình quân, “dĩ hòa vi quý”, chấp hành pháp luật không nghiêm, thói quen xoay xở bằng cách chạy chọt...

Con người Việt Nam trong nền văn hóa truyền thống tiềm ẩn rất lớn năng lực kinh doanh bởi sự thông minh, hiểu học, nhanh nhạy, cần cù, chịu khó, khiêm tốn, giản dị, yêu nước, yêu con người, hiếu hòa trong đối ngoại, tinh tế trong ứng xử, dễ thích nghi và hội nhập với tinh thần dung hợp rộng rãi. Nhưng khi đã hội nhập, rất cần có những con người với nhân cách tự chủ, mạnh mẽ, tràn đầy sức mạnh và khát vọng vươn tới. Xây dựng một nền văn hóa mới phải làm xuất hiện nhân cách mới. Điểm trung tâm để hình thành nhân cách mới là cách thức lao động mới có hàm lượng trí tuệ ngày càng cao. Đó là nhân cách biểu hiện sâu sắc, mạnh mẽ các giá trị truyền thống và các giá trị của thời đại kinh tế tri thức. Những mặt trái, yếu tố tiêu cực của nền văn hóa truyền thống gây những khó khăn không nhỏ cho quá trình hình thành và phát triển văn hóa doanh nhân. Điều đó, đòi hỏi mỗi doanh nhân cần phải chủ động, sáng tạo trong học hỏi, có ý chí và lòng khát khao cháy bỏng mới có thể đẩy nhanh quá trình xây dựng văn hóa doanh nhân.

Ba là, hệ thống giáo dục vẫn còn một số bất cập trong công tác đào tạo đội ngũ doanh nhân.

Doanh nhân Việt Nam nhìn chung chưa được đào tạo một cách bài bản, số lượng doanh nhân được đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về quản trị kinh doanh còn rất ít; đáng chú ý “Nội dung đào tạo, bồi dưỡng cho doanh nhân chưa được đổi mới kịp thời để phù hợp với nhu cầu và bối cảnh thực tiễn của Cách mạng công nghiệp 4.0 và hội nhập; các chương trình đào tạo vẫn tập trung vào cung cấp kiến thức hơn là nhằm rèn luyện các kỹ năng mềm và ngoại ngữ cho người học, chưa có nhiều chương trình hợp tác quốc tế, kết nối với doanh nghiệp trong đào tạo; đặc biệt, còn thiếu, khan hiếm các chương trình đào tạo, bồi dưỡng về đạo đức doanh nhân, văn hóa kinh doanh

và văn hóa doanh nghiệp” (4). Vì vậy, cơ bản đội ngũ doanh nhân là tự lập thân, lập nghiệp, tự học hỏi trong quá trình sản xuất, kinh doanh. Do đó, khi quan hệ, giao dịch với nước ngoài, nhiều doanh nhân gặp không ít khó khăn trong thương thảo hợp đồng thương mại, thậm chí còn chịu thua thiệt lớn.

3. Một số giải pháp xây dựng văn hóa doanh nhân Việt Nam thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế

Thứ nhất, nhận thức đúng về vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế.

Trong những năm đổi mới, Đảng và Nhà nước ta đã có nhiều chủ trương, chính sách về khuyến khích và tạo điều kiện thúc đẩy kinh tế tư nhân. Trong tiến trình đó, đội ngũ doanh nhân hình thành và phát triển như là một lực lượng xã hội mới, từng bước vươn lên đáp ứng yêu cầu phát triển của nền kinh tế, xã hội. Tuy nhiên, trong xã hội vẫn còn có những quan điểm chưa thống nhất, còn có nhận thức chưa đầy đủ, rõ ràng về vị trí, vai trò của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế.

Về mặt tư tưởng, tâm lý, nhất là trong một số lãnh đạo các cấp vẫn còn e ngại kinh tế tư nhân nói chung và doanh nghiệp tư nhân, doanh nhân nói riêng. Vẫn còn có tư tưởng phân biệt kinh tế tư nhân và kinh tế nhà nước, thậm chí còn cho rằng chỉ có kinh tế Nhà nước mới thực sự bảo đảm tính định hướng xã hội chủ nghĩa; lo ngại nếu doanh nhân có tiềm lực kinh tế, sẽ đòi quyền lãnh đạo về chính trị. Trong 25 năm đổi mới (1986-2010) là giai đoạn thứ nhất, giai đoạn khởi đầu của kinh tế tư nhân và bước đầu hình thành đội ngũ doanh nhân. Đặc điểm của giai đoạn thứ nhất là kinh tế tư nhân “được phép” làm những điều mà pháp luật không cấm. Nhưng từ sau năm 2010, kinh tế tư nhân bắt đầu bước sang một giai đoạn mới, là một trong những lực lượng chủ lực của nền kinh tế, doanh nhân là đội quân xung kích trong công cuộc xây dựng, phát triển kinh tế đất nước. Nghị quyết số 41-NQ/TW ngày 10-10-2023 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ mới xác định: “Đội ngũ doanh nhân có vị trí, vai trò quan trọng, là một trong những lực lượng nòng cốt góp phần đẩy mạnh sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và hội nhập quốc tế...”.

Thứ hai, xây dựng văn hóa doanh nhân phù hợp với những giá trị mang tính thời đại.

Xây dựng văn hóa doanh nhân là đưa các nhân tố văn hóa và hoạt động kinh doanh, tạo lập và hoàn thiện phương thức kinh doanh của từng doanh nhân,

doanh nghiệp phù hợp với văn hóa Việt Nam, văn minh trên thế giới, mang lại hiệu quả cao và bền vững. Xây dựng văn hóa doanh nhân là một nội dung rất rộng lớn, liên quan đến rất nhiều khía cạnh như chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nghiệp, doanh nhân, môi trường kinh doanh, trình độ phát triển của nền kinh tế, thể chế kinh tế, chính trị, đặc điểm của văn hóa dân tộc, vấn đề giáo dục và đào tạo, trình độ và nhận thức của doanh nhân... Vì vậy, xây dựng văn hóa doanh nhân trước hết là trách nhiệm của bản thân từng doanh nhân, đồng thời cũng là trách nhiệm của xã hội và tập trung vào một số nội dung sau:

Xây dựng những chuẩn mực mới về doanh nhân trong xã hội và trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Đó là doanh nhân có lòng yêu nước, có tinh thần dân tộc, có trách nhiệm với cộng đồng và xã hội, có văn hóa kinh doanh, hiểu biết về văn hóa và pháp luật kinh doanh. Tuyên truyền, giáo dục, tôn trọng và tôn vinh doanh nhân bằng những hoạt động thiết thực. Tăng cường và đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền nhằm tiếp tục thay đổi nhận thức của xã hội đối với doanh nhân, hướng doanh nhân không ngừng hoàn thiện mình để trở thành những doanh nhân chân chính.

Xây dựng văn hóa ứng xử doanh nghiệp phù hợp với nền văn hóa Việt Nam. Trong quan hệ lao động, thực hiện đúng các quy định của pháp luật, xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh trong sản xuất, kinh doanh dựa trên nguyên tắc nhân ái, bình đẳng nhằm tạo ra một môi trường sản xuất kinh doanh khuyến khích sự sáng tạo, vì sự tiến bộ và phát triển của mọi người lao động trong doanh nghiệp. Bình đẳng ở đây là sự bình đẳng trong cơ hội học tập, cống hiến, thăng tiến và phát triển, nó trái với chủ nghĩa bình quân, cào bằng lẫn lộn giữa người tài và người yếu kém. Sự bình đẳng còn được thể hiện trong kỷ luật và trách nhiệm của mọi người trong kinh doanh, đi liền với khuyến khích đổi mới, sáng tạo là trật tự, kỷ cương, chế độ trách nhiệm và chế tài nghiêm minh.

Trong quan hệ sản xuất kinh doanh, doanh nhân phải xây dựng chữ “tín” đối với đối tác và khách hàng. Xây dựng chữ “tín” phải được đặt trọng tâm trong toàn bộ hoạt động kinh doanh, trong đàm phán với đối tác bảo đảm hài hòa về lợi ích của doanh nghiệp, của đối tác và xã hội. Điều đó thể hiện ở chỗ doanh nhân có trách nhiệm như: giao hàng đúng hợp đồng, đúng chất lượng sản phẩm, quảng cáo đúng sự thật, hướng dẫn khách hàng tiêu dùng đạt được lợi ích tối đa. Đó là những phẩm chất rất quan trọng, thể hiện năng lực tổ chức và đạo đức của doanh nhân.

Văn hóa doanh nhân còn thể hiện ở việc kinh doanh trong khuôn khổ pháp luật. Mục đích của kinh doanh là mưu tìm lợi nhuận, việc mưu tìm này chỉ thực sự là hành vi có văn hóa khi nó được đặt trong khuôn khổ pháp luật và chỉ trong khuôn khổ ấy mới bảo đảm việc kinh doanh lâu bền. Để đạt được điều đó ngoài việc tuyên truyền, giáo dục nâng cao ý thức pháp luật trong kinh doanh thì phải xây dựng hệ thống pháp luật thực sự khoa học, chuẩn mực đáp ứng được yêu cầu đòi hỏi thực tế đời sống kinh tế. Hệ thống pháp luật đó vừa rõ ràng, cụ thể, dễ hiểu đối với tất cả doanh nhân, tránh tình trạng chung chung nhưng phải bao quát hết mọi khía cạnh của hoạt động kinh doanh từng lĩnh vực và hạn chế tối đa sự sơ hở để các doanh nhân lách luật.

Thứ ba, đẩy mạnh công tác đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân.

Việc phát triển các hoạt động sản xuất, kinh doanh hiện nay không còn chủ yếu dựa vào kinh nghiệm, vào sự may mắn nữa. Ngày nay, kinh doanh đã trở thành một nghề, doanh nghiệp muốn phát triển, doanh nhân muốn đứng vững trên thương trường phải có kiến thức cơ bản về tự nhiên, kinh tế, văn hóa và xã hội, về kỹ thuật và công nghệ, đặc biệt là về tổ chức, quản trị doanh nghiệp, về thị trường, về ngoại ngữ... Để có được những kiến thức đó, doanh nhân phải được đào tạo một cách bài bản. Tuy nhiên, đội ngũ doanh nhân Việt Nam mới ra đời trong một thời gian rất ngắn, chưa được đào tạo một cách bài bản, văn hóa kinh doanh, khả năng ngoại ngữ còn rất hạn chế. Vì vậy, để xây dựng đội ngũ doanh nhân phát triển nhanh về số lượng và có chất lượng cao, một mặt, bản thân doanh nhân phải tự đào tạo, đồng thời rất cần sự hỗ trợ có hiệu quả của Nhà nước.

Trước hết các doanh nghiệp, doanh nhân cần có nhận thức đúng về yêu cầu nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, văn hóa kinh doanh, ngoại ngữ và yêu cầu đào tạo, bồi dưỡng các kiến thức kinh doanh về pháp luật trong điều kiện hội nhập quốc tế. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp cần chủ động đánh giá năng lực và nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân; xây dựng kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu cạnh tranh và phát triển doanh nghiệp. Các doanh nhân cần chủ động không ngừng nâng cao năng lực chuyên môn, văn hóa kinh doanh, ngoại ngữ của mình, góp phần xây dựng hình ảnh người doanh nhân, trí thức trong thời đại mới: vừa có bản lĩnh, năng lực lãnh đạo quản lý doanh nghiệp, vừa có trình độ học vấn cao và có văn hóa kinh doanh. Doanh nghiệp, doanh nhân xây dựng mối quan hệ chặt chẽ với các trường đại học,

các cơ sở đào tạo; tích cực tham gia vào quá trình đào tạo ở các trường đại học, các cơ sở đào tạo như xây dựng nội dung chương trình, phương pháp đào tạo, tham gia giảng dạy, báo cáo chuyên đề... tạo điều kiện để các trường đại học, các cơ sở đào tạo gửi sinh viên, học viên và giảng viên đến làm việc, tham quan, khảo sát.

4. Kết luận

Văn hóa doanh nhân là toàn bộ tri thức, kinh nghiệm điều hành doanh nghiệp của mỗi doanh nhân, biểu hiện ở hệ thống quan niệm và hành xử của doanh nhân đó trong đời sống thực tiễn doanh nghiệp và ngoài xã hội. Văn hóa doanh nhân có vai trò quyết định sự hình thành, phát triển của văn hóa doanh nghiệp tuy nhiên hiện nay đang gặp một số trở ngại. Vì vậy, để xây dựng văn hóa doanh nhân Việt Nam thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế thì cần thực mà phải thực hiện đồng bộ các giải pháp nêu trên ■

V.D.Đ

1. Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, *Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VII*, Hà Nội, 2021, tr.4.
2. Nguyễn Xuân Thắng, *Đạo đức doanh nhân và văn hóa kinh doanh Việt Nam trong bối cảnh mới*, Hà Nội, 2022.
3. Đảng Cộng sản Việt Nam, *Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, Hà Nội, 2016, tr.37.
4. Ban chỉ đạo T.Ư Tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết 09, *Báo cáo đề án Tổng kết 10 năm thực hiện Nghị quyết số 09-NQ/TW, ngày 9-12-2011 của Bộ Chính trị khóa XI 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*, 2021, tr.48.

Tài liệu tham khảo

1. Ban Chấp hành Trung ương, *Nghị quyết số 41-NQ/TW của Bộ Chính trị, ngày 10-10-2023 Về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam thời kỳ mới*, Hà Nội, 2023.
2. Quốc Sơn, *Xây dựng đạo đức doanh nhân và văn hóa kinh doanh Việt Nam trong bối cảnh mới*, qnd.vn, 11-10-2022.
3. Trần Quốc Dân, *Doanh nghiệp, doanh nhân và văn hóa*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2008.
4. Hoàng Văn Hoa, *Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020*, Nxb Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2010.
5. Lưu Vinh, *Doanh nhân Việt Nam*, Nxb Giao thông vận tải, Hà Nội, 2007.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 27-3-2025; Ngày phân biên, đánh giá, sửa chữa: 10-4-2025; Ngày duyệt đăng: 28-4-2025.