PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP Ở VIỆT NAM

MAI HẢI OANH *

Trong quá trình xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển kinh tế tri thức và hội nhập quốc tế hiện nay, vấn đề xây dựng các doanh nghiệp có đủ sức cạnh tranh và hợp tác quốc tế là vấn đề sống còn của nền kinh tế quốc dân. Xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh làm động lực cho quá trình phát triển kinh tế nói chung, xây dựng văn hóa doanh nghiệp nói riêng đã và đang trở thành vấn đề có ý nghĩa quan trọng hàng đầu nhằm thúc đẩy sự phát triển nền kinh tế bền vững, nhân văn, vì con người, vì hạnh phúc của nhân dân lao động.

Xây dựng văn hóa doanh nghiệp là một yêu cầu của phát triển

Văn hóa doanh nghiệp là toàn bộ các giá trị văn hóa được gây dựng trong suốt quá trình tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, trở thành các giá trị, các quan niệm và tập quán, truyền thống ăn sâu vào hoạt động của doanh nghiệp, chi phối tình cảm, nếp suy nghĩ và hành vi của mọi thành viên trong doanh nghiệp. Như vậy, văn hóa doanh nghiệp là một hình thức lựa chọn các giá trị, chuẩn mực để tạo nên sự đồng thuận và thống nhất trong doanh nghiệp nhằm thực hiện mục tiêu của doanh nghiệp. Nói đến văn hóa doanh nghiệp, cần chú ý một số vấn đề sau đây:

Thứ nhất, cấu trúc của văn hóa doanh nghiệp bao gồm các giá trị văn hóa vật chất và giá trị văn hóa tinh thần tạo nên diện mạo đời sống văn hóa của doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp có vai trò quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp vì nó tạo lập sức mạnh tinh thần, khích lệ quá trình đổi mới và sáng tạo, phát triển bền vững của doanh nghiệp với tư cách là một thành tố thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế quốc dân. Vì thế, việc xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp vừa là một nhu cầu nội tại để phát triển doanh nghiệp, vừa là một đòi hỏi khách quan của quá trình xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội hiện nay.

Thứ hai, xu thế kinh tế của thời đại ngày nay là *phát triển bền vững*, tức là phải giải quyết vấn đề xã hội và môi trường *ngay trong quá trình phát triển kinh tế.* Bản chất của nó là hình thành *mối quan hệ thân thiện giữa con người với con người và giữa con người với tự nhiên,* tạo ra những con người mới, nền kinh tế mới, xã hội mới. Thực tiễn ấy làm nảy sinh một loại hình *văn hóa mới*

* TS, Tạp chí Cộng sản

tương ứng, và loại hình văn hóa này trước hết bắt đầu từ *doanh nghiệp*. Đối với nước ta, phát triển bền vững là nội dung của định hướng xã hội chủ nghĩa trong cuộc sống, chứ không phải là những kêu gọi chung chung. Khi tác động của biến đổi khí hậu đang gây ra những hậu quả khôn lường đến hiện tại và tương lai, thì định hướng phát triển bền vững càng trở nên cấp bách. Giải quyết vấn đề cấp bách này cần phải bắt đầu từ doanh nghiệp, từ thể chế nhà nước.

Văn hóa doanh nghiệp đóng một vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp. Một doanh nghiệp, đặc biệt là những doanh nghiệp quy mô lớn, là tập hợp những con người khác nhau về trình độ chuyên môn, trình độ học vấn, trình độ nhận thức, quan hệ xã hội, vùng miền địa lý, tư tưởng văn hóa,... Chính sự khác nhau này tạo ra môi trường làm việc đa dạng và phức tạp, thậm chí có những mặt trái ngược nhau. Bên cạnh đó, sự cạnh tranh ngày càng gay gắt của nền kinh tế thị trường và xu hướng quốc tế hóa buộc các doanh nghiệp phải liên tục đổi mới cho phù hợp với thực tế để tồn tại và phát triển. Muốn thế, doanh nghiệp phải trở thành nơi tập hợp, phát huy mọi nguồn lực con người, là nơi tạo ra lực điều tiết tác động tích cực đối với tất cả các yếu tố chủ quan khác nhau nhằm gia tăng giá trị của nguồn lực con người, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải xây dựng được và duy trì một nền nếp văn hóa đặc thù, phát huy được năng lực và thúc đẩy sự đóng góp của toàn thể nhân viên vào thực hiện mục tiêu chung.

Những nội dung chủ yếu trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp

Một là, nâng cấp *trình độ công nghệ* và *trình độ hiểu biết của người lao động* lên tầm hiện đại. Đây là hai yếu tố tạo thành *lực lượng sản xuất hiện đại* của doanh nghiệp - nhân tố chính của sức cạnh tranh thị trường và hội nhập quốc tế. Hiện nay, trình độ phát triển của hai yếu tố này ở nước ta còn cách xa các nước trong khu vực, không những thể hiện ở sự lạc hậu về kinh tế mà còn lạc hậu về tri thức. Thành tích tăng trưởng kinh tế ở nước ta hiện nay chủ yếu dựa vào vốn đầu tư và khai thác tài nguyên. Vì thế, phải xác định phát triển lực lượng sản xuất hiện đại dựa trên nền tảng trình độ công nghệ cao và sự phát triển của người lao động là vấn đề trung tâm của quá trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp và nền kinh tế thị trường hiện đại.

Hai là, đổi mới phương thức tổ chức và quản lý doanh nghiệp theo hướng phát triển bền vững, phù hợp với yêu cầu phát triển lực lượng sản xuất hiện đại, nhằm mục tiêu tạo ra "*con người kinh tế - văn hóa Việt Nam*" trong thời đại hiện nay. Quá trình thực hiện mục tiêu này không chỉ đem lại năng suất lao động và lợi nhuận ngày càng tăng cho doanh nghiệp, mà còn là sự chuẩn bị cho tương lai trong cạnh tranh thị trường và xây dựng đất nước. Về mặt kinh tế, phương thức tổ chức, quản lý mới phải hướng tới *công ty cổ phần.* Chỉ có loại công ty cổ phần theo đúng nghĩa của nó thì mới tạo ra *cơ sở kinh tế* cho sự phát triển của mỗi người đi đôi với sự phát triển của tập thể doanh nghiệp. Đây là vấn đề có tính quy luật của kinh tế thị trường hiện đại.

Ba là, xây dựng văn hóa doanh nghiệp theo yêu cầu mới chỉ thành công khi *người lãnh đạo nền kinh tế và doanh nghiệp* có đủ phẩm chất, bản lĩnh (về lòng yêu nước, nắm vững định hướng phát triển bền vững, dám nghĩ, dám làm) và năng lực điều hành đáp ứng yêu cầu phát triển lực lượng sản xuất

hiện đại. Mô hình "Người lãnh đạo là tấm gương" trong phát triển kinh tế của nhiều nước là một kinh nghiệm quý báu mà chúng ta cần tham khảo.

Bốn là, căn cứ vào đặc điểm phát triển của doanh nghiệp, cần hình thành *một quy ước* (tương tự như cẩm nang của các công ty Nhật Bản) để người lao động phát huy đầy đủ ưu điểm và khắc phục nhược điểm trong công tác và trong các mối quan hệ (doanh nghiệp, gia đình, xã hội). Khuyến khích mọi người làm việc và sống theo quy ước cần được coi là mối quan tâm hàng đầu của công đoàn doanh nghiệp.

Những giải pháp phát triển văn hóa doanh nghiệp

Để phát triển văn hóa doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay, cần làm tốt những việc sau đây:

Thứ nhất, văn hóa doanh nghiệp hiện đại và chế độ doanh nghiệp hiện đại phải được xây dựng đồng bộ.

Thực tiễn xây dựng chế độ doanh nghiệp ở nước ta hiện nay bộc lộ nhiều hạn chế. *Một là*, thiếu tính quy phạm vì sự trùng lặp, chồng chéo về quyền hạn giữa hội đồng quản trị và giám đốc điều hành; tổ chức giám sát nhiều khi chỉ là hình thức mà không thực chất. *Hai là,* nhãn hiệu, tên gọi nhà máy đổi thành công ty, nhưng cơ cấu điều hành, quản lý về cơ bản vẫn được giữ nguyên. *Ba là*, chính quyền can thiệp quá sâu vào doanh nghiệp làm cho doanh nghiệp không tự chủ phát triển. Chính vì thế, văn hóa doanh nghiệp chỉ được nhắc đến như một hình thức trang trí mà không được coi là một động lực phát triển.

Vì vậy, việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp hiện đại và chế độ doanh nghiệp hiện đại phải được tiến hành đồng bộ. Đây là vấn đề then chốt trong công tác quản lý, đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam phải chú trọng hơn nữa trong chiến lược phát triển của mình.

Những nước phương Đông thành công trong phát triển kinh tế thị trường có nét tương đồng là họ có những thành công nhất định về vấn đề "văn hóa doanh nghiệp" của nước mình, như Nhật Bản, Hàn Quốc... Theo kết quả nghiên cứu của nước ngoài, văn hóa trong doanh nghiệp ở phương Đông có những đặc điểm chung trong phong cách quản trị doanh nghiệp:

- Làm gương cho người khác noi theo (ở phương Tây dựa trên luật lệ, nguyên tắc).

- Quản lý dựa trên quan hệ tình cảm, thứ bậc, tuổi tác.

- Có pháp chế, quy ước chung để mọi người noi theo.

- Quản lý dựa trên cơ sở tư tưởng nhân ái, hòa đồng.

- Lòng trung thành với sự nghiệp.

Thứ hai, chính sách quản lý kinh tế của Nhà nước phải coi trọng vấn đề văn hóa doanh nghiệp.

Chính sách kinh tế đúng đắn, rộng mở của Nhà nước sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển. Mặt khác, sự phát triển của doanh nghiệp cũng giúp Nhà nước vững mạnh và có điều kiện thực hiện an sinh xã hội. Việc quan tâm tạo điều kiện phát triển văn hóa doanh nghiệp của Nhà nước vừa là phương cách tạo động lực cho doanh nghiệp phát triển, vừa góp phần bảo đảm công bằng xã hội và định hướng xã hội chủ nghĩa trong sự nghiệp đổi mới đất nước.

Thứ ba, hình thành hệ quan điểm giá trị và chuẩn mực hành vi cho văn hóa doanh nghiệp.

Quan điểm giá trị là tiêu chuẩn để tất cả mọi thành viên của doanh nghiệp thống nhất phấn đấu và bảo đảm sự hài hòa giữa lợi ích của doanh nghiệp và lợi ích xã hội. Tinh thần dân chủ và ý thức trách nhiệm của tất cả mọi người, từ lãnh đạo đến nhân viên phải được đề cao. Quan điểm giá trị của người lãnh đạo doanh nghiệp sẽ quyết định thái độ đối xử với công nhân, viên chức, với khách hàng, doanh nghiệp, xã hội, quốc gia, và về phía công nhân, viên chức, quan điểm giá trị sẽ quyết định thái độ tích cực hay tiêu cực đối với sự phát triển của công ty.

Quan điểm giá trị doanh nghiệp là yếu tố chi phối hành vi của doanh nghiệp. Vì vậy, quan điểm giá trị và quy chuẩn hành vi của công nhân, viên chức là hạt nhân của văn hóa doanh nghiệp, là tiền đề để doanh nghiệp xác định chính xác mục tiêu phát triển. Chẳng hạn ở công ty IBM, có 3 điểm quan trọng trong hệ quan điểm giá trị của công ty: tôn trọng cá nhân, khách hàng trên hết, mưu cầu lợi ích tối cao trong chiến lược sản xuất và quảng bá thương hiệu. Mặc dù trong mấy thập niên qua thị trường thế giới có nhiều biến động nhưng IBM vẫn kiên trì với 3 quan điểm giá trị này, và nhờ thế đã khích lệ công nhân, viên chức sáng tạo ra những sản phẩm chất lượng cao và những phương cách phục vụ tốt nhất làm thỏa mãn khách hàng.

Hiện nay, các doanh nghiệp nước ta cũng phải hướng đến quan niệm giá trị trong sản xuất và kinh doanh cho phù hợp với xu thế thời đại: lấy con người làm trung tâm, khách hàng trên hết, chất lượng thứ nhất, phục vụ tận tình, cạnh tranh lành mạnh, coi trọng chữ tín. Phải tránh xa lối làm ăn chụp giật, coi nhẹ chữ tín, không quan tâm đến lợi ích khách hàng. Vì đó chính là những biểu hiện của thứ văn hóa không lành mạnh, làm cho doanh nghiệp không những không phát triển mà còn bị loại bỏ khỏi thị trường.

Thứ tư, chú ý nâng cao phẩm chất văn hóa của người kinh doanh.

Nâng cao tố chất toàn diện của người kinh doanh đang trở thành một nhiệm vụ cấp bách trong nền kinh tế thị trường hiện đại. Hơn nữa, việc hình thành một đội ngũ các nhà doanh nghiệp trong cả nước vừa có năng lực, có khát vọng, vừa nhạy bén trước những biến đổi về chính trị, kinh tế, xã hội sẽ là nhân tố quan trọng làm cho nền kinh tế quốc gia phát triển vững vàng, liên tục.

Tố chất văn hóa của người kinh doanh hiện đại bao gồm nhiều mặt, trong đó đáng chú ý là: quan điểm giá trị tiên tiến; nhạy bén trong việc nắm bắt, phân tích thị trường; có khả năng làm chủ tri thức khoa học và tri thức quản lý hiện đại; có trách nhiệm xã hội và thân thiện với môi trường.

Trong thực tế, nhiều doanh nghiệp ở nước ta vẫn chủ yếu điều hành dựa vào kinh nghiệm, khả năng nắm bắt thời cơ và xử lý các vấn đề nảy sinh chậm chạp, ít sáng tạo và ngại đột phá. Rõ ràng, trong quá trình bước vào "sân chơi" kinh tế toàn cầu với những "luật chơi" mới, nếu chỉ dựa vào kinh nghiệm là không đủ. Chỉ có thể không ngừng nâng cao tố chất văn hóa một cách toàn diện, đặc biệt là tố chất khoa học - kỹ thuật và tố chất quản lý kinh tế hiện đại, doanh nghiệp mới có khả năng tạo ra đột phá và vượt qua thách thức cạnh tranh để phát triển.

Thứ năm, doanh nghiệp không chỉ là tổ chức kinh tế đơn thuần mà còn là tổ chức xã hội.

Khi nói lấy xây dựng kinh tế là trung tâm, nhiều người cho rằng mục tiêu duy nhất của doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận. Toàn bộ giá trị tồn tại của doanh nghiệp là ở lợi nhuận. Điều này có phần đúng vì tìm kiếm

lợi nhuận là nguyên tắc cơ bản của kinh doanh. Nhưng nếu quy tất cả vào lợi nhuận thì chưa đủ vì doanh nghiệp không chỉ là tổ chức kinh tế thuần túy mà còn là tổ chức xã hội. Với tư cách là một tế bào của xã hội, ngoài hoạt động kinh tế và động cơ kinh tế, doanh nghiệp phải gắn liền với xã hội mà biểu hiện rõ nhất là các hoạt động chính trị và văn hóa - xã hội. Vì thế, doanh nghiệp phải có trách nhiệm xã hội và nghĩa vụ nhất định đối với xã hội, phải góp phần thúc đẩy sự phát triển của văn hóa. Muốn thúc đẩy sự phát triển văn hóa thì bản thân doanh nghiệp phải mang giá trị văn hóa.

Nếu chỉ coi tối đa hóa lợi nhuận là mục tiêu duy nhất của doanh nghiệp thì doanh nghiệp sẽ khó lòng tồn tại vì rất dễ xảy ra tình trạng tham nhũng, hối lộ để giành quyền ưu tiên, tình trạng vắt kiệt tài nguyên mà không quan tâm đến môi trường sinh thái, biến người lao động thành nô lệ mà không chú ý đầy đủ đến lợi ích kinh tế và văn hóa của họ. Hiện nay các doanh nghiệp tiên tiến hiện đại trên thế giới đều chú trọng mô hình kết hợp động cơ kinh tế và trách nhiệm xã hội, chuyển từ mục tiêu đơn nhất (lợi nhuận) sang hệ thống đa mục tiêu (gắn kinh tế với chính trị, văn hóa, xã hội).

Mục đích phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta là nhằm đáp ứng đầy đủ nhu cầu đời sống vật chất, đời sống tinh thần của nhân dân, vì thế các doanh nghiệp phải nhận thức đầy đủ trách nhiệm, thấy rõ ý nghĩa xã hội của doanh nghiệp, gạt bỏ quan niệm phiến diện chỉ chạy theo lợi nhuận. Để làm tốt nhiệm vụ ấy, phải coi văn hóa doanh nghiệp là hướng đạo của sinh tồn và phát triển.

Thứ sáu, vai trò của tổ chức đảng và các đoàn thể trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Chủ trương phát triển kinh tế của Đảng không tách rời với sự phát triển toàn diện đất nước. Vì thế, những định hướng của Đảng, Nhà nước về phát triển kinh tế và phát triển bền vững phải được quán triệt sâu sắc trong phát triển văn hóa doanh nghiệp. Cần tạo ra sự phối hợp nhịp nhàng giữa chính quyền và công tác đảng, công tác đoàn thể để doanh nghiệp phát triển lành mạnh.

Văn hóa doanh nghiệp với công tác chính trị tư tưởng ở doanh nghiệp có rất nhiều điểm chung: chung về mục tiêu phát triển, về động viên, khích lệ tinh thần năng động và sáng tạo của cán bộ, xây dựng xã hội học tập ngay trong lòng doanh nghiệp nhằm đẩy mạnh tố chất khoa học - kỹ thuật và trình độ quản lý kinh tế hiện đại,... Mối quan hệ giữa chúng là mối quan hệ của hai phạm trù: văn hóa doanh nghiệp về bản chất thuộc về văn hóa kinh tế, còn công tác chính trị tư tưởng thuộc về phạm trù văn hóa chính trị.

Từ những phân tích trên có thể thấy nếu công tác chính trị tư tưởng là biện pháp quan trọng để bồi dưỡng giáo dục tinh thần doanh nghiệp, xây dựng văn hóa doanh nghiệp, thì văn hóa doanh nghiệp lại tạo ra hình thức tốt nhất cho sự kết hợp chặt chẽ công tác chính trị tư tưởng doanh nghiệp với công tác quản lý doanh nghiệp.

Thứ bảy, phát huy tinh thần làm chủ của cán bộ, công nhân, viên chức trên tinh thần nhận thức mới.

Tinh thần làm chủ là một phạm trù quan trọng được Đảng nêu lên trong Cương lĩnh và nhiều văn kiện của Đảng nhưng rõ ràng đến nay chúng ta chưa phát huy hết vai trò của nó. Đặc biệt, trong quá trình xây dựng nền kinh tế thị trường, mối quan hệ chủ - người làm thuê đã xuất hiện và nhiều khi được coi là bình thường. Đây là nguyên nhân làm nảy sinh hiện tượng bất bình đẳng một cách tinh vi. Bản chất của chế độ xã hội xã hội chủ nghĩa xa lạ với thực trạng này.

Tuy nhiên, để giải quyết tốt vấn đề, nhất thiết chúng ta phải nhận thức lại tinh thần làm chủ của người lao động từ tầm nhìn hiện đại.

Muốn phát huy vai trò làm chủ của người lao động, trước hết, phải bảo đảm tính dân chủ, phát huy cao nhất tinh thần trách nhiệm của công nhân, viên chức, phải làm cho họ ý thức được quyền lợi của họ gắn liền với sự phát triển của doanh nghiệp, coi doanh nghiệp như là ngôi nhà của mình, gắn bó và luôn luôn tìm tòi sáng kiến để làm lợi cho doanh nghiệp. Mặt khác, lãnh đạo doanh nghiệp phải biết lắng nghe, không độc đoán, chuyên quyền hay mưu lợi cá nhân. Giữa lãnh đạo và nhân viên phải có sự thống nhất cao độ, cộng đồng trách nhiệm, hết lòng tận tụy với doanh nghiệp. Kinh nghiệm phát triển kinh tế của Nhật Bản rất đáng lưu ý đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Nhiều doanh nghiệp Nhật Bản đã khích lệ công nhân, viên chức tham dự quản lý và quyết sách doanh nghiệp, xây dựng doanh nghiệp thành một thể thống nhất lợi ích, từ đó nâng cao một cách hiệu quả lực tụ hội và sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

Như vậy, các nhà quản lý doanh nghiệp phải nhận thức được rằng, nếu biết toàn tâm toàn ý dựa vào tập thể công nhân, viên chức để hình thành ý thức làm chủ ở họ, coi doanh nghiệp như nhà mình, hết lòng vì sự thịnh vượng của doanh nghiệp thì chắc chắn sẽ thành công.

Thứ tám, phát huy trí tuệ của đội ngũ chuyên gia và tổ chức môi giới.

Trong một thời gian khá dài, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam không coi quản lý là một bộ môn khoa học mà chủ yếu làm việc theo kinh nghiệm. Cùng với thái độ coi trọng kinh nghiệm, tất nhiên, văn hóa doanh nghiệp càng bị coi thường. Nay nhận thức ấy đã ít nhiều thay đổi. Văn hóa doanh nghiệp là một bộ phận quan trọng của quản lý doanh nghiệp. Mặc dù có những thay đổi tích cực, nhưng trong thực tế, chúng ta vẫn chưa coi trọng lý luận văn hóa doanh nghiệp. Đây là một nguyên nhân khiến cho trình độ xây dựng văn hóa doanh nghiệp nước ta không cao.

Một biện pháp dễ dàng nhất là thông qua các lớp bồi dưỡng, tập huấn làm cho nhà doanh nghiệp tự thân trở thành chuyên gia văn hóa doanh nghiệp, làm cho họ vừa nắm chắc thực tế của doanh nghiệp, vừa am hiểu lý luận văn hóa doanh nghiệp. Đây là sự kết hợp lý tưởng đối với các nhà quản lý doanh nghiệp, giúp họ mở rộng tầm nhìn trong các quyết sách phát triển doanh nghiệp. Mặt khác, để thúc đẩy sự phát triển văn hóa doanh nghiệp, họ phải biết dựa vào các chuyên gia và các tổ chức môi giới xã hội.

Chuyên gia văn hóa doanh nghiệp thường là những học giả chuyên môn nghiên cứu văn hóa doanh nghiệp và làm việc trong các viện nghiên cứu khoa học và các trường đại học, cao đẳng. Tổ chức môi giới xã hội thông thường là những công ty tư vấn và những hiệp hội, đoàn thể xã hội liên quan đến văn hóa doanh nghiệp. Trong số họ có không ít những nhân tài vừa có trình độ cao về lý luận văn hóa doanh nghiệp, vừa có kinh nghiệm thực tiễn.

Để tận dụng sự đóng góp của đội ngũ chuyên gia và tổ chức môi giới cần chú ý: *Một,* chủ động tạo điều kiện để các chuyên gia tiếp xúc nhiều và hiểu rõ thực trạng của doanh nghiệp. *Hai,* tôn trọng tri thức, tôn trọng khoa học, coi trọng ý kiến chuyên gia. *Ba,* tôn trọng tính sáng tạo của lao động chuyên gia và có chế độ đãi ngộ xứng đáng. Đây là biểu hiện của chính sách coi trọng nhân tài, một nguyên tắc hết sức quan trọng trong chiến lược phát triển doanh nghiệp trong thời đại kinh tế tri thức.❑