

VĂN HÓA KINH DOANH CỦA DOANH NHÂN TRẺ TRONG BỐI CẢNH KINH DOANH TOÀN CẦU Ở VIỆT NAM

Nguyễn Thị Hạnh

Trường Đại học Sư phạm - ĐH Thái Nguyên

TÓM TẮT

Đội ngũ doanh nhân là những người trực tiếp góp phần tạo sự phồn thịnh kinh tế cho quốc gia. Họ là linh hồn của doanh nghiệp. Văn hóa kinh doanh sẽ quyết định đến văn hóa doanh nghiệp. Đặc biệt thế hệ trẻ hiện nay, với khát vọng làm giàu bằng trí tuệ, sức khỏe và sáng tạo đã góp phần mạnh mẽ trong đóng góp vào sự phát triển của Việt Nam. Trong bối cảnh kinh doanh toàn cầu, doanh nhân trẻ Việt Nam đang dần nâng cao năng lực và phát huy tố chất của mình. Bên cạnh đó, vấn đề đạo đức và trách nhiệm với xã hội là yếu tố tồn tại và phát triển của doanh nghiệp cũng được doanh nhân quan tâm. Tuy nhiên, một bộ phận không nhỏ trong giới doanh nhân và doanh nhân trẻ nói riêng vẫn còn yếu kém về trình độ học thức, ngoại ngữ. Vấn đề suy đồi đạo đức trong kinh doanh còn diễn ra do hậu quả từ luật pháp chưa chặt chẽ. Bằng các phương pháp nghiên cứu logic kết hợp với lịch sử, thống kê, tổng hợp so sánh, tác giả đã phân tích và đưa ra những giải pháp để nâng cao văn hóa doanh nhân trẻ ở Việt Nam trong bối cảnh kinh doanh toàn cầu. Bài viết không chỉ có ý nghĩa lý luận mà còn có ý nghĩa thực tiễn rất lớn đối với việc nâng cao văn hóa doanh nhân trẻ trong bối cảnh mới.

Từ khóa: Văn hóa doanh nhân; kinh doanh toàn cầu; đạo đức kinh doanh; doanh nhân trẻ; kinh doanh.

Ngày nhận bài: 09/5/2020; Ngày hoàn thiện: 29/6/2020; Ngày đăng: 30/6/2020

ENTREPRENEURIAL CULTURE OF YOUNG ENTREPRENEURS IN THE CONTEXT OF GLOBAL BUSINESS IN VIETNAM

Nguyen Thi Hanh

TNU - University of Education

ABSTRACT

Entrepreneurs are the people who directly contribute to the economic prosperity of the country. They are the soul of business. Entrepreneurial culture will determine the career culture. In the context of global business, Vietnamese entrepreneurs are gradually improving their capabilities and promoting their qualities. In addition, the issue of ethics and social responsibility is an element of the business's survival and development. However, a large part of the business community is still weak in terms of education and foreign languages. The issue of ethical decline in business also occurs as a result of the law is not tight. Using logical methods combined with history, statistics, aggregated comparisons, the author analyzes and proposed solutions to enhance the young entrepreneur culture in Vietnam in the context of global business. The article is not only theoretical meaning but also has great practical implications for improving young entrepreneurial culture in a new context.

Keywords: Entrepreneurial culture; global business; business ethics; young entrepreneurs; business.

Received: 09/5/2020; Revised: 29/6/2020; Published: 30/6/2020

Email: hanhnt@tue.edu.vn

http://jst.tnu.edu.vn; Email: jst@tnu.edu.vn

585

1. Đặt vấn đề

Doanh nhân là người làm chủ kinh doanh, là những người tham gia quản lý, tổ chức, điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp. Ở Việt Nam, điều 17 Luật Thương mại quy định: cá nhân từ 18 tuổi trở lên có hành vi dân sự đầy đủ, pháp nhân, tổ hợp tác, hộ gia đình có đủ điều kiện để kinh doanh thương mại thì được cơ quan Nhà nước có thẩm quyền cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh và trở thành thương nhân hay doanh nhân”. Như vậy, việc hình thành kinh doanh của một cá nhân được pháp luật quy định đủ tuổi công dân. Đây là điều kiện để thế hệ thanh niên lập nghiệp. Một cá nhân hay doanh nghiệp là người sáng tạo và chịu ảnh hưởng từ quá trình văn hóa của dân tộc, của tổ chức,... Tất cả tạo nên một khối tổng thể gọi là văn hóa doanh nhân. Đặc biệt khi người chủ doanh nghiệp ở những độ tuổi khác nhau sẽ xây dựng văn hóa doanh nghiệp mang màu sắc đậm cá nhân, tuổi tác. Văn hóa doanh nhân là một hệ thống các giá trị, các chuẩn mực, các quan niệm và hành vi của doanh nhân trong quá trình lãnh đạo và quản lý doanh nghiệp. Hay nói cách khác, văn hóa doanh nhân bao gồm chuẩn mực của hệ thống giá trị hội tụ đủ bốn yếu tố Tâm, Tài, Trí, Đức. Đội ngũ doanh nhân nói chung và doanh nhân trẻ ở Việt Nam hiện nay đang là những người trực tiếp góp phần tạo sự phồn thịnh kinh tế cho quốc gia. Cụ thể họ là lực lượng chủ yếu làm ra của cải vật chất, góp phần đáng kể trong tăng trưởng GDP, giải quyết công ăn việc làm cho xã hội. Bên cạnh đó, doanh nhân nói chung và doanh nhân trẻ nói riêng là người sáng tạo sản phẩm dịch vụ, mở rộng thị trường, giao lưu văn hóa thúc đẩy phát triển xã hội. Doanh nhân là những người đào tạo ra những người dưới quyền góp phần phát triển nguồn nhân lực. Không chỉ có thế, cùng với sự phát triển của nền kinh tế thị trường, doanh nhân với vai trò tham mưu cho nhà nước về chính sách, chiến lược kinh tế cũng không ngừng tăng lên. Hiện nay, những nước phát triển và đang phát triển thì doanh nhân đều được bình

chọn và ca ngợi. Vậy, trong bối cảnh kinh doanh toàn cầu, văn hóa kinh doanh của các doanh nhân trẻ cần phải thay đổi những gì cho phù hợp hay không? Đó chính là vấn đề đặt ra mà bài báo giải quyết.

2. Thực trạng về văn hóa kinh doanh của doanh nhân trẻ ở Việt Nam trong bối cảnh kinh doanh toàn cầu

2.1. Sự thay đổi về năng lực của doanh nhân trẻ phù hợp với bối cảnh kinh doanh toàn cầu

Năng lực của doanh nhân là yếu tố cấu thành nên văn hóa của một doanh nhân. Đây được gọi là yếu tố Tài, Trí của người doanh nhân. “Thước đo về năng lực của doanh nhân bao gồm: trình độ chuyên môn, trình độ lãnh đạo, tài lực, trí lực, thể lực và trình độ quản lý kinh doanh. Trình độ chuyên môn là những kiến thức chung, bằng cấp, ngoại ngữ, kiến thức nghiệp vụ” [1]. Nếu trình độ chuyên môn là điều kiện cần thì năng lực lãnh đạo, trình độ quản lý là điều kiện đủ để cấu thành nên một nhà quản lý doanh nghiệp. Tuy nhiên trong quá trình khai thác các yếu tố, nguồn lực, tài chính lại cần đến tài lực của doanh nhân. Bên cạnh đó, khả năng khai thác tri thức và ra quyết định tạo nên bản sắc riêng của mỗi người. Hơn thế nữa, thể lực là việc sử dụng các quan hệ xã hội, giao tiếp để tạo nên thuận lợi trong kinh doanh cũng hết sức quan trọng.

Với sự phát triển xã hội, ngày nay hầu như các doanh nhân trẻ đều có trình độ học vấn cao. Điều này giúp họ giải quyết những việc, những vấn đề trong điều hành kinh doanh. Tuy nhiên, những kiến thức ngày hôm qua còn rất hữu dụng, nhưng hôm nay nó trở thành “cũ” và nhường chỗ cho cái “mới” hơn. Vì vậy, doanh nhân trẻ không chỉ trang bị kiến thức nghiệp vụ mà cả những kiến thức về lãnh đạo. Hơn nữa trong kinh doanh luôn đòi hỏi tính mới mẻ, tính sáng tạo, nên người doanh nhân phải luôn bồi dưỡng những khả năng khai thác: trí lực, thể lực và tài lực. Việc học tập được tích lũy suốt cuộc đời chứ không phải thời gian cụ

thế. Trên thế giới người ta không chỉ quan tâm sử dụng doanh nhân có tri thức cao mà nhiều doanh nghiệp quốc tế đã thiết kế chức danh giám đốc quản trị tri thức (chief knowledge officer) vì tài sản tri thức trong doanh nghiệp là huyết mạch sống của doanh nghiệp. Vì vậy, học tập nâng cao năng lực của doanh nhân cũng nên thay đổi trong bối cảnh toàn cầu của các nước hiện nay.

Việc hội nhập đã tạo cho doanh nhân Việt Nam những cơ hội tiếp cận với môi trường kinh doanh mới, cơ hội mới. Theo thống kê của Tổng cục thống kê năm 2017, tỷ lệ doanh nhân có trình độ trên đại học là 12,25%, đại học 70,2 %. Trong số các doanh nhân có trình độ đại học không phải ai cũng học chuyên ngành kinh tế hay kinh doanh. Kết quả cho thấy, doanh nhân Việt Nam không được đào tạo bài bản từ kinh doanh. Bảng 1 thể hiện ý kiến khảo sát về những yếu tố có thể tạo nên một doanh nhân trẻ thành công ở Việt Nam.

Bảng 1. Ý kiến khảo sát về những yếu tố có thể tạo nên một doanh nhân trẻ thành công ở Việt Nam

Yếu tố	Số phiếu chọn	Tỷ lệ %
Tiếp thu từ nền giáo dục và đời sống	15	3
Tố chất, khả năng bẩm sinh của doanh nhân	399	79,8
Việc kết nối các quan hệ kinh doanh trong và ngoài nước	351	72,2
Truyền thống gia đình, kinh nghiệm gia đình	11	2,2

(Nguồn: Hội doanh nhân trẻ Việt Nam, 2019)

Qua số liệu ở bảng 1 cho thấy, để trở thành doanh nhân trẻ cần phải là người có tố chất bẩm sinh của doanh nhân. Hơn nữa, việc kết nối các quan hệ kinh doanh trong ngoài nước cũng được nhiều người lựa chọn. Hai đặc điểm được lựa chọn rất thấp là chịu khơi nguồn từ nền giáo dục, đời sống và truyền thống, kinh nghiệm gia đình. Điều này cho thấy: người doanh nhân phải hội tụ đủ cả trình độ chuyên môn và cả năng lực khác. Vấn đề đặt ra ở đây là giáo dục đại học là nền tảng kiến thức chưa đáp ứng được thực tiễn cho việc kinh doanh của người doanh nhân trẻ.

2.2. Doanh nhân trẻ Việt Nam ngày càng thể hiện tính năng động, linh hoạt, thích ứng nhanh song lại yếu về năng lực dự báo và năng lực hoạch định chiến lược

Với doanh nhân trẻ ở Việt Nam, khát vọng kinh doanh để mang lại cả danh và mang cả lợi. Điều này phản ánh khát vọng của doanh nhân không chỉ làm giàu mà khát vọng được tôn vinh bản thân, gia đình và dòng tộc. Đây là chìa khóa kích thích những sáng tạo mới trong kinh doanh. Hơn nữa vì muốn khẳng định vị thế, doanh nhân sẽ có niềm đam mê kinh doanh, chấp nhận rủi ro. Mặt khác, ở Việt Nam luôn tồn tại các mối quan hệ gia đình, dòng họ, cộng đồng. Gia đình, dòng họ, xã hội ảnh hưởng tới tâm lý, hành vi, tính cách cá nhân; đồng thời tạo cơ hội trong quan hệ xã hội của các doanh nhân khi kinh doanh. Bên cạnh đó, bản chất con người Việt Nam biết mềm dẻo, linh hoạt trong mọi hoạt động. Từ đó cho thấy đây chính là yếu tố để doanh nhân tiếp cận nhanh, linh hoạt và sáng tạo công nghệ, thành tựu của thế giới.

Tuy nhiên, tính linh hoạt ở doanh nhân Việt Nam tạo nên thiếu nguyên tắc, mất chữ tín trong kinh doanh, nhất trong bối cảnh kinh doanh toàn cầu. Bảng 2 là kết quả khảo sát về đặc điểm biểu hiện khát vọng kinh doanh của doanh nhân trẻ Việt Nam.

Bảng 2. Khảo sát về đặc điểm biểu hiện khát vọng kinh doanh của doanh nhân trẻ Việt Nam

Yếu tố	Số phiếu	Tỷ lệ % so với tổng số phiếu
Khát vọng làm giàu (ước muốn kiếm tiền đơn thuần)	325	65
Khát vọng cá nhân được tôn vinh	321	64,2
Khát vọng có địa vị xã hội	311	62,2

(Nguồn: Hội doanh nhân trẻ Việt Nam, 2019)

Qua bảng khảo sát cho thấy, muốn làm giàu, cũng như khát vọng cá nhân được tôn vinh luôn là điều mà các cá nhân người trẻ tuổi ở Việt Nam quan tâm. Những doanh nhân thường là những người làm chủ và chịu trách nhiệm trước thành công hay thất bại của doanh nghiệp. Vì vậy, khát vọng là cái nôi để người doanh nhân sáng tạo. Sáng tạo để gia tăng giá trị.

2.3. Đạo đức doanh nhân và trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp ngày càng được quan tâm đối với những doanh nhân trẻ tuổi

“Đạo đức và trách nhiệm đối với xã hội của doanh nhân tạo nên phẩm giá của doanh nhân” [2]. Tuy nhiên, đạo đức của một tình huống kinh doanh thường là phức tạp, nên đôi khi những nhà quản trị sẽ có các quan điểm khác nhau. Đối với các nước phát triển thì vấn đề đạo đức và trách nhiệm xã hội đang được các doanh nhân coi như chiến lược phát triển trong kinh doanh của mình. Họ xem sự tồn tại của doanh nghiệp chính là nhờ vào đạo đức kinh doanh. Bởi vì các nước phát triển hệ thống các thể chế, bao gồm đạo đức kinh doanh hoàn chỉnh hơn. Vì thế, việc tuân thủ chuẩn mực đạo đức kinh doanh chính là tạo nên giá trị cho doanh nghiệp (uy tín, thương hiệu,...). Trong khi đó, các nước đang phát triển do hệ thống pháp luật chưa hoàn chỉnh, tạo cơ hội cho việc làm trái pháp luật. Thực tế cho thấy, ở Việt Nam nhiều doanh nhân vì muốn chạy theo lợi nhuận nên sản xuất hàng giả, hàng nhái. Đặc biệt với tuổi trẻ sự suy nghĩ chưa chín chắn cũng là nhân tố tạo sự suy đồi đạo đức. Sự suy đồi đạo đức trong kinh doanh đã ảnh hưởng đến người tiêu dùng, lợi ích quốc gia. Như vậy, sự chưa hoàn chỉnh về thể chế khiến cho tình trạng vi phạm đạo đức kinh doanh ngày càng trầm trọng.

Trước tình trạng vi phạm pháp luật của các doanh nhân nói chung và doanh nhân trẻ nói riêng trong kinh doanh, nhà nước ta đang có những cải cách trong thủ tục hành chính và ban hành các luật lệ. Đây là cơ sở để các doanh nghiệp phải tuân thủ. Cụ thể, chủ các doanh nghiệp và người lao động được cải thiện, biểu hiện qua việc số lượng các vụ đình công có xu hướng giảm xuống. Các doanh nhân chủ động thực hiện trách nhiệm xã hội của mình. Họ xem trách nhiệm xã hội như là điều mang lại cho doanh nghiệp sự uy tín và cả lợi nhuận; phải kể đến như Vietinbank, Mai Linh, Traphaco... Các hoạt động từ thiện được các doanh nhân tham gia nhiều hơn với

chương trình như Lục Lạc vàng, quỹ học bổng đèn đom đóm...

3. Giải pháp để nâng cao văn hóa kinh doanh của doanh nhân trẻ ở Việt Nam cho phù hợp với bối cảnh kinh doanh toàn cầu

3.1. Nâng cao trình độ và năng lực lãnh đạo của doanh nhân trẻ

Trình độ và năng lực quyết định đến vị thế cá nhân của doanh nhân. Đây cũng là yếu tố tạo nên sự khác biệt trong văn hóa của doanh nhân hiện nay. Bên cạnh đó nó có vai trò trong việc xác định định hướng phát triển và tầm nhìn cho doanh nghiệp. “Ngày nay kinh doanh trong bối cảnh toàn cầu, đó là kinh doanh đa văn hóa. Vì vậy những luật lệ quy định trên thế giới bắt buộc doanh nhân phải nắm vững” [3]. Bên cạnh đó, ngoại ngữ là yếu tố giúp các doanh nhân tiếp cận thông tin và giao tiếp. Thách thức đối với doanh nhân trẻ đó là tầm nhìn và ý thức chứ không phải vốn và công nghệ. Thiếu vốn có thể vay, thiếu công nghệ có thể mua nhưng tầm nhìn hạn hẹp có thể không thành công. Các doanh nhân kinh doanh trong bối cảnh toàn cầu trở thành “doanh nhân toàn cầu”. Vì vậy phải có tầm nhìn toàn cầu, hoài bão toàn cầu. Thực tế cho thấy, hầu như các doanh nhân trẻ không có kiến thức về kinh tế, ngoại ngữ. Giáo dục chưa đáp ứng được với nhu cầu thực tiễn của người doanh nhân. Vì vậy, cần phải đổi mới từ hệ thống giáo dục. Giáo dục giúp doanh nhân có kiến thức nền tảng và tầm nhìn toàn cầu hơn.

3.2. Tạo điều kiện để các doanh nhân trẻ thay đổi tư duy dám đổi mới, dám chấp nhận mạo hiểm, rủi ro trong bối cảnh kinh doanh toàn cầu

Mọi hoạt động kinh doanh đều bắt nguồn từ ý tưởng. Những ý tưởng sáng tạo tạo thành những hoạt động đổi mới. “Với doanh nhân trẻ luôn tìm kiếm và nắm bắt cho bằng được các cơ hội về thị trường, công nghệ và dám chấp nhận rủi ro thì các doanh nghiệp ấy sẽ trưởng thành và phát triển rất tốt” [4]. Hội

nhập yêu cầu tính cạnh tranh cao. Vì vậy để nâng cao năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp phải biết kết hợp giữa tri thức và sáng tạo mới. Với bối cảnh kinh doanh toàn cầu, việc doanh nhân quản trị tri thức phải nhìn ở ba góc độ: khoa học công nghệ được khai thác, ứng dụng và chia sẻ thể nào trong doanh nghiệp; góc độ tổ chức xúc tiến quy trình quản lý tri thức thể nào cho hiệu quả và góc độ tương tác giữa con người với thiên nhiên, môi trường sống. “Khi các yếu tố trên được xem xét, các doanh nghiệp sẽ nâng cao được năng lực cạnh tranh; vừa thể hiện được đạo đức trong kinh doanh” [5]. Vậy để doanh nhân tăng cường tố chất sáng tạo thì các cơ sở, địa phương, các tổ chức khác nhau tạo điều kiện cung cấp kiến thức chung và khơi gợi những ý tưởng sáng tạo. Thực tế cho thấy, rất nhiều doanh nhân kinh doanh xuất phát điểm của họ không phải chuyên ngành kinh doanh. Vì vậy, việc phát triển các cơ sở đào tạo thêm về lĩnh vực kinh tế, kinh doanh là một việc rất quan trọng đối với người trẻ tuổi.

3.3. Hoàn thiện hệ thống pháp luật để hình thành đạo đức doanh nhân trong bối cảnh kinh doanh toàn cầu

Hiện nay, khi chúng ta hội nhập, doanh nhân phải đối mặt với nhiều thách thức. Doanh nhân – tri thức là hai yếu tố thể hiện con người kinh doanh toàn cầu. Sự thành tín là yếu tố quyết định nên đạo đức của doanh nhân hiện nay. “Ngoài tạo lên lợi nhuận cao, doanh nhân phải nhận thức được vai trò của mình trong xã hội” [6]. Nghĩa vụ, trách nhiệm và lương tâm trong kinh doanh phải luôn được đặt ra ngang nhau. Tiêu chí đánh giá đạo đức doanh nhân là doanh nhân thu được lợi ích kinh tế cao và góp phần xứng đáng cho quốc gia, cộng đồng, cải thiện môi trường sống.

Để doanh nhân nhận thức, hình thành và thay đổi trong kinh doanh của mình vấn đề tuyên truyền có vai trò quan trọng. Tuyên truyền về hệ thống pháp luật, các quy định liên quan đến kinh doanh. Mặt khác, hệ thống quan

điểm, chính sách, luật lệ cần phải được hoàn thiện và chặt chẽ. Đây là cơ sở để các doanh nhân bắt buộc phải tuân thủ.

4. Kết luận

Văn hóa doanh nhân đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành nên văn hóa doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp lại có vai trò quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp. Nền kinh tế thị trường với mục tiêu là cạnh tranh thì việc nâng cao khả năng cạnh tranh là một phần do lãnh đạo quản trị. Vì vậy, các doanh nhân trẻ tuổi phải luôn đổi mới, phải luôn học hỏi ở khắp mọi nơi. Bên cạnh đó, vấn đề đạo đức và phong cách lãnh đạo luôn phải được quan tâm và xây dựng. Tất cả yếu tố ấy tạo nên một văn hóa doanh nhân rất riêng cho mỗi cá nhân. Đặc biệt trong bối cảnh kinh doanh toàn cầu, sự hòa nhập nhưng không hòa tan đang là vấn đề đặt ra mà các doanh nghiệp phải thực hiện. Muốn thế thì các doanh nhân trẻ tuổi phải luôn luôn hoàn thiện, luôn phát triển trong văn hóa lãnh đạo của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1]. T. L. Duong, *Business Culture Curriculum*. Publisher of National Economics University, Hanoi, 2013.
- [2]. M. Q. Nguyen, *Business Ethics and Company Culture*. National Economics University Press, Hanoi, 2018.
- [3]. T. T. Pham, *Corporate culture in the process of international integration*. Publisher of Vietnam National University, Hanoi, 2018.
- [4]. N. C. Chu, “A view of Vietnamese-style business culture,” 2019. [Online] Available: <http://redsvn.net/mot-goc-nhin-ve-van-hoa-kinh-doanh-kieu-viet-nam2/>. [Accessed May 5, 2020].
- [5]. C. T. Ngo, “Private economy in the socialist market economy in Vietnam today,” *TNU - Journal of Science and Technology*, vol. 201, no. 08, pp.165-169, 2019.
- [6]. T. H. Chu, T. H. P. Do, T. G. Nguyen, and X. Wu, “Factors affecting knowledge workers’s job motivation in Vietnamese enterprises,” *TNU - Journal of Science and Technology*, vol. 175, no. 15, pp. 135-140, 2017.