

MỘT SỐ Ý KIẾN VỀ HẠN CHẾ CỦA DOANH NHÂN VIỆT VÀ BIỆN PHÁP KHẮC PHỤC.

CHU THỊ HẢO (*)

Trong giai đoạn phát triển mới của đất nước, đội ngũ doanh nhân Việt Nam là đại diện cho sức sản xuất mới trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, là một trong những nhân tố có ý nghĩa quyết định để thực hiện mục tiêu chiến lược công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế. Xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh là bước đột phá góp phần thúc đẩy phát triển đất nước, đẩy lùi nguy cơ tụt hậu, nâng cao vị thế của Việt Nam trong thời đại mới. Nhưng thực tế cho thấy Doanh nhân Việt đang có rất nhiều hạn chế hơn là thế mạnh.

1. Điểm yếu của Doanh nhân Việt

Nói đến điểm yếu của doanh nhân Việt Nam, nhiều người cho rằng dễ hơn đề cập đến điểm mạnh. Doanh nhân Việt Nam không có nhiều kinh nghiệm trên thương trường vì hoàn cảnh đất nước, chỉ có khoảng hơn 20 năm đổi mới. Chính điều này mà doanh nhân Việt Nam thiếu đủ thứ, từ thiếu vốn, thiếu công nghệ đến thiếu lao động có tay nghề, thiếu thông tin, thiếu tầm nhìn xa, chưa hình thành một cộng đồng doanh nhân.

Rất nhiều cuộc hội thảo, tọa đàm được tổ chức, có nhiều ý kiến khác nhau về điểm yếu của Doanh nhân Việt. Tựu trung lại có ba điểm được nhiều ý kiến đồng tình nhất cần nghiêm túc khắc phục của doanh nhân Việt đó là:

Thứ nhất, sức mạnh và lợi ích của liên kết.

Điều mà chúng ta đang rất cần là sự đoàn kết. Vốn liếng chưa nhiều, năng lực cạnh tranh chưa cao, mà lại không thể cởi mở, đoàn kết với nhau, thậm chí có khi còn chơi xấu, cạnh tranh không lành mạnh thì khó mà phát triển được.

Song nhiều doanh nhân tự hỏi làm thế nào liên kết và mối liên kết đó được kết nối bằng gì? Rất nhiều doanh nhân đã băn khoăn với câu hỏi này. Không chỉ giới doanh nhân mà cả những nhà làm chính sách cũng có tâm trạng như thế. Họ băn khoăn không phải doanh nhân Việt Nam không muốn liên kết mà vì họ không biết cách liên kết. Lâu nay doanh nghiệp Việt Nam được cho là kém trong việc liên kết. Sỡ dĩ có điều này là vì họ sợ khi liên kết họ phải chia sẻ thông tin với doanh nghiệp khác. Điều này có nghĩa họ phải phơi bày mọi thứ cho doanh nghiệp khác đôi khi kể cả bí mật và chiến lược kinh doanh của mình. Không biết liên kết sẽ mang lại lợi ích thực sự gì nhưng nhiều doanh nghiệp nghĩ thông tin của doanh nghiệp đã bị tiết lộ cho những doanh nghiệp khác. Đây cũng là nguyên nhân làm cho liên kết giữa cộng đồng doanh nhân Việt Nam khó được hình thành và phát triển. Ông Giảng Tư Trung, Chủ tịch Hội đồng Quản trị Tổ hợp giáo dục PACE, đã từng phát biểu trong một cuộc hội thảo rằng: Doanh nhân Việt Nam cần học người Nhật sự đoàn kết. Người Nhật có câu nói rằng một người Nhật đoàn kết là không nói xấu hay làm tổn hại đến người Nhật khác. Doanh nghiệp Việt Nam đoàn kết là doanh nghiệp không nói xấu hay làm tổn hại đến doanh nghiệp Việt Nam khác.

Theo ông Trung, khi đoàn kết doanh nhân Việt Nam chia sẻ một hệ giá trị chung và thực hiện sứ mệnh của mình, đó là cải thiện vị trí của doanh nhân Việt Nam trên bản đồ doanh nhân toàn cầu. Tiến sĩ Lê Đăng Doanh, chuyên gia kinh tế cao cấp cho rằng: Doanh nhân phải đặt tinh thần dân tộc lên trên và coi sự nghiệp kinh doanh là sự nghiệp phát triển của Việt Nam. Khi nghĩ như thế, theo ông, doanh nhân sẽ tạo được sự liên kết với nhau.

(*) ThS., Viện Khoa học Nghiên cứu nhân tài nhân lực.

Chính tinh thần dân tộc là chất keo dính liên kết doanh nhân với doanh nhân trong cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, từ đó hình thành một đội ngũ và có thể thực hiện một tầm nhìn, một tầm nhìn không chỉ là quốc gia, khu vực mà là cả thế giới. Một tầm nhìn không phải chỉ cho hơn 88 triệu dân trong nước mà cho hơn 7 tỷ người trên hành tinh. Nhiều doanh nhân Việt Nam cũng khao khát thay đổi vị trí của cộng đồng không chỉ trong khu vực mà toàn cầu.

Thứ hai, tính chuyên nghiệp của doanh nhân Việt.

Hiện tại kinh tế tư nhân Việt Nam chủ yếu là tự phát, chính vì vậy một điểm yếu nữa của nhiều doanh nhân Việt Nam giai đoạn này là thiếu tính chuyên nghiệp, không được đào tạo bài bản căn cơ. Việc nâng cao kiến thức, kỹ năng quản lý hiện đại để nâng cao tính chuyên nghiệp là điều cấp bách.

Theo các chuyên gia kinh tế, điểm yếu nhất của doanh nghiệp Việt Nam là phần lớn không được đào tạo bài bản căn cơ, thiếu tính chuyên nghiệp, nhiều doanh nhân của chúng ta chưa được đào tạo để làm nhà lãnh đạo doanh nghiệp đúng nghĩa. Nhiều chuyên gia cho rằng: Nền kinh tế thị trường hiện đại giờ đây sẽ không còn chỗ đứng cho những doanh nghiệp “tự phát” làm ăn mà không học hành, chỉ dựa vào kinh nghiệm, cảm tính. Chủ nghĩa kinh nghiệm thuần túy của các cá nhân không đủ để giải quyết những vấn đề đặt ra trong kinh doanh hiện đại, nơi mà xu hướng tiêu dùng thay đổi chóng mặt từng ngày.

Các nhà kinh doanh thường khởi nghiệp từ một số vốn ít ỏi, và cho đến nay phần lớn doanh nghiệp ở nước ta vẫn có quy mô nhỏ và vừa, nên dễ hiểu vì sao cách quản lý bao biện vẫn còn khá phổ biến. Mặt khác, do chưa có nhiều kinh nghiệm trong môi trường cạnh tranh, và cũng chưa có đủ lực để chịu đựng rủi ro, nên tâm lý bao biện thường thắng thế nhằm đảm bảo mức độ an toàn cho sự sinh tồn của doanh nghiệp.

Việt Nam đang hội nhập ngày càng sâu rộng với kinh tế thế giới. Trong điều kiện

cạnh tranh khốc liệt trên thị trường trong nước và thị trường thế giới hiện nay, việc phát huy sức mạnh tư duy của doanh nhân - những thuyền trưởng của con tàu doanh nghiệp nhằm tạo ra những thương hiệu lớn đạt tầm vóc quốc tế đã trở nên bức thiết.

Thứ ba, chưa dám mạo hiểm nhiều.

Có điều đáng chú ý là trong số các tiêu chuẩn của một nhà doanh nhân lý tưởng, chỉ có 23 % chọn tiêu chuẩn “dám mạo hiểm”. Phải chăng các doanh nhân Việt Nam thiếu điều tra trước đây đã ghi nhận? Chúng tôi không nghĩ như thế. Sỡ dĩ tỷ lệ “dám mạo hiểm” thấp như vậy, không phải do bản thân doanh nhân nhút nhát hoặc cố thủ. Chúng ta phải nhận thấy nguyên nhân của điều này từ hoàn cảnh kinh tế - xã hội.

Doanh nhân chỉ có thể thi thố được óc mạo hiểm khi sống trong một môi trường pháp luật kinh doanh ổn định và nhất quán. Còn trong một hoàn cảnh mà các luật lệ và quy định còn nhiều thay đổi đột ngột, không minh bạch, dễ dẫn đến những bất trắc, thì người ta khó lòng trách cứ nhà kinh doanh thiếu đầu óc mạo hiểm hay sáng tạo. Người ta chỉ có thể mạo hiểm khi tiên liệu được tương lai, bởi vì mạo hiểm không phải là liều lĩnh, lại càng không phải là liều mạng.

Vượt qua những điểm yếu trong tư duy quản trị lẽ dĩ nhiên là chuyện của bản thân các doanh nhân. Nhưng, nói như ông Nguyễn Văn Thanh, Viện trưởng Viện Khoa học thanh tra, khi ông bình luận về “vụ án hạn ngạch dệt may” ở Bộ Thương mại (công luận) đòi hỏi về văn hóa kinh doanh là chính đáng, nhưng giới doanh nhân chỉ có thể làm được nếu nền hành chính nhà nước đối xử với họ một cách minh bạch, đàng hoàng. Bởi thế, muốn phát triển được văn hóa kinh doanh nói chung, văn hóa cạnh tranh nói riêng thì cũng phải phát triển văn hóa lãnh đạo và quản lý”.

Một số nguyên nhân cơ bản.

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 doanh nghiệp còn rất ít; còn thiếu tầm nhìn xa, thiếu chiến lược kinh doanh và thiếu tính chuyên nghiệp. Chính vì vậy, phải có chiến lược về đào tạo và sử dụng nhân tài: Kinh nghiệm của các nước cho thấy, để phát hiện, bồi dưỡng, đào tạo và sử dụng nhân tài phục vụ đắc lực và có hiệu quả sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, nước ta cần xây dựng và thực thi một chiến lược tầm cỡ quốc gia về vấn đề này.

Việt Nam là nước nghèo, lại có hơn 400 trường đại học cao đẳng, nhưng không hề có một trường đại học nào ngang tầm với các đại học có tiếng tại các nước ASEAN, chưa dám so với các nước châu Á. Ở các trường đại học trên thế giới, sinh viên kinh tế có điều kiện được thực tập và làm việc trong các doanh nghiệp thực tế. Ở Việt Nam, trường đại học chỉ có chức năng đơn thuần là nhiệm vụ đào tạo; mối quan hệ giữa các doanh nghiệp và các trường chưa được chú trọng. Với phương pháp giáo dục nặng về nhồi nhét, học gạo, học tủ và học lệch đến mù người như hiện nay các trường đại học của Việt Nam mau chóng thiết lập xu hướng tạo ra những người làm theo, nói theo và thừa hành. Thật đáng lo ngại khi lối học khoa cử, từ chương mà Nguyễn Trường Tộ đã từng lên án hơn 100 năm trước đây trở thành xu hướng phát triển trong xã hội ta. Chính vì lối học đó mà người Việt Nam thường chỉ xuất sắc ở lớp dưới, càng lên cao, đòi hỏi sáng tạo, tưởng tượng phong phú thì càng đuối sức. Thêm nữa là, các doanh nghiệp lớn trực thuộc Nhà nước được hưởng rất nhiều ưu đãi thì các doanh nghiệp tư nhân chật vật tìm chỗ đứng.

Thứ đề xuất một số giải pháp khắc phục hạn chế của doanh nhân Việt.

Để thúc đẩy phát triển đội ngũ doanh nhân, theo ý kiến một số chuyên gia, cần thực hiện những nhiệm vụ và giải pháp sau :

Một là, thống nhất nhận thức về vai trò của đội ngũ doanh nhân trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Khuyến khích tinh thần kinh doanh trong xã hội, tôn vinh doanh nhân, khẳng định sự cống hiến và bảo hộ thu nhập hợp pháp của doanh nhân. Xác định đúng quyền lợi, nghĩa vụ của doanh nhân đối với công cuộc phát triển đất nước.

Hai là, tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, tạo môi trường sản xuất kinh doanh bình đẳng và thuận lợi để doanh nhân phát huy ý chí kinh doanh. Công khai minh bạch các định hướng, quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, các chính sách hỗ trợ, để bảo đảm quyền lợi đầu tư và giảm rủi ro kinh doanh cho doanh nhân thuộc mọi thành phần kinh tế. Xây dựng và hoàn thiện pháp luật về sở hữu, quyền kinh doanh, tạo lập môi trường pháp lý cho cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng, xóa bỏ đặc quyền và độc quyền kinh doanh. Xây dựng pháp luật cho việc tạo lập đồng bộ các thị trường, nhất là thị trường bất động sản, thị trường lao động, thị trường chứng khoán, thị trường khoa học - công nghệ. Hoàn thiện pháp luật về tài chính công, cải cách pháp luật thuế. Hoàn thiện pháp luật về tài nguyên môi trường, bảo vệ người tiêu dùng. Nâng cao hiệu lực xét xử của tòa án, khuyến khích giải quyết tranh chấp thương mại bằng trọng tài.

Xây dựng và thực hiện tốt cơ chế đối thoại, tham vấn ý kiến của doanh nhân trong quá trình ban hành và tổ chức thực hiện chính sách, pháp luật. Tiếp tục cải cách hành chính, tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, bảo đảm các cơ quan và người thi hành công vụ hỗ trợ, đồng hành cùng doanh nhân.

Ba là, xây dựng hệ thống biện pháp hỗ trợ doanh nhân tham gia khu vực kinh doanh chính thức, mở rộng quy mô, nâng cao hiệu quả doanh nghiệp, chú trọng phát triển doanh nhân ở khu vực nông thôn.

Thực hiện có hiệu quả chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, quan tâm hỗ trợ khu vực hộ kinh doanh chuyển đổi thành doanh nghiệp và đăng ký đầy đủ theo Luật Doanh nghiệp. Khuyến khích liên kết, mua

bán và sáp nhập doanh nghiệp và áp dụng các biện pháp phù hợp để tăng nhanh số lượng doanh nghiệp có quy mô vừa, thúc đẩy hình thành và phát triển một số doanh nghiệp lớn, đủ sức thực hiện vai trò dẫn dắt, hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa, thâm nhập thị trường thế giới thông qua các chuỗi sản xuất và cung ứng. Triển khai các biện pháp hỗ trợ doanh nhân xúc tiến thương mại, đầu tư, nghiên cứu phát triển, đổi mới công nghệ, đổi mới sản phẩm dịch vụ. Cải thiện khả năng tiếp cận tài chính, công nghệ và thị trường của doanh nhân.

Bốn là, tạo chuyển biến căn bản trong đào tạo và bồi dưỡng doanh nhân. Xây dựng và triển khai thực hiện chương trình quốc gia về đào tạo doanh nhân, từng bước tiếp cận chuẩn mực quốc tế trong đào tạo quản trị kinh doanh.

Triển khai rộng khắp chương trình đào tạo về khởi sự doanh nghiệp, bảo đảm các doanh nhân được trang bị những kiến thức cần thiết về kinh doanh, về pháp luật và trách nhiệm xã hội. Tổ chức thường xuyên các khóa đào tạo nâng cao và cập nhật kiến thức cho doanh nhân.

Đổi mới nội dung chương trình và phương pháp đào tạo về kinh tế và quản trị kinh doanh ở các trường đại học, cao đẳng, trung học chuyên nghiệp và dạy nghề, chú trọng nội dung giáo dục đạo đức, ý thức trách nhiệm, sự trung thực, tinh thần hợp tác, ý thức dân tộc, ý thức cộng đồng trong giáo dục công dân và đào tạo doanh nhân.

Năm là, đề cao văn hóa kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nhân, xây dựng quan hệ lao động hài hòa, bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Xây dựng những chuẩn mực của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, hướng tới các phẩm chất quan trọng: có lòng yêu nước, có tinh thần dân tộc, có khát vọng kinh doanh, có trách nhiệm với người lao động, với cộng đồng và xã hội, có văn hóa và tuân thủ pháp luật. Doanh nhân

thân thiện với môi trường, thân ái với cộng đồng, thân thuộc với người lao động.

Sáu là, phát huy vai trò của hệ thống tổ chức đại diện của cộng đồng doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân. Tiếp tục xây dựng và củng cố Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam thành một tổ chức chính trị - xã hội vững mạnh của đội ngũ doanh nhân. Mở rộng và liên kết hệ thống hiệp hội doanh nghiệp trong cả nước, triển khai đồng thời hai nhiệm vụ đại diện cho các doanh nghiệp và giới sử dụng lao động, xúc tiến hỗ trợ doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất kinh doanh và trong lĩnh vực quan hệ lao động, xây dựng quan hệ lao động thuận hòa; tăng cường quan hệ đối thoại, hợp tác giữa các cơ quan chính quyền với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và các hiệp hội doanh nghiệp.

Bảy là, tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với sự nghiệp phát triển đội ngũ doanh nhân. Xây dựng và triển khai thực hiện chiến lược phát triển đội ngũ doanh nhân. Thể chế hóa đường lối chính sách đối với doanh nhân của Đảng bằng các chương trình hành động cụ thể.

Triển khai công tác phát triển Đảng, phấn đấu có tổ chức Đảng trong các doanh nghiệp, ngành nghề giữ vị trí quan trọng của nền kinh tế. Nâng cao giác ngộ chính trị cho người sử dụng lao động và người lao động, bảo đảm cho hoạt động của doanh nghiệp, doanh nhân theo đúng chính sách, pháp luật của Đảng và Nhà nước. Nghiên cứu việc bồi dưỡng và kết nạp những doanh nhân ưu tú thuộc mọi thành phần kinh tế, đủ tiêu chuẩn vào Đảng, trước mắt có thể thực hiện thí điểm ở một số địa phương, hiệp hội doanh nghiệp. Tăng cường đại diện của doanh nhân trong cơ cấu của các cơ quan thuộc hệ thống chính trị.

Hi vọng với những nhiệm vụ và giải pháp đồng bộ trên, cộng đồng doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân Việt Nam sẽ có bước phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới./.