

# Văn hóa kinh doanh Việt Nam và tư duy hội nhập kinh tế toàn cầu

22:13 30/10/2022

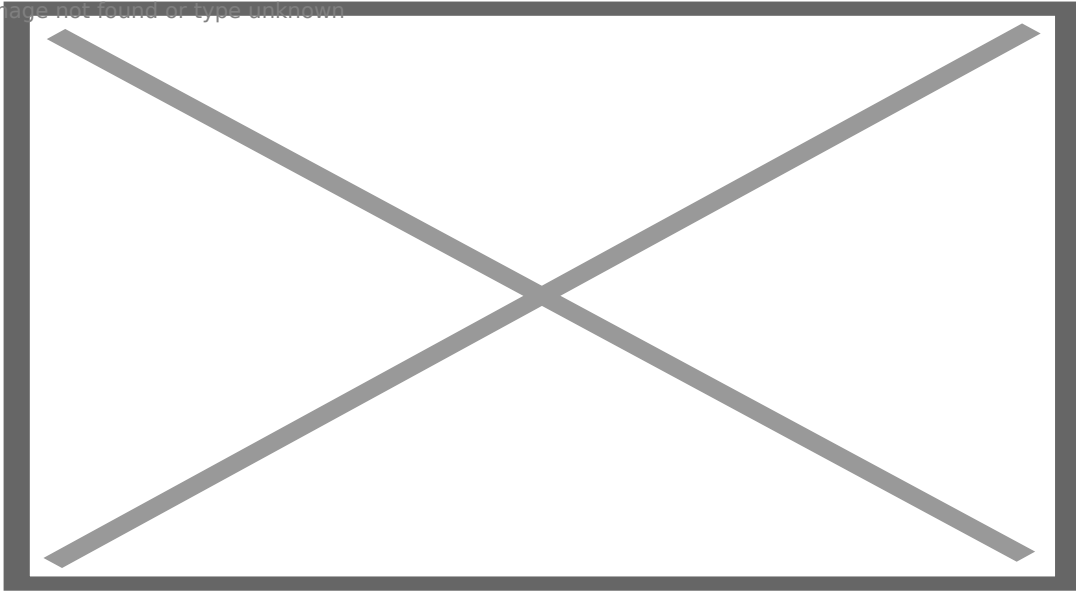
Tác giả: Hoàng Tuấn

**Nhằm xây dựng mối quan hệ giữa Báo chí và Doanh nghiệp, Tạp chí Người Làm Báo - Hội Nhà báo Việt Nam phối hợp Trung tâm thông tin - Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và Hiệp hội Khởi nghiệp Quốc gia và một số đơn vị tổ chức chương trình Diễn đàn: “Báo chí và Doanh nghiệp: Xây dựng mối quan hệ cùng phát triển. Trước thềm diễn đàn, Doanh nhân, KTS Lê Viết Hải, Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp và Vật liệu Xây dựng TP.HCM, Phó Chủ tịch Hiệp hội Phát triển văn hoá doanh nghiệp Việt Nam, Chủ tịch Tập đoàn Xây dựng Hòa Bình chia sẻ Chủ đề văn hóa kinh doanh Việt Nam & tư duy hội nhập kinh tế toàn cầu trên Tạp chí Người Làm Báo - Hội Nhà báo Việt Nam.**

Để nâng cao hiệu quả phối hợp giữa báo chí - doanh nghiệp. Mới đây, VCCI cũng đã ban hành 6 Quy tắc đạo đức doanh nhân Việt Nam gồm: Tạo giá trị kinh tế cho xã hội; tuân thủ pháp luật; minh bạch, công bằng, liêm chính; sáng tạo, hợp tác, cùng phát triển; tôn trọng thiên nhiên, bảo vệ môi trường; yêu nước, có trách nhiệm với xã hội và gia đình. Đối với báo chí, Ngày 21-6-2022, Ban Tuyên giáo Trung ương đã phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông, Hội Nhà báo Việt Nam và Báo Nhân Dân tổ chức phát động “Xây dựng môi trường văn hóa trong các cơ quan báo chí và văn hóa người làm báo Việt Nam”.

Trong cuốn sách “**Thập kỷ vàng, trang sử mới**” của Doanh nhân Lê Viết Hải chia sẻ: Văn hóa kinh doanh Việt Nam cần đặt trên nền tảng đạo đức của doanh nhân, đạo đức của từng công dân Việt Nam và đạo đức đó cần được xây dựng trên cơ sở lòng yêu nước, thương dân và việc nuôi dưỡng lòng nhân ái, vị tha và đức hy sinh. Nhưng càng yêu dân, yêu nước bao nhiêu chúng ta lại càng cần phải yêu trái đất, yêu sự sống của muôn loài và hướng đến việc cống hiến cho sự phát triển lành mạnh của cả thế giới, phụng sự cho lợi ích của nhân loại, sẽ mang lại sự thịnh vượng cho quốc gia và đó là một sự thịnh vượng rất vững bền.

Image not found or type unknown

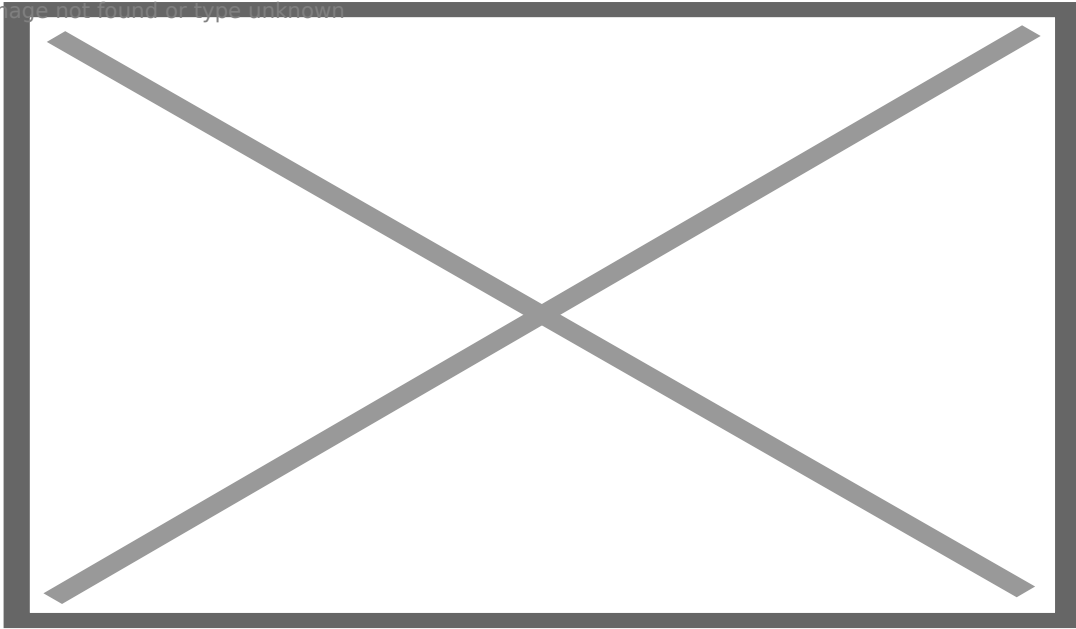


Doanh nhân Lê Viết Hải chia sẻ hai nội dung chính đó là: *Một là*, doanh nhân Việt cần có tư duy toàn cầu và mạnh dạn phát triển kinh doanh ra nước ngoài; *Hai là*, xây dựng văn hoá kinh doanh Việt Nam phù hợp với hội nhập toàn cầu.

### **Doanh nhân Việt Nam cần có tư duy toàn cầu và mạnh dạn phát triển kinh doanh ra nước ngoài**

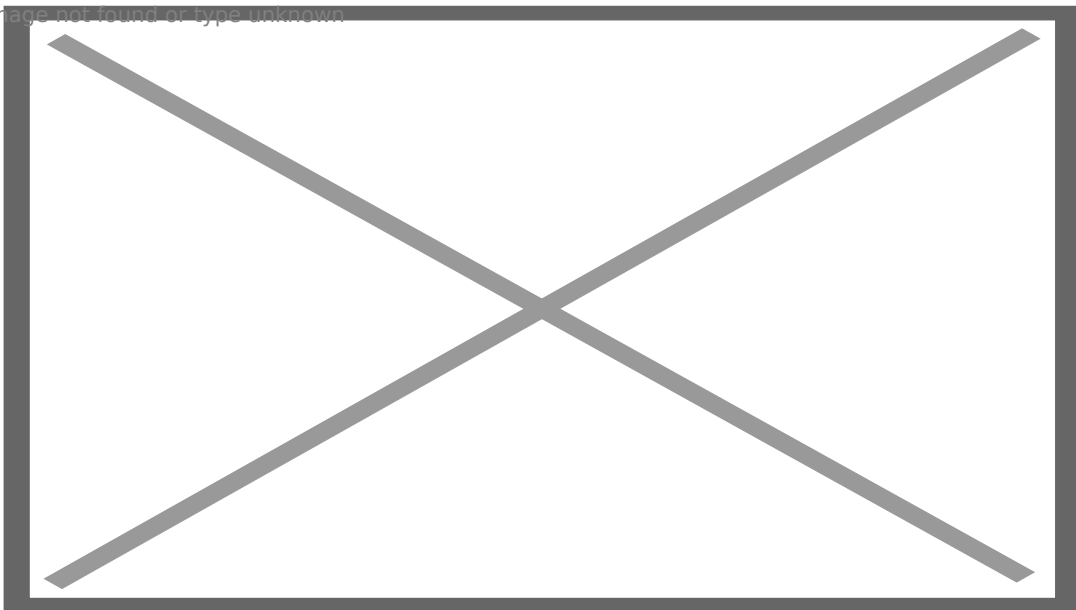
Doanh nhân Lê Viết Hải chia sẻ: trong cuốn sách “Thập kỷ vàng, trang sử mới” phát hành vào tháng 6/2020 cũng như trong một số hội nghị tôi đã nhiều lần kêu gọi các doanh nhân Việt Nam chúng ta cần có tư duy phát triển kinh doanh ra toàn cầu; nắm bắt, khai thác tối đa các lợi thế sẵn có rất chiến lược của Việt Nam như nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, vị trí địa lý thuận lợi, nguồn nhân lực dồi dào và khả năng thích ứng cao, nhanh nhạy... của doanh nhân Việt Nam.

Image not found or type unknown



Chúng ta cần có sự đồng thuận, ủng hộ và hợp tác từ mọi phía để tập hợp tối đa các nguồn lực cho một khát vọng của cả dân tộc, đưa giá trị thương hiệu Việt Nam có chỗ đứng trong bản đồ kinh tế thế giới, có vị thế cao trên các bảng xếp hạng toàn cầu. Báo cáo Chỉ số đổi mới sáng tạo toàn cầu (GII- Global Innovation Index) năm 2022 do Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) công bố ngày 30/9/2022 cho thấy Việt Nam xếp vị trí 48/132 quốc gia, nền kinh tế, giảm 4 bậc so với 2021 (xếp thứ 44), giữ vị trí thứ 3 khu vực Đông Nam Á, sau Singapore (thứ 7) và Thái Lan (thứ 43). Vị trí khá cao nhưng điều đáng buồn là chúng ta đã tụt 4 bậc so với năm trước và mất ngôi vị đầu bảng trong nhóm các nước có thu nhập trung bình thấp. Đây là một dấu hiệu thụt lùi đáng buồn, đáng lo và cần phải báo động.

Image not found or type unknown

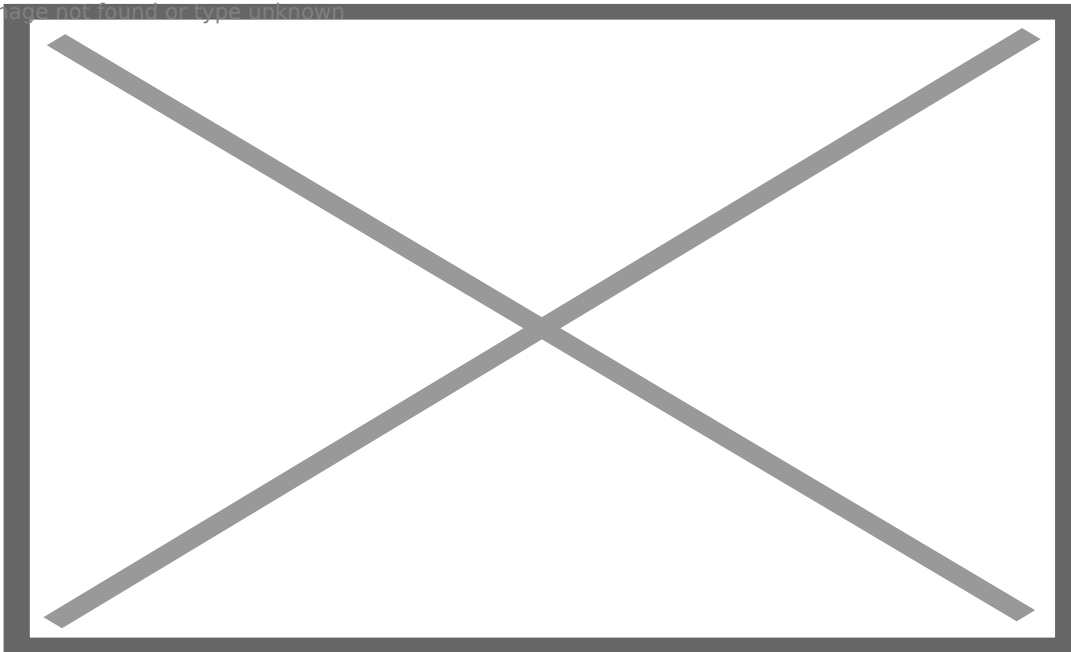


Doanh nhân Lê Viết Hải cho rằng thập kỷ 2020 - 2030 là thời cơ duy nhất còn lại để Việt Nam bứt

phá và trở thành một cường quốc đã đến bên chúng ta như chuyến tàu cuối cùng sắp rời sân ga, không chỉ riêng lĩnh vực xây dựng mà là ở tất cả các ngành nghề. Chúng ta không thể chậm chân được nữa mà phải nhanh chóng bước lên để không lỡ chuyến tàu. Dân số vàng của Việt Nam chỉ còn khoảng 12 năm nữa (theo dự báo kể từ năm 2035 dân số Việt Nam sẽ bắt đầu già đi) do đó doanh nhân chúng ta cần nỗ lực gấp 3 - 4 lần thì mới có thể bứt phá được. Trong điều kiện thuận lợi này mà chúng ta không vượt qua được bẫy thu nhập trung bình thì Việt Nam sẽ mãi là một nước nhược tiểu.

Quốc gia hay doanh nghiệp đều như nhau, doanh nhân Lê Viết Hải cho rằng: muốn có sự bứt phá chỉ có một con đường duy nhất đó là phải mở rộng thị trường ra nước ngoài, một thị trường có quy mô gấp hàng trăm lần thị trường nội địa. Công nghiệp xây dựng Việt Nam là một ví dụ điển hình. Hiện nay ngành xây dựng đang làm dịch vụ cho gần 100 triệu dân tại thị trường trong nước với giá trị tổng sản lượng trong năm 2021 khoảng 82 tỷ USD. Trong khi đó, khi phát triển ra nước ngoài chúng ta có cơ hội phục vụ cho 8 tỷ người với thị trường xây dựng thế giới có quy mô rất lớn và nhu cầu có xu hướng vẫn tăng hàng năm khoảng 3 đến 5%. Năm 2021 tổng sản lượng ngành xây dựng trên thế giới lên đến trên 13.500 tỷ USD/năm và dự báo sẽ lên đến 20.000 tỷ USD vào cuối thập niên 2030 và 40.000 tỷ USD vào năm 2045 (Theo McKinsey).

Image not found or type unknown

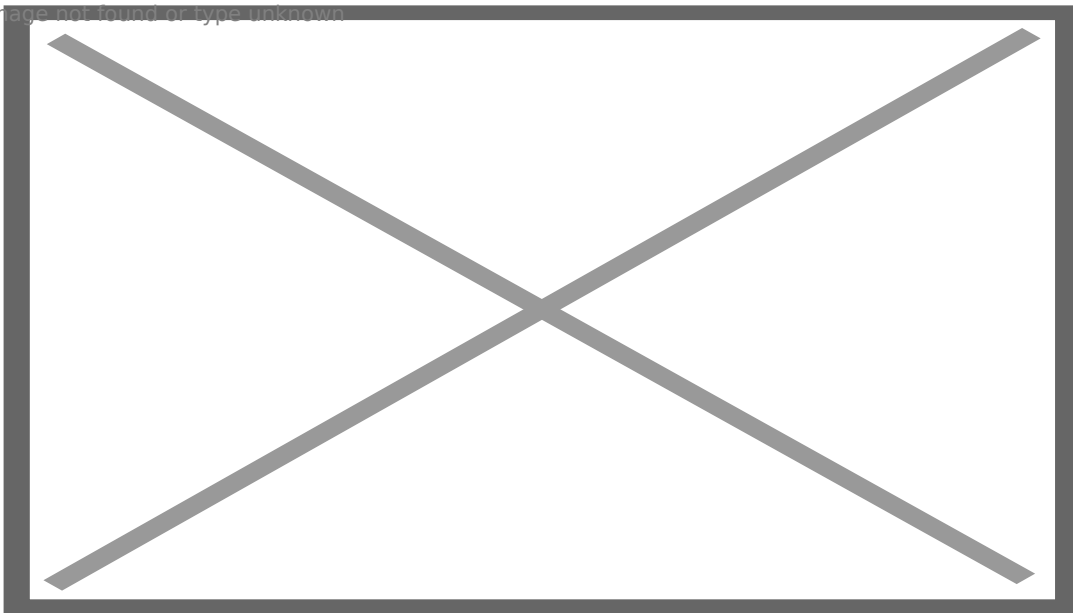


Công nghiệp xây dựng toàn cầu là thị trường lớn đầy tiềm năng để Việt Nam khai thác. Xuất khẩu dịch vụ xây dựng tổng hợp, Việt Nam sẽ thúc đẩy chuỗi cung ứng sản phẩm và dịch vụ liên quan trong ngành xây dựng cùng phát triển mạnh mẽ. Sự hợp tác của các công ty xây dựng tổng hợp (tổng thầu) với các nhà đầu tư, công ty tư vấn thiết kế, quản lý dự án, các nhà sản xuất vật liệu

xây dựng, trang thiết bị thi công, trang thiết bị nội ngoại thất, các nhà thầu phụ chuyên ngành mà trong đó có nhiều doanh nghiệp đã ra nước ngoài thành công sẽ tạo ra năng lực cạnh tranh cao hơn cho công nghiệp xây dựng Việt Nam vốn đã có nhiều lợi thế, sẽ đủ sức cạnh tranh với các doanh nghiệp xây dựng tổng hợp khác trên toàn cầu.

Doanh nhân Lê Viết Hải nói: để có thể “đem chuông đi đánh xứ người” thành công, mỗi doanh nghiệp, mỗi ngành công nghiệp, dịch vụ đều cần phải tập hợp và tái cấu trúc toàn diện các nguồn lực bao gồm nhân lực, vật lực, tài lực, nghiên cứu thị trường bài bản, xác định sản phẩm, dịch vụ phù hợp, am hiểu luật pháp và phong tục tập quán văn hóa nước sở tại... cùng một ý chí kiên định, khát vọng vươn xa của từng doanh nghiệp. Chúng ta nên chú trọng công tác truyền thông từ các cơ quan báo chí kêu gọi sự đoàn kết, hợp tác vì một sứ mệnh và hoài bão chung, tạo nên một sức cạnh tranh mạnh mẽ của các ngành công nghiệp và dịch vụ của Việt Nam trên trường quốc tế. Từ đó giúp chúng ta khai thác hiệu quả nhất thời kỳ Việt Nam còn có nguồn lao động dồi dào trong giai đoạn dân số vàng để vượt qua được bẫy thu nhập trung bình và trở thành một cường quốc.

Image not found or type unknown



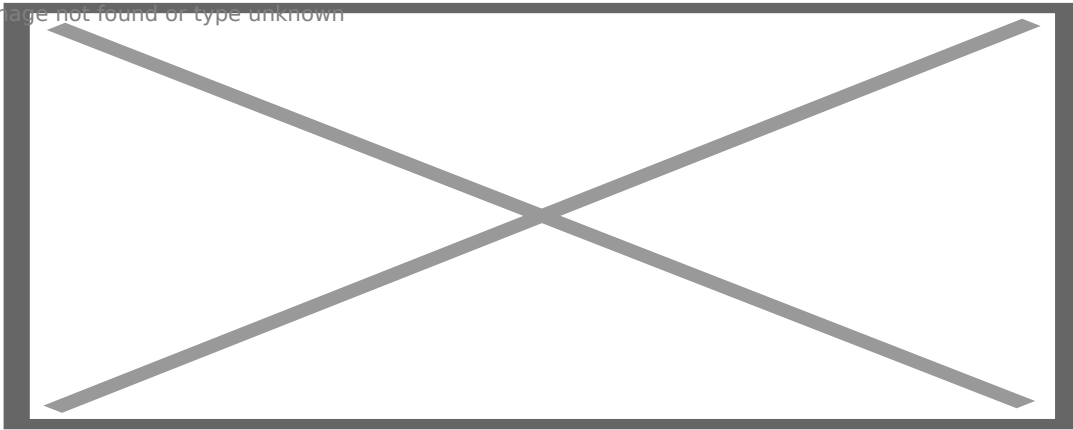
Chiến lược trên là trung hạn nhưng để có thể thành công chúng ta phải hành động ngay, hành động quyết liệt và khẩn trương hơn bao giờ hết bởi thời gian còn rất ngắn sẽ trôi qua rất nhanh chóng. Tất cả người Việt Nam, trong đó quan trọng nhất là giới doanh nhân, nếu chậm chân trong việc lên chuyến tàu hội nhập là mang tội với tổ quốc và sẽ ân hận khi thời gian qua đi mình đã không nhận ra vấn đề và đã không làm thật tốt trách nhiệm của mình!

### **Xây dựng văn hoá kinh doanh Việt Nam phù hợp với thời kỳ hội nhập**

Đối với việc xây dựng văn hoá kinh doanh đối với doanh nhân Việt Nam, Doanh nhân Lê Viết Hải

nói thêm: trước tiên chúng ta cần xây dựng văn hoá doanh nghiệp dựa trên Bộ tiêu chí Văn hoá kinh doanh Việt Nam. Bộ Tiêu chí Văn hóa kinh doanh Việt Nam đã được công bố ngày 14/07/2021. Đây là bộ tiêu chí đầu tiên về văn hóa kinh doanh Việt Nam đã được soạn thảo bởi nhiều giáo sư, tiến sĩ, chuyên gia cùng sự tham gia góp ý của một số lãnh đạo doanh nghiệp và lãnh đạo của các bộ ngành có liên quan. Bộ Tiêu chí này đã được Thủ tướng Chính phủ chuẩn y và chỉ đạo Hiệp hội Phát triển Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam ban hành và vận động đưa vào áp dụng trong cộng đồng doanh nghiệp. Theo tôi, Bộ Tiêu chí có nội dung khá toàn diện được sắp xếp thành 2 phần.

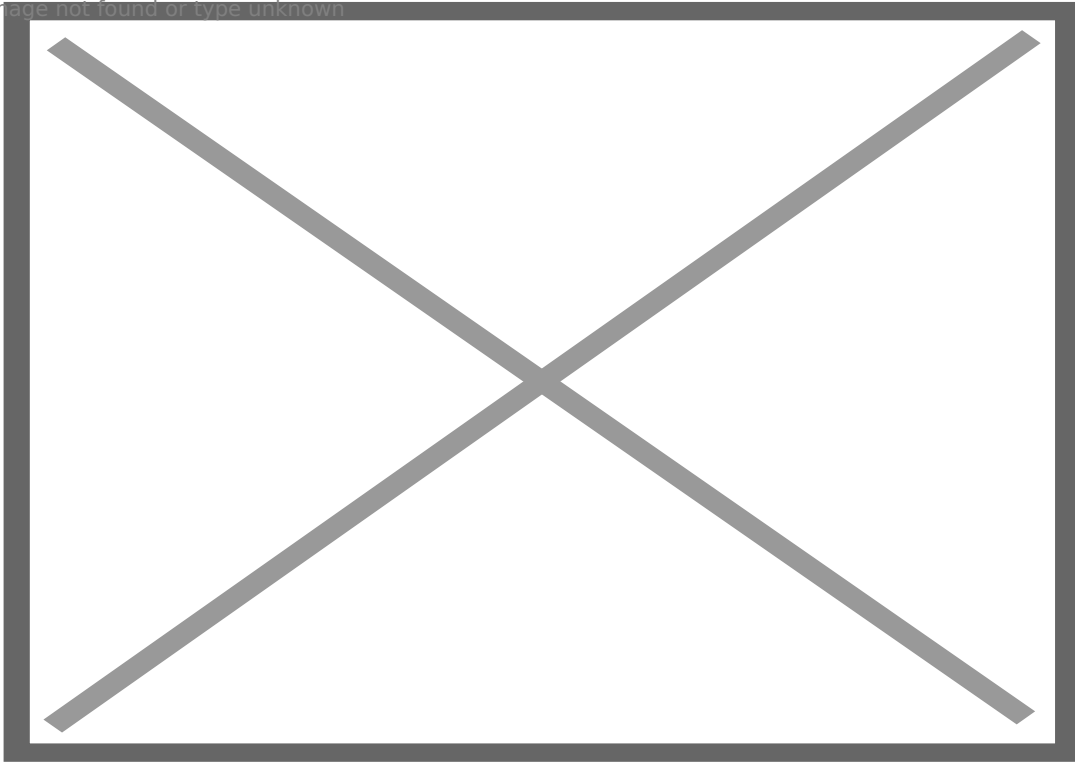
Image not found of type unknown



Phần một là điều kiện bắt buộc mà doanh nghiệp phải vượt qua mới được xem xét có đạt chuẩn hay không. Điều kiện bắt buộc đó là không vi phạm pháp luật bao gồm 5 nội dung cụ thể (5 vùng cấm mà một doanh nghiệp đạt chuẩn văn hoá kinh doanh tuyệt đối không được phép vi phạm): một là không buôn lậu; hai là không trốn thuế; ba là không sản xuất, kinh doanh hàng giả, sản phẩm độc hại; bốn là không nợ lương và bảo hiểm xã hội của người lao động; năm là không lừa đảo, lợi dụng tín nhiệm làm hại các tổ chức, cá nhân khác.

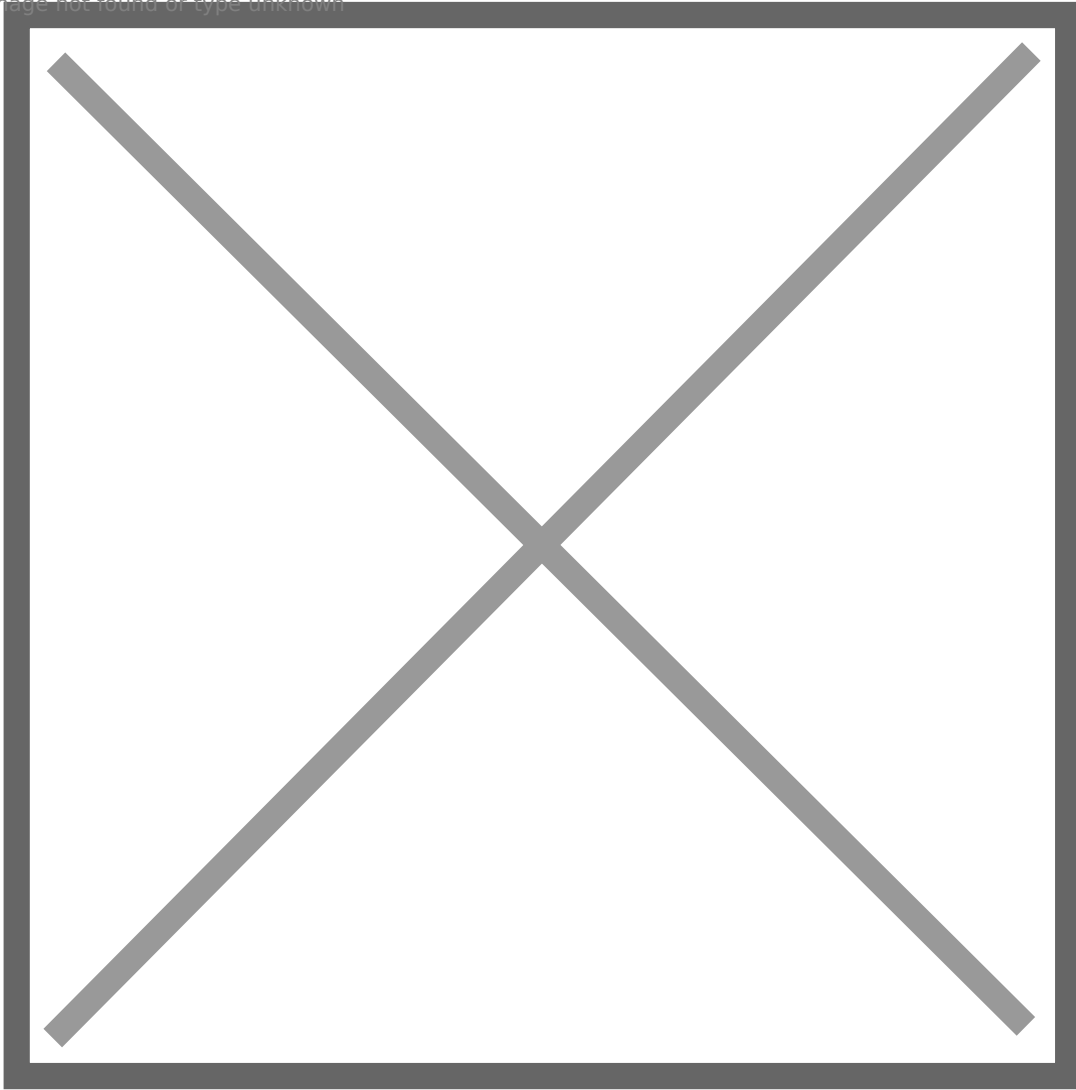
Phần hai là các tiêu chí đánh giá chi tiết phân thành 5 nhóm: một là lãnh đạo doanh nghiệp phát triển bền vững; hai là xây dựng và thực thi văn hóa doanh nghiệp; ba là thượng tôn pháp luật; bốn là đạo đức kinh doanh; năm là trách nhiệm xã hội. Việc đánh giá có đạt chuẩn hay không khá rõ ràng và khoa học trên cơ sở xem xét 51 chỉ số với các yêu cầu cung cấp các bằng chứng cụ thể.

Image not found or type unknown



Với tư cách là Phó Chủ tịch Hiệp hội Phát triển Văn hoá Doanh nghiệp Việt Nam và cũng là người tham gia góp ý hoàn thiện Bộ Tiêu chí, Doanh nhân Lê Viết Hải đề nghị Hiệp hội Doanh nghiệp TP.HCM chủ trì và phối hợp các hiệp hội ban ngành thành phố triển khai áp dụng; cùng các cơ quan báo chí thành phố truyền thông sâu rộng Bộ Tiêu chí này cho cộng đồng doanh nghiệp thành phố. Đồng thời, chúng ta có trách nhiệm góp ý để hoàn thiện dần Bộ Tiêu chí này trong quá trình triển khai. Nên sử dụng ngay Bộ Tiêu chí Văn hóa kinh doanh Việt Nam để làm căn cứ đánh giá và xem đây là một trong những chỉ tiêu quan trọng trong việc đánh giá Giải thưởng Doanh nghiệp tiêu biểu TP.HCM, Giải thưởng Doanh nhân tiêu biểu TP.HCM. Bên cạnh đó, cộng đồng doanh nghiệp chúng ta cần chú ý xây dựng văn hoá doanh nghiệp dựa theo Bộ Tiêu chí Văn hoá kinh doanh Việt Nam. Ngoài ra, theo Doanh nhân Lê Viết Hải khi doanh nghiệp Việt Nam, doanh nghiệp thành phố Hồ Chí Minh hội nhập với nền kinh tế thế giới còn cần tạo sự khác biệt dựa vào bản sắc văn hóa của dân tộc. Bản sắc văn hóa nổi bật và đáng quý nhất của dân tộc ta là khi quốc gia bị đe dọa người dân sẵn sàng hy sinh tất cả cái riêng, lợi ích bản thân, gia đình, để bảo vệ cái chung, lợi ích của quốc gia, dân tộc. Chúng ta nhận thức rõ rằng không có cái chung thì cũng sẽ không có cái riêng. Điều đó đã thể hiện rất rõ qua nhiều giai đoạn lịch sử, qua nhiều cuộc chiến chống ngoại xâm, bảo vệ tổ quốc.

Image not found or type unknown



Trong thời đại mà những vấn đề toàn cầu ngày càng nhức nhối với nhiều nguy cơ đe dọa nghiêm trọng đến trái đất, ngôi nhà chung của con người. Thậm chí có thể hủy hoại hoàn toàn môi trường sống của muôn loài trên trái đất. Nền văn minh của nhân loại có thể lụi tàn bởi sự ô nhiễm môi trường, cạn kiệt tài nguyên, bởi chiến tranh, thiên tai và dịch bệnh. Trong đó nguy cơ đáng sợ nhất là chiến tranh. Hơn lúc nào hết chúng ta cần xác định thật rõ sứ mệnh của doanh nghiệp Việt Nam ngoài đóng góp vào sự phát triển của quốc gia là đóng góp vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế toàn cầu, đóng góp vào việc thực hiện các mục tiêu thiên niên kỷ của thế giới do Liên Hợp Quốc khởi xướng mà quan trọng nhất là gìn giữ hòa bình cho thế giới.

Với khát khao xây dựng sứ mệnh của cộng đồng doanh nhân, Doanh nhân Lê Viết Hải cho biết thêm: Doanh nhân cần được xem là một sứ mệnh thiêng liêng. Sự cống hiến, phụng sự cho nhân loại, bảo vệ môi trường sống trên trái đất cần được xem là một nghĩa vụ cao đẹp của doanh nhân, doanh nghiệp Việt Nam chứ không chỉ là trách nhiệm xã hội. Đó chính là một bản sắc văn hoá quý giá của dân tộc cần được phát huy trong hội nhập. Lợi ích chung của nhân loại phải được đặt lên



trên lợi ích riêng của dân tộc. Bên cạnh đó, những doanh nghiệp lớn, cần phải có trách nhiệm, bổn phận, nghĩa vụ giúp đỡ, đồng hành cùng doanh nghiệp nhỏ và vừa, đặc biệt doanh nghiệp khởi nghiệp.

Văn hoá kinh doanh Việt Nam cần đặt trên nền tảng đạo đức của doanh nhân, đạo đức của từng công dân Việt Nam và đạo đức đó cần được xây dựng trên lòng yêu nước, thương dân và việc nuôi dưỡng lòng nhân ái, vị tha và đức hy sinh. Nhưng không chỉ có thế mà càng yêu dân, yêu nước bao nhiêu chúng ta lại càng cần phải yêu trái đất, yêu sự sống của muôn loài và hướng đến việc cống hiến cho sự phát triển lành mạnh của cả thế giới, phụng sự cho lợi ích của nhân loại nhiều bấy nhiêu. Với với quan niệm đó, với tinh thần và thái độ đó, chắc chắn doanh nhân Việt Nam chúng ta sẽ được cả thế giới tôn trọng, trân quý, ủng hộ và nhất định sẽ mang lại sự thịnh vượng cho quốc gia và đó là một sự thịnh vượng rất vững bền.

**TS Hoàng Anh Tuấn** (thực hiện)

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/public/van-hoa-kinh-doanh-viet-nam-va-tu-duy-hoi-nhap-kinh-te-toan-cau>