

**CHƯƠNG TRÌNH KHOA HỌC XÃ HỘI TRỌNG ĐIỂM CẤP NHÀ NƯỚC
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ GIAI ĐOẠN 2006 -2010**

Mã số: KX.04/06-10

BÁO CÁO TỔNG HỢP ĐỀ TÀI

**XÂY DỰNG ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN VIỆT NAM
TRONG GIAI ĐOẠN 2011 - 2020**

MÃ SỐ: KX.04.17/06-10

Chủ nhiệm đề tài : PGS.TS. Hoàng Văn Hoa

Cơ quan chủ trì đề tài: Trường Đại học Kinh tế quốc dân

8027

Hà Nội, năm 2010

Thư của Chủ tịch Hồ Chí Minh **gửi các giới Công Thương Việt Nam**

Cùng các ngài trong giới Công – Thương

Được tin giới Công – Thương đã đoàn kết lại thành “Công – Thương cứu quốc đoàn” và gia nhập vào Mặt trận Việt Minh, tôi rất vui mừng. Hiện nay “Công – Thương cứu quốc đoàn” đang hoạt động để làm nhiều việc ích quốc lợi dân, tôi rất hoan nghênh và mong đợi nhiều kết quả tốt.

Trong lúc các giới khác trong quốc dân ra sức hoạt động để giành lấy nền hoàn toàn độc lập của nước nhà, thì giới Công – Thương phải hoạt động để xây dựng một nền kinh tế và tài chính vững vàng và thịnh vượng. Chính phủ, nhân dân và tôi sẽ tận tâm giúp đỡ giới Công – Thương trong công cuộc kiến thiết này.

Việc nước và việc nhà bao giờ cũng đi đôi với nhau. Nền kinh tế quốc dân thịnh vượng nghĩa là các sự kinh doanh của các nhà công nghiệp, thương nghiệp thịnh vượng. Vậy tôi mong giới Công – Thương nỗ lực và khuyến các nhà công nghiệp và thương nghiệp mau mau gia nhập vào “Công – Thương cứu quốc đoàn” cùng đem vốn vào làm những công cuộc ích quốc lợi dân.

HỒ CHÍ MINH

Báo Cứu quốc, số 66, ngày 13-10-1945.

TẬP THỂ TÁC GIẢ

1. PGS.TS. Hoàng Văn Hoa, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
2. GS.TSKH. Lê Du Phong, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
3. GS.TS. Mai Ngọc Cường, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
4. PGS.TS. Phạm Thị Quý, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
5. PGS.TS. Ngô Thị Kim Thanh, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
6. PGS. TS. Nguyễn Thị Tuyết Mai, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
7. TS. Nguyễn Hữu Đoàn, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
8. TS. Hồ Thị Hải Yến, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
9. TS. Phạm Huy Vinh, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
10. TS. Phạm Văn Hùng, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
11. Ths. Trịnh Mai Vân, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
12. CN. Nguyễn Đình Hưng, Trường ĐH Kinh tế quốc dân
13. PGS.TS. Nguyễn Quốc Tế, Trường Đại học kinh tế TP.HCM
14. TS. Hồ Viết Tiến, Trường Đại học kinh tế TP.HCM
15. Ths. Phan Thị Thanh Hồng, Trường ĐH kinh tế - ĐH Đà Nẵng
16. Ths. Huỳnh Thị Diệu Linh, Trường ĐH kinh tế - ĐH Đà Nẵng
17. PGS.TS. Hoàng Hữu Hòa, Trường ĐH kinh tế - ĐH Huế
18. PGS.TS. Lê Xuân Bá, Viện NC quản lý kinh tế Trung ương
19. PGS.TS. Lưu Ngọc Trinh, Viện Kinh tế và Chính trị thế giới
20. Ths. Phạm Mạnh Hùng, Viện Kinh tế và Chính trị thế giới
21. TS. Nguyễn Thành Công, Viện NC Phát triển kinh tế - xã hội Hà Nội
22. PGS. Vũ Huy Phúc, Viện Sử học
23. PGS.TS. Nguyễn Văn Lịch, Viện Nghiên cứu Thương mại
24. TS. Nguyễn Đức Thắng, Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam
25. Bà Phạm Chi Lan, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
26. TS. Đinh Sơn Hùng, Viện Nghiên cứu phát triển TP. HCM
27. TS. Đặng Danh Lợi, Học viện An ninh, TP.HCM
28. PGS. TS. Nguyễn Văn Áng, Bộ Giáo dục và Đào tạo
29. Ths. Nguyễn Anh Tuấn, Trung ương Đoàn TNCS HCM
30. Các doanh nhân, các nhà quản lý, nhà khoa học tham gia điều tra khảo sát, báo cáo chuyên đề, viết bài cho các hội thảo, hội nghị khoa học của đề tài.

Mục lục

	Trang
<i>Danh mục các chữ viết tắt</i>	VI
<i>Danh mục các bảng/hình/sơ đồ</i>	VIII
<i>Phần mở đầu</i>	1
Chương 1: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về xây dựng đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại	15
<i>1.1. Khái niệm và đặc trưng của doanh nhân</i>	15
1.1.1. Khái niệm doanh nhân	15
1.1.2. Đặc trưng của doanh nhân	25
<i>1.2. Tiêu chí xác định doanh nhân</i>	30
<i>1.3. Các nhân tố tác động đến sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường</i>	38
1.3.1. Môi trường kinh tế	38
1.3.2. Môi trường chính trị, pháp luật	41
1.3.3. Năng lực, thái độ và cách ứng xử của các cấp chính quyền nhà nước	42
1.3.4. Môi trường xã hội	43
1.3.5. Môi trường văn hóa	44
1.3.6. Truyền thống kinh doanh của dân tộc, gia đình	45
1.3.7. Môi trường quốc tế và nhân tố thời đại	45
1.3.8. Yếu tố cá nhân	46
<i>1.4. Vai trò của doanh nhân đối với sự phát triển kinh tế- xã hội</i>	46
1.4.1. Mô hình doanh nghiệp và vai trò của doanh nhân trong tiến trình phát triển kinh tế thị trường	46
1.4.2. Vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại	53
1.4.3. Vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN	62
1.4.3.1. Đặc trưng cơ bản của kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa	62
1.4.3.2. Vai trò của đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội	64

chủ nghĩa ở Việt Nam	
1.5. Kinh nghiệm xây dựng và phát triển doanh nhân ở một số nước và vùng lãnh thổ	67
1.5.1. Kinh nghiệm phát triển doanh nhân của Trung Quốc	67
1.5.2. Kinh nghiệm phát triển doanh nhân của Đài Loan	79
1.5.3. Kinh nghiệm phát triển doanh nhân của Hàn Quốc	82
1.5.4. Kinh nghiệm phát triển doanh nhân của Nhật Bản	87
1.5.5. Một số bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam	94
Chương 2: Thực trạng phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam	99
2.1. Khái quát doanh nhân Việt Nam thời kỳ trước đổi mới	99
2.1.1. Thời kỳ trước năm 1945	99
2.1.2. Thời kỳ 1945 – 1954	108
2.1.3. Thời kỳ 1954 – 1985	111
2.1.4. Đánh giá đặc trưng và vị thế của doanh nhân trong lịch sử phát triển kinh tế-xã hội Việt Nam (trước năm 1986)	113
2.2. Các nhân tố tác động đến sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta thời kỳ đổi mới (1986 đến nay)	119
2.2.1. Đường lối đổi mới và sự chuyển đổi sang cơ chế kinh tế thị trường	119
2.2.2. Chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nghiệp và doanh nhân	122
2.2.3. Tác động của các nhân tố kinh tế, chính trị, xã hội khác	139
2.3. Thực trạng phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta từ năm 1986 đến nay	145
2.3.1. Thực trạng số lượng và cơ cấu đội ngũ doanh nhân	145
2.3.2. Thực trạng chất lượng đội ngũ doanh nhân	155
2.3.3. Thực trạng đào tạo doanh nhân ở nước ta hiện nay	180
2.3.4. Thực trạng biến đổi cơ cấu xã hội và hình thành tầng lớp doanh nhân mới	183
2.4. Đóng góp của đội ngũ doanh nhân đối với sự phát triển KT-XH nước ta	190
2.5. Đặc điểm của đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay	200
Chương 3: Quan điểm và giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020	219

3.1. Bối cảnh quốc tế và trong nước tác động đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011 – 2020	219
3.1.1. Bối cảnh quốc tế	220
3.1.2. Bối cảnh trong nước	227
3.2. Mục tiêu và dự báo xu hướng phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 – 2020	232
3.2.1. Mục tiêu xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta đến năm 2020	232
3.2.2. Dự báo sự phát triển của đội ngũ doanh nhân giai đoạn 2011 – 2020	234
3.3. Quan điểm xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 – 2020	244
3.4. Giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020	248
3.4.1. Thống nhất nhận thức về vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa	248
3.4.2. Đẩy mạnh đổi mới để hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, tạo môi trường kinh doanh thực sự bình đẳng và thuận lợi cho doanh nhân phát triển	256
3.4.3. Đẩy mạnh phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đồng thời khuyến khích phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn, phát triển thị trường hỗ trợ kinh doanh	264
3.4.4. Khơi dậy và phát huy tinh thần kinh doanh trong toàn xã hội, tôn vinh doanh nhân	270
3.4.5. Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân; xây dựng văn hóa doanh nhân và các tiêu chí xác định doanh nhân chân chính, thành đạt	274
3.4.6. Xây dựng và ban hành nghị quyết của Ban chấp hành Trung ương Đảng về xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam đến năm 2020	284
3.4.7. Mở rộng việc kết nạp các chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng và nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các tổ chức Đảng, đoàn thể trong các doanh nghiệp tư nhân	286
3.4.8. Phát triển các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề	288
Kết luận	290
Danh mục tài liệu tham khảo	292

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

- KT-XH:	Kinh tế-xã hội
- TBCN:	Tư bản chủ nghĩa
- XHCN:	Xã hội chủ nghĩa
- KTTT:	Kinh tế thị trường
- KH-CN:	Khoa học -công nghệ
- LLSX:	Lực lượng sản xuất
- QHSX:	Quan hệ sản xuất
- GDP:	Tổng sản phẩm quốc nội
- FDI:	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
- ODA:	Hỗ trợ phát triển chính thức
- HDI:	Chỉ số phát triển con người
- TPKT:	Thành phần kinh tế
- KTTN:	Kinh tế tư nhân
- KTNN:	Kinh tế nhà nước
- DN:	Doanh nghiệp
- DNTN:	Doanh nghiệp tư nhân
- DNNN:	Doanh nghiệp nhà nước
- CCHC:	Cải cách hành chính
- CPH:	Cổ phần hoá
- KTQT:	Kinh tế quốc tế
- NSNN:	Ngân sách nhà nước
- CNH, HĐH:	Công nghiệp hoá, hiện đại hoá
- WTO:	Tổ chức thương mại thế giới
- ASEAN:	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
- GD-ĐT:	Giáo dục- đào tạo
- CSHT:	Cơ sở hạ tầng
- HTX:	Hợp tác xã
- CLB:	Câu lạc bộ
- VCCI:	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
- CCXH:	Cơ cấu xã hội
- KH &ĐT:	Kế hoạch và đầu tư
- CEPT:	Chương trình ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung

DANH MỤC CÁC BẢNG, HÌNH, HỘP

Số T T	Tên bảng/hộp/đồ thị/sơ đồ	Tran g
1	Hộp 1.1: Tiêu chí đánh giá doanh nhân để xét tặng danh hiệu “Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu” năm 2009	32
2	Hộp 1.2: Tiêu chí đánh giá doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo để xét tặng giải thưởng “Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu” năm 2009	37
3	Hộp 1.3: Vai trò của doanh nhân đối với doanh nghiệp	49
4	Bảng 1.1: Trình độ học vấn của doanh nhân Trung Quốc thời kỳ 1993 – 2006	75
5	Bảng 1.2: Sự phát triển vườn ươm doanh nghiệp ở Hàn Quốc thời kỳ 1998 – 2004	84
6	Bảng 2.1: Đầu tư của tư nhân ở miền Nam thời kỳ 1958 – 1970	112
7	Hộp 2.1: Công chức hành doanh nghiệp	140
8	Hình 2.1: Số lượng doanh nghiệp đăng ký hàng năm (1991 – 2009)	146
9	Hình 2.2: Vốn đăng ký mới của các doanh nghiệp qua các năm	146
10	Bảng 2.2: Số lượng doanh nghiệp đăng ký và đang hoạt động (tính đến 31/12/2008)	148
11	Hình 2.3: Số lượng chi nhánh các cơ sở sản xuất kinh doanh được thành lập qua các năm	149
12	Bảng 2.3: Cơ cấu việc làm của doanh nhân trước khi tham gia vào công việc kinh doanh	150
13	Bảng 2.4: Cơ cấu thành phần xuất thân của doanh nhân phân theo loại hình doanh nghiệp	151
14	Hộp 2.2: Số lượng đảng viên và tổ chức Đảng trong các doanh nghiệp tư nhân	152
15	Bảng 2.5: Cơ cấu ngành nghề, lĩnh vực hoạt động của các doanh nhân đối với khu vực doanh nghiệp có đăng ký	153
16	Bảng 2.6: Trình độ học vấn của doanh nhân được điều tra phân theo loại hình doanh nghiệp	156
17	Bảng 2.7: Trình độ và lĩnh vực chuyên môn của doanh nhân	157
18	Bảng 2.8: Thực trạng tình hình đào tạo, bồi dưỡng về chuyên môn của doanh nhân	159
19	Bảng 2.9: Cơ cấu doanh nhân phân theo trình độ ngoại ngữ và chức vụ	161
20	Bảng 2.10: Cơ cấu trình độ ngoại ngữ của doanh nhân	162
21	Bảng 2.11: Số lượng doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa	164

22	Hình 2.4: Quy mô sử dụng lao động trung bình tại các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế	165
23	Bảng 2.12: Số lượng doanh nghiệp phân theo quy mô vốn giai đoạn 2000 – 2007	165
24	Bảng 2.13: Tỷ lệ doanh nghiệp theo quy mô lao động và hình thức sở hữu giai đoạn 2000 – 2006	166
25	Bảng 2.14: Tỷ lệ doanh nghiệp theo quy mô vốn và hình thức sở hữu giai đoạn 2000 – 2006	167
26	Bảng 2.15: Các chỉ số trung bình của các doanh nghiệp giai đoạn 2001 – 2006	168
27	Bảng 2.16: Kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp trong top 500 phân theo loại hình sở hữu, năm 2008	169
28	Bảng 2.17: Cơ cấu các nhóm tuổi và chức vụ của doanh nhân	170
29	Bảng 2.18: Số lượng và tỷ lệ doanh nhân được điều tra phân theo độ tuổi	171
30	Bảng 2.19: Số lượng và cơ cấu doanh nhân được điều tra phân theo thâm niên công tác tại doanh nghiệp	172
31	Bảng 2.20: Tỷ lệ dân số các tầng/nhóm xã hội ở Việt Nam (2002 – 2006)	189
32	Bảng 2.21: Cơ cấu thu ngân sách nhà nước	192
33	Hình 2.5: Đóng góp GDP phân theo khu vực kinh tế	193
34	Hình 2.6: Cơ cấu đóng góp GDP của các thành phần kinh tế	194
35	Hộp 2.3: Đóng góp của doanh nhân	195
36	Hộp 2.4: Vai trò của doanh nhân trong hội nhập quốc tế	197
37	Hộp 2.5: Trách nhiệm xã hội của doanh nhân	203
38	Hộp 3.1: Vai trò của doanh nhân	251
39	Hộp 3.2: Vai trò của Nhà nước	259
40	Hộp 3.3: Cần tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh	261
41	Hộp 3.4: Khơi dậy tinh thần doanh nhân Việt Nam	272
42	Hộp 3.5: Phẩm chất của nhà lãnh đạo doanh nghiệp	284
43	Hộp 3.6: Kiến nghị kết nạp những người là chủ DNTN vào Đảng	288

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Tinh thần kinh doanh và sự sáng tạo là yếu tố quan trọng trong nền kinh tế thị trường hiện đại. Trong điều kiện ngày nay, sự phát triển về số lượng và chất lượng của đội ngũ doanh nhân được coi là một trong những nguồn lực đặc biệt quan trọng, phản ánh năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong hội nhập quốc tế và là một tiêu chí đánh giá năng lực và trình độ phát triển kinh tế của một quốc gia. Trong thời đại toàn cầu hóa, vị thế của một quốc gia, dân tộc trên trường quốc tế, trước hết phụ thuộc vào vị thế kinh tế của quốc gia đó. Đội ngũ doanh nhân là một trong những lực lượng đi đầu, giữ vai trò chủ lực nâng cao vị thế kinh tế quốc tế của đất nước.

Từ cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX, ở nước ta đã bắt đầu xuất hiện hình thức tổ chức kinh doanh kiểu tư bản chủ nghĩa và gắn liền với quá trình đó, đã xuất hiện một số doanh nhân. Tuy nhiên, do điều kiện lịch sử lúc đó, doanh nhân ở nước ta còn nhỏ bé về kinh tế, yếu ớt về chính trị. Trong thời kỳ đầu sau Cách mạng tháng Tám năm 1945, thời kỳ kháng chiến chống Thực dân Pháp (1946 - 1954), và thời kỳ khôi phục kinh tế ở miền Bắc (1955- 1957), Đảng và Nhà nước ta đã chủ trương phát triển nền kinh tế nhiều thành phần và khuyến khích kinh tế tư nhân. Trong quá trình đó, doanh nhân Việt Nam đã có đóng góp quan trọng vào cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp và nhanh chóng khôi phục kinh tế ở miền Bắc.

Trong thời kỳ nền kinh tế vận hành theo cơ chế kế hoạch hoá tập trung, kinh tế hàng hoá kém phát triển, kinh tế tư nhân và chủ doanh nghiệp tư nhân là đối tượng bị cải tạo, doanh nghiệp quốc doanh được hình thành và phát triển nhanh. Trong quá trình đó, một bộ phận khá đông đảo là giám đốc và người quản lý doanh nghiệp quốc doanh hình thành. Tuy nhiên, họ là những cán bộ nhà nước được "bổ nhiệm" làm quản lý doanh nghiệp, là những công chức nhà nước và do đó ở nước ta thời kỳ này, chưa có một đội ngũ doanh nhân thực thụ.

Trong công cuộc đổi mới ở nước ta từ năm 1986 đến nay, khu vực kinh tế tư nhân với nhiều hình thức tổ chức đa dạng, phong phú khác nhau đã phát triển nhanh chóng. Sự đóng góp của khu vực kinh tế tư nhân và đội ngũ doanh nhân ở nước ta đã được khẳng định. Dưới sự lãnh đạo của Đảng, đội ngũ doanh nhân chính là một trong những lực lượng tiên phong của công cuộc đổi mới, là đội quân xung kích trong sự nghiệp chấn hưng kinh tế đất nước.

Là sản phẩm của công cuộc đổi mới do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo, các doanh nghiệp, kể cả các doanh nghiệp tư nhân, và doanh nhân nước ta ngay từ khi mới ra đời đã mang trong mình yếu tố có tính XHCN; các doanh nghiệp - doanh

nhân nước ta đại diện cho một lực lượng sản xuất mới, là một trong những động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN.

Tuy nhiên, cho đến nay, mặc dù đã trải qua hơn 20 năm đổi mới, nhưng sự phát triển của doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân nước ta vẫn đang tồn tại nhiều vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu, giải quyết cả về lý luận và thực tiễn.

Về mặt nhận thức, trong xã hội nước ta hiện nay vẫn chưa có được sự đồng thuận cao về vai trò, vị thế của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN. Doanh nhân vẫn chưa thực sự được tôn vinh đúng với vai trò như là là đội xung kích trong thời kỳ chấn hưng kinh tế đất nước. Ngay trong giới nghiên cứu lý luận ở nước ta cũng đang còn tồn tại nhiều ý kiến khác nhau về vai trò của doanh nhân, nhất là doanh nhân trong khu vực kinh tế tư nhân.

Trong hệ thống pháp luật, chính sách cũng như trong thực tiễn cuộc sống, vẫn còn nhiều rào cản đối với khu vực kinh tế tư nhân. Các doanh nhân Việt Nam vẫn chưa thực sự có được môi trường kinh doanh và phát triển thuận lợi; cơ chế, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nhân vẫn còn nhiều bất cập. Việc khai thác, phát huy tiềm năng của đội ngũ doanh nhân ở nước ta cũng như việc định hướng phát triển đội ngũ doanh nhân nhằm thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội còn hạn chế.

Trong bối cảnh toàn cầu hoá và cạnh tranh gay gắt, sự phát triển của khoa học - công nghệ, yêu cầu xây dựng đội ngũ doanh nhân ngang tầm với nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội, thúc đẩy nhanh sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá, thực hiện mục tiêu đến năm 2020, nước ta cơ bản thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại, cũng đang đặt ra hết sức cấp thiết.

Cho đến nay, lực lượng kinh tế của doanh nhân nước ta còn nhỏ bé, ít có các doanh nghiệp quy mô lớn, khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế thấp, ít có thương hiệu nổi tiếng. Điều đó cũng đang làm giảm tính chủ động và năng lực hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta.

Trong những năm gần đây, ở nước ta đã có một số công trình nghiên cứu về doanh nghiệp, doanh nhân. Các công trình nghiên cứu này đã từng bước góp phần làm sáng tỏ hơn cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta. Tuy nhiên, cho đến nay, chưa có một công trình nào nghiên cứu nghiên cứu một cách hệ thống, toàn diện về lý luận, đánh giá rõ thực trạng và đề xuất các giải pháp đồng bộ, có căn cứ khoa học về phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta đến năm 2020.

Vì vậy, việc nghiên cứu một cách có hệ thống, làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn về vị trí, vai trò, đặc điểm của đội ngũ doanh nhân Việt Nam; phân tích, đánh giá thực trạng đội ngũ doanh nhân nước ta và chính sách của Đảng, Nhà nước đối

với doanh nhân sau hơn 20 năm đổi mới; trên cơ sở đó đề xuất mục tiêu, quan điểm, định hướng, giải pháp cơ bản phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011-2020 là vấn đề có ý nghĩa lý luận và thực tiễn sâu sắc. Nghiên cứu, làm sáng tỏ những vấn đề trên nhằm góp phần tạo luận cứ khoa học hoàn thiện dự thảo Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ XI; bổ sung, phát triển Cương lĩnh của Đảng trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá, đưa nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại vào năm 2020. Kết quả nghiên cứu của đề tài cũng góp phần nâng cao nhận thức về CNXH, tiếp tục đổi mới tư duy lý luận về kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta. Đồng thời, đề tài cũng tạo cơ sở khoa học để nghiên cứu, hoạch định chính sách phát triển doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân nước ta đến năm 2020.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu thuộc lĩnh vực của đề tài

2.1. Trong nước

Từ xa xưa, vai trò của giới thương nhân, người sản xuất kinh doanh đối với sự phát triển kinh tế ở nước ta đã được thừa nhận. Tuy tinh thần trọng thương, tôn trọng thương nhân và những người sản xuất, kinh doanh hàng hóa không được phổ biến rộng rãi trong xã hội nhưng buôn bán thường được xem là cách thức để làm giàu. Tuy nhiên, do nhiều điều kiện của lịch sử nên ở nước ta có rất ít các công trình nghiên cứu về vấn đề này.

Có thể nói, Lương Văn Can (1854-1927) là người đầu tiên nghiên cứu về doanh nhân Việt Nam, ông được coi là “người thầy của doanh thương Việt Nam”. Lương Văn Can đã viết hai cuốn sách về việc kinh doanh, được đánh giá là những cuốn sách giáo khoa về thương mại: “Kim cổ cách ngôn” và “Thương học phương châm”, trong đó ông đã phân tích 10 nguyên nhân làm cho doanh nghiệp nước ta không phát triển được. Ông là người đầu tiên bàn về đạo kinh doanh, vai trò của thương mại, về cách làm giàu và đạo làm giàu của người Việt.

Trong thời kỳ đổi mới, cùng với chủ trương phát triển nền kinh tế nhiều thành phần, vai trò của doanh nhân ngày càng được Đảng, Nhà nước và xã hội thừa nhận. Chính sách phát triển doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân cũng trở thành một trong những nội dung đường lối phát triển kinh tế-xã hội của Đảng và là chủ đề thảo luận, nghiên cứu của nhiều nhà khoa học, nhà quản lý.

Từ những năm 1990 đến nay, ở nước ta đã có một số công trình nghiên cứu, hội thảo khoa học về doanh nhân và tinh thần doanh nhân như: “Kinh tế tư nhân và quản lý nhà nước đối với kinh tế tư nhân ở nước ta hiện nay” của Hồ Văn Vĩnh và các cộng sự (2003); “Tinh thần kinh doanh khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam và chính sách, biện pháp nhằm phát huy tinh thần kinh doanh trong sự nghiệp phát

triển đất nước” của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (2003); “Sự vận động, phát triển của kinh tế tư nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN” của các tác giả Mai Tết, Nguyễn Văn Tuất và Đặng Danh Lợi (Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2006); “Phát triển kinh tế tư nhân định hướng XHCN” của Trần Ngọc Bút (Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2002); “Hoàn thiện thể chế môi trường kinh doanh của Việt Nam” của Lê Danh Vĩnh (Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2009); “Văn minh làm giàu và nguồn gốc của cải” của Vương Quân Hoàng (Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2007); “Bóc lột – cách nhìn và ứng xử” của Viện khoa học xã hội nhân văn quân sự (Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2008); “Tinh thần doanh nghiệp – giá trị định hướng của văn hóa kinh doanh” của Trần Quốc Dân (Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2003); “Kinh tế - xã hội và nhân văn trong phát triển kinh tế tư nhân ở Hà Nội” do Lê Du Phong, Hoàng Văn Hoa, Nguyễn Văn Áng đồng chủ biên (Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2004); “Vấn đề đảng viên làm kinh tế tư bản tư nhân” do Vũ Đình Bách chủ biên (NXB Chính trị Quốc gia, H, 2006) .v.v.

Trong những năm gần đây, chủ đề doanh nhân đã thu hút nhiều hơn sự quan tâm của các nhà khoa học, nhà quản lý, các cơ quan nghiên cứu, các hiệp hội doanh nghiệp. Một số bài viết về doanh nhân đã được công bố trên các tạp chí khoa học và các phương tiện thông tin. Một số đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, luận văn thạc sỹ, luận án tiến sỹ đã nghiên cứu về doanh nhân Việt Nam. Sau đây là một số công trình tiêu biểu:

Cuốn sách *Doanh nhân, doanh nghiệp thành phố Hồ Chí Minh hội nhập kinh tế* do NXB Thông tấn ấn hành năm 2004 đã tập hợp các bài phát biểu của nguyên Thủ tướng Chính phủ Phan Văn Khải và các bài viết của các nhà nghiên cứu, nhà quản lý về lịch sử doanh nhân, văn hoá doanh nhân. Cuốn sách tuy không đi sâu về các vấn đề học thuật liên quan đến doanh nhân và tinh thần doanh nhân nhưng đã nêu lên những đặc điểm nổi bật và đóng góp tiêu biểu của doanh nhân Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Một số bài phát biểu của nguyên Thủ tướng Phan Văn Khải đã nêu rõ quyết tâm của Đảng và Chính phủ trong việc tạo điều kiện thuận lợi để phát triển nhanh đội ngũ doanh nhân, đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam trong các năm 2001, 2003 đã công bố hai tác phẩm về doanh nghiệp và doanh nhân Việt Nam: *Bác Hồ với doanh nghiệp và doanh nhân Việt Nam* và *Chính phủ và doanh nghiệp*. Mặc dù chưa phân tích có hệ thống về các giải pháp xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân nhưng hai cuốn sách này đã nêu ra những bước phát triển quan trọng của hệ thống

doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Cuốn sách *Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới* (Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2003) là công trình tập hợp các bài viết của các nhà quản lý, nhà khoa học, nhà báo về doanh nhân, giới thiệu các gương mặt doanh nhân tiêu biểu trong thời kỳ đổi mới. Qua đó, các tác giả (Đoàn Duy Thành, Lê Đăng Doanh, Dương Trung Quốc, Vũ Quốc Tuấn .v.v.) đã nhấn mạnh vai trò và những phẩm chất của doanh nhân Việt Nam trong quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Một số bài viết cũng đã thẳng thắn nhìn nhận những hạn chế của doanh nhân Việt Nam và chỉ ra nguyên nhân của tình trạng này. Tác phẩm *Doanh nhân Việt Nam xưa và nay* (Nhà XB Thống kê, H, 2004) tập hợp các bài viết của các nhà quản lý, nhà văn, nhà báo viết về gương doanh nhân tiêu biểu trong lịch sử từ xưa đến nay. Một số bài viết đã có sự so sánh, đối chiếu những thuận lợi và khó khăn đối với doanh nhân qua các thời kỳ lịch sử của đất nước. Các tác giả cũng chỉ ra những khó khăn mà các doanh nhân Việt Nam đang gặp phải như trưởng thành từ cơ chế kế hoạch hoá tập trung, chưa có nhiều cơ hội tiếp cận và cọ xát với thị trường quốc tế, chưa có được sự tôn vinh đúng mức của cộng đồng và xã hội.v.v.

Ngoài ra, một số nhà khoa học, nhà quản lý đã công bố một số công trình nghiên cứu về doanh nhân ở các khía cạnh khác nhau, như: *Vai trò của giám đốc doanh nghiệp trong nền kinh tế Việt Nam*; tác giả: Trương Vĩnh Hội, (Nhà XB Văn hóa, H, 2006); *Doanh nghiệp, doanh nhân và văn hóa*, tác giả: Trần Quốc Dân, (Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2008); *Doanh nghiệp dân doanh phát triển và hội nhập*, tác giả Vũ Quốc Tuấn (Nhà XB Chính trị-Hành chính, H, 2008); *Bách Thái Bưởi khẳng định doanh tài nước Việt*; tác giả: Lê Minh Quốc và các chuyên gia của Pace (Nhà XB Trẻ, TP.HCM, 2007) .v.v. Tuy nhiên, các công trình này mới bước đầu nêu lên một cách khái quát về đặc điểm của doanh nhân Việt Nam, yêu cầu đối với doanh nhân, những rào cản đối với sự phát triển doanh nhân.

Một số trường đại học, viện nghiên cứu đã có một số ít đề tài cấp Bộ, một số luận án tiến sỹ, luận văn thạc sỹ đã đề cập đến vấn đề doanh nhân ở các mức độ và khía cạnh khác nhau, như: *Doanh nhân Việt Nam trong phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh* (đề tài nghiên cứu khoa học, Viện Kinh tế TP. HCM, năm 2005); *Đội ngũ doanh nhân Đồng Nai – Thực trạng và giải pháp phát triển* (đề tài cấp Tỉnh, do TS. Đặng Ngọc Lợi, Học viện Chính trị-Hành chính Quốc gia HCM, làm chủ nhiệm, năm 2008); *Văn hóa doanh nghiệp với việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân trên địa bàn Hà Nội* (Đề tài cấp Bộ, do PGS.TS. Trần Thị Vân Hoa, Trường Đại học Kinh tế quốc dân làm chủ nhiệm, năm 2006); *Văn hóa doanh nhân của doanh nhân trên địa bàn Hà Nội* (đề tài cấp Bộ, do PGS.TS. Dương Thị Liễu, Trường Đại

học kinh tế quốc dân, làm chủ nhiệm, năm 2007); *Phát triển đội ngũ doanh nhân ở TP. Hồ Chí Minh trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN* (Luận án tiến sĩ của Đặng Danh Lợi, Học viện an ninh, TP. HCM, năm 2007); *Phát triển đội ngũ doanh nhân trên địa bàn quận Cầu Giấy, TP Hà Nội* (Luận văn thạc sĩ, Học viện Chính trị Quốc gia HCM, của Nguyễn Văn Thắng, năm 2006); *Xây dựng và phát triển đội ngũ giám đốc doanh nghiệp nhà nước ở Việt Nam*, (Luận án tiến sĩ tại ĐH Bách khoa Hà Nội của Vũ Đăng Minh, năm 2004); *Đào tạo và bồi dưỡng cán bộ quản trị doanh nghiệp ở các trường đại học khối kinh tế theo nhu cầu xã hội* (đề tài cấp Bộ do PGS.TS. Nguyễn Thị Tuyết Mai làm chủ nhiệm, năm 2010) Nhìn chung, các đề tài nghiên cứu về doanh nhân còn rất ít và chủ yếu ở phạm vi một số địa phương.

Một số viện nghiên cứu, trường đại học, hiệp hội doanh nghiệp như: VCCI, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương, Cục phát triển doanh nghiệp (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), Viện NC phát triển KT-XH Hà Nội, Viện Nghiên cứu phát triển TP.HCM, Học viện Chính trị-Hành chính Quốc gia HCM .v.v., đã có một số nghiên cứu về kinh tế tư nhân và doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới. Tuy nhiên, các công trình này cũng chỉ chủ yếu tập trung đề cập đến một số nội dung như: sự phát triển kinh tế tư nhân, đổi mới DNNN, kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài .v.v.

Trong Chương trình nghiên cứu khoa học trọng điểm cấp Nhà nước giai đoạn 2001- 2005 “Kinh tế thị trường định hướng XHCN” (mã số KX.01), do Trường Đại học KTQD chủ trì, đã nghiên cứu một số vấn đề về đặc trưng của kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam, phát triển các loại thị trường trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam, sở hữu nhà nước, sở hữu tập thể, sở hữu tư nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam.v.v. Các công trình này, ở mức độ khác nhau, đã đề cập đến vai trò của kinh tế tư nhân, sự phát triển của kinh tế tư nhân và doanh nhân ở nước ta.

Thực hiện nhiệm vụ do Ban Bí thư giao, năm 2009, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã chủ trì, phối hợp với nhiều cơ quan Trung ương và địa phương, các nhà khoa học, nhà quản lý, xây dựng *Đề án Phát huy vai trò của doanh nhân trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế*. Bản dự thảo Đề án đã nêu khái quát vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân, đặc điểm của doanh nhân nước ta thời kỳ sau hơn 20 năm đổi mới, những khó khăn, thách thức của doanh nhân và đề xuất một số giải pháp chủ yếu để xây dựng đội ngũ doanh nhân ở nước ta. Đề án sẽ được trình Bộ Chính trị thảo luận, quyết định để ban hành Nghị quyết.

Một số trường đại học, viện nghiên cứu, hiệp hội doanh nghiệp đã tổ chức các hội thảo, hội nghị bàn về doanh nghiệp, doanh nhân với các chủ đề như: *Xây dựng văn hóa doanh nghiệp* (VCCI, tháng 5/2003); *Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam* (VCCI phối hợp với Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc VN, Học viện Chính trị Quốc gia HCM, năm 2004); *Tương tác trường đại học – doanh nghiệp theo mục tiêu nâng cao chất lượng đáp ứng nhu cầu xã hội và năng lực cạnh tranh cốt lõi của doanh nghiệp* (Trường Đại học Thương mại, năm 2009); *Môi trường kinh doanh ở Việt Nam*, (Trường Đại học Ngoại thương, năm 2000); *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp* (Trường Đại học Thương mại, năm 2009); *Tài trợ vốn cho doanh nghiệp VN trong bối cảnh hậu lạm phát và suy giảm kinh tế* (Trường đại học KTQD, năm 2009); *Khó khăn thách thức do biến động kinh tế vĩ mô và đề xuất của doanh nghiệp Việt Nam* (Trường đại học KTQD, năm 2008); *Doanh nhân tiêu biểu toàn quốc* (VCCI, năm 2008); *Phát huy vai trò của doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ CNH, HĐH và hội nhập kinh tế quốc tế* (VCCI phối hợp với Báo Nhân dân, năm 2009) .v.v. Các cuộc hội thảo này đã nêu lên khái quát một số vấn đề liên quan đến quá trình hình thành đội ngũ doanh nhân; tinh thần doanh nghiệp, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, doanh nhân.

Một số nhà nghiên cứu, nhà quản lý như TS. Lê Đăng Doanh, GS.TSKH. Lê Du Phong, GS. Phạm Xuân Nam, GS. TS. Trịnh Duy Luân, GS. TS. Phạm Ngọc Quang, ông Đoàn Duy Thành, Ông Dương Trung Quốc, Ông Vũ Quốc Tuấn, Bà Phạm Chi Lan, TS. Vũ Tiến Lộc, TS. Phạm Thị Thu Hằng, PGS.TS. Hoàng Văn Hoa, TS. Đặng Ngọc Lợi, Ông Nguyễn Trần Bạt, TS. Nguyễn Minh Phong, PGS. Vũ Huy Phúc, nhà văn Lê Lựu, Luật gia Vũ Xuân Tiên .v.v., cũng đã có các bài viết về doanh nhân, được công bố trên các tạp chí khoa học, các hội thảo, hội nghị về doanh nhân.

Những công trình nghiên cứu, các bài viết, các hội thảo khoa học nêu trên đã góp phần làm sáng tỏ hơn cơ sở lý luận, quan điểm, chính sách của Đảng, Nhà nước về đội ngũ doanh nhân; nêu lên một số đặc điểm và xu hướng phát triển đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ mới. Tuy nhiên, *do cách tiếp cận và phạm vi nghiên cứu khác nhau nên những công trình nghiên cứu ở nước ta chưa đề cập một cách hệ thống, toàn diện về lý luận, thực trạng cũng như những chính sách, giải pháp để xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ mới.*

2.2. Ngoài nước

Ở các nước phát triển, vấn đề doanh nhân và tinh thần doanh nhân là một chủ đề được các nhà khoa học nghiên cứu từ rất sớm, từ rất nhiều góc độ khác nhau. Một trong những công trình nghiên cứu đầu tiên về doanh nhân được thực

hiện bởi nhà kinh tế học người Pháp *Richard Cantillon* (1660-1734), trong cuốn “*Essai sur la nature de commerce en general*” (xuất bản tại Anh năm 1775). Cantillon trong lý thuyết kinh tế của mình đã bàn về khái niệm doanh nhân, coi doanh nhân là người gắn với lợi nhuận và rủi ro. Adam Smith (1723 – 1790) trong tác phẩm nổi tiếng “*Của cải của các dân tộc*” cũng đã đề cập đến doanh nhân, coi doanh nhân gắn với ba chức năng chính là: chủ sở hữu, nhà quản lý và người chấp nhận rủi ro.

Nhà kinh tế học nổi tiếng *Joseph A. Schumpeter* (1833 – 1950) – một trong những người đầu tiên phát triển có hệ thống lý thuyết về tinh thần doanh nhân, đã phân tích khái niệm cơ bản về doanh nhân. Trong tác phẩm “*Lý thuyết phát triển kinh tế*” (1911), Schumpeter cho rằng, doanh nhân là những người tổ chức sản xuất kinh doanh và tạo ra lợi nhuận.

Các nhà kinh tế học như Carton R.B, Hofer C.W, Meek M.D, Michale Melcher, Steve Strauss .v.v cũng đã có một số công trình nghiên cứu về doanh nhân. Các công trình nghiên cứu này đã phân tích một số đặc trưng của doanh nhân ở các khía cạnh và cách nhìn khác nhau; các điều kiện khởi nghiệp kinh doanh và điều kiện trở thành doanh nhân; tinh thần doanh nhân và các yếu tố cơ bản để thúc đẩy tinh thần kinh doanh¹; vai trò của chính phủ trong việc xây dựng, phát triển đội ngũ doanh nhân. Trong những năm gần đây, một số công trình nghiên cứu về doanh nhân (entrepreneur) và tinh thần doanh nhân (entrepreneurship) cũng đã bắt đầu được dịch sang tiếng Việt².

Có một số cuốn sách và bài viết của các tác giả nước ngoài cũng đã được dịch ra tiếng Việt, giới thiệu về các nhà quản lý, các doanh nhân thành đạt, nổi tiếng trên thế giới, về kinh nghiệm kinh doanh của doanh nhân như Jack Welch (chủ tịch hội đồng quản trị tập đoàn General Electronic), Morita (chủ hãng Sony), Kunê (cựu chủ tịch hãng Nissan), Honda, Bill Gate .v.v. Ngoài ra, cũng có một số học giả nước ngoài đề cập vấn đề doanh nhân Việt Nam, ví dụ như tác phẩm: “*Việt Nam: Con hổ trong quá trình chuyển đổi ?*” của Brian Van Arkadie và Raymond Mallon (2003) và “*Lịch sử hay chính sách: Tại sao các tỉnh miền Bắc không tăng trưởng nhanh hơn*” của nhóm các nhà nghiên cứu Chương trình Phát

¹ Chẳng hạn như tác phẩm “*Entrepreneurship*”, tác giả: Alan L. Casrud và Malin E. Brannback; Greenwood Press, Westport, Connecticut, London, 2007.

² Cuốn sách “*Nhà doanh nghiệp cần biết gương doanh nhân*”; “*21 luật vàng cho các doanh nhân*” của tác giả WILLAME. HEINECKE, JONATHANMARSH, Nhà XB TP Hồ Chí Minh, 2001.

triển Liên hợp Quốc (2004). Những nghiên cứu dạng này còn rất ít và chưa thực sự đi sâu nghiên cứu về đội ngũ doanh nhân Việt Nam.

Vấn đề kinh tế tư nhân và doanh nhân cũng là một trong những chủ đề được nghiên cứu ở Trung Quốc trong những năm gần đây. Nhiều nhà nghiên cứu Trung Quốc đã nêu lên một số vấn đề như: “Vấn đề lao động, bóc lột và vào Đảng của chủ doanh nghiệp tư nhân (PGS. Mạnh Hâm, Tạp chí Nghiên cứu CNXH đặc sắc Trung Quốc, tháng 2-2002); vấn đề bóc lột giá trị thặng dư (GS. Trình Ân Phú, ĐH Kinh tế- Tài chính Thượng Hải). Một số công trình của Vũ Quang Việt, Trần Văn Thọ .v.v., cũng đã đề cập đến vấn đề về bóc lột giá trị thặng dư, vai trò của doanh nghiệp và doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại.

Nhìn chung, các nghiên cứu của các nhà kinh tế nước ngoài, chủ yếu là đề cập đến tinh thần kinh doanh, phương pháp khởi sự doanh nghiệp và phát triển doanh nghiệp. Các công trình nghiên cứu này cũng đề cập đến việc đào tạo và phát triển kỹ năng cho doanh nhân, xem đây như một nguồn lực kinh doanh quan trọng nhất của nền kinh tế.

3. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu của đề tài

3.1. Mục tiêu tổng quát của đề tài là đánh giá vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đổi mới ở nước ta, trên cơ sở đó đề xuất quan điểm, định hướng và các giải pháp cơ bản phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta trong giai đoạn 2011 - 2020.

3.2. Mục tiêu cụ thể của đề tài

Một là, phân tích cơ sở lý luận và thực tiễn về vị trí, vai trò, đặc điểm của đội ngũ doanh nhân trong quá trình xây dựng và phát triển nền kinh tế thị trường.

Hai là, phân tích, đánh giá thực trạng đội ngũ doanh nhân nước ta và chính sách của Đảng, Nhà nước đối với doanh nhân sau hơn 20 năm đổi mới; làm rõ các nhân tố tác động đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta trong thời kỳ đổi mới.

Ba là, đề xuất mục tiêu, quan điểm, định hướng và giải pháp cơ bản phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 – 2020.

Bốn là, góp phần tiếp tục đổi mới lý luận, nhất là về vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam.

3.3. Nhiệm vụ nghiên cứu của đề tài

Căn cứ vào mục tiêu ở trên, đề tài đặt ra nhiệm vụ nghiên cứu là:

- Phân tích cơ sở lý luận về vai trò, vị trí, đặc điểm của đội ngũ doanh nhân trong cơ chế thị trường nói chung; tiêu chí xác định doanh nhân, đặc trưng của

doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại.

- Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân ở một số nước và vùng lãnh thổ như Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc và Nhật Bản, trên cơ sở đó rút ra những bài học có ý nghĩa tham khảo cho việc xây dựng đội ngũ doanh nhân ở Việt Nam.

- Đánh giá quá trình hình thành phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta; phân tích những thuận lợi và khó khăn, các yếu tố tác động đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta trong những năm vừa qua và giai đoạn 2011-2020.

- Hệ thống hoá các chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nhân nước ta trong thời gian qua, đánh giá tác động đồng thuận và không đồng thuận của hệ thống cơ chế chính sách đối với sự phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta.

- Nêu lên đặc trưng cơ bản của đội ngũ doanh nhân nước ta; cơ hội, thách thức trong quá trình xây dựng phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011-2020.

- Đề xuất quan điểm, mục tiêu và các giải pháp cụ thể để xây dựng đội ngũ doanh nhân nhằm góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội ở nước ta giai đoạn 2011 - 2020.

- Đề xuất các kiến nghị với Đảng và Nhà nước, các hiệp hội doanh nghiệp về các chính sách xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 - 2020.

4. Những điểm mới và đóng góp của đề tài

- Đề tài góp phần xây dựng luận cứ khoa học để xác định vai trò của đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta.

- Đánh giá có hệ thống, toàn diện về thực trạng đội ngũ doanh nhân ở nước ta sau hơn 20 năm đổi mới; vai trò của đội ngũ doanh nhân trong sự nghiệp CNH, HĐH và hội nhập quốc tế.

- Đề xuất các giải pháp và kiến nghị xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011- 2020.

- Kết quả nghiên cứu của đề tài góp phần tạo cơ sở lý luận và thực tiễn để Đảng, Nhà nước, các cơ quan hoạch định chính sách nghiên cứu, ban hành các chính sách, biện pháp thúc đẩy phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta giai đoạn 2011-2020; góp phần vào hoàn thiện dự thảo Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ XI và bổ sung, phát triển Cương lĩnh của Đảng giai đoạn 2011-2020.

- Đề tài là tài liệu tham khảo bổ ích cho các viện nghiên cứu, các trường đại học trong việc nghiên cứu, tư vấn hoạch định chính sách về xây dựng doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân phù hợp với điều kiện cụ thể của Việt Nam và đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế; là tài liệu phục vụ đào tạo, nhất là ở các trường đại học kinh tế, quản trị kinh doanh; đồng thời, thông qua nghiên cứu các vấn đề lý luận có liên

quan và khảo sát thực tiễn, năng lực nghiên cứu và tổ chức thực hiện đề tài của các cán bộ, giảng viên tham gia đề tài được nâng lên đáng kể, góp phần tăng cường năng lực nghiên cứu và nâng cao chất lượng đào tạo.

- Kết quả nghiên cứu đề tài đã có đóng góp trực tiếp vào việc thực hiện nhiệm vụ do Ban Bí thư giao cho Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam chủ trì, xây dựng *Đề án Phát huy vai trò của doanh nhân trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế* để trình Bộ Chính trị thảo luận, quyết định và ban hành Nghị quyết. Kết quả nghiên cứu của đề tài cũng đã được Cục Phát triển doanh nghiệp (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) sử dụng là tài liệu tham khảo để nghiên cứu, ban hành chính sách về doanh nghiệp, doanh nhân.

- Trong quá trình nghiên cứu, đề tài đã gửi bốn báo cáo kết quả nghiên cứu đến Hội đồng Lý luận Trung ương, Chương trình KX.04/06-10 để nghiên cứu, tham khảo, góp phần vào xây dựng dự thảo Văn kiện Đại hội XI của Đảng và bổ sung, phát triển Cương lĩnh của Đảng giai đoạn 2011-2020.

- Đề tài đã công bố hơn 20 bài báo trên các tạp chí khoa học chuyên ngành, các hội thảo khoa học quốc gia và quốc tế, xuất bản cuốn sách *Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011-2020*, do NXB Chính trị Quốc gia xuất bản, năm 2010.

5. Phạm vi nghiên cứu của đề tài

Doanh nghiệp, doanh nhân là khái niệm mở, có nội dung lớn, phức tạp, liên quan đến nhiều vấn đề kinh tế, chính trị, văn hóa và xã hội. Do vậy, đề tài giới hạn phạm vi nghiên cứu như sau:

- Hiện nay đang còn có nhiều ý kiến khác nhau về khái niệm và tiêu chí doanh nhân. Đề tài giới hạn việc nghiên cứu *doanh nhân* với tư cách là một nhóm hay một đội ngũ/giai tầng, bao gồm những người trực tiếp lãnh đạo, quản lý điều hành doanh nghiệp (doanh nghiệp đã đăng ký chính thức thành lập theo Luật Doanh nghiệp), không bao hàm chủ hộ kinh tế cá thể, chủ trang trại, lãnh đạo các hợp tác xã.

- Việc nghiên cứu, đánh giá thực trạng, vai trò của đội ngũ doanh nhân chủ yếu tập trung trong *thời kỳ đổi mới* (từ sau năm 1986 đến nay).

- Các giải pháp và kiến nghị về xây dựng đội ngũ doanh nhân được đề xuất là trong *giai đoạn 2011-2020*.

6. Cách tiếp cận, phương pháp nghiên cứu

6.1. Cách tiếp cận

- *Tiếp cận thực tế thông qua điều tra khảo sát*

Để có đầy đủ thông tin nhằm đánh giá đúng thực trạng và các yếu tố tác động đến sự phát triển của đội ngũ doanh nhân nước ta trong những năm vừa qua,

ngoài những thông tin thứ cấp thu thập được từ các nguồn, các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước, đề tài đặt trọng tâm vào việc thu thập các thông tin sơ cấp, coi đó là nguồn thông tin quan trọng và tin cậy cho việc tiến hành nghiên cứu. Những thông tin này được thu thập thông qua khảo sát, điều tra thực tế tại các địa phương, phỏng vấn trực tiếp các doanh nhân, kết hợp với tổ chức các hội thảo, hội nghị chuyên đề để xin ý kiến chuyên gia.

Đề tài tập trung *khảo sát ở 9 tỉnh, thành phố*: Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, TP.HCM, Đà Nẵng, Lào Cai, Nghệ An và Đắk Lắk và Bình Dương. Phương pháp tiếp cận này sẽ đảm bảo tính chính xác và chất lượng của các thông tin về doanh nhân, cho phép đánh giá đúng thực trạng phát triển đội ngũ doanh nhân trong những năm vừa qua ở nước ta.

- Kết hợp phân tích tổng hợp và nghiên cứu tình huống

Nghiên cứu tổng thể các chính sách cơ chế, các nhân tố tác động trên bình diện vĩ mô đối với sự phát triển của đội ngũ doanh nhân. Việc đánh giá thực trạng đội ngũ doanh nhân theo cách tiếp cận này được kết hợp giữa lý luận về phát triển kinh tế thị trường hiện đại, vai trò của đội ngũ doanh nhân và thực tiễn phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta trong thời gian qua.

Nghiên cứu đặc điểm tình hình phát triển của doanh nhân ở một số địa phương điển hình, đề tài rút ra những đặc trưng cơ bản của đội ngũ doanh nhân ở nước ta. Trên cơ sở đó, đề tài phân tích, đánh giá đặc trưng của đội ngũ doanh nhân ở nước ta, những thuận lợi, khó khăn và thách thức đối với sự phát triển của đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay và những năm tới.

- Đề tài tiếp cận việc nghiên cứu đội ngũ doanh nhân ở nước ta trên quan điểm hệ thống và phù hợp với điều kiện cụ thể của nền kinh tế đang chuyển đổi ở nước ta.

Việc nghiên cứu thực trạng đội ngũ doanh nhân được gắn liền với hàng loạt các nhân tố, điều kiện cụ thể trong và ngoài nước; gắn doanh nhân với tình hình kinh tế - xã hội trong nước, với các chính sách đổi mới, với thể chế kinh tế thị trường, với tiến trình CNH, HĐH, với sự biến đổi cơ cấu giai cấp xã hội; với chính sách phát triển nền kinh tế nhiều thành phần và hội nhập quốc tế.

Việc nghiên cứu đề xuất mục tiêu, quan điểm, các giải pháp cơ bản để xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011-2020 cũng được đặt trong hệ thống các nhân tố, trình độ phát triển kinh tế-xã hội ở nước ta, mức độ hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta giai đoạn 2011-2020. Vì

vậy, cách tiếp cận hệ thống đòi hỏi phải nghiên cứu, đánh giá một cách toàn diện để trên cơ sở đó xây dựng được các giải pháp có tính khả thi cao.

- *Tiếp cận nghiên cứu định lượng*: Trên cơ sở điều tra khảo sát, phỏng vấn, đề tài xử lý số liệu bằng phương pháp SPSS để đánh giá thực trạng đội ngũ doanh nhân ở nước ta hiện nay.

6.2. Phương pháp nghiên cứu

Với cách tiếp cận như trên và để thực hiện mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, đề tài sử dụng những phương pháp nghiên cứu chủ yếu sau:

- Phương pháp tổng hợp, phân tích kinh tế: Tổng hợp phân tích một số công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về doanh nhân và phân tích những vấn đề lý luận về phát triển doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại.

- Kết hợp phương pháp nghiên cứu so sánh, phương pháp lịch sử và phương pháp logic nhằm phân tích, so sánh đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam với các nền kinh tế thị trường hiện đại.

- Về điều tra khảo sát: Đề tài đã tiến hành *khảo sát tình hình phát triển đội ngũ doanh nhân ở 9 tỉnh, thành phố*: Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Lào Cai, Nghệ An, TP Đà Nẵng, TP HCM, Bình Dương và Đắk Lắk.

Nội dung điều tra, khảo sát trong nước:

+ Tại các địa phương, các thành viên đề tài đã trực tiếp làm việc các cơ quan quản lý nhà nước (sở, ban, ngành, quận/huyện), các nhà khoa học, các hiệp hội doanh nghiệp, tọa đàm về các nội dung như: quan niệm về doanh nhân, trình độ, năng lực của doanh nhân và vai trò của doanh nhân ở địa phương; tình hình hoạt động và vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp ở địa phương; điều kiện và giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân ở địa phương.

+ Đề tài đã *điều tra, phỏng vấn 1841 doanh nhân*, nhà quản lý doanh nghiệp *trên phạm vi 9 tỉnh, thành phố*. Trên cơ sở đó, đã tổng hợp, xử lý theo chương trình phần mềm SPSS. Kết quả xử lý số liệu được chọn lọc, tổng hợp thành hệ thống gồm hơn 500 trang biểu/bảng ở phần phụ lục.

+ Đề tài sử dụng phương pháp chuyên gia, tổ chức *hai Hội thảo khoa học quy mô lớn tại TP. Hồ Chí Minh* (phối hợp với Trường Đại học kinh tế TP.HCM) và *Hà Nội*, tổ chức các buổi tọa đàm khoa học ở các địa bàn khảo sát để thu thập ý kiến của các doanh nhân, các nhà quản lý, các nhà khoa học về thực trạng, vai trò, xu hướng phát triển, quan điểm và giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011 - 2020.

Khảo sát ở nước ngoài: Đề tài đã phối hợp với Trường Đại học kinh tế-Tài chính và Pháp luật Trung Nam, Vũ Hán-Trung Quốc và một số trường đại học Trung Quốc, tiến hành khảo sát trực tiếp, tổ chức *hội thảo khoa học, tọa đàm với một số học giả Trung Quốc* về chính sách phát triển doanh nhân của Trung Quốc trong thời kỳ Cải cách và mở cửa ở Trung Quốc từ 1978 đến nay.

7. Kết cấu của đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, kiến nghị, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, đề tài gồm ba chương:

- **Chương 1:** Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về xây dựng đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại.

- **Chương 2:** Thực trạng phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam.

- **Chương 3:** Quan điểm và giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020.

Chương 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ XÂY DỰNG ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG HIỆN ĐẠI

1.1. Khái niệm và đặc trưng của doanh nhân

1.1.1. Khái niệm doanh nhân

Cho đến nay, các nhà quản lý, nhà khoa học, nhà lãnh đạo doanh nghiệp ở nước ta vẫn còn có nhiều ý kiến khác nhau về khái niệm “doanh nhân”. Đây là một khái niệm mới được xuất hiện ở nước ta trong những năm gần đây. Từ năm 2004, ngày 13 - 10 hàng năm đã được Nhà nước chọn là “Ngày doanh nhân Việt Nam”, nhưng ai là doanh nhân ? doanh nhân có đặc trưng gì và tiêu chí nào được gọi là doanh nhân thì vẫn còn nhiều ý kiến khác nhau. Các văn kiện của Đảng, văn bản pháp luật của Nhà nước vẫn chưa đưa ra một khái niệm hoàn chỉnh, có tính pháp lý đầy đủ về doanh nhân. Các hiệp hội doanh nghiệp, những người lãnh đạo doanh nghiệp cũng chưa có ý kiến thống nhất, rạch ròi về khái niệm này. Đây là nội dung quan trọng cần được làm rõ, có liên quan đến việc xác định nội hàm của một bộ phận xã hội mới trong hệ thống cơ cấu xã hội Việt Nam hiện nay, và nó có liên quan trực tiếp tới các chính sách của Đảng và Nhà nước đối với đội ngũ doanh nhân. Trong phạm vi của Đề tài, chúng tôi tổng hợp một số ý kiến khác nhau về vấn đề này, trên cơ sở đó, phân tích, đề xuất khái niệm về doanh nhân, đánh giá đặc trưng của doanh nhân và tiêu chí xác định doanh nhân trong nền kinh tế thị trường.

- Trong các công trình nghiên cứu ở nước ngoài, thuật ngữ doanh nhân được đề cập ở các góc độ khác nhau. Khái niệm “doanh nhân” ban đầu được sử dụng như là người tổ chức và cho đến đầu thế kỷ XIX thì được sử dụng rộng rãi trong lĩnh vực kinh tế ở các nước phương Tây. Trong tiếng Anh, thuật ngữ doanh nhân thường được sử dụng bằng các từ như business person, business man hay entrepreneur.

Từ điển ngôn ngữ tiếng Anh định nghĩa: *Doanh nhân* (business-man) là: 1) người hoạt động kinh doanh, đặc biệt là người chủ, giám đốc, hoặc quản lý cao cấp của một công ty; 2) người có tố chất cần thiết để kinh doanh thành công¹. Từ điển tiếng Anh hiện đại Oxford cho rằng: Doanh nhân (business-man) là người tham gia vào hoạt động thương mại, đặc biệt là ở vị trí cấp cao².

¹ Longman-Dictionary of English Languages and Culture. Longman Group Limited, 1992, trang 59.

² Oxford Modern English Dictionary - Oxford University Press, 1994, trang 135.

Từ điển tiếng Anh kinh doanh của Longman có phân biệt khái niệm người kinh doanh (business man), nhà quản lý kinh doanh (business manager) và doanh nhân (entrepreneur) như sau: *Người kinh doanh* (business-man) là người làm việc hay được thuê trong hoạt động kinh doanh, đặc biệt là người sở hữu, hoặc giữ vị trí cao trong doanh nghiệp lớn hoặc quan trọng; *nhà quản lý kinh doanh* (business manager) là: 1) người được thuê để quản lý hoạt động kinh doanh có tính chuyên nghiệp; 2) người làm trong lĩnh vực thương mại và công nghiệp, có trách nhiệm về các vấn đề hành chính và tài chính¹. *Doanh nhân* (entrepreneur) là: 1) người tổ chức các nhân tố sản xuất, đất đai, lao động và vốn để sản xuất và bán hàng hóa nhằm thu lợi nhuận. Doanh nhân là một khái niệm cơ bản trong kinh tế học, là nhà kế hoạch và chấp nhận rủi ro, và đối với hầu hết các nhà kinh tế học, doanh nhân là yếu tố thứ tư của quá trình sản xuất mà nếu không có yếu tố này thì ba yếu tố kia không thể hoạt động có hiệu quả được; 2) Doanh nhân thông thường là người chủ, người tổ chức, người cung cấp tài chính và quản lý một tổ chức thương mại hay công nghiệp để tạo ra lợi nhuận; 3) là người mà thông qua hoạt động kinh doanh để làm cho mình trở thành lãnh đạo trong thế giới kinh tế².

Như vậy, thuật ngữ doanh nhân đã và đang được sử dụng theo nhiều cách và quan điểm khác nhau. Song, nhìn chung, khái niệm doanh nhân bao gồm ba nội dung chính là: “người chấp nhận mạo hiểm”, “nhà tổ chức” và “người có tư tưởng đổi mới”.

Một trong những công trình nghiên cứu đầu tiên về doanh nhân được thực hiện bởi nhà kinh tế học người Pháp *Richard Cantillon* (1660-1734), trong cuốn “*Essai sur la nature de commerce en general*” (xuất bản tại Anh năm 1775). Cantillon trong lý thuyết kinh tế của mình đã nêu lên khái niệm về doanh nhân như là *người chấp nhận mạo hiểm, người gắn với lợi nhuận và rủi ro*. Ông cho rằng, doanh nhân là người mua các yếu tố sản xuất với một giá cả nhất định để kết hợp chúng trong quá trình sản xuất và bán ra sản phẩm với giá không chắc chắn trong tương lai. Ông giải thích rằng, một người chủ trang trại trả tiền theo hợp đồng đã ký cho người chủ đất và người làm công theo một giá đã biết nhưng lại bán những sản phẩm theo giá “không chắc chắn”. Những nhà buôn cũng làm như vậy bằng việc trả tiền trước và mong đợi thu về khoản tiền chưa được xác định. Vì vậy, *doanh nhân là người chấp nhận rủi ro*. Cùng quan điểm với Cantillon, nhà kinh tế học nổi tiếng người Mỹ, *Frank Knight* (1885 – 1972) cho rằng doanh nhân là một nhóm người được chuyên môn hóa mà *gánh lấy những điều không chắc chắn*, họ

¹ Longman Dictionary of Business English, by J.H. Adam, Longman Group UK Limited, 1989, trang 83.

² Như trên, trang 83.

là người làm việc trong lĩnh vực kinh tế, thực hiện các trách nhiệm về điều không chắc chắn mà tự nó không có bảo đảm, không được cấp vốn và trả lương.

Adam Smith (1723 – 1790) trong tác phẩm nổi tiếng “Của cải của các dân tộc” cũng đã đề cập đến khái niệm doanh nhân, coi doanh nhân là những người gắn với ba chức năng chính là: *chủ sở hữu, nhà quản lý và người chấp nhận rủi ro*.

Nhà kinh tế học Pháp, *Jean Baptiste Say* (1767 – 1832) đã phát triển khái niệm doanh nhân và gắn khái niệm doanh nhân với các chức năng điều phối, tổ chức và giám sát, coi *doanh nhân là nhà tổ chức*. Theo Say, doanh nhân là người biết kết hợp đất đai của một người, sức lao động của người khác và vốn của người khác nữa và cuối cùng là sản xuất ra sản phẩm. Bằng cách bán sản phẩm trên thị trường, doanh nhân sẽ trả lãi suất vốn vay, tiền thuê đất đai và trả lương cho người lao động, những gì còn lại là lợi nhuận của doanh nhân. Như vậy, Say đã làm rõ hơn sự khác biệt vai trò của nhà tư bản với tư cách là nhà tài chính và doanh nhân và ông coi *doanh nhân là nhà tổ chức sản xuất kinh doanh*.

Nhà kinh tế học nổi tiếng *Joseph A. Schumpeter* (1833 – 1950), một trong những người đầu tiên phát triển có hệ thống lý thuyết về tinh thần doanh nhân, đã nêu lên khái niệm về doanh nhân: Doanh nhân không nhất thiết phải là người chủ doanh nghiệp hoặc người quản lý, doanh nhân có thể là người thợ thủ công hoặc nông dân. Theo khái niệm của Schumpeter, người hành động như các doanh nhân chỉ khi họ thực sự thực hiện các kết hợp mới.

Các nhà kinh tế học hiện đại đã tiếp tục phát triển khái niệm về doanh nhân. *Liebenstein* (1968) cho rằng doanh nhân không chỉ là người sáng tạo. Ông nêu ra hai kiểu mẫu khác nhau về doanh nhân. Một là dạng doanh nhân như Schumpeter mô tả đó là người tạo ra các kết hợp mới, và một dạng khác là thuộc về chức năng quản lý, là người thiết lập và thực hiện việc kinh doanh và ở chừng mực nào đó có khả năng tổ chức các kết hợp mang tính truyền thống.

Casson (1982) nêu ra hai phương pháp định nghĩa doanh nhân: Theo chức năng và theo hình thức biểu thị hay còn gọi là địa vị pháp lý. Phương pháp định nghĩa theo chức năng chỉ ra chức năng nhất định và những ai thực hiện chức năng này sẽ được coi là doanh nhân. Phương pháp xác định theo hình thức biểu thị mô tả cách nhận diện doanh nhân theo cách mà doanh nhân được thừa nhận. Không giống như định nghĩa theo chức năng, định nghĩa theo hình thức biểu thị mô tả doanh nhân theo địa vị của anh ta có thể là về mặt pháp lý hoặc xác định theo quan hệ hợp đồng với các bên khác, theo địa vị của anh ta trong xã hội. Trên cơ sở cách tiếp cận doanh nhân của Casson, một số nhà kinh tế học đã nêu lên ba chức năng cơ bản của doanh nhân: 1) Nhà tư bản, là người cung cấp tư bản (vốn) và các

nguồn lực khác; 2) Nhà quản lý, tức là người giám sát và điều phối các hoạt động sản xuất và 3) Người kinh doanh, tức là người lập kế hoạch, người đổi mới, người ra quyết định cuối cùng trong doanh nghiệp.

Một số nhà nghiên cứu lại cho rằng, nếu chỉ nhìn nhận doanh nhân từ quan điểm về địa vị pháp lý thì sẽ không thể giải thích đầy đủ về khái niệm và vai trò của doanh nhân. Quan điểm này lập luận rằng, những nghiên cứu lịch sử và so sánh giữa các nền văn hoá cho thấy, các doanh nhân xuất hiện và hành động theo các cách khác nhau, ở các thời điểm khác nhau và tại các địa điểm khác nhau. Tại phương Tây, anh ta làm tất cả, tại Nhật Bản anh ta chỉ là nhà quản lý.

Tóm lại, khái niệm về doanh nhân đã bắt đầu xuất hiện ở phương Tây từ thế kỷ XVIII – thời kỳ bắt đầu hình thành phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa và cuộc “cách mạng công nghiệp” lần thứ nhất. Mặc dù ở các khía cạnh và góc độ khác nhau, nhưng các nhà kinh tế học phương Tây đều có cách nhìn nhận chung rằng, doanh nhân là người kết hợp các yếu tố sản xuất và tổ chức quá trình sản xuất, kinh doanh để tạo ra giá trị mới cao hơn, không phân biệt hình thức sở hữu, loại hình và quy mô kinh doanh. Khái niệm doanh nhân gắn bó mật thiết với ba yếu cấu thành là người chấp nhận rủi ro, nhà tổ chức sản xuất, kinh doanh và là người cải cách, sáng tạo. Vì vậy, một doanh nhân có thể được xác định như là người cố gắng tạo ra những giá trị mới, tổ chức sản xuất và chấp nhận rủi ro, mạo hiểm và xử lý các yếu tố không chắc chắn mang tính kinh tế liên quan đến doanh nghiệp.

Ở nước ta, khái niệm “doanh nhân” mới được xuất hiện trong những năm gần đây. Trong thời kỳ phong kiến và thời kỳ Pháp thuộc, người ta gọi những người làm nghề kinh doanh là các “ông chủ”, các “thương gia”, “nhà thầu” hoặc “lái buôn”, “giới công thương”, “giới chủ” hoặc các “chủ doanh nghiệp”, “nhà tư sản” .v.v., để nói về doanh nhân. Trong nền kinh tế vận hành theo cơ chế kế hoạch hoá tập trung ở nước ta, khái niệm này hầu không tồn tại, bởi lẽ những người quản lý doanh nghiệp nhà nước cũng là công chức nhà nước, được Nhà nước bổ nhiệm như mọi công chức khác. Những người lãnh đạo các DNNN trong thời kỳ này hành động theo mệnh lệnh của Nhà nước và không phải là người kinh doanh chuyên nghiệp. Do mới được xuất hiện trong những năm gần đây, nên khái niệm doanh nhân còn có cách tiếp cận và cách hiểu khác nhau.

Một số quan điểm cho rằng, hiểu một cách đơn giản, doanh nhân là từ ghép của chữ “doanh” theo nghĩa Hán-Việt là kinh doanh, và chữ “nhân” có nghĩa là người, vì vậy “doanh nhân” có nghĩa là người kinh doanh. Hoặc cũng có người cho rằng, “doanh” là lãi. “Doanh nhân” là người kiếm lời. *Từ điển tiếng Việt* gần

đây đã định nghĩa *doanh nhân* là "Người làm nghề kinh doanh"; đồng thời còn có từ *doanh gia*, được định nghĩa là "nhà doanh nghiệp, nhà kinh doanh lớn, có tiếng tăm"¹. *Từ điển Việt Nam của Ban tu thư khai trí* xuất bản năm 1971 tại Sài Gòn cũng nêu định nghĩa rất ngắn gọn: Doanh nhân là người kinh doanh.

Theo “*Từ điển bách khoa toàn thư Việt Nam*”, doanh nhân là người làm nghề tổ chức sản xuất kinh doanh, cung cấp hàng hóa, dịch vụ cho thị trường, đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng. Doanh nhân xuất hiện và tồn tại trong lịch sử loài người cùng với sản xuất hàng hóa và thị trường².

Bách khoa thư *Wikipedia* đưa ra định nghĩa khá đầy đủ và rõ ràng hơn: "Doanh nhân là những người chủ chốt trong việc quản trị, điều hành một doanh nghiệp. Đó có thể là những người đại diện cho các cổ đông, cho các chủ sở hữu (thành viên Hội đồng thành viên, Hội đồng quản trị, Ban kiểm soát) hoặc trực tiếp điều hành các doanh nghiệp (thành viên Ban giám đốc).

Hiểu theo nghĩa rộng thì doanh nhân là những người có vị trí trong một doanh nghiệp và làm công việc quản trị trong doanh nghiệp. Họ là những người có: i) năng khiếu đặc biệt về kinh doanh; ii) kỹ năng đặc biệt về kinh doanh và iii) các kinh nghiệm phong phú để ứng dụng trong kinh doanh. Doanh nhân phải là người có năng lực quản lý, quản trị hơn hẳn những người khác. Doanh nhân được xem là một nghề như nhiều nghề khác trong xã hội. Vai trò chính của doanh nhân là xây dựng các doanh nghiệp, vận hành, phát triển chúng để làm ra hàng hóa, dịch vụ cho xã hội, giải quyết công ăn việc làm cho người dân. Doanh nhân phải làm ra lợi nhuận và biết đóng góp cho xã hội. Các doanh nhân tập hợp lại trong một tầng lớp xã hội gọi là *tầng lớp doanh nhân*"³.

Một số nhà nghiên cứu ở nước ta gần đây cũng đã nêu lên các khái niệm khác nhau về doanh nhân. Theo ông *Vũ Quốc Tuấn*, doanh nhân là người trực tiếp điều hành các hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, họ có trách nhiệm kinh doanh những tài sản được giao (hoặc của bản thân họ) làm ra được nhiều lợi nhuận, đồng thời họ cũng có quyền hạn cao nhất trong việc điều hành các hoạt động của doanh nghiệp. Tầng lớp doanh nhân ở nước ta bao gồm doanh nhân trong DNNN, trong DN thuộc kinh tế dân doanh, từ người chủ hộ kinh tế gia đình, chủ trang trại, chủ nhiệm các tổ sản xuất, hợp tác xã... đến giám đốc trong các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài gọi chung là doanh nhân⁴. Theo ông *Huỳnh Bửu*

¹ Hoàng Phê (chủ biên): *Từ điển tiếng Việt*. Trung tâm từ điển học xuất bản, Hà Nội, 2007, trang 218.

² Vietnam.net 13/10/2007.

³ <http://vi.wikipedia.org/wiki/doanhnhân>

⁴ Vũ Quốc Tuấn: *Doanh nghiệp, doanh nhân trong nền kinh tế thị trường*. NXB Chính trị quốc gia, H, 2003, trang 306 – 309.

Son, những người tham gia sở hữu và điều hành doanh nghiệp, tham gia vào việc ban hành và thực hiện những quyết định liên quan đến hoạt động sản xuất, kinh doanh, tài chính của doanh nghiệp đều có thể xem là doanh nhân¹. Ông *Lê Ngọc Trà* cho rằng, doanh nhân là người tự bỏ tiền ra hoặc được giao tiền, nắm đồng tiền, hoàn toàn chủ động trong sản xuất, làm ăn, buôn bán². Ông *Vũ Ngọc Phương* định nghĩa: Những người tạo ra hàng hóa cho xã hội là doanh nhân³.

Bà *Phạm Chi Lan* nhấn mạnh: Cần phải phân biệt rạch ròi các khái niệm: Doanh nhân, quan chức nhà nước và thương nhân làm ăn buôn bán nhỏ; “doanh nhân là người giữ vị trí lãnh đạo doanh nghiệp (bất kể công ty nhà nước hay tư nhân) có tư cách đạo đức tốt, có trách nhiệm với tổ chức của mình và chịu sự giám sát của dư luận xã hội”⁴.

TS. Lê Đăng Doanh, tuy không đưa ra khái niệm về doanh nhân, nhưng ông cho rằng, doanh nhân bao gồm những giám đốc, chủ tịch hội đồng quản trị của các doanh nghiệp⁵.

TS. Đặng Danh Lợi trong luận án tiến sĩ về “Phát triển doanh nhân trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh”, trên cơ sở tiếp cận từ các góc độ kinh tế, chính trị, xã hội và pháp luật đã đưa ra khái niệm về doanh nhân như sau: “Doanh nhân là người lãnh đạo, quản lý, điều hành mọi hoạt động sản xuất kinh doanh để tạo ra lợi nhuận từ nguồn lực của các tổ chức kinh tế, đại diện và chịu trách nhiệm cho các tổ chức đó trước xã hội và pháp luật. Họ là chủ các cơ sở sản xuất kinh doanh, chủ doanh nghiệp, giám đốc doanh nghiệp, chủ tịch kiêm giám đốc công ty hoặc có thể là chủ tịch công ty”. Khái niệm này cũng đã bao quát được các yếu tố cơ bản về doanh nhân: 1) doanh nhân là chủ thể lãnh đạo, điều hành, quản lý hoạt động của các tổ chức kinh tế nhằm mục đích lợi nhuận; 2) chấp nhận và chịu trách nhiệm về rủi ro trong hoạt động sản xuất, kinh doanh của các tổ chức kinh tế để tạo ra lợi nhuận; 3) doanh nhân có thể vừa là chủ sở hữu vừa là người điều hành quản lý hoặc có thể chỉ là người được thuê để làm giám đốc các cơ sở kinh doanh⁶.

TS. Đặng Ngọc Lợi, trong một đề tài nghiên cứu⁷ cho rằng: “Doanh nhân là chủ doanh nghiệp, trực tiếp quản lý hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp mình và những người được chủ sở hữu doanh nghiệp thuê để quản lý doanh nghiệp, thực hiện nhiệm vụ kinh doanh, chịu trách nhiệm về sự phát triển

¹ Huỳnh Bửu Sơn: Làm thế nào để có một lực lượng doanh nhân – Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới, NXB Chính trị quốc gia, H, 2003, trang 54.

² Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới, NXB Chính trị Quốc gia, H, 2003, trang 52.

³ Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới, NXB Chính trị Quốc gia 2003, H, trang 68.

⁴ vnexpress.net ngày 05/10/2007.

⁵ Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới, NXB Chính trị Quốc gia, H, 2003, trang 34.

⁶ Kỷ yếu hội thảo khoa học của Đề tài KX.04.17/06-10, TP. HCM, 2009, trang 115-116

⁷ Đề tài: Đội ngũ doanh nhân Đồng Nai – thực trạng và giải pháp phát triển, 2009.

của doanh nghiệp, trách nhiệm và lợi ích của họ gắn liền với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, với việc tạo ra lợi nhuận và không ngừng phát triển doanh nghiệp.

GS.TSKH. Lê Du Phong, trong một công trình nghiên cứu về doanh nhân¹, cho rằng: doanh nhân là người chủ của doanh nghiệp, người có đức độ, có trí tuệ, có tài năng và có bản lĩnh trong tổ chức, quản lý, điều hành hoạt động của doanh nghiệp dựa trên cơ sở pháp luật của Nhà nước. Khái niệm doanh nghiệp ở đây được hiểu là những đơn vị sản xuất, kinh doanh, dịch vụ hoạt động theo luật doanh nghiệp mà thôi. Điều này có nghĩa là khái niệm doanh nhân bao gồm cả những người lãnh đạo các doanh nghiệp nhà nước.

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, trong quá trình xây dựng đề án “Phát huy vai trò của doanh nhân trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế”², đã đề xuất khái niệm doanh nhân như sau: Doanh nhân là người chủ sở hữu hoặc đại diện chủ sở hữu trực tiếp quản lý, điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và các loại hình tổ chức sản xuất kinh doanh khác; sáng tạo, dám chấp nhận mạo hiểm, có trách nhiệm xã hội; là lực lượng chủ yếu tạo lập và phát triển một mô hình tổ chức kinh doanh mới, đại biểu cho lực lượng sản xuất mới, đáp ứng yêu cầu phát triển của nền kinh tế thị trường hiện đại. Theo khái niệm này, doanh nhân bao gồm cả những người trực tiếp quản lý điều hành sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và các loại hình khác như hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể³.

Ngoài ra, khi xem xét khái niệm doanh nhân, nhiều người còn đề cập đến các khái niệm tương đồng như: Thương nhân, nhà kinh doanh, nhà quản lý doanh nghiệp, nhà doanh nghiệp, giám đốc doanh nghiệp, lãnh đạo doanh nghiệp .v.v. Một số nhà nghiên cứu cũng nêu khái niệm doanh nhân ở các góc độ khác nhau như pháp luật (Luật doanh nghiệp và các văn bản pháp luật), loại hình kinh doanh (doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ hộ kinh doanh cá thể), mục tiêu kinh doanh (vì lợi nhuận và phi lợi nhuận), tính chất sở hữu (DNNN, DNTN, DN có vốn đầu tư nước ngoài .v.v).

Như vậy, cho đến nay ở nước ta, khái niệm về doanh nhân còn có cách tiếp cận và cách hiểu khác nhau. Có thể tóm tắt các ý kiến khác nhau về khái niệm doanh nhân như sau:

- Doanh nhân là người làm nghề kinh doanh, là chủ các doanh nghiệp tư nhân, không bao gồm những người lãnh đạo doanh nghiệp nhà nước.

¹ Chuyên đề của Đề tài KX.04.17/06-10, 2010.

² Đề án đề trình Bộ Chính trị thảo luận, ban hành Nghị quyết, Bản dự thảo năm 2009.

³ Theo khái niệm này, đội ngũ doanh nhân ở nước ta hiện nay là có khoảng 4 triệu người.

- Doanh nhân bao gồm những người chủ hộ kinh tế gia đình, chủ trang trại, chủ nhiệm các tổ sản xuất, các hợp tác xã, giám đốc, tổng giám đốc, chủ tịch và thành viên hội đồng quản trị các loại hình doanh nghiệp (cả doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp tư nhân).

- Doanh nhân là người lãnh đạo doanh nghiệp (bao gồm cả doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp tư nhân) có tư cách đạo đức tốt, có trách nhiệm với người lao động, cộng đồng và xã hội.

- Doanh nhân là người chủ sở hữu và trực tiếp điều hành doanh nghiệp; người quyết định hoặc tham gia trực tiếp quyết định các hoạt động sản xuất, kinh doanh, tài chính của doanh nghiệp.

- Doanh nhân là người lãnh đạo doanh nghiệp bao gồm tổng giám đốc, giám đốc, chủ tịch và thành viên hội đồng quản trị, là người đại diện cho doanh nghiệp, dù người đó có là chủ sở hữu doanh nghiệp hay không.

Chúng tôi cho rằng, khái niệm doanh nhân cần phải bao hàm các yếu tố cơ bản sau đây:

- Doanh nhân là người lãnh đạo, điều hành, quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nhằm mục tiêu lợi nhuận, không bao gồm chủ các hộ kinh doanh cá thể, tổ sản xuất.

- Doanh nhân có thể là chủ sở hữu, trực tiếp hoạch định và triển khai thực hiện chính sách phát triển doanh nghiệp hoặc là người được ủy quyền, được thuê quản lý, điều hành doanh nghiệp.

- Doanh nhân là người dám chấp nhận mạo hiểm, rủi ro, sáng tạo trong kinh doanh, có trách nhiệm với cộng đồng và xã hội.

- Doanh nhân là người đại biểu cho mô hình sản xuất kinh doanh mới, đại biểu cho lực lượng sản xuất mới trong nền kinh tế thị trường.

Như vậy, doanh nhân chỉ thực sự hình thành và phát triển cùng với sự phát triển của nền sản xuất đạt đến trình độ xã hội hoá cao, là những người đại diện cho một lực lượng sản xuất mới.

Chúng tôi cho rằng, trước hết, *khái niệm doanh nhân* mà chúng ta sử dụng hiện nay *không nên chỉ hiểu đơn giản là người làm nghề kinh doanh*. Khi đưa khái niệm doanh nhân vào cuộc sống của con người Việt Nam và xã hội Việt Nam, người ta muốn ngụ ý rằng sẽ tạo ra một lớp người Việt Nam mới, những người có đủ khả năng và bản lĩnh thực hiện thành công sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá, góp phần thực hiện mục tiêu: Dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh. Chữ “nhân” ở đây cũng không nên hiểu là hàm nghĩa con người bình thường, mà là con người có đức độ, biết sống không chỉ vì bản thân, vì gia đình, mà còn vì cộng đồng và đất nước. Doanh nhân phải là người có trí tuệ, được đào tạo bài bản, biết nhìn xa trông rộng, biết mình, biết ta; có năng lực kinh doanh,

biết tổ chức và quản lý doanh nghiệp, biết xử lý hài hoà mọi mối quan hệ xảy ra trong và ngoài doanh nghiệp, biết phán đoán các hoạt động sản xuất, kinh doanh có thể diễn ra; có quyết tâm và lòng dũng cảm trong việc thực hiện các mục tiêu kinh doanh đã đặt ra.

Doanh nhân là những người trực tiếp quản lý, điều hành doanh nghiệp, những người được cử hoặc được thuê để quản lý doanh nghiệp, thực hiện nhiệm vụ kinh doanh; trách nhiệm và lợi ích của họ gắn liền với kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, mà yêu cầu đầu tiên là họ phải có đủ điều kiện để sáng tạo, không ngừng phát triển doanh nghiệp. Như vậy, nếu theo nghĩa này, giám đốc doanh nghiệp nhà nước trong thời kỳ nền kinh tế vận hành theo mô hình kinh tế kế hoạch hóa tập trung không phải là doanh nhân, vì họ là công chức, lương của họ được xếp theo thang, bảng lương của công chức nhà nước và họ tổ chức sản xuất kinh doanh theo mệnh lệnh của nhà nước .

Hiện nay, qua cải cách doanh nghiệp nhà nước, chúng ta đang phấn đấu đưa doanh nghiệp nhà nước vào thị trường, cạnh tranh bình đẳng và hợp tác với các loại hình doanh nghiệp khác, thu nhập và triển vọng của giám đốc doanh nghiệp nhà nước được quyết định bởi kết quả sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta, những người lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp nhà nước cũng thuộc đội ngũ doanh nhân.

Khái niệm doanh nghiệp ở đây được hiểu là những tổ chức sản xuất, kinh doanh có *đăng ký đầy đủ và hoạt động theo Luật Doanh nghiệp*. Điều này cũng có nghĩa là khái niệm doanh nhân, theo chúng tôi, là *không phân biệt chế độ sở hữu của doanh nghiệp*, bao gồm cả những người lãnh đạo các doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Sở dĩ như vậy vì, điều kiện của Việt Nam khác với nhiều nước trên thế giới. Do điều kiện lịch sử cụ thể hiện nay và chắc là sẽ còn một thời gian khá dài nữa, trong nền kinh tế thị trường của Việt Nam, các doanh nghiệp nhà nước vẫn còn khá nhiều và có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế-xã hội của đất nước. Tuy là lãnh đạo các doanh nghiệp nhà nước và hiện vẫn thuộc diện cán bộ của Nhà nước, song quyền hạn và trách nhiệm của các giám đốc/tổng giám đốc đối với doanh nghiệp đã khác trước rất nhiều, họ phải cạnh tranh bình đẳng trên thương trường với các doanh nghiệp ở trong và ngoài nước để tồn tại và phát triển. Mặt khác, đa số họ gần như cũng gắn cả cuộc đời với sự thành bại của doanh nghiệp.

Cần nhấn mạnh rằng, phải xem xét khái niệm *doanh nhân* trong mối tương quan chặt chẽ với khái niệm *doanh nghiệp*. Doanh nghiệp và doanh nhân là hai khái niệm khác nhau nhưng là một thể thống nhất, cùng song song tồn tại và bổ trợ cho nhau. Nếu coi doanh nghiệp là một con thuyền thì doanh nhân chính là người

cầm lái con thuyền đó. Sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp gắn liền với năng lực, phẩm chất của doanh nhân. Bất cứ doanh nghiệp nào cũng cần có người lãnh đạo – người có tư duy và tầm nhìn, trí tuệ và tư tưởng, bản lĩnh và sức khỏe, để có thể dẫn dắt cả tập thể thực hiện thành công sứ mệnh mà doanh nghiệp đã tự đặt lên vai mình. Người lãnh đạo đó chính là doanh nhân. Ở nước ta cũng như hầu hết các nước trên thế giới, “doanh nghiệp” được hiểu là một tổ chức làm kinh doanh, và kinh doanh là tạo ra của cải vì lợi ích của bản thân, cộng đồng và xã hội. Kinh doanh chính là cách thức giải quyết một vấn đề xã hội có hiệu quả nhất và nhờ đó, làm cho công việc kinh doanh thành công nhất.

Mặt khác, theo chúng tôi, ở nước ta hiện nay, cũng không nên hiểu giản đơn rằng bất kỳ người nào bỏ tiền ra thành lập một công ty, đăng ký thành lập doanh nghiệp thì mặc nhiên trở thành doanh nhân, mà người đó mới chỉ gọi là “người kinh doanh” bình thường. Chúng tôi cho rằng, khái niệm “doanh nhân” hàm chứa ý thức sâu xa hơn, có ý nghĩa to lớn hơn và có vai trò, trách nhiệm với cộng đồng và xã hội nhiều hơn so với khái niệm “người kinh doanh” thông thường. Mặc dù về duy danh, về thuật ngữ, có thể hiểu hai khái niệm “người kinh doanh” và “doanh nhân” là tương đồng với nhau, nhưng khái niệm *doanh nhân đích thực* chứa đựng bên trong nó cả một trách nhiệm lớn lao đối với dân tộc, với cộng đồng và xã hội. Một doanh nhân đích thực là một doanh nhân sáng tạo, có đóng góp cho xã hội, không gây hại cho xã hội, làm lợi cho bản thân mình trên cơ sở làm lợi cho xã hội và thể hiện ở khả năng nhìn nhận và giải quyết hiệu quả một vấn đề mà xã hội hay nền kinh tế đang đặt ra.

Trong một xã hội phát triển và cạnh tranh gay gắt, không phải bất cứ doanh nghiệp nào cũng có khả năng giải quyết tốt vấn đề mà nền kinh tế và xã hội đang đặt ra. Trong phạm vi một doanh nghiệp, cũng không phải bất cứ ai cũng có thể giải quyết được vấn đề đó mà cần có người lãnh đạo, người có bản lĩnh và năng lực để dẫn dắt doanh nghiệp thực hiện được sứ mạng của mình, vì lợi ích của cộng đồng, xã hội và đó chính là doanh nhân.

Trách nhiệm của doanh nhân lúc đó là tạo ra các sản phẩm và dịch vụ và đưa nó vào cuộc sống và các sản phẩm và dịch vụ ấy sẽ trở thành phương tiện để giải quyết vấn đề của nền kinh tế, của xã hội và làm cho xã hội tốt hơn. Theo nghĩa đó, doanh nhân là những người lãnh đạo cao cấp của doanh nghiệp.

Từ sự phân tích trên, chúng tôi đề xuất khái niệm doanh nhân như sau: ***Doanh nhân là người trực tiếp lãnh đạo, quản lý, điều hành hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp nhằm tạo ra giá trị mới cho xã hội; có bản lĩnh, năng lực và đạo đức kinh doanh; là lực lượng chủ yếu tạo lập và phát triển mô hình tổ chức kinh doanh đáp ứng yêu cầu phát triển của nền kinh tế thị trường hiện đại.***

Theo khái niệm này, doanh nhân bao hàm các yếu tố cơ bản sau đây:

- Doanh nhân là người trực tiếp lãnh đạo, quản lý, điều hành **doanh nghiệp**, không bao gồm các chủ hộ kinh doanh cá thể, các chủ trang trại, lãnh đạo các hợp tác xã mà chưa đăng ký chính thức thành lập doanh nghiệp .
- Doanh nhân là người dám chấp nhận rủi ro, mạo hiểm, sáng tạo trong tổ chức các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, nhằm tạo ra lợi nhuận.
- Doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo không phân biệt quy mô, chế độ sở hữu, bao gồm cả doanh nghiệp nhà nước và các loại hình doanh nghiệp khác.
- Doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo có trách nhiệm xã hội¹.

Khái niệm doanh nhân được đề xuất như trên của chúng tôi sẽ là căn cứ để đề tài phân tích, đánh giá đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay và trong giai đoạn 2011 - 2020. Các quan điểm, giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân được đề xuất trong đề tài này cũng được giới hạn theo khái niệm này.

1.1.2. Đặc trưng của doanh nhân

Doanh nhân vừa là sản phẩm vừa là chủ thể trung tâm của nền kinh tế thị trường. Tuy nhiên, do sự phát triển không đều về kinh tế, khoa học - công nghệ và sự khác biệt về văn hoá đã làm cho nhận thức về đặc trưng, phẩm chất của doanh nhân không đồng nhất giữa các quốc gia. Tuy nhiên, dựa trên cơ sở nhận thức chung: doanh nhân là người lãnh đạo, quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh và chấp nhận rủi ro để tạo ra lợi nhuận cho doanh nghiệp thì có thể thấy những điểm chung trong nhận thức về đặc trưng, phẩm chất cơ bản của doanh nhân. So với các giai đoạn khác trong xã hội, những doanh nhân đích thực ở bất kỳ nền kinh tế thị trường nào cũng thường có đặc trưng cơ bản sau đây:

1.1.2.1. Chấp nhận rủi ro, mạo hiểm và sáng tạo. Đối với doanh nhân, đây là điều kiện cần trong hoạt động kinh doanh để tạo nên sự thành công của doanh nghiệp và là một đặc trưng cơ bản của doanh nhân hiện đại. Như đã nêu ở trên, các lý thuyết về kinh tế học từ thế kỷ XVIII đã chỉ ra rằng, bản chất của việc kinh doanh là chấp nhận rủi ro và chức năng của doanh nhân là gánh chịu rủi ro. Trong nền kinh tế hàng hóa phát triển cao, quá trình tổ chức sản, xuất kinh doanh phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy luật của thị trường mà trước hết là quy luật cạnh tranh. Cạnh tranh là một trong những nhân tố quan trọng nhất thúc đẩy thị trường phát triển cao hơn nữa. Trong quá trình đó, doanh nhân phải lãnh đạo doanh nghiệp đối mặt với mọi thử thách của thị trường, dám đương đầu để tồn tại và vươn lên. Những doanh nhân tài năng sẽ giành được chỗ đứng trong thị trường, nhưng rủi ro luôn rình rập họ. Vì vậy, doanh nhân phải có tinh thần dám mạo

¹ Khái niệm trách nhiệm xã hội hiểu theo nghĩa rộng, sẽ được đề tài trình bày ở phần sau

hiểm. Mạo hiểm mới có thể vượt qua được rủi ro. Nhiều nhà kinh tế và doanh nhân nổi tiếng đã khẳng định rằng, không có tinh thần dám mạo hiểm thì không phải là doanh nhân. Chính đặc trưng này đã làm cho doanh nhân khác với các nhóm xã hội khác.

Mạo hiểm và sáng tạo luôn đi liền với nhau. Mạo hiểm bắt nguồn từ sáng tạo. Muốn sáng tạo phải mạo hiểm. Có tinh thần dám mạo hiểm thì mới dám sáng tạo, sáng tạo là yếu tố cơ bản không thể thiếu trong bất cứ thành công nào của mỗi cá nhân. Trong kinh doanh, mọi thứ đều không chắc chắn, do đó chỉ có trên cơ sở sáng tạo thì doanh nhân mới có thể thích ứng và hướng dẫn nhu cầu xã hội vào lĩnh vực kinh doanh. Đó là yếu tố cơ bản đảm bảo sự thành công của doanh nhân. Nhà kinh tế học người Áo gốc Mỹ Schumper, người đã có nhiều công trình nghiên cứu về doanh nhân và tinh thần doanh nhân đã cho rằng: doanh nhân là người khởi xướng và thực hiện các hoạt động sáng tạo. Ông nói: Doanh nhân không rập khuôn cái cũ, không đi theo vết xe kinh tế cũ, mà luôn thay đổi lối đi một cách sáng tạo. Ông nhấn mạnh rằng: Chức năng của doanh nhân là cách mạng hóa mô hình sản xuất bằng cách sử dụng mô hình phát minh mới, hoặc sử dụng khả năng kỹ thuật chưa qua thí nghiệm để sản xuất sản phẩm mới, hoặc sản xuất sản phẩm cũ theo phương pháp mới, bằng cách mở ra nguồn cung cấp nguyên liệu mới, hoặc nguồn tiêu thụ sản phẩm mới bằng cách tổ chức lại sản xuất ... Chức năng này chủ yếu không phải là phát minh ra cái gì mới hoặc tạo ra các điều kiện nào đó, mà là áp dụng những cái đó vào thực tế¹.

Hoạt động “sáng tạo” của doanh nhân khác về cơ bản so với việc quản lý kinh doanh của những người quản lý kinh doanh thông thường, theo phương thức truyền thống. Vì vậy, sáng tạo của doanh nhân gắn liền với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp và của bản thân doanh nhân. Các hoạt động sáng tạo như khai thác thị trường mới, áp dụng công nghệ mới, phương pháp quản lý mới .v.v, đều chứa đựng rủi ro. Doanh nhân sáng tạo đồng thời phải có tinh thần dám chịu rủi ro, không dám mạo hiểm thì không thể sáng tạo. Mạo hiểm là cái giá phải trả cho thành quả sáng tạo.

1.1.2.2. Tự tin và quyết đoán. Tự tin phản ánh trạng thái tâm lý của con người là chìa khoá giúp họ vươn tới mọi thành công. Trong môi trường hoạt động của con người thì môi trường kinh doanh luôn biến động, để thành đạt doanh nhân phải là người có đức tính tự tin và quyết đoán cao. Chỉ khi có niềm tin doanh nhân mới quyết định đầu tư thành lập doanh nghiệp hay quyết định lĩnh vực kinh doanh mới. Niềm tin của doanh nhân phải dựa trên cơ sở tổng hợp của các đức tính khác

¹ Chủ nghĩa tư bản, chủ nghĩa xã hội và chủ nghĩa dân chủ, tiếng Trung, tr 164-165. Dẫn theo: Trương Văn Bản (chủ biên): Bàn về cải cách toàn diện doanh nghiệp nhà nước. Nhà XB Chính trị quốc gia, H, 1996 (người dịch: Trần Khang).

nhau và những căn cứ, nguyên tắc nhất định. Chính nhờ những đức tính đó mà họ sẽ thực hiện hoạt động kinh doanh có bài bản, có nguyên tắc.

Doanh nhân là người ra quyết định và chịu trách nhiệm trước thành công hay thất bại của doanh nghiệp, vai trò đó yêu cầu doanh nhân phải tự tin khi ra mọi quyết định. Điều này đòi hỏi doanh nhân phải thể hiện tính độc lập, không dựa dẫm vào bất cứ ai, dũng cảm và kiên quyết trước mọi tình huống. Trong kinh doanh, yếu tố thời cơ hết sức quan trọng dẫn đến thành công, vì vậy, doanh nhân phải biết nắm bắt thời cơ, muốn vậy họ phải có đức tính tự tin và quyết đoán.

Kinh doanh là một nghệ thuật. Để thành công, doanh nhân phải luôn luôn phải có mối quan hệ thường xuyên với đối tác và khách hàng. Doanh nhân phải thực hiện nhiều cuộc tiếp xúc, đàm phán và họ phải chủ động, có khả năng tiếp cận và phân tích đúng đắn các tình huống, hướng đối tác vào lợi ích của doanh nghiệp, điều đó chỉ thực hiện được khi họ có lòng tự tin và sự quyết đoán.

1.1.2.3. Nhạy cảm và say mê kinh doanh. Nhạy cảm trong kinh doanh là một đặc trưng cơ bản của doanh nhân, làm cho doanh nhân khác với người lao động, quản lý bình thường. Đó là khả năng nắm bắt được cơ hội kinh doanh, như khả năng đầu tư, phát triển thị trường mới, phương thức tiếp thị mới, khả năng tạo ra lợi nhuận .v.v. Hay nói cách khác, đó là khả năng nắm bắt và biến cơ hội thành hiện thực trong hoạt động sản xuất kinh doanh, nhờ đó doanh nhân có thể cạnh tranh thắng lợi so với các doanh nghiệp khác. Những cơ hội đó phải xuất phát từ thị trường, từ yêu cầu của cuộc sống. Những doanh nhân thành đạt là những doanh nhân biết nắm bắt nhanh chóng, chính xác các thông tin thị trường, nhu cầu mới, kỹ thuật mới, trên cơ sở đó doanh nhân sẽ khai thác tốt các cơ hội kinh doanh mang lại hiệu quả cao.

Nhạy cảm trong kinh doanh có thể là do khả năng bẩm sinh hoặc do được rèn luyện trong môi trường kinh doanh, tạo cho doanh nhân có khả năng nhìn nhận rõ hơn, đầy đủ hơn điều kiện kinh doanh. Đặc trưng này tạo cơ hội cho doanh nhân xử lý các thông tin về thị trường, về công nghệ mới, thị trường mới, nhu cầu, thị hiếu mới của người tiêu dùng và điều đó giúp doanh nghiệp đạt được thành công trong kinh doanh. Đồng thời, tính nhạy cảm của doanh nhân còn thể hiện ở khả năng cảm nhận những rủi ro có thể xảy ra trong kinh doanh để có biện pháp hạn chế thiệt hại về vật chất và tinh thần cho doanh nghiệp.

Ngày nay, kinh doanh được coi là một nghề, nghề kinh doanh. Doanh nhân thành đạt luôn có lòng say mê với nghề kinh doanh, gắn bó cả cuộc đời của mình vào hoạt động kinh doanh. Bất cứ ai để trở thành doanh nhân đích thực, trước hết họ phải là người đam mê công việc kinh doanh, nếu không có yếu tố đó chắc chắn họ chẳng bao giờ thành công trên thương trường. Lịch sử phát triển doanh nhân

trên thế giới cũng như ở nước ta đã chứng minh điều đó. Vì vậy, để tạo ra một thể chế doanh nhân mới, xã hội phải khơi dậy tinh thần kinh doanh, tôn vinh lòng say mê kinh doanh thông qua các cơ chế, chính sách kinh tế, các điều kiện và môi trường kinh doanh.

Đối với những doanh nhân đích thực, hầu như toàn bộ thời gian và sức lực được dành cho doanh nghiệp, cho hoạt động sản xuất, kinh doanh. Thực tiễn nhiều doanh nhân thành đạt, nổi tiếng đã cho thấy, các doanh nhân này coi doanh nghiệp và hoạt động kinh doanh như là cuộc sống của bản thân mình. Một số doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới cũng đã thể hiện rõ đặc trưng này. Họ gấn bó máu thịt với doanh nghiệp, làm việc thậm chí từ 12 – 14 tiếng/ngày; 7 ngày/tuần và 28, 29 ngày/tháng. Mục tiêu của doanh nhân lúc này không còn chỉ đơn thuần là kiếm được bao nhiêu tiền, mà nghề kinh doanh thực sự đã trở thành niềm vui, niềm đam mê cháy bỏng.

1.1.2.4. Có năng lực kinh doanh, có tri thức và tinh thần học hỏi để biến cơ hội thành hiện thực. Như đã nêu ở trên, không chỉ dừng lại ở lòng say mê, doanh nhân thành đạt còn cần có năng lực tổ chức sản xuất, kinh doanh vượt trội so với người lao động bình thường. Nhờ đó, doanh nhân có thể nhận thức và biến cơ hội, điều kiện thành hiện thực. Chỉ có lòng say mê kinh doanh không thôi thì vẫn chưa đủ cho sự thành công, mà doanh nhân còn phải có đầu óc kinh doanh, đó là sự tổng hợp các tri thức, kinh nghiệm, mối quan hệ và thực tế. Người có đầu óc kinh doanh trước hết phải có ý tưởng kinh doanh, hướng suy nghĩ của mình vào việc kinh doanh, biết lắng nghe, nắm bắt các thông tin, xử lý các tình huống để đạt hiệu quả cao nhất. Họ thường là những người nắm bắt nhanh, không bỏ lỡ các cơ hội kinh doanh khi nó vừa xuất hiện.

Năng lực kinh doanh thể hiện trước hết ở khả năng tổ chức, quản lý các hoạt động sản xuất kinh doanh. Đồng thời, doanh nhân còn cần có kiến thức và nghiệp vụ kinh doanh. Doanh nhân không nhất thiết là người phải hiểu biết và giỏi nhất trên tất cả các lĩnh vực sản xuất kinh doanh như quản lý tài chính, kế toán, luật pháp, công nghệ, nghiệp vụ kinh doanh, .v.v., mà là người biết thu hút và sử dụng, tập hợp, phối hợp và tổ chức các hoạt động của doanh nghiệp.

Năng lực trong kinh doanh còn thể hiện ở chỗ nhận biết các cơ hội nảy sinh cũng như những thách thức đặt ra trong quá trình kinh doanh để có thể tận dụng được những lợi thế, hạn chế khó khăn, đưa doanh nghiệp đến thành công. Muốn vậy, doanh nhân cũng phải có tri thức, có hiểu biết về quy luật vận động của thị trường. Để thực sự biến tiềm năng thành hiện thực, doanh nhân phải không ngừng học hỏi để nâng cao kiến thức về thị trường, về quản trị doanh nghiệp, đáp ứng được yêu cầu luôn biến động của thị trường trong nước và thế giới. Thực tiễn cũng

đã cho thấy, những doanh nhân thành đạt là những người có năng lực kinh doanh và luôn học hỏi, là những doanh nhân-trí thức.

Cần cù, chịu khó cũng là một đặc trưng cơ bản của doanh nhân hiện đại. Trong điều kiện của nền kinh tế thị trường phát triển, sự thành công của doanh nhân, doanh nghiệp phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố. Bên cạnh năng lực kinh doanh, các doanh nhân thường làm việc không biết mệt mỏi, không ngừng học hỏi để ứng phó với mọi biến động vô cùng phức tạp của thị trường.

1.1.2.5. Có tinh thần dân tộc, gắn lợi ích cá nhân với lợi ích của cộng đồng và xã hội. Doanh nhân dù ở chế độ nào, cũng có tinh thần trách nhiệm với quốc gia, dân tộc. Hiện nay, người ta thường nhắc đến xu thế doanh nhân là những người được sinh ra để “*phụng sự xã hội*”. Thông qua hoạt động sản xuất kinh doanh, doanh nhân không chỉ nhằm mục tiêu đơn giản là kiếm tiền mà là còn nhằm mục tiêu cao cả hơn, tạo ra “nhiều giá trị hơn cho xã hội” và làm cho xã hội trở nên tốt đẹp hơn.

Như vậy, vấn đề đặt ra cho doanh nhân không phải chỉ là giải quyết sự lựa chọn giữa “*kiếm tiền hay phụng sự xã hội*”, không nên đặt chuyện kiếm tiền và phụng sự xã hội thành hai mặt đối lập và chia doanh nhân thành hai loại người, những người chỉ biết kiếm tiền và những người vừa biết kiếm tiền vừa biết phụng sự xã hội. Vấn đề cốt lõi của đạo kinh doanh chính là sự thống nhất giữa hai mặt đối lập đó và xác định rằng, việc doanh nhân kiếm được nhiều tiền cũng đồng thời bao hàm ý nghĩa là họ có điều kiện phụng sự xã hội nhiều hơn và tốt hơn. Khái niệm “*trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và doanh nhân*” đang được phổ biến và trở thành mô hình kinh doanh chuẩn mực, không phân biệt chế độ xã hội và trình độ phát triển của nền kinh tế và quy mô của doanh nghiệp.

Ngày nay, lợi ích của doanh nghiệp đã gắn bó chặt chẽ với hiệu quả xã hội. Mục đích của doanh nghiệp là đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu vật chất và tinh thần của cộng đồng và xã hội. Đó cũng là điều kiện để doanh nghiệp, doanh nhân tồn tại và phát triển. Một doanh nghiệp khi kinh doanh thành công, thì càng đóng góp nhiều hơn cho xã hội và lại càng tiếp tục mở rộng sản xuất kinh doanh, nâng cao chất lượng sản phẩm và đồng thời, khi xã hội càng phát triển, lực lượng sản xuất càng tăng trưởng nhanh thì lại càng tạo nền tảng cho doanh nghiệp phát triển cao hơn. Doanh nhân ngày nay ngày càng chú ý nhiều hơn đến lợi ích xã hội, đến phát triển bền vững ngay trong phạm vi doanh nghiệp. Đó là việc chú ý hơn đến lợi ích của công nhân, người lao động, giữ gìn và bảo vệ môi trường; kết hợp hài hòa giữa lợi ích trước mắt và lợi ích lâu dài của doanh nghiệp; lợi ích của doanh nghiệp, doanh nhân và cộng đồng, xã hội.

1.1.2.6. Hội nhập kinh tế quốc tế. Trong bối cảnh toàn cầu hóa ngày càng trở thành một xu hướng tất yếu, hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp không chỉ diễn ra trong phạm vi một nước. Doanh nghiệp sản xuất ra hàng hóa và dịch vụ không chỉ đáp ứng yêu cầu của thị trường nội địa mà là có tính cạnh tranh trên phạm vi toàn cầu. Sản phẩm của doanh nghiệp phải đương đầu với thị trường cạnh tranh quốc tế, ngay cả ở thị trường trong nước. Vì vậy, một trong những đặc trưng của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại là doanh nhân toàn cầu.

1.1.2.7. Tham gia vào hệ thống chính trị - xã hội. Với vai trò là một chủ thể quan trọng của thể chế kinh tế thị trường, doanh nhân tham gia vào hệ thống chính trị - xã hội với nhiều cấp độ và hình thức khác nhau như: tư vấn hoạch định chính sách kinh tế-xã hội, thực hiện các dịch vụ công, trực tiếp tham gia vào các tổ chức chính trị-xã hội. Ở nhiều nước, doanh nhân với tiềm lực kinh tế mạnh mẽ, có thể tác động trực tiếp đến việc hoạch định và thực thi các chính sách đối nội và đối ngoại của đất nước, thậm chí có thể trở thành một lực lượng chính trị mạnh mẽ, làm khuynh đảo chính sách của một quốc gia. Ở các nước kinh tế phát triển, doanh nhân được xếp vào tầng lớp trung lưu và thượng lưu trong xã hội, có vai trò dẫn dắt, định hướng xu hướng phát triển của xã hội, thúc đẩy xã hội phát triển.

Tóm lại, doanh nhân với những đặc trưng cơ bản nêu trên, là một lực lượng quan trọng của xã hội. Doanh nhân trước hết là người lao động, nhưng không phải là lao động thông thường mà là “lao động phức tạp”, lao động của người quản lý, có tố chất và đặc trưng riêng biệt: Dám mạo hiểm, có tinh thần sáng tạo, dám cạnh tranh và biết cạnh tranh, có năng lực tổ chức quản lý kinh doanh; có tri thức và lòng đam mê cháy bỏng đối với hoạt động sản xuất kinh doanh; biết dẫn dắt toàn thể doanh nghiệp, kết thành một cộng đồng vì sự nghiệp chung của doanh nghiệp, cộng đồng và xã hội. Vì vậy, doanh nhân đang thực sự trở thành bộ phận trung tâm của xã hội.

1.2. Tiêu chí xác định doanh nhân

Ở các nền kinh tế phát triển, tiêu chí đánh giá, xếp hạng doanh nhân luôn được các hiệp hội doanh nghiệp, các tổ chức chính trị-xã hội và giới doanh nhân đặc biệt quan tâm. Tuy nhiên, tùy thuộc vào điều kiện lịch sử cụ thể, vào trình độ phát triển và truyền thống văn hóa ở từng quốc gia, dân tộc mà có tiêu chí khác nhau. Chẳng hạn, Hiệp hội tổng giám đốc Mỹ đã đưa ra 14 tiêu chí xác định tổng giám đốc hạng nhất như sau¹:

- Là người gương mẫu, xứng đáng là tấm gương cho toàn thể người lao động trong doanh nghiệp, có thể đoàn kết được quần chúng.

¹ Lưu Tường Vũ và cộng sự: Nghề tổng giám đốc, Tập 1, Nhà XB Chính trị Quốc gia và Trường Đại học KTQD, H, 2001, trang 114-115.

- Có phẩm chất đạo đức cao thượng, có kiến thức rộng, làm việc chuyên cần, kỹ năng cơ bản vững vàng.
- Đầu óc linh hoạt, có dự kiến sắc bén về thời đại.
- Có tình người, có thể luôn nghĩ tới nỗi đau của người khác, có quan hệ tốt đẹp với đồng sự cấp dưới, cấp trên, với người làm công.
- Có niềm tin và dũng khí để phản ánh tiếng nói đích thực của công nhân lên ban lãnh đạo doanh nghiệp.
- Tự giác nhận rõ trách nhiệm về đạo lý của doanh nghiệp đối với xã hội và thực hiện trách nhiệm đó, không chạy theo lợi ích trước mắt.
- Hoạt động của doanh nghiệp phải dựa trên tư tưởng gắn thu nhập của doanh nghiệp với phúc lợi và đời sống của người lao động trong doanh nghiệp.
- Quyết đoán, có nghị lực, kiên nhẫn.
- Có tinh thần vươn lên mạnh mẽ, sức sáng tạo lớn.
- Không ngại khó khăn, biết vươn lên hoàn thành nhiệm vụ.
- Không quy lụy nịnh hót cấp trên, không chỉ lo chuyện thể diện bề ngoài.
- Không giấu diếm sai lầm, khuyết điểm.
- Không có tư tưởng “tư trước, công sau”, đi đầu trong việc từ bỏ lợi ích riêng.
- Không bài bác, chà đạp người khác, không dùng thủ đoạn giả dối và cơ hội để tiến thân.

Ở Nhật Bản, tiêu chí doanh nhân được xác định là¹:

- Độ lượng, khoa dung.
- Hiểu rõ nghề nghiệp, quyết đoán.
- Dám chịu trách nhiệm, công bằng.

Một số công trình nghiên cứu cũng đã đưa ra 10 tiêu chí của doanh nhân thành đạt là: 1) Năng động, nhiều sáng kiến; 2) Có động cơ thúc đẩy mạnh mẽ; 3) Khả năng tự đánh giá mình; 4) Ý chí quyết tâm; 5) Độc lập; 6) Có kế hoạch; 7) Có khả năng giải quyết vướng mắc và vượt qua khủng hoảng; 8) Khả năng tổ chức; 9) Kiên trì và 10) Bám sát mục tiêu.

Ở nước ta cho đến nay, trong các văn bản pháp quy hầu như chưa có tiêu chí xác định và đánh giá doanh nhân. Do đó, các hiệp hội doanh nghiệp hoặc các tổ chức tùy thuộc vào định hướng mục tiêu của các hoạt động tôn vinh doanh nghiệp, doanh nhân, đã đề ra các tiêu chí đánh giá khác nhau. Chẳng hạn, VCCI đã xây dựng các tiêu chí xét tặng danh hiệu “Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu”, nhân ngày 13/10 hàng năm, bao gồm hai nhóm: 1) Nhóm tiêu chí đánh giá thành tích của

¹ Như trên, sách đã dẫn, trang 114 – 115.

doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo hay làm chủ và 2) Nhóm tiêu chí liên quan đến doanh nhân.

Các Bộ Lao động, TB và XH, Bộ Công thương, Bộ TN & MT .v.v., cũng đã đề ra tiêu chí xét thưởng các doanh nghiệp thực hiện tốt Trách nhiệm xã hội trong lĩnh vực môi trường và lao động.

Chúng tôi cho rằng, để nhận diện doanh nhân ở nước ta, cần dựa vào các tiêu chí định lượng và định tính. **Các tiêu chí định tính** bao gồm:

Thứ nhất, doanh nhân trước hết phải là người lãnh đạo doanh nghiệp. lãnh đạo hay quản lý doanh nghiệp ở đây được hiểu là người bỏ vốn ra để xây dựng và tạo lập doanh nghiệp, đồng thời trực tiếp tổ chức, quản lý, điều hành doanh nghiệp; hoặc là người được uỷ quyền thay mặt chủ sở hữu trực tiếp tổ chức, quản lý, điều hành doanh nghiệp.

**Hộp 1.1: Tiêu chí đánh giá doanh nhân để xét tặng danh hiệu
“doanh nhân Việt Nam tiêu biểu” năm 2009**

- Giữ chức vụ lãnh đạo doanh nghiệp từ ba năm trở lên.
- Chấp hành tốt chủ trương chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước, nội quy, quy chế cơ quan và nơi cư trú;
- Năng động sáng tạo trong công việc quản lý và điều hành doanh nghiệp;
- Bản thân luôn dám nghĩ dám làm, chịu trách nhiệm, có phát minh sáng kiến, cải tiến kỹ thuật hoặc ứng dụng công nghệ mới, phương thức tổ chức quản lý tiên tiến, mang lại hiệu quả kinh tế cao;
- Chủ động trong công tác đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực quản lý cho bản thân và cán bộ công nhân viên, có chiến lược quy hoạch cán bộ kế cận, cán bộ làm công tác khoa học kỹ thuật;
- Có uy tín và ảnh hưởng tích cực trong doanh nghiệp, là nòng cốt đoàn kết trong tập thể lãnh đạo doanh nghiệp;
- Làm tốt công tác chính sách đối với người lao động và có trách nhiệm xã hội theo quy định của pháp luật;
- Thực hiện các dự án và tham gia hoạt động bảo vệ môi trường;
- Tham gia các hoạt động bảo vệ và phát triển cộng đồng doanh nghiệp (tham gia BCH các hiệp hội doanh nghiệp, tham gia đóng góp vào phong trào doanh nghiệp.v.v.);
- Đã được khen thưởng ở mức bằng khen trở lên.

Nguồn: VCCI, năm 2009

Thứ hai, doanh nhân là người có trí tuệ. Trí tuệ ở đây đương nhiên một phần là có trí tuệ bẩm sinh. Tuy nhiên, trí tuệ được rèn luyện, được tích lũy trong cuộc sống mới là yếu tố giữ vai trò quyết định. Trí tuệ của doanh nhân thể hiện trước hết ở tầm nhìn xa, trông rộng của họ. Doanh nhân phải nhìn thấy được sản phẩm mà doanh nghiệp tạo ra sẽ có vai trò như thế nào trên thị trường và để làm

được điều đó, phải biết đầu tư vào đâu và nên có bước đi như thế nào cho phù hợp, cho hiệu quả. Trí tuệ của doanh nhân còn được thể hiện ở chỗ biết người, biết ta để có phương sách ứng xử hài hoà. Không có được những tố chất này, khó có thể trở thành một doanh nhân đúng nghĩa.

Thứ ba, doanh nhân là người có tài năng kinh doanh.

Tài năng kinh doanh cũng có một phần do bẩm sinh hoặc do kinh nghiệm tạo ra, song cái chính vẫn là do được đào tạo và rèn luyện trong cuộc sống và trên thương trường. Tài năng của doanh nhân được xác định trên nhiều khía cạnh, song quan trọng nhất là:

- Năng lực tổ chức và quản lý các hoạt động của doanh nghiệp, chẳng hạn như: Tổ chức và quản lý sự vận hành của bộ máy tổ chức doanh nghiệp; tổ chức và quản lý lực lượng lao động; tổ chức và quản lý tài chính, quản lý các loại tài sản, vật tư, nguyên liệu và các sản phẩm làm ra; tổ chức và quản lý các hoạt động tiêu thụ sản phẩm trên thị trường trong và ngoài nước.v.v.

- Năng lực dự đoán tình hình thị trường trong từng thời kỳ nhất định. Đây là yếu tố hết sức quan trọng trong kinh doanh, nó cho phép có thể đưa ra được các chiến lược và sách lược kịp thời, có cơ sở khoa học để ứng phó với thị trường, giúp cho doanh nghiệp chủ động trong cạnh tranh và đạt được kết quả cao.

- Năng lực ngoại giao. Đây là tố chất đặc biệt cần thiết đối với một doanh nhân, bởi lẽ, ngoại giao tốt sẽ giúp doanh nghiệp biến đối thủ thành đối tác, biến khó khăn thành thuận lợi, biến yếu thành mạnh, biến thiếu thành đủ, từ đó tạo ra những nguồn lực dồi dào cho sự phát triển của doanh nghiệp.

Thứ tư, có quyết tâm và sáng tạo trong kinh doanh.

Để chiến thắng trên thương trường, mang lại vinh quang cho cá nhân, cho doanh nghiệp và cho tổ quốc, doanh nhân phải có ý chí và sáng tạo. Quyết tâm và sáng tạo của doanh nhân thể hiện ở những điểm sau đây:

- Sẵn sàng chấp nhận rủi ro. Trên thương trường rủi ro luôn rình rập các doanh nhân. Có những rủi ro do các yếu tố khách quan mang đến như thiên tai, bão lụt, sự biến động của thị trường, sự thay đổi môi trường kinh tế vĩ mô, cơ chế và chính sách của Nhà nước.v.v. Song cũng có những rủi ro do các nhân tố chủ quan gây ra, chẳng hạn như hoả hoạn, tai nạn lao động .v.v. Tất cả những rủi ro đó, cho dù là khách quan hay chủ quan, đều gây ra thiệt hại cho doanh nghiệp và cho bản thân doanh nhân ở các mức độ khác nhau. Người doanh nhân thực thụ, có bản lĩnh, là người sẵn sàng chấp nhận đương đầu với những rủi ro đó.

- Sáng tạo, dám làm, dám chịu trách nhiệm. Đây là tố chất rất cần có của người doanh nhân, nhất là doanh nhân Việt Nam hiện nay. Từ một nền kinh tế chậm phát triển, có điểm xuất phát thấp, vốn ít, kỹ thuật và công nghệ lạc hậu,

kinh nghiệm còn hạn chế, trong khi đó khoa học và công nghệ của thế giới lại phát triển nhanh như vũ bão, nhiều cái hôm qua còn mới, còn tiên tiến, thì hôm nay đã trở thành lạc hậu rồi. Trong điều kiện ấy, doanh nhân Việt Nam không dám nghĩ, không dám làm, không dám chịu trách nhiệm thì sẽ bị tụt hậu.

- Sẵn sàng vượt qua khó khăn, thử thách để đạt được khát vọng làm giàu cho bản thân, cộng đồng và dân tộc. Đây cũng là một tố chất rất cần phải có đối với doanh nhân nói chung, doanh nhân Việt Nam nói riêng. Để thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh, doanh nhân đất Việt phải là người luôn nuôi trong mình khát vọng làm giàu, làm giàu cho bản thân, cho gia đình và cho đất nước. Đồng thời phải sẵn sàng vượt qua khó khăn, thách thức để đạt được khát vọng đó.

Xây dựng nền kinh tế thị trường muộn hơn so với nhiều nước khác, chúng ta cũng có thuận lợi là có thể bỏ qua những bước đi tuần tự, tiếp cận ngay với nền kinh tế thị trường hiện đại để rút ngắn quá trình phát triển, đồng thời cũng có thể học hỏi kinh nghiệm của những người đi trước để tránh những sai sót không cần thiết. Tuy nhiên, khó khăn là vô cùng lớn. Chúng ta không đủ vốn, thiếu nguồn nhân lực được đào tạo bài bản, chưa có công nghệ hiện đại, thiếu kiến thức quản lý tiên tiến, thiếu kinh nghiệm hoạt động trên thương trường, nhất là thương trường quốc tế. Đó là những khó khăn và thách thức luôn đặt ra đối với đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Rõ ràng, nếu không vượt qua được những khó khăn thách thức đó thì không bao giờ có thể đạt được khát vọng làm giàu.

- Không thoả mãn với thành công đã đạt được, luôn khát khao vươn tới những tầm cao mới. Đây là đức tính rất cần có đối với một doanh nhân. Doanh nhân đích thực cần luôn vươn lên tầm cao mới, không bằng lòng với thực tại. Trong hơn 20 năm vừa qua, nhờ đường lối đổi mới của Đảng, đội ngũ doanh nhân của chúng ta từng bước được hình thành và phát triển, trong đội ngũ đó một số người cũng đã gặt hái được những thành quả đáng tự hào. Tuy nhiên, những thành quả đó so với thế giới còn rất nhỏ bé. Đội ngũ doanh nhân của chúng ta về tầm cỡ và năng lực (cả về mặt tài chính, cả về mặt trình độ tổ chức, quản lý và kinh nghiệm) cũng còn khoảng cách không nhỏ so với thế giới. Chính vì thế, thắng không kiêu, bại không nản, luôn luôn khát vọng vươn tới những đỉnh cao mới, để có những đóng góp xứng đáng hơn cho đất nước, cho dân tộc, là một tiêu chuẩn không thể thiếu của doanh nhân Việt Nam mới.

Thứ năm, có trách nhiệm xã hội trong kinh doanh và trong cuộc sống.

Trách nhiệm xã hội của doanh nhân là sự cam kết của doanh nghiệp, doanh nhân đóng góp vào sự phát triển kinh tế bền vững, hợp tác cùng người lao động, gia đình họ, cộng đồng và xã hội nói chung để cải thiện chất lượng cuộc sống cho

họ, sao cho vừa tốt cho doanh nghiệp, vừa ích lợi cho phát triển¹. Sự cam kết của doanh nghiệp là tự nguyện, có tính dài hạn. Các doanh nghiệp không chỉ quan tâm đến môi trường, điều kiện làm việc, mà còn phải chú trọng các quan hệ lao động, có trách nhiệm tham gia, phục vụ cộng đồng và xã hội. Như vậy, trách nhiệm xã hội chính là những cam kết của doanh nhân về đạo đức kinh doanh, về sự đóng góp của doanh nghiệp vào sự phát triển kinh tế bền vững, kết hợp hài hòa lợi ích của doanh nhân, doanh nghiệp, của cộng đồng và xã hội.

Trong thời kỳ tích lũy nguyên thủy tư bản chủ nghĩa, nền văn minh của nhân loại còn đang ở trình độ thấp, của cải của xã hội do con người tạo ra chưa nhiều. Các chủ tư bản lúc bấy giờ tìm mọi thủ đoạn để bóc lột người lao động. Song thời đại ngày nay tình hình đã có nhiều thay đổi. Giờ đây, nhân loại đang đi vào xây dựng và phát triển nền kinh tế trí thức, nền kinh tế chủ yếu dựa trên nền tảng của trí tuệ và khoa học-công nghệ, do đó trình độ và nhận thức của con người đã khác xa so với trước, quan hệ giữa người với người cũng không còn như trước nữa. Người kinh doanh vẫn với khát vọng làm giàu, nhưng cách thức làm giàu đã văn minh hơn nhiều, và điều đáng nói là bên cạnh việc làm giàu cho bản thân, người ta đã quan tâm nhiều hơn đến làm giàu cho cộng đồng và xã hội.

Doanh nhân là người có vai trò quyết định trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Doanh nhân là người tổ chức thực hiện, truyền ý chí, quyết tâm của mình vào doanh nghiệp và nhân viên của mình thông qua các chương trình, dự án minh bạch, rõ ràng và hiệu quả. Nếu doanh nhân không quan tâm đến trách nhiệm xã hội, không chủ động tiên phong trong thực hiện trách nhiệm xã hội, không chính trực, trung thực trong công việc cũng như trong cuộc sống thì không thể thực hiện được trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

Ở nước ta, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp còn là khái niệm mới mẻ và chưa được phổ biến rộng rãi trong cộng đồng doanh nghiệp. Một số doanh nhân còn đơn giản cho rằng, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, doanh nhân chỉ là làm từ thiện, trợ giúp trực tiếp cho người nghèo.

Trách nhiệm xã hội của doanh nhân thể hiện:

- Tạo dựng và phát triển bản sắc văn hóa của doanh nghiệp. Doanh nhân, trong quá trình tổ chức sản xuất kinh doanh, phải đồng thời tạo dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp. Văn hóa của doanh nghiệp phải phù hợp và dựa trên nền tảng văn hóa dân tộc, nhưng đồng thời mỗi doanh nghiệp cũng có bản sắc riêng. Đó là hệ giá trị của doanh nghiệp, doanh nhân, bao gồm cả yếu tố vật chất và tinh thần, cả những giá trị hữu hình và giá trị vô hình của doanh nghiệp.

¹ Thân Danh Phúc: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp – bản chất, xu hướng và các nhân tố ảnh hưởng. Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ...”, Trường ĐH Thương mại – Nhà XB Thống kê, 10/2008, tập 1, trang 10.

- Bảo vệ quyền lợi của người lao động. Làm giàu là ước mơ, là nguyện vọng của doanh nhân, nhưng nó phải được thực hiện bằng tài năng, bằng trí tuệ và lòng dũng cảm của bản thân, chứ không phải bằng việc vơ vét, chiếm đoạt của công và của người khác, bằng việc bóc lột công sức của người lao động.

- Luôn quan tâm đến cộng đồng. Đây là điều khác biệt giữa người doanh nhân của thời đại mới và người chủ tư bản trước đây. Quan tâm trước hết là quan tâm đến cuộc sống của người lao động trong doanh nghiệp, trong đó quan trọng là điều kiện làm việc, thu nhập của họ, điều kiện ăn ở của gia đình họ, học hành, chăm sóc sức khỏe của con em họ.v.v. Doanh nhân ngày nay phải coi việc thực hiện trách nhiệm xã hội vừa là điều kiện quyết định đối với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp, vừa là trách nhiệm của người quản lý. Mặt khác, như đã nêu ở trên, vì nước ta mới thoát ra khỏi chiến tranh nên người dân còn gặp vô vàn khó khăn, nhất là người dân ở các vùng miền núi, vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào các dân tộc thiểu số. Bởi vậy, hỗ trợ cộng đồng đã và đang trở thành đạo lý sống của đội ngũ doanh nhân.

- Đối với đồng nghiệp, phải luôn thể hiện thái độ hợp tác, hỗ trợ nhau cùng phát triển, không vì quyền lợi của mình mà hy sinh quyền lợi của đồng nghiệp, quyền lợi của quốc gia, nhất là khi hoạt động trên thương trường quốc tế.

- Bảo vệ môi trường. Đây là một tiêu chí rất quan trọng của mỗi người bình thường trong xã hội nói chung, doanh nhân nói riêng. Doanh nhân lãnh đạo doanh nghiệp phát triển sản xuất kinh doanh nhưng đồng thời không làm tổn hại đến lợi ích xã hội. Vì vậy, bảo vệ môi trường là trách nhiệm của doanh nghiệp, doanh nhân.

- Vì lợi ích của cộng đồng và xã hội. Doanh nhân xây dựng doanh nghiệp không chỉ vì mục tiêu là giàu cho bản thân, gia đình mà còn có trách nhiệm cao cả hơn là vì mục tiêu phát triển xã hội. Mỗi hoạt động của doanh nghiệp, doanh nhân phải được kết hợp hài hòa với mục tiêu xã hội, vì sự phát triển của xã hội và dân tộc.

Thứ sáu, biết tôn trọng pháp luật.

Đây là điều đặc biệt quan trọng đối với một doanh nhân. Đất nước ta đang trong quá trình xây dựng nền kinh tế thị trường, hệ thống pháp luật để quản lý nền kinh tế vẫn chưa đầy đủ, chưa đồng bộ và chưa chặt chẽ. Bộ máy quản lý nhà nước về kinh tế lại chưa được hoàn thiện, thiếu chuyên nghiệp, còn mang nặng dấu ấn của cơ chế cũ, thiếu kinh nghiệm. Đây là cơ hội cho những kẻ làm ăn bất chính, làm ăn dối trá, buôn lậu, lừa đảo, trốn thuế. Doanh nhân chân chính không những không được làm những việc trái với pháp luật, mà còn phải vận động người khác,

trước hết là những người trong gia đình, trong doanh nghiệp luôn tuân thủ pháp luật, sống và làm việc theo pháp luật.

Về tiêu chí định lượng. Các tiêu chí này tùy thuộc vào từng ngành, lĩnh vực sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

**Hộp 1.2: Tiêu chí đánh giá doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo để
xét tặng giải thưởng “Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu” năm 2009**

- *Doanh nghiệp hoạt động đúng pháp luật.*
- *Doanh thu hàng năm, kim ngạch xuất khẩu (nếu có), lợi nhuận, nộp ngân sách tăng từ 10% trở lên so với năm trước;*
- *Đầu tư đổi mới thiết bị công nghệ, tạo ra sản phẩm, dịch vụ mới;*
- *Đầu tư công nghệ, thiết bị, trang thiết bị bảo vệ môi trường làm việc và môi trường sinh thái, bảo đảm môi trường sản xuất kinh doanh, vệ sinh công nghiệp theo quy định hiện hành;*
- *Thực hiện tốt chế độ, chính sách với người lao động (chính sách bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế), giải quyết việc làm tại địa phương, và các chế độ chính sách khác theo quy định pháp luật;*
- *Chăm lo phát triển tổ chức Đảng, các đoàn thể xã hội hoạt động hiệu quả;*
- *Doanh nghiệp có những bước phát triển mang tính đột phá và bền vững so với các doanh nghiệp cùng ngành nghề; có chiến lược phát triển trung và dài hạn, có khả năng cạnh tranh cao trong điều kiện hội nhập quốc tế;*

Nguồn: VCCI, năm 2009

Chúng tôi cho rằng, việc đánh giá doanh nhân phải gắn với doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo, quản lý. Tiêu chí định lượng của doanh nghiệp phải căn cứ vào các yếu tố chủ yếu sau:

- Doanh thu và tốc độ tăng doanh thu.
- Lợi nhuận.
- Kim ngạch xuất khẩu.
- Nộp ngân sách.
- Mức độ đổi mới thiết bị, công nghệ/ sáng kiến cải tiến.
- Mức độ tạo ra sản phẩm, dịch vụ mới.
- Chất lượng sản phẩm, dịch vụ.
- Mức độ hài lòng của người tiêu dùng.
- Tạo việc làm và việc làm mới.
- Tuân thủ pháp luật.
- Bảo vệ môi trường.
- Trách nhiệm với người lao động của doanh nghiệp (tiền lương, bảo hiểm, đào tạo người lao động và các vấn đề xã hội khác).

- Trách nhiệm với cộng đồng, xã hội.
- Văn hóa doanh nghiệp.

1.3. Các nhân tố tác động đến sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường

Có nhiều nhân tố tác động tới sự phát triển về số lượng, chất lượng cũng như các tố chất, kỹ năng của doanh nhân. Từ lý thuyết và thực tiễn của các nước cũng như ở nước ta, có thể nêu lên các nhân nhân tố chủ yếu sau đây:

1.3.1. Môi trường kinh tế

Một là, trình độ phát triển của lực lượng sản xuất là yếu tố có tính quyết định đến sự hình thành và phát triển cả về số lượng và chất lượng của đội ngũ doanh nhân. Như chúng ta đã biết, từ cuối thời đại công xã nguyên thủy, đã bắt đầu có sự phân công lao động xã hội và do đó, xuất hiện sản xuất hàng hóa. Tuy nhiên, trong hàng ngàn năm tồn tại cho đến trước khi xuất hiện nền sản xuất đại công nghiệp, đó vẫn là một nền sản xuất hàng hóa giản đơn, gắn liền với sản xuất nhỏ, tự cung tự cấp. Trong thời kỳ tiền tư bản chủ nghĩa, do vậy, tất yếu cũng có các hoạt động sản xuất, buôn bán kinh doanh và trong chừng mực nhất định đã xuất hiện một bộ phận xã hội chuyên sản xuất và kinh doanh hàng hóa. Tuy nhiên, do tồn tại trong điều kiện của nền sản xuất hàng hóa nhỏ của nền kinh tế vận động theo quy luật tái sản xuất giản đơn nên số lượng những người chuyên sản xuất kinh doanh hàng hóa không nhiều và chủ yếu tập trung ở một số đô thị. Trong điều kiện đó, người sản xuất kinh doanh hàng hóa nhỏ, những nhà buôn chưa phải là những doanh nhân thực thụ.

Như đã nêu ở trên, doanh nhân là người lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp. Vì vậy có thể nói, đội ngũ doanh nhân hình thành và phát triển gắn liền với sự phát triển của hệ thống doanh nghiệp. Khái niệm doanh nghiệp được nêu ở đây xuất hiện gắn liền với sự hình thành và thống trị của quan hệ sản xuất TBCN. Trong nền sản xuất nhỏ, giản đơn, giới chủ kinh doanh bằng vốn, tư liệu sản xuất của bản thân và chủ yếu dựa vào lao động của gia đình, quy mô nhỏ. Khi lực lượng sản xuất phát triển đến một mức độ nhất định, giới chủ kinh doanh dựa trên vốn, tư liệu sản xuất của bản thân, có thuê mướn lao động và hình thành nên quan hệ sản xuất TBCN. Quá trình tiến hoá đó đã diễn ra ở một số nước phương Tây từ thế kỷ XVI, XVII và được C.Mác coi đó là “điểm xuất phát lịch sử và logic của nền sản xuất tư bản chủ nghĩa”. Chính trong quan hệ hàng hoá - tiền tệ đó đã nảy sinh quan hệ tư bản và diễn ra quá trình chuyển hoá thành tư bản. Quá trình đó đã hình thành nên các chủ thể kinh doanh đầu tư tư bản (vốn) và sử dụng lao động làm thuê nhằm tạo ra giá trị tăng lên (giá trị thặng dư). Những chủ thể kinh doanh này, lúc đó được

gọi nhà tư bản (nhà đầu tư vốn), và hình thức tổ chức sản xuất kinh doanh mà họ đại diện được gọi là doanh nghiệp hay xí nghiệp tư bản tư nhân.

Sự xuất hiện thuật ngữ “doanh nghiệp” gắn liền với sự hình thành và phát triển của phương thức TBCN trong giai đoạn CNTB cổ điển. Trong nền kinh tế thị trường, *doanh nghiệp tư nhân là một mô hình tổ chức kinh doanh, có thuê mướn lao động và có mục tiêu là tạo ra giá trị thặng dư*. Tuy nhiên, doanh nghiệp sử dụng và phân phối giá trị thặng dư như thế nào và có bóc lột giá trị thặng dư hay không thì còn tùy thuộc vào nhiều yếu tố khác. Mô hình tổ chức kiểu doanh nghiệp ra đời gắn liền với sự thủ tiêu chế độ phong kiến và hình thành phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa. Trong lịch sử phát triển kinh tế, sự xác lập của phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa, được biểu hiện ở sự xác lập mô hình này. Thắng lợi của phương thức sản xuất TBCN chính là nhờ đã tạo ra được một lực lượng sản xuất vượt trội so với các nền sản xuất tiền TBCN. Đó là sự thắng lợi của một phương thức sản xuất mới, tiến bộ so với phương thức sản xuất phong kiến. Cùng với sự phát triển của lực lượng sản xuất, đội ngũ doanh nhân ngày càng phát triển nhanh về số lượng và chất lượng. Thực tế cũng đã chứng minh rõ ràng, một nền kinh tế kém phát triển không thể có một lực lượng doanh nhân đông đảo và mạnh mẽ.

Trong thời đại ngày nay, nhiều nền kinh tế ở các mức độ khác nhau và có điểm xuất phát khác nhau, cũng đã và đang áp dụng mô hình kinh tế thị trường. Cơ chế thị trường đang được coi là công cụ phổ biến, cách thức để phát triển kinh tế. Vì vậy, ở hầu hết các nền kinh tế, cũng đã xuất hiện mô hình doanh nghiệp và giới doanh nhân. Tuy nhiên, mức độ phát triển về số lượng và chất lượng của lực lượng doanh nhân ở từng nước lại rất khác nhau. Điều đó trước hết tùy thuộc vào trình độ phát triển của lực lượng sản xuất và phân công lao động xã hội ở từng nước. Thực tế đã cho thấy, ở các nước kinh tế phát triển (như Nhật Bản, Tây Âu, Mỹ và các nền kinh tế mới được công nghiệp hóa ở châu Á như Hàn Quốc, Singapo, Đài Loan), đã hình thành một đội ngũ doanh nhân đông đảo về số lượng và có chất lượng cao, có nhiều doanh nhân nổi tiếng thế giới. Trong khi đó, ở nhiều nước kinh tế kém phát triển, đội ngũ doanh nhân còn rất ít về số lượng và thiếu vắng những doanh nghiệp và doanh nhân có khả năng cạnh tranh trên phạm vi toàn cầu.

Nhìn từ quan điểm cơ hội, các khu vực kém phát triển do khan hiếm vốn đầu tư, thiếu lao động có kỹ năng và thiếu các điều kiện phát triển về kinh tế và xã hội là bất lợi cho các doanh nhân có năng lực cải cách sáng tạo. Ở những vùng như vậy, tinh thần doanh nghiệp không nổi bật do không có nền tảng kinh tế với những tổ chức hỗ trợ và khuyến khích nó. Vì vậy, các doanh nhân ở những vùng như vậy có thể không là dạng doanh nhân “đổi mới” mà là thuộc dạng doanh nhân “mô phỏng”. Theo McCelland - người nghiên cứu tính cách của tinh thần nghiệp chủ, doanh nhân là người có động cơ hướng tới thành công cao thể hiện hành vi muốn

thay đổi trạng thái trì trệ và không thoả mãn với tình trạng hiện tại của xã hội.

Hai là, sự tác động của thể chế kinh tế thị trường. Thực tế cũng đã chỉ rõ, thể chế nào thì có doanh nhân ấy. Thể chế kinh tế thị trường càng phát triển và hoàn thiện thì điều kiện cho sự ra đời và phát triển đội ngũ doanh nhân càng thuận lợi. Thể chế kinh tế thị trường là tổng thể những quy định, quy tắc về các hoạt động kinh tế, về các chủ thể tham gia nền kinh tế thị trường và cơ chế vận hành, thực thi trong nền kinh tế thị trường. Hay nói cách khác, thể chế kinh tế thị trường là khung khổ, trật tự xác định quan hệ giữa các chủ thể kinh tế, xã hội thích ứng với các nguyên lý của hệ kinh tế thị trường trong mọi hoạt động kinh tế¹. Trong các chủ thể của thể chế kinh tế thị trường, doanh nghiệp, doanh nhân là trung tâm. Vì vậy, thể chế kinh tế thị trường càng hoàn thiện thì càng tạo điều kiện để phát triển đội ngũ doanh nhân.

Thị trường là nơi thực hiện sự tự do kinh doanh, trong đó, hoạt động kinh doanh được tiến hành theo tín hiệu của thị trường chứ không phải là theo mệnh lệnh chỉ huy; là nơi mà những yếu tố của thị trường (lao động, đất đai, tiền vốn .v.v.) được tự do lưu chuyển trên thị trường với tư cách là hàng hóa. Nói cách khác, điều kiện hoạt động lý tưởng của doanh nhân là môi trường có đầy đủ các yếu tố của thị trường và cơ chế thị trường được hình thành đồng bộ. Với những điều kiện ấy, doanh nhân có thể phát huy được trí tuệ, tài năng của họ để phát triển doanh nghiệp.

Ba là, môi trường cạnh tranh. Trong thể chế kinh tế kế hoạch hoá tập trung, mọi hoạt động của nền kinh tế được thực hiện chủ yếu theo mệnh lệnh hành chính, và do đó không có sự cạnh tranh theo quy luật của thị trường. Trong thể chế kinh tế đó, có tồn tại doanh nghiệp nhưng lại không có doanh nhân theo đúng nghĩa của nó. Vì vậy, có thể thấy rằng, môi trường cạnh tranh là yếu tố quan trọng để hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân. Cạnh tranh lành mạnh theo đúng nguyên tắc của thị trường, đòi hỏi doanh nhân không ngừng vươn lên đáp ứng được yêu cầu của thị trường, đồng thời thông qua cạnh tranh, đội ngũ doanh nhân càng được tôi luyện về kỹ năng kinh doanh và là điều kiện, tiền đề để xuất hiện những doanh nhân chân chính, thành đạt.

Bốn là, hệ thống các chính sách kinh tế của nhà nước. Các chính sách của nhà nước có tác động mạnh mẽ đến sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân. Thực tế lịch sử đã cho thấy, sự tồn tại của doanh nghiệp, doanh nhân không hoàn toàn phụ thuộc vào chính sách của nhà nước, nhưng các chính sách của nhà nước có tác động lớn đến quy mô, tốc độ phát triển, chất lượng đội ngũ doanh nhân. Trong nền kinh tế thị trường, nhà nước có vai trò rất quan trọng tác động đến

¹ PGS.TS. Hà Huy Thành (Chủ biên), Thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam, Nhà XB CTQG, 2006, tr. 90

các hoạt động kinh tế. Các chính sách kinh tế vĩ mô, chính sách kinh tế đối ngoại, các biện pháp hỗ trợ của nhà nước có tác động trực tiếp đến sự hình thành và mức độ phát triển của đội ngũ doanh nhân.

1.3.2. Môi trường chính trị, pháp luật

Thế chế chính trị hay chế độ xã hội có tác động rất lớn đến sự hình thành và phát triển đội ngũ những người làm nghề kinh doanh. Thế chế chính trị phong kiến với quan niệm "sĩ, nông, công, thương", coi thường những người kinh doanh, buôn bán thì khó có thể phát triển kinh tế hàng hóa và do đó không thể phát triển được tầng lớp doanh nhân đúng nghĩa.

Một số nhà kinh tế học thế chế cho rằng trong mô thức xã hội hiện đại, nếu biểu diễn theo hình kim tự tháp thì ba cạnh đáy của kim tự tháp là: kinh tế thị trường, nhà nước pháp quyền và xã hội dân sự. Phần nổi và đỉnh của kim tự tháp là tầng lớp doanh nhân. Như vậy thì nhà nước pháp quyền chính là một trong ba yếu tố nền tảng để có thể xây dựng và phát triển tầng lớp doanh nhân. Thế chế pháp luật có tác động tích cực đến đội ngũ doanh nhân phải được dựa trên nền tảng của nhà nước pháp quyền. Nhà nước pháp quyền và toàn bộ thế chế pháp luật và bộ máy thiết chế của nó trở thành cơ quan dịch vụ công, phục vụ cho xã hội trong đó có doanh nhân. Nó có vai trò bảo vệ doanh nhân khỏi sự thao túng, chèn ép, khỏi sự nhũng nhịu, sự lôi kéo, móc ngoặc của những quyền lực đen trong xã hội. Nhà nước pháp quyền cần phải được phát triển với việc ban hành những văn bản pháp luật và những chính sách hợp lý để giúp cho doanh nhân “cạnh tranh lành mạnh”, “phát triển bình đẳng”, “phục vụ trung thực”.

Các nhà kinh tế học thế chế thường xem xét các điều kiện kinh tế và xã hội thuận lợi cho doanh nhân, ở việc các thế chế mang lại động lực cho hoạt động của doanh nhân. Các nhà kinh tế học thế chế cho rằng, nếu sự thuận lợi về vật chất là cần thiết để thực hiện giao dịch thị trường thì việc tạo lập hệ thống pháp luật phù hợp cũng rất cần thiết để giảm chi phí giao dịch và tăng khối lượng giao dịch. Theo họ, hệ thống luật pháp và toà án được thiết lập và bảo vệ quyền tư hữu tài sản và thực thi hợp đồng là rất quan trọng trong việc tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển của doanh nhân. Một khi khung pháp lý lành mạnh được tạo lập, bảo đảm quyền tư hữu tài sản, và hệ thống toà án công bằng, doanh nhân sẽ có môi trường thuận lợi để phát triển. Theo họ, khung pháp lý lành mạnh sẽ tạo ra động lực cho sự cạnh tranh và đổi mới trong nền kinh tế, khuyến khích khởi sự doanh nghiệp mới. Trong môi trường như vậy, các doanh nhân có sự khích lệ mạnh mẽ để áp dụng các sản phẩm mới, công nghệ mới. Cuối cùng, nguồn lực của xã hội sẽ được hướng vào các khu vực hiệu quả nhất. Các nhà kinh tế học thế chế khuyến nghị rằng nhà nước nên thiết lập một khung khổ luật pháp vì sự phát triển kinh tế,

và bảo vệ quyền sở hữu tư nhân, giảm bớt việc can thiệp vào sự lựa chọn của cá nhân và sự trao đổi tự nguyện.

Ban hành pháp luật là quan trọng, song vấn đề thực thi pháp luật mang tính quyết định. Để có thể phát huy vai trò của nhà nước pháp quyền trong việc thúc đẩy sự phát triển đội ngũ doanh nhân thì hiệu lực thực thi của hệ thống pháp luật có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Một bộ máy hành pháp trong sạch, vận hành trên tinh thần phục vụ sự phát triển của quốc gia là một trong những điều kiện cơ bản để doanh nhân phát triển tài năng và sáng tạo trong hoạt động kinh doanh, tiền đề quan trọng của sự hình thành đội ngũ doanh nhân hiện đại, kinh doanh và hành xử theo pháp luật.

Để nhà nước pháp quyền có tác động tích cực cho sự phát triển của đội ngũ doanh nhân thì nhà nước phải xây dựng được một hệ thống pháp luật hoàn chỉnh. Các quy định luật pháp về thể chế thị trường, cơ chế vận hành và điều tiết của tất cả các loại thị trường: thị trường hàng hoá và dịch vụ, thị trường lao động, thị trường tài chính, thị trường bất động sản, thị trường khoa học & công nghệ, phải hoàn chỉnh, đồng bộ, minh bạch và công khai. Quyền lập pháp, hành pháp và tư pháp phải độc lập với nhau, nhưng kiểm chế được nhau. Hệ thống tòa án phải độc lập, vững mạnh và có sức mạnh để buộc các cơ quan nhà nước và nhân viên nhà nước phải chấp hành pháp luật.

1.3.3. Năng lực, thái độ và cách ứng xử của các cấp chính quyền nhà nước

Năng lực và tính chuyên nghiệp của bộ máy nhà nước, nhất là đội ngũ cán bộ nhà nước có tác động trực tiếp và rất quan trọng đối với các hoạt động kinh tế-xã hội nói chung, trong đó có đội ngũ doanh nhân. Đội ngũ cán bộ nhà nước các cấp là những người trực tiếp thực thi các chính sách, pháp luật của nhà nước, có thể làm tốt lên hay xấu đi, thậm chí bóp méo chính sách, pháp luật. Vì vậy, nhiều nhà nghiên cứu cho rằng, để có được một đội ngũ doanh nhân chuyên nghiệp, thì trước hết phải xây dựng bộ máy hành chính có năng lực, chuyên nghiệp.

Thực tế ở nhiều nước, nhất là ở các nước có nền kinh tế chuyển đổi cũng đã chỉ ra rằng, năng lực, thái độ và cách hành xử của đội ngũ cán bộ nhà nước có tác động trực tiếp đến doanh nghiệp, doanh nhân. Ở đâu và lúc nào, các cấp chính quyền có mối quan hệ thân thiện, đồng hành cùng doanh nghiệp, doanh nhân thì ở đó, doanh nghiệp, doanh nhân có điều kiện phát triển nhanh, lành mạnh và ngược lại. Vì vậy, xây dựng bộ máy hành chính hữu hiệu, đội ngũ cán bộ nhà nước có năng lực và chuyên nghiệp là yếu tố rất quan trọng để xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân.

1.3.4. Môi trường xã hội

Môi trường xã hội có ảnh hưởng rất sâu sắc đến sự phát triển của đội ngũ những người làm nghề kinh doanh. Chuyển đổi giá trị xã hội của tầng lớp doanh nhân sẽ xác lập vị thế của tầng lớp này trong xã hội.

Chẳng hạn, ở nước ta, môi trường xã hội truyền thống với nền sản xuất nông nghiệp tự cung, tự cấp, kinh tế làng xã khép kín, không tôn trọng tự do sáng tạo, tự do cá nhân. Trong môi trường xã hội khép kín như vậy, kinh tế làng xã coi thường kinh doanh buôn bán với thang giá trị là: nhất sỹ, nhì nông, tam công, tứ cổ, vị trí của người buôn bán, kinh doanh bị coi thường. Trong xã hội đó, tầng lớp “sỹ” được tôn vinh cao nhất, bởi chỉ có đi học thì để ra làm quan mới thay đổi thân phận nghèo nàn. Vì vậy, trong hàng ngàn năm, xã hội không khuyến khích tinh thần kinh doanh. Trong xã hội hiện đại với việc đề cao tinh thần kinh doanh, quan niệm về đẳng cấp xã hội đã thay đổi, địa vị xã hội của doanh nhân ngày càng được đề cao.

Xóa bỏ những yếu tố bảo thủ và lạc hậu của môi trường xã hội cổ truyền cũng là một trong những cách thức quan trọng thúc đẩy sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân. Môi trường xã hội truyền thống là trở ngại đối với sự phát triển đội ngũ những người làm nghề kinh doanh, buôn bán, thể hiện ở chỗ:

- Quá đề cao các yếu tố tinh thần, đạo lý chung chung xa rời thực tiễn đời sống xã hội. Hơn nữa có sự tự huyễn hoặc một cách cao ngạo, đề cao đạo lý thánh hiền.

- Quá đề cao cộng đồng, coi thường cá nhân (sáng kiến cá nhân, giá trị cá nhân). Môi trường văn hóa làng xã truyền thống thường có xu hướng tuyệt đối hóa cộng đồng và coi thường cá nhân.

Xã hội hiện đại đề cao sự sáng tạo cá nhân, kết hợp sức mạnh cá nhân với sức mạnh cộng đồng, từ cá nhân đơn lẻ mới có thể tư duy và qua đó tạo ra giá trị mới cho xã hội. Đồng thời, một cá thể đơn lẻ sẽ không thể phát triển nếu thiếu mảnh đất dinh dưỡng của cộng đồng. Điều đó đòi hỏi sự giải phóng cá nhân, bảo đảm tự do cá nhân gắn với dân chủ trong đời sống kinh tế - xã hội.

Thể chế xã hội dân sự là yếu tố quan trọng tác động mạnh mẽ đến sự ra đời và phát triển bền vững của đội ngũ doanh nhân. Chúng ta đã biết, xã hội dân sự là thành tựu phát triển tự nhiên của tiến trình lịch sử nhân loại. Ở đó người dân làm chủ, tôn trọng quyền tự do hoạt động sản xuất kinh doanh của mọi công dân. Nhà nước và xã hội tạo ra những cơ chế, thể chế bảo vệ người kinh doanh, tạo điều kiện hoạt động sáng tạo, thi thố tài năng và hoàn thiện nhân cách. Đó cũng là điều kiện cho sự hình thành cộng đồng doanh nhân bằng việc khuyến khích các hiệp hội doanh nghiệp, các loại hình câu lạc bộ doanh nhân, hình thành những tổ chức

xã hội dân sự tự nguyện của bản thân doanh nhân, cùng nhau trao đổi thông tin, bàn bạc, giúp đỡ nhau trong kinh doanh cũng như trong bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nhân.

Các yếu tố tâm lý xã hội cũng có tác động trực tiếp đến đội ngũ doanh nhân. Một xã hội tôn vinh người giàu hợp pháp, đề cao giá trị của doanh nghiệp, doanh nhân sẽ thúc đẩy tinh thần kinh doanh của toàn dân tộc và đó là môi trường tâm lý xã hội lành mạnh thúc đẩy sự ra đời và phát triển nhanh đội ngũ doanh nhân. Yếu tố tâm lý xã hội là động lực kích lệ việc khởi sự doanh nghiệp, kích thích niềm đam mê, tinh thần học hỏi, trau dồi phẩm chất, kỹ năng, không ngừng vươn lên trong hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nhân.

Thực tiễn phát triển kinh tế-xã hội ở nhiều nước đã cho thấy rằng, một xã hội tôn trọng, tôn vinh doanh nhân sẽ tạo môi trường thúc đẩy sự ra đời và phát triển đội ngũ doanh nhân. Đó sẽ là mảnh đất tốt để làm nảy sinh và xuất hiện đội ngũ doanh nhân đông đảo về số lượng và chất lượng cao.

1.3.5. Môi trường văn hoá

Một vấn đề đang được xã hội quan tâm là tác động của môi trường văn hóa đối với sự ra đời và phát triển đội ngũ doanh nhân. Không có môi trường văn hóa phù hợp thì không thể có tầng lớp doanh nhân văn hóa. Trong tiến trình lịch sử, mỗi thời đại, mỗi dân tộc đã hình thành một môi trường văn hóa mang tính đặc thù và môi trường văn hóa ấy đã sản sinh ra một mẫu nhân cách văn hóa tiêu biểu cho dân tộc.

Môi trường văn hóa là tổng thể các yếu tố chính trị, xã hội, đạo đức, tâm lý của một cộng đồng hướng đến sự phát triển kinh tế - xã hội mang tính nhân văn, nhân bản. Chúng tác động đến đội ngũ doanh nhân để tạo nên tầng lớp doanh nhân văn hóa. Như vậy, môi trường văn hóa không chỉ bó hẹp trong môi trường văn hóa kinh doanh hay trong môi trường văn hóa doanh nghiệp mà nó bao gồm toàn bộ nền tảng văn hóa của một xã hội. Môi trường văn hóa là kết quả phát triển của lịch sử nhân loại và sự tích lũy của mỗi cộng đồng. Sự ra đời của văn hóa doanh nhân phương Tây là kết quả tích lũy văn hóa từ thời cổ đại Hy - La đến thời kỳ Phục hưng văn hóa kéo dài 3 thế kỷ (từ thế kỷ XIV - XVI) và sau đó là cả một thế kỷ văn hóa ánh sáng (thế kỷ XVIII). Sự ra đời của văn hóa doanh nhân Nhật Bản với những doanh nhân nổi tiếng, tiêu biểu cho nước Nhật là kết quả của sự tích lũy văn hóa từ thời Minh Trị và cho đến ngày nay.

Văn hóa là mục tiêu, động lực, là môi trường của sự phát triển. Như vậy, thực chất của phát triển kinh tế - xã hội là mang lại hạnh phúc, tự do cho con người. Mục tiêu này xuất phát từ đạo lý truyền thống của dân tộc và cả yêu cầu của thời đại. Nó đòi hỏi phát triển hướng tới mục tiêu kép: vừa phát triển kinh tế,

đời sống vật chất, vừa hướng tới con người và xã hội, vừa phát triển cá nhân, vừa hướng tới cộng đồng.

Có thể nói, không có cơ chế kinh tế thị trường thì không thể có sự xuất hiện tầng lớp doanh nhân văn hóa. Ngược lại, không có tầng lớp doanh nhân văn hóa sẽ không có một thị trường văn minh. Để xây dựng môi trường văn hóa, cần phải làm một cuộc “cách mạng văn hóa” trong tư duy, trong nhận thức của xã hội, chuyển đổi giá trị, bù đắp những thiếu hụt và loại bỏ những yếu tố bảo thủ lạc hậu.

1.3.6. Truyền thống kinh doanh của dân tộc, gia đình

Một dân tộc có truyền thống kinh doanh là yếu tố rất quan trọng để hình thành nhanh chóng và phát triển đội ngũ doanh nhân hiện đại. Chính trên nền tảng đó, đội ngũ doanh nhân có điều kiện tiếp thu được kinh nghiệm, phát triển các tố chất và kỹ năng kinh doanh cần thiết. Ở nhiều nước như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và cả Việt Nam gần đây, đã xuất hiện nhiều doanh nhân nổi tiếng trên cơ sở phát huy truyền thống kinh doanh của gia đình, họ tộc. Nhiều ngành nghề truyền thống trải qua hàng trăm năm được các thế hệ con cháu trong gia đình gìn giữ và tiếp tục phát triển trong điều kiện của nền kinh tế thị trường. Cho đến nay chưa có thống kê đầy đủ về số lượng doanh nhân đang kế thừa và nối tiếp truyền thống kinh doanh của gia đình, nhưng rõ ràng là truyền thống kinh doanh của dân tộc, của địa phương, gia đình và dòng họ là nhân tố tác động mạnh mẽ đối với sự phát triển đội ngũ doanh nhân.

Không ai có thể phủ nhận rằng các phương pháp kinh doanh của phương Tây kiểu như tính toán chiến lược một cách phức tạp, áp dụng công nghệ trong quản lý kinh doanh, tái cơ cấu tổ chức thường xuyên .v.v., được xây dựng rất khoa học và mang lại hiệu quả cho bất kỳ chủ thể kinh doanh nào vận dụng nó. Ngày nay, các phương pháp đó dường như thâm nhập đến từng ngõ ngách trên toàn thế giới, bất kỳ công ty nào cũng ít nhiều chịu ảnh hưởng về lề lối làm việc và nghệ thuật kinh doanh của người Mỹ hay châu Âu. Thế nhưng tại Nhật Bản, Hàn Quốc và nhiều nước phương Đông, vẫn có khá nhiều công ty không chịu nhiều ảnh hưởng của phong cách Âu - Mỹ mà vẫn luôn gặt hái thành công trên thương trường.

1.3.7. Môi trường quốc tế và nhân tố thời đại

Nhân tố thời đại cũng góp phần to lớn quy định vị thế của doanh nhân ở mọi quốc gia, dân tộc. Lịch sử đã chứng minh rằng, sau cuộc cách mạng công nghiệp, nền kinh tế hàng hóa, lực lượng sản xuất, trình độ khoa học kỹ thuật bắt đầu phát triển ở một số nước phương Tây. Số lượng các công ty tăng lên nhanh chóng, trên cơ sở đó đã hình thành một đội ngũ doanh nhân đông đảo. Từ giữa thế kỷ XIX, lực

lượng sản xuất phát triển đã làm xuất hiện những nhà kinh doanh chuyên nghiệp và dần dần hình thành tầng lớp doanh nhân.

Thời đại ngày nay là thời đại hợp tác và cạnh tranh kinh tế giữa các nền kinh tế. Vị thế của một dân tộc không chỉ là những vinh quang trong quá khứ mà được biểu hiện ở tỷ lệ GDP trong nền kinh tế thế giới. Một quốc gia kinh tế thấp kém, không xác lập được các quan hệ hợp tác với các quốc gia khác thì sẽ đứng ngoài mọi sinh hoạt quốc tế. Vị thế của quốc gia trên trường quốc tế sẽ quyết định vị thế của doanh nhân trên thương trường. Do toàn cầu hoá, thế giới trở nên phẳng hơn, cạnh tranh giữa các nền kinh tế trở nên quyết liệt hơn thì yêu cầu về mặt chất lượng của doanh nhân tại mỗi quốc gia cũng sẽ thay đổi. Sức ép này yêu cầu năng lực cạnh tranh của các doanh nhân, các kỹ năng cơ bản của doanh nhân cũng phải được hoàn thiện đáp ứng yêu cầu cạnh tranh trên phạm vi toàn cầu.

1.3.8. Yếu tố cá nhân

Cá nhân là yếu tố bên trong, nội tại, có tính quyết định đối với sự hình thành nghề nghiệp của mỗi con người. Có thể nhận thấy, các yếu tố cá nhân tác động trực tiếp đến sự hình thành doanh nhân bao gồm: tố chất của danh nhân, trình độ học vấn, trình độ chuyên môn và nhận thức xã hội, tuổi tác, nghề nghiệp và kinh nghiệm làm việc, điều kiện gia đình và bản thân .v.v.

Ngoài ra, trong điều kiện của nền kinh tế thị trường hiện đại, còn có rất nhiều các yếu tố khác tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến chất lượng, quy mô, phẩm chất, năng lực của doanh nhân như cơ sở hạ tầng, trình độ phát triển của giáo dục và đào tạo, khoa học và công nghệ .v.v.

1.4. Vai trò của doanh nhân đối với sự phát triển kinh tế-xã hội

1.4.1. Mô hình doanh nghiệp và vai trò của doanh nhân trong tiến trình phát triển kinh tế thị trường

1.4.1.1. Mô hình doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường

Mô hình doanh nghiệp ra đời gắn liền với sự hình thành phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa. Thời kỳ chủ nghĩa tư bản mới hình thành và phát triển, trong điều kiện chưa có sự cạnh tranh gay gắt, các yếu tố khoa học - công nghệ và trình độ quản lý chưa đóng vai trò quan trọng trong quá trình sản xuất, nền kinh tế chủ yếu được phát triển theo chiều rộng, dựa vào khai thác tài nguyên và sức lao động. Một phần lớn giá trị thặng dư đã được tích lũy để tái sản xuất mở rộng nhằm không ngừng phát triển kinh doanh, tạo ra ngày càng nhiều hơn giá trị thặng dư. Do vậy, mô hình doanh nghiệp ngay từ khi mới hình thành đã thể hiện là một mô hình tổ chức sản xuất mới, khác về bản chất so với tất cả các hình thức tổ chức sản xuất trong xã hội tiền tư bản. Trong thời đại trước chủ nghĩa tư bản, hệ thống kinh tế

vận động trong trạng thái sản xuất giản đơn, không có giá trị thặng dư. Do đó không có tích lũy cho tái sản xuất mở rộng. Đó là nền kinh tế tất yếu, kinh tế sinh tồn. Các hoạt động sản xuất ở đây chủ yếu dựa vào hai nhân tố: tài nguyên và lao động.

Ngay trong giai đoạn phát triển ban đầu của chủ nghĩa tư bản, mô hình tổ chức doanh nghiệp là đại biểu cho một lực lượng sản xuất mới đang lên, là nhân tố quyết định của sự toàn thắng của phương thức sản xuất tư bản đối với chủ nghĩa phong kiến. Như vậy, quá trình hình thành và xác lập nền kinh tế thị trường đã dẫn đến sự ra đời và phát triển của mô hình tổ chức doanh nghiệp và mô hình này chính là đại biểu cho nền kinh tế thị trường nói chung.

Mác, Ăngghen và Lênin đã chỉ rõ sứ mạng lịch sử của chủ nghĩa tư bản mà đại biểu là các doanh nghiệp. Vai trò tiến bộ của chủ nghĩa tư bản có thể tóm tắt bằng hai luận điểm mà Lênin đã chỉ ra: tăng sức sản xuất của lao động xã hội và xã hội hoá lao động. Lênin còn nhấn mạnh: Chủ nghĩa tư bản là hình thái trong đó cách mạng trong lực lượng sản xuất đã diễn ra. Trong Tuyên ngôn của Đảng Cộng sản năm 1848, Mác và Ăngghen đã nhấn mạnh: Chỉ trong vòng hơn 100 năm, chủ nghĩa tư bản đã tạo ra một khối lượng của cải vật chất hơn tất cả các thế hệ trước gộp lại. Chính cơ sở vật chất kỹ thuật mà CNTB tạo ra được trong thời kỳ đó là kết quả kết hợp của hai yếu tố: 1) cuộc cách mạng kỹ thuật lần thứ nhất (cách mạng công nghiệp) và 2) mô hình sản xuất kinh doanh TBCN mà đại biểu là doanh nghiệp. Cuộc cách mạng khoa học - công nghệ hiện đại cùng với quá trình toàn cầu hoá nền kinh tế hiện nay là sự tiếp tục của quá trình phát triển sức sản xuất của lao động xã hội và xã hội hoá lao động ở một trình độ cao hơn.

Như vậy, tổ chức kinh doanh theo mô hình doanh nghiệp là kết quả của sự ra đời của một phương thức sản xuất mới. Chính trên cơ sở đó, mô hình này lại là lực lượng kinh tế quyết định chủ yếu đối với sự tăng trưởng, phát triển kinh tế. Cơ chế thị trường mà chủ thể chủ yếu của nó là doanh nghiệp đã tạo ra cuộc cách mạng công nghiệp trước đây và cuộc cách mạng khoa học - công nghệ ngày nay để thúc đẩy lực lượng sản xuất nhân loại đạt tới giai đoạn phát triển hiện đại và tiếp tục phát triển cao hơn nữa. Tổ chức kinh doanh theo mô hình doanh nghiệp chính là động lực thúc đẩy nền kinh tế tăng tốc.

Sở dĩ mô hình tổ chức sản xuất mới này có vai trò to lớn như vậy là vì những lý do chủ yếu sau đây:

Một là, doanh nghiệp là mô hình tổ chức kinh doanh của nền sản xuất hàng hoá ở giai đoạn cao.

Hoạt động sản xuất trao đổi hàng hoá ra đời gắn liền với sự phân công lao động xã hội. Có thể nói, quá trình đó bắt đầu từ thời kỳ tan rã của chế độ cộng sản nguyên thủy. Tuy nhiên, trong hàng ngàn năm tồn tại cho đến trước khi xuất hiện

nền sản xuất đại công nghiệp, đó vẫn là một nền sản xuất hàng hoá giản đơn, gắn liền với sản xuất nhỏ, tự cung, tự cấp.

Hình thức tổ chức sản xuất doanh nghiệp là sản phẩm của nền sản xuất xã hội hoá. Nó được phát triển cùng với sự xác lập của phương thức sản xuất tư bản và gắn liền với nền đại công nghiệp. Với hình thức tổ chức sản xuất doanh nghiệp, năng suất lao động và hiệu quả sản xuất tăng lên nhiều, trình độ xã hội hoá cũng được phát triển nhanh chóng.

Kinh tế thị trường là giai đoạn phát triển cao của kinh tế hàng hoá. Ở đây, kinh tế hàng hoá đã thực sự thay đổi về chất, gắn liền với sản xuất lớn, hiện đại. Trong đó, cơ cấu của kinh tế thị trường chủ yếu là dựa trên cơ sở của mô hình tổ chức sản xuất doanh nghiệp. Ngay từ khi mới ra đời, mô hình tổ chức sản xuất mới đã là một đại động lực cho con tàu kinh tế tăng tốc. Mô hình tổ chức doanh nghiệp có mục tiêu cao nhất và cuối cùng là tạo ra giá trị thặng dư. Cơ chế hoạt động tất yếu của nó là không ngừng chuyển giá trị thặng dư thành tích lũy tăng thêm của sự phát triển kinh tế. Trong lịch sử phát triển của xã hội loài người cho đến nay, đó là mô hình tổ chức kinh doanh có hiệu quả nhất, có vai trò tiến bộ nhất để thúc đẩy sự phát triển của lực lượng sản xuất. Lịch sử phát triển kinh tế cho thấy rằng, mô hình tổ chức doanh nghiệp đã, đang và còn tiếp tục là một mô hình tổ chức kinh tế có hiệu quả, phù hợp với cơ chế thị trường hiện đại.

Hai là, doanh nghiệp là nền tảng của kinh tế thị trường.

Đến nay, mọi người đều thừa nhận rằng cơ chế thị trường là cách thức tốt nhất và duy nhất để một nền kinh tế vận hành có hiệu quả cao. Sự sụp đổ của hệ thống XHCN càng cho phép chúng ta khẳng định rằng các quốc gia, dù với chế độ chính trị khác nhau, đều không thể không sử dụng cơ chế thị trường. Ngược lại, kinh tế thị trường không thể tồn tại và phát triển nếu không có mô hình tổ chức doanh nghiệp. Nói cách khác, cơ chế thị trường hiện đại chính là dạng thức sinh tồn của mô hình tổ chức doanh nghiệp. Hình thức tổ chức sản xuất này là sản phẩm tự nhiên của cơ chế thị trường và tự nó lớn lên trong cơ chế thị trường. Bất kỳ một nền kinh tế nào hoạt động theo cơ chế thị trường đều phải thừa nhận và khuyến khích mô hình tổ chức doanh nghiệp này. Và ngược lại, mô hình tổ chức doanh nghiệp tư nhân tự nó ứng xử theo cơ chế thị trường và có sức sống mãnh liệt trong môi trường của cơ chế thị trường.

Trong điều kiện của nền kinh tế thị trường hiện đại, các yếu tố khoa học - công nghệ, trình độ quản lý đã đóng vai trò ngày càng quan trọng hơn trong việc tạo ra giá trị thặng dư, và trong nhiều trường hợp, các yếu tố này có vai trò quyết định đối với sự phát triển của lực lượng sản xuất. Trong điều kiện đó, chủ doanh nghiệp phải là người có trình độ quản lý cao. Lao động của họ là loại lao động đặc

biệt, gấp bội lần lao động giản đơn và có vai trò chủ yếu trong việc tạo ra giá trị thặng dư.

1.4.1.2. Vai trò của doanh nhân đối với doanh nghiệp

Trong phạm vi doanh nghiệp, doanh nhân có vai trò quyết định đối với sự phát triển của doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo. Vì vậy việc *phân tích, đánh giá vai trò của doanh nhân, trên nhiều mặt, được thể hiện thông qua sự hoạt động của doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo. Vai trò của doanh nhân đối với doanh nghiệp* thể hiện trên một số nội dung chủ yếu sau đây.

Thứ nhất, doanh nhân là người lãnh đạo, trực tiếp quản lý, điều hành doanh nghiệp, quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Như đã phân tích ở trên, trong nền kinh tế thị trường hiện đại, doanh nhân có thể là chủ sở hữu, người trực tiếp thành lập doanh nghiệp, hoặc người được ủy quyền, được thuê quản lý, điều hành doanh nghiệp. Dù ở mô hình tổ chức hay loại hình doanh nghiệp nào, lợi ích của doanh nhân cũng gắn liền với lợi ích của doanh nghiệp. Doanh nhân vừa là người đứng đầu, người quản lý việc tổ chức sản xuất, vừa là nhà kinh doanh, giao dịch trên thị trường. Nếu coi doanh nghiệp là một con thuyền thì doanh nhân là người cầm lái, điều khiển sự vận hành của doanh nghiệp, có vai trò quyết định đối với sự tồn tại và phát triển doanh nghiệp. Trong một doanh nghiệp, doanh nhân là người lãnh đạo cao cấp, người trực tiếp hoạch định chính sách phát triển doanh nghiệp, tổ chức và triển khai các hoạt động của doanh nghiệp.

Dù là người trực tiếp thành lập hay được ủy quyền, được thuê quản lý, doanh nhân cũng là người đại diện cho doanh nghiệp, chịu trách nhiệm về mặt pháp lý của doanh nghiệp. Doanh nhân với tư cách là người lãnh đạo, chịu trách nhiệm hoàn toàn về các hoạt động sản xuất kinh doanh, về các lợi ích chung và kết quả cuối cùng của doanh nghiệp.

Hộp 1.3: Vai trò của doanh nhân đối với doanh nghiệp

Với vai trò là thuyền trưởng, giám đốc doanh nghiệp chính là nhân tố tạo nên sự khác biệt và thành công trong kinh doanh. Người lãnh đạo phải có tầm nhìn xuyên suốt để tiên đoán được những động hướng của thị trường đã, đang và sẽ xảy ra. Kinh doanh có chu kỳ lên và xuống. Vì vậy, đối phó với những khó khăn không phải bắt đầu khi nó xảy ra mà phải chuẩn bị khi đang ở trên đỉnh của sự phát triển.

Ông Nguyễn Vĩnh Tâm, Chủ tịch HĐQT Công ty cổ phần giải pháp công nghệ Tâm Đạt. Dẫn theo Tuổi trẻ.com.vn, 13/10/2008

Thứ hai, doanh nhân là người tổ chức lực lượng sản xuất của doanh nghiệp. Sản xuất trong phạm vi doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp quy mô lớn, hiện đại, đòi hỏi phải được tổ chức chặt chẽ. Chính nhờ vai trò của doanh nhân mà các yếu tố sản xuất của doanh nghiệp được tổ chức hợp lý, trí tuệ và sức mạnh của người lao động được phát huy, các thành tựu mới của khoa học-công nghệ được áp dụng, và từ đó thúc đẩy doanh nghiệp phát triển.

Doanh nhân là người giữ vai trò quyết định trong việc xây dựng và thực thi chiến lược của doanh nghiệp, trực tiếp lập kế hoạch và phân bổ, sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp; kiểm tra, đánh giá mức độ thực hiện các mục tiêu của doanh nghiệp. Ngày nay, đối với hầu hết các doanh nghiệp, yếu tố sản xuất quan trọng nhất là người lao động. Doanh nhân là người có vai trò quyết định nâng cao năng lực, kỹ năng của đội ngũ cán bộ quản lý, công nhân của doanh nghiệp, thông qua đó, nâng cao sức sống và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Thực tế lịch sử phát triển của các doanh nghiệp trên thế giới đã cho thấy, bất kỳ một công nhân, viên chức nào mới được tuyển dụng vào doanh nghiệp, dù đã được đào tạo bài bản trong nhà trường, cũng chưa có đủ các kỹ năng cần thiết để đáp ứng ngay được yêu cầu cụ thể của doanh nghiệp. Vì vậy, việc đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực là một nhiệm vụ quan trọng của người lãnh đạo doanh nghiệp. Hơn nữa, đứng trước cuộc cạnh tranh gay gắt trên thị trường và sự biến đổi nhanh chóng của khoa học- công nghệ, yêu cầu đào tạo bồi dưỡng đội ngũ cán bộ quản lý, công nhân là nhiệm vụ thường xuyên, liên tục. Doanh nhân chính là người giữ vai trò quyết định nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của doanh nghiệp và do đó, góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của xã hội.

Doanh nhân là người trực tiếp tổ chức phân công, hợp tác sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trong điều kiện của nền sản xuất phát triển đến trình độ cao, sự chuyên môn hóa, hợp tác hóa trong phạm vi một doanh nghiệp cũng như giữa các doanh nghiệp trở thành yêu cầu bức thiết. Doanh nhân chính là người có vai trò quyết định trong việc tổ chức lực lượng sản xuất trong doanh nghiệp một cách khoa học nhằm nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Doanh nhân cũng là người có vai trò quyết định đối với việc ứng dụng khoa học – công nghệ. Sự chuyển giao, ứng dụng những thành tựu mới của khoa học - công nghệ phụ thuộc vào nhiều nhân tố như trình độ phát triển của nền kinh tế, sự phát triển của thị trường khoa học và công nghệ, chính sách của nhà nước .v.v. Song, nhân tố trực tiếp, quyết định nhất là trình độ, năng lực của doanh nhân, doanh nghiệp. Thực tế cũng cho thấy, doanh nhân là người trực tiếp tổ chức và

triển khai thực hiện việc chuyển giao khoa học – công nghệ. Doanh nhân cũng chính là người tạo cung cho thị trường khoa học và công nghệ, người trực tiếp đề xuất yêu cầu cho các nhà khoa học. Các phát minh, sáng chế được ứng dụng trong doanh nghiệp đã tạo động lực thúc đẩy khoa học – công nghệ tiếp tục phát triển ở trình độ cao hơn. Ở đây, doanh nhân không chỉ đóng góp trực tiếp, quyết định vào sự phát triển của doanh nghiệp mà góp phần thúc đẩy sự nghiệp khoa học – công nghệ của đất nước, và do đó, thúc đẩy sự phát triển của lực lượng sản xuất.

Thứ ba, doanh nhân là người có vai trò quyết định nâng cao cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Trong điều kiện của nền kinh tế thị trường hiện đại, bất kỳ doanh nghiệp nào cũng phải vận hành trên hai quỹ đạo, một là vận hành trong hệ thống sản xuất nội bộ doanh nghiệp; hai là vận hành theo hệ thống thị trường. Trong nội bộ doanh nghiệp, doanh nhân chỉ huy doanh nghiệp theo ý chí của mình, nhưng trên thị trường thì doanh nghiệp hoạt động theo các quy luật của thị trường. Doanh nhân là người chịu trách nhiệm cá nhân trước tập thể doanh nghiệp trong việc chèo lái con thuyền doanh nghiệp trên biển cả của thị trường. Trong quá trình tổ chức các hoạt động sản xuất, kinh doanh, doanh nhân phải tự mình gánh chịu rủi ro, đồng thời biết sáng tạo, tự tin để lãnh đạo doanh nghiệp cạnh tranh thắng lợi trên thị trường.

Doanh nhân là người quyết định thành bại của doanh nghiệp trong cạnh tranh. Thị trường biến động khôn lường, luôn xuất hiện những cơ hội và đồng thời luôn đối mặt với mọi nguy cơ. Trong điều kiện cạnh tranh khốc liệt, doanh nhân biết nắm được cơ hội, phản ứng nhanh nhạy, có quyết sách đúng, hạn chế được rủi ro thì sẽ giành được thắng lợi trong cuộc cạnh tranh, ngược lại thì sẽ thất bại và gây tổn thất lớn cho doanh nghiệp. Doanh nhân là người hơn ai hết trong doanh nghiệp phải hiểu đối thủ cạnh tranh, phải giành được ưu thế trong cạnh tranh. Như vậy, doanh nhân là người quyết định vận mệnh của doanh nghiệp trên thương trường.

Thứ tư, doanh nhân là người sáng tạo ra giá trị của doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp trong quá trình phát triển phải tạo ra cho mình một ‘giá trị’ riêng. Vai trò của doanh nhân là phải sáng tạo ra những giá trị có tính cá biệt của doanh nghiệp, để vừa có thể đáp ứng được nhu cầu thị trường, thỏa mãn được người tiêu dùng, lại vừa khác với đối thủ cạnh tranh, bảo đảm sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Ngày nay, doanh nghiệp không chỉ đơn thuần là cung cấp hàng hóa hay dịch vụ thông thường cho người tiêu dùng, mà còn tạo ra giá trị của hàng hóa và dịch

vụ, hay nói cách khác, là tạo ra ‘giá trị về mặt tâm lý’ nhằm thỏa mãn đến mức cao nhất ‘cảm giác thỏa mãn’ của người tiêu dùng. Doanh nhân tạo ra giá trị của doanh nghiệp bằng cách huy động hiệu quả nguồn lực của doanh nghiệp để đưa ra những hàng hóa và dịch vụ tốt hơn các đối thủ cạnh tranh trong bối cảnh cạnh tranh và hạn chế về nguồn lực. Đồng thời, doanh nhân cùng với tập thể người lao động của doanh nghiệp không ngừng nâng cao giá trị gia tăng của hàng hóa và dịch vụ đã có, tạo thêm hàng hóa và dịch vụ mới, để duy trì giá trị sống của hàng hóa và dịch vụ.

Đồng thời, giá trị của doanh nghiệp còn bao gồm văn hóa doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp được hình thành bởi quan niệm giá trị và sự đồng thuận của tất cả các thành viên trong doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp tạo nên sức hút lớn đối với những người lao động trong doanh nghiệp và góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Trong quá trình đó, doanh nhân góp phần quyết định tạo ra và duy trì, phát triển văn hóa doanh nghiệp và do đó, nâng cao hơn giá trị của doanh nghiệp.

Thứ năm, doanh nhân là người xây dựng chiến lược và hoạch định các chính sách phát triển doanh nghiệp. Sứ mệnh của doanh nhân xây dựng chiến lược phát triển của doanh nghiệp. Là người lãnh đạo doanh nghiệp, doanh nhân phải giải đáp được vấn đề doanh nghiệp sẽ phát triển trong dài hạn như thế nào. Hay nói cách khác, doanh nhân có trách nhiệm xác định rõ tầm nhìn, mục tiêu phát triển của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, doanh nhân cùng với tập thể các nhà quản lý và những người lao động trong doanh nghiệp xây dựng chính sách, kế hoạch và các dự án cụ thể của doanh nghiệp trong từng giai đoạn nhất định. Với tư cách là người cầm lái, doanh nhân tùy vào tình hình cụ thể của thị trường để có biện pháp thích hợp đưa doanh nghiệp đạt đến mục tiêu đã định bằng con đường ngắn nhất, trong điều kiện nguồn lực bị hạn chế.

Trong quá trình thực hiện các chính sách cụ thể, doanh nhân có trách nhiệm hạn chế đến mức thấp nhất mọi rủi ro cho doanh nghiệp, bao gồm rủi ro về tài chính cũng như rủi ro từ bên ngoài. Thực tế nhiều doanh nghiệp bị phá sản không phải là do sai lầm về mục tiêu hay chiến lược mà chủ yếu là do sai lầm về chính sách và quản lý tài chính như: chi tiêu và đầu tư vượt khả năng cho phép, phát hành trái phiếu không đúng, giá thành trái phiếu quá cao .v.v. Doanh nhân cũng phải có biện pháp thích hợp để giảm đến mức thấp nhất những rủi ro không thể lường trước như thiên tai, hỏa hoạn, các sự cố bất ngờ trong quá trình sản xuất,

kinh doanh. Ngoài ra, doanh nhân cũng phải cần phải chú ý để tránh rủi ro về pháp luật, nhất là đối với các hoạt động kinh doanh trên thị trường quốc tế.

Thứ sáu, doanh nhân là người tạo lập và xây dựng các mối liên kết trong và ngoài doanh nghiệp. Bất kỳ một doanh nghiệp nào muốn thành công, muốn hoàn thành được sứ mệnh của mình, một yếu tố rất quan trọng là phải xây dựng được mối quan hệ tốt đẹp trong nội bộ doanh nghiệp. Trong phạm vi doanh nghiệp, con người là yếu tố quan trọng nhất, sống động nhất trong các nguồn lực của doanh nghiệp. Tiềm năng con người là hầu như không có giới hạn. Vì vậy, doanh nhân chính là người khơi dậy và phát huy tiềm năng của người lao động trong doanh nghiệp, hướng dẫn và khích lệ họ bằng vật chất và tinh thần để phục vụ cho lợi ích của doanh nghiệp. Với tư cách là người lãnh đạo, doanh nhân là người liên kết các bộ phận và mọi hoạt động trong doanh nghiệp để thực hiện mục tiêu chung đã đặt ra.

Đồng thời, lãnh đạo doanh nghiệp phải thường xuyên tiếp xúc với các đối tác, khách hàng, các hiệp hội, các cơ quan chính quyền. Trong quá trình đó, doanh nhân thu thập các nguồn thông tin và tạo sự ủng hộ cần thiết cho doanh nghiệp. Vì thế doanh nhân còn là nhà hoạt động xã hội.

1.4.2. Vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại

Thực tiễn lịch sử phát triển kinh tế trong gần ba thế kỷ qua kể từ khi xuất hiện nền sản xuất hàng hóa tư bản chủ nghĩa đã cho thấy rõ vai trò quan trọng, có tính quyết định của doanh nhân và tinh thần doanh nghiệp trong phát triển kinh tế thị trường.

1.4.2.1. Một số lý thuyết về vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường

Trên thế giới đã có nhiều công trình nghiên cứu phân tích rõ vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường. Một trong những lý thuyết nổi bật nhất về vai trò doanh nhân là các công trình nghiên cứu của Joseph A. Schumpeter (1883-1950).

Joseph A. Schumpeter (1883-1950) đã nhấn mạnh khía cạnh sáng tạo của doanh nhân trong kinh doanh. Ở đây, sự sáng tạo được hiểu là quá trình doanh nhân ứng dụng các sáng chế đã có (chứ không phải là đưa ra sáng chế mới), và từ đó, sản xuất ra những sản phẩm mới hoặc công nghệ mới, các nguồn nguyên liệu mới, cách thức tổ chức sản xuất mới cũng như mở ra các thị trường mới. Trong tác

phẩm “Lý thuyết về phát triển kinh tế” (1934), Schumpeter đã gán vai trò cốt lõi của của doanh nhân là “cải cách”. Ông coi phát triển kinh tế như là sự thay đổi năng động riêng biệt do doanh nhân mang đến bằng cách xây dựng các kết hợp mới về các yếu tố sản xuất. Doanh nhân là những người kết hợp các yếu tố đầu vào theo một cách thức sáng tạo để tạo ra giá trị cho khách hàng với kỳ vọng rằng giá trị này sẽ lớn hơn các chi phí yếu tố đầu vào, vì vậy sẽ tạo ra siêu lợi nhuận. Schumpeter là một trong những học giả đầu tiên cho rằng, sự sáng tạo và thay đổi công nghệ của một dân tộc là bắt nguồn từ doanh nhân và ông nêu lên khái niệm: *doanh nhân là nhà cải cách*. Ông nhấn mạnh, lợi nhuận trong kinh doanh là phần thưởng cho sự sáng tạo của doanh nhân. Do đó, hoạt động của doanh nhân làm cho thị trường luôn thay đổi, tiến tới những trạng thái cân bằng mới với các sản phẩm mới, công nghệ mới và thị trường mới. Từ đó, Schumpeter nhấn mạnh rằng ***doanh nhân như là chỉ số chủ yếu đối với sự phát triển kinh tế*** vì doanh nhân có vai trò trong việc tạo ra các đổi mới.

Ngoài ra, một số nhà nghiên cứu cũng đã phân tích về vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường. Parson và Smelser cho rằng tinh thần doanh nghiệp một trong hai điều kiện cần thiết cho sự phát triển kinh tế, yếu tố còn lại là kết quả tăng lên về vốn. Harbison coi doanh nhân là những người đi tiên phong trong đổi mới.

Jean B. Say (1767- 1832) lại mô tả rằng tinh thần doanh nghiệp là một lực lượng năng động quan trọng. Sự phát triển không xảy ra một cách tự nhiên mà cần một chất xúc tác hoặc tác nhân cần có và điều này đòi hỏi cần có khả năng doanh nhân. Đó là khả năng mà người doanh nhân nắm các cơ hội mà những người khác không nhận ra hay không quan tâm. Về cơ bản, doanh nhân tìm kiếm các thay đổi, phát hiện ra các nhu cầu và sau đó kết hợp nguyên liệu và vốn để đáp ứng cơ hội mà anh ta nhận thấy. Say nhấn mạnh, chức năng của nhà kinh doanh là kết hợp, tập hợp những yếu tố của sản xuất, và tóm tắt chức năng của doanh nhân như sau: "Doanh nhân là người phán đoán những nhu cầu và nhất là những phương tiện; vì vậy đức tính chủ yếu của người đó là đầu óc phán đoán. Về phương diện cá nhân, người đó có thể không cần đến sự am hiểu của chính mình bằng cách sử dụng một cách đúng đắn sự am hiểu của những người khác; người đó có thể tránh không tự mình bắt tay vào việc bằng cách sử dụng bàn tay của người khác; nhưng người đó không thể thiếu đầu óc phán đoán; bởi vì nếu như vậy thì người đó có thể tiêu tốn rất nhiều để làm ra những cái chẳng có giá trị gì"¹.

¹ Viện Nghiên cứu QLKT TW: Những nhà kinh doanh của thế giới thứ ba, 1998, tr.19.

Frank H. Knight (1885-1972) - người sáng lập trường phái kinh tế học Chicago cho rằng, tinh thần doanh nhân là sự tự tin, trong điều kiện không chắc chắn, vào khả năng dự báo nhu cầu tương lai và từ đó tìm kiếm các yếu tố để khởi sự, vận hành doanh nghiệp sản xuất sản phẩm, dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu tiềm ẩn trên thị trường. Tinh thần doanh nhân được thể hiện qua quá trình 1) dự báo nhu cầu tương lai; 2) dự kiến lợi nhuận thu được từ việc đáp ứng nhu cầu đó; 3) đánh giá các dự báo và 4) lựa chọn các cách thức hoạt động tốt nhất để đạt được thành công trong sản xuất kinh doanh.

Khi nghiên cứu vai trò của doanh nhân trong quá trình tổ chức sản xuất, Harvey Leibenstein bổ sung quan điểm của Francois Quesnay về vai trò của doanh nhân trong tổ chức sản xuất. Leibenstein đưa ra khái niệm tình trạng không đạt hiệu quả: doanh nghiệp không sử dụng hoặc sử dụng không hiệu quả các yếu tố sản xuất và do đó sản lượng thực tế thấp hơn tiềm năng. Điều này xảy ra khi những người làm thuê lại theo đuổi mục đích riêng và có thể không phục vụ mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Do đó, doanh nhân phải có tinh thần sáng tạo nhằm khắc phục tình trạng này: nếu những người làm việc trong doanh nghiệp không có đủ nỗ lực làm việc cần thiết thì cần tạo ra áp lực để khuyến khích họ duy trì được mức độ quan tâm đủ lớn đến công việc phải thực hiện.

Đến cuối thế kỷ XX, Mark Casson đã góp phần quan trọng hệ thống hóa lý luận và xây dựng một lý thuyết hoàn chỉnh về doanh nhân. Casson sử dụng cách tiếp cận chức năng để phân tích chức năng của doanh nhân trong quá trình trao đổi xã hội và cho rằng, doanh nhân có vai trò quyết định trong việc sử dụng phối hợp các nguồn lực khan hiếm. Cơ hội đến với doanh nhân khi xảy ra tình trạng, quá trình phân bổ các nguồn lực không hiệu quả do xuất hiện công nghệ mới hoặc thông tin mới. Casson đã tập trung phân tích hoạt động của khu vực kinh tế tư nhân với động lực chính là lợi ích cá nhân: doanh nhân theo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận kinh doanh.

Bên cạnh các nghiên cứu xác định vai trò của doanh nhân và tinh thần doanh nhân, một số nhà kinh tế đã phân tích tác động của tinh thần doanh nhân để giải thích quá trình phát triển kinh tế - xã hội. Randall G. Halcome, khi phân tích mô hình tăng trưởng kinh tế của Robert Solow, đã cho thấy, *tinh thần doanh nhân là nguồn gốc tăng trưởng kinh tế không giới hạn*. Đó là do, doanh nhân luôn tìm cách nâng cao hiệu quả sử dụng các yếu tố sản xuất thông qua áp dụng công nghệ mới, cách thức tổ chức sản xuất mới, để thu được lợi nhuận cho chính mình. Đây cũng là cách thức thị trường phân bổ hiệu quả các nguồn lực (tiến đến đường giới

hạn năng lực sản xuất) và phân bổ lại các nguồn lực cho những cách thức sử dụng hiệu quả hơn (đường giới hạn sản xuất được đẩy ra xa hơn). Hơn nữa, Halcome đã chỉ rõ, *tinh thần doanh nhân là nguồn gốc của tiến bộ xã hội*, khi họ áp dụng các sáng chế và dự đoán trước sự phát triển của thị trường, tạo ra các loại sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng, mở ra các thị trường mới cho các dòng lưu thông hàng hóa; từ đó, chất lượng cuộc sống về vật chất và tinh thần được cải thiện và nâng cao.

Theo Bellum Tan, sự khác biệt giữa một doanh nhân và một người quản lý doanh nghiệp, chính là ở chỗ: *Doanh nhân nhìn thấy doanh nghiệp trước cả khi nó được hình thành. Doanh nhân sinh ra đã phải có phẩm chất này. Vậy nên, có thể đào tạo được người quản lý doanh nghiệp nhưng doanh nhân thì không.*

Một doanh nhân giỏi không nhất thiết phải là người giỏi nhất trong công ty. Điều quan trọng là ông ta có được một đội ngũ giỏi xung quanh mình hay không? Cũng từ cách nhìn nhận này, Bellum Tan cho rằng, một nhà quản lý doanh nghiệp thì không thể rời bỏ được vị trí dù chỉ trong một ngày. Nhưng một doanh nhân khi đạt được tự do tài chính có thể dùng các đòn bẩy tài chính một cách linh hoạt, có thể đạt được trạng thái tự do để tìm kiếm được lợi nhuận mà không cần thiết phải có mặt mỗi ngày tại nhiệm sở.

Vậy khi nào thì đạt được sự tự do tài chính ? Trả lời cho câu hỏi này, Bellum Tan cho biết, theo Robert Kiyosaki, đó là khi số tiền kiếm về lớn hơn tiền chi ra. Có tự do tài chính là để có thời gian chiêm nghiệm lại, tìm ra cách làm giàu hơn nữa. Người ta chỉ đạt được tự do tài chính khi đáp ứng được 3 điều kiện: Tiền - Thời gian - Lối sống. Một doanh nhân giỏi phải đạt được tự do tài chính thông qua việc huy động được các nguồn lực khác nhau. Trong kinh doanh, đích đến của một doanh nhân là kiếm tìm lợi nhuận. Nhưng điều đó vẫn chưa đủ, ngoài việc làm giàu cho chính mình, doanh nhân còn mang trên mình những trách nhiệm với đội ngũ của mình, với cộng đồng và xã hội. Và đó chính là cách mà ông lý giải về lối sống của một doanh nhân thực thụ.

Từ cuối thế kỷ XX trở đi, việc nghiên cứu đã hướng đến áp dụng công cụ định lượng sự phát triển tinh thần doanh nhân. Ở cấp độ cá nhân, các nhà nghiên cứu thừa nhận, các đặc trưng đã được phân tích trước đó, như sự tự tin, khả năng chấp nhận rủi ro, mức độ sẵn sàng bắt tay vào kinh doanh, để xây dựng các thang đo lường tinh thần doanh nhân của mỗi cá nhân.

Như vậy, nghiên cứu hệ thống về doanh nhân và tinh thần doanh nhân đã trải qua lịch sử gần ba thế kỷ. Các nhà nghiên cứu mỗi thời kỳ đã đặt nghiên cứu của mình vào bối cảnh lịch sử cụ thể và có những đóng góp nhất định vào sự phát triển của lý thuyết về doanh nhân và tinh thần doanh nhân. Những kết quả đó đã đặt nền móng cho hướng nghiên cứu xác định ảnh hưởng của các yếu tố kinh tế - xã hội và đề xuất chính sách phát triển tinh thần doanh nhân nhằm mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội.

Vai trò của doanh nhân và tinh thần doanh nghiệp trong phát triển kinh tế có những đặc điểm khác nhau giữa các nền kinh tế, điều này phụ thuộc vào điều kiện sản xuất kinh doanh, môi trường kinh doanh và thể chế kinh tế, chính sách và thái độ của nhà nước đối với doanh nhân.

Tóm lại, các nhà kinh tế học, ở các góc độ khác nhau, đã phân tích khá toàn diện về vai trò của doanh nhân trong sự phát triển kinh tế-xã hội, nhất là trong điều kiện của nền kinh tế thị trường. Để đánh giá rõ hơn vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại, có thể nêu lên sự đóng góp cụ thể của doanh nhân trên ba khía cạnh: kinh tế, xã hội và chính trị.

1.4.2.2. Vai trò kinh tế

Sự phát triển của kinh tế thế giới cho thấy, sự giàu mạnh của một quốc gia trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế khởi nguồn từ sự giàu mạnh của các doanh nghiệp, cụ thể hơn là từ năng lực và phẩm chất của những người đứng đầu doanh nghiệp. Vì thế, *doanh nhân, doanh nghiệp* là trung tâm của sự phát triển. Trong thế kỷ XX, thế giới đã chứng kiến nhiều thành tựu kinh tế khá ngoạn mục: ở thập niên 1960, là sự phát triển của Nhật Bản; ở thập niên 1980, là thành tựu kinh tế của những nền công nghiệp mới như Hàn Quốc, Hồng Kông, Xin-ga-po... Cách thức mà các nước và vùng lãnh thổ áp dụng để làm nên những chuyện thần kỳ về kinh tế là không hoàn toàn giống nhau, nhưng chắc chắn có cùng một điểm chung là có một hệ thống doanh nghiệp hùng mạnh và một lực lượng doanh nhân giỏi làm nền tảng vững chắc cho việc dựng lên tòa nhà kinh tế khang trang và bền vững.

Trong nền kinh tế thế giới hiện nay, doanh nhân giữ vai trò hết sức to lớn, theo thống kê của tổ chức phát triển của Liên hợp quốc gần đây, 358 công ty xuyên quốc gia chiếm tới 50% GDP toàn cầu. Như vậy, đời sống kinh tế của thế giới phụ thuộc rất nhiều vào hoạt động của các công ty đó. Con địa chấn về tài chính - ngân hàng vùng Đông Nam Á và Đông Á những năm 1997-1998 của thế kỷ trước đã làm rung chuyển các nước như Thái Lan, Malayxia, Indonesia và cả

Hàn Quốc đã chứng tỏ điều đó. *Doanh nhân là tầng lớp nắm quyền lực kinh tế, một trong những quyền lực có sức khuynh đảo đời sống của các quốc gia và thế giới*, chẳng hạn sự xuất hiện của nhà tỷ phú Bill Gates – người giàu nhất hành tinh là “*người làm thay đổi thế giới*” ở cuối thế kỷ XX.

Vai trò kinh tế của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại thể hiện trên các mặt:

- *Doanh nhân là người tạo lập ra thị trường, đáp ứng nhu cầu thị trường và định hướng nhu cầu thị trường.* Frank H. Knight cho rằng doanh nhân có vai trò là người chủ động tạo lập xu hướng phát triển của nhu cầu thị trường tương lai, như vậy doanh nhân là người định hướng kiến tạo thị trường. Joseph A. Schumpeter cho rằng doanh nhân có vai trò dẫn dắt thị trường. Sự sáng tạo của doanh nhân khác với nhà khoa học là ở chỗ họ biết cách ứng dụng các sáng chế để tổ chức sản xuất sao cho chi phí đủ thấp đáp ứng nhu cầu thị trường về giá cả. Như vậy doanh nhân là người định hướng các công nghệ sản xuất mới và sử dụng vật liệu mới. Các phát minh, sáng chế bởi các nhà khoa học nếu không được doanh nhân áp dụng thì sẽ không được đưa ra thị trường. Doanh nhân là người định hướng thị trường và giúp cho các phát minh đi vào cuộc sống, là cầu nối giữa các phát minh khoa học và xã hội.

Doanh nhân là lực lượng đáp ứng nhu cầu thị trường. Lý thuyết kinh tế học đã chỉ rõ, doanh nhân là người đại diện cho doanh nghiệp trên thị trường. Thông qua doanh nghiệp, doanh nhân vừa là chủ thể của bên cung hàng hóa, vừa là chủ thể bên cầu đối với thị trường sản xuất. Về phía cung, doanh nhân là người sáng tạo ra sản xuất hàng hóa, cải tiến mẫu mã kiểu dáng, cách thức sản xuất để đáp ứng nhu cầu thị trường tiêu dùng. Trên thị trường yếu tố sản xuất, doanh nhân là người có vai trò quyết định trong việc tạo ra cân bằng giá cả và cung cầu trên thị trường. Doanh nhân đồng thời là người chủ động phân tích thông tin thị trường.

- *Doanh nhân là người tổ chức sử dụng các nguồn lực sản xuất.* Trong nền kinh tế thị trường, doanh nghiệp là nơi tổ chức sử dụng các yếu tố sản xuất và doanh nhân là người quyết định việc tổ chức và phân bổ các nguồn lực sản xuất của doanh nghiệp. Ở cấp độ doanh nghiệp, theo Harvey Leibenstein, doanh nhân có vai trò quyết định trong việc sử dụng các nguồn lực sẵn có của doanh nghiệp. Ở cấp độ nền kinh tế, doanh nhân là người chủ động và tích cực trong quá trình tái cơ cấu, tái phân bổ các nguồn lực xã hội để nâng cao hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh của toàn bộ nền kinh tế. Việc tái cơ cấu phân bổ các nguồn lực của xã hội để đạt hiệu quả cao hơn là do vai trò của thị trường. Tuy nhiên, doanh nhân lại

là chủ thể nằm ở vị trí trung tâm của thị trường; do đó, doanh nhân là người quyết định trình độ phát triển của thị trường.

- Doanh nhân là lực lượng quyết định sự vận động và phát triển của thị trường. Tính sáng tạo và dám chấp nhận rủi ro của doanh nhân luôn luôn làm cho doanh nhân có vai trò phá vỡ sự cân bằng của thị trường và tạo lập cân bằng mới.

- Doanh nhân là chủ thể để thực hiện hội nhập kinh tế quốc tế, có vai trò quyết định trong việc thực hiện các cam kết quốc tế. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, doanh nhân góp phần quyết định nâng cao vị thế của quốc gia dân tộc trên thị trường quốc tế.

- Doanh nhân góp phần hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường. Thể chế kinh tế thị trường là tổng thể những quy định, quy tắc về các hoạt động kinh tế, về các chủ thể tham gia nền kinh tế thị trường và cơ chế vận hành, thực thi trong nền kinh tế thị trường. Theo nghĩa đó, thể chế kinh tế thị trường là một khái niệm rộng, là một phạm trù ý thức do con người quy định trong tiến trình phát triển của nền kinh tế thị trường. Thể chế kinh tế thị trường bao gồm các bộ phận cấu thành cơ bản sau đây:

Một là, các quy tắc, luật lệ về các hành vi kinh tế diễn ra trên thị trường. Các quy tắc, luật lệ này trước hết chính là hệ thống các chính sách, khung khổ pháp luật về kinh tế trong nền kinh tế thị trường. Các quy tắc, khung khổ luật pháp này được hình thành và phát triển ở từng nước tùy thuộc vào trình độ phát triển của nền kinh tế thị trường, vào nhận thức về kinh tế thị trường và năng lực tổ chức, quản lý các hoạt động kinh tế của nhà nước trong nền kinh tế thị trường.

Hai là, các chủ thể tham gia nền kinh tế thị trường hay các bên tham gia thị trường. Trong nền kinh tế thị trường hiện đại, các chủ thể thị trường bao gồm: nhà nước, các doanh nghiệp và các tổ chức xã hội. đoàn thể, các hội hay còn gọi là các tổ chức “xã hội dân sự”.

Ba là, cơ chế vận hành, thực thi nền kinh tế thị trường. Cơ chế này chính là những quy định, quy tắc do nhà nước đặt ra để vận hành nền kinh tế thị trường. Trong nền kinh tế thị trường hiện đại, cơ chế này bao gồm các yếu tố cơ bản như: cạnh tranh thị trường, cơ chế phân cấp, phối hợp để trên cơ sở đó các bên tham gia thị trường hoạt động trong mối quan hệ tương tác lẫn nhau theo nguyên tắc, quy luật của kinh tế thị trường.

Bốn là, thể chế kinh tế thị trường còn bao gồm một hệ thống các loại thị trường. Đây chính là nơi mà các chủ thể thị trường hoạt động theo những quy tắc, quy định trong khung khổ pháp luật về kinh tế. Phân loại thị trường theo thuộc tính hàng hoá thì trong nền kinh tế thị trường có các loại thị trường cơ bản như: thị

trường hàng hoá và dịch vụ, thị trường lao động, thị trường tài chính, thị trường bất động sản, thị trường khoa học và công nghệ. Sự phát triển của các loại thị trường này, nhất là thị trường tài chính, thể hiện trình độ phát triển của nền kinh tế thị trường.

Như vậy, có thể thấy rằng, thể chế kinh tế thị trường là một hệ thống có tính đồng bộ, có mối quan hệ hữu cơ, trong trạng thái luôn vận động từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp và biến đổi không ngừng.

Thể chế kinh tế thị trường trong các nền kinh tế trên thế giới đã được hình thành và phát triển với nhiều hình thức hết sức đa dạng, phong phú. Khó có thể tìm thấy một thể chế kinh tế hoàn toàn giống nhau giữa các nền kinh tế. Trong các nền kinh tế phát triển, thể chế kinh tế thị trường với các bộ phận cấu thành cơ bản của nó đã bắt đầu xuất hiện từ rất sớm, gắn liền với sự ra đời của nền kinh tế hàng hoá tư bản chủ nghĩa. Trải qua nhiều nấc thang phát triển, đến nay, ở các quốc gia này đã hình thành một thể chế kinh tế thị trường khá hoàn thiện, phát triển đến giai đoạn cao. Mặc dù có những nét khác nhau, tùy thuộc vào điều kiện, đặc điểm của từng nước, nhưng nhìn chung, thể chế kinh tế thị trường hiện đại ở các nền kinh tế thị trường phát triển đều có đặc trưng cơ bản là:

- Nhà nước tạo điều kiện cho các quy luật của thị trường hoạt động khách quan.

- Giảm thiểu hoặc xoá bỏ sự can thiệp trực tiếp của nhà nước vào các hoạt động của thị trường.

- Doanh nghiệp là chủ thể chính, là trung tâm của bên tham gia thị trường, hoạt động theo cơ chế cạnh tranh dựa trên sở hữu tư nhân.

- Hệ thống các loại thị trường phát triển đồng bộ, bao gồm các loại thị trường cơ bản như thị trường hàng hóa và dịch vụ, thị trường lao động, thị trường bất động sản, thị trường khoa học & công nghệ và thị trường tài chính, trong đó thị trường tài chính là huyết mạch của hệ thống thị trường¹.

Với tư cách là chủ thể chính, ở vị trí trung tâm của các bên tham gia thị trường, doanh nghiệp, doanh nhân chính là lực lượng quan trọng góp phần hoàn thiện hệ thống thể chế kinh tế thị trường hiện đại.

1.42.3. Vai trò xã hội

Trong nền kinh tế thị trường hiện đại, vai trò xã hội của doanh nhân ngày càng được khẳng định. Hoạt động của doanh nghiệp và doanh nhân không chỉ

¹ Hoàng Văn Hoa: Xây dựng và hoàn thiện hệ thống thị trường trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam. Sách: Kinh tế thị trường định hướng XHCN- Lý luận và thực tiễn, NXB Chính trị quốc gia, H, 2009, trang 658 – 677.

dừng ở phạm vi doanh nghiệp mà còn có tính xã hội sâu sắc. Vai trò xã hội của doanh nhân thể hiện:

- Giải quyết việc làm, thúc đẩy thị trường lao động phát triển, góp phần ổn định xã hội. Vai trò này của doanh nhân gắn với vai trò của doanh nghiệp. Doanh nghiệp có vai trò chủ yếu trong việc giải quyết việc làm, tạo việc làm mới, điều này đúng với cả các nền kinh tế đang phát triển và các nền kinh tế phát triển.

- Đào tạo lao động cho doanh nghiệp. Để nâng cao khả năng cạnh tranh, những người lãnh đạo doanh nghiệp luôn chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trước hết là cho chính doanh nghiệp mình. Thông qua đó, doanh nhân đã góp phần đào tạo nguồn nhân lực cho xã hội, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động. Chính doanh nghiệp và doanh nhân là nhân tố quyết định trong việc thúc đẩy thị trường lao động phát triển.

- Doanh nhân góp phần quan trọng ổn định xã hội, tham gia các hoạt động từ thiện góp phần thực hiện chính sách an sinh xã hội. Doanh nhân là người có thu nhập cao, thuộc tầng lớp trung lưu và thượng lưu của xã hội, nên có nguồn lực và điều kiện để thực hiện các hoạt động từ thiện.

- Nâng cao thu nhập cho người lao động trong nội bộ doanh nghiệp, qua đó nâng cao mức sống vật chất và tinh thần của xã hội.

- Xét về mặt xã hội, doanh nhân ngày càng trở thành một tầng lớp xã hội ngày càng đông đảo trong cơ cấu xã hội hiện đại, góp phần làm biến đổi cơ cấu xã hội, hình thành cơ cấu xã hội mới, phù hợp với nền kinh tế thị trường. Từ vai trò tác dụng của các doanh nhân đối với kinh tế và xã hội, tầng lớp doanh nhân đang xác lập vị trí của mình trong xã hội.

- Góp phần xây dựng và phát triển tinh thần doanh nghiệp trong xã hội. Về mặt tâm lý xã hội, việc trở thành doanh nhân chân chính, thành đạt đang là mục tiêu, khát vọng của một bộ phận không nhỏ trong giới trẻ học đường và ngoài xã hội. Ở nhiều nước, sự thành đạt của các doanh nhân ở những cấp độ khác nhau đã được xã hội tôn vinh và thậm chí được coi là biểu tượng của dân tộc. Chẳng hạn, ở Nhật Bản, Mỹ và nhiều nước khác, các doanh nhân chân chính, thành đạt đã trở thành một kiểu nhân cách tâm lý xã hội - cá nhân có thực trong cộng đồng, được ngưỡng mộ có sức mạnh nêu gương. Trong tâm lý xã hội ở nhiều nước phát triển, những doanh nhân thành đạt được coi như là một loại nhân vật trung tâm của đất nước, trở thành một kiểu “người anh hùng thời đại”.

- Doanh nhân có vai trò quyết định trong xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp và thông qua đó có tác dụng định hướng cho văn hóa xã hội, góp phần giữ gìn đặc trưng, bản sắc văn hóa của dân tộc.

- Ở một số nước, doanh nhân có vai trò quyết định đối với các hoạt động xã hội như bảo vệ môi trường, thúc đẩy giáo dục, khoa học – công nghệ phát triển, cung cấp các dịch vụ công¹; góp phần hình thành các tổ chức phi chính phủ, các tổ chức xã hội, tổ chức xã hội dân sự².

1.4.2.4. Vai trò chính trị

Thông qua các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, doanh nhân góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế góp phần giữ vững ổn định xã hội, ổn định chính trị. Vai trò chính trị của doanh nhân thể hiện ở chỗ:

- Tư vấn hoạch định chính sách.
- Tác động trực tiếp đến việc thực thi các chính sách của nhà nước.
- Tham gia trực tiếp vào hệ thống chính trị, vào bộ máy nhà nước.

Ở nhiều nước, nhiều doanh nhân đã trực tiếp tham gia vào các tổ chức chính trị-xã hội và có thể tác động mạnh mẽ đến cả đời sống chính trị, xã hội của các quốc gia dân tộc. Doanh nhân với tiềm lực kinh tế mạnh mẽ, có thể làm sụp đổ cả một bộ máy quyền lực hay cũng có thể cứu vãn sự sụp đổ của một chính phủ. Nhiều doanh nhân lớn đã trở thành chính khách chèo lái con thuyền chính trị của nhiều quốc gia hoặc vùng lãnh thổ trên thế giới như Đồng Kiến Hoa (Hong Kông), Berlusconi (Italia), Thaksin (Thái Lan) hay Lee Myung Bak (Hàn Quốc) .v.v.

1.4.3. Vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN

1.4.3.1. Đặc trưng cơ bản của kinh tế thị trường định hướng XHCN

- Nội dung cơ bản của kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta đã được nêu lên tại Đại hội Đảng lần thứ X (năm 2006) và Hội nghị lần thứ VI BCH Trung ương khóa X (tháng 1 năm 2008). Có thể tóm tắt *những luận điểm cơ bản về nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta* như sau³:

¹ Ở Mỹ, kinh phí cho các hoạt động này lên tới hơn 1000 tỷ USD/năm.

² Hàng năm, thế giới có hơn 300 triệu người hoạt động tình nguyện cơ sở trợ giúp trực tiếp và gián tiếp của doanh nhân.

³ Văn kiện Hội nghị lần thứ sáu Ban chấp hành Trung ương Khóa X, Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2008, trang 139.

Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là nền kinh tế trong đó các thiết chế, công cụ và nguyên tắc vận hành kinh tế thị trường được tự giác tạo lập và sử dụng để giải phóng triệt để sức sản xuất, từng bước cải thiện đời sống của nhân dân, vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh. Phát triển nhiều hình thức sở hữu, nhiều thành phần kinh tế. Khuyến khích làm giàu hợp pháp đi đôi với xóa đói giảm nghèo; từng bước làm cho mọi thành viên xã hội đều có cuộc sống ấm no, hạnh phúc, thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội ngay trong từng bước và từng chính sách phát triển. Thực hiện chế độ phân phối chủ yếu theo kết quả lao động, hiệu quả kinh tế, đồng thời theo mức đóng góp vốn cùng các nguồn lực khác và thông qua phúc lợi xã hội.

Nghị quyết Hội nghị TW VI (khoá X) đã xác định mục tiêu đến năm 2020 cơ bản hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN phù hợp với những nguyên tắc cơ bản của kinh tế thị trường nhằm thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhanh, hiệu quả, bền vững, hội nhập kinh tế quốc tế thành công, giữ vững định hướng XHCN.

Thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta đã từng bước hình thành cùng với tiến trình đổi mới, gắn liền với quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung, bao cấp sang kinh tế thị trường. Chúng tôi cho rằng, việc tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở nước ta chính là nhằm làm cho nền kinh tế thị trường vận hành một cách thông suốt theo những quy luật phổ biến của nền kinh tế thị trường hiện đại và phù hợp với điều kiện Việt Nam. Vì vậy, thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta vừa mang tính phổ biến với những đặc trưng chung của kinh tế thị trường hiện đại, đồng thời có những nét riêng thích với điều kiện cụ thể của nền kinh tế chuyển đổi.

Cần nhấn mạnh rằng, thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta *không phải là hiện tượng riêng biệt* với thể chế kinh tế thị trường hiện đại nói chung. Kinh tế thị trường và thể chế kinh tế thị trường mà chúng ta đang hướng tới phải hội tụ đầy đủ những yếu tố phổ quát của nền kinh tế thị trường hiện đại, vận động theo quy luật của kinh tế thị trường.

Ngày nay, kinh tế thị trường đã được coi là thành tựu của văn minh nhân loại, là cách thức, phương tiện được sử dụng để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, hội nhập với kinh tế toàn cầu. Trong điều kiện đó, chúng ta xây dựng thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa cũng phải dựa vào việc sử dụng các ưu thế vốn có của kinh tế thị trường, coi kinh tế thị trường như là một công cụ hữu hiệu để thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh. Bất kỳ một nền kinh tế nào, kể cả kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, muốn phát triển nhanh và hội nhập đầy đủ, đều phải tuân thủ những nguyên lý chung của kinh tế thị trường hiện đại.

Đặc điểm riêng của thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa chính là chỗ sử dụng có hiệu quả các công cụ của kinh tế thị trường để hướng các chủ thể tham gia thị trường vào mục tiêu phát triển kinh tế nhanh, bền vững; tạo lập cơ chế vận hành để đảm bảo thực hiện mục tiêu gắn tăng trưởng với tiến bộ và công bằng xã hội ngay trong từng bước phát triển của nền kinh tế; các thiết chế, công cụ và nguyên tắc vận hành thể chế kinh tế thị trường được tự giác tạo lập và sử dụng vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh. Thể chế đó được thể hiện ở các nội dung cụ thể như: thể chế về sở hữu, về các thành phần kinh tế; thể chế phân bổ các nguồn lực và phân phối; thể chế về khung khổ pháp luật kinh tế, thể chế phát triển các loại thị trường; thể chế tham gia của các chủ thể thị trường, thể chế về các loại hình doanh nghiệp, thể chế hội nhập kinh tế quốc tế.v.v.

1.4.3.2. Vai trò của đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam

Trong bất cứ nền kinh tế thị trường nào, doanh nghiệp cũng giữ vai trò quyết định trong việc sáng tạo ra sản phẩm và việc làm cho xã hội, trong đó doanh nhân là người quyết định quá trình sáng tạo đó, do vậy doanh nhân đích thực là chủ thể trung tâm của nền kinh tế có vai trò vô cùng quan trọng sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia. Ở Việt Nam trước đổi mới chưa có giai đoạn nào mà xã hội nhìn nhận đúng khách quan vai trò, vị trí đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế. Tư tưởng phổ biến trong quan niệm hàng ngàn năm của xã hội Việt Nam là “trọng nông, ức thương”, “dĩ nông vi bản”. Xã hội phân chia theo thứ bậc: “sĩ, nông, công, thương”. Xã hội phong kiến trước đây chịu ảnh hưởng rất lớn của tư tưởng coi thường chữ lợi trong Nho giáo, từ bỏ tham vọng của Phật giáo, cùng với sự buộc tội của người đời đối với nghề buôn bán, coi đó là nghề xấu xa, gian lận (buôn gian bán lận) và ngay cả bản thân người đi buôn cũng không coi đó là nghề cao quý. Nếp nghĩ coi rẻ nghề buôn đã tồn tại từ lâu trong tâm thức người Việt. Ở đây có hai lý do: một là, do những thành kiến nghề nghiệp trong xã hội truyền thống và hai là, do chính bản thân nghề buôn gây nên.

Tâm lý coi khinh nghề buôn đã ăn sâu trong tâm thức xã hội Việt Nam từ xưa đến nay, từ thành thị đến nông thôn, từ tầng lớp nho sĩ cho đến người nông dân làng xã. Quan niệm đó vẫn tồn tại cho đến thời kỳ nền kinh tế vận hành theo cơ chế kế hoạch hóa tập trung. Đến nay, mặc dù xã hội đã thay đổi về nhìn nhận doanh nhân song quan niệm đó vẫn chưa hoàn toàn được xóa bỏ. Đó là những nguyên nhân cho thấy trong lịch sử phát triển kinh tế nước ta chưa khi nào có được đội ngũ doanh nhân phát triển ngang tầm với lịch sử hào hùng của dân tộc.

Quá trình đổi mới, phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở

nước ta, với chủ trương giải phóng sức sản xuất, phát huy mọi nguồn lực đã làm thay đổi nhận thức xã hội về vị thế đội ngũ doanh nhân.

Đánh giá vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam hiện nay, Đại hội Đảng cộng sản Việt Nam lần thứ X đã khẳng định: “*Đối với doanh nhân, tạo mọi điều kiện phát huy tiềm năng và vai trò tích cực trong phát triển sản xuất kinh doanh; mở rộng đầu tư trong nước và ở ngoài nước; giải quyết việc làm cho người lao động; nâng cao chất lượng sản phẩm; tạo dựng và giữ gìn thương hiệu hàng hoá Việt Nam*”¹. Trong báo cáo của Chính phủ tại kỳ họp thứ ba Quốc hội khoá XI đã khẳng định: Doanh nhân Việt Nam là lực lượng xung kích trong sự nghiệp phát triển kinh tế, thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Những khẳng định trên của Đảng và Nhà nước cho thấy vị thế của đội ngũ doanh nhân ngày càng quan trọng đối với sự nghiệp phát triển của đất nước.

Trong chương tiếp theo, đề tài sẽ phân tích cụ thể vai trò và sự đóng góp của doanh nhân trong quá trình đổi mới ở nước ta từ năm 1986 đến nay. Ở đây, chúng tôi nêu lên một cách khái quát vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta như sau.

Một là, đội ngũ doanh nhân là chủ thể trung tâm của nền kinh tế, đội quân xung kích trong xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN.

Nếu các nhà khoa học có vai trò quyết định đưa các tiến bộ khoa học công nghệ mới áp dụng vào sản xuất để nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm hàng hoá, khai thác mọi tiềm năng của đất nước, các nhà quản lý có vai trò to lớn trong việc hoạch định chiến lược, chính sách kinh tế, tổ chức thực hiện tốt các đường lối, chính sách để phát triển kinh tế - xã hội thì doanh nhân là những người giữ vai trò quyết định trong quản lý và phát triển doanh nghiệp, là người trực tiếp biến đường lối, chiến lược kinh tế và đưa các tiến bộ khoa học-công nghệ vào sản xuất, tạo ra sản phẩm đáp ứng nhu cầu xã hội. Do đó, có thể thấy doanh nhân Việt Nam hiện nay là chủ thể trung tâm đích thực của nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, nếu thiếu họ hoặc không phát huy tốt vai trò của họ thì không thể phát triển được nền kinh tế. Tuy nhiên, trong quá trình phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam không phải lúc nào cũng được xã hội nhìn nhận đúng và được tôn vinh.

Công cuộc đổi mới ở nước ta đã từng bước làm thay đổi quan điểm, nhận thức của xã hội đối với doanh nhân. Ngày nay, Đảng, Nhà nước, xã hội đã chú trọng và có nhiều hình thức tôn vinh doanh nhân. Đó là sự khẳng định quan trọng đối với vai trò, vị trí của đội ngũ này trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN.

¹ Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X, Nhà XB Chính trị quốc gia, H, 2006, tr 119

Hai là, doanh nhân là người kết hợp và sử dụng các nguồn lực trong doanh nghiệp để tạo ra việc làm và sản phẩm cho xã hội. Hoạt động của doanh nhân có tính chất quyết định đến sự phát triển của doanh nghiệp và phát triển nhiều lĩnh vực kinh doanh mới trong tương lai, sự thành công hay thất bại trong kinh doanh của doanh nghiệp phụ thuộc chủ yếu ở doanh nhân. Xét đến cùng thì trách nhiệm của doanh nhân là làm sao kinh doanh có lãi, đóng góp ngày càng nhiều cho ngân sách nhà nước, tạo ra nhiều việc làm, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và giải quyết các vấn đề xã hội của đất nước.

Vai trò của doanh nhân đối với sự phát triển doanh nghiệp còn được thể hiện thông qua việc hoạch định chiến lược kinh doanh, phương hướng phát triển của doanh nghiệp. Vì mọi hoạt động sản xuất kinh doanh phải luôn tuân theo quy luật cung, cầu, cạnh tranh, theo yêu cầu của thị trường, nếu ai cung cấp sản phẩm mới có chất lượng cao giá thành thấp sẽ mang lại lợi nhuận nhiều, hiệu quả kinh tế cao, giúp doanh nghiệp phát triển nhanh. Điều đó chỉ đạt được khi doanh nhân có được chiến lược và thực hiện kinh doanh tốt.

Ba là, đội ngũ doanh nhân có vai trò to lớn tác động đến việc phát triển kinh tế- xã hội. Hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, doanh nhân làm thay đổi môi trường kinh tế-xã hội, con người, văn hoá, văn minh, nếp nghĩ của cộng đồng xã hội. Một lĩnh vực kinh doanh mới, sản phẩm mới sẽ trực tiếp tạo ra việc làm, thỏa mãn nhu cầu của xã hội, và đó chính là cống hiến của doanh nhân. Mặt khác, hoạt động của doanh nhân thể hiện qua phong cách lãnh đạo quản lý, thực hiện trách nhiệm xã hội, góp phần vào giáo dục nhân cách, văn hoá, tác phong làm việc cho những người lao động trong doanh nghiệp và xã hội. Mỗi một doanh nhân có thể xây dựng nên một mẫu hình văn hoá doanh nghiệp nhất định và sự đa dạng của văn hoá doanh nghiệp sẽ góp phần làm phong phú thêm văn hoá cộng đồng, quốc gia, dân tộc.

Những doanh nhân thành đạt thường là người có uy tín, hình mẫu của họ không chỉ tác động đến cấp dưới quyền mà còn tạo sự kính trọng của xã hội, những doanh nhân ấy có ảnh hưởng to lớn đến việc giáo dục ý thức xã hội, cộng đồng, do vậy họ là mẫu hình để xã hội noi theo học tập. Hình ảnh của họ thông qua tên tuổi, thương hiệu còn có ý nghĩa quốc tế.

Bốn là, đội ngũ doanh nhân đóng vai trò nền tảng trong việc phát triển, mở rộng quan hệ kinh tế và văn hoá giữa nước ta với các nước. Hoạt động mở rộng thị trường của doanh nhân sẽ tạo điều kiện để các nước xích lại gần nhau hơn, làm thu hẹp dần khoảng cách về kinh tế, văn hoá giữa các quốc gia. Lịch sử đã chứng minh rằng các nước có mối quan hệ kinh tế với nhau thường bắt đầu xuất phát từ các doanh nhân và chính họ là nền tảng vững chắc cho các hoạt động kinh tế đó.

Thông thường tại các diễn đàn kinh tế quốc tế ngày nay đều có lực lượng đông đảo doanh nhân tham gia và chính họ có ảnh hưởng rất lớn trong các quan hệ kinh tế đối ngoại giữa các nước.

Đối với nước ta trong các hoạt động quan hệ kinh tế quốc tế hiện nay đều có vai trò của đội ngũ doanh nhân tham gia và chính họ là nhân tố quan trọng để thực hiện thành công các nhiệm vụ kinh tế đó. Các cuộc tiếp xúc giữa các nguyên thủ quốc gia mà kết quả là các hợp đồng, hiệp định kinh tế được ký kết, thường được thực hiện qua các doanh nghiệp và doanh nhân có vai trò to lớn trong việc thực hiện nhiệm vụ đó.

Năm là, đội ngũ doanh nhân là người khơi dậy và nuôi dưỡng tinh thần kinh doanh của dân tộc. Thông qua ý chí của họ, việc làm của họ sẽ cổ vũ cho tinh thần kinh doanh của cộng đồng. Lịch sử phát triển doanh nhân nước ta những năm cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX và thời kỳ đầu sau Cách mạng tháng Tám năm 1945 đã chứng minh điều đó. Những doanh nhân như Bạch Thái Bưởi, Ngô Tử Hạ, Đỗ Đình Thiện, Trịnh Văn Bô .v.v., đã gây tiếng vang lớn về tinh thần yêu nước, là niềm tự hào, khơi dậy tinh thần kinh doanh của dân tộc.

Ai cũng biết rằng, dân tộc ta là một dân tộc anh hùng có tinh thần yêu nước, đoàn kết và nhờ có tinh thần đó chúng ta đã giành được nhiều thắng lợi trong đấu tranh giành độc lập. Ngày nay, yêu nước, đoàn kết phải được thể hiện trong việc quyết tâm xóa được nghèo nàn, lạc hậu, sớm đưa nước ta trở thành một nước mạnh và giàu. Trên mặt trận đó, người đi đầu và giữ vị trí quan trọng chính là các doanh nhân.

1.5. Kinh nghiệm xây dựng và phát triển doanh nhân ở một số nước và vùng lãnh thổ

1.5.1. Kinh nghiệm phát triển doanh nhân của Trung Quốc

Sau hơn ba thập kỷ tiến hành cải cách và mở cửa, từ một quốc gia hầu như chỉ tồn tại doanh nhân nhà nước và doanh nghiệp nhà nước, Trung Quốc đã xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân tương đối mạnh trên thế giới, nhiều doanh nhân và doanh nghiệp Trung Quốc thuộc diện tầm cỡ thế giới và là một trong những động lực chính tạo nên sự tăng trưởng kinh tế của Trung Quốc, đưa nền kinh tế Trung Quốc ngày càng phát triển trên nền tảng cạnh tranh, đổi mới và năng suất (Yueh, 2008).

Năm 2006, Trung Quốc có 150 triệu doanh nhân đóng góp 1/3 tổng giá trị thuế (China Economic Net, 2006). Số lượng doanh nhân có trình độ cao đẳng và đại học trở lên ngày càng gia tăng, từ 46,2% năm 1985 lên 69,1% năm 1993, 82% năm 2004 (Gou và Gore, 2006). Năm 2008, Trung Quốc (tính cả Hong Kong) có

29 doanh nghiệp lọt vào danh sách Fortune Global 500 (danh sách 500 doanh nghiệp lớn nhất thế giới do Tạp chí Fortune xếp hạng).

1.5.1.1. Tiêu chí xác định doanh nhân ở Trung Quốc

Nhiều nhà nghiên cứu ở Trung Quốc cho rằng, doanh nhân là người đại diện hợp pháp của doanh nghiệp, có thể là chủ sở hữu, tự làm chủ hay được trao quyền, được thuê hay bổ nhiệm và có tiêu chí như sau:

- Phẩm chất chính trị và tư tưởng: Doanh nhân phải trung thành với Đảng Cộng sản, chấp hành chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và pháp luật của Nhà nước, hợp tác với Đảng và Nhà nước vì lợi ích của xã hội.

- Phẩm chất kinh doanh: Làm việc chăm chỉ, hoàn thành trách nhiệm xã hội với sự trung thực và ngay thẳng, năng động, đáp ứng nhu cầu của xã hội.

- Phẩm chất nghề nghiệp: Doanh nhân cần có năng lực lãnh đạo, tổ chức và phối hợp, sự linh hoạt thị trường, tham gia các chương trình đào tạo chuyên sâu về quản trị hiện đại, năng lực định hướng thị trường nội địa và quốc tế.

1.5.1.2. Quan điểm, chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nhân

Phiên họp toàn thể lần thứ 3 của Ủy ban Trung ương Đảng Cộng sản Trung Quốc khóa 11, tháng 12 năm 1978 đã đánh dấu bước khởi đầu cho sự phát triển của doanh nhân tư nhân và thành phần kinh tế tư nhân Trung Quốc. Kể từ đây, quan điểm và chính sách của Đảng và Nhà nước Trung Quốc có những chuyển biến tích cực, ngày một thân thiện đối với doanh nhân tư nhân và doanh nghiệp tư nhân cả trên phương diện kinh tế, chính trị, pháp lý và xã hội.

a, Phương diện kinh tế

Thời kỳ đầu đổi mới, doanh nhân tư nhân và thành phần kinh tế tư nhân được xác định là đóng vai trò bổ trợ hữu ích cho thành phần kinh tế nhà nước và tập thể (Liu, 2008). Tuy nhiên, doanh nghiệp tư nhân vẫn chịu nhiều rào cản trong tiếp cận thị trường trong nước cũng như ngoài nước. Quy chế quản lý các doanh nghiệp thương mại của Trung Quốc tác động trực tiếp đến việc tiếp cận thị trường đối với doanh nghiệp tư nhân. Chẳng hạn, yêu cầu về vốn đăng ký để được cấp giấy phép kinh doanh đối với các công ty trách nhiệm hữu hạn ở Trung Quốc là vào loại cao nhất thế giới: Trong lĩnh vực kinh doanh bán lẻ là 300.000 NDT (36.000 USD), kinh doanh bán buôn hoặc chế tạo là 500.000 NDT (60.000 USD). Bên cạnh đó, các doanh nghiệp tư nhân còn phải trải qua các thủ tục đăng ký khá phức tạp và đòi hỏi phải chịu nhiều chi phí đột xuất và chi phí bổ sung. Khung thời gian cho một số bước thủ tục có thể là từ 3 đến 6 tháng và phải đăng ký với cơ

quan công nghiệp hoặc thương nghiệp của địa phương, lấy chứng nhận đăng ký của Cơ quan công thương nhà nước, đăng ký lao động với địa phương .v.v., với chi phí bổ sung khoảng 5.000 NDT (600 USD). Ngoài ra, còn phải xin được hàng loạt các giấy phép khác như: Giấy phép thuê lao động, bảo vệ môi trường, xây dựng nhà máy .v.v. Mặc dù nguyên tắc quy định việc đăng ký với địa phương phải được thực hiện trong vòng 15 ngày đối với doanh nghiệp 100% sở hữu cá nhân và 30 ngày đối với các liên doanh, nếu đáp ứng được các yêu cầu cơ bản, nhưng trên thực tế, không có thời hạn cụ thể trong việc phê chuẩn đơn xin thành lập công ty trách nhiệm hữu hạn. Ngoài ra, các doanh nghiệp tư nhân còn phải ghi rõ “lĩnh vực kinh doanh” trong tài liệu đăng ký. Thông thường, khi đã đăng ký lĩnh vực kinh doanh thì các doanh nghiệp tư rất khó có thể thay đổi để đáp ứng yêu cầu của thị trường.

Đại hội XVI Đảng Cộng sản Trung Quốc lần đầu tiên khẳng định chủ trương phát triển khu vực *kinh tế phi quốc doanh* và coi đó là *chế độ kinh tế cơ bản* cần kiên trì thực hiện và hoàn thiện. Địa vị kinh tế phi quốc doanh với các hình thức khác nhau như cá thể, tư doanh đã được nâng từ “hình thức hỗ trợ hữu ích” trước đây lên thành “*bộ phận cấu thành quan trọng*” của nền kinh tế thị trường, có vai trò ngang với kinh tế quốc doanh. Đội ngũ doanh nhân cùng với công nhân, nông dân và trí thức được xác định là *trụ cột mới* của sự phát triển kinh tế và xã hội Trung Quốc (China Economic Net, 2006) và *được tôn vinh* là “*nhà cải cách*”, “*anh hùng*”, hành động vì lợi ích của xã hội và mang lại sự phồn vinh cho Trung Quốc.

Cho phép các doanh nghiệp tư nhân được tham gia đầu tư vào cơ sở hạ tầng, sự nghiệp công ích. Các doanh nghiệp tư nhân được hưởng sự đãi ngộ bình đẳng như các doanh nghiệp khác như đầu tư tài chính, thuế, sử dụng đất đai và mậu dịch. Ngoài mở cửa thị trường nội địa cho các doanh nghiệp tư nhân, Trung Quốc còn tạo mọi điều kiện cho các doanh nghiệp tư nhân tiếp cận thị trường nước ngoài, thông qua việc cải cách mạnh mẽ cơ chế quản lý ngoại thương. Từ đầu năm 1999, Trung Quốc cho phép các công ty quy mô lớn thuộc các thành phần kinh tế thực hiện theo hệ thống “đăng ký kinh doanh xuất nhập khẩu”. Trung Quốc lần đầu tiên cấp giấy phép xuất nhập khẩu cho các công ty tư nhân và các công ty này được phép nắm giữ 49% cổ phần trong các doanh nghiệp ngoại thương. Các ngân hàng thương mại dành ưu đãi tín dụng cho các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu như giảm lãi suất, tăng thời hạn thanh toán tín dụng và tăng hạn ngạch cấp tín dụng.

Kinh tế tư nhân từ vị trí gần như bị xóa sổ trở thành khu vực tăng trưởng nhanh nhất trong nền kinh tế Trung Quốc, trung bình hàng năm đạt 20%, vượt xa mức tăng trưởng trung bình hàng năm của nền kinh tế là 9,5% trong hơn hai thập kỷ qua. Khu vực kinh tế tư nhân đã tuyển dụng hàng chục triệu lao động và ngày càng gia tăng tỷ lệ đóng góp vào ngân sách nhà nước và đã trở thành khu vực chiếm ưu thế, chiếm tới 72% sản lượng công nghiệp năm 2003 (Dollar, 2008), trở thành điểm tăng trưởng mới của kinh tế Trung Quốc, trụ cột phát triển kinh tế ở một số vùng duyên hải của nước này. Nó đã đáp ứng đầy đủ yêu cầu đa dạng hoá, giải quyết việc làm, phát huy tác dụng tích cực trên các lĩnh vực như bảo đảm ổn định xã hội, đóng góp vào ngân sách quốc gia và hỗ trợ xã hội.

b, Phương diện chính trị

Cùng với sự chuyển biến tích cực về thái độ, quan điểm và chính sách của Đảng và Nhà nước Trung Quốc đối với vai trò của doanh nhân tư nhân trên phương diện kinh tế, trên phương diện chính trị cũng có chuyển biến tích cực, doanh nhân tư nhân *được phép trở thành đảng viên*, tham gia vào các cơ quan, tổ chức của Đảng và Nhà nước và xác định là *những nhà lãnh đạo nhà nước trong tương lai*.

Trong bài phát biểu kỷ niệm 80 năm ngày thành lập Đảng Cộng sản Trung Quốc năm 2001, Tổng bí thư Giang Trạch Dân đã ghi nhận sự đóng góp của doanh nhân tư nhân và kinh tế tư nhân đối với sự phát triển kinh tế Trung Quốc và cũng tại đây, ông đích thân trao thẻ đảng viên cho một doanh nhân tư nhân, người sáng lập một trong những doanh nghiệp tư nhân hàng đầu Trung Quốc và cũng là doanh nghiệp tư nhân đầu tiên niêm yết trên thị trường chứng khoán nước ngoài. Ông nhấn mạnh rằng, Đảng Cộng sản Trung Quốc sẽ lựa chọn nhiều hơn nữa các doanh nhân tư nhân tài năng, những người chấn nhập cương lĩnh và điều lệ của Đảng và nỗ lực cống hiến cho Đảng và ngày càng có nhiều doanh nhân tư nhân tài năng được kết nạp vào Đảng và sẽ trở thành các nhà lãnh đạo nhà nước trong những năm tới (Liu, 2002). Năm 2003, Đảng CSTQ bổ nhiệm một doanh nhân tư nhân thuộc hàng giàu có nhất Trung Quốc làm Phó chủ tịch một cơ quan tham mưu của Chính quyền khu tự trị Trùng Khánh (The Economist, 2003).

Năm 2002, Trung Quốc chính thức cho phép doanh nhân tư nhân trở thành đảng viên Đảng Cộng sản, tham gia vào các cơ quan, tổ chức của Đảng và Nhà nước. Số doanh nhân tư nhân được bầu vào các vị trí cấp phó ở các Hội đồng nhân dân các cấp, các cơ quan lập pháp, ngày càng gia tăng. Tới năm 2006, có 23.143 doanh nhân tư nhân là cấp phó của Hội đồng nhân dân và Quốc hội, 48.359 người hiện là thành viên của Diễn đàn tham vấn chính trị nhân dân (People's Political

Consultative Conference) và Các cơ quan tham mưu chính trị (China's political advisory bodies). Theo The Economist (2009) số doanh nhân là đảng viên chiếm tới 40% lực lượng doanh nhân Trung Quốc.

Trung Quốc đã khuyến khích thành lập nhiều hiệp hội doanh nghiệp, doanh nhân. Các hiệp hội này trở thành nhịp cầu nối doanh nghiệp tư nhân và doanh nhân tư nhân với Đảng và Nhà nước. Điểm đáng lưu ý là doanh nhân tư nhân Trung Quốc có xu hướng xem các tổ chức hay hiệp hội doanh nghiệp của họ chính là phương tiện hỗ trợ doanh nhân, chứ không phải đối kháng với nhà nước.

c, Phương diện pháp lý

Kể từ khi cải cách và đổi mới năm 1978, Trung Quốc đã nỗ lực tạo lập và hoàn thiện khung pháp lý, cải thiện môi trường pháp lý theo hướng thuận lợi cho sự phát triển doanh nhân với việc bãi bỏ hoặc sửa đổi các luật không phù hợp và ban hành hàng trăm luật mới, nhất là trong lĩnh vực bảo vệ quyền sở hữu tư nhân và sở hữu trí tuệ. Trong những năm gần đây, nhiều văn bản pháp luật về tài chính và kinh tế được xây dựng mới từ đầu và ngày càng tiếp cận với thông lệ quốc tế qua việc Trung Quốc phải thực hiện các cam kết trong các hiệp định thương mại tự do song phương (chủ yếu là với Mỹ và EU) và sau khi gia nhập WTO (2001).

Hiến pháp sửa đổi năm 1988 của Trung Quốc quy định, Nhà nước Trung Quốc cho phép kinh tế tư nhân tồn tại và phát triển theo quy định của luật pháp (kinh tế tư nhân là thành phần bổ trợ hữu ích cho kinh tế nhà nước), Nhà nước bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của khu vực kinh tế tư nhân và thực thi các chính sách thí điểm, giám sát điều chỉnh (Liu, 2002).

Ngày 29/12/1993, Hội nghị lần thứ 5 ủy ban Thường vụ Đại hội đại biểu nhân dân toàn quốc khóa 8 thông qua Luật công ty nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa và bắt đầu có hiệu lực từ ngày 01/7/1994.

Hiến pháp sửa đổi năm 2004 của Trung Quốc khẳng định bảo vệ quyền sở hữu tư nhân. Năm 2007, Quốc hội Trung Quốc thông qua Luật Sở hữu tài sản tư. Luật mới gồm 247 điều khoản, có hiệu lực vào ngày 1/10/2007, quy định: "luật pháp bảo vệ tài sản của nhà nước, tập thể, cá nhân và các thực thể khác, và không có đơn vị hoặc cá nhân nào được quyền vi phạm".

Trung Quốc thực hiện sự phân quyền cho các cơ quan can dự tới những vấn đề sở hữu trí tuệ như Cục Công thương (State Administration of Industry and Commerce), Cục Báo chí và Xuất bản (State Administration of Press and Publications), Cục Sở hữu trí tuệ (Intellectual Property Right Office). Năm 2006, Trung Quốc cũng thành lập các trung tâm chuyên trách về quyền sở hữu trí tuệ ở

50 thành phố để đảm trách việc giải quyết và cung cấp dịch vụ tư vấn về các vấn đề liên quan tới quyền sở hữu trí tuệ.

Trung Quốc nỗ lực tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng và lành mạnh. Năm 2000, Zeng Peiyan, Bộ trưởng Ủy ban Kế hoạch phát triển nhà nước (State Development Planning Commission) tuyên bố rằng, Chính phủ sẽ chủ động hướng dẫn và khuyến khích đầu tư tư nhân, tất cả những quy định cản trở và phân biệt không thân thiện với đầu tư tư nhân và sự phát triển kinh tế tư nhân trong lĩnh vực thuế, sử dụng đất, khởi nghiệp kinh doanh, trong xuất nhập khẩu sẽ bị loại bỏ. Trong lĩnh vực niêm yết trên thị trường chứng khoán, các doanh nghiệp tư nhân được hưởng cơ hội bình đẳng như các doanh nghiệp nhà nước (Liao và Sohmen, 2001).

Đồng thời, Trung Quốc cũng đã và đang nỗ lực tiến hành điều chỉnh *mối quan hệ giữa nhà nước và doanh nghiệp* theo hướng thiết lập và tổ chức lại phạm vi quản lý của nhà nước đối với doanh nghiệp, bao gồm các nội dung chủ yếu sau:

- Nhiệm vụ của chính phủ chủ yếu chỉ nên hỗ trợ, giúp đỡ và phục vụ các đơn vị sản xuất kinh doanh hơn là quản lý chúng.

- Bãi bỏ chế độ thẩm tra, chỉ thực hiện việc lưu trữ hồ sơ đối với việc quản lý các doanh nghiệp. Những đơn vị nào thỏa mãn đầy đủ các yêu cầu theo luật định thì được hưởng các quyền lợi như nhau, không cần phải qua thẩm tra của các cấp chính quyền.

- Chính phủ và doanh nghiệp là hai chủ thể hoạt động độc lập trên một mặt bằng pháp luật thống nhất. Doanh nghiệp là chủ thể hoạt động kinh tế, chính phủ là chủ thể quản lý xã hội. Cả hai chủ thể đều căn cứ theo luật pháp có những quyền và nghĩa vụ khác nhau, vì vậy, giữa chúng hoàn toàn không tồn tại quan hệ lãnh đạo và bị lãnh đạo. Doanh nghiệp hoạt động kinh doanh theo quy định của luật pháp, chính quyền cũng trên cơ sở pháp luật mà giải quyết công việc hành chính, mỗi chủ thể hoạt động độc lập không có sự can thiệp lẫn nhau.

- Các doanh nghiệp có quyền tố tụng các cơ quan chính phủ. Nếu chính quyền can thiệp quá sâu vào hoạt động của doanh nghiệp, doanh nghiệp hoàn toàn có thể tiến hành khiếu nại và yêu cầu bồi thường những tổn thất gây ra do sự can thiệp quá mức đó.

d, Phương diện xã hội

Trước cải cách, quan điểm chính thống của xã hội Trung Quốc xem doanh nhân tư nhân và doanh nghiệp tư nhân là nguồn gốc của sự xấu xa, tội lỗi hay theo “đuôi chủ nghĩa tư bản” cần phải loại bỏ với tinh thần cách mạng. Doanh nhân

thường bị đồng nhất là “con buôn” và chỉ những người có vấn đề về pháp luật, không vào được biên chế nhà nước hay không có sự lựa chọn nào khác mới làm kinh doanh. Sau cải cách, nhất là trong những năm gần đây, xã hội Trung Quốc đã có thái độ tích cực đối với doanh nhân. Doanh nhân đã được tôn trọng hơn trong xã hội, nhất là đối tượng doanh nhân có trình độ và hoạt động trong lĩnh vực công nghệ cao. Sự chuyển biến tích cực này diễn ra ở mọi tầng lớp trong xã hội Trung Quốc, ở những người lãnh đạo cấp cao nhất, giới sinh viên cho tới người dân cả trong nhận thức, thái độ và quan điểm đối với doanh nhân ở khía cạnh nghề nghiệp và vai trò của doanh nhân.

Đặng Tiểu Bình là người tiên phong đưa ra quan điểm nổi tiếng: “*Giàu có là vinh quang*” và nếu không làm cho tất cả người dân Trung Quốc trở nên giàu có thì ít nhất cũng phải làm cho ngày càng có nhiều người Trung Quốc trở nên giàu có hơn. Ông cũng là người đưa ra chính sách người nào giúp cho đất nước Trung Quốc 5 triệu USD thì Quốc khánh hàng năm được Nhà nước mời về không mất tiền ăn, ở và được đích thân ông đón tiếp.

Vị thế và vai trò của doanh nhân ngày càng được khẳng định theo chiều hướng tích cực và nhận được nhiều sự ủng hộ. Trên các cơ quan ngôn luận của Đảng và Nhà nước và truyền thông đại chúng, doanh nhân được nhìn nhận là “*lớp người đại diện cho lực lượng sản xuất tiên tiến ở nông thôn*”, “*lực lượng tiên phong trong phát triển sản xuất hàng hóa*”, “*chiến binh chống lại nghèo đói ở nông thôn*”, “*nguồn lực giá trị nhất của nền kinh tế*”. Tầng lớp xã hội này cần được khuyến khích, tạo những điều kiện cần thiết, như sự bình đẳng về kinh tế, chính trị và pháp lý. Cần loại bỏ sự đối xử ưu tiên thành phần kinh tế nhà nước để rộng đường cho sự phát triển doanh nhân tư nhân và giới trí thức cần được khuyến khích tham gia các hoạt động doanh nghiệp. Tờ Zhongguo Gongshang Bao viết rằng “trở thành doanh nhân là “vinh dự”, dấn thân vào con đường kinh doanh là “*hành động anh hùng*” mặc dù nó đầy chông gai. Doanh nhân được tôn vinh là “nhà cải cách”, “anh hùng”, hành động vì lợi ích của xã hội và mang lại sự phồn vinh cho Trung Quốc.

Ngày càng có nhiều người Trung Quốc tin tưởng rằng “Chỉ có doanh nhân mới chấn hưng được đất nước, bởi vì doanh nhân là người đem lại sự sáng tạo, năng động khiến tri thức chuyển hoá thành sức sản xuất”.

Thái độ dấn thân vào nghề kinh doanh của người dân cũng có chuyển biến tích cực, nếu trước đây, trở thành doanh nhân không phải là khát vọng và lựa chọn của những cá nhân giỏi nhất mà bị xem là chỉ những người có quá khứ tù tội và không tìm được việc làm khác thì mới chọn con đường kinh doanh, song những

năm gần đây, tình hình đã thay đổi tích cực. Giáo sư Đại học Thanh Hoa, Zhang Wei (2009) cho rằng thực tiễn kinh tế đã thúc đẩy *hình thành một nền văn hóa doanh nhân ở Trung Quốc*. Ông nói, cách đây 10 năm, đại đa số là doanh nhân “tắt yếu”, họ xuất thân từ những gia đình nghèo khổ, không có lựa chọn nào khác. Nay trở thành doanh nhân chủ yếu do họ có cơ hội và là sự lựa chọn của họ (Forbes, 2009). Cuộc khảo sát tiến hành năm 2006 ở Trung Quốc cho thấy, có tới 70% số người trả lời cho rằng kinh doanh là nghề tốt và 32% kỳ vọng rằng sẽ khởi sự doanh nghiệp trong vòng 3 năm tiếp theo. Sự chuyển biến tích cực này thể hiện mạnh mẽ hơn ở thế hệ sinh viên Trung Quốc ngày nay. Thế hệ sinh viên Trung Quốc trước đây, sau khi tốt nghiệp thường làm cho các doanh nghiệp nhà nước, các sinh viên giỏi nhất và sáng giá nhất thường chọn các doanh nghiệp nhà nước lớn để làm việc và được làm cho các doanh nghiệp lớn của nhà nước là niềm tự hào, vinh dự và là mơ ước của nhiều sinh viên sau khi tốt nghiệp. Nay, trở thành doanh nhân là lựa chọn hàng đầu của nhiều sinh viên Trung Quốc sau khi tốt nghiệp, tỷ phú Li Ka Shing hay Feng Deng là những thần tượng và niềm mơ ước của nhiều sinh viên Trung Quốc.

2.5.1.3. Các chương trình khuyến khích và hỗ trợ doanh nhân

Các chương trình khuyến khích và hỗ trợ doanh nhân của Trung Quốc chủ yếu tập trung ở lĩnh vực công nghệ cao và một số vùng xác định. Mục đích nhằm tạo dựng hệ thống đổi mới quốc gia mạnh và năng lực cạnh tranh bền vững trên thị trường quốc tế, Trung Quốc đã thực hiện chương trình vườn ươm doanh nghiệp công nghệ cao đầy tham vọng từ năm 1987. Đến năm 2002, đã có 436 vườn ươm doanh nghiệp công nghệ được thành lập từ chương trình này. Các vườn ươm này được tạo ra để hỗ trợ về vật chất, như văn phòng, khoản vay ưu đãi và tài trợ cho đổi mới, và mạng lưới thông tin cho bất cứ chuyên gia công nghệ nào có ý tưởng quản lý và tiềm năng sinh lời, những người sẵn sàng khởi nghiệp (Yu và Stough, 2006).

1.5.1.4. Thực trạng đội ngũ doanh nhân Trung Quốc

- Doanh nhân Trung Quốc đã có sự tiến bộ lớn trong những năm gần đây. Năm 1993, doanh nhân Trung Quốc có trình độ từ cao đẳng và đại học trở lên chiếm 69,2% trong tổng số doanh nhân. Trong năm 1995, 2000 và 2006, tỷ lệ này là 79,6%, 84,7% và 79,8%. Năm 1995, 2000 và 2006, tỷ lệ doanh nhân có trình độ thạc sĩ chiếm 1,7%, 9,9% và 17,6%. Năm 2006, có 1,5% doanh nhân có trình độ tiến sĩ.

**Bảng 1.1 : Trình độ học vấn của doanh nhân Trung Quốc,
thời kỳ 1993-2006**

(Đơn vị: %)

Trình độ học vấn	1993	1995	2000	2006
- Cấp III, cấp II trở xuống	30,8%	20,4%	15,3%	20,3%
- Trung cấp	35,3%	37,5%	40,1%	35,6%
- Cao đẳng, đại học	33,9%	40,4%	34,7%	26,6%
- Sau đại học		1,7%	9,9%	17,6%

Nguồn: The Chinese Entrepreneur Survey System, 2007

- Tuổi trung bình của doanh nhân Trung Quốc có xu hướng ngày càng trẻ hơn. Theo khảo sát của Chinese Entrepreneur Survey System năm 1995, có 92% doanh nhân Trung Quốc ngoài 40 tuổi; 56,3% ngoài 50 tuổi, chỉ có 8% dưới 40 tuổi. Năm 2000, có 15,2% doanh nhân trên 56 tuổi, 40% dưới 45 tuổi và 5,6% dưới 35 tuổi. Xem xét các nhóm tuổi, có 47,3% doanh nhân thuộc nhóm tuổi từ 46 - 55. Năm 2006, có 25,5% doanh nhân trên 56 tuổi, và 32,9% dưới 45 tuổi. Như vậy, có 41,6% doanh nhân thuộc nhóm tuổi từ 46 - 55. Năm 2006, tuổi bình quân doanh nhân là 48,9 tuổi.

- Cùng với tiến trình cải cách doanh nghiệp nhà nước, năng lực doanh nhân Trung Quốc được cải thiện từng bước trong cạnh tranh thị trường. Theo khảo sát của Chinese Entrepreneur Survey System năm 2002, doanh nhân Trung Quốc xem năng lực ra quyết định (61,7%), năng lực tổ chức (61,2%) và năng lực đổi mới (33%) là năng lực mạnh nhất của họ. Điều này chứng tỏ doanh nhân tin tưởng mạnh mẽ vào nắm bắt cơ hội thị trường và hoạt động hợp tác. Ngược lại, họ xem năng lực quan hệ xã hội (61,2%), năng lực marketing (32,4%) và năng lực diễn đạt (31,4%) là năng lực yếu nhất của họ. Năng lực yếu nhất trong con mắt của doanh nhân liên quan mật thiết với khám phá môi trường bên ngoài doanh nghiệp và mở rộng thị trường và năng lực mạnh nhất liên quan nhiều tới quản trị nội bộ doanh nghiệp. Điều đó cho thấy, năng lực của doanh nhân Trung Quốc mạnh ở quản trị nội bộ doanh nghiệp thay vì khám phá môi trường bên ngoài. Năm 2007, Báo cáo chất lượng doanh nhân Trung Quốc chỉ ra bốn khía cạnh đáng quan ngại của doanh nhân Trung Quốc. Đó là, không quan tâm thỏa đáng tới năng lực tổ chức, an toàn tài chính, sử dụng nhân tài và thảo luận; yếu năng lực đổi mới trong thị trường nội địa, nhất là thị trường dành cho người có thu nhập thấp; đội ngũ tổng

giám đốc không hợp tác hiệu quả và hiểu rõ vai trò của mình trong thực thi chiến lược; và yếu trong thu thập và phân tích thông tin.

- Nhìn chung, thu nhập hàng năm của doanh nhân Trung Quốc ngày càng gia tăng. Tỷ lệ doanh nhân có mức thu nhập hàng năm cao hơn 10 nghìn Nhân dân tệ đã gia tăng đáng kể. Từ năm 1980 tới năm 1984, tỷ lệ này là 8,7%, từ năm 1985 tới năm 1993 là 23,4% và từ năm 1994 tới năm 1999, con số này lên tới 59,5%. Theo khảo sát của Chinese Entrepreneur Survey System, doanh nhân có thu nhập hàng năm cao hơn 60 nghìn Nhân dân tệ chiếm 32,1% năm 1999; đến năm 2000, con số này lên tới 80,2%. Gần đây, thu nhập hàng năm của doanh nhân Trung Quốc còn tăng nhanh hơn nữa.

1.5.1.5. Đặc trưng của đội ngũ doanh nhân Trung Quốc

Tồn tại trong hệ thống chính trị - xã hội đặc thù, xã hội Trung Quốc có sự hoán vị giữa cán bộ nhà nước và doanh nhân. Cán bộ nhà nước trở thành doanh nhân và doanh nhân trở thành cán bộ nhà nước. Cán bộ nhà nước trở thành doanh nhân do một số người đã rời bỏ các cơ quan quản lý nhà nước để làm kinh doanh và có thu nhập từ kinh doanh cao hơn so với thu nhập từ công việc hành chính, và họ có nhiều cơ hội kinh doanh do nhiều có mối quan hệ. Còn doanh nhân, để vượt qua rào cản pháp lý và để doanh nghiệp hoạt động thuận lợi hơn, doanh nhân cần tham gia vào chính trị, thường bằng cách gia nhập Đảng Cộng sản hay tham gia vào các ủy ban hay tổ chức của Nhà nước và tổ chức Đảng CS như là cách thức để có được sự bảo vệ.

Theo nhiều nhà nghiên cứu Trung Quốc, về cơ bản, hiện tồn tại hai loại doanh nhân ở Trung Quốc: Doanh nhân nhà nước (bureaucratic entrepreneur) và doanh nhân tư nhân (private entrepreneur).

- *Doanh nhân nhà nước.* Doanh nhân nhà nước giống như doanh nhân tư nhân trong theo đuổi mục đích kinh doanh và vật lộn với thị trường do hạn chế ngân sách, thêm vào đó họ còn chịu áp lực từ cả thị trường và nhà nước. Thực tế là các doanh nhân và tập đoàn tầm cỡ thế giới của Trung Quốc đa số là doanh nhân nhà nước và tập đoàn kinh tế nhà nước, như Ni Runfeng - Tập đoàn Changhong Group, Zhao Xinxian của Tập đoàn Triple Nine Group, Wang Zhi của Tập đoàn Great Wall Group.

- *Doanh nhân tư nhân.* Cho đến đầu những năm 1980, doanh nhân tư nhân Trung Quốc hoạt động trên phạm vi rất hạn hẹp, chủ yếu trong lĩnh vực bán lẻ và dịch vụ, chủ yếu là các nhóm ngoài lề xã hội, với họ kinh doanh là phương kế sinh nhai. Nhóm thứ hai xuất hiện vào cuối những năm 1980, với các cá nhân có trình độ đào tạo cao hơn, thường là các kỹ sư hay xuất thân từ các nhà quản trị trong

doanh nghiệp nhà nước, hoạt động trên phạm vi rộng và với họ kinh doanh không phải là kế sinh nhai mà là lựa chọn, hoạt động trên tất cả các lĩnh vực, từ nhà hàng tới vận tải, sản xuất, và nhất là cung ứng đầu vào sản xuất cho các doanh nghiệp nhà nước. Sự phá bỏ biên chế nhà nước và sa thải hàng loạt trong cải cách doanh nghiệp nhà nước vào giữa những năm 1990 cũng góp phần vào sự nở rộ của doanh nhân tư nhân vào thời kỳ này (Yeuh, 2008). Nhóm thứ ba là các cá nhân được đào tạo ở nước ngoài hay Hoa kiều trở về nước kinh doanh xuất hiện cùng với bùng nổ của Internet và họ tập trung nhiều trong lĩnh vực doanh nghiệp mạo hiểm và công nghệ.

Theo một số kết quả nghiên cứu, doanh nhân Trung Quốc có một số phẩm chất tiêu biểu như sau.

- *Tầm nhìn mới mẻ, mạnh bạo.* Khác với các nhiều doanh nhân tại những quốc gia khác, các doanh nhân Trung Quốc ngày nay không chấp nhận "trói mình" trong một ngành nào đó. Họ không ngại thay đổi và biết tạo ra những thành tựu kỳ diệu cũng như gây được ấn tượng mạnh ngay trong các ngành nghề truyền thống.

- *Cẩn trọng và hiệu quả trong quản lý.* Các doanh nhân Trung Quốc thường suy tính và lựa chọn cho mình những phương thức tổ chức quản lý rất hiệu quả. Họ thường chú trọng vào việc quản lý theo định hướng một cách có tổ chức, quan tâm đến các nhà quản lý, vai trò và trách nhiệm của nhà quản lý và đặc biệt là yếu tố tài chính.

- *Giàu có nhưng không hoang phí.* Khá nhiều tỷ phú giàu có của Trung Quốc vẫn đang sống dưới vỏ bọc nghèo khổ. Thông thường, những doanh nhân này giàu có là nhờ sự tiết kiệm. Đa số họ đều đã nếm mùi gian khổ ở thời kỳ kinh tế bao cấp trì trệ của Trung Quốc. Theo số liệu thống kê của công ty nghiên cứu Spectrem Group, chi nhánh tại Trung Quốc thì ở Trung Quốc có khoảng hơn 1000 doanh nhân có số tài sản trên 1 triệu USD sau thuế. Trái ngược với một số nhà triệu phú tại các quốc gia khác tiêu pha hoang phí trong khi vẫn nợ nần chồng chất thì đa phần các triệu phú Trung Quốc là “ky bo”, họ luôn giữ kín số tài sản của mình.

- *Coi trọng nội lực và giá trị truyền thống.* Theo một cuộc thăm dò tại Trung Quốc thì có đến 57% giới doanh nhân nói rằng họ muốn làm ăn với những đối tác ở đại lục hơn là doanh nhân nước ngoài. Con số này ở Bắc kinh và Thượng Hải là 69%. Dường như đây là vấn đề văn hoá kinh doanh. Những ông chủ giàu có tại Trung Quốc cho rằng những người nước ngoài không hiểu gì về cách thức kinh doanh cũng như văn hoá ở đây.

Việc thuê lao động là người Trung Quốc cũng vậy, 84% ông chủ kinh doanh tại Trung Quốc ưa thích tuyển dụng lao động nội địa hơn là người nước ngoài. Chỉ có một điều đến từ thế giới phương Tây mà các doanh nhân Trung Quốc thừa nhận đó là ngoại ngữ và sự hợp tác làm ăn. Khoảng 60% số doanh nhân được hỏi ở đủ mọi lứa tuổi đều cho rằng tiếng Anh hoàn hảo là một trong những nhân tố bảo đảm cho kinh doanh thành công, đồng thời việc hợp tác kinh doanh với thế giới được 92% số doanh nhân Trung Quốc ủng hộ.

Các doanh nhân Trung Quốc rất coi trọng những giá trị truyền thống. Theo họ, điều cốt yếu nhất của một doanh nhân và của thành công trong kinh doanh chính là lao động cần cù. Nhưng có đến hơn 80% số người được hỏi cho rằng, điều quan trọng nhất của đối tác kinh doanh là sự trung thực, sau đó đến các đức tính khác như biết tính toán, cần mẫn, sáng tạo và kỷ luật.

Sự phân tích ở trên cho thấy, những chuyển biến tích cực về phương diện kinh tế, xã hội, pháp lý và chính trị hay sự nỗ lực không ngừng của Trung Quốc trong việc tạo lập môi trường kinh tế, chính trị, pháp lý và xã hội ngày một thuận lợi và có phần “thiên vị” cho sự phát triển của doanh nhân trong suốt tiến trình cải cách hơn 30 năm qua. Điều đó đã giải phóng tinh thần kinh doanh tiềm ẩn trong xã hội Trung Quốc, ảnh hưởng tích cực tới sự hồi sinh và phát triển của đội ngũ doanh nhân Trung Quốc cả về số lượng và chất lượng. Đến lượt nó, đội ngũ doanh nhân góp phần tích cực vào sự phát triển của nền kinh tế và đưa nền kinh tế Trung Quốc phát triển mạnh mẽ trên nền tảng cạnh tranh, đổi mới và năng suất và đưa Trung Quốc trở thành nền kinh tế lớn thứ ba thế giới.

Một số hạn chế trong quá trình xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân Trung Quốc:

- Ở *đối tượng doanh nhân nhà nước*, doanh nhân nhà nước chủ yếu do Nhà nước bổ nhiệm, mặc dù xu hướng ngày càng giảm, song vào năm 2002, số doanh nhân nhà nước do Nhà nước bổ nhiệm vẫn chiếm tới 45,9% so với 85,8% năm 1993 (Gou và Gore, 2006). Cơ chế nhân sự cứng nhắc này không tạo ra được sân chơi cho các doanh nhân cạnh tranh lành mạnh và phát huy năng lực quản trị, kìm hãm sự nỗ lực tiềm năng của doanh nhân, hạn chế doanh nhân tài năng thể hiện mình. Thêm vào đó, nhiều doanh nhân nhà nước đã trải qua nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung, do vậy, ít nhiều chịu ảnh hưởng của hệ thống cũ chẳng hạn như lối tư duy truyền thống và lạc hậu “tư tưởng làm quan”, “triết lý an phận”. Trung Quốc cho rằng, tư tưởng làm quan chú trọng tới việc kiểm soát cấp dưới, dẫn tới sản sinh ra “những kẻ tầm thường” hay “xu nịnh” nắm giữ các vị trí quan trọng

trong doanh nghiệp thay vì các tài năng quản trị. “Triết lý an phận” khiến một số doanh nhân thỏa mãn với điều kiện hiện thời, không chịu đổi mới.

Việc xây dựng đội ngũ doanh nhân vẫn thiếu nền tảng cơ bản là sự phát triển hệ thống các loại thị trường hiện đại. Cơ chế nguồn nhân lực có thể khai thác doanh nhân chuyên nghiệp và phân bổ doanh nhân theo thị trường vẫn chưa trở thành hiện thực. Do thiếu cơ chế luân chuyển tự do cho doanh nhân trong thị trường nhân lực, nên doanh nhân, nguồn lực quan trọng, không được phân bổ hợp lý. Cơ chế tiền lương bất hợp lý, thiếu đa dạng và linh hoạt phản ánh đúng giá trị do doanh nhân tạo ra.

- Ở đối tượng doanh nhân tư nhân, hệ thống luật lệ vẫn còn nặng nề và phức tạp, đòi hỏi nhiều giấy phép, việc áp dụng và chế tài lại lỏng lẻo và không nghiêm túc, quyền tư hữu tài sản chưa thực sự được bảo đảm, hiệu quả thực thi thấp tạo nhiều kẽ hở cho quan chức có thể quyết định một cách tùy tiện dẫn tới hiện tượng liên kết móc ngoặc giữa doanh nhân và quan chức, một số doanh nhân tư nhân vẫn chưa thực sự tin tưởng vào sự bảo đảm về quyền lợi của mình và do vậy, có xu hướng tập trung vào lợi ích ngắn hạn và chủ nghĩa cơ hội thay vì chiến lược dài hạn, họ luôn giữ cho mình một lối thoát hiểm phòng khi có biến động xấu về chính sách của Nhà nước. Bruce Dickson (2003) chỉ ra rằng “Trong hoàn cảnh khi mà cán bộ nhà nước ở mọi cấp có khả năng ban phát các ưu đãi về tài chính hay thủ tục, thì tại Trung Quốc, để làm ăn thành công cũng gần như đồng nghĩa với việc vi phạm một số quy định luật pháp nào đó”.

Thực tế, doanh nhân tư nhân và doanh nghiệp tư nhân, đặc biệt là các doanh nghiệp quy mô vừa và nhỏ vẫn chưa thực sự có được sự bình đẳng với doanh nghiệp nhà nước, chẳng hạn trong tiếp cận tín dụng hay vay vốn ngân hàng, họ gặp rất nhiều khó khăn. Theo tính toán của Nhà kinh tế trưởng của Ngân hàng Thế giới tại Trung Quốc cho thấy trong 40 triệu doanh nghiệp vừa và nhỏ Trung Quốc năm 2006, chưa tới 0,5% trong số đó tiếp cận được nguồn vốn vay từ ngân hàng (Yueh, 2008).

1.5.2. Kinh nghiệm phát triển doanh nhân của Đài Loan

Trong suốt sáu thập kỷ qua kể từ năm 1949, đội ngũ doanh nhân Đài Loan không ngừng phát triển. Trong đó, doanh nhân-ông chủ (Laoban entrepreneur) hay còn được gọi là “ông chủ tay đen” (Black-hand boss) là loại doanh nhân điển hình của Đài Loan. Lực lượng doanh nhân-ông chủ sáng lập hơn một triệu doanh nghiệp vừa và nhỏ, đa số khởi đầu với quy mô nhỏ huy động vốn từ gia đình và bạn bè và quản trị theo kiểu doanh nghiệp gia đình, sau đó phát triển thành doanh nghiệp vừa, một số trở thành tập đoàn lớn. Đài Loan có mật độ doanh nhân/doanh

nghiệp trên đầu người thuộc vào hàng cao nhất thế giới, bình quân cứ 7 người dân có một doanh nghiệp.

Đài Loan được đánh giá là đã tạo dựng được môi trường cho mọi doanh nhân tiềm năng được hiện thực hóa và là nơi sản sinh ra những doanh nhân sáng lập các công ty đẳng cấp thế giới, như Terry Gou và Barry Lam, hai nhà sáng lập hai công ty lớn nhất Đài Loan thuộc danh sách 100 công ty công nghệ lớn nhất thế giới do Tuần báo kinh doanh *Business Week* xếp hạng.

1.5.2.1. Chính sách của Nhà nước đối với doanh nhân

a, Tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi

Chính phủ Đài Loan đã ban hành nhiều chính sách khuyến khích người dân tham gia hoạt động kinh doanh. Chẳng hạn, Luật Khuyến khích đầu tư ban hành năm 1960, Luật Thành lập và Quản trị Khu chế xuất năm 1965 và Luật Khuyến khích và Quản trị Công viên công nghiệp khoa học năm 1979. Các luật này thường xuyên được bổ sung và sửa đổi cho phù hợp với sự thay đổi của thực tiễn kinh tế.

Các bộ luật này đã tạo ra môi trường đầu tư thuận lợi và hấp dẫn, đơn giản hóa các thủ tục hành chính, có nhiều chế độ ưu đãi cho doanh nghiệp doanh nhân như miễn thuế, ưu đãi tài chính và tín dụng. Chính phủ Đài Loan đã sớm tập trung phát triển các khu chế xuất và công viên công nghiệp khoa học (như công viên khoa học Hsinchu) và hình thành những vườn ươm doanh nghiệp hiệu quả.

Các luật này cũng tạo môi trường dễ dàng và thuận lợi cho việc gia nhập và rút lui khỏi thị trường, tạo nên thị trường cạnh tranh cho doanh nghiệp vừa và nhỏ phát triển. Đài Loan có tỷ lệ gia nhập và rút lui khỏi thị trường rất cao. Chẳng hạn, năm 1997, có 1.373 doanh nghiệp điện tử được thành lập, song cũng có tới 1.147 doanh nghiệp phá sản. Mặc dù cả Đài Loan có tới 14.000 doanh nghiệp điện tử, song chỉ có một số ít trong số đó trở thành các doanh nghiệp lớn như Acer, United Microelectronics Corp.

Môi trường kinh doanh thông thoáng đã tạo điều kiện cho doanh nhân Đài Loan phát huy được lợi thế cạnh tranh, sự linh hoạt, nhạy bén và năng động. Phần lớn các doanh nhân Đài Loan đã sử dụng các mối quan hệ cá nhân cho mục đích kinh doanh, thiết lập đối tác kinh doanh với nhiều cách thức phong phú, linh hoạt.

Điểm đáng lưu ý là các doanh nhân Đài Loan liên kết với nhau rất thành công qua các hiệp hội doanh nghiệp. Khác với Nhật Bản và Hàn Quốc, mặc dù chủ yếu chỉ là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, nhưng do được tổ chức và hợp tác rất tốt, các hiệp hội phát huy được vai trò, nên các doanh nghiệp đã tạo ra được sự liên kết

và tập trung cao (dense cluster), do vậy phát huy được lợi thế kinh tế nhờ quy mô, sử dụng nguồn lực hiệu quả, tạo ra giá trị gia tăng cao hơn cho nền kinh tế.

1.5.2.2. Các chương trình khuyến khích và hỗ trợ doanh nhân

Trong những năm 1950 - 1970, sự hỗ trợ của Chính phủ đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ rất hạn chế. Năm 1981, Cục Quản lý doanh nghiệp vừa và nhỏ được thành lập để hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ, chủ yếu tập trung vào các nội dung như cải thiện môi trường hoạt động và chuyển đổi cơ cấu, tiếp cận nguồn tài chính, tự động hóa, đổi mới công nghệ sản xuất và đào tạo nhân lực.

Từ những năm 1990, Chính phủ chủ động và tích cực hơn khi đưa ra các sáng kiến giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ nâng cao năng lực để đáp ứng những thách thức của thế kỷ XXI. Tháng 1 năm 1991, Luật Phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ được ban hành, tạo nền tảng pháp lý cho sự hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Quỹ Phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng được thành lập để hỗ trợ cho sự phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ với số tiền hỗ trợ và bảo lãnh lên tới 12 tỷ Đài tệ (358,6 triệu USD). Quỹ Bảo lãnh tín dụng doanh nghiệp vừa và nhỏ đã thực hiện bảo lãnh tín dụng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tính đến tháng 10 năm 1998, đã có 107.049 doanh nghiệp được bảo lãnh và số tiền bảo lãnh lên tới 1.885,8 tỷ Đài tệ (58,9 tỷ USD). Chính phủ và tổ chức hỗ trợ DNVVN đã nỗ lực hướng dẫn cho các doanh nhân khởi sự doanh nghiệp và giúp doanh nhân thực hiện các thủ tục cụ thể về vay vốn, hỗ trợ doanh nhân quản trị doanh nghiệp, công nghệ sản xuất, nghiên cứu và phát triển, quản trị thông tin, an toàn công nghiệp, bảo vệ môi trường và marketing.

Năm 2004, Cục Quản lý Doanh nghiệp vừa và nhỏ khởi xướng Chương trình cung cấp dịch vụ tư vấn tài chính cho các doanh nghiệp thông qua “Nhóm Dịch vụ tài chính phục vụ doanh nghiệp vừa và nhỏ”. Nhóm Tư vấn dịch vụ tài chính đã thiết lập một đường dây nóng miễn phí để giải đáp các thắc mắc của doanh nhân. Tùy thuộc vào nhu cầu của doanh nhân, các chuyên gia có thể sẽ đưa ra những lời khuyên tức thời hoặc sắp xếp các cuộc tư vấn trực tiếp hoặc qua điện thoại chi tiết hơn với những nhà tư vấn tài chính tự nguyện có kinh nghiệm. Nhóm Dịch vụ Tài chính còn tổ chức các hội thảo cho các nhà quản lý doanh nghiệp vừa và nhỏ về các chủ đề quan trọng, như lao động, tiền lương, tín dụng và bảo lãnh tài chính.

Chương trình này còn tổ chức những ngày “khám sức khỏe doanh nghiệp” Sau khi hoàn thành xong bài kiểm tra, “các bác sỹ doanh nghiệp” của nhóm sẽ cung cấp cho “bệnh nhân” những báo cáo chẩn đoán và đơn thuốc để cải thiện “sức khỏe” của doanh nghiệp.

Tóm lại, mặc dù hầu hết chỉ là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, nhưng do với các biện pháp hỗ trợ có hiệu quả của Chính phủ; các doanh nghiệp và doanh nhân hợp tác chặt chẽ, các hiệp hội phát huy được vai trò, nên các doanh nghiệp Đài Loan đã tạo ra được sự liên kết và tập trung cao, do vậy cũng đã phát huy được lợi thế kinh tế nhờ quy mô, sử dụng nguồn lực hiệu quả, tạo ra giá trị gia tăng cao hơn cho nền kinh tế.

1.5.3. Kinh nghiệm phát triển doanh nhân của Hàn Quốc

Trong suốt thời kỳ bị Nhật đô hộ cho tới trước những năm 1960, số lượng doanh nghiệp và doanh nhân ở Hàn Quốc rất ít và quy mô nhỏ. Tuy nhiên, chỉ vài thập kỷ sau đó, Hàn Quốc đã xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân đông đảo về số lượng và có nhiều doanh nhân tầm cỡ thế giới như Chong Ju-yung sáng lập Tập đoàn Hyundai và Lee Byung-chul sáng lập tập đoàn Samsung. Các tập đoàn Hyundai, Samsung, LG, SK của Hàn Quốc đã được xếp hạng trong số 50 công ty hàng đầu trên thế giới. Đội ngũ doanh nhân Hàn Quốc với ý chí kinh doanh phi thường và tinh thần dân tộc cao cả đã góp phần đưa Hàn Quốc nhanh chóng trở thành một cường quốc công nghiệp, làm nên “kỳ tích sông Hàn” và trở thành một trong những “con rồng” của nền kinh tế châu Á và gia nhập vào nhóm các nước phát triển.

1.5.3.1. Thời kỳ 1961-1979

Năm 1961, Park Chung Hee trở thành Tổng thống Hàn Quốc, bắt đầu đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và xác định vai trò doanh nhân là lực lượng chủ lực trong việc thực hiện mục tiêu hiện đại hóa đất nước. Ngay từ đầu, Tổng thống Park đưa ra quan điểm rõ ràng rằng những doanh nhân ủng hộ và thực hiện những ưu tiên trong tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa vì lợi ích của dân tộc, sẽ nhận được phần thưởng xứng đáng và những ai đi ngược lại sẽ bị trừng phạt.

Thời kỳ này, doanh nghiệp tư nhân mà trọng tâm là doanh nghiệp lớn, tập đoàn (Chaebol) được khuyến khích phát triển. Các tập đoàn nhận được nhiều sự ưu đãi và hỗ trợ của Chính phủ, nhất là trong tiếp cận nguồn vốn trong và ngoài nước. Chính phủ Hàn Quốc đứng ra bảo lãnh cho các tập đoàn lớn vay thương mại nước ngoài và bảo lãnh các trái phiếu do các tập đoàn phát hành. Điểm đặc biệt là ngay cả khi các tập đoàn này không có đủ vốn thế chấp cho các khoản vay thì các nhà máy được xây dựng từ nguồn vốn vay cũng được xem là tài sản thế chấp.

Doanh nghiệp, doanh nhân nhận được ưu đãi đặc biệt trong các hoạt động xuất khẩu như được vay ưu đãi với lãi suất thấp, được phép vay nợ nước ngoài, giảm thuế. Với chính sách đó, doanh nhân với nguồn vốn rất hạn chế vẫn có thể

mở rộng các lĩnh vực kinh doanh bằng cách đăng ký các khoản vay thương mại và được sự hỗ trợ của Ban Kế hoạch kinh tế (Economic Planning Board) và Ban Xét duyệt nguồn vốn vay nước ngoài (Foreign Capital Inducement Deliberation Committee).

Các doanh nghiệp lớn còn nhận được nhiều ưu đãi trong tiếp cận công nghệ nước ngoài. Các doanh nhân, với sự hỗ trợ của Nhà nước, đã mua các phát minh và sáng chế của nước ngoài áp dụng vào sản xuất trong nước với chi phí thấp hơn. Chẳng hạn Hãng xe hơi Hyundai sử dụng động cơ được phát triển bởi Tập đoàn Mitsubishi của Nhật Bản.

Chính phủ Hàn Quốc tập trung xây dựng bộ máy hành chính mạnh, tham nhũng rất thấp, tận tụy và hiệu năng để phục vụ doanh nghiệp, doanh nhân. Nhờ sự hỗ trợ trực tiếp, có hiệu quả của Chính phủ, doanh nhân thường xuyên có được thông tin về quy trình ra quyết định, các ưu tiên của Nhà nước về hỗ trợ tài chính và thuế đối với các ngành ưu tiên. Chính sách ưu tiên của Chính phủ dựa trên các tiêu chuẩn hiệu quả rõ ràng. Chẳng hạn, năm 1977, Công ty thương mại tổng hợp Hàn Quốc được giao nhiệm vụ thực hiện các mục tiêu: 1) Xuất khẩu ít nhất sang 20 nước; 2) Tổng giá trị xuất khẩu đạt ít nhất 150 triệu USD; 3) Giá trị xuất khẩu ở mỗi nước đạt ít nhất 1 triệu USD; 4) Xuất khẩu phải bao hàm ít nhất 10 sản phẩm; 5) Số chi nhánh ít nhất là 20; 6) Mục tiêu xuất khẩu đối với từng vùng là: 15% sang các nước Trung Đông; 3% sang Mỹ La tinh, 3% tới châu Phi; 7) Vốn tối thiểu năm 1977 là 2 tỷ USD; 8) Lịch trình niêm yết lên thị trường chứng khoán và chủ sở hữu chỉ được phép nắm giữ 30% trong tổng số cổ phần.

Nhiều học giả cho rằng yếu tố quan trọng giúp cho các doanh nhân Hàn Quốc thành công là thúc đẩy phát triển mạnh mẽ khu vực kinh tế tư nhân, sự hỗ trợ có hiệu quả của Chính phủ và kết hợp hài hòa lợi ích của dân tộc và lợi ích cá nhân, ý chí kinh doanh phi thường và tinh thần dân tộc cao cả của giới kinh doanh.

1.5.3.2. Thời kỳ từ năm 1980 đến nay

Từ những năm 1980, nhất là từ sau cuộc khủng hoảng tài chính châu Á năm 1997-1998 đến nay, Hàn Quốc có sự chuyển biến đáng kể trong chính sách đối với doanh nghiệp và doanh nhân, thực hiện nhiều chính sách thúc đẩy khởi sự doanh nghiệp và tinh thần kinh doanh, chú trọng khuyến khích và hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- Thúc đẩy khởi sự doanh nghiệp

Khởi sự doanh nghiệp được xác định là hoạt động kinh tế quan trọng tạo nên sự năng động của nền kinh tế quốc dân và là nguồn gốc tạo ra sự đổi mới và ý

tưởng mới. Do vậy, nhiều chương trình thúc đẩy khởi sự doanh nghiệp, đào tạo doanh nhân trẻ và tạo môi trường kinh doanh thân thiện đã được Bộ Doanh nghiệp vừa và nhỏ Hàn Quốc triển khai như các khóa học khởi sự doanh nghiệp, Các câu lạc bộ khởi sự doanh nghiệp, Chương trình Bizcool cho thanh niên và sinh viên tốt nghiệp tham gia khởi sự doanh nghiệp.

Bộ DNVVN Hàn Quốc tạo môi trường thuận lợi cho khởi sự doanh nghiệp bằng cách loại bỏ những quy định kìm hãm hoạt động khởi sự doanh nghiệp và cung cấp các dịch vụ cần thiết cho khởi sự doanh nghiệp, trong đó đáng chú ý là đẩy mạnh thành lập các vườn ươm doanh nghiệp thuộc các trường đại học và viện nghiên cứu khắp đất nước, cung cấp tài chính cho những người sáng lập doanh nghiệp, hình thành Quỹ khởi sự doanh nghiệp. Nhiều vườn ươm doanh nghiệp đã được thành lập và hỗ trợ về tài chính từ nhiều cơ quan khác nhau, như Bộ Thương mại, Công nghiệp và Năng lượng; Bộ Thông tin và Truyền thông; Bộ Văn hóa và Du lịch; Bộ Doanh nghiệp vừa và nhỏ. Kết quả là, số lượng các vườn ươm doanh nghiệp tăng lên tới 289 vườn ươm năm 2004, gấp gần 10 lần so với năm 1998.

Sự hỗ trợ của Nhà nước chủ yếu là về mặt bằng và trụ sở kinh doanh. Chẳng hạn, năm 2004 đã có 3972 doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ này tại 289 vườn ươm doanh nghiệp. Số lượng doanh nghiệp trưởng thành được nhờ sự hỗ trợ của nhà nước đã tăng nhanh chóng, từ 258 năm 2000 lên 3415 doanh nghiệp năm 2004. Tổng doanh thu của các doanh nghiệp mới này tại các vườn ươm đạt tới 1,2 nghìn tỷ Won, bình quân 0,3 tỷ Won/doanh nghiệp.

**Bảng 1.2: Sự phát triển vườn ươm doanh nghiệp ở Hàn Quốc
thời kỳ 1998-2004**

Đơn vị: Vườn ươm doanh nghiệp

	1998	2000	2002	2004
Tổng số vườn ươm doanh nghiệp	29	220	275	289
Tổng số doanh nghiệp mới trong các vườn ươm doanh nghiệp	240	2188	3717	3972
Tổng số nhân viên của doanh nghiệp mới trong các vườn ươm doanh nghiệp	-	6442	19762	19387
Tổng doanh thu (tỷ Won)	-	366	830	1202
Tổng số doanh nghiệp trưởng thành	27	258	1577	3415

Nguồn: Bộ Doanh nghiệp vừa và nhỏ Hàn Quốc, 2007

- Hỗ trợ doanh nhân

Quá trình hỗ trợ doanh nhân ở Hàn Quốc trải qua nhiều giai đoạn với chiến lược và giải pháp khác nhau do Bộ Doanh nghiệp vừa và nhỏ thực hiện.

+ Xây dựng tầm nhìn và mục tiêu chiến lược cho DNVVN trong nước: Bộ DNVVN đã đưa ra tầm nhìn “Phát triển DNVVN theo mô hình đổi mới hướng tới sản lượng 30.000 USD”. Tầm nhìn được triển khai thành mục tiêu chiến lược, đổi mới trong sản xuất và áp dụng công nghệ tiên tiến đạt giá trị sản lượng bình quân 30.000 USD/năm. Từ năm 2007, Chính phủ tạo mọi điều kiện để xây dựng được 14.000 DNVVN đạt mức sản lượng 30.000 USD/năm, nâng số DNVVN lên 30.000 DN đạt mức chuẩn.

+ Thực hiện chiến lược tăng cường hỗ trợ phù hợp với đặc tính của từng giai đoạn tăng trưởng. Chính sách này tập trung vào 3 giai đoạn của vòng đời doanh nghiệp: khởi sự doanh nghiệp; nuôi dưỡng thúc đẩy tăng trưởng; và tăng trưởng - toàn cầu hóa.

Trong giai đoạn thứ nhất, tập trung thực hiện “linh hoạt hóa khởi sự doanh nghiệp” bằng các chính sách như tăng cường đào tạo doanh nhân, cải cách cơ chế quản lý, đơn giản hóa thủ tục hành chính, rút ngắn thời gian thành lập DN, hỗ trợ vốn khởi nghiệp, mặt bằng và ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp mạo hiểm. Song song với thực hiện đồng bộ các chính sách, Chính phủ đã định hướng lĩnh vực ưu tiên phát triển là các ngành công nghiệp chế tạo, hình thành loại hình “thung lũng Silicon Hàn Quốc” cho DNVVN, hỗ trợ 50% chi phí trang thiết bị và giảm thuế doanh thu, sử dụng tài sản, mặt bằng sản xuất, kinh doanh để tạo cơ sở ban đầu, làm nền tảng cho các doanh nhân khởi sự doanh nghiệp và phát triển kinh doanh bền vững.

Giai đoạn thứ hai, “nuôi dưỡng và thúc đẩy tăng trưởng”, tập trung vào chính sách hỗ trợ doanh nhân đổi mới công nghệ, thương mại hóa sản phẩm công nghệ mới, nghiên cứu và phát triển (R&D) và nhận chuyển giao kết quả R&D từ các chương trình của Chính phủ để đổi mới công nghệ.

Chính sách thương mại hóa sản phẩm gắn liền với chủ trương thực hiện các hợp đồng mua sản phẩm của Chính phủ và các tập đoàn công nghiệp lớn, trong đó có phần hỗ trợ bảo lãnh tín dụng và thiết kế mẫu mã thích nghi với thị trường.

Giai đoạn thứ ba, “tăng trưởng - toàn cầu hóa”, thực hiện các giải pháp nhằm ổn định và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, xây dựng năng lực cạnh tranh toàn cầu. Chính phủ đã triển khai các biện pháp cụ thể như: khuyến khích tinh thần kinh doanh của toàn xã hội, ưu tiên cho sinh viên các trường đại học thực

tập tại DNVVN, bổ sung vào chương trình giáo dục các môn học về kinh doanh .v.v. Theo đánh giá của Bộ DNVVN, những giải pháp này đã thay đổi nhận thức từ khi người lao động còn là sinh viên (91,5% sinh viên đã chuyển nhận thức tiêu cực về DNVVN sang tích cực), hiện nay số lao động tốt nghiệp đại học làm việc tại các DNVVN tăng lên đáng kể (chiếm 37%), gần 70 ngàn lao động có trình độ cao là người nước ngoài đang đóng góp tích cực cho việc tăng trưởng DNVVN.

Các chính sách nuôi dưỡng và phát triển doanh nhân gắn với DNVVN gần đây đã thu được kết quả khích lệ. Hàn Quốc hiện có gần 3 triệu DNVVN, chiếm 99,8% các doanh nghiệp đang hoạt động, sử dụng gần 1 triệu lao động, chiếm 86% tổng số lao động cả nước, mỗi năm cung cấp 270 ngàn việc làm mới. Theo thống kê của Bộ DNVVN, mỗi năm tại Hàn Quốc có gần 50.000 DNVVN được thành lập, trong đó khoảng 80% doanh nghiệp ngừng hoạt động, tỷ lệ sống DNVVN sau 10 năm là 13%.

- Hỗ trợ xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp, doanh nhân trên thị trường thế giới

Hàn Quốc là quốc gia có nhiều thương hiệu của doanh nghiệp, doanh nhân nổi tiếng bậc nhất châu Á. Rõ ràng, tên tuổi của các doanh nghiệp, doanh nhân “lớn” của Hàn Quốc đã được cả Thế giới kính nể. Xây dựng thương hiệu được coi là chiến lược quốc gia, thể hiện ý chí, tham vọng của cả một nền văn hóa, của cả dân tộc.

Từ sau cuộc khủng hoảng tài chính châu Á năm 1997, các chaebol của Hàn Quốc như Samsung, Hyundai, LG, v.v., đã tập trung nâng cao thương hiệu của doanh nghiệp, doanh nhân trên toàn thế giới. Đây được coi là một chiến lược phát triển trên quy mô toàn cầu được chính phủ và doanh nghiệp cùng nỗ lực thực hiện. Cùng với việc đẩy mạnh nâng cao chất lượng của từng sản phẩm, tạo ấn tượng đặc biệt đối với người tiêu dùng, việc thực hiện thành công chiến lược thương hiệu nổi tiếng toàn cầu của từng doanh nghiệp, doanh nhân đã tạo ra thương hiệu chung gọi là “hàng Hàn Quốc” và thương hiệu chung này, đến lượt trở thành tài sản quý nhất của các doanh nghiệp, doanh nhân Hàn Quốc. Ngày nay, nói đến “hàng Hàn Quốc”, người ta nghĩ ngay đến những sản phẩm chất lượng cao, giá cả phải chăng. Việc xây dựng và phát triển thương hiệu ở Hàn Quốc đã được thực hiện qua ba giai đoạn chính. Trong giai đoạn thứ nhất, doanh nghiệp coi thương hiệu chỉ như từng gói sản phẩm; giai đoạn thứ hai, các doanh nghiệp bắt đầu đề cao ý nghĩa của thương hiệu, gói sản phẩm với bản sắc của doanh nghiệp; và giai đoạn thứ ba là toàn cầu hóa hình ảnh của doanh nghiệp, doanh nhân. Thông qua hình ảnh, thương hiệu của doanh nghiệp, doanh nhân, Hàn Quốc đã xây dựng hình ảnh của Quốc gia, dân tộc trên phạm vi toàn cầu.

1.5.4. Kinh nghiệm phát triển doanh nhân của Nhật Bản

Kể từ cuộc Cải cách Minh Trị (1868), Nhật Bản đã sản sinh ra đội ngũ doanh nhân hùng mạnh với nhiều doanh nhân vĩ đại mà tên tuổi của họ vượt ra ngoài biên giới nước Nhật, được cả thế giới biết đến. Doanh nhân Shibusawa Eiichi cùng với những doanh nhân sáng lập Toyota, Honda, Sony, Matsushita, Canon .v.v, luôn là những doanh nhân được người Nhật truyền tụng mãi với niềm tự hào dân tộc.

Có thể nói, đội ngũ doanh nhân Nhật đã góp phần làm cho dân giàu, nước mạnh ở xứ mặt trời mọc và đã trở thành nhân tố lớn làm thay đổi hình ảnh của đất nước Nhật Bản trên vũ đài kinh tế thế giới. Ngay từ thời kỳ Minh Trị, doanh nhân (Jitsugyoka) đã được xác định là người có các phẩm chất chủ yếu sau:

- Ý chí mưu cầu cơ hội hay khai thác khả năng.
- Tạo ra hay phát triển giá trị mới.
- Đầu tư vào mưu cầu cơ hội với sự mạo hiểm.
- Tổ chức các nguồn lực như công nghệ, lao động và vốn.
- Phá vỡ trật tự hay thực trạng hiện thời.

1.5.4.1. Quan điểm, chính sách của Nhà nước đối với doanh nhân

a, Thời kỳ Minh trị Duy tân

Thời kỳ này, Nhật Bản bắt tay vào việc xây dựng đất nước với các khẩu hiệu “phú quốc cường binh”, “quyết theo kịp phương Tây” .v.v., theo đuổi mục tiêu phát triển công nghiệp và hiện đại hóa đất nước và doanh nhân được xác định là lực lượng nòng cốt thực hiện mục tiêu này. Tạo lập hệ tư tưởng mới, “lối tư duy mới” và “giá trị mới” cho doanh nhân, tạo cơ hội, niềm tin và động lực cho sự phát triển của doanh nhân là những yếu tố được chú trọng. Hai chiến lược chính được thực hiện là:

Thứ nhất, thực hiện tự do hóa thị trường để khuyến khích doanh nghiệp tư nhân phát triển. Chính phủ khuyến khích doanh nhân đầu tư vào các ngành công nghiệp then chốt, các ngành công nghiệp nặng, như khai khoáng, sản xuất thép, đóng tàu biển.

Thứ hai, thành lập Bộ Công nghiệp (năm 1870), cung cấp chi phí ban đầu cho doanh nhân khởi sự doanh nghiệp, giải quyết những khó khăn trong chuyển giao công nghệ,

Ý chí quyết tâm cải cách, vươn tới thành công của giới lãnh đạo Nhật đã lan truyền và tạo động lực mạnh mẽ vào nhân dân và đội ngũ doanh nhân, tạo ra những bước phát triển đột phá của doanh nghiệp, doanh nhân Nhật Bản.

b, Thời kỳ sau thế chiến thế giới thứ hai đến những năm 1980.

Từ một nền kinh tế bị chiến tranh tàn phá nặng nề, Chính phủ Nhật Bản đã đề ra mục tiêu phát triển kinh tế vượt phương Tây và doanh nhân được xác định là lực lượng tiên phong thực hiện mục tiêu này.

Thời kỳ này, doanh nhân nhận được sự ủng hộ của cả cộng đồng, của toàn xã hội và Nhà nước, thương hiệu của các doanh nhân được lấy làm thương hiệu của đất nước, niềm tự hào của dân tộc. Đây cũng là thời kỳ hình thành tầng lớp doanh nhân hùng mạnh, tiêu biểu cho xã hội Nhật Bản hiện đại và chính tầng lớp doanh nhân đã làm nên thương hiệu, uy tín và vị thế của Nhật bản trên trường quốc tế.

Doanh nhân thành đạt được xã hội tôn vinh, doanh nghiệp thành công trên thị trường thế giới là niềm tự hào, hãnh diện chung cho toàn xã hội, trở thành các bài học để giảng dạy cho học sinh ở các cấp. Chẳng hạn, doanh nhân Ibuka được nhà nước trao tặng Huân chương Văn hoá là huân chương cao quý nhất của Nhật dành cho những cá nhân đóng góp xuất sắc nhất trong những lĩnh vực văn hoá, nghệ thuật, xã hội, chính trị, kinh tế. Khi doanh nhân Morita mất (năm 1999), tại lễ viếng có sự tham dự của đương kim Thủ tướng, các cựu thủ tướng và nhiều nhân vật lãnh đạo các giới ở Nhật. Tên tuổi của doanh nhân Shibusawa được truyền tụng mãi ở Nhật Bản, chiếm một vị trí lớn trong sách giáo khoa cho học sinh các cấp, ông được tôn vinh là doanh nhân vĩ đại nhất của Nhật xét từ mọi phương diện tài năng, đức độ, và mức độ ảnh hưởng đến quá trình đưa nước Nhật thành một cường quốc kinh tế và là biểu tượng của giới doanh nhân Nhật Bản.

Doanh nhân Nhật thời kỳ này còn hưởng lợi từ tinh thần xả thân vì doanh nghiệp của người lao động. Người Nhật Bản coi trọng lao động hơn tất cả, gắn bó với doanh nhân hơn với gia đình của mình, đặt tất cả sự nghiệp của mình cho sự thành công của tổ chức. Tổ chức như một con thuyền vận mệnh, một mái nhà chung. Sự nghiệp và lộ trình công danh của mỗi nhân viên gắn với các chặng đường thành công của doanh nhân. Mọi người sống vì doanh nhân, nghĩ về doanh nhân, vui buồn với thăng trầm của doanh nhân.

c, Thời kỳ từ những năm 1980 đến nay

Trong suốt thời kỳ tăng trưởng cao của Nhật Bản kéo dài đến cuối những năm 1970, khởi sự doanh nghiệp luôn được duy trì ở tỷ lệ cao, song từ những năm

1980, tỷ lệ hoạt động doanh nghiệp Nhật Bản chững lại và suy giảm đáng kể. Theo chương trình nghiên cứu Giám sát tinh thần doanh nhân toàn cầu năm 2001 (Global Entrepreneurship Monitor research program), Nhật Bản có số điểm hoạt động doanh nghiệp gần áp chót.

Trước tình hình đó, Nhật Bản đã tiến hành thực hiện các biện pháp thúc đẩy khởi sự doanh nghiệp và tinh thần kinh doanh và coi đó là nhân tố quyết định để phục hồi nền kinh tế. Năm 2001, Nhật Bản đưa ra kế hoạch tăng gấp đôi số lượng khởi sự doanh nghiệp (“Startup-Double Plan”), từ 180.000 năm 2001 lên 360.000 vào năm 2006.

Nhiều chương trình khuyến khích và hỗ trợ doanh nhân khởi sự doanh nghiệp ở Nhật Bản đã được thực thi, trong đó có ba biện pháp chính là: *Thứ nhất*, bãi bỏ yêu cầu vốn tối thiểu thành lập doanh nghiệp; *thứ hai*, đào tạo và thông tin cho doanh nhân; và *thứ ba*, chương trình cho vay khởi sự doanh nghiệp không cần tài sản thế chấp hay người bảo lãnh.

- Bãi bỏ quy định vốn tối thiểu thành lập doanh nghiệp

Bãi bỏ quy định yêu cầu vốn tối thiểu đối với việc thành lập công ty trách nhiệm hữu hạn được triển khai vào tháng 2 năm 2004 bằng việc sửa đổi Luật thành lập doanh nghiệp mới (Law for Facilitating the Creation of New Business). Biện pháp này được thông qua vì đòi hỏi về vốn tối thiểu đối với việc thành lập công ty trách nhiệm hữu hạn đã hạn chế việc khởi sự doanh nghiệp. Trước khi Luật này được ban hành, vốn tối thiểu đối với việc thành lập công ty trách nhiệm hữu hạn theo Quy định của Luật thương mại là 10 triệu Yên. Từ ngày 1 tháng 2 năm 2004 tới ngày 21 tháng 1 năm 2006, đã có 24.639 đơn đăng ký thành lập công ty với 20.211 đơn đăng ký thành công, con số tương ứng của các doanh nghiệp với số vốn 1 Yên (the ¥ 1 company) là 1.172 và 927.

Từ thành công của chính sách này, Chính phủ Nhật Bản đã ban hành Luật Doanh nghiệp (Corporate Law) vào năm 2005, bãi bỏ quy định về vốn tối thiểu đối với thành lập doanh nghiệp nói chung.

- Đào tạo doanh nhân và cung cấp thông tin cho doanh nhân

Theo Khảo sát tình trạng tuyển dụng của Bộ Quản lý Công cộng, Nội vụ, Bưu chính và Truyền thông (MIT), năm 1997, Nhật Bản có 1,24 triệu người có dự định trở thành doanh nhân, bình quân 50 người có một người có dự định trở thành doanh nhân, song chỉ một nửa trong số đó thực sự có sự chuẩn bị để trở thành doanh nhân.

Các nhà lãnh đạo Nhật Bản nhận thấy rằng bước quan trọng đầu tiên là đào tạo và cung cấp thông tin về tinh thần doanh nhân để kích thích sự quan tâm. Năm 1999, Trung tâm Nâng cao năng suất vì sự phát triển kinh tế- xã hội của Nhật Bản (Japan Productivity Center for Socio-Economic Development) đã triển khai Diễn đàn Quốc gia về Khởi sự doanh nghiệp và Đầu tư mạo hiểm nhằm cung cấp dịch vụ loan cuốn và hỗ trợ doanh nhân. Trong khuôn khổ Diễn đàn đó, một số hoạt động đã được triển khai như việc thành lập Giải thưởng Đầu tư mạo hiểm (The Japan Venture Award) nhằm tôn vinh các doanh nhân thành công cùng các nhà tài trợ của họ và xem họ là những hình mẫu cho thế hệ khởi sự doanh nghiệp kế tiếp noi theo. Diễn đàn buổi tối về khởi sự doanh nghiệp và đầu tư mạo hiểm (Startup and Venture Evening Forum) với các chuyên đề tập trung vào các thách thức cụ thể mà doanh nhân phải đối mặt.

Các tổ chức khác cũng tham gia vào thúc đẩy hoạt động khởi sự doanh nghiệp, như Phòng thương mại và công nghiệp Nhật Bản cùng với các Phòng thương mại và công nghiệp địa phương hỗ trợ các doanh nhân tiềm năng nắm bắt các chiến lược kinh doanh cụ thể thông qua việc tổ chức các lớp khởi sự doanh nghiệp (Startup Classes).

- Chương trình cho vay khởi sự doanh nghiệp.

Quy mô doanh nghiệp tại thời điểm khởi nghiệp bị giới hạn bởi số lượng tài sản mà doanh nhân có. Nếu các tổ chức tài chính sẵn sàng cho vay nhiều hơn, doanh nhân sẽ khởi nghiệp với doanh nghiệp quy mô lớn hơn. Nghiên cứu thực tế xác nhận rằng những doanh nhân sử dụng National Life Corporation với tư cách người cho vay vốn thì khởi nghiệp với quy mô công ty lớn hơn.

Do vậy, Chính phủ Nhật Bản đã triển khai chương trình tài chính đặc biệt dành cho khởi sự doanh nghiệp vào tháng 12 năm 2001. Trong Chương trình này, National Life Corporation đã cho vay tới 10 triệu Yên để khởi sự doanh nghiệp không cần tài sản thế chấp hay người bảo lãnh. Chương trình này đã được sử dụng rộng rãi trong khởi sự doanh nghiệp, tăng từ 2.975 trường hợp năm 2002 lên 7.942 năm 2006.

Ngoài ra, từ năm 2002, một số chính sách được thực thi có liên quan mật thiết tới việc thúc đẩy môi trường khởi sự doanh nghiệp. Một trong những biện pháp này là mở rộng giới hạn cao nhất đối với tài sản không bị xiết nợ theo Luật phá sản mới (New Bankruptcy Law). Hội đồng lập pháp đã sửa đổi Luật phá sản để mở rộng giới hạn tài sản không bị xiết nợ từ 210 nghìn lên 990 nghìn Yên. Điều này giảm bớt rủi ro trong khởi sự doanh nghiệp và mang lại sự dễ dàng hơn cho doanh nhân thất bại trong khởi sự lại doanh nghiệp

Thực tế việc thực hiện các chính sách hỗ trợ khởi sự doanh nghiệp ở Nhật Bản cho thấy rằng có mối quan hệ rõ ràng giữa mức độ nhận thức và áp dụng các chính sách, cụ thể là:

- Các doanh nhân với kinh nghiệm quản trị kinh doanh có xu hướng tiếp cận được nhiều thông tin về các chính sách hỗ trợ khởi sự doanh nghiệp.

- Các doanh nhân với kinh nghiệm công việc có liên quan tiếp cận được nhiều thông tin về chính sách hỗ trợ tài chính cho khởi sự doanh nghiệp.

- Các doanh nhân lớn tuổi thường ít tiếp cận được các chính sách hỗ trợ tài chính. Các doanh nhân phát triển theo kiểu kinh doanh gia đình có xu hướng ít quan tâm tới các chính sách hỗ trợ tài chính.

Như vậy, để các chính sách được thực hiện hiệu quả, điều quan trọng là thu hút được sự quan tâm của doanh nhân. Thực tế cho thấy, các doanh nhân đang kinh doanh dễ dàng tiếp cận với chính sách mới, trong khi đó, các doanh nhân tiềm năng thường rất khó khăn trong việc tiếp cận thông tin cần thiết. Do vậy, chính phủ đã phát triển các kênh truyền tải riêng biệt đối với đối tượng doanh nhân tiềm năng này. Kinh nghiệm của Nhật Bản trong thực hiện các biện pháp chính sách thúc đẩy hoạt động khởi sự doanh nghiệp và tinh thần kinh doanh cho thấy rằng cách thức thực hiện các biện pháp chính sách cũng rất quan trọng. Sự nhận thức và quan tâm của doanh nhân đối với chính sách rất khác nhau, giữa doanh nhân có kinh nghiệm và chưa có kinh nghiệm. Do vậy, cần thu hút sự quan tâm và nhận thức của doanh nhân và có các kênh truyền tải phù hợp với từng đối tượng doanh nhân khác nhau, trong đó nhất thiết phải chú trọng tới đối tượng doanh nhân tiềm năng.

1.5.4.2. Đặc trưng của đội ngũ doanh nhân Nhật Bản

Nhiều công trình nghiên cứu đã chỉ ra rằng doanh nhân Nhật Bản có một số đặc trưng cơ bản sau đây:

- Ý thức trách nhiệm cao với cộng đồng và đất nước. Doanh nhân Nhật luôn thể hiện ý thức trách nhiệm cao đối với cộng đồng và đất nước, mạnh mẽ tự tin, có hoài bão lớn, nhìn xa trông rộng, bền chí và tiên phong.

Thời kỳ Minh trị Duy tân, doanh nhân Nhật Bản được thúc đẩy vì vận mệnh đối với đất nước. Trong nhận thức của doanh nhân, sự thành công của nước Nhật và vị thế của dân tộc phụ thuộc trực tiếp vào công nghiệp hóa và phát triển nền kinh tế hiện đại. Doanh nhân Nhật Bản đã cảm nhận sâu sắc rằng Nhật Bản phải hành động nhanh chóng hoặc cơ hội sẽ mất đi.

Doanh nhân Shibusawa Eiichi là người tiên phong đưa ra chủ trương nhà kinh doanh phải là người yêu nước và có hoài bão đem năng lực cải tiến xã hội, góp phần vào việc xây dựng đất nước và làm cho đồng bào mình được no ấm. Ông đã sáng lập ra hơn 600 doanh nghiệp trong suốt sự nghiệp kinh doanh của mình.

"Chúng ta vì nước Nhật mà kinh doanh" - đó là điều tâm niệm và cũng là đạo đức kinh doanh của doanh nhân Nhật thời kỳ sau chiến tranh thế giới lần thứ II. Với doanh nhân Nhật, kinh doanh không phải chỉ là làm giàu cho gia đình và bản thân, kinh doanh là phải vì lợi ích của cộng đồng và của đất nước. Ibuka - người sáng lập Công ty Sony - trong bài diễn văn tại buổi lễ thành lập công ty năm 1946, đã nói: "Ta phải dùng sức mạnh của công nghệ để góp phần vào việc phục hưng của tổ quốc chúng ta". Công ty Điện khí Matsushita nêu cao khẩu hiệu "Tinh thần xí nghiệp phục vụ đất nước" và "kinh doanh là đáp ứng như cầu của xã hội và người tiêu dùng".

Đối với nhiều doanh nhân Nhật, mỗi khi quyết định tiến hành một chiến lược nào đó, họ đều xem xét xem chiến lược đó có gây tổn hại hay có mang lại lợi ích cho đất nước hay không và đó là một trong những tiêu chí hàng đầu quyết định chiến lược có được thực hiện hay không. Một khi nhận thấy chiến lược đó có thể gây tổn hại đến lợi ích đất nước thì hầu như chiến lược đó không được thực hiện.

- Tinh thần kinh doanh cao. Thời kỳ Minh Trị duy tân, truyền thống võ sĩ đạo đã ảnh hưởng lớn đến tinh thần kinh doanh của doanh nhân Nhật. Những phẩm chất truyền thống của võ sĩ đạo như tinh thần dân tộc, lòng yêu nước, hành động vì nghĩa lớn, lòng tự trọng, tinh thần cầu học .v.v., đã được các doanh nhân Nhật phát huy trong sự nghiệp làm cho dân giàu, nước mạnh. Lúc đó, các sĩ phu yêu nước của Nhật thấy rằng muốn phát triển đất nước thì phải công nghiệp hóa, do đó họ đã ra nước ngoài học hỏi công nghệ, tri thức khoa học đem về nước, đứng ra thành lập công ty. Fukuzawa - “biểu tượng tinh thần kinh doanh của nước Nhật hiện đại” sau ba chuyến sang phương Tây, ông nhận ra rằng muốn cạnh tranh với phương Tây, người Nhật phải tạo dựng được đặc tính kinh doanh hữu hiệu và hiệu quả. Với mục đích này, ông đã đào tạo ra lớp doanh nhân đầu tiên của Nhật Bản với việc thành lập Trường Cao đẳng Keio năm 1868.

Chính nhờ tinh thần kinh doanh cao của doanh nhân Nhật mà nhiều công ty lớn của Nhật ra đời và lớn mạnh như Honda, Sony, Sanyo .v.v. Các doanh nhân này đã góp phần quyết định tạo ra giai đoạn tăng trưởng “thần kỳ” của nền kinh tế Nhật Bản những năm 1951 - 1973.

- Giữ gìn và phát huy truyền thống kinh doanh phù hợp với bản sắc văn hóa dân tộc.

Bên cạnh áp dụng các phương pháp kinh doanh kiểu phương Tây như tính toán chiến lược một cách phức tạp, áp dụng công nghệ trong quản lý kinh doanh, tái cơ cấu tổ chức thường xuyên .v.v., được xây dựng rất khoa học và mang lại hiệu quả cao, nhiều doanh nhân Nhật Bản sử dụng phương pháp kinh doanh mang đậm phong thái Á Đông và Nhật Bản, với tính đồng thuận sâu sắc trong từng doanh nghiệp gia đình.

Phương pháp kinh doanh theo truyền thống gia đình của Nhật Bản rất coi trọng yếu tố tinh thần làm việc của mọi người. Ở đâu các nhân viên cảm thấy thoải mái và cởi mở thì ở đó năng suất lao động sẽ cao và nhân viên cảm thấy không còn khoảng cách giữa họ và người quản lý. Nhờ đó, doanh nghiệp thực sự trở thành một mái nhà chung che chở nhân viên nhưng vẫn giữ được mục đích kinh doanh của mình.

Nhiều doanh nhân Nhật Bản luôn tâm niệm và hành động “chủ và thợ sướng khổ có nhau”. Quan hệ chủ thợ luôn có nhiều hợp tác chặt chẽ, tôn trọng lẫn nhau. Chủ doanh nghiệp coi công nhân là cộng sự chứ không phải là công cụ để kiếm tiền; công nhân luôn làm việc với thái độ tự giác, trách nhiệm cao, sẵn sàng chia sẻ cùng chủ doanh nghiệp trong những lúc khó khăn để cùng tồn tại, vươn lên và kỳ vọng chế tạo ra những sản phẩm chất lượng hàng đầu thế giới. Trong doanh nghiệp, mọi người gắn kết với nhau, chủ doanh nghiệp gắn với công nhân, với tư cách con người với con người chứ không chỉ đơn thuần là những thành phần liên quan đến hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng, một trong những bí quyết để các công ty Nhật nhanh chóng vươn lên hàng đầu thế giới trong một thời gian ngắn là áp dụng một cách hiệu quả phương pháp quản lý khoa học của phương Tây và đồng thời đưa truyền thống văn hóa Nhật vào hoạt động kinh doanh. Đó là sự hòa đồng thân thiện giữa người với người, đề cao các giá trị gia đình, coi trọng mối quan hệ nhân quả, duy trì tôn ti trật tự và các chuẩn mực xã hội.

Tóm lại, trong suốt tiến trình gần 150 năm phát triển kinh tế từ thời kỳ Minh Trị Duy tân (1868), Nhật Bản rất coi trọng doanh nhân và tùy từng thời kỳ mà chính sách doanh nhân tập trung vào các trọng điểm khác nhau.

Thời kỳ Minh trị Duy tân, Nhật Bản thực hiện mục tiêu công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước và doanh nhân được xác định là lực lượng nòng cốt thực hiện mục tiêu này. Thời kỳ này Nhật Bản chú trọng tạo lập “hệ tư tưởng mới”, “giá trị mới”, tạo cơ hội, niềm tin và động lực cho sự phát triển của doanh nhân.

Thời kỳ sau năm 1945, với mục tiêu phát triển kinh tế đuổi kịp và vượt phương Tây và trong bối cảnh hoang tàn do hậu quả chiến tranh để lại, Nhật Bản

chú trọng việc tạo dựng và nuôi dưỡng tinh thần kinh doanh, tạo tâm lý xã hội thuận lợi cho sự phát triển đội ngũ doanh nhân.

Từ thập kỷ 1980 tới nay trong bối cảnh hoạt động khởi sự doanh nghiệp thấp, Nhật Bản tập trung vào thực hiện các biện pháp chính sách thúc đẩy hoạt động khởi sự doanh nghiệp, tinh thần kinh doanh và xác định đây là một trong những yếu tố quan trọng trong phục hồi sự phát triển của kinh tế Nhật.

1.5.5. Một số bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam

Nghiên cứu kinh nghiệm xây dựng và phát triển doanh nhân ở Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc và Nhật Bản, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm sau đây.

1.5.5.1. Tạo lập môi trường kinh tế, xã hội, pháp lý và chính trị thuận lợi cho sự phát triển đội ngũ doanh nhân

Kinh nghiệm của Trung Quốc trong hơn 30 năm xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân cho thấy rằng việc tạo lập môi trường kinh tế, xã hội, pháp lý và chính trị thuận lợi cho sự phát triển của doanh nhân có vai trò rất quan trọng trong sự phát triển của đội ngũ doanh nhân Trung Quốc.

Về phương diện kinh tế, Trung Quốc không ngừng nâng cao vị trí của kinh tế tư nhân từ “hình thức bổ trợ hữu ích” thời kỳ đầu cải cách lên thành “bộ phận cấu thành quan trọng” của nền kinh tế thị trường, có vai trò ngang với kinh tế quốc doanh đã dẫn tới sự phát triển nở rộ của doanh nhân tư và doanh nghiệp tư nhân. Doanh nhân cùng với công nhân, nông dân và trí thức được xác định là trụ cột mới của sự phát triển kinh tế và xã hội Trung Quốc.

Về phương diện xã hội, Trung Quốc tạo lập được môi trường xã hội thuận lợi, tâm lý xã hội thuận lợi cho sự phát triển doanh nhân, xây dựng môi trường thân thiện với doanh nhân. Doanh nhân từ vị thế bị khinh rẻ “con buôn”, “tiểu chủ” “theo đuôi chủ nghĩa tư bản” trở thành “anh hùng”, “nhà cải cách”, đảm nhiệm vai trò chấn hưng đất nước. Điểm đáng lưu ý là các nhà lãnh đạo cấp cao của Trung Quốc là người tiên phong trong tạo nên những chuyển biến về môi trường xã hội, tâm lý xã hội thuận lợi cho sự phát triển doanh nhân. Báo chí, cơ quan ngôn luận của Đảng và Nhà nước, phương tiện truyền thông đại chúng là lực lượng chủ lực tạo nên những chuyển biến tích cực đó. Trung Quốc đang tiến tới một nền văn hóa doanh nhân, một xã hội doanh nhân.

Về phương diện chính trị, doanh nhân tư nhân từ vị thế bị xem là đe dọa sự cầm quyền của Đảng và Nhà nước, đã được xác định là các lãnh đạo Nhà nước trong tương lai, cho phép doanh nhân tư nhân trở thành đảng viên và tham gia vào

các tổ chức và cơ quan của Đảng và Nhà nước. Sự cởi mở về kinh tế kết hợp với cởi mở nhất định về chính trị đối với doanh nhân tư nhân của Trung Quốc, mang lại cả cơ hội kinh tế và chính trị nhất định cho doanh nhân tư nhân, do đó, vì lợi ích kinh tế và chính trị của mình, doanh nhân tư nhân Trung Quốc đã trở thành “đối tác tin cậy” của Đảng và Nhà nước Trung Quốc. Trung Quốc đã thành lập nhiều hội doanh nghiệp, doanh nhân có sự lãnh đạo của các đảng viên và công chức nhà nước, đảm nhiệm vai trò cầu nối giữa doanh nhân tư nhân và Nhà nước, đảm nhiệm vai trò định hướng doanh nhân tư nhân và do vậy, các doanh nhân tư nhân Trung Quốc có xu hướng coi hiệp hội là phương tiện giúp làm “thân” chứ không phải “đối kháng” với Đảng và Nhà nước.

Về phương diện pháp lý, Trung Quốc đã và đang nỗ lực cải thiện môi trường pháp lý thuận lợi cho sự phát triển doanh nhân như xây dựng khung pháp lý về tạo điều kiện cho doanh nhân, bảo vệ doanh nghiệp, doanh nhân; xác lập mối quan hệ giữa nhà nước và doanh nghiệp, doanh nhân; xây dựng thể chế kinh tế thị trường XHCN mang đặc sắc Trung Quốc. Một số chuyển biến mang tính đột phá như Hiến pháp sửa đổi năm 2004 của Trung Quốc khẳng định bảo vệ quyền sở hữu tư nhân. Năm 2007, Quốc hội Trung Quốc thông qua Luật Sở hữu tài sản tư. Tuy nhiên, có thể thấy rằng, ở Trung Quốc “luật pháp vẫn chưa thực sự trở thành công cụ hỗ trợ hữu hiệu cho doanh nghiệp, doanh nhân phát triển”. Hệ thống luật lệ vẫn còn nặng nề và phức tạp, đòi hỏi nhiều giấy phép, việc áp dụng và chế tài lại lỏng lẻo và không nghiêm túc, quyền tư hữu tài sản chưa thực sự được bảo đảm, hiệu quả thực thi thấp tạo nhiều kẽ hở cho quan chức có thể quyết định một cách tùy tiện dẫn tới hiện tượng liên kết móc ngoặc giữa doanh nhân và quan chức, một số doanh nhân tư nhân vẫn chưa thực sự tin tưởng vào sự bảo đảm về quyền lợi của mình, do vậy vẫn có xu hướng tập trung vào lợi ích ngắn hạn và chủ nghĩa cơ hội thay vì chiến lược dài hạn, họ luôn giữ cho mình một lối thoát hiểm phòng khi có biến động xấu về chính sách của Nhà nước. Bruce Dickson (2003) chỉ ra rằng: “Trong hoàn cảnh khi mà cán bộ nhà nước ở mọi cấp có khả năng ban phát các ưu đãi về tài chính hay thủ tục, thì tại Trung Quốc, để làm ăn thành công cũng gần như đồng nghĩa việc vi phạm một số quy định luật pháp nào đó”.

Thực tiễn ở Trung Quốc cũng chỉ ra rằng, một trong những nguyên nhân làm cản trở sự phát triển của doanh nghiệp, doanh nhân là những hạn chế về môi trường pháp lý. Vì vậy việc xây dựng hệ thống pháp luật đồng bộ, hoàn chỉnh, tích cực cải thiện môi trường kinh doanh đang được coi là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của Đảng và Nhà nước Trung Quốc trong những năm tới.

Chính phủ Đài Loan, Hàn Quốc và Nhật Bản cũng đã có nhiều chính sách tạo lập môi trường kinh tế, chính trị, xã hội và pháp lý thuận lợi để thúc đẩy sự phát triển doanh nghiệp, doanh nhân. Doanh nhân Nhật Bản được xác định là lực lượng tiên phong để Nhật Bản thực hiện “phú quốc cường binh”, đuổi kịp và vượt các nước phương Tây trong thời kỳ Minh Trị duy tân và thời kỳ tái thiết kinh tế sau chiến tranh thế giới thứ hai. Chính phủ Đài Loan từ đầu những năm 1960 đã ban hành hàng loạt các bộ luật tạo môi trường đầu tư thuận lợi và hấp dẫn, thực hiện các chính sách ưu đãi cho khu vực doanh nghiệp và doanh nhân. Hệ thống môi trường pháp lý ở Đài Loan, Hàn Quốc luôn được đổi mới nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn yêu cầu của doanh nghiệp, doanh nhân, tạo môi trường thuận lợi nhất cho doanh nhân phát huy tài năng kinh doanh.

1.5.5.2. Tạo dựng và nuôi dưỡng tinh thần kinh doanh và tôn vinh doanh nhân

Kinh nghiệm của Nhật Bản cho thấy rằng tạo dựng và nuôi dưỡng tinh thần kinh doanh, tạo niềm tin, động lực, môi trường tâm lý xã hội thuận lợi cho sự phát triển của doanh nhân, chế độ bảo đảm tự do cạnh tranh, mọi doanh nghiệp được bình đẳng trong các cơ hội và được hưởng thành quả của những nỗ lực tìm tòi, nghiên cứu, phát minh của mình là những yếu tố quyết định đến sự phát triển của đội ngũ doanh nhân Nhật Bản.

Khuyến khích tinh thần kinh doanh của toàn xã hội là một chủ trương xuyên suốt của chính phủ Đài Loan, Hàn Quốc và Nhật Bản. Nhờ đó, các thế hệ thanh niên ở các quốc gia và vùng lãnh thổ này đã coi việc kinh doanh như là con đường vinh quang để lập nghiệp, để làm giàu cho bản thân và phụng sự xã hội.

Các doanh nhân chân chính, thành đạt ở Nhật bản, Hàn Quốc luôn được xã hội tôn vinh, được coi là niềm tự hào dân tộc. Vị thế của những doanh nhân nổi tiếng ở Nhật Bản được sánh ngang với các danh nhân vĩ đại của đất nước này, được truyền tụng và đưa vào hệ thống sách giáo khoa ở các trường phổ thông. Điều đó là do, một mặt, nhà nước rất đề cao vị thế của doanh nhân, coi doanh nhân là người trực tiếp làm rạng danh đất nước trên trường quốc tế. Đồng thời, xã hội cũng đã tạo ra được những thế hệ doanh nhân vì đất nước. Nhiều doanh nhân Nhật Bản, Hàn Quốc coi việc kinh doanh không phải vì làm giàu cho bản thân mình mà trước hết và trên hết là vì sự phục hưng của dân tộc. Khẩu hiệu mà nhiều doanh nghiệp, doanh nhân Nhật Bản, Hàn Quốc sử dụng là kinh doanh “vì đất nước”, “phục vụ đất nước”. Môi trường kinh doanh thuận lợi, cùng với chính sách thích hợp của chính phủ đã làm cho đất nước Nhật Bản sản sinh ra những doanh nhân chân chính, thành đạt và những doanh nhân này đã trở thành những biểu tượng của nhiều thế hệ thanh niên Nhật Bản.

1.5.5.3. Tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi

Kinh nghiệm Đài Loan cho thấy tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi, làm cho pháp luật trở thành công cụ hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, doanh nhân, tạo cơ hội cho doanh dân tiềm năng có ý nghĩa quyết định đưa Đài Loan trở thành nền kinh tế có mật độ doanh nhân, doanh nghiệp trên người dân cao nhất thế giới.

Ngoài hệ thống pháp luật đồng bộ và minh bạch, chính phủ Hàn Quốc luôn tập trung xây dựng bộ máy hành chính trong sạch, chuyên nghiệp, phục vụ vì lợi ích của doanh nghiệp, doanh nhân. Ở Đài Loan ngay từ những năm 1990 đã ban hành Luật phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, tạo nền tảng pháp lý cao nhất để thúc đẩy sự phát triển loại hình doanh nghiệp này. Đây là nhân tố hết sức quan trọng để tạo môi trường kinh doanh thực sự thuận lợi cho doanh nghiệp, doanh nhân phát triển. Mục tiêu và trách nhiệm của chính phủ là luôn tìm ra những ách tắc đang kìm hãm sự phát triển của doanh nghiệp, doanh nhân và kịp thời tháo gỡ những vướng mắc, nhất là đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ, với tinh thần vì sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, doanh nhân. Vì vậy, Hàn Quốc, Nhật Bản và Đài Loan được xếp vào những nền kinh tế có môi trường kinh doanh thuận lợi nhất.

1.5.5.4. Thực hiện có hiệu quả các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nhân

Có thể thấy rằng, chính phủ Trung Quốc, Nhật bản, Hàn Quốc và Đài Loan đã có rất nhiều biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nhân. Đây được coi là một trong những yếu tố quan trọng nhất thúc đẩy sự phát triển đội ngũ doanh nhân cả về số lượng và chất lượng. Chẳng hạn, Chính phủ Đài Loan từ những năm 1980, đã thực hiện hàng loạt các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ (quỹ phát triển DNVVN, quỹ bảo lãnh tín dụng DNVVN, các chương trình cung cấp dịch vụ tư vấn, dịch vụ tài chính .v.v.).

Chương trình hỗ trợ khởi sự doanh nghiệp ở Hàn Quốc được đánh giá là rất thành công. Nhờ đó, số lượng các vườn ươm doanh nghiệp ở Hàn Quốc đã tăng lên rất nhanh và hàng nghìn doanh nghiệp đã được trưởng thành và phát triển từ các vườn ươm này. Đây được coi là một bài học kinh nghiệm rất thành công của Hàn Quốc. Để hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ, Chính phủ Hàn Quốc, Đài Loan đã thành lập những cơ quan chuyên trách trực thuộc chính phủ như Cục quản lý các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Đài Loan, Bộ doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Hàn Quốc. Các cơ quan này đã đề xuất và thực hiện nhiều chính sách tạo điều kiện thuận lợi nhất để phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Trong những năm 1970, Chính phủ Hàn Quốc đã có nhiều chính sách, biện pháp cụ thể xây dựng các tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn (chaebol). Các chaebol đã nhận được rất nhiều sự hỗ trợ, ưu đãi trực tiếp của chính phủ. Vì vậy, chỉ trong một thời gian ngắn, ở Hàn Quốc đã xuất hiện những tập đoàn kinh tế có tiềm lực kinh tế rất mạnh, có khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới.

1.5.5.5. Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân

Việc đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân được xác định là một trong những nhân tố quan trọng nhất để hình thành đội ngũ doanh nhân ở Đài Loan, Hàn Quốc và Nhật Bản. Việc đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân được thể hiện trên một số nét chính như sau:

- Truyền bá tinh thần kinh doanh cho toàn xã hội, nhất là những người trẻ tuổi, học sinh, sinh viên.
- Bồi dưỡng tinh thần dân tộc cho đội ngũ doanh nhân và những người sắp bước vào nghề kinh doanh.
- Nhà nước thành lập các trường đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân, đồng thời khuyến khích và hỗ trợ phát triển thị trường dịch vụ đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân.
- Đưa kiến thức kinh doanh vào giảng dạy cho học sinh phổ thông.

Từ bài học thành công và chưa thành công của các nền kinh tế trong khu vực, trong bối cảnh của Việt Nam, chúng ta cần tạo ra những bước đột phá trong tạo lập môi trường kinh tế, chính trị, xã hội và pháp lý thực sự thuận lợi cho sự phát triển đội ngũ doanh nhân, tạo dựng và nuôi dưỡng tinh thần kinh doanh, tạo ra sự đồng thuận ủng hộ của cả cộng đồng và toàn xã hội đối với doanh nhân, tiến tới một nền văn hóa doanh nhân, một xã hội kinh doanh.

Chương 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN VIỆT NAM

2.1. Khái quát doanh nhân Việt Nam thời kỳ trước đổi mới

Trong lịch sử phát triển kinh tế Việt Nam, do những điều kiện chính trị-xã hội khác nhau, doanh nhân đã xuất hiện dưới những hình thức khác nhau và tồn tại, phát triển gắn liền với điều kiện của từng giai đoạn lịch sử nhất định. Sau đây là một số nét khái quát về những người buôn bán, sản xuất và kinh doanh hàng hóa nước ta thời kỳ trước đổi mới.

2.1.1. Thời kỳ trước năm 1945

2.1.1.1. Thời kỳ trước khi Pháp xâm lược (1858)

Lịch sử Việt Nam đã trải qua hàng nghìn năm dựng nước và giữ nước. Trong suốt quá trình đó, từ thời đại các Vua Hùng dựng nước, các tài liệu lịch sử đều ghi nhận việc sản xuất và buôn bán các loại hàng hóa nông nghiệp, thủ công nghiệp khá phong phú và đa dạng.

Cho đến nay, các nhà sử học Việt Nam đều thống nhất cho rằng trong thời kỳ hơn một nghìn năm đất nước bị phương Bắc đô hộ, đất Giao Châu mà trung tâm là Thủ phủ Giao Châu (tức miền cửa sông Tô Lịch) tuy bị ngoại bang đàn áp kìm hãm nhưng *nền kinh tế dân tộc vẫn tự mở lấy đường đi*. Ngoài nông nghiệp khá phát triển, các nghề thủ công, rèn sắt, đúc đồng, chế tạo đồ gốm, sứ, gạch ngói, dệt vải, lụa, lĩnh, sa, the, gấm, vóc .v.v., đều được cải tiến không ngừng, bên cạnh kỹ thuật cổ truyền là những kỹ thuật du nhập, đã chế tạo được nhiều mặt hàng nổi tiếng. Đến thế kỷ VII – VIII, trên đất nước ta đã hình thành một mạng lưới giao thông thủy bộ nối liền miền trung tâm đất nước (Hà Nội ngày nay) với các châu, huyện, giữa miền xuôi và miền núi, giữa nước ta với các nước láng giềng. Thương mại nội địa và nền ngoại thương trên biển đều có sự phát triển nhất định. Ngoài các nhà sản xuất nhỏ, tự sản, tự tiêu, buôn bán nhỏ trên các đường giao thông thủy bộ từ quận lỵ Giao Châu đi khắp nơi, thường xuyên có các thương nhân người Việt hạng nhỏ hoạt động, góp phần vào sự phát triển kinh tế dân tộc. Rất tiếc là cho đến nay, chưa có số liệu thống kê cụ thể về số lượng những nhà kinh doanh này. Tuy nhiên, họ chỉ chiếm phần rất nhỏ so với đại đa số dân cư làm nông nghiệp.

Sau khi đất nước giành được quyền tự chủ, từ thế kỷ X, Việt Nam trở thành một quốc gia độc lập, tự chủ, có điều kiện phát triển mạnh mẽ cả về chính trị, kinh

tế, văn hóa .v.v. Trải các triều đại Ngô, Đinh, Tiền Lê, Lý, Trần, Lê Trung Hưng, Tây Sơn, Nguyễn, về mặt lãnh thổ, đất nước ta dần dần mở rộng xuống phương Nam. Trong khi miền kinh đô ở đất Bắc phát triển mạnh mẽ thì các trung tâm đô thị miền trung và miền Nam cũng hòa nhập với đà phát triển đó¹. Lớp người kinh doanh các loại hàng hóa, kể từ nông phẩm đến các vật dụng khác, ngày càng gia tăng sầm uất trên khắp các đô thị. Thăng Long - Hà Nội chứng kiến sự hình thành tới 70-80 phố phường, tàu xe tấp nập trên bến dưới thuyền từ khắp nơi đổ về. Các nhà doanh thương người Việt tăng lên, cạnh tranh với các Hoa thương và chiếm vị thế chủ đạo của một đất nước độc lập. Ngoài Kinh kỳ, còn có các trung tâm buôn bán như: Phố Hiến, cảng Duyên hải Hải An, Thanh Hóa, Sơn Trà, Hội An, Gia Định, Hà Tiên .v.v. Từ thế kỷ XVII, XVIII, các trung tâm đó đều có mối quan hệ giao thương với các nước và vùng lãnh thổ trong khu vực như: Trung Quốc, Ma Cao, Cao Ly, Nhật Bản, In đô nê xia, Thái Lan, Ấn Độ, Lào, Căm pu chia, Miến Điện và các nước phương Tây như Pháp, Anh, Mỹ, Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha, Hà Lan .v.v. Vì vậy, số lượng các nhà kinh doanh người Việt thời kỳ này tăng lên gấp nhiều lần so với trước. Có một điều đặc biệt là trong khi doanh nhân người Việt ở ngoài Bắc phát triển mạnh với xu thế vượt trội so với doanh nhân Hoa Kiều thì ở phía Nam, các doanh nhân Hoa Kiều vẫn chiếm địa vị chi phối trong nội và ngoại thương, nhất là trong thị trường lúa gạo và thủy, hải sản. Nguyên nhân là do từ nhiều thế kỷ trước và sau thế kỷ XVIII, người Hoa đã di cư đến miền Nam nhiều đợt và khá đông đảo.

Tuy nhiên, sự phát triển của những người buôn bán, sản xuất và kinh doanh hàng hóa trong từng giai đoạn chịu sự chi phối rất mạnh của chính sách của nhà nước phong kiến. Có thể khẳng định rằng, từ thế kỷ X đến thế kỷ XV, các Nhà nước Ngô, Đinh, Tiền Lê, Lý, Trần tuy rất coi trọng nông nghiệp nhưng *không hoàn toàn ỨC CHẾ THƯƠNG NGHIỆP VÀ THỦ CÔNG NGHIỆP*, thậm chí khuyến khích sản xuất và buôn bán. Nhưng từ thế kỷ XV đến thế kỷ XIX, nhà nước phong kiến *CÓ XU THẾ TRỌNG NÔNG ỨC THƯƠNG RẤT MẠNH*. Triều Nguyễn thậm chí coi thương nghiệp và cả thủ công nghiệp là “mạt nghệ”. Thái độ coi thường và hạn chế thủ công nghiệp như vậy, cộng với chính sách thuế khóa nặng nề, đã kìm hãm cả nội thương và ngoại thương. Trong xu hướng chung đó, riêng trong thế kỷ XVIII, giao lưu buôn bán cả ở phía Bắc và phía Nam đều được dịp phát triển phát triển mạnh. Đó là vì trong khoảng những năm Trịnh-Nguyễn phân tranh, cả phía Đàng trong và Đàng ngoài đều khuyến khích phát triển kinh tế công thương làm tiềm lực cho

¹ Toàn bộ miền Nam, kể cả Hà Tiên chính thức gia nhập bản đồ Việt Nam từ năm 1708.

chiến tranh, mở rộng giao lưu với nước ngoài, tranh thủ sự giúp đỡ về quân sự. Vì vậy, doanh nhân ở các đô thị, các cửa cảng phát triển mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Chính vì vậy, đến thế kỷ XVIII, sự phát triển công thương nghiệp đã trở thành hiện tượng nổi bật, tạo ra cuộc tranh luận của các nhà sử học hiện đại về vấn đề mầm mống của chủ nghĩa tư bản Việt Nam thời kỳ thế kỷ XVIII. Dù chưa có một kết luận thống nhất nào, nhưng hầu như các nhà nghiên cứu đều thừa nhận sự phát triển chưa từng có của tầng lớp kinh doanh, buôn bán ở Việt Nam vào thế kỷ XVIII.

Mặc dù bị kìm hãm khá gay gắt, nhưng từ cuối thế kỷ XVIII, do sức sống vốn có của nền kinh tế dân tộc và do điều kiện lịch sử lúc đó, nhà nước phong kiến quan liêu cũng đã phải ban hành một số chính sách có lợi cho sự phát triển công thương nghiệp¹. Vì vậy, các doanh nhân Việt Nam vẫn hoạt động bền bỉ không mệt mỏi, tạo nên những màu sắc phong phú của Hà Nội phố phường tấp nập, của bến cảng Cửa Cấm Hải Phòng cùng các bến dọc ven biển và sông ngòi miền Trung, Gia Định, Đồng Nai .v.v. Tuy nhiên, số lượng và quy mô kinh doanh của các doanh nhân còn hạn chế. Các phường ở Hà Nội không phải là các hội đoàn hay công ty, mà chỉ là các cửa hàng, cửa hiệu tập trung ở một số nơi, mới chỉ ở mức độ vừa sản xuất, vừa buôn bán. Trong miền Gia Định cũng vậy, mặt hàng kinh doanh lớn nhất là thóc gạo. Nhưng các điền chủ dù lớn đến đâu cũng hầu hết đều chỉ là điền chủ không kiêm việc thu mua và buôn bán lúa gạo. Do đó, các Hoa thương đóng vai trò chủ chốt trong lĩnh vực này. Thời kỳ này đã bắt đầu xuất hiện một nét mới trong kinh doanh, đó là sự hình thành việc lưu hành tín phiếu, chủ yếu phục vụ cho nhu cầu buôn bán, nhưng chính là bước khởi đầu của sự buôn bán tiền tệ, mầm mống của hình thức kinh doanh ngân hàng sau này.

2.1.1.2. Thời kỳ Pháp thuộc (1858 - 1945)

Năm 1858, Thực dân pháp xâm lược Việt Nam. Sau thời kỳ bình định về quân sự, từ cuối thế kỷ XIX, Thực dân Pháp bắt đầu tiến hành đợt khai thác thuộc địa lần thứ nhất. Trong quá trình đó, giới tư bản Pháp đã du nhập vào Việt Nam quan hệ sản xuất tư bản, dù là ở mức độ "không gây thiệt hại cho mẫu quốc", đã làm nảy sinh tất yếu tầng lớp kinh doanh theo phương thức tư bản chủ nghĩa. Trong điều kiện đó, doanh nhân Việt Nam có cơ hội phát triển. Chính trong giai đoạn lịch sử này, với sự xuất hiện nền sản xuất cơ khí máy móc, với các xí nghiệp,

¹ Xem Vũ Huy Phúc: "Tiểu thủ công nghiệp Việt Nam 1858 - 1945" NXb KHXH. Hà Nội 1996.

các công ty, các hãng sản xuất và thương mại, các ngân hàng v.v., tầng lớp tư sản Việt Nam xuất hiện với hai bộ phận: tư sản dân tộc và tư sản mại bản.

Ở miền Nam, nhất là tại Sài Gòn - Chợ Lớn, từ cuối thế kỷ XIX, bên cạnh sự phát triển mạnh mẽ các ngành nghề thủ công¹, đặc biệt là sản xuất gạch ngói, vật liệu xây dựng, ngành xay sát lúa gạo đã bắt đầu sử dụng máy móc tương đối hiện đại và nhiều nhân công. Do chính sách ưu đãi Hoa Kiều của Thực dân Pháp nên lớp doanh nhân người Hoa chiếm vị trí hàng đầu về số lượng, nhất là ở khu vực Chợ Lớn. Tuy vậy, lớp chủ kinh doanh xay sát người Việt vẫn phát triển ở Sài Gòn và nhất là ở các tỉnh phía Nam. Chẳng hạn, năm 1930 ở Long Xuyên đã có tới 19 nhà máy xay, hầu hết của người Việt, có tới 11 nhà máy sản xuất từ 1000 đến 3.300 tấn gạo trắng trong một năm². Nhà máy Lê Văn Tiết sản xuất 16 tấn/ngày, nhà máy Nguyên Chiêu Thông: 100 tấn thóc/ngày, nhà máy Nguyễn Thanh Liêm: 100 tấn gạo/ngày. Trong các lĩnh vực khác, giới chủ đồn điền tuy chủ yếu kinh doanh ruộng đất, nhưng một số điền chủ đã sử dụng tá điền theo kiểu tư bản chủ nghĩa và một số ít kiêm thêm doanh nghiệp, như Trần Trinh Trạch, Nguyễn Tấn Sử, có chung cổ phần trong Ngân hàng Việt Nam (1927); Trương Văn Bền chủ xí nghiệp xà phòng, ép dầu v.v. Tại Chợ Lớn năm 1888, có 188 nhà buôn, nhà sản xuất, 102 nhà công thương người Việt. Nhiều xưởng sản xuất đã thực sự kinh doanh theo kiểu tư bản chủ nghĩa, kể cả các xưởng dệt ở Châu Đốc, Long Xuyên, gồm sứ ở Cây Mai Chợ Lớn, in ấn ở Sài Gòn (4 nhà máy) ở Sa Đéc (1 nhà máy), nhà máy điện ở Rạch Giá; Công ty của Lê Phát An và Phan Tùng Long có 12 máy phát điện cung ứng điện cho nhiều tỉnh phía Nam với số vốn ban đầu là 400.000 đồng Đông Dương. Nhà máy điện Rạch Giá năm 1921 có vốn là 100.000 đồng Đông Dương. Ngoài ra còn có các hãng vận tải ô tô, vận tải đường thủy (Mỹ Tho, Sài Gòn v.v.). Nhiều công ty buôn bán lớn cũng dần phát triển mạnh như Liên Đoàn thương mại kỹ nghệ Rạch Giá (năm 1927 có số vốn là 12.000 đồng Đông Dương), Hãng Nguyễn Đức Nhuận ở Sài Gòn có vốn là 25.000 đồng Đông Dương.

Bên cạnh những nhà tư sản dân tộc, đã xuất hiện một bộ phận tư sản mại bản, tức là những nhà buôn môi giới giữa tư sản ngoại quốc với thị trường trong nước, hoặc là những người đứng ra nhận thầu các công việc của tư bản Pháp như công ty Thuận Hòa của Nguyễn Phú Khai ở Sài Gòn chuyên nhập khẩu xe đạp, xăng dầu;

¹ Xem Vũ Huy Phúc, sách đã dẫn.

² Xem: Nguyễn Phan Quang: "Thị trường lúa gạo Nam Kỳ 1860 -1945", Nhà XB Tổng hợp, TP. HCM, 2004.

Công ty Tu Phụ ở Chợ Lớn chuyên đại lý xăng dầu; Công ty in và bán sách Đông Dương ở Sài Gòn (1919), Công ty Việt Trung Kai - in ở Chợ Lớn (1927) bảo hiểm tàu thủy, Công ty thầu khoán Lê Võ ở Sài Gòn (1927) chuyên thầu làm cầu đường, Công ty đồ gốm Pháp-Việt-Hoa ở Sài Gòn (1923), Công ty Long Chiêu ở Sài Gòn (1924) khai thác nhựa cao su. Một số điền chủ người Việt cũng đã kinh doanh đồn điền cao su như Nguyễn Hữu Hào, Lê Phát Vĩnh, Trần Văn Chương, Nguyễn Văn Cua, Trương Văn Bền.

Giới tư sản ở phía Nam đã bắt đầu phát triển mạnh kể từ cuối thế kỷ XIX cho đến giữa thế kỷ XX. Tuy nhiên, quy mô vốn của họ cũng chỉ trong khoảng 300 – 400 ngàn đồng Đông Dương (khoảng 3 – 4 triệu đồng Francs Pháp). So với các doanh nhân Hoa Kiều và tư sản Pháp thì tư sản Việt Nam rất nhỏ bé. Ở Nam Kỳ năm 1922, tổng số vốn của doanh nhân Hoa Kiều lên tới 1.000 triệu francs (khoảng 100 triệu đồng Đông Dương). Nhà tư sản Tạ Mã Diên có vốn 10 triệu francs (khoảng 1 triệu đồng Đông Dương), “vua tiền bạc, vua nhà cửa” Hoàng Trọng Toàn có 30 triệu francs (khoảng 3 triệu đồng Đông Dương). Số tư bản Hoa Kiều mỗi người có trong tay 5 triệu francs là khoảng 200 người, số có 500.000 francs là khoảng 400 đến 500 người. Họ có hai ngân hàng và hơn 100 công ty buôn bán xuất nhập khẩu. Giới tư sản người Việt ở Nam Kỳ do bị chính quyền Pháp kìm hãm và chèn ép đã nảy sinh sự phản kháng và yêu cầu tư bản Pháp từ bỏ các chính sách bất lợi cho kinh doanh của tư sản Việt Nam.

Ở miền Trung, tầng lớp tư sản cũng lần lượt phát triển trong các lĩnh vực thương mại, sản xuất, môi giới v.v. Ví dụ, Quảng Nam Hiệp thương công ty có nhiều chi điểm trong tỉnh Quảng Nam, buôn bán rộng khắp với Hà Nội, Sài Gòn, Hương Cảng. Công ty Phương Lâu từ một hiệu nhỏ ở Thanh Hóa từ năm 1885 đến năm 1908 đã có chi nhánh ở Vinh, Hà Tĩnh, Huế. Các công ty này có quy mô vốn rất lớn do có sự hùn vốn của nhiều người. Trong lĩnh vực sản xuất, Quảng Nam nổi tiếng về các lò đường, sản xuất tơ lụa. Chẳng hạn, Lê Phát An ở Nam Kỳ ra mở xưởng dệt Phú Phong, Bồng Sơn và Giao Thủy (vốn ban đầu năm 1911 là 1.775.000 francs, năm 1913 đã tăng lên 2.200.000 francs), công ty Nam Đồng Ích công thương Hội (năm 1938) ở thành phố Vinh, làm nước mắm và buôn bán nông hải sản (vốn lúc đầu là 100.250 đồng Đông Dương, Trung Kỳ thiết nghiệp công ty (năm 1926) chuyên xuất nhập khẩu, có trụ sở tại Quảng Ngãi (vốn ban đầu là 2.000 đồng Đông Dương, năm 1927 tăng lên 16.000 đồng Đông Dương). Ở Đà Nẵng có nhiều công ty nước mắm lớn, như công ty Liên Thành, vốn đầu tiên năm 1907 là 93.000 đồng Đông Dương, năm 1920 lên đến 200.000 đồng Đông Dương.

Ở Hội An có Nam Hưng tư nghiệp Hội xã (năm 1926 của Nguyễn Tấn Hà, với vốn ban đầu là 42.000 đồng Đông Dương); ở thị xã Pleiku có công ty Hưng công Hội xã (năm 1927) chuyên thầu việc vận tải xây dựng nhà cửa cầu đường hoặc cung cấp nhu yếu phẩm cho các đồn điền v.v. (vốn ban đầu là 25.000 đồng Đông Dương); ở Thanh Hóa có tới 35 lò sản xuất chum, tiểu làm nước nắm. Ở Bắc Trung Kỳ có công ty Quảng Thịnh Lâm buôn bán gỗ (năm 1941), có vốn ban đầu là 40.000 đồng Đông Dương. Hãng buôn Quảng An Long chuyên xuất cảng gạo, muối, ngô, nước mắm với nhiều chi nhánh ở Hội An, Huế, Đồng Hới, Quy Nhơn, Đà Nẵng, Nha Trang.

Ở phía Bắc, từ ngàn xưa đã là đất phồn thịnh, sản xuất tiểu thủ công nghiệp truyền thống và kinh tế nội - ngoại thương khá sầm uất. Từ cuối thế kỷ XIX, số lượng doanh nhân người Việt cũng phát triển mạnh mẽ và xuất hiện tầng lớp tư sản. Từ những làng nghề truyền thống và các đô thị tập trung thương mại sầm uất đã có nhiều doanh nhân vừa sản xuất theo kiểu bóc lột giá trị thặng dư, vừa buôn bán nhiều mặt hàng. Từ năm 1919, các tỉnh và thành phố như Hải Phòng, Hà Đông, Nam Định, Thái Bình, Hưng Yên, Bắc Ninh, Hải Dương, Hà Nam v.v, đều có những mặt hàng trưng bày trong các Hội chợ ở Hà Nội. Từ cuối thế kỷ XIX, Hà Nội là trung tâm sản xuất và thương mại lớn nhất, những doanh nhân nổi tiếng nhất của Việt Nam đều xuất hiện ở đây.

Một nhà hoạt động kỹ nghệ Pháp cho biết, vào đầu thế kỷ XX, Hà Nội có 260 chủ người Việt trông coi chừng hàng ngàn thợ mỹ nghệ truyền thống hoặc mới du nhập. Ví dụ như ở làng La Khê năm 1886, số thợ dệt lấy công nhật trong các gia đình chỉ khoảng 100 người, nhưng năm 1918 làng này đã có khoảng 500 - 600 khung cửi dệt tơ lụa và số thợ là khoảng 1500 - 1800 người. Thời kỳ này cũng bắt đầu xuất hiện một số doanh nhân kinh doanh các nghề mới du nhập vào Việt Nam như nghề khắc tượng gỗ và khảm trai, dệt vải màu, xà phòng, thuốc lá, đồ thêu ren, các loại dầu thắp đèn, giày da, bánh mứt kẹo, đồ chơi trẻ em bằng sắt v.v. Nhiều nhà máy mới được xây dựng; xuất hiện nhiều xưởng dệt và thêu, nhuộm hấp tẩy, gạch ngói tây, chế tạo sơn, làm đồ hộp, xưởng cưa, xưởng làm và sửa chữa xe tay, làm bát sắt, bút thủy tinh, đồ thủy tinh, làm khóa sắt, xe đạp, làm giấy bút mực v.v. Trên cơ sở đó **đã hình thành một đội ngũ doanh nhân khá đông đảo**, trong đó nổi bật lên một số doanh nghiệp, doanh nhân nổi tiếng sau đây:

- *Công ty Quảng Hưng Long (năm 1907)*, là Công ty cổ phần lớn nhất của người Việt Nam lúc đó ở Hà Nội. Tổng giám đốc là Lê Thành Giai, Ban quản trị gồm có Sơn Xuân Hoan, Hoàng Kim Bảng, Trần Giai Thụy. Vốn ban đầu là 3.000

đồng Đông Dương, năm 1920 lên đến 200.000 đồng Đông Dương. Đầu tiên công ty chuyên mua bán các loại hàng thủ công, sau thu mua định kỳ rồi gia công cho các thợ thủ công, mở xưởng sản xuất các mặt hàng gia dụng, cạnh tranh với các hàng kim khí của Pháp và của Hoa Kiều. Đây là một công ty từ buôn bán chuyên sang sản xuất, vừa buôn bán, vừa sản xuất và trúng thầu làm đường từ Đoan Hùng lên Yên Bái, phát hiện ra mỏ Cam Đường, sử dụng hàng trăm công nhân.

- *Hãng Quảng Hợp Ích* (năm 1907) của Nghiêm Xuân Quảng, nguyên Án sát Lạng Sơn, từ quan về Hà Nội mở hãng buôn the lụa, xa xuyên vóc nhiều, mở xưởng dệt vải, làm hương, ngòi bút, phấn viết .v.v., tạo nên một thương hiệu nổi tiếng được ca ngợi trên báo chí đương thời.

- *Doanh nghiệp Bạch Thái Bưởi* (1909 - 1929). Năm 1909, Bạch Thái Bưởi bắt đầu kinh doanh tàu sông biển chở khách cạnh tranh với các chủ tàu Hoa Kiều và phát đạt nhờ tinh thần dân tộc của khách hàng. Năm 1916, Bạch Thái Bưởi thành lập công ty nổi tiếng nhất đương thời: "Giang hải luân truyền Bạch Thái Bưởi công ty" và được tôn vinh là "Chúa sông Bắc Kỳ". Từ 1913 công ty Bạch Thái Bưởi bắt đầu mở xưởng đóng các loại tàu chở khách với nhiều cải tiến kỹ thuật đáng kể. Trong vòng từ 1915 đến 1917, công ty Bạch Thái Bưởi đã mua lại xưởng đóng tàu và sửa chữa tàu của Pháp ở Hải Phòng, chuyển trụ sở về Hải Phòng, thuê tóm hàng chục tàu thuyền vận tải của Pháp và Hoa Kiều, chuyên chở hành khách và hàng hóa trên hầu khắp các sông biển trong cả nước. Năm 1919 sau khi đã đóng được năm chiếc tàu, trong đó có hai tàu trọng tải 100 tấn, công ty Bạch Thái Bưởi hoàn thành một kỳ tích chưa từng có: Hạ thủy chiếc tàu Bình Chuẩn trọng tải 600 tấn (7-9-1919). Tàu Bình Chuẩn chạy chuyến đầu tiên Hải Phòng đi Sài Gòn qua các cảng Bến Thủy, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Sài Gòn. Công ty Bạch Thái Bưởi có số lượng hơn 1.400 công nhân, có văn phòng và nhiều chi nhánh ở Hải Phòng, Hà Nội, Nam Định, Tuyên Quang, Việt Trì, Bến Thủy, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Sài Gòn. Với lòng hăng say dựng nghiệp lớn, Bạch Thái Bưởi còn kinh doanh ở cả các lĩnh vực như nhà in Đông Kinh ấn quán (1908), xây sát, khai mỏ than ở Mạo Khê và Quảng Yên (từ 1921). Trong vòng 20 năm, Bạch Thái Bưởi đã hoạt động rất mạnh mẽ và hiệu quả, tạo nên một thương hiệu uy tín và lừng lẫy danh tiếng, đem lại niềm tự hào cho người Việt Nam. Khi cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới 1929 - 1933 tác động vào Đông Dương, kinh doanh của Bạch Thái Bưởi sa sút và phải nhượng bán lại cho công ty Đông Dương của Pháp.

- *Nhà in Đông Kinh Ấn quán (1908)* do Bạch Thái Bưởi thành lập rồi trao cho em rể Lê Văn Phúc quản lý, chuyên in ấn và phát hành sách báo, trong số đó có tờ Nam Phong Tạp chí.

- *Nhà in Ngô Tử Hạ (1908)*. Là một thợ in giỏi và là nhà tổ chức và điều hành nhà in hiện đại, Tô Tử Hạ đã xây dựng một nhà in hiện đại ở Hà Nội và làm ăn rất phát đạt. Trong thời kỳ chiến tranh thế giới thứ nhất, mặc dù ngành in gặp rất nhiều khó khăn, nhiều nhà in ấn phát hành phải ngừng hoạt động, nhưng nhà in Ngô Tử Hạ vẫn phát triển rất mạnh và trở thành trùm in ấn đương thời và phát triển trong một thời dài.

- *Công ty Hợp Lợi (Lò gốm sứ Thanh Trì)*: Xuất hiện trong thời kỳ chiến tranh thế giới thứ nhất của hai doanh nhân Nguyễn Văn Tấn và Nguyễn Bá Chính, chuyên sản xuất và buôn bán các đồ gốm sứ. Sản phẩm của Hợp Lợi cạnh tranh với hàng gốm sứ của Nhật và Trung Quốc. Công ty còn sản xuất cả các loại sứ cách điện kỹ thuật cao, cung cấp cho các nhà máy điện ở Đông Dương thay thế các loại sứ nhập của Nhật, Mỹ v.v. Vốn ban đầu của công ty chỉ có 130.000 đồng Đông Dương, từ 1920 trở đi đã sử dụng trung bình 255 thợ, có lúc lên tới 400 thợ làm việc hàng ngày.

- *Ngoài ra, trong những năm 1919 – 1930, còn có rất nhiều xưởng sản xuất tiểu thủ công nghiệp, điển hình là: Xưởng dệt Khánh Vân ở Ngọc Hà, 26 máy dệt sa và vải màn; Xưởng dệt Chân Thụy của Đào Thao Vỹ ở Thái Hà, dệt vải màn, có đại lý ở nhiều tỉnh; Xưởng thêu của Trương Đình Long, có 300 thợ, sản phẩm bán khắp Bắc Trung Nam, xuất khẩu theo đơn đặt hàng nước ngoài (dệt thêu, đăng ten v.v.); Xí nghiệp nhuộm hấp tẩy và nhà máy bia của Vũ Văn An (từ 1929); Công ty Nam Trinh ở Thái Hà áp của Tống Nguyên và Nguyễn Bá Thiệu chuyên dệt chiếu và thảm cói; Hàng nước mắm Vạn Vân của dòng họ Đoàn ở Cát Hải mở công ty ở Hà Nội và Hải Phòng, vừa sản xuất vừa buôn bán; Công ty Hưng Nghiệp Hội xã và Tiên Long Thương Đoàn của Đào Thảo Côn, thành lập ở Thanh Hóa năm 1926, năm 1929 mở thêm xưởng dệt thảm ở Hà Nội (100 công nhân) và buôn bán các loại vải lụa Việt Nam, Trung Quốc, Nhật, Giava và Bombay. Riêng vốn buôn bán là 30.000 đồng Đông Dương; Nhà máy gạch Hưng Ký ở Yên Viên, lúc đầu của tư sản Pháp, năm 1921, Trần Văn Thanh mua lại, có tới 300 thợ, mỗi năm bán ra 2.600.000 viên gạch ngói, là nhà máy gạch lớn nhất Việt Nam (dùng máy hơi nước) với số vốn ban đầu là 20.000 đồng Đông Dương; Xưởng chế tạo sơn của Nguyễn Sơn Hà ở Hải Phòng và của Nguyễn Tiến Âu tức công ty Hiệp Ích. Vốn ban đầu 1920 là 20.000 đồng Đông Dương, chuyên chế tạo các loại sơn ô tô, xe*

ngựa, đồ gỗ; Các nhà máy in Lê Văn Tân, Lê Văn Phúc, Vũ Đình Long (Nhà in Tân Dân 93 Hàng Bông) Thụy Ký, Kim Đức Giang, Nghiêm Hàm, Long Quang, Mạc Đình Tứ, Thực Nghiệp v.v; hãng buôn của Trịnh Văn Nghĩa, buôn các sản phẩm trong nước, có cửa hàng ở Hồng Kông; hãng Đan Phong chuyên các hàng ngoại hóa, có chi nhánh ở nhiều tỉnh phía Bắc.

Trong thời kỳ này đã xuất hiện một số doanh nhân nổi bật như:

- *Vũ Đình Long (1896 - 1960)*: Quê huyện Thanh Oai, sinh tại Hà Nội. Năm 1916 học trường ĐH Y Khoa Đông Dương, sau đó dạy học, nghiên cứu luật kinh doanh. Vì Luật pháp cấm viên chức làm kinh doanh, ông nghỉ dạy học, mở nhà in Tân Dân (số 93 phố Hàng Bông) và phát triển thành một nhà in quy mô lớn. Năm 1925 ông sáng kiến mở giải thưởng Văn chương, xuất bản các tác phẩm giá trị được giải. Đó là các tác phẩm của chính ông sáng tác, của các nhà thơ nhà văn nổi tiếng đương thời như Nguyễn Công Hoan, Tô Hoài, Nam Cao v.v. Ông là tác giả của 12 vở kịch mà nổi tiếng nhất là vở "Chén thuốc độc" đã được công diễn ở nhà hát lớn Hà Nội (1921) gây chấn động dư luận cả nước. Ông biết chú ý thị hiếu độc giả để sản phẩm có sức thương mại lớn. Vũ Đình Long là một nhà doanh nghiệp tài năng sáng tạo, một nhà văn nhà viết kịch tên tuổi lớn của Việt Nam. Ông đã ghi một dấu ấn đậm nét vào sự phát triển ngành in ấn, ngành văn học và báo chí Việt Nam. Ông là một hiện tượng độc đáo của doanh nhân Hà Nội và cả nước.

- *Ông bà Trịnh Văn Bô - Hoàng Thị Minh Hồ*. Năm 1932 ông bà Trịnh Văn Bô được thừa kế cửa hàng tơ lụa có từ lâu của gia đình với thương hiệu "Trịnh Phúc Lợi" ở Hà Nội. Năm 1933 ông bà đẩy mạnh kinh doanh thêm một bước mới với tinh thần lấy chữ tín làm đầu. Thương hiệu Phúc Lợi ngày càng nổi tiếng trong nước và ở nước ngoài. Không chỉ buôn bán, ông bà đã mua lại một dây chuyền dệt vải (200.000 đồng Đông Dương) xây dựng nhà máy trên mặt bằng 3 ha ở đê La Thành, sử dụng 120 công nhân làm ra những sản phẩm mang thương hiệu Phúc Lợi. Là một doanh nhân yêu nước, ông bà đã có nhiều đóng góp rất tích cực cho Cách mạng trong thời kỳ trước và sau Cách mạng tháng Tám.

- *Ông bà Đỗ Đình Thiện - Trịnh Thị Diên*. Ông vốn là một sinh viên du học tại Pháp, đảng viên Đảng cộng sản Pháp trong thời gian 1927 - 1932 và bị trục xuất về nước. Bà là đảng viên Tân Việt và sau 1930 hoạt động ở Hải Phòng. Hai ông bà lúc đầu buôn bán tơ lụa, năm 1941 ông bà mua một nhà máy dệt ở Gia Lâm, sử dụng 20 công nhân và kỹ sư, sản xuất ra loại vải được ưa chuộng trên thị trường cả nước. Sau đó ông bà mở rộng kinh doanh đồn điền cà phê, thành lập Ngũ Cốc

công ty do ông làm Chủ tịch, ông Trịnh Văn Bô làm phó chủ tịch, mua lại nhà in Taupin của Pháp, phát triển kinh doanh sang cả ngành in ấn.

Nhìn chung trong khoảng từ 1930 đến 1940, các doanh nhân Việt Nam đã phát triển khá mạnh, kinh doanh trên nhiều lĩnh vực. Ngay trong năm 1943 - 1944 tại Hà Nội đã có nhiều Hội chợ triển lãm các sản phẩm tiểu thủ công nghiệp như tuần lễ dệt, tuần lễ giấy, tuần lễ kim khí, tuần lễ da, tuần lễ cao su .v.v. Trong lĩnh vực thương mại, các cơ sở sản xuất kinh doanh thương mại ngày càng tăng cả về quy mô và số lượng. Chẳng hạn, năm 1939 ở Hà Nội và Hải Phòng có 9475 cơ sở của người Việt, 589 cơ sở của người Âu và 1023 cơ sở các nước khác; ở Sài Gòn có 7.174 cơ sở của người Việt, 792 cơ sở của người Âu và 5.536 cơ sở của các nước khác. Trong thời kỳ chiến tranh thế giới thứ II, số lượng các cơ sở kinh doanh thương mại của người Việt vẫn tiếp tục phát triển hơn trước. Năm 1943, riêng ở Hà Nội có 10.699 cơ sở buôn bán của người Việt, trong đó có 36 cơ sở quy mô lớn (có mức đóng thuế môn bài từ 500 đồng Đông Dương đến 4000 đồng Đông Dương); 2236 cơ sở quy mô vừa (thuế môn bài từ 50 đến 450 đồng Đông Dương); 8427 cơ sở quy mô nhỏ (thuế môn bài từ 0,5 đến 40 đồng Đông Dương).

2.1.2. Thời kỳ 1945 – 1954

2.1.2.1. Thời kỳ đầu sau Cách mạng tháng Tám (1945 – 1946)

Trong năm đầu sau cách mạng tháng 8, giới công thương Việt Nam đã thể hiện rất nổi bật lòng yêu nước tha thiết và niềm khát vọng đóng góp xây dựng kinh tế đất nước. Trong thư gửi giới công thương ngày 13 tháng 10 năm 1945, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã đánh giá cao vai trò của giới công thương. Người viết: *“Việc nước và việc nhà bao giờ cũng đi đôi với nhau. Nền kinh tế quốc dân thịnh vượng nghĩa là các sự kinh doanh của các nhà công nghiệp, thương nghiệp thịnh vượng. Vậy tôi mong giới công thương nỗ lực và khuyến các nhà công nghiệp và thương nghiệp mau mau gia nhập vào “Công – Thương cứu quốc đoàn” cùng đem vốn vào làm những công cuộc ích quốc lợi dân”*¹. Hưởng ứng lời kêu gọi của Hồ Chủ Tịch, giới công thương Việt Nam đã tập hợp lại, hình thành tổ chức “Công – Thương cứu quốc đoàn” và là thành viên của Mặt trận Việt Minh. Nhiều doanh nhân Việt Nam đã tích cực ủng hộ Đảng và cách mạng. Từ năm 1943, khi quỹ Đảng chỉ còn 24 đồng Đông Dương, ông bà Đỗ Đình Thiện đã góp cho quỹ Đảng 50.000 đồng Đông Dương, tương đương với tổng số vốn của một doanh nhân loại

¹ Hồ Chí Minh toàn tập, Tập 4. NXB Chính trị Quốc gia, trang 49

khá lúc đó. Đầu năm 1945, ông bà Thiện lại gửi cho quỹ Đảng 100.000 đồng Đông Dương. Nhiều gia đình doanh nhân đã nuôi giấu cán bộ của Đảng và trở thành cơ sở của Cách mạng. Năm 1943, đồng chí Nguyễn Lương Bằng vượt ngục Sơn La đã về ở nhà ông bà Đỗ Đình Thiện. Sau ngày 19 - 8 - 1945, Bác Hồ về Thủ đô chuẩn bị cho ngày Tuyên bố Độc lập, đã cùng nhiều cán bộ lãnh đạo Đảng và Chính phủ ở tại nhà số 48 Hàng Ngang của ông bà Trịnh Văn Bô. Chính tại nơi này, Hồ Chủ tịch đã thảo ra bản Tuyên ngôn độc lập. Sau ngày 2-9-1945, hưởng ứng lời kêu gọi của Chính phủ về xây dựng “Quỹ độc lập”, “Tuần lễ vàng”, cả nước đã góp được 370 kg vàng và 20 triệu đồng Đông Dương. Riêng giới công thương ở Hà Nội đã ủng hộ 2.300 lượng vàng và rất nhiều tiền của khác; ông bà Trịnh Văn Bô đã ủng hộ 1417 lượng vàng, vận động giới công thương Hà Nội góp 4.000 lượng (Bà Lợi quyên hơn 100 lượng, ông bà Đỗ Đình Thiện lại góp khoảng 100 lượng, bà Vương Thị Lai: 101 lượng, bà Phát Đạt Lương Thị Tình: 56 lượng v.v...). Ông Trịnh Văn Bô còn đề xuất với Chính phủ thành lập “Việt Nam công thương Ngân hàng” và góp ngay 500.000 đồng Đông Dương và vận động nhiều doanh nhân đóng góp, làm tăng vốn ban đầu của Ngân hàng lên 1.800.000 đồng Đông Dương. Chính phủ đã trích từ vốn ban đầu là 700.000 đồng Đông Dương để mua nhà lập trụ sở Ngân hàng tại 58 phố Tràng Tiền. Nhà in của ông Ngô Tử Hạ đã được Chính phủ giao nhiệm vụ in “tiền Cụ Hồ” và chuyển cho Bộ Tài chính phát hành kể từ ngày 31-1-1946.

Không chỉ đóng góp tiền của và mở rộng hoạt động kinh tế, một số doanh nhân còn tích cực tham gia chính quyền Dân chủ Nhân dân. Ông Ngô Tử Hạ, người liên lạc của Hồ Chủ tịch, đã được bầu làm ủy viên thường trực Quốc hội năm 1946. Thời gian này, Đảng và Chính phủ đã có chính sách khuyến khích giới doanh nhân phát triển kinh doanh và hoạt động kinh doanh của nhiều doanh nhân tiếp tục được phát triển khá mạnh mẽ như: Việt Nam công thương Ngân hàng có số vốn 10 triệu Đông Dương (Ban quản trị gồm Trịnh Văn Bô, Phùng Như Cương, Đặng Đình Hòa v.v.); Hưng Việt Công ty có số vốn là 500.000 đồng Đông Dương, chuyên xuất nhập khẩu hàng hóa (Ban Quản trị gồm Trịnh Văn Bô, Đoàn Vạn Vân, Nguyễn Văn Đỗ); Đại Đồng Hữu hạn công ty có vốn là 500.000 đồng Đông Dương, chuyên xuất nhập khẩu. Ngoài ra, còn có rất nhiều công ty nhỏ, có vốn từ 100.000 đến 300.000 đồng Đông Dương, kinh doanh các ngành: than, xe hơi, phân bón, hóa chất v.v.

2.1.2.2. Thời kỳ 1946 - 1954

Trong thời kỳ kháng chiến chống Pháp, ở vùng tự do, Chính phủ kháng chiến đã khuyến khích doanh nhân phát triển các hoạt động sản xuất kinh doanh. Giữa vùng tự do và vùng tạm chiếm luôn có sự hoạt động buôn bán của các thương nhân, chủ yếu là các thương nhân nhỏ, góp phần quan trọng vào xây dựng cơ sở kinh tế cho kháng chiến. Ở vùng tạm chiếm, số lượng người kinh doanh hàng hóa tiếp tục tăng đáng kể, chủ yếu tập trung ở các đô thị lớn. Trong những năm từ 1952 đến 1954, ở vùng tạm chiếm có 90 cơ sở công nghiệp và 1.522 cơ sở sản xuất thủ công nghiệp (đóng đồ gỗ, giấy dếp, thêu ren, xay sát gạo, dệt, in ấn, rèn, mỹ nghệ, vật liệu xây dựng v.v.).

Tại Hà Nội, một số doanh nhân lớn chuyển vốn vào Sài Gòn kinh doanh. Nhiều nhà kinh doanh cũ sau khi hồi cư đã khôi phục lại hoạt động và có thêm một lớp công thương mới, xuất thân từ viên chức, các hãng buôn ngoại quốc, địa chủ từ các tỉnh về ở Hà Nội, và một số người làm thủ công có vốn lớn chuyển sang kinh doanh thương mại làm cho số lượng doanh nhân tăng lên nhiều so với trước, chủ yếu là kinh doanh buôn bán hàng hóa và dịch vụ, quy mô nhỏ. Cho đến trước năm 1954, ở Hà Nội có 1.522 cơ sở sản xuất công nghiệp và tiểu thủ công nghiệp, trong số đó có rất ít cơ sở sử dụng từ 50 đến 70 công nhân (nhuộm Tô Châu, cơ khí Minh Nam, Lợi Hưng, dệt Cự doanh), còn lại chủ yếu là có khoảng 10 - 20 công nhân; 194 cơ sở bách hóa ; 66 cơ sở buôn bán lương thực - thực phẩm ; 41 cơ sở buôn bán đồ điện tử ; 39 cơ sở buôn bán vải vóc tơ lụa. Số lượng các cơ sở đóng thuế môn bài từ 50 đồng Đông Dương đến đến 120 đồng Đông Dương là 7.391, trong đó số cơ sở của người Việt là 6.233; ngoài ra còn có 3000 tiểu thương buôn bán nhỏ.

Tại Sài Gòn – Chợ Lớn, số lượng doanh nhân buôn bán kinh doanh thương mại cũng tăng lên nhanh, nhất là từ sau năm 1950, khi Mỹ bắt đầu viện trợ cho Pháp. Các ngành công nghiệp sa sút, trừ ngành xi măng, cao su, kỹ nghệ phục vụ chiến tranh .v.v. Doanh nhân người Hoa vẫn nắm độc quyền ngành xay sát gạo và chế biến lương thực thực phẩm. Doanh nhân người Việt kinh chỉ kinh doanh nhỏ lẻ, tập trung vào các lĩnh vực như cửa xẻ gỗ, làm đồ gỗ, đóng bàn ghế, sản xuất giấy in và các ngành nghề tiểu thủ công truyền thống (dệt may, lụa Tân Châu .v.v.). Nổi bật nhất là các doanh nhân Đỗ Quốc Hòa, Trần Văn Tôn, Trịnh Thế Nhân, Trần Ngọc Linh, Trần Văn Nho. Đồng thời trong thời kỳ này ở Sài Gòn-Chợ Lớn đã bắt đầu xuất hiện một bộ phận chuyên kinh doanh hàng viện trợ.

Như vậy, trong thời kỳ này, doanh nhân ở vùng tạm chiếm tuy phát triển khá đông đảo về số lượng nhưng chủ yếu là hoạt động trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ, quy mô nhỏ, phục vụ cho nhu cầu tại chỗ ở các đô thị.

2.1.3 . Thời kỳ 1954 - 1985

- Sau khi miền Bắc được hoàn toàn giải phóng, Đảng và Nhà nước chủ trương thực hiện kế hoạch ba năm (1955 – 1957) khôi phục kinh tế, tiếp tục duy trì và khuyến khích phát triển nền kinh tế nhiều thành phần. Vì vậy, số lượng cơ sở sản xuất kinh doanh dịch vụ tăng lên khá nhanh chóng. Đến cuối năm 1957, ở Hà Nội có 13.500 cơ sở sản xuất thủ công tư nhân với 43.000 thợ và nhân viên; 957 cơ sở công nghiệp tư nhân với hơn 8.200 công nhân sản xuất các mặt hàng phục vụ sản xuất và đời sống. Sự phát triển của các doanh nghiệp và doanh nhân đã góp phần quan trọng vào sự nghiệp khôi phục kinh tế ở miền Bắc.

- Trong những năm 1958 – 1975, ở miền Bắc, Nhà nước chủ trương ‘cải tạo xã hội chủ nghĩa’, hạn chế và xóa bỏ kinh tế tư nhân. Vì vậy, các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh tư nhân có thuê mướn lao động là đối tượng bị cải tạo. Các cơ sở công thương nghiệp tư doanh được chuyển thành các cơ sở công tư hợp doanh và quốc doanh. Nhìn chung, đến cuối năm 1960, công cuộc cải tạo cơ bản hoàn thành, thành phần kinh tế tư bản tư nhân và giai cấp tư sản bị xóa bỏ. Ở Hà Nội, 499 cơ sở công nghiệp tư nhân đã trở thành xí nghiệp công tư hợp doanh, trong đó có 367 hộ tư sản công nghiệp vốn dưới 10.000 đồng, 188 hộ tư sản thương nghiệp vốn dưới 7.000 đồng, 219 hộ gia đình tư sản được học tập, cải tạo; 421 cơ sở thương nghiệp đã trở thành công tư hợp doanh; 3.808 hộ tiểu thương bao gồm 18.000 người vào hợp tác xã mua bán; 3.000 người tiểu thương, buôn bán nhỏ chuyển sang sản xuất.

Trong quá trình thực hiện công nghiệp hóa, xây dựng nền kinh tế theo mô hình kinh tế kế hoạch hóa tập trung, quan liêu bao cấp, doanh nghiệp tư nhân và tầng lớp doanh nhân tư nhân ở miền Bắc đã bị triệt tiêu.

- Ở miền Nam, khu vực kinh tế tư nhân phát triển nhanh chóng. Số liệu thống kê sau đây cho thấy tình hình đầu tư của tư nhân vào các ngành kinh tế ở miền Nam.

Bảng 2.1 : Đầu tư của tư nhân ở miền Nam thời kỳ 1958 - 1970*Đơn vị: Triệu đồng*

Năm	Tổng số vốn đầu tư	Chính quyền Sài Gòn	Tư nhân miền Nam	Mỹ	Pháp	Trung Hoa	Nhật	Khác
1958 - 1959	2.136	292	599	75	1.069	60	4,9	35,0
1960	837	1	513	18	217	23	1,0	59,8
1961	1.584	996	547	-	28	-	-	3,6
1962	2.387	1.295	1.023	16	51	51	-	-
1963	448	276	128	-	1	30	-	3,6
1964	1.745	1.160	250	303	22	1	-	9,0
1965	253	4	177	-	1	7	-	7,0
1966	760	-	733	-	-	26	-	-
1967	7.141	1.857	5.176	-	98	14	-	-
1968	2.937	-	2.842	53	-	42	-	-
1969	6.711	502	5.507	691	1	6	4,0	-
1970	12.177	6.882	4.866	32	150	20	80,0	147,0

*Nguồn: - Niên giám thống kê Việt Nam, 1965, trang 285.**- Niên giám thống kê Việt Nam, 1971, trang 191.**(Tài liệu thống kê niên giám Việt Nam, dẫn lại trong "Lịch sử kinh tế Việt Nam tập II 1945 - 2000 do Đặng Phong chủ biên. Nxb KHXH, Hà Nội 2005, tr.883)*

Như vậy, từ năm 1958 đến năm 1970, tổng số vốn đầu tư vào các ngành kinh tế miền Nam là hơn 39 tỷ đồng¹ (gần 400 triệu USD), trong đó các tư nhân miền Nam (kể cả miền Bắc di cư vào) đầu tư 22. 361 tỷ đồng. Nhìn chung, từ sau năm 1954, số lượng doanh nhân ở miền Nam đã tăng lên khá nhanh chóng, bao gồm cả một số quan chức trong chính quyền Sài Gòn và sỹ quan trong quân đội Ngụy. Đến trước năm 1975, toàn miền Nam có khoảng 40.000 nhà tư sản.

- Từ năm 1975, miền Nam được hoàn toàn giải phóng, cả nước thống nhất và tiếp tục xây dựng mô hình kinh tế kế hoạch hóa tập trung. Ở miền Bắc, kinh tế

¹ Tiền Việt Nam cộng hòa

quốc doanh và tập thể tiếp tục phát triển mạnh mẽ. Ở miền Nam, công cuộc cải tạo công thương nghiệp tư bản tư doanh được tiến hành quyết liệt từ năm 1977. Đến năm 1985, các doanh nghiệp tư nhân lớn đã bị xóa bỏ. Kinh tế tư nhân chỉ tồn tại ở dạng kinh tế cá thể của nông dân, thợ thủ công và những người buôn bán nhỏ.

2.1.4. Đánh giá đặc trưng và vị thế của doanh nhân trong lịch sử phát triển kinh tế-xã hội Việt Nam (trước năm 1986)

2.1.4.1. Thời kỳ trước khi Thực dân Pháp xâm lược

Trong một thời kỳ lịch sử lâu dài, từ thời đại Hùng Vương dựng nước đến năm 1858, công thương nghiệp cũng đã phát triển ở một mức độ nhất định, nhưng phụ thuộc vào nông nghiệp, kinh tế chủ yếu là tự cung tự cấp, kinh tế hàng hóa kém phát triển. Trong thời kỳ hơn 1000 năm Bắc thuộc, mặc dù bị ngoại bang đô hộ, nhưng các hoạt động công thương nghiệp đã dần dần phát triển khá sầm uất, nền kinh tế dân tộc vẫn giữ được bản sắc riêng. Cũng chính nhờ sự phát triển này mà dân tộc ta đã xây dựng nên những nền văn minh Đại Việt rực rỡ từ thế kỷ X (Ngô, Đinh, Lê, Lý, Trần, Lê, Nguyễn) cho đến thế kỷ XIX. Đó là cơ sở kinh tế-xã hội bảo đảm cho cả dân tộc tiếp tục tồn tại và phát triển trước sự xâm lấn từ bên ngoài và không ngừng mở mang bờ cõi. Trong sự nghiệp dựng nước và giữ nước ấy, rõ ràng là có sự đóng góp to lớn của giới kinh doanh, buôn bán trong việc duy trì và phát triển công thương nghiệp trên phạm vi cả nước. Họ bao gồm những thương gia, chủ xưởng thủ công truyền thống, những nhà hàng kiêm cả sản xuất và buôn bán hàng hóa, những chủ kinh doanh vận tải hành khách và hàng hóa trên bộ, trên sông, trên biển. Tầng lớp kinh doanh này đã trực tiếp hoặc gián tiếp đóng góp vào sự phát triển trong từng giai đoạn thăng trầm của nền kinh tế dân tộc.

Vị thế của các doanh nhân Việt Nam thời kỳ tiền phong kiến và phong kiến dân tộc, tuy không được đề cao như kẻ sĩ hay nhà nông (nhất sĩ, nhì nông). Tuy nhiên, chính trong thời kỳ nhà Nguyễn, với khát vọng đổi mới và canh tân đất nước, với ý thức tự lực tự cường chống các thế lực phương Tây xâm lược, rất nhiều nhà trí thức, những kẻ sĩ sáng suốt đã có nhiều kiến nghị mở mang công thương trong nước và với nước ngoài, lên án chính sách ức chế công thương nghiệp. Những người sản xuất, buôn bán hàng hóa thực sự đã có đóng góp rất to lớn đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Trong cả lĩnh vực văn hóa và xã hội, vai trò và vị thế của họ cũng hết sức quan trọng. Ở vị trí người sản xuất và trao đổi hàng hóa, họ đã góp phần to lớn vào việc bảo lưu và phát triển nền văn hóa và văn minh dân tộc với những bản sắc riêng so với các dân tộc khác. Sự phát

triển của y tế, giáo dục, nghệ thuật, kiến trúc, điêu khắc, sân khấu, âm nhạc .v.v, điều ghi nhận công sức đóng góp của các doanh nhân, ít nhất cũng là sự quảng bá, lưu truyền các giá trị truyền thống của dân tộc.

Mặc dù kinh tế hàng hoá cũng đã có bước phát triển, nhiều ngành nghề mới ra đời và xuất hiện tầng lớp thương nhân, thợ thủ công, nhưng đó vẫn là kinh tế hàng hoá giản đơn, tự cấp tự túc. Nền kinh tế tiểu nông gắn với cơ cấu làng xã cùng với chính sách “trọng nông, ức thương” của nhà nước phong kiến nên chưa tạo ra những điều kiện cần thiết để hình thành một tầng lớp doanh nhân theo đúng nghĩa của nó. Mặt khác, xã hội Việt Nam bị ảnh hưởng rất lớn của tư tưởng Nho giáo, đề cao việc không "muru lợi" vì khái niệm "lợi" là một thứ đặc biệt húy kỵ. "Nhân nghĩa" và "lợi" là những phạm trù không thể lưỡng lập, mà bài trừ lẫn nhau một cách tuyệt đối. Xuất phát từ quan niệm triết lý này, có thể hiểu rõ hơn vì sao trong xã hội phong kiến, người ta kỳ thị nhà buôn, nhà kinh doanh, và thường ca ngợi những kẻ sĩ không cầu danh mà cũng không cầu lợi. Có thể thấy rõ, lịch sử xã hội như vậy không thể là một nền tảng thuận lợi cho sự phát triển của tầng lớp doanh nhân.

Trong những thời điểm nhất định, kinh tế hàng hóa phong kiến có những nét khởi sắc, nhưng nhìn chung, các hoạt động kinh tế phi nông nghiệp còn rất mờ nhạt. Thương nhân và chủ các công trường thủ công quy mô nhỏ ra đời, nhưng *trong xã hội Việt Nam truyền thống chưa hình thành một tầng lớp doanh nhân thực sự.*

2.1.4.2. Thời kỳ Pháp thuộc (1858-1945)

Như đã nêu ở trên, từ cuối thế kỷ XIX sang đầu thế kỷ XX, xã hội Việt Nam chứng kiến sự khai thác thuộc địa một cách ồ ạt của thực dân Pháp. Quan hệ sản xuất tư bản chủ nghĩa được du nhập và phát triển. Về cơ bản, chính sách kinh tế của chính quyền thực dân là đảm bảo những lợi ích tối đa cho tư bản Pháp (cả ở chính quốc và ở thuộc địa). Do đặc điểm bóc lột của tư bản Pháp, công nghiệp ở Việt Nam tuy có xuất hiện và phát triển ở mức độ nhất định nhưng rất hạn chế và què quặt. Trong điều kiện đó, tất yếu xuất hiện một lớp doanh nhân người Việt. Trong bối cảnh của một nền kinh tế thuộc địa nửa phong kiến, doanh nhân Việt Nam bị tư bản Pháp cạnh tranh và chèn ép gay gắt. Lịch sử lại lặp lại những hoàn cảnh tương tự ở các giai đoạn trước nhưng ở những trình độ cao hơn. Các doanh nhân Việt Nam đã tranh thủ mọi cơ hội và điều kiện để phát triển và đã xuất hiện một tầng lớp tư sản lần đầu tiên. Đó là đặc điểm lớn nhất của doanh nhân Việt Nam thời kỳ từ cuối thế kỷ XIX.

Do những đặc điểm lịch sử của thời kỳ này, doanh nhân Việt Nam mang thêm nhiều đặc điểm khác, trước hết là sự đa dạng về thành phần, bao gồm: Các chủ xí nghiệp sản xuất nhỏ; chủ các hãng buôn một hay nhiều mặt hàng; chủ các hãng hay công ty, vừa sản xuất vừa kết hợp với buôn bán; chủ địa ốc, vừa xây nhà vừa bán hoặc cho thuê nhà cửa; các nhà tư sản mại bản, thầu khoán, cho vay nặng lãi và các quan chức nhà nước đứng ra kinh doanh buôn bán. Trong đó, đông đảo nhất là các chủ xí nghiệp sản xuất nhỏ, chủ các hãng buôn và chủ các hãng hay công ty vừa sản xuất vừa kết hợp với buôn bán.

Có thể nhận thấy rằng, trong thời Pháp thuộc, đã có sự thay đổi đột biến so với nền sản xuất truyền thống và do đó đã xuất hiện một số lượng khá lớn doanh nhân hoàn toàn mới so với trước. Đây là tầng lớp xã hội mới ra đời trong điều kiện của nền sản xuất tư bản chủ nghĩa.

Đặc trưng lớn nhất trong giai đoạn này là sự hình thành một giai cấp tư sản Việt Nam, tuy còn nhỏ bé và yếu ớt về kinh tế và chính trị, nhưng họ là một nguồn lực thúc đẩy tinh thần dân tộc. Những doanh nhân như Lương Văn Can, Bạch Thái Bưởi, Nguyễn Hữu Thu, Trịnh Văn Bô, Ngô Tử Hạ, Trương Văn Bền, Nguyễn Văn Vĩnh, .v.v., là niềm tự hào của giới công thương và cả dân tộc. Tư tưởng tự tôn dân tộc của họ đáng được ghi nhận. Mặc dù số lượng chưa nhiều và chỉ tồn tại trong một thời gian ngắn, nhưng họ đã thể hiện rõ khát vọng vươn lên của toàn dân tộc trên lĩnh vực kinh tế. Tuy nhiên, trong điều kiện đất nước bị áp bức đô hộ, về mặt chính trị, các doanh nhân Việt Nam bị phân hóa thành 3 xu hướng: Một là, ủng hộ cao phong trào dân tộc dân chủ; hai là, lừng chừng chỉ muốn làm ăn; ba là, bị thực dân lôi kéo tham gia vào bộ máy chính quyền thuộc địa. Khi phong trào cách mạng dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Đông Dương từ những năm 1930, nhất là từ thời kỳ Mặt trận Dân chủ Đông Dương (1936 – 1939), hầu hết các doanh nhân có xu thế ngả theo cách mạng, nhiều người đã trực tiếp ủng hộ cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc do Đảng Cộng sản Đông Dương lãnh đạo hoặc gia nhập Đảng Dân chủ - Đảng của các nhà tư sản yêu nước, và trở thành một thành viên tích cực của Mặt trận Việt Minh.

Một trong những đặc điểm quan trọng của xã hội Việt Nam là tính khép kín của các làng xã. Mặc dù có những hạn chế trong việc phát triển quan hệ sản xuất hàng hóa, nhưng các làng xã chính là nơi lưu giữ, bảo tồn và phát triển bền vững các ngành nghề sản xuất truyền thống, đặc biệt là các làng nghề. Vì vậy, khi có điều kiện, nền sản xuất thủ công nghiệp sẽ được phát triển mạnh mẽ và là mầm mống hình thành một nền sản xuất hiện đại và làm xuất hiện một bộ phận xã hội

chuyên làm nghề kinh doanh, buôn bán. Thực tế lịch sử Việt Nam thời kỳ nửa đầu thế kỷ XX đã cho thấy có sự bùng nổ mãnh liệt của các ngành tiểu thủ công nghiệp và xuất hiện một lớp công thương khá đông đảo, kinh doanh theo phương thức hiện đại.

Cho đến trước năm 1945, đã xuất hiện thêm những hình thức kinh doanh mới. Đó là đầu tư vào ngân hàng, vào ngành khai thác mỏ và thị trường nhà đất ở các đô thị lớn. Người ta có nhận xét rằng tổng số vốn đầu tư của tư sản nhà cửa người Việt to lớn hơn tổng số vốn đầu tư vào các ngành của tư bản Pháp. Rất tiếc là cho tới nay chưa có một thống kê chính xác nào về nhận xét này. Những lĩnh vực đầu tư mới kể trên cũng là nét đặc trưng của doanh nhân Việt Nam thời cận đại.

Doanh nhân Việt Nam thời kỳ này có một số đặc trưng nổi bật sau đây:

- Doanh nhân kiêm trí thức hoặc trí thức đem trí tuệ và tài năng đầu tư kinh doanh vào mọi lĩnh vực, kể cả văn hóa, giáo dục.

- Có trí sáng tạo tài hoa, học hỏi khoa học kỹ thuật để chấn hưng nền kinh tế dân tộc.

- Có xu hướng luôn gắn sản xuất với thương mại để công việc kinh doanh vừa phát đạt vừa vững chắc.

Có thể thấy rằng trong giai đoạn này, doanh nhân Việt Nam đã có nhiều thành tựu xuất sắc, góp phần to lớn vào sự nghiệp kinh tế dân tộc và do đó có vị trí được tôn vinh chưa từng có so với trước và cả thời kỳ sau này, cho tới trước năm 1986.

2.1.4.3. Thời kỳ 1945 – 1985

- *Trong năm đầu sau Cách mạng tháng Tám*, doanh nhân nước ta đã thể hiện lòng yêu nước thiết tha, nhiệt thành ủng hộ Chính phủ và được cả nước tôn vinh.

Trong thời kỳ kháng chiến, ở *vùng tự do*, chủ yếu là vùng nông thôn, miền núi, do trong điều kiện chiến tranh và bị chia cắt giữa các vùng nên doanh nhân chỉ còn là các tiểu chủ sản xuất nhỏ ở các làng quê và tiểu thương. Số lượng những người kinh doanh này không nhiều và quy mô nhỏ nhưng đã góp phần ổn định cuộc sống của nhân dân và cung cấp nhu yếu phẩm cần thiết cho kháng chiến. Ở *vùng tạm chiếm*, các hoạt động sản xuất kinh doanh khá phát triển, nhất là tại Sài Gòn, Hà Nội và các đô thị lớn. Tuy nhiên, do điều kiện chiến tranh, môi trường kinh doanh không ổn định nên các doanh nhân chủ yếu là đầu tư trong lĩnh vực thương mại, công nghiệp vẫn duy trì nhưng không có gì nổi bật so với trước. Một

số doanh nhân đã tích cực ủng hộ kháng chiến, có thái độ chính trị tốt đối với cách mạng. Ở Hà Nội, nhiều nhà kinh doanh công thương nghiệp đã hăng hái mua công phiếu kháng chiến, ủng hộ tài chính và là cơ sở bí mật của cán bộ ở nội thành. Sau kháng chiến, có tới gần 100 nhà công thương được Chính phủ tặng thưởng huân, huy chương Kháng chiến và Bằng khen.

- *Trong những năm 1954 - 1975*, đất nước tạm thời bị chia cắt thành hai miền với hai chế độ chính trị khác nhau, do vậy đặc điểm và bị thế xã hội của doanh nhân ở từng miền cũng rất khác nhau.

Ở miền Bắc, sau thời kỳ khôi phục kinh tế (1954-1957), kinh tế tư bản tư nhân bị xóa bỏ, chỉ còn lại một bộ phận nhỏ kinh tế cá thể của nông dân, thợ thủ công. Trong khu vực kinh tế nhà nước, các cán bộ lãnh đạo các xí nghiệp và cơ sở kinh tế quốc doanh là cán bộ, công chức nhà nước. Họ là những công chức được hưởng lương của Nhà nước, kinh doanh bằng vốn của Nhà nước và thực hiện nhiệm vụ sản xuất theo kế hoạch, mệnh lệnh của Nhà nước. Do vậy, đội ngũ doanh nhân thực sự không còn nữa.

Trong mô hình kinh tế kế hoạch hóa tập trung, quan liêu bao cấp ở miền Bắc thời kỳ 1960 – 1975 và đến năm 1985 trên phạm vi cả nước, trong chính sách của Nhà nước cũng như thái độ của xã hội, những người hoạt động sản xuất kinh doanh tư nhân, cá thể được coi là đối lập với xã hội. Do đó doanh nhân không còn cơ sở để tồn tại. Có thể nói, chưa bao giờ những người kinh doanh tư nhân lại bị miệt thị, khinh rẻ như thời kỳ này. Tuy nhiên, kinh tế tư nhân vẫn len lỏi tồn tại, giữ vững được mạch sống kinh tế của đất nước. Hiện tượng "chợ đen", "chợ giời" "buôn bán tem phiếu", "làm chui" .v.v., mặc dù bị cấm đoán gắt gao, nhưng vẫn không bị triệt tiêu và nếu có điều kiện sẽ bùng nổ mạnh mẽ.

- *Ở miền Nam*, trong những năm 1954- 1975, quan hệ sản xuất tư bản chủ nghĩa hình thành từ thời kỳ Pháp thuộc vẫn được duy trì và phát triển liên tục. Vì vậy các doanh nhân Việt Nam với đầy đủ các thành phần cũ vẫn tồn tại. Nhìn chung số lượng doanh nhân người Việt vẫn tiếp tục phát triển và bị phân hóa thành nhiều bộ phận. Một số nhà kinh doanh tồn tại và phát triển gắn liền với kinh doanh hàng viện trợ, gắn quyền lợi với chiến tranh, tức là lớp tư sản mại bản, tư sản người Hoa và các nhà tư sản nước ngoài (Pháp, Mỹ, Nhật, v.v.). Một số nhà kinh doanh có thái độ “trung lập”, đứng ngoài chính trị, mong muốn "làm ăn sạch sẽ"; một bộ phận khác có ý thức dân tộc, ủng hộ cách mạng, là cơ sở của cách mạng.

Tóm lại, trong lịch sử dân tộc, doanh nhân Việt Nam có đặc điểm là:

- Sự tồn tại và phát triển của doanh nhân trong lịch sử gắn liền với sự thăng trầm của lịch sử dân tộc. Doanh nhân luôn luôn giữ vai trò quan trọng cho sự phát triển nền kinh tế dân tộc. Ngoài sự đóng góp to lớn về kinh tế, những người kinh doanh nhân chân chính còn là một lực lượng đóng góp cho sự nghiệp giải phóng dân tộc. Tuy nhiên, do những điều kiện lịch sử như đã đề cập ở trên, hầu như họ rất hiếm khi được xã hội đề cao và tôn vinh. Chỉ có hai thời điểm mà địa vị xã hội của các doanh nhân được nêu cao, đó là thời kỳ cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX và thời kỳ năm đầu sau Cách mạng tháng Tám. Đó là đặc điểm lớn nhất về vai trò và vị thế xã hội của doanh nhân Việt Nam trong lịch sử.

- Thành phần xuất thân rất đa dạng, phương thức kinh doanh rất không đồng nhất, nhưng phần lớn là kết hợp sản xuất với thương mại. Sự kết hợp này khiến cho các doanh nhân phát triển mạnh, chiếm lĩnh những thương hiệu đỉnh cao, làm nổi bật địa vị kinh tế của họ. Đa số họ làm ăn chân chính, có ý thức dân tộc.

- Bước đầu hình thành đội ngũ doanh nhân trí thức và trở thành một xu thế tốt đẹp của doanh nhân Việt Nam. Nhiều người từ tay trắng làm nên nghiệp lớn, đầy tài năng và óc sáng tạo.

- Do đặc điểm lịch sử đã nêu trên, ở Việt Nam thiếu các điều kiện ổn định để có những doanh nhân cha truyền con nối, dài lâu cũng chỉ mấy chục năm (ví dụ nước mắm Vạn Vân, Tương Cự Đà). Ở các nước khác (châu Âu, Trung Quốc ...) có những hàng buôn, hàng sản xuất, thương hiệu từng tồn tại hàng trăm năm, hàng thế kỷ.

- Doanh nhân hay người kinh doanh công thương nghiệp luôn gắn liền với sự tồn tại và phát triển của kinh tế hàng hóa, của các hình thức kinh doanh, của doanh nghiệp. Không có kinh tế hàng hóa và các hình thức tổ chức sản xuất kinh doanh công thương nghiệp thì không có doanh nhân.

Chính sách của nhà nước có vai trò đặc biệt quan trọng đối với sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân. Trong thực tế, nhà nước không bao giờ có thể ngăn chặn được sự tồn tại và phát triển của kinh tế tư nhân, doanh nghiệp và doanh nhân. Tuy nhiên, nhà nước có thể kìm hãm hay thúc đẩy sự phát triển đó. Chính sách thích hợp của nhà nước có tác động mạnh mẽ đối với sự phát triển phồn thịnh của kinh doanh, của doanh nhân và tinh thần kinh doanh của toàn xã hội.

2.2. Các nhân tố tác động đến sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta thời kỳ đổi mới (1986 đến nay)

Như đã nêu ở trên, doanh nhân được hình thành và phát triển gắn liền với những điều kiện lịch sử nhất định. Một trong những biến đổi quan trọng nhất ở nước ta là sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân mới. Có rất nhiều nhân tố tác động đến quá trình này. Phần sau đây phân tích *những yếu tố chủ yếu tác động đến sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta từ sau năm 1986*.

2.2.1. Đường lối đổi mới và sự chuyển đổi sang cơ chế kinh tế thị trường

Cho đến nay, Việt Nam đã trải qua hơn 20 năm đổi mới với nhiều biến đổi quan trọng. Đường lối đổi mới là nhân tố quyết định nhất đến sự xuất hiện và phát triển của đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta. Nội dung cơ bản của đường lối đổi mới về kinh tế ở nước ta là:

- Từng bước xóa bỏ cơ chế kế hoạch hóa tập trung, chuyển sang xây dựng cơ chế kinh tế thị trường định hướng XHCN. Trong quá trình đó, hệ thống chính sách của Đảng và Nhà nước ta đã có những đổi mới căn bản, cụ thể là:

- + Từ chỗ chủ yếu phát triển kinh tế công hữu (đồng nghĩa giản đơn với chủ nghĩa xã hội), không thực sự thừa nhận nền kinh tế nhiều thành phần đã đi đến khẳng định chủ trương xây dựng nền kinh tế đa sở hữu, gắn với dân chủ hoá nền kinh tế. Từ ba chế độ sở hữu cơ bản (toàn dân, tập thể và tư nhân) hình thành nên nhiều thành phần kinh tế; các hình thức sở hữu không tồn tại biệt lập, mà đan xen, hỗn hợp trong các loại hình sản xuất, kinh doanh; phát triển mạnh hình thức sở hữu hỗn hợp, sở hữu cổ phần. Từng bước xác định rõ tính pháp lý của sở hữu để có chủ sở hữu cụ thể nhằm phát huy các nguồn lực cho phát triển (nhất là với đất đai, bất động sản gắn liền với đất đai, tài sản của doanh nghiệp nhà nước); từ sở hữu chủ yếu về mặt hiện vật đã chuyển sang sở hữu về giá trị tài sản, trí tuệ .v.v.

- + Từ chỗ coi xí nghiệp quốc doanh là hình thức cao nhất, độc quyền và phát triển với tỷ trọng lớn trong mọi ngành nghề, lĩnh vực, đã đi đến khẳng định các thành phần kinh tế kinh doanh theo pháp luật đều là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, bình đẳng, cạnh tranh lành mạnh, cùng tồn tại và phát triển lâu dài; từng bước xóa bỏ mọi hình thức phân biệt đối xử giữa các thành phần kinh tế.

- + Doanh nghiệp nhà nước được sắp xếp, cơ cấu lại theo hướng tập trung vào những ngành, lĩnh vực then chốt; từng bước hạn chế và xóa bỏ độc quyền kinh doanh;

xoá bỏ mọi hình thức bao cấp đối với doanh nghiệp nhà nước. Thực hiện quyền tự chủ và tự chịu trách nhiệm trong sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp nhà nước, chuyển mạnh sang thực hiện chế độ công ty dưới hình thức công ty cổ phần hoặc công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên là Nhà nước. Xây dựng các tổng công ty lớn, tập đoàn kinh tế mạnh do các tổng công ty nhà nước làm nòng cốt, có sự tham gia rộng rãi của các thành phần kinh tế trong và ngoài nước.

+ Đổi mới kinh tế tập thể phù hợp hơn với nguyên tắc tự nguyện, dân chủ, cùng có lợi, xã viên góp sức lao động, góp cổ phần; chủ trương phát triển nhiều hình thức hợp tác đa dạng, phù hợp với trình độ phát triển ở các ngành nghề, khu vực và trình độ khác nhau.

+ Kinh tế tư nhân từ chỗ bị kỳ thị, hạn chế và nhiều cấm đoán, đã có những đổi mới căn bản, xác định rõ phải bảo đảm quyền tự do kinh doanh theo pháp luật của mọi công dân, coi phát triển kinh tế tư nhân là nhiệm vụ có ý nghĩa chiến lược lâu dài, khẳng định chủ trương phát triển mạnh mẽ, không hạn chế trong những ngành nghề, lĩnh vực, quan trọng mà pháp luật không cấm, coi kinh tế tư nhân là một trong những động lực thúc đẩy phát triển kinh tế, cho phép đảng viên được làm kinh tế tư nhân. Thực hiện nhất quán một mặt bằng pháp lý và tạo điều kiện kinh doanh cho các doanh nghiệp, không phân biệt hình thức sở hữu, thành phần kinh tế; tạo điều kiện để các doanh nghiệp tư nhân tiếp cận các nguồn lực của Nhà nước trên nguyên tắc cạnh tranh bình đẳng.

+ Khẳng định kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài có vai trò quan trọng, là bộ phận cấu thành của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, theo quan điểm xuyên suốt là phát huy cao độ nội lực, đồng thời tranh thủ nguồn lực bên ngoài và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế để phát triển mạnh, có hiệu quả và bền vững.

- Từ chỗ chủ yếu là quan hệ kinh tế với các nước XHCN trước đây với một nền kinh tế đóng, tương đối khép kín, đã chuyển sang một nền kinh tế mở, thực hiện đa dạng hoá, đa phương hóa các quan hệ kinh tế đối ngoại, từng bước hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế. Trong quá trình đổi mới, hoạt động kinh tế đối ngoại đã không ngừng được đẩy mạnh, đưa nền kinh tế nước ta ngày càng hội nhập sâu hơn và đầy đủ hơn với các thể chế kinh tế toàn cầu, khu vực và song phương. Chủ động và tích cực hội nhập quốc tế được coi là một chủ trương chiến lược trong quá trình xây dựng kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta.

- Quan điểm về công nghiệp hoá, hiện đại hoá cũng không ngừng được hoàn thiện, thực hiện mục tiêu đến năm 2020, nước ta cơ bản trở thành một nước công

ng nghiệp theo hướng hiện đại. Trong bối cảnh trong nước và quốc tế mới, Đảng ta đã nhấn mạnh yêu cầu phát triển nhanh, bền vững; xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ và chủ động hội nhập quốc tế; đề cao vai trò của giáo dục - đào tạo và khoa học - công nghệ là nền tảng và động lực của công nghiệp hoá, hiện đại hoá; đẩy nhanh công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp và nông thôn là nhiệm vụ lớn và cấp thiết; từng bước phát triển kinh tế tri thức, hình thành đồng bộ các yếu tố của kinh tế thị trường.

- Xác định ngày càng rõ hơn vai trò quản lý của nhà nước trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN. Vai trò của nhà nước trong quản lý nền kinh tế thị trường là cần thiết và cũng từng bước xác định rõ hơn phạm vi, nội dung và phương thức quản lý nhà nước cho phù hợp với nền kinh tế thị trường.

Trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta, quản lý nhà nước về kinh tế là một yêu cầu khách quan và phải tuân thủ các nguyên tắc chung của quản lý nhà nước về kinh tế trong nền kinh tế thị trường hiện đại. Nhìn chung, sự can thiệp của nhà nước vào nền kinh tế là nhằm mục tiêu hạn chế và khắc phục những thất bại của kinh tế thị trường. Tuy nhiên, trong điều kiện của một nền kinh tế chuyển đổi như Việt Nam, thị trường có thể hoạt động không hiệu quả bởi các rào cản. Do vậy, Nhà nước có vai trò quan trọng nhằm hạn chế những rào cản đối với việc ra đời, phát triển và hoàn thiện các yếu tố thị trường, các loại thị trường; tích cực xây dựng nền tảng thể chế và pháp lý hỗ trợ, thúc đẩy cho các thị trường ra đời và vận hành theo quy luật của nó. Xác định sự phân bổ nguồn lực xã hội được thực hiện thông qua thị trường; Nhà nước thực hiện các chính sách, biện pháp nhằm tạo lập thị trường, khuyến khích thị trường.

- Từng bước hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng phù hợp với những nguyên tắc cơ bản của kinh tế thị trường nhằm thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhanh, hiệu quả, bền vững, hội nhập kinh tế quốc tế. Mô hình kinh tế thị trường định hướng XHCN đang được xây dựng với nội dung cơ bản là, các thiết chế, công cụ và nguyên tắc vận hành kinh tế thị trường được tự giác tạo lập và sử dụng nhằm giải phóng triệt để sức sản xuất, từng bước cải thiện đời sống nhân dân; phát triển nền kinh tế nhiều hình thức sở hữu; khuyến khích làm giàu hợp pháp, thực hiện tiến bộ công bằng xã hội; tiếp tục hoàn thiện thể chế về sở hữu, phát triển các thành phần kinh tế, các loại hình doanh nghiệp và các tổ chức sản xuất kinh doanh. Đổi mới, phát triển và nâng cao hiệu quả hoạt động của các chủ thể trong nền kinh tế.

Đường lối đổi mới nêu trên là nhân tố chủ yếu, quyết định nhất để hình thành đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta. Vì vậy, có thể khẳng định rằng, đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta là sản phẩm của công cuộc đổi mới do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo.

2.2.2. Chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nghiệp và doanh nhân

2.2.2.1. Nhận thức mới và chính sách phát triển doanh nghiệp, doanh nhân

Như đã nêu ở trên, ngay từ sau cách mạng tháng 8 - 1945 và cho đến trước khi tiến hành “cải tạo XHCN”, Chủ tịch Hồ Chí Minh và Đảng ta đã đánh giá cao vai trò của doanh nghiệp tư nhân và giới doanh nhân trong công cuộc kiến thiết đất nước. Ngay sau khi giành được độc lập, ngày 9-10-1945, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã ký ban hành Sắc lệnh số 48 “cho phép các công ty và các hãng ngoại quốc được phép tiếp tục công việc doanh nghiệp”¹. Trong thư gửi giới công thương ngày 13-10-1945, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã đánh giá cao vai trò của giới công thương trong việc xây dựng nền kinh tế tài chính vững vàng và thịnh vượng. Đại hội lần thứ II của Đảng (năm 1951) xác định: Xây dựng kinh tế quốc dân cần có tư bản. Giai cấp tư sản dân tộc cần và có thể góp phần vào việc phát triển công thương nghiệp nhà nước. Trong thời kỳ khôi phục kinh tế (1954-1957), Đảng và Chính phủ chủ trương khuyến khích phát triển nền kinh tế nhiều thành phần. Báo cáo tại kỳ họp thứ 4 của Quốc hội khóa I, tháng 3 - 1955 nhấn mạnh: Cần hướng dẫn, khuyến khích giúp đỡ kinh doanh tư nhân của tư sản dân tộc. Tư sản ngoại quốc cũng cần được chiếu cố một cách thích đáng.

Từ năm 1958, miền Bắc bắt đầu thực hiện “cải tạo xã hội chủ nghĩa” và phát triển nền kinh tế theo mô hình kế hoạch hóa tập trung. Theo đó, kinh tế tư nhân và những người kinh doanh công thương nghiệp tư nhân bị hạn chế, cải tạo và dần dần bị xóa bỏ.

Chủ trương xây dựng đội ngũ doanh nhân trong quá trình đổi mới ở nước ta được gắn liền với công cuộc đổi mới, với xây dựng và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN. Có thể tóm tắt quá trình thể chế hóa phát triển doanh nghiệp tư nhân và đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đổi mới ở nước ta như sau.

Bước đột phá đầu tiên cho tư duy kinh tế mới là Nghị quyết Hội nghị lần thứ 6 BCH TW Đảng khóa IV tháng 9/1979. Nghị quyết đã đánh giá tình hình khủng hoảng ở nước ta và nêu ra một số giải pháp cấp bách trong quản lý kinh tế, trong đó thừa nhận kinh tế nhiều thành phần, bao gồm kinh tế quốc doanh, công tư hợp

¹ Công báo 1945, trang 34

doanh, tập thể và cá thể. Tháng 1/1981, Ban Bí thư ra Chỉ thị 100-CT/TW về khoán trong nông nghiệp, mở rộng “khoán sản phẩm đến nhóm lao động và người lao động”. Tiếp đó là một loạt các chính sách trong các lĩnh vực công nghiệp, phân phối lưu thông (Quyết định 25-CP (28/1/1981), NQ26 NQ-TW của Bộ Chính trị, Chỉ thị 109 của Ban Bí thư TW (1980), Nghị quyết TW 8, khoá V). Đó là những bước đổi mới đầu tiên nhằm chuyển từ cơ chế quản lý kế hoạch hoá tập trung quan liêu, bao cấp sang cơ chế thị trường. Tuy nhiên, cho đến trước năm 1986, chúng ta vẫn chưa có được những bước đột phá toàn diện và mạnh mẽ, cơ chế quan liêu bao cấp vẫn được duy trì. Kinh tế cá thể vốn đã nhỏ yếu vẫn bị kìm hãm, chính sách ngăn sông cấm chợ đã bóp nghẹt nền kinh tế hàng hoá. Mặc dù bị hạn chế gắt gao nhưng KTTN mà chủ yếu là kinh tế cá thể vẫn tiếp tục len lỏi tồn tại và ở nhiều nơi đã trở thành nguồn thu nhập chính cho các hộ nông dân.

Tháng 12/1986, Đại hội VI của Đảng đã thừa nhận sự tồn tại khách quan của KTTN bao gồm kinh tế tiểu sản xuất - hàng hoá, tiểu thương, tư sản nhỏ.

Ngày 29/03/1989, Hội nghị Trung ương 6 (khoá VI) nêu rõ quan điểm: Thực hiện nhất quán chính sách cơ cấu kinh tế nhiều thành phần, giải phóng mọi năng lực sản xuất và coi chính sách kinh tế nhiều thành phần có ý nghĩa chiến lược lâu dài, có tính quy luật từ sản xuất nhỏ đi lên CNXH và thể hiện tinh thần dân chủ về kinh tế, bảo đảm cho mọi người được tự do làm ăn theo pháp luật. Nghị quyết nhấn mạnh: các hình thức KTTN, cá thể, tiểu chủ, tư bản tư nhân vẫn cần thiết lâu dài cho nền kinh tế và nằm trong cơ cấu của kinh tế hàng hoá đi lên chủ nghĩa xã hội. Nghị quyết số 16 của Bộ Chính trị ngày 15/7/1988 cho phép các cơ sở KTTN quy mô nhỏ được hoạt động trong các ngành sản xuất công nghiệp, xây dựng, vận tải, dịch vụ và cho phép đổi mới chính sách và cơ chế quản lý đối với các cơ sở sản xuất thuộc các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh. Thực hiện đường lối đó, Nhà nước cũng đã ban hành các văn bản pháp qui về KTTN.

Tháng 12/1987, Quốc hội thông qua Luật đầu tư nước ngoài, chính thức chấp nhận hoạt động kinh doanh của tư bản nước ngoài ở nước ta. Tháng 3/1988, Chính phủ ban hành Nghị định 27/NĐ về kinh tế tư doanh và Nghị định 29 về kinh tế gia đình, thực tế là đã chấp nhận quyền hoạt động kinh doanh của KTTN.

- Luật Công ty và Luật DNTN có hiệu lực từ 15 tháng 4 năm 1991 đã tạo cơ sở pháp lý quan trọng cho các DNTN quy mô lớn hoạt động. Đây là những văn bản pháp luật quan trọng đầu tiên thừa nhận sự tồn tại khách quan của KTTN trong nền kinh tế nhiều thành phần, khuyến khích tư nhân đầu tư kinh doanh. Luật DNTN nêu rõ: Nhà nước công nhận sự tồn tại lâu dài và phát triển của DNTN, thừa nhận sự bình đẳng trước pháp luật của DNTN với các DN khác và tính sinh lợi hợp pháp của kinh

doanh. Trong khuôn khổ pháp luật, chủ DNTN có quyền tự do kinh doanh và chủ động trong mọi hoạt động kinh doanh.

Đại hội VII tiếp tục khẳng định phát triển kinh tế nhiều thành phần là cần thiết để giải phóng và phát huy mọi tiềm năng sản xuất. Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên CNXH khẳng định phát triển nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần theo định hướng XHCN, đã đánh giá KTTN: Kinh tế cá thể còn có phạm vi tương đối lớn, từng bước đi vào làm ăn hợp tác trên nguyên tắc tự nguyện dân chủ, cùng có lợi. Tư bản tư nhân được kinh doanh trong những ngành có lợi cho quốc kế dân sinh do pháp luật quy định. Phát triển kinh tế tư bản nhà nước dưới nhiều hình thức. Kinh tế gia đình được khuyến khích phát triển mạnh.

Chiến lược ổn định và phát triển kinh tế - xã hội thời kỳ 1991-2000 nhấn mạnh: Kinh tế tư bản tư nhân được phát triển không hạn chế về quy mô và địa bàn hoạt động trong những ngành, nghề mà pháp luật không cấm. Vai trò, vị trí của KTTN ngày càng được nhận thức và đánh giá rõ hơn. Văn kiện Hội nghị toàn quốc giữa nhiệm kỳ khoá VII đã đánh giá kinh tế cá thể, tiểu chủ là bộ phận đông đảo có tiềm năng to lớn, có vị trí quan trọng lâu dài, kinh tế tư bản tư nhân trong và ngoài nước đang ngày càng phát triển và có những đóng góp tích cực cho sự nghiệp xây dựng đất nước. Nhà nước tiếp tục khuyến khích kinh tế tư bản tư nhân phát triển trong những ngành và lĩnh vực mà pháp luật không cấm, bảo hộ quyền sở hữu và lợi ích hợp pháp của các nhà kinh doanh tư nhân, đồng thời cũng lưu ý ngăn chặn những việc làm phi pháp.

Một trong những cơ sở pháp lý quan trọng và có hiệu lực cao nhất bảo đảm cho sự phát triển lâu dài và bình đẳng của các DN ngoài quốc doanh là Hiến pháp năm 1992¹. Hiến pháp 1992 đã xác định cần xoá bỏ sự độc tôn của kinh tế quốc doanh và kinh tế tập thể, thừa nhận và bảo hộ các thành phần kinh tế cá thể và tư bản tư nhân. So với quy định trước đây của Hiến pháp năm 1980, sự tồn tại lâu dài của KTTN đã được thừa nhận một cách hợp pháp¹. Hiến pháp thừa nhận sự tồn tại khách quan của nhiều hình thức sở hữu, bảo hộ vốn và tài sản hợp pháp của người kinh doanh². Lần đầu tiên kể từ năm 1954, sở hữu tư nhân đã được Hiến pháp thừa nhận và coi là một trong ba chế độ sở hữu chủ yếu trong nền kinh tế. Có thể nói Hiến pháp năm 1992 đã đặt những nền móng vững chắc cho sự phát triển lâu dài và ổn định của KTTN.

¹ Bản Hiến pháp này được Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam thông qua ngày 15/04/1992.

¹ Phát triển và quản lý các DN ngoài quốc doanh, chương 3, trang 86

² Điều 15, 21, 23 của Hiến pháp 1992

Luật khuyến khích đầu tư trong nước (tháng 6/1994) đã tạo điều kiện thuận lợi cho tất cả các thành phần kinh tế được đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh. Ngày 12/05/1995, Chính phủ ra Nghị định 29/CP quy định đối tượng khuyến khích đầu tư là các thành phần kinh tế, bao gồm cả KTTN. Hoạt động đầu tư được mở rộng, KTTN được tham gia hoạt động kinh doanh các ngành nghề mà pháp luật không cấm (như kinh doanh bảo hiểm, nhà ở .v.v., là những lĩnh vực trước đây là độc quyền của DNNN).

Đại hội VIII của Đảng (1996), tiếp tục khẳng định vai trò của KTTN, trong đó kinh tế cá thể và tiểu chủ có vị trí quan trọng, lâu dài, kinh tế tư bản tư nhân có khả năng góp phần xây dựng đất nước, đòi hỏi Nhà nước vừa phải khuyến khích phát triển, vừa phải tăng cường quản lý, hướng dẫn làm ăn hợp pháp. Hội nghị TW 4 (khoá VIII) nhấn mạnh: tiếp tục cụ thể hoá chủ trương nhất quán xây dựng nền kinh tế nhiều thành phần bằng cách hoàn thiện môi trường kinh doanh hợp pháp, tạo điều kiện và khuyến khích các DN thuộc các thành phần kinh tế đầu tư phát triển và mở rộng các hình thức hợp tác, liên kết giữa các thành phần kinh tế. KTTN đã được coi là bộ phận hợp thành quan trọng của nền kinh tế quốc dân theo định hướng XHCN. Chính sách tự do hoá thương mại, giảm bảo hộ cho các DNNN.

Đại hội IX của Đảng (4/2001) tiếp tục khẳng định: Thực hiện nhất quán chính sách phát triển nền kinh tế nhiều thành phần. Các thành phần kinh tế kinh doanh theo pháp luật đều là bộ phận hợp thành quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, cùng phát triển lâu dài, hợp tác và cạnh tranh lành mạnh. Kinh tế cá thể, tiểu chủ có vị trí quan trọng lâu dài, khuyến khích phát triển kinh tế tư bản tư nhân rộng rãi trong những ngành nghề sản xuất, kinh doanh mà pháp luật không cấm. Đến tháng 5/2002, Hội nghị TW 5 (khoá IX) tiếp tục cụ thể hoá Nghị quyết của Đại hội Đảng IX, chỉ ra những quan điểm phát triển KTTN trong tình hình mới. Nghị quyết khẳng định tiếp tục đổi mới cơ chế, chính sách, khuyến khích và tạo điều kiện phát triển KTTN, góp phần giải phóng và phát triển lực lượng sản xuất, huy động các nguồn lực vào sản xuất, kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh của DN, tạo thêm việc làm, cải thiện đời sống nhân dân, thúc đẩy phân công lao động xã hội, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Đại hội X của Đảng (tháng 4/2006) cho phép đảng viên làm KTTN trong các ngành nghề, lĩnh vực sản xuất kinh doanh quan trọng mà pháp luật không cấm đã có tác động khuyến khích mạnh mẽ phát triển KTTN, tạo điều kiện cho KTTN được phát huy đầy đủ tiềm năng và thế mạnh, tạo sức bật lớn cho nền kinh tế. Đây được coi là bước đột phá mới về nhận thức phát triển KTTN.

Từ quan điểm và đường lối của Đảng đối với KTTN, Nhà nước cũng đã có những đổi mới cơ chế đối với KTTN mà tập trung nhất là ban hành Luật DN (Quốc hội thông qua ngày 12/06/1999) thay thế cho Luật công ty và Luật DN tư nhân. Sự ra đời của Luật DN đánh dấu một mốc mới, là bước ngoặt thúc đẩy KTTN phát triển mạnh mẽ. Luật DN đã tạo điều kiện pháp lý thuận lợi cho tư nhân trong việc thành lập và tổ chức kinh doanh.

Ngoài Luật DN, trong thời kỳ 1996-2000, Quốc hội cũng ban hành một số Luật có liên quan đến KTTN như Luật thương mại (1997), Luật các tổ chức tín dụng (1997), Luật thuế giá trị gia tăng (1997), Luật thuế thu nhập DN (1997), Luật khuyến khích đầu tư trong nước (có sửa đổi năm 1997) v.v...

Nghị định 90/2001/NĐ-CP của Chính phủ ngày 23/11/2001 về khuyến khích và trợ giúp phát triển các DNVVN là một bước đột phá quan trọng trong phát triển các DNVVN. Nghị định 90 cũng quy định thành lập các cơ quan tư vấn và điều phối hỗ trợ các DNVVN là Hội đồng khuyến khích DNVVN của Chính phủ và Cục phát triển DNVVN của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, xây dựng Quỹ bảo lãnh tín dụng, xây dựng các khu công nghiệp cho các DNVVN, thực hiện hỗ trợ cung cấp thông tin, đào tạo xúc tiến xuất khẩu... Đây là những hành động tiếp tục khẳng định chủ trương của Đảng và Nhà nước nhằm khai thác các nguồn lực quan trọng từ KTTN.

Quyết định số 94/2002/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết Hội nghị lần thứ năm, Ban Chấp hành TW Đảng khóa IX, yêu cầu các Bộ, ngành, chính quyền địa phương cần chủ động triển khai các công việc cụ thể để hỗ trợ cho KTTN phát triển. Năm 2005, Quốc hội đã thông qua Luật DN và Luật Đầu tư mới, là một bước đột phá mới nhằm tiến tới xóa bỏ sự phân biệt đối xử giữa các thành phần kinh tế, các loại hình DN.

Như vậy, chính sách kinh tế nhiều thành phần ngày càng được nhận thức rõ hơn và có nhiều chủ trương khuyến khích phát triển và các chính sách hỗ trợ. Những chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước đã tạo điều kiện thuận lợi cho KTTN phát triển.

Cùng với chính sách khuyến khích phát triển KTTN nói chung và các loại hình doanh nghiệp tư nhân nói riêng, Đảng và Nhà nước cũng đã ***từng bước xác định ngày càng rõ hơn, đầy đủ hơn vai trò của đội ngũ doanh nhân.***

Đại hội IX của Đảng (năm 2001) đã xác định vai trò của các ***nhà doanh nghiệp***: “Đổi mới và hoàn thiện các chính sách cụ thể đối với các giai cấp, các tầng lớp, các dân tộc, các tôn giáo. Chú trọng các chính sách đối với giai cấp công

nhân, giai cấp nông dân, đội ngũ trí thức, thế hệ trẻ, phụ nữ, cựu chiến binh, các lão thành cách mạng, những người có công với nước, các cán bộ nghỉ hưu, những người cao tuổi, ***các nhà doanh nghiệp***, đồng bào định cư ở nước ngoài .v.v’’¹.

Vai trò của doanh nhân Việt Nam ***lần đầu tiên*** đã được nêu lên trong Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 BCH TW khóa IX (tháng 3 năm 2003) về phát huy sức mạnh đại đoàn kết dân tộc vì dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh. Nghị quyết yêu cầu: “Coi trọng vai trò của ***các doanh nhân*** trong phát triển kinh tế-xã hội. Hoàn thiện khung pháp lý chung để ***các nhà doanh nghiệp*** yên tâm phát triển sản xuất- kinh doanh. Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với các tổ chức ***hiệp hội các nhà doanh nghiệp***”². Nghị quyết cũng đã nêu lên định hướng chính sách đối với các giai cấp, tầng lớp xã hội: Giai cấp công nhân, nông dân và đội ngũ trí thức là nền tảng của đại đoàn kết dân tộc, là “động lực chủ yếu và nhân tố có ý nghĩa quyết định bảo đảm thắng lợi bền vững của sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc”³. Ở đây, “***các nhà doanh nghiệp***” ***mới được nêu lên ở vị trí thứ tám***, như là một bộ phận xã hội, cùng với giai cấp công nhân, giai cấp nông dân, đội ngũ trí thức, thanh niên, phụ nữ, cựu chiến binh, người cao tuổi, các dân tộc thiểu số, đồng bào các tôn giáo, cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài, tạo thành sức mạnh đại đoàn kết dân tộc.

Báo cáo của BCH Trung ương Đảng tại Đại hội X nêu: “Chúng ta cần tiếp tục đổi mới các chính sách cụ thể đối với các giai cấp, các tầng lớp, các dân tộc, các tôn giáo; chú trọng chính sách đối với giai cấp công nhân, giai cấp nông dân, trí thức, ***doanh nhân***, thế hệ trẻ, phụ nữ, cựu chiến binh, người cao tuổi, đồng bào định cư ở nước ngoài”⁴. So với Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX, vị trí của doanh nhân đã được Đại hội X nâng lên một tầm cao mới⁵.

Báo cáo chính trị của BCHTW Đảng tại Đại hội X xác định yêu cầu tạo điều kiện cần thiết để phát huy vai trò của doanh nhân, ban hành các văn bản pháp luật bảo đảm quyền tự do, dân chủ cho doanh nhân trong sản xuất kinh doanh: “Điều

¹ Đảng CSVN, Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX, Nhà XB Chính trị Quốc gia, 2001, tr. 46.

² Đảng CSVN, Văn kiện Hội nghị lần thứ 7 BCH TW Khoá IX, Nhà XB Chính trị Quốc gia, 2003, tr. 18

³ Như trên, trang 13

⁴ Đảng CSVN, Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X, Nhà XB CTQG, H, trang 42.

⁵ Doanh nhân được xác định ở vị trí thứ 4 so với vị trí thứ 11 tại Đại hội IX (năm 2001) và vị trí thứ 8 tại Nghị quyết Hội nghị TW 7 (khóa IX, năm 2003).

chính chức năng, nhiệm vụ và tổ chức bộ máy của Nhà nước, tăng cường vai trò điều tiết vĩ mô nền kinh tế, tạo môi trường kinh doanh và hỗ trợ doanh nghiệp phát triển, không can thiệp trực tiếp vào sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và **doanh nhân**, có như vậy mới bảo đảm cho nền kinh tế phát triển theo đúng quy luật của nền kinh tế thị trường”¹.

Đồng thời, Đại hội X cũng yêu cầu thực hiện đúng các quy định pháp luật theo hướng dân chủ, “bảo vệ tài sản hợp pháp của các **doanh nhân** và doanh nghiệp. Cần loại bỏ các quy định pháp luật không phù hợp về việc khám xét nơi ở và làm việc, tịch thu hoặc giữ tài sản của công dân và doanh nghiệp. Các cơ quan có thẩm quyền phải đền bù thích đáng cho **doanh nhân** và những doanh nghiệp về những thiệt hại và cả danh dự và vật chất do những quyết định trái pháp luật gây ra”².

Để tiếp tục làm thay đổi tư duy nhận thức và tâm lý xã hội đối với doanh nhân, coi trọng doanh nhân, Đại hội X đã nêu rõ quan điểm, cần phải “Bồi dưỡng, đào tạo và tôn vinh các **doanh nhân** có tài, có đức và thành đạt”³, đồng thời “xoá bỏ mọi rào cản tâm lý xã hội và môi trường kinh doanh cho các loại hình doanh nghiệp của tư nhân phát triển, không hạn chế quy mô, mọi ngành nghề, lĩnh vực, kể cả lĩnh vực sản xuất kinh doanh quan trọng của nền kinh tế mà pháp luật không cấm”⁴.

Quyết định số 990/QĐ-TTg ngày 20 - 9 - 2004 của Thủ tướng Chính phủ về việc lấy ngày 13 - 10 hàng năm làm ngày truyền thống của doanh nhân Việt Nam là một mốc quan trọng trong chính sách của Đảng và Nhà nước thời kỳ đổi mới về vị thế của doanh nhân trong đời sống chính trị - xã hội của dân tộc. Từ đây, giới doanh nhân đã thực sự được công nhận như một chủ thể xã hội.

Các quan điểm chủ trương của Đảng đối với doanh nhân như trình bày ở trên là tương đối toàn diện, từng bước đáp ứng yêu cầu khách quan của đời sống xã hội, yêu cầu phát triển của nền kinh tế-xã hội nước ta trong giai đoạn phát triển mới. Tuy nhiên, trong thực tiễn, trong nhận thức của xã hội cũng như việc thể chế hoá các quan điểm, chủ trương của Đảng về doanh nhân vẫn còn nhiều bất cập. Đội ngũ doanh nhân vẫn chưa được đánh giá đúng với vị thế, vai trò của họ trong sự nghiệp xây dựng và phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN. Tư tưởng

¹ Như trên, trang 241.

² Như trên, trang 237.

³ Như trên, trang 84

⁴ Như trên, trang 87

dè dặt, lo ngại về kinh tế tư nhân và doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN vẫn còn ăn sâu trong tư duy và hành động của một số cán bộ, đảng viên.

2.2.2.2. Một số chính sách cụ thể đối với doanh nghiệp, doanh nhân thời kỳ đổi mới a, Cải thiện môi trường kinh doanh

Trong hơn 20 năm qua, môi trường kinh doanh ngày càng được cải thiện rõ rệt hơn. Chính phủ, các Bộ, ngành và các địa phương đã có nhiều nỗ lực với các biện pháp cụ thể nhằm từng bước tháo gỡ các vướng mắc của các doanh nghiệp, doanh nhân, trong đó tập trung giải quyết một số vấn đề bức xúc, nhất là về cải cách thủ tục hành chính, mặt bằng sản xuất, thuế và hải quan.

Cải cách các thủ tục hành chính liên quan đến doanh nghiệp đã được cộng đồng doanh nghiệp đánh giá cao, trong đó, các thủ tục hành chính trong quản lý thuế và hải quan được cải cách nhiều nhất. Các thủ tục hành chính về đăng ký kinh doanh và chế độ báo cáo của doanh nghiệp tiếp tục được đơn giản hoá, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp. Nghị định 109/2004/NĐ-CP ngày 2/4/2004 về đăng ký kinh doanh đã đưa ra một số quy định mới thuận lợi hơn cho đăng ký kinh doanh. Trình tự, thủ tục và hồ sơ thành lập doanh nghiệp được rút ngắn. Thời gian thành lập doanh nghiệp đã giảm từ khoảng hơn 90 ngày trước đây, xuống còn 7 ngày, kể từ khi nhận đủ hồ sơ hợp lệ (ở nhiều địa phương, thời gian đăng ký kinh doanh chỉ còn 2 - 4 ngày). TP. Hồ Chí Minh đã thử nghiệm đăng ký kinh doanh qua mạng, rút ngắn thời gian đăng ký kinh doanh xuống chỉ còn 1 giờ, chi phí cho việc đăng ký kinh doanh đã giảm đáng kể.

Các cơ quan thuế, hải quan, kho bạc đã bước đầu thực hiện kết nối thông tin với nhau nên đã làm giảm được khoảng 50% số chỉ tiêu mà doanh nghiệp cần báo cáo và giúp cho thủ tục kê khai nộp thuế, hoàn thuế nhanh chóng hơn. Thời gian làm thủ tục đăng ký mã số thuế và hải quan ở một số địa phương đã giảm xuống còn 10 ngày. Thủ tục mua hoá đơn cũng đơn giản hơn và khuyến khích doanh nghiệp tự in hoá đơn. Việc đơn giản hơn các thủ tục hành chính là một trong những nhân tố quan trọng làm cho số doanh nghiệp đăng ký kinh doanh và bổ sung ngành, nghề kinh doanh tăng nhanh trong những năm gần đây.

Chính sách thuế và các vấn đề liên quan đến thuế đã được nhiều lần điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung cho phù hợp với sự thay đổi của nền kinh tế. Các sắc thuế hiện hành có liên quan tới doanh nghiệp, doanh nhân gồm: Thuế giá trị gia tăng (VAT); Thuế thu nhập DN; Thuế sử dụng đất nông nghiệp; Thuế nhà đất; Thuế

chuyển quyền sử dụng đất; Thuế tài nguyên; Thuế xuất, nhập khẩu; Thuế tiêu thụ đặc biệt; Thuế môn bài; Thuế thu nhập đối với người có thu nhập cao. Chính sách thuế đã có nhiều mặt tích cực, hỗ trợ cho các doanh nghiệp tư nhân phát triển sản xuất - kinh doanh: hệ thống thuế ngày càng hoàn chỉnh hơn, mục đích của các sắc thuế rõ ràng hơn; đối tượng chịu thuế được mở rộng, về cơ bản, thuế không phân biệt đối xử theo thành phần kinh tế; thuế suất áp dụng theo hướng áp dụng thống nhất cho các đối tượng và đơn giản hoá: giảm cả về số lượng và mức thuế suất; có nhiều ưu đãi thuế cho các doanh nghiệp theo các sắc lệnh thuế hiện hành.

Quyết định 197/2003/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ có hiệu lực từ ngày 1/1/2004 thí điểm về tự kê khai, tự tính, tự nộp thuế, bỏ cơ chế thông báo thuế, áp đặt hoặc tính thuế thay doanh nghiệp. Cơ chế tự tính, tự kê khai, tự nộp thuế được áp dụng ở các địa phương là một bước tiến đến xây dựng một hệ thống tự đánh giá theo chuẩn mực quốc tế trong việc áp dụng thuế thu nhập doanh nghiệp.

Công tác kiểm tra của hải quan được chuyển từ “tiền kiểm” sang “hậu kiểm”, thực hiện kiểm tra có trọng điểm, mở rộng diện miễn kiểm tra hoặc kiểm tra xác xuất, giảm bớt các loại giấy tờ trong hồ sơ, thủ tục hải quan.

Môi trường pháp lý cho các doanh nghiệp tư nhân cũng tiếp tục được đổi mới. Cơ sở pháp lý phân định rõ quyền của Nhà nước, của cán bộ, công chức nhà nước với quyền của doanh nghiệp, doanh nhân đã được xác định rõ hơn, từng bước xoá bỏ thói quen ôm đồm, làm thay và gây phiền hà, khó khăn cho doanh nghiệp. Lần đầu tiên, thẩm quyền cấm hay hạn chế kinh doanh được giới hạn vào 3 cơ quan thẩm quyền cao nhất (Quốc hội, Uỷ ban Thường vụ Quốc hội và Chính phủ). Đây là cơ sở pháp lý quan trọng cho việc bãi bỏ các loại giấy phép, thực hiện kinh doanh không cần giấy phép. Nhà nước đã từng bước hoàn thiện hệ thống pháp luật đảm bảo các doanh nghiệp đều bình đẳng trước pháp luật. Các Luật Thương mại, Luật Lao động, Luật cạnh tranh, Luật Doanh nghiệp thống nhất, Luật Đầu tư chung cùng với việc triển khai các đề án cải cách thủ tục hành chính đã tạo môi trường kinh doanh thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp, doanh nhân.

Công tác quản lý đất đai cũng được cải tiến và phân cấp cụ thể hơn. Các khâu trung gian và thời gian làm các thủ tục hành chính trong việc giao đất, thuê đất làm mặt bằng sản xuất kinh doanh được rút ngắn. Các doanh nghiệp được phép tự thoả thuận với người có đất trong việc sử dụng đất làm mặt bằng sản xuất, kinh doanh thông qua việc nhận chuyển nhượng, thuê quyền sử dụng đất, nhận góp vốn bằng quyền sử dụng đất. Nhiều địa phương đã ban hành các quy định thông thoáng, minh bạch, đơn giản hơn về quy trình, thủ tục giao đất, cho thuê đất và quy trình thực hiện đền bù giải phóng mặt bằng.

b, Chính sách vốn, tín dụng đã có nhiều đổi mới rất cơ bản, góp phần tạo môi trường và điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất, kinh doanh. Chính sách vốn, tín dụng đã tạo môi trường và điều kiện cho doanh nghiệp, doanh nhân huy động và sử dụng vốn. Đổi mới chính sách huy động và sử dụng vốn, chuyển từ cấp phát vốn qua ngân sách cho các DNNN là chủ yếu sang việc tạo môi trường thuận lợi cho tất cả các thành phần kinh tế đều có thể tiếp cận các nguồn vốn, thông qua một loạt chính sách và biện pháp như:

Cải cách hệ thống ngân hàng, mở rộng và phát triển hệ thống thu hút và cung ứng vốn của các ngân hàng thương mại, ngân hàng cổ phần, các hợp tác xã tín dụng, ngân hàng nước ngoài; mở rộng đối tượng cho vay, ban hành thể lệ tín dụng đối với doanh nghiệp; phát triển các tổ chức tài chính khác: công ty bảo hiểm, công ty cho thuê tài chính; chấn chỉnh hoạt động của hệ thống tài chính phi chính thức, mở rộng điều kiện cầm cố, hạn chế cho vay nặng lãi; cho phép các DN huy động vốn bằng phát hành trái phiếu, cổ phiếu để bổ sung vốn cũng như vay vốn nước ngoài; xúc tiến hình thành thị trường vốn trung hạn, dài hạn, thị trường chứng khoán.

Trong nhiều năm qua, Chính phủ đã có nhiều biện pháp để hỗ trợ vốn cho doanh nghiệp như thành lập Quỹ hỗ trợ đầu tư quốc gia, Quỹ bảo lãnh tín dụng địa phương, quỹ cho vay theo các chương trình hỗ trợ phát triển; triển khai các chương trình tín dụng hỗ trợ giải quyết việc làm cho doanh nghiệp, thực hiện các chương trình cho vay tín dụng từ các nguồn tài trợ của các nước đối với một số đối tượng đặc biệt.

Chính phủ đã ban hành một số quyết định mở rộng đối tượng được uỷ thác thực hiện tác nghiệp của Quỹ bảo lãnh cho Quỹ hỗ trợ phát triển; giao hoặc uỷ thác cho quỹ đầu tư tài chính địa phương. Ngân hàng Nhà nước và các ngân hàng thương mại cũng đã có các quy định thông thoáng hơn, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp cận thuận lợi hơn với các nguồn vốn tín dụng. Vì vậy, số lượng các doanh nghiệp tiếp cận được với các nguồn vốn tín dụng chính thức đã tăng lên đáng kể.

Trong những năm gần đây, Chính phủ, các bộ ngành và một số địa phương đã có *nhiều biện pháp góp phần giúp cho doanh nghiệp giảm chi phí sản xuất*, nâng cao hơn hiệu quả sản xuất kinh doanh. Đã bãi bỏ hàng trăm loại phí và lệ phí, cải tiến quy trình thu phí, giảm giá cước và các dịch vụ viễn thông đến mức thấp hơn hoặc tương đương với mức bình quân khu vực, bình ổn giá xăng dầu, xi măng.

Chính sách đầu tư đã góp phần tạo môi trường đầu tư cho doanh nghiệp,

doanh nhân, tạo điều kiện cho doanh nghiệp, doanh nhân tiếp cận các nguồn lực được thuận lợi hơn: giao đất, cho thuê đất theo quy định của pháp luật về xây dựng cơ sở hạ tầng, vay vốn tín dụng; hỗ trợ đầu tư về cho thuê mặt bằng trong các khu công nghiệp, lập và khuyến khích các quỹ hỗ trợ đầu tư để cho vay trung hạn và dài hạn; mở rộng diện khuyến khích, ưu đãi đầu tư và tăng mức độ khuyến khích ưu đãi cho đầu tư theo chiều rộng và theo chiều sâu, sản xuất để xuất khẩu, bảo đảm công bằng hơn trong khuyến khích và ưu đãi đầu tư giữa các DN trong nước và DN có vốn đầu tư nước ngoài, cũng như giữa khu vực quốc doanh và tư nhân; ưu tiên cho một số ngành, nghề và doanh nghiệp có ứng dụng công nghệ mới.

Nhà nước thực hiện các biện pháp bảo đảm an toàn cho hoạt động đầu tư; xúc tiến hình thành bảo lãnh tín dụng đầu tư, bảo hộ đầu tư, bảo đảm tài sản và lợi ích hợp pháp của nhà đầu tư .

c, Chính sách thương mại được đổi mới trên các mặt: tự do hoá thương mại, đổi mới chính sách xuất nhập khẩu, đổi mới hệ thống thuế quan. Tự do hoá thương mại bao gồm tự do hoá giá cả, tự do kinh doanh, bảo đảm bình đẳng giữa các thành phần kinh tế, xoá bỏ việc ngăn sông cấm chợ, thúc đẩy hình thành hệ thống thị trường đồng bộ, thống nhất. Đổi mới chính sách xuất - nhập khẩu: chuyển từ độc quyền ngoại thương do một số công ty ngoại thương của Nhà nước nắm giữ sang khuyến khích tất cả các thành phần kinh tế cùng tham gia.

Đổi mới thủ tục hành chính trong hoạt động xuất nhập khẩu: bỏ giấy phép xuất khẩu từng chuyến theo Nghị định 89/CP ngày 15/12/1995, bãi bỏ việc duyệt kế hoạch xuất khẩu, bỏ giấy phép xuất khẩu đối với công ty tự sản xuất sản phẩm xuất khẩu, hoặc nhập khẩu nguyên liệu cho sản xuất; thay đổi quy chế đối với xuất khẩu một số mặt hàng như gạo, dầu thô, than; mở các địa điểm kiểm tra ngoài cửa khẩu, tăng thêm địa điểm thông quan và các kho ngoại quan để gửi hàng chờ xuất, các DN được tự do lựa chọn địa điểm xuất khẩu. Cơ chế quản lý xuất nhập khẩu được chuyển từ quản lý bằng phương pháp hành chính là chủ yếu sang quản lý bằng phương pháp kinh tế, thông qua hệ thống thuế quan.

Chính sách thương mại có tác động mạnh mẽ tới doanh nghiệp, doanh nhân, góp phần tạo môi trường thuận lợi và khuyến khích hoạt động thương mại của KTTN. Việc đổi mới chính sách thương mại đã thúc đẩy thương mại phát triển, bước đầu tạo điều kiện cho doanh nghiệp tham gia vào hoạt động thương mại được thuận lợi hơn.

d, Nhà nước đã có nhiều nỗ lực trong việc đổi mới chính sách khoa học -

công nghệ với các nội dung: Xác định phương thức nhập công nghệ hợp lý (thông qua đầu tư của nước ngoài, mua bằng phát minh, sáng chế), khuyến khích đầu tư nước ngoài có công nghệ tiên tiến, thúc đẩy chuyển giao công nghệ và các hoạt động nghiên cứu - triển khai (R&D), khuyến khích và hỗ trợ các hoạt động đào tạo kỹ năng và xây dựng kết cấu hạ tầng khoa học - công nghệ, tạo môi trường thị trường và thông tin khoa học công nghệ thuận lợi cho khu vực KTTN hoạt động. Nhà nước có nhiều nỗ lực trong việc tạo lập môi trường pháp lý, tạo điều kiện cho DN yên tâm đầu tư, đổi mới công nghệ, thành lập và khuyến khích thành lập các tổ chức hỗ trợ công nghệ như: các trung tâm hỗ trợ công nghệ, các trường dạy nghề, góp phần đào tạo tay nghề, nâng cao kiến thức và hiểu biết về công nghệ cho người lao động... Đồng thời, Nhà nước đã và đang triển khai nghiên cứu các chương trình khoa học - công nghệ. Nhờ đó, bước đầu đã tạo ra môi trường cho các doanh nghiệp, doanh nhân tiếp cận với công nghệ, đầu tư phát triển công nghệ, chuyển giao và tiếp thu công nghệ mới.

e, Chính sách lao động và đào tạo nguồn nhân lực đã góp phần tạo ra một thị trường cung cấp và sử dụng lao động có số lượng và chất lượng cao, từng bước đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của các DN. Chương trình đào tạo doanh nghiệp giai đoạn 2004-2008, các chương trình đào tạo giám đốc doanh nghiệp, đào tạo cán bộ quản trị kinh doanh của các trường đại học, các Bộ/ngành, địa phương đã trang bị cho hàng trăm nghìn lượt doanh nhân những kiến thức cơ bản về quản trị doanh nghiệp. Những nội dung cơ bản của chính sách lao động và đào tạo nguồn nhân lực đối với doanh nghiệp cũng không ngừng được hoàn thiện, bao gồm:

- Các doanh nhân được quyền huy động và sử dụng lao động không hạn chế về số lượng theo điều kiện về sử dụng lao động và an toàn lao động theo luật định.
- Quy định về mức lương tối thiểu nhằm đảm bảo quyền lợi cho người lao động.
- Hoàn thiện và hỗ trợ cho hệ thống giáo dục và đào tạo nghề.
- Khuyến khích các DN đào tạo nâng cao tay nghề cho công nhân.
- Đào tạo, nâng cao trình độ quản lý cho chủ DN.

Từ khi chuyển sang cơ chế thị trường, chính sách lao động đã có bước chuyển cơ bản, chuyển từ chế độ lao động theo biên chế nhà nước sang hợp đồng lao động dựa trên cung, cầu của thị trường. Nhà nước tạo lập khuôn khổ pháp lý cho việc sử dụng lao động nhằm đảm bảo quyền lợi cho người lao động, quy định trách nhiệm và nghĩa vụ của người sử dụng lao động.

f, Chính sách hỗ trợ phát triển doanh nghiệp, doanh nhân. Nghị định 90/2001/NĐ-CP năm 2001 về chính sách trợ giúp phát triển DN nhỏ và vừa đã thúc đẩy hình thành mạng lưới các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp trên phạm vi cả nước. Nhiều Bộ/ngành, địa phương đã thành lập các tổ chức hỗ trợ phát triển doanh nghiệp như: Cục xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), Câu lạc bộ pháp chế doanh nghiệp (Bộ Tư pháp), Cục phát triển doanh nghiệp (Bộ Kế hoạch và Đầu tư). Các chương trình khuyến công, chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm, các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp bảo vệ tài sản trí tuệ .v.v., đã hỗ trợ các doanh nhân nâng cao kiến thức về thị trường quốc tế, phát triển và giới thiệu sản phẩm xuất khẩu, xây dựng thương hiệu.

Nhằm tiếp tục khuyến khích, trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa đáp ứng các yêu cầu mới về hội nhập và phát triển, ngày 30 tháng 6 năm 2009, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 56/2009/NĐ-CP về trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa thay thế Nghị định số 90/2001/NĐ-CP. Trên cơ sở đó, Chính phủ đã có Nghị quyết số 22/NQ-CP ngày 5/5/2010 về việc triển khai thực hiện Nghị định 56/2009/NĐ-CP.

Ngoài ra, các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp thông qua viện trợ chính thức của các tổ chức quốc tế cũng đã tác động mạnh mẽ tới sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân, giúp các doanh nhân tiếp cận các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh một cách hiệu quả hơn.

Đã thành thông lệ từ nhiều năm nay, Thủ tướng và lãnh đạo Chính phủ đã trực tiếp gặp cộng đồng doanh nghiệp, trực tiếp nghe và giải quyết những vấn đề bức xúc của DN. Tại các cuộc gặp đại diện cộng đồng DN, lãnh đạo Chính phủ đã trao đổi nhiều ý kiến tâm huyết, được nung nấu từ khát vọng đưa đất nước ta, dân tộc ta mau chóng thoát khỏi cảnh nghèo nàn, lạc hậu; khẳng định việc khơi dậy và phát huy tinh thần yêu nước, ý chí kinh doanh, giải phóng các lực lượng sản xuất, phát huy sức mạnh vật chất và trí tuệ của đội ngũ doanh nhân là bài học kinh nghiệm quý báu của công cuộc đổi mới.

Để đáp ứng kịp thời yêu cầu của doanh nghiệp, Chính phủ đã giao trách nhiệm cho các cơ quan hữu quan tập hợp và đề xuất cách giải quyết các kiến nghị của doanh nghiệp về thể chế, chính sách, đồng thời lập các nhóm công tác gồm cán bộ có trách nhiệm của một số ngành, đặc biệt là thuế, hải quan, quản lý đất đai, ngân hàng trực tiếp đến các địa phương giải quyết tại chỗ những vướng mắc cụ thể của doanh nghiệp. Ở nhiều địa phương như Hà Nội, Hải Dương, Hải Phòng, Nghệ An, TP. Hồ Chí Minh.v.v., lãnh đạo các tỉnh, thành phố cũng đã định kỳ tổ chức gặp các doanh nghiệp, không phải hàng năm mà là hàng quý, hàng tháng và thiết lập “đường

dây nóng” để kịp thời giải quyết vướng mắc của DN.

g, Chính sách phát triển các tổ chức đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân.

Ngay sau ngày miền Bắc được giải phóng (1954), Chính phủ đã bắt đầu thực hiện chủ trương về quyền thành lập hội của mọi người dân Việt Nam. Quyền thành lập và tham gia các tổ chức quần chúng đã được khẳng định về pháp lý. Sắc lệnh số 102-SL/L-004 do Chủ tịch Hồ Chí Minh ký ngày 20 tháng 5 năm 1957 khẳng định quyền tự do lập hội của người dân: “Quyền lập hội của người dân được tôn trọng và bảo đảm”, “Không ai được quyền xâm phạm quyền lập Hội và quyền tự do vào Hội, ra Hội của người khác”; “Người nào xâm phạm đến quyền lập Hội hoặc đến quyền tự do vào Hội, ra Hội của người khác có thể bị cảnh cáo hoặc bị truy tố trước tòa án hoặc bị xử phạt tù từ một tháng đến một năm”¹.

Hiến pháp nước CHXHCN Việt Nam năm 1980 lần đầu tiên đã khẳng định vai trò quan trọng của các tổ chức chính trị xã hội như: Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Tổng liên đoàn lao động Việt Nam.

Tuy nhiên, trong thời kỳ trước đổi mới (trước năm 1986), hệ thống các tổ chức chính trị-xã hội ở nước ta chủ yếu bao gồm các tổ chức như: Công đoàn, hội liên hiệp phụ nữ, đoàn thanh niên, hội nông dân. Đây là những tổ chức do Nhà nước thành lập và hoạt động theo yêu cầu của Nhà nước.

Từ đầu những năm 1990, cùng với tiến trình đổi mới, xây dựng thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN, hệ thống các hiệp hội doanh nghiệp, tổ chức nghề nghiệp từng bước hình thành phát triển khá nhanh chóng. Hệ thống pháp luật và các văn bản quy phạm pháp luật của Nhà nước đã khẳng định vai trò quan trọng của doanh nghiệp tư nhân và các tổ chức xã hội, tổ chức nghề nghiệp trong đời sống kinh tế-chính trị-xã hội nước ta. Chỉ thị 202 năm 1990 của Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng quy định về thành lập các hiệp hội. Hiến pháp 1992, sửa đổi năm 2000 ghi nhận rõ quyền được tự do lập Hội. Tiếp theo Luật Dân sự năm 1995, Nghị định dân chủ cơ sở năm 1998 là tuyên bố toàn diện về quyền của người dân trong quá trình xây dựng và thực hiện chính sách ở địa phương. Cũng trong năm 1995, Bộ Chính trị đã phê chuẩn một số quy chế về hoạt động của các tổ chức nghề nghiệp.

Nghị định 88/2003/NĐ-CP ngày 30/7/2003 của Chính phủ quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý các hội. Chính phủ đã quy định hoạt động của các tổ chức xã hội và những cải tiến về quản lý nhà nước đối với các tổ chức này. Ngày

¹ Điều 1, 2 và 7 của Sắc lệnh số 102-SL/L-004 ngày 20 tháng 5 năm 1957.

15/1/2004, Bộ Nội vụ đã ban hành Thông tư 01/2004/TT-BNV hướng dẫn chi tiết thực hiện một số điều của Nghị định này.

Thời gian gần đây, nhiều vấn đề cơ bản liên quan tới hoạt động của các tổ chức xã hội dân sự như: Việc thành lập tổ chức, giải thể hoạt động của tổ chức, mối quan hệ giữa các tổ chức xã hội và nhà nước, đã dần được thể chế hoá trong các quy định của các luật và những văn bản dưới luật có liên quan.

Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật ngày 3 tháng 6 năm 2008 và Nghị định số 24/2009/NĐ-CP ngày 5/3/2009 của Chính phủ Quy định chi tiết và biện pháp thi hành Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật đã quy định: “Trong quá trình soạn thảo, các cơ quan chủ trì soạn thảo có trách nhiệm tổ chức lấy ý kiến của đối tượng chịu sự tác động trực tiếp của văn bản và của các cơ quan, tổ chức, cá nhân”; “Cơ quan chủ trì soạn thảo đăng tải dự thảo trên Trang thông tin điện tử của Chính phủ, của cơ quan mình để lấy ý kiến phải đồng thời đăng tải báo cáo đánh giá tác động của văn bản, xác định địa chỉ và thời hạn tiếp nhận ý kiến, có trách nhiệm tổng hợp, tiếp thu, giải trình những nội dung tiếp thu, không tiếp thu các ý kiến tham gia” (Điều 27).

Nhà nước cũng đã có các quy định khá cụ thể về vai trò và huy động sự tham gia của các Hiệp hội vào quá trình xây dựng và thực thi chính sách kinh tế-xã hội. Năm 1993, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 310 ngày 25 tháng 6 năm 1993 về quan hệ công tác của các cơ quan chính quyền với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), theo đó, “Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam có trách nhiệm tham gia ý kiến với các cơ quan Chính phủ, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương trong việc xây dựng và tổ chức thực hiện các thể chế, chính sách kinh tế nhằm cải thiện môi trường kinh doanh, hướng dẫn, hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động của các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế” (Điều 2). “Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam có trách nhiệm tập hợp ý kiến của cộng đồng doanh nghiệp để báo cáo Thủ tướng Chính phủ; tổ chức các cuộc tiếp xúc giữa đại diện các nhà doanh nghiệp với các cơ quan chính phủ để trao đổi các vấn đề có liên quan tới các hoạt động của cộng đồng doanh nghiệp” (Điều 3); “Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam được mời tham dự các cuộc họp của Chính phủ bàn về các vấn đề có liên quan” (Điều 4)¹.

¹ Trần Hữu Huynh, Đậu Anh Tuấn: Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam với vai trò vận động chính sách ..., GTZ và VCCI, 2007.

Chỉ thị số 28/2001/CT-TTg ngày 28/11/2001 về việc tiếp tục tạo môi trường kinh doanh cho doanh nghiệp đã quy định: “trong quá trình soạn thảo các cơ chế, chính sách có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp, nhất thiết cơ quan soạn thảo phải lấy ý kiến tham gia của doanh nghiệp thông qua Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam”. Nghị quyết Hội nghị lần thứ năm BCH Trung ương Đảng khóa IX năm 2002 về tiếp tục đổi mới cơ chế, chính sách, khuyến khích và tạo điều kiện phát triển kinh tế tư nhân đã xác định: “Phát huy vai trò của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và các Hiệp hội doanh nghiệp”.

Đến nay, cả nước có khoảng hơn 300 hiệp hội doanh nghiệp và câu lạc bộ doanh nhân được thành lập¹. Phần lớn các hiệp hội doanh nghiệp đã trở thành hội viên của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam. Ngoài ra, còn có hàng nghìn các hội nghề nghiệp ở các địa phương.

g, Chính sách phát huy vai trò của doanh nhân, tôn vinh doanh nhân

Trước hết, như đã nêu ở trên, doanh nhân thông qua các tổ chức đại diện của họ là các tổ chức hiệp hội doanh nghiệp, hội nghề nghiệp, được xác định là một kênh tham mưu quan trọng, nhằm xây dựng các chính sách phù hợp, đảm bảo tính thực thi cao sau khi ban hành. Doanh nhân được tham gia vào việc xây dựng các chính sách phát triển kinh tế-xã hội của đất nước, cũng như của ngành, địa phương. Các cuộc gặp gỡ của Thủ tướng Chính phủ, lãnh đạo các Bộ/ngành, địa phương diễn ra hàng năm cho thấy, nhà nước đang lắng nghe ý kiến của doanh nghiệp.

Nghị định số 24/2009/NĐ-CP ngày 5/3/2009 của Chính phủ Quy định chi tiết và biện pháp thi hành Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật, đã ghi nhận chính thức và quy định rất cụ thể vai trò, trách nhiệm của hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam trong quy trình lập pháp của Nhà nước Việt Nam. Điều 27 của Nghị định này quy định: Đối với những dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật quy định liên quan đến quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp, Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ được giao chủ trì soạn thảo có trách nhiệm gửi tới Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam để lấy ý kiến của các doanh nghiệp. Trong thời hạn hai mươi ngày làm việc, kể từ ngày nhận được dự án, dự thảo văn bản quy phạm pháp luật, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam phải tổ chức lấy ý kiến của các doanh nghiệp, tổng hợp và gửi đến Bộ Tư pháp, Văn phòng Chính phủ, các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ được phân công chủ trì soạn thảo.

¹ Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, năm 2009.

Doanh nhân đã được tạo điều kiện tham gia vào các cơ quan quyền lực của Nhà nước như Quốc hội, Hội đồng Nhân dân các cấp, Mặt trận Tổ quốc, các cơ quan tham mưu của Đảng và Nhà nước¹. Nhiều doanh nhân đã được Nhà nước phong tặng danh hiệu anh hùng lao động thời kỳ đổi mới và nhiều huân, huy chương và các phần thưởng cao quý khác².

Trong những năm gần đây, rất nhiều cơ quan, hiệp hội, doanh nghiệp đã tổ chức các loại giải thưởng để tôn vinh doanh nghiệp, doanh nhân:

- Từ năm 2005, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã tổ chức vinh danh danh hiệu: “Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu”, đến năm 2008 đã vinh danh 400 doanh nhân. Từ năm 2006, hàng năm VCCI đã phối hợp với Trung ương Hội phụ nữ Việt Nam vinh danh nữ doanh nhân. Trong ba năm 2006, 2007, 2008 trên 300 doanh nhân nữ đã được trao tặng giải “Bông hồng vàng và doanh nhân nữ tiêu biểu”.

- Một số loại giải thưởng và danh hiệu khác như : ‘Giải thưởng Sao đỏ’ và ‘Giải thưởng Sao vàng đất Việt’ của Hội doanh nhân trẻ VN; Giải “Doanh nghiệp vì cộng đồng”, ‘doanh nhân vì cộng đồng’, ‘sản phẩm vì cộng đồng’ do Bộ Công Thương tổ chức nhằm động viên thúc đẩy doanh nghiệp, doanh nhân thực hiện tốt trách nhiệm xã hội, giúp doanh nhân tạo dựng uy tín với người tiêu dùng, với đối tác, tạo dựng thương hiệu doanh nghiệp, thúc đẩy sản xuất kinh doanh; Danh hiệu

¹ Theo số liệu của Viện Nghiên cứu Lập pháp (Ủy ban thường vụ Quốc hội: Trong các nhiệm kỳ từ Quốc hội khóa VIII đến Quốc hội khóa X có 93 đại biểu quốc hội là chủ nhiệm HTX và lãnh đạo doanh nghiệp; Nhiệm kỳ Quốc hội khóa XI chỉ có 22 đại biểu là doanh nhân, trong đó có 18 Đại biểu là chủ doanh nghiệp quốc doanh, có 4 đại biểu là chủ các doanh nghiệp ngoài quốc doanh; Nhiệm kỳ Quốc hội khóa XII có 26 Đại biểu Quốc hội là doanh nhân, trong đó có 17 Đại biểu là chủ các doanh nghiệp ngoài quốc doanh; 41 doanh nhân là Ủy viên TW mặt trận tổ quốc Việt Nam khóa VII (năm 2009).

² Theo số liệu của Ban thi đua khen thưởng TW, từ năm 1999 đến 2009 có 95 doanh nhân (gồm Chủ tịch HĐQT, Giám đốc, tổng giám đốc, phó giám đốc) được phong tặng Danh hiệu Anh hùng Lao động; 897 doanh nhân là Chiến sỹ thi đua toàn quốc; 2751 doanh nhân được tặng thưởng Huân chương Lao động các loại; 5968 doanh nhân được tặng Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ. Hàng ngàn doanh nhân đã được các Bộ/ngành và địa phương trao tặng Bằng khen, Giấy khen và nhiều loại danh hiệu cao quý khác.

‘doanh nhân cự chiến binh tiêu biểu’ của Trung ương Hội cự chiến binh Việt Nam; danh hiệu ‘Doanh nhân, doanh nghiệp Việt Nam vàng’ do Hiệp hội doanh nghiệp vừa và nhỏ tổ chức; giải ‘Thương hiệu mạnh Việt Nam’ do Cục xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) và Thời báo kinh tế Việt Nam tổ chức; cúp vàng ‘Doanh nhân văn hóa’ do Trung tâm văn hóa doanh nhân Việt Nam và Công ty Thanh niên Việt Nam tổ chức; cúp ‘Thăng Long’ và danh hiệu ‘Nhà doanh nghiệp giỏi Hà Nội’ do UBND, UBMT Tổ quốc TP. Hà Nội tổ chức; danh hiệu ‘Doanh nhân tiêu biểu Hà Nội vàng’ do Ban thi đua khen thưởng Hà Nội, Hiệp hội các doanh nghiệp vừa và nhỏ Hà Nội tổ chức; cúp vàng ‘Doanh nhân Tâm tài’ và cúp vàng ‘Thương hiệu và nhãn hiệu’ do Đài tiếng nói Việt Nam, Trung tâm nghiên cứu bảo tồn và phát huy văn hóa dân tộc Việt Nam, báo Nhà Báo và Công luận và Tạp chí văn hóa Việt Nam tổ chức; danh hiệu ‘Doanh nghiệp tiêu biểu ngành dệt may Việt Nam’ do Hiệp hội dệt may Việt Nam và Thời báo Kinh tế Sài Gòn tổ chức; giải thưởng ‘Tôn vinh doanh nhân trí thức’ do Liên hiệp các hội khoa học và kỹ thuật Việt Nam, Viện khoa học và công nghệ Phương Nam, Tạp chí thương hiệu Việt tổ chức; giải ‘Bình chọn 500 thương hiệu hàng đầu Việt Nam’ do Liên hiệp các hội khoa học và kỹ thuật Việt Nam tổ chức; giải thưởng ‘Doanh nhân Sài Gòn tiêu biểu’ do Hiệp hội doanh nghiệp TP. HCM và Báo Doanh nhân Sài Gòn tổ chức. Ngoài ra còn có nhiều hình thức vinh danh doanh nhân của các Bộ/ngành, địa phương, các Hiệp hội doanh nghiệp, Hiệp hội ngành nghề.v.v. Các giải thưởng và danh hiệu này, mặc dù còn có những ý kiến khác nhau, đã góp phần nâng cao uy tín và ghi nhận những đóng góp của doanh nhân đối với cộng đồng và xã hội.

Đặc biệt, từ năm 2004, Đảng và Nhà nước đã quyết định lấy ngày 13-10 hàng năm làm ‘Ngày Doanh nhân Việt Nam’. Đây là dịp để Đảng, Nhà nước và toàn xã hội tôn vinh doanh nhân, đề cao tinh thần trách nhiệm của doanh nhân, phát động tinh thần kinh doanh của toàn xã hội. Nhờ đó, vị thế của doanh nhân đã được thay đổi căn bản, từ chỗ không được thừa nhận, đến nay bước đầu đã được tôn vinh.

2.2.3. Tác động của các nhân tố kinh tế, chính trị, xã hội khác

2.2.3.1. Sự hình thành thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN

Thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta đã từng bước hình thành cùng với tiến trình đổi mới, gắn liền với quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung, bao cấp sang kinh tế thị trường. Trong thể chế kinh tế thị trường, doanh nghiệp là chủ thể chính, là trung tâm. Vì vậy, sự hình thành và không ngừng hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường là một trong những nhân tố có tính quyết định nhất tác động đến sự hình thành và phát triển đội ngũ

doanh nhân ở nước ta. Thực tế hơn 20 năm qua cũng cho thấy, đội ngũ doanh nhân nước ta hình thành và phát triển, tùy thuộc vào mức độ hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường.

Tuy nhiên, thể chế kinh tế thị trường nước ta còn những khuyết điểm, yếu kém đang hạn chế sự phát triển đội ngũ doanh nhân cả về số lượng và chất lượng. Điều đó là do nhiều nguyên nhân: Nền kinh tế thị trường chưa phát triển đồng bộ; cơ chế quản lý chưa phù hợp với cơ chế thị trường; đội ngũ cán bộ, công chức chưa được đào tạo bài bản, nhất là còn mang nặng tư duy của cơ chế cũ. Cho đến nay, môi trường thể chế tuy đã được cải thiện đáng kể nhưng vẫn còn nhiều rào cản, gây khó khăn cho doanh nghiệp, doanh nhân, nhất là về thủ tục hành chính.

Hộp 2.1: Công chức hành doanh nghiệp

Có khi, chúng tôi lấy được đủ các dấu của cơ quan ban ngành thì rất cục, chưa chắc đã làm được vì ... vướng về mặt bằng, chưa giải tỏa được. Tôi chỉ mong khi làm dự án thì chỉ việc nộp hồ sơ cho một Sở. Sở đi lo thủ tục cho chúng tôi, chúng tôi trả phí.

Cho nên doanh nghiệp chúng tôi chưa chắc đã cần xin tiền Nhà nước mà chỉ muốn xin cơ chế. Chủ trương cải cách hành chính ở địa phương làm đã lâu nhưng chúng tôi thì cảm thấy bị quan.

Giả như các công chức biết thương, biết vui, biết buồn với doanh nghiệp, coi thành bại của doanh nghiệp cũng như là của mình, chứ còn giờ, họ vẫn hành doanh nghiệp dữ lắm.

Ông Huỳnh văn Minh, chủ tịch Hiệp hội doanh nghiệp TP. HCM, dẫn theo Vietnam.net 10/10/2009

2.2.3.2. Tác động của hệ thống chính sách, pháp luật đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân

Như đã nêu ở trên, trong những năm đổi mới vừa qua, Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách tạo điều kiện cho sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta. Hệ thống pháp luật ngày càng được hoàn thiện theo hướng tạo môi trường đầu tư, môi trường kinh doanh ngày càng thông thoáng và bình đẳng hơn giữa các thành phần kinh tế.

Hệ thống chính sách, pháp luật không ngừng được thay đổi theo hướng tích cực khuyến khích sự phát triển của doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân. Chính sách cải cách thủ tục hành chính đã tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp gia

nhập thị trường; cải cách chính sách thuế, chính sách tín dụng, chính sách đất đai và chính sách hỗ trợ phát triển kinh doanh cũng đã tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp, doanh nhân. Bước chuyển biến mạnh mẽ và căn bản trong nỗ lực của Nhà nước nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp, doanh nhân phát triển là Luật Doanh nghiệp thống nhất (2005). Có thể nói, các chính sách này đã tạo điều kiện phát triển đội ngũ doanh nhân trên một số khía cạnh:

- Thứ nhất, từng bước tạo ra một sân chơi bình đẳng, giảm sự phân biệt đối xử đối với các loại hình doanh nghiệp. Do đó, ngày càng có nhiều doanh nghiệp mới được thành lập và hoạt động.

- Thứ hai, đã góp phần khơi dậy tinh thần kinh doanh của doanh nhân, góp phần huy động các nguồn lực trong nước nói chung và nguồn lực của doanh nhân nói riêng cho phát triển kinh tế.

- Thứ ba, quyền tự do kinh doanh được thừa nhận và đảm bảo kết hợp với những thay đổi tích cực của hệ thống pháp luật về kinh doanh nói chung đã tạo điều kiện tích cực để doanh nghiệp hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu.

- Thứ tư, công cuộc cải cách hành chính và nâng cao năng lực bộ máy hành chính nhà nước được cải thiện một bước nhờ những thay đổi của hệ thống luật pháp.

Bên cạnh đó các chính sách như: chính sách thuế, chính sách tín dụng, chính sách đất đai, chính sách hỗ trợ phát triển doanh nghiệp đã không ngừng được hoàn thiện và đã có tác động tích cực đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân.

Chính sách đất đai đã có nhiều cải tiến, không chỉ là các ưu đãi, hỗ trợ đất đai cho doanh nghiệp mà còn góp phần vốn hoá một nguồn tài nguyên thiên nhiên quan trọng chuyển thành vốn đầu tư. Thực tế cũng cho thấy, ở đâu mà chính quyền địa phương quán triệt và vận dụng đúng chủ trương, chính sách của Nhà nước, quan tâm chỉ đạo, có kiểm tra, đôn đốc, tạo tâm lý xã hội và môi trường kinh doanh thuận lợi cho các loại hình doanh nghiệp của tư nhân, thì ở đó, doanh nhân phát triển nhanh về số lượng và chất lượng.

Những cơ sở sản xuất, kinh doanh có hiệu quả thường là nơi doanh nhân, chủ doanh nghiệp tuân thủ pháp luật, có kế hoạch làm ăn lâu dài, nhạy bén, biết nắm bắt thị trường, đổi mới công nghệ và quản lý, có quan hệ tốt với người lao động, coi trọng hợp tác, liên kết với các doanh nghiệp khác, giữ được chữ tín với khách hàng, làm tròn nghĩa vụ xã hội, kinh doanh có văn hóa.

Những đạo luật mới đã nhanh chóng đáp ứng được yêu cầu của giới doanh nhân như: Luật Doanh nghiệp, Luật Thuế giá trị gia tăng, Luật Cạnh tranh .v.v., cùng với việc cải cách thủ tục hành chính đã tạo cơ sở pháp lý và niềm tin trong

giới doanh nhân. Sự tăng nhanh số lượng doanh nghiệp từ sau khi có Luật Công ty và Luật doanh nghiệp tư nhân (năm 1990) và Luật Doanh nghiệp (năm 2005) đã cho thấy tác động mạnh mẽ của hệ thống chính sách, pháp luật đối với sự phát triển của doanh nghiệp, doanh nhân nước ta.

Quá trình đổi mới chuyển đổi nền kinh tế sang cơ chế thị trường, môi trường kinh tế từng bước được cải thiện tác động tích cực đến đặc điểm tâm lý doanh nhân, môi trường đó đang khuyến khích tính năng động, sáng tạo, ý chí làm giàu của mọi người dân, phát huy mọi nguồn lực cho hoạt động sản xuất kinh doanh để phát triển kinh tế.

Tuy nhiên, hệ thống chính sách, pháp luật ở nước ta hiện nay cũng còn nhiều hạn chế, cần được tiếp tục đổi mới, nhất là các chính sách, thủ tục về thuế, hải quan. Chẳng hạn, tại hội thảo về cải cách thủ tục hải quan trong quản lý hàng gia công xuất khẩu tại TP. HCM ngày 28/8/2009, các doanh nghiệp cho rằng, thủ tục hải quan vẫn làm khó doanh nghiệp. Các doanh nghiệp vẫn rất khó khăn trong việc xác nhận chứng từ, văn bản từ nước ngoài. Cách tính nguyên liệu gia công, khai báo số lượng hàng thực xuất khẩu và các thủ tục hải quan hiện nay đang làm khó cho doanh nghiệp gia công hàng xuất khẩu. Tuổi thọ của các văn bản quản lý xuất nhập khẩu quá ngắn, thay đổi liên tục, nhiều khi văn bản sau phủ định những văn bản trước đó, nên doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong việc thực hiện đúng quy định. Theo ý kiến của một số doanh nghiệp, hành lang pháp lý đang ngày càng tạo điều kiện dễ dàng cho công tác quản lý của các cơ quan nhà nước nhưng vô hình chung lại đẩy hết khó khăn về phía doanh nghiệp¹.

2.2.3.3. Tác động của tâm lý xã hội đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân

Một vấn đề liên quan có tác động mạnh mẽ đến sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân là nhận thức và tâm lý xã hội đối với kinh tế tư nhân và doanh nhân. Chẳng hạn, trong chế độ phong kiến, tư tưởng coi thường các nhà doanh thương, coi việc buôn bán là “mạt nghệ”, là cái ngọn, sản xuất nông nghiệp mới là cái gốc căn bản của nền kinh tế tự cấp, tự túc, đã hạn chế nghiêm trọng sự phát triển kinh tế hàng hóa. Xã hội Việt Nam dựa trên nền tảng của một nền kinh tế tiểu nông gắn với cơ cấu làng xã cùng với chính sách có xu hướng “ức thương” của các nhà nước phong kiến nên không hình thành một tầng lớp thương nhân lớn. Ngay những địa điểm được coi là đô hội và buôn bán trù phú nhất như Phố Hiến hay Hội

¹ Vnexpress, ngày 29/8/2009

An cũng chỉ là sự bùng phát một thời với những yếu tố ngoại thương của các thương nhân nước ngoài đến tham dự hội chợ theo mùa và cuối cùng tàn lụi.

Đối với Nho giáo, tư tưởng: Nhân, Nghĩa, Lễ, Trí, Tín, tác động đến đặc trưng của doanh nhân Việt Nam thể hiện trên các khía cạnh: kinh doanh phải giữ chữ tín, phải có đạo đức, có lòng nhân ái, lòng yêu nước, ý thức cộng đồng dân tộc, tôn trọng luật lệ kỷ cương. Tuy nhiên, trong tư tưởng Nho giáo cũng thể hiện yếu tố hạn chế tác động đến doanh nhân như: tư tưởng coi thường chữ lợi, vì cho rằng nó là nguồn gốc của các hiện tượng tiêu cực trong xã hội, do đó nó là một lực cản về tâm lý xã hội, đến ý chí hoạt động kinh doanh của doanh nhân. Về tư tưởng Phật giáo, ngay từ khi du nhập vào nước ta nó đã tác động đến tâm lý con người Việt Nam như: lòng từ bi, cứu thế, giải thoát con người... Những tư tưởng đó ảnh hưởng lớn đến doanh nhân trong hoạt động kinh doanh phải “tĩnh tâm”(ổn định tâm lý) khi đối diện với những vấn đề phức tạp, khó khăn. Trong Phật giáo, đề cao cái tôi (vô ngã) tức là con người phải khiêm tốn, tự kiểm chế đây cũng chính là yếu tố tâm lý cần phải có của doanh nhân.

Về môi trường tâm lý xã hội, đã có những chuyển biến tích cực trong nhìn nhận của xã hội đối với doanh nhân và nghề kinh doanh. Một số cuộc điều tra về học sinh, sinh viên về định hướng nghề nghiệp, nhiều người đã coi nghề kinh doanh là sự lựa chọn trong tương lai. Kết quả của các cuộc điều tra cũng cho thấy thái độ của xã hội đối với nghề kinh doanh ở nước ta đã có sự thay đổi.

2.2.3.4. Tác động của môi trường văn hoá đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân

Yếu tố truyền thống, văn hóa dân tộc cũng tác động mạnh đến sự phát triển của doanh nhân Việt Nam. Lịch sử dân tộc ta gắn liền với truyền thống chống giặc ngoại xâm, giữ vững nền độc lập, tự do của dân tộc. Vì vậy mà mỗi người Việt Nam đều được hun đúc tinh thần yêu nước, ý chí độc lập, tự tôn dân tộc. Tinh thần đó đều được thể hiện trong mỗi doanh nhân Việt Nam hiện nay.

Trong công cuộc hòa bình xây dựng đất nước, doanh nhân nước ta, nhất là lớp doanh nhân trẻ, khá nhạy bén và thích ứng nhanh với điều kiện kinh doanh mới, có ý chí kinh doanh, năng động, sáng tạo, dũng cảm đương đầu với mọi khó khăn, thử thách. Điều quan trọng là doanh nhân nước ta với lòng tự hào dân tộc, đã kế thừa truyền thống yêu nước, tích cực tham gia các hoạt động xã hội, có ý thức về trách nhiệm trong công cuộc chấn hưng kinh tế đất nước, đưa nước nhà tiến lên xứng với tiềm năng và tầm vóc dân tộc trên thế giới. Tuy nhiên, các yếu tố của

môi trường văn hoá đang có những tác động cả tích cực và tiêu cực đến sự hình thành nhân cách, văn hoá của doanh nhân Việt Nam.

Văn hóa doanh nhân chính là tổng thể nhân cách của người lãnh đạo doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp và văn hóa doanh nhân không thể tách rời nhau. Một doanh nghiệp có cả hai loại văn hóa đó quyện vào nhau, làm nên sức mạnh của doanh nghiệp. Một dân tộc có nhiều doanh nghiệp, doanh nhân văn hóa sẽ là nền tảng của một nền kinh tế giàu mạnh. Chính vì thế, muốn mạnh, muốn đủ sức để cạnh tranh với thế giới, doanh nhân Việt Nam không thể không xây dựng những nét văn hóa mang bản sắc Việt Nam.

Xây dựng một doanh nghiệp có văn hóa là một nghệ thuật và là một quá trình lâu dài. Văn hóa doanh nhân hàm chứa cả “đạo” lẫn “đức”. Đạo giúp tìm được con đường dài và chiến lược đúng cho doanh nghiệp, còn Đức là phần thưởng tinh thần và vật chất tích lũy được trên con đường kinh doanh lâu dài của doanh nghiệp.

Tuy nhiên, những mặt trái của môi trường văn hóa cũng đang có tác động tiêu cực đến đội ngũ doanh nhân. Như đã phân tích ở trên, do nước ta thiếu truyền thống kinh doanh, nên văn hóa doanh nghiệp, doanh nhân chưa thực sự được chú trọng đúng mức và cũng chưa hình thành bản sắc mang đặc trưng riêng của văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân Việt Nam.

Kết quả khảo sát của Hội khoa học tâm lý giáo dục Việt Nam năm 2006 và 2008 trên 1200 học sinh, sinh viên về “những chuẩn mực đạo đức của con người Việt Nam hiện nay” cho thấy, giới trẻ đã “chấm” các chuẩn mực “hiệu quả công việc” và “trung thực trong kinh doanh” điểm thấp nhất trong 22 chuẩn mực đạo đức của người Việt. Sinh viên đã đánh giá mức độ quan trọng của các phẩm chất như “có tinh thần yêu nước xã hội chủ nghĩa” (xếp thứ nhất), tiếp đó là “sống phải tuân theo pháp luật” (xếp thứ hai), “ham học hỏi” (xếp thứ ba), “tự hào về người dân Việt Nam” (xếp thứ tư), “lối sống có văn hóa” (xếp thứ năm) .v.v., nhưng các phẩm chất như: “yêu lao động, coi trọng chất lượng và hiệu quả” và “trung thực trong kinh doanh” lại được xếp là kém quan trọng nhất¹.

2.2.3.5. Tác động của các nhân tố quốc tế đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam

Xu hướng hội nhập quốc tế với nhiều hình thức hợp tác đa phương, song phương đang tác động mạnh đến doanh nhân Việt Nam. Điều này cũng đòi hỏi đội ngũ doanh nhân bên cạnh nâng cao năng lực cạnh tranh, hội nhập quốc tế còn cần

¹ Vietnam.net, ngày 3/12/2009

phải giữ vững bản sắc văn hóa dân tộc, nâng cao tính cộng đồng mới có thể hòa nhập vững chắc vào môi trường kinh doanh quốc tế.

2.3. Thực trạng phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta từ năm 1986 đến nay

Trong thời kỳ đổi mới, doanh nhân được hồi sinh và phát triển, trở thành lực lượng tất yếu, một bộ phận quan trọng trong cơ cấu xã hội Việt Nam. Phần sau đây tập trung phân tích, đánh giá thực trạng đội ngũ doanh nhân nước ta trên các khía cạnh như số lượng và cơ cấu, chất lượng đội ngũ doanh nhân, thực trạng đào tạo doanh nhân, sự hình thành tầng lớp doanh nhân trong cơ cấu xã hội.

Việc phân tích, đánh giá thực trạng đội doanh nhân gắn liền với phân tích số lượng, chất lượng, cơ cấu của hệ thống doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo và quản lý. Như đã nêu ở trên, nếu coi doanh nghiệp là một con thuyền thì doanh nhân chính là người cầm lái con thuyền đó. Vì vậy, số lượng và chất lượng của doanh nhân được phản ánh thông qua hoạt động của doanh nghiệp.

2.3.1. Thực trạng số lượng và cơ cấu đội ngũ doanh nhân

2.3.1.1. Số lượng doanh nhân

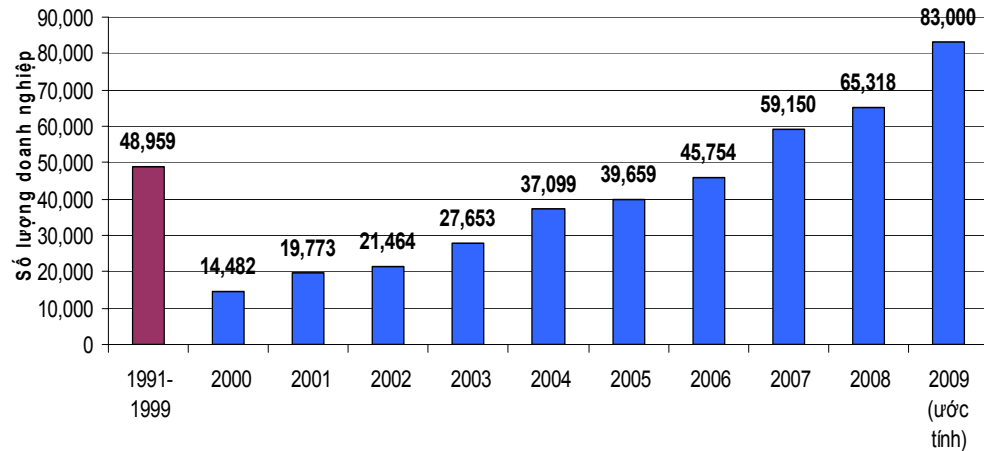
Sự hình thành và phát triển của đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta từ sau năm 1986 gắn liền với sự đổi mới doanh nghiệp nhà nước, sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân và các loại hình tổ chức sản xuất kinh doanh. Chỉ trong một thời gian ngắn, đội ngũ doanh nhân ở nước ta đã được hình thành, có bước phát triển nhanh về số lượng và chuyển biến về chất lượng, nhất là từ khi có Luật Doanh nghiệp (năm 2000).

Hình sau cho thấy, trong khi số lượng và số vốn đăng ký thành lập của khu vực doanh nghiệp nhà nước có chiều hướng giảm dần thì số lượng doanh nghiệp và vốn đăng ký thuộc khu vực tư nhân lại tăng rất nhanh. Từ chỗ chỉ có 4086 doanh nghiệp đăng ký thành lập theo Luật Công ty và Luật doanh nghiệp tư nhân vào năm 1992, đến tháng 12/2009 đã có khoảng 460.000 doanh nghiệp đăng ký hoạt động theo Luật doanh nghiệp¹. Nếu chỉ tính số doanh nghiệp đã đăng ký kinh doanh, thì từ khoảng 31.000 doanh nghiệp năm 2000, con số này đã nhanh chóng tăng lên 15 lần trong 9 năm (từ năm 2000 đến 2009). Đây là một tốc độ tăng hết sức ấn tượng,

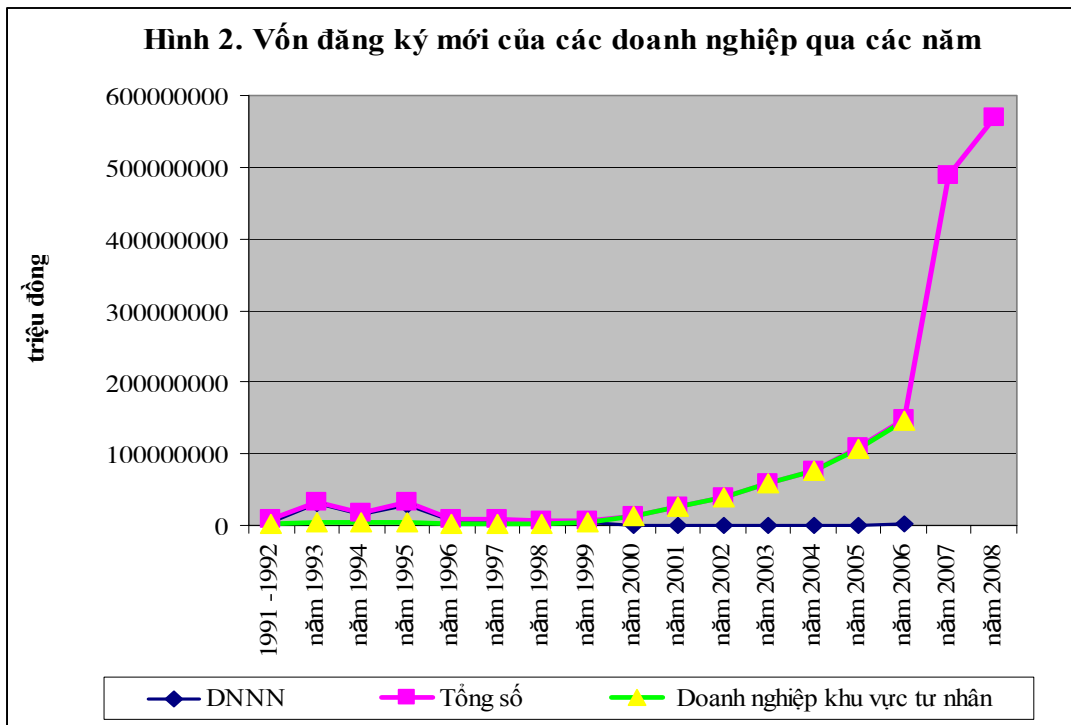
¹ Trung tâm thông tin doanh nghiệp, Cục phát triển doanh nghiệp, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2009

thể hiện sức sống mãnh liệt của tinh thần kinh doanh của người dân Việt Nam cũng như tác động to lớn của cải thiện môi trường kinh doanh đã được thực hiện¹.

Hình 2.1. Số lượng doanh nghiệp đăng ký hàng năm (1991-2009)



Nguồn: Trung tâm Thông tin, Cục Phát triển Doanh nghiệp, Bộ KH & ĐT, 2009



Nguồn: Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 2009

¹ Lê Duy Bình và Đậu Anh Tuấn: Đánh giá nhanh chất lượng của khu vực KTTN VN qua quá trình 10 năm thực hiện Luật DN, H, 2010, trang 7.

Hình 2.1 cho thấy số lượng doanh nghiệp đăng ký thành lập mới trong những năm 2000 - 2009 đã tăng lên rất nhanh, năm sau cao hơn năm trước. Ngay trong thời kỳ suy giảm kinh tế, số lượng Doanh nghiệp đăng ký thành lập mới cũng tăng nhanh, năm 2007: 59.100 DN, năm 2008: 65.318 DN và năm 2009: 83.000 DN.

Theo quy luật chung, không phải doanh nhân nào khởi sự doanh nghiệp cũng đều thành công¹. Ở Việt Nam hiện nay, việc theo dõi hệ thống các doanh nghiệp ngừng hoạt động, phá sản .v.v, chưa được thực hiện một cách đầy đủ. Theo một kết quả nghiên cứu gần đây, số lượng doanh nghiệp hiện đang hoạt động chiếm trên 50% số lượng doanh nghiệp có đăng ký đầy đủ².

Nghiên cứu kết quả rà soát doanh nghiệp gần đây của Bộ Kế hoạch & Đầu tư và Tổng cục Thuế, đối chiếu với số liệu của Tổng cục Thống kê về số lượng doanh nghiệp trong nhiều năm, chúng tôi cho rằng số lượng doanh nghiệp hiện đang hoạt động ở nước ta hiện nay chiếm khoảng 60% số doanh nghiệp có đăng ký.

Trên thực tế, những doanh nghiệp không còn tồn tại và phát triển được, chủ yếu là do những nguyên nhân như ý tưởng kinh doanh chưa chín muồi, những thay đổi nội tại và ngoại cảnh ảnh hưởng tới kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp, môi trường kinh doanh phức tạp và khó khăn so với dự tính ban đầu của chủ doanh nghiệp, trình độ quản trị và điều hành của chủ doanh nghiệp còn hạn chế, thủ tục sau đăng ký kinh doanh phức tạp³ .v.v. Do vậy, doanh nghiệp không thể đi vào hoạt động hoặc bắt đầu hoạt động rồi buộc phải dừng hoạt động sản xuất kinh doanh. Tại Việt Nam, còn một số trường hợp trong đó doanh nghiệp được thành lập vì những mục đích không lành mạnh như chỉ đơn thuần là mua bán hóa đơn và gian lận thuế⁴.

Theo số liệu thống kê mới nhất, tính đến cuối năm 2009, cả nước có khoảng 460.000 doanh nghiệp dân doanh. Ngoài ra, còn có 3.748.138 hộ kinh doanh cá thể

¹ Theo tổng kết của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO), các doanh nghiệp trên thế giới ra đời phần nhiều là DN nhỏ, sau 3 năm khoảng 25% doanh nghiệp không tồn tại được. Sau 5 năm, số đó còn khoảng 50%, còn 50% giải thể, sau 10 năm số tồn tại được chỉ còn 30 % tiếp tục phát triển theo đúng con đường của mình.

² Lê Duy Bình và Đậu Anh Tuấn: Tài liệu đã dẫn.

³ Xem thêm tại “Từ Ý tưởng Kinh doanh tới Thực tiễn: Chặng đường Gian nan”, GTZ – CIEM, 2005 và cập nhật vào năm 2008.

⁴ Lê Duy Bình và Đậu Anh Tuấn: Tài liệu đã dẫn, trang 8.

(trong số đó có trên 1 triệu hộ kinh doanh cá thể có đăng ký kinh doanh và có nộp thuế¹) và 14.500 hợp tác xã, trong đó có 7.860 hợp tác xã phi nông nghiệp². Như vậy, đến cuối năm 2009, cả nước có khoảng 280.000 doanh nghiệp (bao gồm doanh nghiệp dân doanh, DNNN và DN có FDI) đang hoạt động. Nếu tính một doanh nghiệp trung bình có khoảng 3 - 4 doanh nhân thì cả nước ước tính có ***khoảng hơn 1 triệu doanh nhân***³.

Dự kiến đến cuối năm 2010, cả nước có khoảng 547.000 doanh nghiệp đăng ký kinh doanh⁴. Nếu tính trung bình có khoảng 60% doanh nghiệp đang thực tế hoạt động và phát triển được thì đến ***cuối năm 2010, cả nước có khoảng 330.000 doanh nghiệp đang hoạt động*** (bao gồm cả DN dân doanh, DNNN và DN có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài), ***với khoảng 1,2 triệu doanh nhân***. Mặc dù mới được hình thành, nhưng có thể thấy rằng, số lượng doanh nhân nước ta đã tăng lên rất nhanh, nhất là trong khoảng 10 năm gần đây. Sự tăng lên về mặt số lượng doanh nhân, chủ yếu là từ khu vực kinh tế dân doanh. Quá trình đổi mới, sắp xếp lại doanh nghiệp nhà nước đã làm cho số lượng doanh nghiệp, doanh nhân giảm đi.

**Bảng 2.2: Số lượng doanh nghiệp đăng ký và đang hoạt động
(tính đến 31/12/2008)**

Đơn vị: Doanh nghiệp

	Tập đoàn/ Tổng công ty	Tổng số DN thuộc các loại hình	Trong đó				
			DN đang thực tế hoạt động	DN đã đăng ký nhưng chưa hoạt động	DN tạm ngừng SXKD	DN không tìm thấy	DN thuộc đối tượng khác
TỔNG SỐ	142	325.975	232.119	15.487	15.089	26.906	36.374
DN Nhà nước	118	4.472	3.944	23	64	34	407
DN ngoài Nhà nước	24	313.117	222.057	14.168	14.813	26.710	35.369
DN có vốn ĐTNN	-	8.386	6.118	1.296	212	162	598

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2009

¹ TCTK- Báo cáo kết quả tổng điều tra các cơ sở hành chính và sản xuất kinh doanh, 2007.

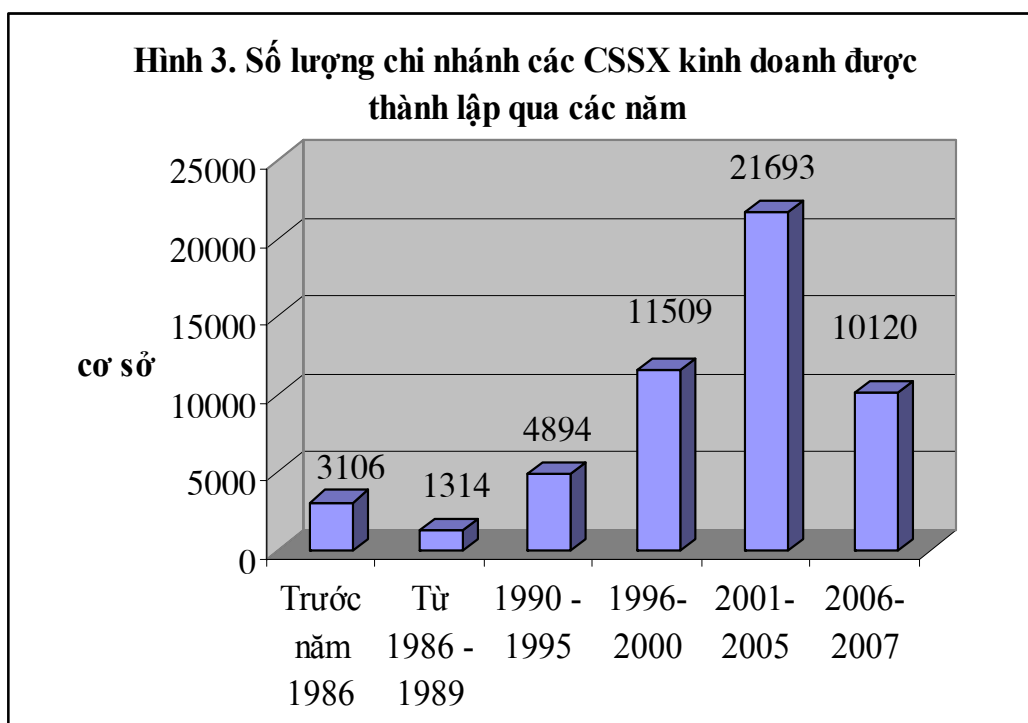
² Vụ Hợp tác xã, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2008

³ Số lượng doanh nhân ở đây được hiểu theo khái niệm như đã nêu ở chương 1, chỉ bao gồm những người lãnh đạo doanh nghiệp, không tính các chủ hộ kinh doanh cá thể, chủ trang trại, lãnh đạo các HTX.

⁴ Bộ Kế hoạch và Đầu tư: “Dự thảo kế hoạch phát triển kinh tế- xã hội 5 năm (2011-2015).

Về thời gian thành lập doanh nghiệp, hình trên cũng đã cho thấy, có tới gần 88% số doanh nghiệp được các doanh nhân thành lập sau năm 2000 – thời điểm sau khi ban hành Luật Doanh nghiệp. Số doanh nghiệp thành lập sau năm 2005- thời điểm sau khi ban hành Luật Doanh nghiệp (thống nhất) đến hết năm 2008 cũng chiếm tới trên 45% tổng số doanh nghiệp đăng ký thành lập. Bên cạnh các doanh nghiệp độc lập thành lập, hàng loạt chi nhánh của các cơ sở sản xuất kinh doanh cũng được hình thành. Không chỉ các doanh nghiệp nhà nước mà cả các doanh nghiệp thuộc khu vực tư nhân cũng mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh của mình thông qua các chi nhánh.

Số liệu trên cho thấy, ở nước ta, doanh nhân mới bắt đầu hình thành trong khoảng 20 năm, trong đó có tới gần 90% số doanh nhân mới được ra đời trong vòng 10 năm gần đây, do đó chưa có nhiều kinh nghiệm kinh doanh, và có thể coi đây là doanh nhân thuộc thế hệ thứ nhất kể từ sau đổi mới.



Nguồn: Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 2009

Với số lượng khoảng hơn 1 triệu người và có đóng góp to lớn vào sự phát triển kinh tế-xã hội của đất nước¹, đội ngũ doanh nhân đang là đại biểu cho lực

¹ Trong phần sau sẽ phân tích rõ sự đóng góp của doanh nhân đối với sự phát triển kinh tế-xã hội nước ta từ năm 1986 đến nay.

lượng sản xuất mới ở nước ta, tạo lập và phát triển mô hình kinh doanh mới – mô hình DN hiện đại; là lực lượng quyết định chủ yếu giải phóng lực lượng sản xuất, thúc đẩy nhanh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và tạo ra chuỗi giá trị mới cho xã hội; là một trong những lực lượng quan trọng góp phần xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam, quyết định thúc đẩy sự hình thành và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN; là đội quân chủ lực hội nhập kinh tế quốc tế; góp phần làm biến đổi cơ cấu giai cấp xã hội và giữ vững ổn định chính trị - xã hội; là một trong những trụ cột quan trọng của Chiến lược toàn diện về tăng trưởng và xóa đói giảm nghèo.

2.3.1.2. Cơ cấu đội ngũ doanh nhân

a, Cơ cấu thành phần xuất thân của doanh nhân

Năm 2009, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã tiến hành điều tra, khảo sát 1035 doanh nhân trên phạm vi cả nước. Theo kết quả cuộc khảo sát này, hầu hết các doanh nhân Việt Nam đều có xuất thân từ tầng lớp lao động, và chủ yếu từ khu vực kinh tế nhà nước. Bảng sau cho thấy, trước khi trở thành những nhà kinh doanh (như hiện nay), có 28,02% doanh nhân đã từng làm việc trong các cơ quan nhà nước, 27,44% là cán bộ, công chức nhà nước, 17,29% đã từng làm việc trong các doanh nghiệp tư nhân hoặc doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Các lĩnh vực khác chiếm tỷ lệ thấp, như chủ hộ kinh doanh cá thể: 7,34%, lực lượng vũ trang nhân dân: 5,31%, công nhân: 3,57%, nông dân: 1,35%.

Bảng 2.3: Cơ cấu việc làm của doanh nhân trước khi tham gia

vào công việc kinh doanh

Đơn vị: %

Tổng số doanh nhân được điều tra	100,0
1. Làm việc trong DNNN	28,02
2. Cán bộ, Công chức NN	27,44
3. Làm việc trong doanh nghiệp tư nhân , FDI	17,29
4. Sinh viên	8,41
5. Chủ hộ kinh doanh cá thể	7,34
6. Lực lượng vũ trang	5,31
7. Công nhân	3,57
8. Nông dân	1,35
9. Thất nghiệp	1,06
10. Khác	0,19

Nguồn: VCCI, năm 2009

Đáng chú ý là trong số các doanh nhân là phó chủ tịch hoặc thành viên HĐQT, có tới 55,8% đã từng làm việc trong doanh nghiệp nhà nước, trong số các doanh nhân là chủ tịch hoặc phó chủ tịch HĐQT, có 36,5% đã từng làm việc trong doanh nghiệp nhà nước, 32,7% đã là cán bộ, công chức nhà nước¹.

Trong những năm gần đây, một số lượng đáng kể cán bộ, công chức đang làm việc trong các cơ quan quản lý nhà nước, khu vực hành chính – sự nghiệp đã chuyển sang khu vực kinh tế tư nhân. Ngoài ra, cũng có một bộ phận khá lớn bộ đội, công an sau khi nghỉ hưu, nghỉ chế độ .v.v., đã tích cực tham gia phát triển kinh tế tư nhân, trong đó có nhiều người đã thành lập doanh nghiệp, tiếp tục là những người lính thực thụ trên mặt trận sản xuất kinh doanh.

Để đánh giá rõ hơn thực trạng đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay, năm 2009, Đề tài đã tiến hành điều tra, khảo sát 1804 doanh nhân ở 9 tỉnh, thành phố đại diện cho các vùng kinh tế trên phạm vi cả nước². Kết quả điều tra của đề tài cho thấy, có tới gần 39% doanh nhân nước ta hiện nay có thành phần xuất thân là cán bộ, công chức nhà nước, bộ đội, công an, trong đó có 11,24% doanh nhân xuất thân là bộ đội, 0,22% là công an, 17,6% là cán bộ, công chức nhà nước.

Bảng 2.4: Cơ cấu thành phần xuất thân của doanh nhân phân theo loại hình doanh nghiệp

Đơn vị: %

	Loại hình doanh nghiệp						Tổng số
	DN Nhà nước	DN Tư nhân	Cty Cổ phần	Cty TNHH	Cty liên doanh	Loại hình khác	
1. Bộ đội	7,84	8,00	12,30	12,31	3,23	6,41	11,24
2. Công an	0,98	0,00	0,00	0,12	0,00	2,56	0,22
3. Cán bộ, công chức nhà nước	26,47	10,29	20,66	15,03	29,03	21,79	17,60
4. Công nhân	7,84	9,71	7,54	12,31	3,23	7,69	9,89
5. Khác	56,86	72,00	59,51	60,24	64,52	61,54	61,05

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

¹ Nguồn: VCCI, Kết quả điều tra, khảo sát doanh nhân năm 2009

² - Bao gồm: Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Lào Cai, Nghệ An, Đà Nẵng, Đắk Lắk, TP. Hồ Chí Minh và Bình Dương.

- Nội dung và kết quả điều tra, khảo sát đã được xử lý theo Chương trình SPSS (xem phần phụ lục).

Như vậy, kết quả điều tra, khảo sát đội ngũ doanh nhân của VCCI và của đề tài tuy với mục tiêu và tiêu chí khác nhau, nhưng cùng có kết quả chung là một bộ phận khá lớn doanh nhân nước ta hiện nay đều có thành phần xuất thân là cán bộ, công chức nhà nước, công nhân và bộ đội. Trong quá trình đổi mới, những người này đã đứng ra thành lập doanh nghiệp hoặc trở thành những nhà lãnh đạo doanh nghiệp.

Điều cần lưu ý là, một bộ phận đáng kể doanh nhân nước ta hiện nay đang là đảng viên Đảng CSVN và đoàn viên Thanh niên cộng sản Hồ Chí Minh. Số lượng này đang có xu hướng tăng lên, nhất là từ sau Đại hội X của Đảng, cho phép đảng viên được làm kinh tế tư nhân. Theo kết quả điều tra, khảo sát của đề tài năm 2009, có 19,12% doanh nhân là đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam; 28,35% doanh nhân là đoàn viên thanh niên cộng sản HCM¹. Như vậy, số lượng doanh nhân là đảng viên và đoàn viên chiếm tới 47,47% tổng số doanh nhân được điều tra. Trong số đó, doanh nhân là đảng viên trong loại hình doanh nghiệp tư nhân chiếm 6,29% ; công ty cổ phần: 26,23% ; công ty trách nhiệm hữu hạn: 12,78% ; công ty liên doanh: 29,03% và loại hình doanh nghiệp khác: 11,54%².

Hộp 2.2: Số lượng đảng viên và tổ chức Đảng trong các doanh nghiệp tư nhân

Tính đến ngày 31-12 năm 2008, tại 62/63 tỉnh ủy, thành ủy, trong các doanh nghiệp tư nhân có 2.009 tổ chức Đảng, gồm: 306 đảng bộ cơ sở, 1.370 chi bộ cơ sở và 333 chi bộ trực thuộc đảng ủy cơ sở, chiếm 1,22% tổng số doanh nghiệp tư nhân với 29.459 đảng viên. So với năm 1997, đã tăng thêm 1894 tổ chức Đảng và 28.416 đảng viên. Như vậy, trong những năm qua, tổ chức Đảng và đảng viên trong các doanh nghiệp tư nhân đã tăng lên nhanh. Các tỉnh/thành phố có nhiều tổ chức Đảng trong doanh nghiệp tư nhân là : TP.HCM có 217, Hà Nội có 151, Đà Nẵng có 97, Hải Phòng có 90, Vĩnh Phúc có 86. Trong các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, tính đến 31/12/2008, tại 37/63 tỉnh ủy, thành ủy có 187 tổ chức Đảng, gồm : 21 đảng bộ cơ sở, 119 chi bộ cơ sở, 47 chi bộ trực thuộc đảng bộ cơ sở, chiếm 2,7% tổng số doanh nghiệp với tổng số 6.015 đảng viên (tăng thêm 70 tổ chức đảng và 3151 đảng viên so với năm 1997).

Nguồn : Ban Tổ chức Trung ương, năm 2009

¹ Bao gồm cả doanh nhân thuộc doanh nghiệp dân doanh và doanh nhân thuộc doanh nghiệp nhà nước

² Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

Như vậy, trên phạm vi cả nước, số lượng đảng viên và tổ chức Đảng trong các doanh nghiệp tư nhân, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần tư nhân (gọi tắt là doanh nghiệp tư nhân) vẫn còn rất ít. Trong các doanh nghiệp tư nhân có tổ chức Đảng, nhiều đảng viên nắm các vị trí chủ chốt như giám đốc, chủ tịch hội đồng quản trị, trưởng, phó phòng, chủ tịch công đoàn.

b, Cơ cấu ngành nghề, lĩnh vực và loại hình kinh doanh của doanh nhân

Bảng sau cho thấy cơ cấu ngành nghề, lĩnh vực hoạt động của các doanh nhân ở khu vực doanh nghiệp có đăng ký. Có tới 38,6% số doanh nhân hoạt động trong lĩnh vực bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô, và đây cũng là khu vực có số lượng doanh nhân hoạt động đông nhất. Tiếp theo là khu vực công nghiệp chế biến, chế tạo với sự tham gia của 18,9 % số doanh nhân.

Bảng 2.5 : Cơ cấu ngành nghề, lĩnh vực hoạt động của các doanh nhân đối với khu vực doanh nghiệp có đăng ký

	Tổng số DN	Tỷ lệ (%)
Chia theo ngành kinh tế (cấp I)	257790	100
A. Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	7905	3,1
B. Khai khoáng	3268	1,3
C. Công nghiệp chế biến , chế tạo	48843	18,9
D. Sản xuất và phân phối điện, khí đốt	4070	1,6
E. Cung cấp nước	776	0,3
F. Xây dựng	36156	14,0
G. Bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô	99437	38,6
H. Vận tải kho bãi	14012	5,4
I. Dịch vụ lưu trú và ăn uống	10571	4,1
J. Thông tin và truyền thông	2994	1,2
K. Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo	2581	1,0
L. Hoạt động kinh doanh bất động sản	4271	1,7
M. Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ	12724	4,9
N. Hoạt động hành chính và dịch vụ hỗ trợ	4588	1,8
O. Hoạt động của đảng cộng sản, tổ chức	33	0,0
P. giáo dục và đào tạo	1498	0,6
Q. y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	562	0,2

R. nghệ thuật, vui chơi và giải trí	853	0,3
S. hoạt động dịch vụ khác	2440	0,9
T. hoạt động làm thuê các công việc	170	0,1
U. hoạt động của các tổ chức và cơ quan	38	0,0

Nguồn: VCCI, năm 2009

c, Về cơ cấu đội ngũ doanh nhân phân theo các vùng, địa phương

Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội luôn dẫn đầu cả nước về số lượng doanh nghiệp đăng ký kinh doanh và số lượng doanh nhân. Tiếp theo là các địa phương có lượng doanh nghiệp dân doanh đăng ký kinh doanh lớn như Đà Nẵng, Đồng Nai, Bình Dương, Cần Thơ, Khánh Hòa, Thanh Hóa và Quảng Ninh. Các tỉnh có số lượng doanh nhân ít chủ yếu là các tỉnh thuộc vùng miền núi phía bắc như Hà Giang, Điện Biên, Lai Châu, Bắc Kạn, Tuyên Quang và các tỉnh thuộc khu vực miền Trung. Theo số liệu tổng hợp của Cục Phát triển Doanh nghiệp, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, hơn 60% các doanh nghiệp được đăng ký mới hàng năm tập trung tại các tỉnh và thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Bình Dương, Đồng Nai. Gần 40% còn lại là các doanh nghiệp được đăng ký tại 56 tỉnh thành còn lại trên toàn quốc.

Nếu tính theo vùng, các doanh nghiệp đang tập trung tại hai vùng Đồng bằng sông Hồng và miền Đông Nam bộ. Hai vùng này chiếm tới 70% số doanh nghiệp (gồm cả doanh nghiệp đăng ký và đang hoạt động) của cả nước. Tỷ trọng doanh nghiệp tại vùng Đồng bằng sông Hồng liên tục tăng nên song chủ yếu là nhờ sự gia tăng về số doanh nghiệp tại Hà Nội. Điều này cũng tương tự với trường hợp của Miền Đông Nam bộ và TP. Hồ Chí Minh.

Tỷ trọng doanh nghiệp của các vùng khác hoặc không tăng, hoặc giảm xuống, đặc biệt là vùng Tây Bắc, Đông Bắc bộ và Đồng bằng sông Cửu Long. Vùng đồng bằng sông Cửu Long, nơi tỷ lệ nghèo đói và thất nghiệp cao, lại chịu sự suy giảm mạnh nhất về số lượng doanh nghiệp trong những năm vừa qua. Sự phát triển không đồng đều này của các doanh nghiệp tư nhân cũng thể hiện sự trình độ phát triển kinh tế của các tỉnh, thành phố và các vùng, song cũng thể hiện khả năng làm tăng thêm sự chênh lệch về thu nhập và trình độ phát triển giữa các địa phương¹.

¹ Lê Duy Bình và Đậu Anh Tuấn, Tài liệu đã dẫn; trang 10, 11.

2.3.2. Thực trạng chất lượng đội ngũ doanh nhân

2.3.2.1. Về trình độ học vấn và chuyên môn

Nhìn chung, *trình độ học vấn*¹ của doanh nhân Việt Nam còn thấp. Trong những năm gần đây, ở nước ta đã công bố một số kết quả điều tra về trình độ học vấn và trình độ chuyên môn của doanh nhân Việt Nam. Tuy nhiên, do quy mô và đối tượng điều tra khác nhau, hơn nữa do khái niệm về doanh nhân cũng chưa có sự thống nhất nên các số liệu thống kê về trình độ và học vấn và chuyên môn của doanh nhân là rất không đồng nhất.

Theo kết quả điều tra do Tổng cục Thống kê công bố năm 2007, tỷ lệ doanh nhân có trình độ trên đại học là 2,25%, đại học: 40,2%, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp: 16,98%, dạy nghề dài hạn: 3,96%. Cũng theo kết quả điều tra này, tỷ lệ doanh nhân mới tốt nghiệp phổ thông trung học và chưa có bằng phổ thông trung học là 36,6%². Tuy nhiên trong những năm gần đây, số lượng doanh nhân có trình độ đại học và được đào tạo, bồi dưỡng về chuyên môn nghiệp vụ đang có xu hướng tăng lên.

Kết quả khảo sát năm 2009 của đề tài đối với 1841 doanh nhân cho thấy, trong số doanh nhân đang giữ các chức vụ chủ tịch/phó chủ tịch hội đồng quản trị doanh nghiệp, tỷ lệ đã tốt nghiệp đại học là khá cao, chiếm 70,04% tổng số những người đang giữ chức vụ này; tỷ lệ tương tự đối với doanh nhân là giám đốc/phó giám đốc doanh nghiệp là 63,64%. Số doanh nhân là giám đốc/phó giám đốc doanh nghiệp đã tốt nghiệp PTTH là 28,94% và số chưa tốt nghiệp PTTH chiếm tỷ lệ rất thấp (1,04%). Tuy nhiên, nếu tính thêm cả những người đang giữ chức vụ trưởng/phó phòng hay giám đốc bộ phận trong các doanh nghiệp, thì tỷ lệ số người có đã tốt nghiệp đại học và sau đại học là cao hơn nhiều. Tính chung, theo kết quả khảo sát của đề tài, tỷ lệ doanh nhân chưa tốt nghiệp PTTH là 1,36%, đã tốt nghiệp PTTH là 28,52% và đã tốt nghiệp đại học và sau đại học là 70,13%.

¹ “Trình độ học vấn” ở đây được tính theo tiêu chí các cấp học: 1) Chưa tốt nghiệp PTTH, 2) Đã tốt nghiệp PTTH, 3) đại học/cao đẳng và 4) trên đại học.

² Tổng cục Thống kê: Kết quả điều tra cơ sở kinh tế, hành chính, sự nghiệp năm 2007 – (Tập 2 – cơ sở sản xuất kinh doanh).

**Bảng 2.6: Trình độ học vấn của doanh nhân được điều tra
phân theo loại hình doanh nghiệp**

Trình độ học vấn của doanh nhân theo số lượng và cơ cấu	Loại hình doanh nghiệp						Tổng số
	DN Nhà nước	DN Tư nhân	Cty Cổ phần	Cty TNHH H	Cty liên doanh	Loại hình khác	
1. Số lượng doanh nhân được điều tra							
- Chưa tốt nghiệp PTTH	0	15	2	6	0	2	25
- Đã tốt nghiệp PTTH	22	72	117	289	4	21	525
- Đại học	66	82	440	518	25	43	1174
- Trên đại học	14	6	51	32	2	12	117
2. Cơ cấu (%) so với số doanh nhân được điều tra							
- Chưa tốt nghiệp PTTH	0,00	8,57	0,33	0,71	0,00	2,56	1,36
- Đã tốt nghiệp PTTH	21,57	41,14	19,18	34,20	12,90	26,92	28,52
- Đại học	64,71	46,86	72,13	61,30	80,65	55,13	63,77
- Trên đại học	13,73	3,43	8,36	3,79	6,45	15,38	6,36

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

Số liệu ở bảng trên cũng phản ánh một thực tế là, trình độ học vấn của doanh nhân trong loại hình doanh nghiệp tư nhân và công ty trách nhiệm hữu hạn là thấp nhất trong các loại hình doanh nghiệp. Chẳng hạn, đối với loại hình doanh nghiệp tư nhân, có tới 8,57% doanh nhân chưa tốt nghiệp PTTH và 41,14 % doanh nhân mới tốt nghiệp PTTH.

Số liệu khảo sát của đề tài cũng cho thấy, nếu so sánh trình độ học vấn của doanh nhân được điều tra ở 9 tỉnh/thành phố đại diện cho các vùng kinh tế của cả nước, doanh nhân ở TP Đà Nẵng có trình độ học vấn cao nhất, với tỷ lệ doanh nhân có trình độ đại học và trên đại học chiếm 89,19% ; tiếp theo là Hà Nội (75,91%), Hải Phòng và Quảng Ninh (69,59%)¹; Doanh nhân ở các địa phương được điều tra có trình độ học vấn thấp hơn là Nghệ An, Đắk Lắk và Lào Cai.

Về trình độ và lĩnh vực/ngành chuyên môn đã được đào tạo. Đội ngũ doanh nhân ở nước ta do mới được hình thành trong một thời gian rất ngắn và trong điều kiện của một nền kinh tế đang chuyển đổi từ kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang

¹ Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

kinh tế thị trường nên nhìn chung, chưa được đào tạo một cách bài bản về quản trị doanh nghiệp. Đa số doanh nhân thành lập doanh nghiệp là xuất phát từ yêu cầu bức thiết, trực tiếp của cuộc sống và khát vọng làm giàu cho bản thân, gia đình xã hội. Trong quá trình hình thành và phát triển doanh nghiệp, hầu hết doanh nhân vừa làm vừa học và trưởng thành từ thực tiễn hoạt động sản xuất kinh doanh. Đây là một đặc điểm khá nổi bật của doanh nhân nước ta hiện nay.

Theo số liệu khảo sát của Đề tài, số doanh nhân đã được đào tạo về quản lý kinh tế chiếm tỷ trọng khá thấp. Kết quả điều tra từ 1841 doanh nhân trên phạm vi 9 tỉnh/thành phố cho thấy, số doanh nhân đã được đào tạo về quản lý kinh tế chiếm 54,26% tổng số doanh nhân được điều tra, trong đó phân theo các trình độ đào tạo như sau: Sơ cấp và trung cấp là 10,16%, cao đẳng, đại học: 38,89% và trên đại học là 5,21%. Như vậy, một bộ phận rất lớn doanh nhân (hơn 45% tổng số doanh nhân được điều tra) là được đào tạo từ các ngành kỹ thuật, xã hội nhân văn và các ngành khác. Số doanh nhân này hầu như chưa được đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh.

Bảng 2.7 : Trình độ và lĩnh vực chuyên môn của doanh nhân

Đơn vị : Người, %

Đơn vị: Người, %

Tổng số doanh nhân được điều tra chia theo các tiêu chí khác nhau	Loại hình doanh nghiệp						Tổng số
	DN Nhà nước	DN Tư nhân	Cty Cổ phần	Cty TNHH	Cty liên doanh	Loại hình khác	
1. Sơ cấp hoặc trung cấp							
a. Số lượng và lĩnh vực chuyên môn được đào tạo	18	34	85	178	5	9	329
- Quản lý kinh tế	7	23	54	99	1	3	187
- Kỹ thuật	11	11	31	79	4	6	142
- Xã hội nhân văn	0	0	1	1	0	0	2
- Khác	2	14	6	19	0	0	41
b, Cơ cấu (%) so với số doanh nhân được điều tra							
Sơ cấp hoặc trung cấp	17,65	19,43	13,93	21,07	16,13	11,54	17.87
- Quản lý kinh tế	6,86	13,14	8,85	11,72	3,23	3,85	10,16
- Kỹ thuật	10,78	6,29	5,08	9,35	12,90	7,69	7,71
- Xã hội nhân văn	0,00	0,00	0,16	0,12	0,00	0,00	0,11
- Khác	1,96	8,00	0,98	2,25	0,00	0,00	2,23
2. Cao đẳng, đại học							
a. Số lượng và lĩnh vực chuyên môn được đào tạo	73	77	453	543	27	48	1221
- Quản lý kinh tế	50	34	275	316	17	24	716

- Kỹ thuật	22	23	137	149	7	12	350
- Xã hội nhân văn	1	10	17	32	1	2	63
- Khác	0	10	24	46	2	10	92
<i>b, Cơ cấu (%) so với số doanh nhân được điều tra</i>	71,57	44,00	74,26	64,26	87,10	61,54	66,32
- Quản lý kinh tế	49,02	19,43	45,08	37,40	54,84	30,77	38,89
- Kỹ thuật	21,57	13,14	22,46	17,63	22,58	15,38	19,01
- Xã hội nhân văn	0,98	5,71	2,79	3,79	3,23	2,56	3,42
- Khác	0,00	5,71	3,93	5,44	6,45	12,82	5,00
3. Trên đại học							
<i>a. Số lượng và lĩnh vực chuyên môn được đào tạo</i>	14	6	63	33	2	15	133
1 - Quản lý kinh tế	13	6	45	25	2	5	96
2 – Kỹ thuật	1	0	14	7	0	4	26
3 - Xã hội nhân văn	0	0	2	0	0	4	6
4 – Khác	0	0	2	1	0	2	5
<i>B, Cơ cấu (%) so với số doanh nhân được điều tra</i>	13,73	3,43	10,33	3,91	6,45	19,23	7,22
1 - Quản lý kinh tế	12,75	3,43	7,38	2,96	6,45	6,41	5,21
2 – Kỹ thuật	0,98	0,00	2,30	0,83	0,00	5,13	1,41
3 - Xã hội nhân văn	0,00	0,00	0,33	0,00	0,00	5,13	0,33
4 – Khác	0,00	0,00	0,33	0,12	0,00	2,56	0,27

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

Nếu xem xét theo loại hình doanh nghiệp, cũng tương tự như trình độ học vấn đã nêu ở trên, tỷ lệ doanh nhân đã được đào tạo về quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh trong các loại hình doanh nghiệp như: doanh nghiệp nhà nước, công ty liên doanh, công ty cổ phần là cao hơn so với các loại hình doanh nghiệp khác. Doanh nhân ở loại hình doanh nghiệp tư nhân, công ty trách nhiệm hữu hạn ít được đào tạo, bồi dưỡng về quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh hơn.

So sánh doanh nhân trong số các địa phương được khảo sát, Hà Nội, Đà Nẵng và Hải phòng là những thành phố có tỷ lệ cao về số doanh nhân được đào tạo về quản lý kinh tế ở bậc đại học và sau đại học. Ở một số tỉnh như Lào Cai, Đắk Lắk, Nghệ An, tỷ lệ doanh nhân đã được đào tạo về quản lý kinh tế ở bậc đại học và sau đại học rất thấp. Chẳng hạn, ở Đắk Lắk chỉ có 24,07% doanh nhân đã được đào tạo về quản lý kinh tế ở bậc đại học và hầu như không có doanh nhân nào có trình độ trên đại học về quản lý kinh tế¹.

¹ Xem phụ lục kết quả điều tra khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10; Tập 1, biểu 4 phần III

Trong số doanh nhân đang giữ các chức danh quan trọng trong các doanh nghiệp, tỷ lệ những người giữ các chức vụ chủ chốt như chủ tịch/phó chủ tịch HĐQT, giám đốc/phó giám đốc doanh nghiệp, có bằng đại học về quản lý kinh tế cũng không cao. Theo số liệu điều tra của Đề tài, chỉ có 39,21% chủ tịch/phó chủ tịch HĐQT có bằng đại học hoặc cao đẳng về quản lý kinh tế, tỷ lệ tương ứng đối với chức danh giám đốc/phó giám đốc doanh nghiệp là 36,89%¹. Số còn lại là được đào tạo về các ngành kỹ thuật, xã hội nhân văn và các ngành khác.

Về bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ. Để đánh giá rõ hơn thực trạng trình độ chuyên môn nghiệp vụ của đội ngũ doanh nhân nước ta, Đề tài đã khảo sát tình hình doanh nhân tham gia các lớp bồi dưỡng ngắn hạn về quản lý kinh tế, quản trị kinh doanh và các lớp đào tạo, bồi dưỡng giám đốc doanh nghiệp. Số liệu sau đây cho thấy khá rõ bức tranh về tình hình bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ của doanh nhân.

Bảng 2.8: Thực trạng tình hình đào tạo, bồi dưỡng về chuyên môn của doanh nhân

Đơn vị: Người, %

Loại hình DN	DN Nhà nước	DN Tư nhân	Cty Cổ phần	Cty TNHH	Cty liên doanh	Loại hình khác	Tổng số
Thời gian đào tạo, bồi dưỡng							
1/ Số lượng doanh nhân đã được bồi dưỡng về quản lý kinh tế hoặc QTKD							
1 – Dưới 3 tháng	28	40	148	201	9	16	442
2 – Từ 3 – 6 tháng	10	26	92	126	6	6	266
3 - Trên 6 tháng	30	25	127	166	4	10	362
4 - Không trả lời/chưa th.gia	34	84	243	352	12	46	771
<i>Tổng số</i>	102	175	610	845	31	78	1841
2/ Số lượng doanh nhân đã tham gia các lớp đào tạo GD doanh nghiệp							
1 – Dưới 3 tháng	16	26	132	159	6	10	349
2 – Từ 3 – 6 tháng	13	16	71	102	2	5	209
3 - Trên 6 tháng	3	12	44	79	3	4	145
4 - Không trả lời/chưa th.gia	70	121	363	505	20	59	1138

¹ Xem phụ lục kết quả điều tra khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10; Tập 1, biểu 4 phần I

<i>Tổng số</i>	102	175	610	845	31	78	1841
Tỷ lệ (%) so với số doanh nhân được điều tra							
1/ Tỷ lệ doanh nhân đã được bồi dưỡng về quản lý KT hoặc QTKD							
1 – Dưới 3 tháng	27.45	22.86	24.26	23.79	29.03	20.51	24.01
2 – Từ 3 – 6 tháng	9.80	14.86	15.08	14.91	19.35	7.69	14.45
3 - Trên 6 tháng	29.41	14.29	20.82	19.64	12.90	12.82	19.66
4 - Không trả lời/chưa th.gia	33.33	48.00	39.84	41.66	38.71	58.97	41.88
<i>Tổng số</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
2/ Tỷ lệ doanh nhân đã tham gia các lớp đào tạo GD doanh nghiệp							
1 – Dưới 3 tháng	15.69	14.86	21.64	18.82	19.35	12.82	18.96
2 – Từ 3 – 6 tháng	12.75	9.14	11.64	12.07	6.45	6.41	11.35
3 - Trên 6 tháng	2.94	6.86	7.21	9.35	9.68	5.13	7.88
4 - Không trả lời/chưa th.gia	68.63	69.14	59.51	59.76	64.52	75.64	61.81
<i>Tổng số</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

Bảng trên cho thấy, cho đến cuối năm 2009, trong tổng số 1841 doanh nhân được khảo sát trên phạm vi 9 tỉnh/thành phố, chỉ có 58,12% số doanh nhân đã qua các lớp bồi dưỡng về quản lý kinh tế hoặc quản trị kinh doanh, trong đó chủ yếu là các lớp bồi dưỡng dưới 3 tháng (chiếm 24,01%), từ 3 đến 6 tháng: 14,45% và trên 6 tháng: 19,66%. Như vậy, vẫn còn một bộ phận khá lớn (41,88%) doanh nhân chưa được bồi dưỡng bất kỳ một lớp quản lý kinh tế hoặc quản trị kinh doanh nào. Điều đáng lưu ý là, hiện còn một bộ phận rất lớn (61,81%) doanh nhân chưa được tham dự các lớp đào tạo, bồi dưỡng giám đốc doanh nghiệp. Trong số 38,19% doanh nhân đã tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng giám đốc doanh nghiệp, chủ yếu là các lớp dưới 3 tháng (18,96%). Số doanh nhân được đào tạo, bồi dưỡng trên 6 tháng chiếm tỷ lệ rất thấp (7,88%).

Như vậy, cho đến nay, nhìn chung trình độ học vấn của đội ngũ doanh nhân nước ta còn thấp hơn nhiều so với các nước trong khu vực và quốc tế. Một bộ phận lớn doanh nhân chưa được đào tạo bài bản về chuyên môn nghiệp vụ (kiến thức về quản lý kinh tế nói chung, quản trị doanh nghiệp nói riêng). Nguyên nhân chủ yếu của tình hình này là do doanh nhân nước ta mới được hình thành và phát triển trong một thời gian rất ngắn, nhiều người do yêu cầu cấp thiết của cuộc sống, do ý chí vươn lên làm giàu cho bản thân, cộng đồng và xã hội, có kinh nghiệm từ thực tiễn, đã đứng ra thành lập doanh nghiệp hoặc tham gia lãnh đạo doanh nghiệp. Mặt

khác, ở nước ta hiện nay, số lượng và chất lượng các cơ sở đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân cũng chưa đáp ứng được yêu cầu. Vì vậy, việc đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân có đủ kiến thức cần thiết để lãnh đạo doanh nghiệp trong bối cảnh mới, là một yêu cầu rất cấp thiết.

2.3.2.2. Trình độ ngoại ngữ của doanh nhân

Kết quả điều tra 1035 doanh nhân của VCCI năm 2009 cho thấy tỷ lệ doanh nhân không biết ngoại ngữ nào chiếm 32,08%; nhóm doanh nhân là chủ tịch hoặc phó chủ tịch HĐQT có tỷ lệ không biết ngoại ngữ nào cao hơn các nhóm tổng giám đốc, giám đốc doanh nghiệp (35,74%).

Tiếng Anh là ngoại ngữ thông dụng nhất trong kinh doanh quốc tế. Theo kết quả điều tra của VCCI, có 62,9% số doanh nhân được điều tra biết tiếng Anh. Số doanh nhân biết các ngoại ngữ khác chiếm tỷ lệ thấp: 8,7% doanh nhân biết tiếng Trung; 6,18% biết tiếng Nga; 3,86% biết tiếng Pháp; 1,26% số người biết tiếng Đức. Tỷ lệ thông thạo một ngoại ngữ của doanh nhân không cao. Tiếng Anh được nhiều người biết, song tỷ lệ số người có thể đàm phán hợp đồng chỉ là 7,54%; tỷ lệ số người “viết, nghe, nói thông thạo” chỉ đạt 12,66%¹.

Điều đáng chú ý là trong số các chủ tịch hoặc phó chủ tịch HĐQT, tỷ lệ “có thể đàm phán hợp đồng” đạt 24,36%; tỷ lệ doanh nhân có thể “viết, nghe, nói thông thạo” đạt 17,56%, đây là tỷ lệ cao hơn trung bình chung của tổng số doanh nhân được điều tra. Các ngoại ngữ khác như tiếng Trung, tiếng Pháp, tiếng Nga có tỷ lệ số người “viết, nghe, nói thông thạo” rất thấp.

Bảng 2.9: Cơ cấu doanh nhân phân theo trình độ ngoại ngữ và chức vụ

Đơn vị: %

	Chủ tịch / P. chủ tịch HĐQT	Tổng GD/ GD
- Không biết NN nào	35,74	33,16
- Có biết	64,26	66,84
Tổng số	100,00	100,00
Tiếng Anh - Tổng số	58,94	61,68
1. Đủ để giao tiếp	42,97	40,29
2. Có thể đàm phán hợp đồng	7,22	7,84

¹ Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 2009

3. Viết, nghe, nói thông thạo	8,75	13,55
Tiếng Nga - Tổng số	5,32	6,42
1. Đủ để giao tiếp	3,80	4,10
2. Có thể đàm phán hợp đồng	0,76	0,53
3. Viết, nghe, nói thông thạo	0,76	1,78
Tiếng Trung - Tổng số	6,08	10,52
1. Đủ để giao tiếp	4,18	6,06
2. Có thể đàm phán hợp đồng	0,38	0,36
3. Viết, nghe, nói thông thạo	1,52	4,10
Tiếng Pháp - Tổng số	4,56	4,10
1. Đủ để giao tiếp	3,04	2,50
2. Có thể đàm phán hợp đồng	0,38	0,53
3. Viết, nghe, nói thông thạo	1,14	1,07
Tiếng Đức - Tổng số	1,14	1,07
1. Đủ để giao tiếp	0,76	0,53
2. Có thể đàm phán hợp đồng	0,38	0,18
3. Viết, nghe, nói thông thạo	0,00	0,36

Nguồn: Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, năm 2009

Kết quả điều tra của Đề tài năm 2009 cũng cho thấy kết quả tương tự. Trong tổng số 1841 doanh nhân được điều tra, có 24,61% chưa biết ngoại ngữ nào. Số doanh nhân biết tiếng Pháp, tiếng Nga, tiếng Đức chiếm tỷ lệ rất thấp. Trong tổng số 71,59% doanh nhân biết tiếng Anh, số người đạt đến trình độ D rất thấp (4,56%), còn lại chủ yếu là trình độ A và B¹. Hơn nữa, số doanh nhân biết ngoại ngữ cũng chủ yếu là ở các trung tâm kinh tế lớn như Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, TP.HCM. Ở các địa phương như Lào Cai, Đắk Lắk, Nghệ An, rất ít doanh nhân có trình độ D về tiếng Anh.

¹ Trình độ A là thấp nhất, D là cao nhất

Bảng 2.10: Cơ cấu trình độ ngoại ngữ của doanh nhân

Đơn vị: %

Loại hình DN Trình độ	1. DN Nhà nước	2. DN Tư nhân	3. Cty Cổ phần	4. Cty TNHH	5. Cty liên doanh	6. Loại hình khác	Tổng số
Tổng số doanh nhân được điều tra	100	100	100	100	100	100	100
1/ Tiếng Anh	89.22	55.43	75.25	69.35	93.55	71.79	71.59
A- Trình độ A	24.51	25.14	21.31	23.91	29.03	16.67	22.98
B- Trình độ B	25.49	15.43	25.90	26.27	12.90	20.51	24.61
C- Trình độ C	33.33	12.57	23.61	16.33	19.35	17.95	19.45
D- Trình độ D	5.88	2.29	4.43	2.84	32.26	16.67	4.56
2/ Tiếng Pháp	14.71	5.14	5.90	5.44	0.00	8.97	6.14
A- Trình độ A	4.90	0.57	1.97	0.95	0.00	0.00	1.41
B- Trình độ B	6.86	3.43	3.11	1.30	0.00	6.41	2.61
C- Trình độ C	2.94	0.00	0.66	2.37	0.00	0.00	1.47
D- Trình độ D	0.00	1.14	0.16	0.83	0.00	2.56	0.65
3/ Tiếng Nga	13.73	4.00	5.41	4.38	6.45	14.10	5.65
A- Trình độ A	8.82	2.29	1.97	1.78	3.23	1.28	2.28
B- Trình độ B	1.96	0.57	1.80	1.30	0.00	10.26	1.79
C- Trình độ C	0.98	0.57	0.33	0.83	0.00	0.00	0.60
D- Trình độ D	1.96	0.57	1.31	0.47	3.23	2.56	0.98
4/ Tiếng Trung	6.86	2.29	4.43	2.96	12.90	2.56	3.75
A- Trình độ A	4.90	0.00	1.31	1.18	3.23	1.28	1.36
B- Trình độ B	1.96	1.71	1.64	1.18	0.00	1.28	1.41
C- Trình độ C	0.00	0.57	0.49	0.36	9.68	0.00	0.54
D- Trình độ D	0.00	0.00	0.98	0.24	0.00	0.00	0.43
5/ Tiếng Đức	4.90	1.14	0.98	0.71	0.00	0.00	1.03
A- Trình độ A	1.96	0.00	0.66	0.59	0.00	0.00	0.60
B- Trình độ B	0.98	0.00	0.00	0.12	0.00	0.00	0.11
C- Trình độ C	1.96	0.00	0.33	0.00	0.00	0.00	0.22
D- Trình độ D	0.00	1.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.11
Chưa có ngoại ngữ nào	7.84	39.43	20.33	27.22	3.23	26.92	24.61

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

2.3.2.3. Quy mô kinh doanh của doanh nhân

a, Doanh nghiệp nhỏ và vừa

Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa xét theo tiêu chí vốn và lao động (theo quy định của Nghị định 90/2001/NĐ-CP ngày 23/11/2001 của Chính phủ)¹.

Bảng 2.11: Số lượng doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa

Đơn vị: Doanh nghiệp, %

Năm	2005	2006	2007
Tổng số doanh nghiệp hoạt động	112.950	131.318	155.771
<i>DNNVV theo quy mô lao động</i>			
- Số lượng	109.336	127.593	151.780
- % tổng số	96,80%	97,16%	97,44%
<i>DNNVV theo nguồn vốn</i>			
- Số lượng	98.232	114.341	131.888
- % tổng số	87,0%	87,1%	84,7%

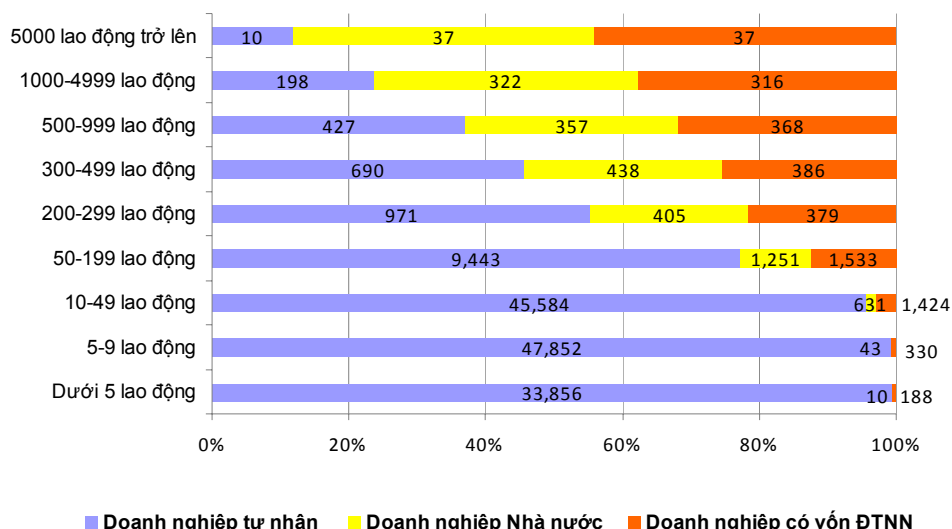
Nguồn: Tổng cục Thống kê, Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2001 - 2007. Nhà xuất bản Thống kê, 2009

Năm 2000, quy mô bình quân của doanh nghiệp nhà nước địa phương là 213 lao động/doanh nghiệp (gấp 8 lần bình quân doanh nghiệp tư nhân), doanh nghiệp nhà nước Trung ương là 630 lao động/doanh nghiệp (gấp 23 lần bình quân doanh nghiệp tư nhân). Đến năm 2008, tỷ lệ này đã tăng lên, quy mô bình quân của doanh nghiệp nhà nước địa phương là 243 lao động/doanh nghiệp và doanh nghiệp nhà nước Trung ương là 667 lao động/doanh nghiệp, lần lượt gấp 10 và 28 lần quy mô bình quân của doanh nghiệp dân doanh.

¹ Theo quy định của Nghị định 90/2001/NĐ-CP ngày 23/11/2001 của Thủ tướng Chính phủ, doanh nghiệp nhỏ và vừa là DN có quy mô vốn đăng ký không quá 10 tỷ đồng hoặc số lao động trung bình năm không quá 300 người.

Từ năm 2009, Nghị định 90/2001 đã được thay thế bằng Nghị định 56/2009/NĐ-CP. Các tiêu chí về quy định DNNVV tại Nghị định 56/2009 đã được điều chỉnh căn cứ theo lĩnh vực hoạt động chính của doanh nghiệp: Doanh nghiệp nhỏ được xác định là có từ trên 10 đến 200 lao động đối với doanh nghiệp các ngành nghề nông, lâm nghiệp và thủy sản, công nghiệp và xây dựng; trên 10 đến 50 lao động đối với doanh nghiệp ngành nghề thương mại và dịch vụ.

Hình 2.4: Quy mô sử dụng lao động trung bình tại các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế¹



Nguồn: Tổng cục Thống kê, Kết quả Tổng điều tra doanh nghiệp các năm từ 2001 đến 2009

Về qui mô lao động theo ngành sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp công nghiệp có số lao động bình quân lớn nhất, với 102 lao động/1 DN, gấp gần 3 lần mức bình quân chung. Các doanh nghiệp thương nghiệp, khách sạn, nhà hàng, du lịch có qui mô lao động khá nhỏ, đặc biệt là các DN thuộc khu vực tư nhân (bình quân 7 lao động/DN). Đối với khu vực nhà nước, đa phần các DN hoạt động trong các ngành dịch vụ (48,6%), thu hút 52,5% tổng số lao động. Ở khu vực DN ngoài nhà nước, phần lớn là kinh doanh trong các ngành thương mại, khách sạn, nhà hàng; trong khi đó, các doanh nghiệp FDI lại tập trung nhiều nhất vào hoạt động công nghiệp².

**Bảng 2.12: Số lượng doanh nghiệp phân theo quy mô vốn
giai đoạn 2000 – 2007**

Đơn vị: Doanh nghiệp

Năm	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Dưới 0,5 tỷ VND	16.267	18.326	18.591	18.790	23.187	26.687	15.908	

18.646

¹ Dẫn theo Lê Duy Bình và Đậu Anh Tuấn, Tài liệu đã dẫn; trang 16, 17.

² Sách đã dẫn

0,5 – 1 tỷ VND	6.534	8.403	10.994	12.954	16.191	20.434	21.808	23.631
1 – 5 tỷ VND	10.759	14.556	20.141	24.737	32.739	41.856	63.954	72.342
5 – 10 tỷ VND	2.745	3.385	4.490	5.496	7.303	9.255	12.670	17.269
Tổng số DNNVV	36.305	44.670	54.216	61.977	79.420	98.232	114.340	131.888
10 – 50 tỷ VND	3.957	4.623	5.771	6.648	8.269	10.017	11.502	16.353
50 – 200 tỷ VND	1.515	1.781	2.160	2.491	2.904	3.302	3.837	5.286
200 – 500 tỷ VND	312	383	501	586	760	895	1.013	1.355
Trên 500 tỷ VND	199	223	260	310	403	504	640	889
Tổng số DN không phải là DNNVV	5.983	7.010	8.692	10.035	12.336	14.718	16.992	23.883

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2001 – 2007, Nhà xuất bản Thống kê, 2009

Bảng sau cho thấy các doanh nghiệp ngoài quốc doanh là DNNVV chiếm 92,8% xét theo tiêu chí lao động và 91% xét theo tiêu chí vốn. Tỷ lệ doanh nghiệp ngoài quốc doanh không phải là DNNVV chỉ chiếm 1,2 % tổng số doanh nghiệp. Theo tiêu chí vốn đăng ký kinh doanh quy định tại Nghị định 90, còn có 20% DNNN và 30% doanh nghiệp có vốn ĐTNN là DNNVV.

Bảng 2.13: Tỷ lệ doanh nghiệp theo quy mô lao động và hình thức sở hữu giai đoạn 2000 – 2006

Đơn vị: %

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
DNNN là DNNVV (< 300 LĐ)	9,9	7,3	5,8	4,4	3,2	2,4	1,9
Doanh nghiệp ngoài quốc doanh là DNNVV	81,6	84,5	86,5	88,2	90,3	91,9	92,8
Doanh nghiệp có vốn ĐTNN là DNNVV	2,9	3,2	2,9	2,8	2,6	2,5	2,5
DNNN không phải là DNNVV	3,7	3,1	2,8	2,4	1,8	1,2	1,0
Doanh nghiệp ngoài quốc doanh không phải là DNNVV	1,2	1,3	1,3	1,4	1,3	1,2	1,2
Doanh nghiệp có vốn ĐTNN không phải là DNNVV	0,7	0,7	0,8	0,9	0,8	0,7	0,7
Tổng	100	100	100	100	100	100	100

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2001 - 2007. Nhà xuất bản Thống kê, 2009

**Bảng 2.14: Tỷ lệ doanh nghiệp theo quy mô vốn và hình thức sở hữu
giai đoạn 2000 – 2006.**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
DNNN là DNNVV (< 10 tỷ VND)	5,9	3,9	2,8	1,9	1,2	0,8	0,6
Các doanh nghiệp ngoài quốc doanh là DNNVV (< 10 tỷ VND)	79,1	81,2	82,3	83,2	84,3	85,2	85,5
Doanh nghiệp có vốn ĐTNN là DNNVV (< 10 tỷ VND)	0,9	1,3	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0
DNNN không phải là DNNVV (> 10 tỷ VND)	7,7	6,4	5,7	4,9	3,8	2,8	2,3
Các doanh nghiệp ngoài quốc doanh không phải là DNNVV (> 10 tỷ VND)	3,7	4,5	5,5	6,4	7,2	8,0	8,4
Doanh nghiệp có vốn ĐTNN không phải là DNNVV (> 10 tỷ VND)	2,7	2,6	2,6	2,6	2,4	2,2	2,2
Tổng	100	100	100	100	100	100	100

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2001 - 2007.

Nhà xuất bản Thống kê, 2009

Bảng sau đưa một vài chỉ số trung bình của các doanh nghiệp Việt Nam từ năm 2001 đến năm 2006. Số lao động trung bình của một doanh nghiệp giảm qua sáu năm từ 76 xuống 51 lao động. Nguyên nhân của hiện tượng này có thể xuất phát từ việc đơn giản hoá thủ tục gia nhập thị trường, chẳng hạn như thủ tục đăng ký kinh doanh, đã làm cho số lượng các doanh nghiệp mới ngày càng tăng. Tuy nhiên, quy mô vốn trung bình của một doanh nghiệp chỉ tăng rất ít, từ 24 tỷ đồng đến 26 tỷ đồng/doanh nghiệp. Doanh thu thuần trung bình trên một lao động đã tăng lên đáng kể (khoảng 70%), từ 238 tỷ đồng tới 409 tỷ đồng. Xem xét các chỉ số phản ánh hiệu quả hoạt động liên quan đến vốn và doanh thu, có thể thấy rằng các chỉ số này ngày càng tăng.

Khi so sánh các DNNN và các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, có thể nhìn thấy sự khác biệt giữa các chỉ số trung bình. Các DNNN có xu hướng thuê nhiều lao động và có mức vốn bình quân lớn hơn. Trong khi doanh thu thuần trung bình tính trên một lao động ở các DNNN tăng 2,3 lần thì ở các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, con số này chỉ tăng 1,6 lần. Điều này phản ánh phần nào chương trình cổ phần hóa được thực hiện trong giai đoạn 2001 và 2006 đã tạo ra một khu vực DNNN mạnh mẽ hơn. Xét trên các chỉ số lợi nhuận trung bình, các DNNN dường như có nhiều cải thiện hơn so với các doanh nghiệp ngoài quốc doanh. Đây có thể là kết quả của việc có quá nhiều doanh nghiệp mới gia nhập vào khu vực doanh

ngành ngoài quốc doanh, những doanh nghiệp này khó có thể cạnh tranh để thu lợi nhuận, thậm chí có doanh nghiệp còn lỗ trong những năm đầu hoạt động, và đây chính là nguyên nhân làm cho các chỉ số trung bình của khu vực này giảm xuống.

Bảng 2.15: Các chỉ số trung bình của các doanh nghiệp giai đoạn 2001 – 2006

Đơn vị: Lao động, %

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Số lao động trung bình	76	74	72	63	55	51
Mức vốn trung bình (tỷ VND)	24	23	24	24	24	26
Doanh thu thuần trung bình tính trên 1 lao động (triệu VND)	238	260	281	303	356	409
Lợi nhuận trên vốn (%)	3,8	4,3	4,5	4,9	4,4	4,9
Lợi nhuận trên doanh thu (%)	5,0	5,1	5,4	6,0	5,2	6,1

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2001 - 2007.

Nhà xuất bản Thống kê, 2009.

Liên quan đến các doanh nghiệp có vốn ĐTNN, các doanh nghiệp này có quy mô lớn tương tự như các DNNN về số lao động và số vốn trung bình, tuy nhiên vượt xa các DNNN và các doanh nghiệp ngoài quốc doanh về lợi nhuận. Các chỉ tiêu về lợi nhuận của các doanh nghiệp này có xu hướng tăng dần trong giai đoạn 2001 – 2006.

b, Doanh nghiệp quy mô lớn

Một số nghiên cứu và khảo sát gần đây đã giới thiệu thực trạng về các doanh nghiệp lớn nhất ở Việt Nam. Trước hết phải kể đến Báo cáo của UNDP năm 2007 về 200 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam. Trong báo cáo này có rất ít doanh nghiệp tư nhân trong nước (10,5% trong tổng số 200 doanh nghiệp) lọt vào danh sách (Cheshier and Penrose 2007). Báo cáo “Top 500 doanh nghiệp Việt Nam” năm 2008, với vai trò tư vấn của giáo sư John Quelch - Đại học quản trị kinh doanh Harvard¹ cho thấy, số doanh nghiệp tư nhân trong nước chiếm 24% trong số 500 doanh nghiệp nằm trong danh sách này. Tuy nhiên, theo cả hai báo cáo trên thì số lượng công ty cổ phần vẫn chiếm đa số. Trong “Báo cáo Việt Nam 500 năm 2008”, chỉ có 9 doanh nghiệp hoàn toàn là vốn tư nhân, trong đó doanh nghiệp tư nhân 100% có xếp hạng cao nhất cũng đứng thứ 69 trong danh

¹ www.vnr500.com.vn

sách. Bảng sau cho thấy kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp trong “Top 500 doanh nghiệp” năm 2008 phân theo loại hình sở hữu.

Bảng 2.16: Kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp trong top 500 phân theo loại hình sở hữu, năm 2008

	số lượng doanh nghiệp	xếp hạng (trung bình)	Tài sản (trung bình) Triệu đ	Lao động (trung bình)	Doanh thu (trung bình)-tỷ đ
DNNN(vốn 100%)	156	211,9	9.532.391,0	3,316.9	4,486,056.6
DNNN (vốn >50%)	59	256,3	2.582.465,9	1,187.3	1,993,311.9
DNNN vốn <=50%)	81	320,7	2.602.311,1	1.016,3	1.610.833,7
Doanh nghiệp tư nhân (100%)	44	298,8	4.577.574,6	1.178,6	1.622.855,7
Doanh nghiệp FDI	149	246,0	1.823.609,4	2.525,7	2.429.120,9

Nguồn : Báo cáo Việt Nam, năm 2008

Bảng xếp hạng VNR 500 năm 2009 cũng tiếp tục chứng kiến sự chi phối mạnh mẽ bởi DNNN. Các tập đoàn, tổng công ty nhà nước vẫn tiếp tục nắm giữ vai trò chủ lực trong nền kinh tế Việt Nam được thể hiện bằng những thứ hạng cao trong Bảng xếp hạng VNR 500 cũng như chiếm hơn một nửa số doanh nghiệp được xếp hạng (chiếm tỷ trọng 45,3%). Doanh nghiệp tư nhân cũng đang dần thể hiện vị thế của mình trong nền kinh tế với số lượng doanh nghiệp khối tư nhân góp mặt trong Bảng xếp hạng năm 2009 lên đến gần 30%, một sự gia tăng rõ rệt so với năm trước (24%). Bên cạnh đó, yếu tố nước ngoài cũng góp phần không nhỏ trong Bảng xếp hạng năm 2009 với sự góp mặt của gần 26% số lượng doanh nghiệp.

Số liệu trên cho thấy, quy mô kinh doanh của doanh nhân Việt Nam nói chung là rất hạn chế. So với các doanh nghiệp trên thế giới, các doanh nghiệp lớn thuộc top 500 của Việt Nam (kể cả các DNNN) cũng chỉ mới thuộc loại trung bình và nhỏ¹. Mặt khác, đang có sự cách biệt khá lớn về quy mô kinh doanh của doanh nhân thuộc khu vực kinh tế nhà nước và doanh nhân thuộc khu vực kinh tế tư nhân. Quy mô kinh doanh của doanh nhân thuộc khu vực KTTN là rất nhỏ so với thế giới.

¹ Theo tiêu chuẩn Hoa Kỳ, doanh nghiệp nhỏ là doanh nghiệp có dưới 500 công nhân. Theo chuẩn này, ở Việt Nam năm 2009 vẫn có 210 doanh nghiệp trong số 500 DN lớn nhất, thuộc loại DN nhỏ.

2.3.2.4. Tuổi của doanh nhân

Đa số các nghiên cứu gần đây đều cho thấy xu hướng trẻ hóa của đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Tuy nhiên, nghiên cứu của VCCI năm 2009 với mẫu chọn trên 1000 doanh nhân cho thấy trong số doanh nhân giữ chức vụ chủ tịch hoặc phó chủ tịch HĐQT, những người dưới 30 tuổi chỉ chiếm 1,9%; doanh nhân ở độ tuổi từ 30 đến 40 chiếm 8,75%, doanh nhân trên 60 tuổi chiếm tỷ lệ thấp (6,84%). Nhìn chung các doanh nhân có độ tuổi chủ yếu từ 40 đến 60, độ tuổi hội tụ khá đầy đủ các tố chất của doanh nhân.

Bảng 2.17: Cơ cấu các nhóm tuổi và chức vụ của doanh nhân

Đơn vị: Tỷ lệ %

	Chủ tịch / phó chủ tịch	Tổng GD/GD
Tổng số	100%	100%
1- Dưới 30 tuổi	1,90	5,35
2- Từ 30 – 40	8,75	17,65
3- Từ 40 -50	31,94	27,81
4- Từ 50 -60	42,21	30,12
5 – Từ 60 trở lên	6,84	3,57
Không có thông tin	8,37	15,51

Nguồn: Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 2009

Theo kết quả điều tra của Đề tài, số lượng doanh nhân dưới 30 tuổi chiếm 23,14%, từ 30 -40 tuổi chiếm 33,19% và từ 40 đến 50 tuổi là 24,55%, từ 50 đến 60 tuổi là 16,2% và trên 60 tuổi chỉ chiếm 2,5%. Như vậy, kết quả điều tra của đề tài đã cho thấy hầu hết doanh nhân có độ tuổi từ 30 đến 50 (chiếm 57,74%). Số lượng doanh nhân có độ tuổi trên 60 là rất ít. Số doanh nhân dưới 30 tuổi tuy hiện tại chiếm tỷ lệ không cao (23,14%), nhưng đang có xu hướng tăng nhanh trong những năm gần đây. Điều đáng lưu ý là, số lượng doanh nhân tuổi dưới 30 chủ yếu là đang nắm giữ các chức vụ như trưởng/phó phòng, giám đốc/phó giám đốc bộ phận trong công ty/tổng công ty. Số người này sẽ tăng nhanh và sẽ là lãnh đạo chủ chốt trong các doanh nghiệp trong những năm tới.

Bảng 2.18: Số lượng và tỷ lệ doanh nhân được điều tra phân theo độ tuổi*Đơn vị: Người, %*

Tổng số doanh nhân được điều tra chia theo các tiêu chí khác nhau	Loại hình doanh nghiệp						Tổng số
	DN Nhà nước	DN Tư nhân	Cty Cổ phần	Cty TNHH H	Cty liên doanh	Loại hình khác	
1. Chia theo độ tuổi							
1- Dưới 30 tuổi	36	42	143	177	3	25	426
2- Từ 30 – 40	23	41	223	283	21	20	611
3- Từ 40 -50	26	45	138	224	3	16	452
4- Từ 50 -60	16	36	89	146	4	15	306
5 – Từ 60 trở lên	1	11	17	15	0	2	46
<i>Cơ cấu (%) so với số doanh nhân được điều tra</i>							
Tổng số	100	100	100	100	100	100	100
1- Dưới 30 tuổi	35,5	24,4	23,4	20,9	9,7	32,1	23,1
2- Từ 30 – 40	22,5	23,4	36,6	33,5	67,7	25,6	32,2
3- Từ 40 -50	25,5	25,7	22,6	26,5	9,7	20,5	24,6
4- Từ 50 -60	15,7	20,6	14,6	17,3	12,9	19,2	16,6
5 – Từ 60 trở lên	1,0	6,3	2,8	1,8	0,0	2,6	2,5

*Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009***2.3.2.5. Thâm niên công tác của doanh nhân tại doanh nghiệp**

Do phần lớn các doanh nghiệp được hình thành trong những năm gần đây, đặc biệt là từ năm 2000 nên kinh nghiệm kinh doanh của doanh nhân Việt Nam nhìn chung còn rất ít. Theo một kết quả khảo sát của VCCI năm 2009, số doanh nhân có thâm niên dưới 10 năm không cao, nhất là đối với nhóm doanh nhân có chức vụ là tổng giám đốc doanh nghiệp; số doanh nhân dưới 10 năm công tác chiếm khoảng 60%. Nhóm này rất ít kinh nghiệm kinh doanh.

Kết quả khảo sát của Đề tài năm 2009 đối với 1841 doanh nhân trên phạm vi 9 tỉnh/thành phố, cũng cho thấy kết quả tương tự. Tỷ lệ những người đang giữ các chức vụ như chủ tịch/phó chủ tịch hội đồng quản trị có thâm niên công tác dưới 10 năm chiếm tỷ lệ 51,6% tổng số những người đang giữ chức vụ này; tỷ lệ tương tự đối với chức vụ giám đốc/phó giám đốc là 63,8%. Nhìn chung, số doanh nhân là chủ tịch/phó chủ tịch HĐQT và giám đốc/phó giám đốc doanh nghiệp có thời gian công tác tại doanh nghiệp từ 10 năm trở lên chiếm tỷ lệ thấp.

**Bảng 2.19: Số lượng và cơ cấu doanh nhân được điều tra theo
thâm niên công tác tại doanh nghiệp**

	Chủ tịch / Phó chủ tịch HĐQT DN	Giám đốc/ phó giám đốc DN	Trưởng /phó phòng DN	Chức vụ khác	Tổng số
<i>Số lượng doanh nhân được điều tra (người)</i>					
1- Dưới 5 năm	76	317	127	132	652
2- Từ 5-10 năm	41	294	100	64	499
3- Từ 10 – 15 năm	24	120	32	37	213
4- Từ 15 năm trở lên	63	113	55	37	268
Không có thông tin	23	113	34	39	209
<i>Cơ cấu so với tổng số doanh nhân được điều tra (%)</i>					
1- Dưới 5 năm	33,5	33,1	36,5	42,7	35,4
2- Từ 5-10 năm	18,1	30,7	28,7	20,7	27,1
3- Từ 10 – 15 năm	10,6	12,5	9,2	12,0	11,6
4- Từ 15 năm trở lên	27,8	11,8	15,8	12,0	14,6
Không có thông tin	10,1	11,8	9,8	12,6	11,4

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

2.3.2.6. Thực trạng về hợp tác, liên kết trong kinh doanh của doanh nhân và các hiệp hội doanh nghiệp

Như đã phân tích ở trên, do hạn chế về mặt lịch sử, tư tưởng, điều kiện kinh tế- xã hội, Việt Nam chưa bao giờ tạo ra một tầng lớp doanh nhân lớn mạnh và có tính chuyên nghiệp cao. Tính cộng đồng doanh nhân nước ta chưa cao, mặc dù doanh nhân Việt Nam hiện nay tuy có nhiều ưu điểm tích cực, song trong hoạt động kinh doanh còn nhiều điểm hạn chế như: cát cứ, địa phương, đố kỵ, kèn cựa nhau, thiếu tin tưởng nhau dẫn đến tính hợp tác chưa cao, đang là trở ngại trong hiệu quả hoạt động kinh doanh và hội nhập quốc tế.

Về các hiệp hội doanh nghiệp, theo số liệu của VCCI¹, hiện nay cả nước có hơn 300 hiệp hội, thu hút khoảng trên 30% số doanh nghiệp tham gia với tư cách hội viên, chủ yếu tập trung tại các trung tâm kinh tế lớn như Hà Nội, Thành phố

¹ GTZ và VCCI: Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam với vai trò vận động chính sách, HN, 2007

HCM, Đà Nẵng, Hải Phòng, Bà Rịa-Vũng Tàu và Bình Dương. Theo số liệu điều tra 6.319 doanh nghiệp của VCCI năm 2006, tỷ lệ doanh nghiệp ở các tỉnh/thành phố tham gia vào một loại hiệp hội (doanh nghiệp) nào đó như sau¹: Hà Nội: 20%; Hải Phòng: 9,92%; TP.HCM: 43,16%; Đà Nẵng: 17,81%; Huế: 19,7%; Đồng Nai: 23,16%; Gia Lai: 9,64%; Cần Thơ: 28,57%; Bà Rịa-Vũng Tàu: 24,72%; Bắc Ninh: 8,24%; Bình Dương 25%, v.v. Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam bao gồm nhiều loại với nhiều hình thức khác nhau:

Theo ngành nghề kinh doanh có thể phân làm hai loại: 1) Các hiệp hội doanh nghiệp đa ngành như: VCCI, Liên minh các hợp tác xã Việt Nam, Hiệp hội công thương, Hiệp hội các nhà doanh nghiệp trẻ Việt Nam .v.v. và 2) các hiệp hội doanh nghiệp cùng một ngành hàng như Hiệp hội cà phê-ca cao Việt Nam, Hiệp hội lương thực Việt Nam, Hiệp hội ngân hàng .v.v.

Theo địa bàn hoạt động, có các loại hiệp hội doanh nghiệp: 1) các hiệp hội doanh nghiệp cấp quốc gia như: Hiệp hội vận tải ô tô Việt Nam, Hiệp hội dệt may Việt Nam .v.v.; 2) các hiệp hội doanh nghiệp địa phương như: Hiệp hội nhựa TP HCM, Hiệp hội vận tải đường bộ TP Hải Phòng; 3) các hiệp hội ở nước ngoài (như Hiệp hội doanh nhân Việt Nam ở nước ngoài).

Ngoài ra, các hiệp hội còn được hình thành theo quy mô (như Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa Hà Nội, Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành nghề nông thôn Việt Nam), theo giới tính (như Câu lạc bộ doanh nghiệp Nữ, Hội đồng doanh nhân Nữ), theo tuổi tác (Hội doanh nghiệp trẻ .v.v.).

Vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp: Như đã nêu ở trên, trong những năm gần đây, vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp ở nước ta đã được nâng lên đáng kể. Các hiệp hội doanh nghiệp đã có đóng góp tích cực vào việc cải thiện môi trường kinh doanh, đào tạo doanh nhân, tập hợp, đề xuất với Đảng và Nhà nước các kiến nghị của doanh nghiệp, doanh nhân, tư vấn chính sách, bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nghiệp, doanh nhân, thúc đẩy xúc tiến thương mại, nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo sự liên kết ngày càng chặt chẽ trong cộng đồng doanh nghiệp .v.v.

Sự tham gia của các hiệp hội doanh nghiệp được thể hiện rất đa dạng, phong phú với nhiều hình thức khác nhau, có thể nêu lên một số hình thức chủ yếu sau đây²:

¹ GTZ-VCCI: Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam với vai trò vận động chính sách, H, 2007

² Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam với vai trò vận động chính sách - vẫn có thể làm tốt hơn nhiều, GTZ và VCCI, 2007.

- Tham gia trực tiếp vào các ban soạn thảo Nghị quyết của Đảng, Luật, Pháp lệnh của Quốc hội và các văn bản pháp luật của Chính phủ.
- Tham gia phản biện chính sách, góp ý các văn bản quy phạm pháp luật.
- Tham gia các Tổ công tác, Tổ thi hành pháp luật và chính sách.
- Cử đại diện tham gia trực tiếp vào các cơ quan dân cử, các tổ chức chính trị-xã hội như Quốc hội, Hội đồng nhân dân các cấp, Mặt trận Tổ quốc Việt Nam, Liên đoàn Lao động Việt Nam .v.v.
- Tổ chức đối thoại và tham gia đối thoại trực tiếp tại các cuộc đối thoại thường kỳ và đột xuất giữa Chính phủ, các Bộ/ngành, các cấp chính quyền địa phương, các nhà tài trợ với cộng đồng doanh nghiệp.
- Gửi các văn bản kiến nghị tới Đảng, Nhà nước, các bộ/ngành trung ương và địa phương.
- Thu thập ý kiến của các doanh nghiệp, các hiệp hội.
- Đóng góp ý kiến với Đảng, Nhà nước trên các phương tiện thông tin đại chúng.
- Các hình thức tham gia khác như thực hiện các chương trình nghiên cứu, các dự án phát triển kinh tế-xã hội, thông qua các tổ chức nghiên cứu, các nhà tài trợ, các cuộc hội nghị, hội thảo, các diễn đàn doanh nghiệp.

Tuy nhiên, vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp vẫn còn nhiều hạn chế: Chất lượng của sự tham gia vào quá trình hoạch định chính sách của các hiệp hội doanh nghiệp còn thấp, thậm chí chưa được thực hiện. Ý kiến của các hiệp hội doanh nghiệp ít được quan tâm. Số lượng doanh nghiệp cũng như các hiệp hội tham gia còn rất hạn chế, nhất là các tổ chức ở cấp địa phương. Các hoạt động tham vấn lấy ý kiến còn hình thức, hoạt động trung cầu ý dân chưa được coi trọng đúng mức. Các hình thức, các “kênh” tham gia còn nghèo nàn, hình thức, chưa được thể chế hóa. Mặt khác, bản thân doanh nghiệp và hiệp hội doanh nghiệp chưa quen với “cơ chế tham gia” và thiếu động lực tham gia.

Theo một số kết quả nghiên cứu, số lượng doanh nghiệp và các hiệp hội doanh nghiệp được tham vấn ý kiến về xây dựng các chính sách phát triển kinh tế-xã hội vẫn còn rất ít.

Kết quả điều tra, khảo sát năm 2009 của đề tài cho thấy: Trong tổng số 1841 doanh nhân thuộc các tỉnh, thành phố: Hà Nội, Hải Phòng, Lào Cai, Nghệ An, Đà Nẵng, Đắk Lắk, Tp. HCM và Bình Dương được hỏi về mức độ tham gia đóng góp ý

kiến xây dựng các chính sách phát triển kinh tế-xã hội (cả ở Trung ương và địa phương), có 39,5 % doanh nhân cho rằng, họ chưa bao giờ được hỏi ý kiến, 38,8% doanh nhân trả lời họ chỉ đôi khi mới được hỏi; chỉ có 5,5% doanh nhân cho rằng họ thường xuyên được hỏi ý kiến và 2,1% trả lời họ rất thường xuyên được tham vấn ý kiến¹.

Hiện nay ở nước ta, vẫn chưa có thể chế phù hợp để các tổ chức hiệp hội doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả. Về mặt pháp lý, vẫn còn thiếu vắng những luật quan trọng để doanh nghiệp, các hiệp hội doanh nghiệp có thể tham gia như: Luật về hiệp hội, Luật về dân chủ cơ sở, Luật trưng cầu dân ý. Do vậy, sự tham gia của doanh nghiệp và các hiệp hội doanh nghiệp còn hình thức.

Về phía các cơ quan nhà nước, vẫn còn thiếu cơ chế phối hợp, tình trạng cát cứ, độc quyền thông tin giữa các Bộ, ngành còn khá phổ biến, thiếu hệ thống giám sát minh bạch.

Thể chế kinh tế thị trường chậm được đổi mới. Cơ chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung còn ăn sâu vào các hoạt động kinh tế-xã hội, các doanh nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp chưa thực sự được coi là một “tác nhân” thị trường.

Do chưa ý thức đầy đủ về vai trò, chức năng của mình, nên có một số hiệp hội doanh nghiệp chưa có những đổi mới thực sự, chưa tìm ra những nội dung hoạt động thích ứng với cơ chế thị trường. Kết quả nghiên cứu, khảo sát của VCCI & GTZ² và Viện Khoa học xã hội Việt Nam & UNDP³ đã cho thấy tác động của các tổ chức này hiện còn rất thấp. Hiện vẫn còn không ít tổ chức xã hội chưa phát huy đầy đủ chức năng của mình, chậm đổi mới phương thức hoạt động, còn hình thức, kém hiệu quả, chưa đáp ứng được nguyện vọng và lợi ích của đoàn viên, hội viên. Các hiệp hội chưa thể hiện rõ vai trò, chưa gắn kết hội viên với hiệp hội. Một số tổ chức hiệp hội doanh nghiệp bị "hành chính hoá", khả năng thu hút doanh nhân còn hạn chế. Thậm chí có trường hợp, hiệp hội được xem như là "sân sau" của các quan chức khi đã hết tuổi công tác trong các cơ quan quản lý nhà nước.

Nguyên nhân của tình trạng đó, trước hết là do nhận thức chưa đúng của xã hội nói chung và bản thân cấp lãnh đạo và hội viên về vị trí, vai trò của hiệp hội doanh nghiệp, vẫn còn có nhận thức đơn giản về quyền và trách nhiệm của các

¹ Kết quả khảo sát năm 2009 của đề tài khoa học cấp nhà nước “Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020”.

² VCCI & GTZ: Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam với vai trò vận động chính sách, H, 2007

³ Viện KHXH Việt nam & UNDP: Đẩy mạnh chiều sâu dân chủ và tăng cường sự tham gia của người dân ở Việt Nam, H, 2006.

hiệp hội với tư cách là một trong những chủ thể của xã hội, của nền kinh tế. Mặt khác, do mới thành lập nên các hiệp hội, các tổ chức còn có khó khăn về tài chính, nhân lực.

Mặt khác, vẫn còn thiếu thể chế phù hợp để các tổ chức xã hội dân sự có thể phát huy thế mạnh của mình. Mặc dù đã được thảo luận từ nhiều năm nay nhưng dự thảo luật về Hội vẫn chưa được chính thức thông qua. Trong khi đó, mặc dù luật Tổ chức Chính phủ năm 2001 và Nghị định số 86/2002/NĐ-CP quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ, cơ quan ngang Bộ, đã xác định nhiệm vụ của các Bộ trong việc quản lý nhà nước đối với hoạt động của hội, tổ chức phi chính phủ nhưng hiện nay các cơ quan quản lý nhà nước vẫn còn rất lúng túng trong việc cụ thể hoá nhiệm vụ này, dẫn đến tình trạng buông lỏng quản lý, hoặc ngược lại là bao biện, làm thay, can thiệp quá mức vào công việc tổ chức nội bộ của các hiệp hội.

Thủ tục thành lập hội còn khá phức tạp. Số lượng thành viên trong từng hiệp hội doanh nghiệp còn ít. Điều đó cũng hạn chế đến sự tham gia đầy đủ, có hiệu quả của các tổ chức này.

Quy trình ban hành chính sách nhìn chung còn khép kín, theo hướng áp đặt từ trên xuống. Hầu hết các chính sách do các cơ quan nhà nước ban hành thiếu vắng sự tham gia trực tiếp, rộng rãi của các tổ chức hiệp hội doanh nghiệp.

Thiếu cơ chế hợp tác hiệu quả giữa các cơ quan nhà nước và các hiệp hội doanh nghiệp.

2.3.2.7. Thực trạng văn hóa doanh nhân

Văn hoá doanh nhân là toàn bộ các nhân tố văn hoá mà các doanh nhân chọn lọc, tạo ra, sử dụng và biểu hiện trong hoạt động kinh doanh của mình, hay nói cách khác, văn hoá doanh nhân là toàn bộ các giá trị vật chất và tinh thần được các doanh nhân chọn lọc, tạo ra, sử dụng và biểu hiện trong hoạt động kinh doanh.

Trong quá trình xây dựng và phát triển doanh nghiệp, nhiều doanh nhân đã chú trọng xây dựng văn hóa mang bản sắc riêng cho doanh nghiệp mình, hướng tới sự phát triển hài hoà lợi ích của bản thân doanh nhân, doanh nghiệp và xã hội, hướng tới sự phát triển bền vững. Một số nội dung của văn hoá doanh nghiệp đã được các doanh nhân chú ý xây dựng. Tuy nhiên, từ nhận thức được đến việc xây dựng các yếu tố văn hoá doanh nghiệp lại cần phải có thời gian mà các doanh nghiệp không thể thực hiện ngay được. Chỉ có một số rất ít doanh nhân cho rằng thành công trong kinh doanh của họ trong những năm gần đây là do xây dựng

được văn hoá kinh doanh cho doanh nghiệp mình.

Theo kết quả điều tra của đề tài, hầu hết các doanh nhân đều cho rằng yếu tố văn hoá trong hoạt động của doanh nghiệp là rất quan trọng, để thành công trong môi trường hiện nay, các doanh nhân cần phải tích lũy rất nhiều các điều kiện, trong đó quan trọng nhất là các điều kiện cấu thành văn hoá doanh nhân. Phần lớn các doanh nhân cho rằng văn hoá doanh nhân bao gồm các yếu tố¹: Trình độ chuyên môn, năng lực lãnh đạo, trình độ quản lý kinh doanh, tầm nhìn chiến lược, khả năng thích ứng với môi trường, nhạy cảm, linh hoạt, sáng tạo, tính độc lập, quyết đoán, tự tin, năng lực quan hệ xã hội, có nhu cầu cao về sự thành đạt, say mê yêu thích kinh doanh, sẵn sàng chấp nhận mạo hiểm, có đầu óc kinh doanh. Điều này cho thấy, đa số doanh nhân ở nước ta đã có nhận thức khá đầy đủ về các nhân tố cấu thành văn hoá doanh nhân. Đây là một dấu hiệu tốt và cũng là một thuận lợi vì một khi các doanh nhân đã có nhận thức đúng và đầy đủ về văn hoá doanh nhân, họ sẽ luôn cố gắng hành động, trau dồi và tích lũy đầy đủ các yếu tố để trở thành một doanh nhân văn hoá.

Theo một kết quả nghiên cứu², hầu hết các doanh nhân đều cho rằng các nhân tố sau đây có tác động mạnh mẽ đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, xếp theo mức độ tác động từ thấp đến cao như sau: 1) Thị hiếu/nhu cầu của khách hàng, yêu cầu của đối tác; 2) Cơ chế, chính sách của nhà nước; 3) Luật pháp; 4) Phong cách, tư cách của Ban lãnh đạo; 5) Đối thủ cạnh tranh; 6) Tác phong của nhân viên; 7) Những quy định hành chính; 8) Tôn chỉ, phương châm hoạt động của doanh nghiệp; 9) Những giá trị văn hoá truyền thống; 10) Tập quán xã hội nhìn nhận giới kinh doanh; 11) Văn hoá của các công chức nhà nước; 12) Giao thoa với văn hoá nước ngoài.

Từ kết quả điều tra các doanh nghiệp, có thể thấy rằng, nhận thức của các doanh nhân về nội dung và tầm quan trọng của văn hoá doanh nghiệp và văn hoá doanh nhân trong hoạt động của họ là tương đối chính xác. Đây là một dấu hiệu rất tốt, tạo điều kiện thuận lợi cho việc xây dựng văn hóa doanh nhân.

Văn hóa doanh nhân thể hiện trên các khía cạnh: 1) Năng lực của doanh nhân (trình độ chuyên môn, năng lực lãnh đạo và trình độ quản lý kinh doanh); 2) các tố chất của doanh nhân (có quan hệ rộng, dám mạo hiểm, có ý chí kinh doanh,

¹ Kết quả khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

² Dương Thị Liễu, đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Trường Đại học KTQD, 2007.

sáng tạo .v.v.); 3) đạo đức doanh nhân (tôn trọng lợi ích của người khác, có trách nhiệm xã hội .v.v); có chữ “tín” trong kinh doanh.

Mặc dù mới hình thành trong một thời gian ngắn, nhưng tính văn hóa doanh nhân ở nước ta đã thể hiện rõ trên một số nét chủ yếu như:

- Phần lớn doanh nhân có nhận thức đúng đắn, có ý thức xây dựng nền tảng văn hoá doanh nghiệp, văn hoá doanh nhân.

- Đội ngũ doanh nhân hiện nay mặc dù còn những khiếm khuyết nhất định nhưng phần lớn đã thể hiện là những doanh nhân có văn hoá, có nhận thức đúng về giá trị văn hóa của doanh nghiệp, doanh nhân, về xã hội, về lối sống, về nghệ thuật.

- So với cách đây vài năm thì đội ngũ doanh nhân đã lớn mạnh hơn rất nhiều, đặc biệt là lớp doanh nhân trẻ.

Tuy nhiên, vẫn còn nhiều hạn chế trong việc hình thành văn hóa doanh nhân ở nước hiện nay:

- Đa số doanh nhân chưa biết chắt lọc, phát huy bản sắc tốt đẹp của văn hóa dân tộc trong hoạt động quản lý, kinh doanh của mình. Điều đó thể hiện ở chỗ: Đề cao quá mức tính hàn lâm, bác học, nặng về lý thuyết, khiến áp dụng từ lý thuyết vào thực tế bị coi nhẹ; cẩn thận, chắc chắn, thành ra dè dặt, thiếu quyết đoán, chậm đổi mới, không dám làm ăn lớn; quá tự tôn, sĩ diện, thành ra không dám nhìn thẳng và chấp nhận sự thật; ưa nêu thành tích hơn nhận khuyết điểm; trọng nếp nhà hơn ý thức cộng đồng. Lịch sử hàng ngàn năm chống ách đô hộ nước ngoài cũng tạo nên trong tính cách của mọi người dân nói chung, doanh nhân nói riêng, một tinh thần phản kháng, chống lại những quy định và chính sách mà ngoại bang áp đặt, từ đó hình thành thói quen không tuân thủ pháp luật, coi trọng luật tục hơn luật pháp, chưa định hình một lối sống theo pháp luật.

- Mặc dù đa số doanh nhân có những nét văn hoá đẹp của người người Việt Nam như yêu nước, chữ tín, đạo đức trong kinh doanh, tự tin làm giàu, nhưng các doanh nhân Việt Nam nói chung có một nhược điểm lớn là thiếu kiến thức kinh doanh trong nền kinh tế thị trường hiện đại. Một số doanh nghiệp mang tư tưởng làm ăn chụp giật.

- Một số doanh nhân trẻ hoặc do tự tin thái quá nên dễ sinh ra tâm không thực tế, hoặc vì thiếu tự tin nên dễ sinh ra tâm lý mặc cảm.

- Nhìn chung các doanh nhân đã bắt đầu tạo được cho mình một bản sắc văn

hoá riêng, tuy nhiên, bản sắc đó vẫn chưa rõ nét. Một số doanh nghiệp kinh doanh phản văn hoá như làm hàng nhái, hàng giả, hàng kém phẩm chất hoặc độc hại đối với sức khoẻ của con người, nấp bóng lợi dụng những nhãn hiệu có uy tín trên thị trường; tìm cách trà trộn hàng giả với hàng thật, hàng có chất lượng tốt để tiêu thụ, lừa bịp người tiêu dùng; gây ô nhiễm môi trường; kinh doanh không đăng ký; buôn lậu, nhập hàng lậu vào trong nước để trốn thuế. Một số doanh nhân thoái hoá, biến chất, hư hỏng thể hiện cả trong phương thức kinh doanh cũng như trong đạo đức, lối sống trái với thuần phong mỹ tục, chuẩn mực đạo lý của người Việt Nam.

- Khả năng quản trị của một số doanh nhân chưa tương xứng với yêu cầu quản trị doanh nghiệp hiện đại, thiếu kế hoạch kinh doanh dài hạn, chưa có triết lý kinh doanh; khả năng chấp nhận và chịu đựng mọi rủi ro thấp; hoài bão và quyết tâm chinh phục thị trường chưa cao; tính kỷ luật trong công việc, tinh thần trách nhiệm chưa nghiêm; thiếu tinh thần hợp tác vì lợi ích cộng đồng và xã hội.

- Một số doanh nhân có tâm lý dựa vào quan hệ cá nhân. Một trong những yếu tố tiêu cực trong văn hóa kinh doanh hiện nay là tâm lý lợi dụng các mối quan hệ trong các hoạt động giao dịch, kể cả doanh nhân ở khu vực tư nhân và doanh nhân ở khu vực nhà nước.

Nguyên nhân của tình hình trên là do:

- Môi trường kinh tế-xã hội đang có những yếu tố gây cản trở nhất định cho việc xây dựng văn hoá doanh nhân. Trước hết, phải kể đến tác động tiêu cực của cơ chế thị trường thuần túy. Lối sống thực dụng, chạy theo lợi nhuận bất chấp tác động xấu đối với xã hội, môi trường. Tác động của môi trường kinh doanh như cơ chế, chính sách, pháp luật và hoạt động của bộ máy công chức cũng đang tạo ra những rào cản nhất định cho việc hình thành văn hóa doanh nhân.

- Quan niệm và tâm lý xã hội vẫn chưa có cái nhìn đồng thuận về vị thế của doanh nhân, thậm chí coi họ là những người ích kỷ, muốn làm giàu cho bản thân mình, trốn thuế, buôn lậu, làm hàng giả .v.v. Dư luận và tâm lý xã hội vẫn còn mặc cảm với nghề kinh doanh tư nhân. Những rào cản về tâm lý xã hội đối với phát triển kinh tế tư nhân đang khá phổ biến, ở nhiều cấp độ và hình thức khác nhau. Trong nhiều trường hợp quyền lợi chính đáng của doanh nghiệp vẫn chưa được bảo vệ. Những phiền hà do thủ tục hành chính nặng nề, rườm rà, chồng chéo ở các cơ quan công quyền đã cản trở việc phát huy năng lực của các doanh nhân.

- Công tác tuyên truyền, giáo dục về vai trò của đội ngũ doanh nhân đối với

sự phát triển của đất nước chưa được coi trọng nên chưa tạo điều kiện cho doanh nhân phát huy năng lực và vai trò của mình. Mặt khác, ý thức tự hoàn thiện của không ít doanh nhân còn yếu.

2.3.3. Thực trạng đào tạo doanh nhân ở nước ta hiện nay

Như đã phân tích ở phần trên, đội ngũ doanh nhân nước ta, nhìn chung chưa được đào tạo một cách bài bản, trình độ học vấn thấp so với nhiều nước trong khu vực, một bộ phận khá lớn doanh nhân chưa được đào tạo, bồi dưỡng kiến thức cơ bản về quản lý kinh tế, quản trị doanh nghiệp. Đây là một thách thức rất lớn của doanh nghiệp nước ta trong quá trình cạnh tranh, hội nhập kinh tế quốc tế.

Trong những năm qua, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chính sách, biện pháp khuyến khích đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực chuyên môn cho đội ngũ doanh nhân và cán bộ quản trị doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các trường đại học, cao đẳng, các hiệp hội doanh nghiệp và nhiều doanh nghiệp cũng đã góp phần quan trọng đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân và những người có nguyện vọng trở thành các nhà quản lý doanh nghiệp.

Một trong những nguồn lực quan trọng để đào tạo đội ngũ doanh nhân ở nước ta trong những năm vừa qua là sự hỗ trợ trực tiếp từ nguồn kinh phí ngân sách nhà nước. Theo Quyết định 143/2004QĐ-TTg ngày 10/8/2004 của Thủ tướng chính phủ, Chương trình trợ giúp đào tạo nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa giai đoạn 2004 – 2008 đã được triển khai. Sau hơn 4 năm thực hiện trên phạm vi cả nước đã tổ chức được 3704 lớp đào tạo cho các đối tượng là chủ doanh nghiệp, các nhà quản lý doanh nghiệp, trong đó có 1372 lớp khởi sự doanh nghiệp, 2304 lớp quản trị doanh nghiệp và 28 lớp đào tạo giảng viên, với sự tham gia của 18.2870 học viên¹. Theo kết quả điều tra của chương trình này, nội dung các khóa học là phù hợp với yêu cầu của đội ngũ cán bộ quản lý doanh nghiệp. Ngoài ra, Nhà nước còn hỗ trợ các hiệp hội doanh nghiệp, các tổ chức chính trị xã hội tổ chức các cuộc hội thảo, hội nghị tập huấn, tổ chức các đoàn nghiên cứu khảo sát học tập kinh nghiệm quốc tế cho đội ngũ doanh nhân.

¹ Lê Quang Mạnh: Đào tạo doanh nhân, tầm nhìn và giải pháp. Kỷ yếu diễn đàn Doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ CNH, HĐH và hội nhập kinh tế quốc tế, VCCI và Báo Nhân dân, Hà Nội, tháng 10 – 2009, trang 61.

Nhà nước cũng đã tạo cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển thị trường dịch vụ đào tạo; khuyến khích các cơ sở đào tạo đại học, cao đẳng, trung học chuyên nghiệp, các hiệp hội doanh nghiệp, các tổ chức chính trị - xã hội và các doanh nghiệp triển khai các chương trình đào tạo bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân. Vì vậy, số lượng các cơ sở đào tạo với đối tượng chính là các doanh nhân, các nhà quản lý doanh nghiệp đã tăng lên rất nhanh, thu hút ngày càng nhiều doanh nhân và các cán bộ quản lý doanh nghiệp tham gia các khóa bồi dưỡng, nhất là bồi dưỡng ngắn hạn có tính thực hành cao, có khả năng ứng dụng trực tiếp vào quản lý điều hành doanh nghiệp. Chỉ tính riêng các khóa đào tạo ngắn hạn trong giai đoạn 2003 – 2008, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đã tổ chức được 3198 lớp đào tạo cho gần 177000 lượt học viên từ các doanh nghiệp.

Trong những năm gần đây, các trường đại học, cao đẳng khối kinh tế và quản trị kinh doanh đã tổ chức nhiều chương trình đào tạo quản trị kinh doanh bậc đại học, cao học và tiến sĩ, kể cả các chương trình đào tạo chất lượng cao liên kết với các trường đại học nước ngoài; các chương trình bồi dưỡng cán bộ quản lý doanh nghiệp, giám đốc doanh nghiệp. Hiện nay chưa có số liệu thống kê đầy đủ về số lượng sinh viên, học viên cao học, nghiên cứu sinh cũng như số lượng doanh nhân và các cán bộ quản lý doanh nghiệp được đào tạo, bồi dưỡng từ các trường đại học, cao đẳng trong và ngoài nước. Tuy nhiên, cũng có thể thấy rõ rằng cho đến nay đã có hàng trăm ngàn người đã được đào tạo, bồi dưỡng từ các trường đại học, cao đẳng. Một số trường đại học như: trường Đại học Kinh tế TP HCM, trường Đại học Kinh tế quốc dân, trường Đại học Thương mại .v.v. đã xây dựng các chương trình bồi dưỡng giám đốc doanh nghiệp, thu hút nhiều doanh nhân và những người chuẩn bị khởi sự doanh nghiệp tham gia. Ngoài ra, một số lượng lớn sinh viên đại học, học viên cao học cũng đã được gửi đi đào tạo về quản trị kinh doanh, quản lý kinh tế ở các trường đại học nước ngoài bằng nhiều nguồn kinh phí khác nhau.

Mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định, nhưng yêu cầu đào tạo, bồi dưỡng, cung cấp kiến thức cần thiết cho đội ngũ doanh đang là thách thức rất to lớn. Hiện nay, chúng ta chưa có một chiến lược tổng thể về đào tạo đội ngũ doanh nhân. Trong khi đó, yêu cầu đào tạo cho đội ngũ này là rất lớn. Trong giai đoạn 2011-2020, trung bình mỗi năm nước ta sẽ có khoảng 100.000 doanh nghiệp được thành lập mới. Vì vậy, nhu cầu đào tạo đội ngũ doanh nhân, bổ sung cập nhật những kiến thức mới về quản trị kinh doanh là rất lớn.

Các chính sách hỗ trợ của Nhà nước nhằm khuyến khích thị trường dịch vụ đào tạo cho doanh nhân cũng chưa thực sự đáp ứng được nhu cầu. Nhà nước chưa có một hệ thống chính sách đồng bộ để khuyến khích, ưu đãi cho lĩnh vực đào tạo doanh nhân. Các chính sách hỗ trợ về đất đai, chính sách thuế, đào tạo giáo viên, chính sách tín dụng .v.v. chưa thực sự khuyến khích các cơ sở đào tạo.

Chất lượng đào tạo doanh nhân hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu. Công trình nghiên cứu của PGS. TS. Nguyễn Thị Tuyết Mai và các nhà khoa học Trường Đại học kinh tế quốc dân về đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản trị doanh nghiệp¹ đã cho thấy chất lượng đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân hiện nay. Kết quả phỏng vấn chuyên gia, các cơ sở đào tạo (đại diện là các trường đại học khối kinh tế), các doanh nhân và qua phỏng vấn cũng như thảo luận nhóm, các nhận định đưa ra về thực trạng đào tạo doanh nhân tương đối thống nhất về một số điểm sau (chủ yếu đối với các cơ sở đào tạo trong nước): 1) nhìn chung nội dung chương trình đào tạo còn chưa phù hợp với nhu cầu của doanh nhân về trang bị tầm nhìn, tầm chiến lược kinh doanh, thiếu tính thực tiễn, kiến thức chưa cập nhật (đặc biệt chương trình của các trường đại học), thiếu kiến thức về kỹ năng quản lý, quản trị, chương trình được thiết kế chưa hợp lý, trang bị các kiến thức và kỹ năng thiếu đồng bộ; 2) phương pháp giảng dạy vẫn nặng về một chiều, không khuyến khích phát triển tư duy sáng tạo, thiếu hiệu quả, gây nên sự nhàm chán cho người học; 3) giảng viên (đặc biệt trong các trường đại học) còn rất thiếu kiến thức và kinh nghiệm thực tế, nên bài giảng chưa có sức thuyết phục cao với các doanh nhân. Ngoài ra, các kiến thức của nhiều giảng viên cũng chưa sâu và chưa cập nhật do ít nghiên cứu, thiếu động lực làm việc ; 4) học liệu phục vụ cho đào tạo doanh nhân còn hạn chế về độ phù hợp. Nhìn chung, các ý kiến đánh giá cao các chương trình đào tạo liên kết quốc tế, đáp ứng tốt hơn nhu cầu đào tạo của doanh nhân.

Kết quả nghiên cứu, khảo sát của đề tài và một số công trình nghiên cứu gần đây cho thấy nhu cầu đào tạo của các cán bộ quản lý doanh nghiệp nói chung và lãnh đạo cao cấp của doanh nghiệp nói riêng là rất lớn, về cả các kiến thức quản lý kinh tế, quản trị doanh nghiệp và các kỹ năng về quản lý, quản trị, kế toán doanh nghiệp.

¹ Đề tài cấp Bộ: ‘Đào tạo và bồi dưỡng cán bộ quản trị doanh nghiệp ở các trường đại học khối kinh tế theo nhu cầu xã hội’, mã số: B2008.06.95, H, 2010.

Hiện nay ở nước ta, kiến thức về kinh doanh chưa được đưa vào chính khóa ở các trường trung học phổ thông¹. Theo một kết quả khảo sát của các cán bộ Viện chiến lược và chương trình giáo dục² đối với hơn 800 học sinh lớp 10, 11 và cán bộ quản lý, giáo viên, phụ huynh ở 8 trường THPT, trên 75,1% học sinh THPT còn biết ít, rất ít và không biết về kiến thức kinh doanh, đặc biệt là kiến thức về thị trường (84,9%), lập kế hoạch kinh doanh (82,5%), tổ chức các hoạt động kinh doanh (82,9%), đánh giá hiệu quả của doanh nghiệp (72,9%). Kết quả khảo sát trên cũng cho thấy, phần lớn học sinh (96,3%) đều cho rằng rất cần thiết phải đưa giáo dục về kinh doanh vào trường THPT. Lí do chính là các em học sinh cần có sự định hướng nghề nghiệp và là điều kiện cần thiết để có thể tự tạo việc làm, khơi dậy tinh thần doanh nghiệp để có thể trở thành những doanh nhân, cán bộ quản lý doanh nghiệp trong tương lai.

Vì vậy, chúng tôi cho rằng, cần thiết nghiên cứu để đưa kiến thức kinh doanh vào trường THPT một cách phù hợp, nhất là nội dung về ý tưởng kinh doanh, khái niệm cơ bản về tổ chức, vận hành doanh nghiệp, về thị trường.v.v.

2.3.4. Thực trạng biến đổi cơ cấu xã hội và hình thành tầng lớp doanh nhân mới

Sự xuất hiện tầng lớp doanh nhân ngày càng đông đảo là một diện mạo mới trong cơ cấu xã hội Việt Nam hơn 20 năm qua. Nó cũng phản ánh một quá trình biến đổi xã hội sâu sắc, từ một xã hội nông nghiệp truyền thống, với những định kiến đẳng cấp kiểu “sỹ-nông-công-thương” từ những thế kỷ trước đây sang một xã hội hiện đại với cơ cấu xã hội mới. Sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân trong hơn 20 năm qua đã và đang góp phần làm biến đổi của cơ cấu xã hội Việt Nam trong quá trình chuyển sang một xã hội hiện đại.

2.3.4.1. Về cơ cấu xã hội và biến đổi cơ cấu xã hội Việt Nam thời kỳ đổi mới

Xã hội Việt Nam sau hơn 20 năm đổi mới đã trải qua nhiều biến đổi lớn về kinh tế, xã hội, văn hoá. Thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN đang hình thành và phát huy sức mạnh của nó. Mặt khác, kinh tế thị trường cùng với quá trình đẩy mạnh CNH, HĐH cũng tác động làm biến đổi cơ cấu xã hội (CCXH), gia tăng phân hoá giàu nghèo, phân tầng xã hội. Nhìn chung, sau hơn 20 năm đổi mới, nét

¹ Ở nhiều nước, kiến thức về kinh doanh đã được đưa vào giảng dạy ở các trường THPT nhằm giúp học sinh định hướng nghề nghiệp và tự lập nghiệp ngay sau khi tốt nghiệp THPT.

² Trịnh Thị Anh Hoa, Lê Văn Anh: Thực trạng nhu cầu giáo dục về kinh doanh cho học sinh trung học phổ thông. Tạp chí khoa học – giáo dục, tháng 5 – 2007

nổi bật của cơ cấu xã hội của nước ta hiện nay là *tính đa dạng, sự năng động và biến đổi*. Đó là một cơ cấu “*mở*”, với các bộ phận cấu thành cơ bản đang vận động và biến đổi nhanh nên chưa định hình rõ nét, nhất là cơ cấu xã hội - giai cấp và cơ cấu xã hội - nghề nghiệp.

Trước đổi mới, cơ cấu giai cấp - một “*tiểu cơ cấu*” của CCXH nói chung được xem là khái niệm then chốt, kinh điển từ lý luận của học thuyết Mác-Lê nin. Trong thời kỳ đổi mới, với nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, trong việc phân tích CCXH của nước ta hiện nay, nếu chỉ sử dụng quan điểm cơ cấu giai cấp sẽ gặp nhiều khó khăn cả trong cách tiếp cận cũng như vận dụng chính sách. Vì vậy, cần phải vừa kế thừa những điểm hợp lý của các quan điểm và cách tiếp cận cũ, vừa phải áp dụng các cách tiếp cận mới trong nghiên cứu CCXH và các bộ phận cấu thành của nó¹.

Theo hướng này, *tiểu cơ cấu xã hội - nghề nghiệp* là một hướng tiếp cận mới đáng lưu ý. Trong CCXH Việt Nam hiện nay, *tiểu cơ cấu* này đang được đổi mới, đa dạng hoá từng ngày. Nhiều ngành nghề mới ra đời, dẫn đến xuất hiện những nhóm xã hội nghề nghiệp mới trong quá trình đẩy mạnh CNH, HĐH đất nước. Về mặt xã hội, đây cũng là kết quả của tính cơ động xã hội của các nhóm dân cư được gia tăng - cả theo chiều dọc (sự dịch chuyển đi lên hay đi xuống theo địa vị kinh tế - xã hội của cá nhân trong nội bộ một nhóm nghề nghiệp), lẫn chiều ngang (sự chuyển đổi một cá nhân giữa các nhóm nghề nghiệp khác nhau). Các dòng di cư mạnh mẽ từ nông thôn vào đô thị, giữa các vùng miền với nhiều hệ quả xã hội của chúng cũng là biểu hiện của sự biến đổi của cơ cấu xã hội nghề nghiệp hiện nay ở nước ta.

Những nhân tố mới này làm cho cơ cấu giai tầng xã hội nước ta trở nên phức tạp hơn, đa dạng hơn. Trong sự tác động qua lại, trực tiếp hay gián tiếp của chúng, đang làm thay đổi nhiều quan niệm và thực tiễn về tính chất và đặc điểm của giai tầng và các quan hệ xã hội cũ, truyền thống của xã hội Việt Nam trước đây.

Cơ cấu xã hội nước ta hiện nay là một cơ cấu *mở, năng động, đang vận động và phát triển nhanh*.

- *Tính chất mở* thể hiện ở chỗ: giữa các giai cấp, tầng lớp xã hội không có ranh giới rõ ràng (hoặc ranh giới “*mờ và mở*”). Vừa có *sự di động dọc* giữa các

¹ Trịnh Duy Luân: Vị thế của tầng lớp doanh nhân trong cơ cấu xã hội Việt Nam hiện nay. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 153, tháng 3/2010.

nhóm trong nội bộ mỗi giai cấp, mỗi tầng lớp, vừa có *sự di động ngang* của các nhóm chuyển từ giai cấp, tầng lớp này sang giai cấp, tầng lớp khác.

- *Tính năng động xã hội* của các giai tầng xã hội được phát huy, tạo nên sự chuyển đổi mạnh mẽ của CCXH.

- *Trạng thái đang vận động và phát triển* của cơ cấu xã hội mới đã và đang diễn ra trong tất cả các bộ phận hợp thành của cơ cấu xã hội.

Cơ cấu xã hội Việt Nam đã biến đổi khá cơ bản: Từ cơ cấu xã hội giản đơn “hai giai, một tầng” chuyển thành một *cơ cấu xã hội mới đa dạng, gồm giai cấp công nhân, giai cấp nông dân, tầng lớp trí thức, tầng lớp doanh nhân, tầng lớp tiểu thương, tiểu chủ, chủ trang trại và một số nhóm xã hội khác*. Sự phân phân hoá giàu nghèo cũng đã tạo nên sự phân tầng xã hội theo mức sống rất rõ rệt và luôn biến đổi.

Như đã nêu ở trên, chính sách đổi mới đã có tác động đến sự vận động và xu hướng biến đổi của CCXH nước ta. Khởi đầu là đường lối xây dựng thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, với việc thừa nhận nhiều hình thức sở hữu, nhiều thành phần kinh tế. Điều này đã trực tiếp dẫn đến sự phân công lao động xã hội mới, và từ đó làm thay đổi các giai cấp, tầng lớp khác nhau, tạo nên một CCXH *đa dạng*, khác hẳn với cơ cấu xã hội giản đơn “hai giai, một tầng” trước đây. Đường lối đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước đã làm cho cơ cấu thành phần kinh tế, cơ cấu lao động theo ngành nghề ở nước ta có những chuyển dịch tích cực. Bên cạnh đó, quá trình xây dựng nhà nước pháp quyền XHCN, đổi mới hệ thống chính trị, phát huy quyền làm chủ của nhân dân, cùng với các chính sách xã hội nhằm kết hợp hài hoà tăng trưởng kinh tế với tiến bộ và công bằng xã hội cũng là những chủ trương chính sách lớn, có tác động tới cơ cấu và diện mạo xã hội Việt Nam hiện nay.

Theo cách tiếp cận truyền thống, diện mạo của *3 bộ phận trong cơ cấu “hai giai một tầng”* của CCXH Việt Nam hiện nay được khái quát như sau.

Giai cấp công nhân sau hơn 20 năm đổi mới đã tăng nhanh về số lượng, đa dạng hóa về cơ cấu, trình độ học vấn và kỹ năng nghề nghiệp được nâng lên; đội ngũ công nhân trí thức bắt đầu hình thành. Năm 2006, công nhân trong các loại hình doanh nghiệp (nhà nước, dân doanh và có vốn đầu tư nước ngoài), chiếm 71% tổng số công nhân, đã góp phần tạo ra 70% sản phẩm trong nước¹, là lực lượng chủ

¹. Theo *Tài liệu nghiên cứu Nghị quyết Hội nghị Trung ương 6 khóa X*. Tr. 11

lực trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Tuy nhiên, so với yêu cầu của giai đoạn đẩy mạnh CNH, HĐH hiện nay, giai cấp công nhân còn nhiều hạn chế như: phần lớn xuất thân từ nông dân chưa được đào tạo cơ bản và có hệ thống. Việc làm, thu nhập và đời sống vật chất, tinh thần của một bộ phận công nhân đang gặp nhiều khó khăn.

Giai cấp nông dân sau hơn 20 năm đổi mới, đã không còn là giai cấp “nông dân tập thể”, mà tuyệt đại bộ phận là *nông dân sản xuất cá thể*, trong đó có một số tham gia các hợp tác xã kiểu mới¹; hoặc trở thành *chủ trang trại*; hoặc biến thành *nông dân làm thuê theo mùa vụ*. Ở nhiều vùng, số hộ thuần nông ngày càng giảm, đã xuất hiện sự kết hợp: nông dân - công nhân tự do, nông dân - thợ thủ công, nông dân - tiểu thương... Ngoài ra, ở nông thôn có khoảng 10% lao động đã chuyển hẳn sang làm công nhân, thợ thủ công, những người buôn bán nhỏ tại chỗ. Đổi mới cũng đã tạo ra năng lực vượt trội kinh tế và hình thành nên nhóm khá giả ở nông thôn. Mặc dù còn là thiểu số, họ đã khẳng định được vị trí và vai trò của mình trong cơ cấu xã hội và góp phần thúc đẩy phát triển nông thôn bền vững trong bối cảnh kinh tế thị trường.

Tầng lớp trí thức trong hơn 20 năm qua đã phát triển khá nhanh về số lượng và tiến bộ đáng kể về chất lượng. Theo số liệu thống kê, năm 1996 cả nước có 830.700 lao động có trình độ từ cao đẳng, đại học trở lên²; đến giữa năm 2007 con số này tăng lên tới hơn 3,1 triệu người³. Tuy nhiên, cơ cấu ngành nghề của tầng lớp trí thức còn mất cân đối. Hiện nay, nước ta đang thiếu nghiêm trọng những chuyên gia giỏi trong nhiều lĩnh vực; thiếu nhiều nhà khoa học có khả năng phát minh, sáng chế trong các ngành công nghệ mũi nhọn. Đa số trí thức lại chỉ tập trung ở các cơ quan Trung ương và một số thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh.

Bên cạnh 3 thành phần cơ bản của CCXH theo cách tiếp cận cũ là những nhóm xã hội mới, phản ánh những quan hệ xã hội mới đã và đang hình thành.

¹. Tính đến năm 2007, cả nước mới chỉ có 7.677 hợp tác xã nông nghiệp kiểu mới. Xem *Niên giám thống kê 2007*. Tr. 217

² Không có tài liệu thống kê nào phản ánh được chính xác số trí thức mang đầy đủ những đặc trưng và phẩm chất như định nghĩa ở trên. Vì thế, để có thể dẫn ra những dữ liệu định lượng có giá trị tương đối, làm cơ sở cho những nhận xét định tính, người ta tạm quy ước những ai có trình độ từ cao đẳng, đại học trở lên là thuộc phạm trù tầng lớp trí thức.

³ Số liệu của Tổng cục Thống kê, 2008 (tính số tròn).

2.3.4.2. Sự xuất hiện của doanh nhân như một tầng lớp xã hội mới trong cơ cấu xã hội Việt Nam

Những biến đổi trong cơ cấu xã hội và trong hệ thống giá trị ở Việt Nam vừa qua còn được gọi là những *biến đổi xã hội*, mà điển hình là sự xuất hiện các *nhóm xã hội mới* và các *quan hệ xã hội mới* với diện mạo ít nhiều rõ nét. Một trong những “diện mạo” nổi bật trong số đó chính là giới doanh nhân. Họ đang hình thành như một *giai tầng* có tiềm lực kinh tế, là *nhóm xã hội năng động nhất* và như một *nguồn lực mới*, có đóng góp tích cực vào xu thế hội nhập và phát triển của đất nước. Có thể nói, chính đổi mới đã tạo điều kiện cho sự ra đời và phát triển giai tầng này, đặc biệt là *doanh nhân trong khu vực tư nhân*.

Cho đến nay, ở nước ta vẫn chưa có một định nghĩa và các tiêu chí xác định như thế nào được gọi là một *tầng lớp* (chẳng hạn *tầng lớp trí thức*), và tầng lớp khác *giai cấp* như thế nào. Về nhận thức, dường như “tầng lớp” là khái niệm có tầm quan trọng thứ hai, sau khái niệm “giai cấp”. Song bản thân các định nghĩa giai cấp trong bối cảnh mới (khác với định nghĩa kinh điển của Lê-Nin) cũng chưa được thảo luận và định hình rõ nét. Tác giả Nguyễn Đình Tấn (2008) có đề cập đến khái niệm “giai tầng” được hiểu như là “tầng lớp” trong khi bàn về vấn đề phân tầng xã hội: “Giai tầng xã hội là tập hợp người giống nhau, tương đối ngang bằng nhau về địa vị kinh tế, địa vị chính trị, địa vị xã hội cũng như những khía cạnh khác như trình độ học vấn, loại nghề nghiệp, kiểu nhà ở, nơi cư trú, phong cách sinh hoạt, thị hiếu nghệ thuật .v.v.”. Tuy nhiên, đây mới chỉ là định nghĩa khái quát, và chỉ hướng vào quan hệ giữa các cá nhân bên trong một tầng lớp. Còn các tiêu chí hướng ngoại, so sánh với giai cấp và các tầng lớp khác về các phương diện kinh tế, chính trị, xã hội và văn hoá thì chưa được đề cập đến.

Để xem xét doanh nhân được coi là một tầng lớp/giai tầng chủ chốt trong cơ cấu xã hội, cần chú ý các khía cạnh khác nhau của lực lượng này như:

- Về kinh tế, đóng góp của họ vào nền kinh tế quốc dân, vào GDP. Về tổ chức, họ phải có được những doanh nghiệp mạnh ở các ngành công nghiệp, dịch vụ chủ chốt.
- Về xã hội, họ được liên kết như thế nào trong những hiệp hội và các tổ chức dân sự khác, đóng góp, uy tín trong đời sống xã hội, được dư luận xã hội, công luận biết đến và đánh giá xứng đáng.
- Về chính trị, các doanh nhân tham gia như thế nào vào đời sống chính trị, lĩnh vực quản lý vĩ mô, hoạch định chính sách kinh tế đối nội và đối ngoại. Có

quan hệ như thế nào với giai cấp công nhân, giai cấp nông dân, tầng lớp trí thức và các giai tầng khác.

- Về văn hoá, đã xây dựng và hình thành được một “văn hoá doanh nhân Việt Nam” ổn định, có phong cách, có bản sắc trong quan hệ đối nội và đối ngoại với các đối tác bình đẳng và đặc biệt với các tầng lớp dân cư.

Như đã nêu ở chương 1, hiện nay, doanh nhân được gọi tên khác nhau: “doanh nhân”, “chủ doanh nghiệp”, “tầng lớp”, “lực lượng”, “đội ngũ”, “nhóm” (trong các nghiên cứu XHH), “giới” (như năm 1945 Bác Hồ có nhắc đến “giới công thương”). Trong các văn bản chính thức của Đảng và Nhà nước cũng mới chỉ sử dụng các thuật ngữ: “lực lượng”, “đội ngũ” doanh nhân. Tuy nhiên, gần đây thuật ngữ *“tầng lớp doanh nhân”* đã được sử dụng trong nhiều bài báo khoa học hay trên phương tiện thông tin đại chúng, trở nên khá quen thuộc. Mặc dù chưa định hình thật rõ nét, nhưng căn cứ vào đặc điểm kinh tế, chính trị, xã hội và văn hóa của chính lực lượng quan trọng này trong thời kỳ đổi mới, có thể thấy rằng, ***doanh nhân đã và đang trở thành một tầng lớp xã hội mới trong cơ cấu xã hội nước ta*** hiện nay. Điều đó thể hiện:

- Doanh nhân là một lực lượng kinh tế to lớn, với những đặc trưng kinh tế mang dấu ấn khác biệt với các giai cấp, tầng lớp xã hội khác. Với sự gia tăng nhanh về số lượng, nhất là trong khu vực dân doanh, tầng lớp doanh nhân đã đóng vai trò đi đầu trong việc huy động vốn đầu tư, tạo việc làm, mở rộng sản xuất kinh doanh, phát triển hàng trăm ngành nghề (trong đó có nhiều ngành nghề mới), góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng CNH, HĐH và cũng là tiền đề của sự chuyển đổi cơ cấu xã hội.

- Về mặt xã hội, Doanh nhân là *nhóm xã hội đi đầu* trong xu hướng vươn lên làm giàu của người Việt Nam hiện nay. Họ *tạo ra nhiều việc làm và thu nhập* cho người lao động, tham gia xoá đói giảm nghèo và công tác từ thiện, góp phần thay đổi định kiến xã hội đối với kinh tế tư nhân và giới doanh nhân.

- Doanh nhân đã và đang tham gia ngày càng sâu rộng hơn vào các tổ chức chính trị-xã hội. Doanh nhân đã có đại biểu của mình, bên cạnh đại biểu của giai cấp công nhân, giai cấp nông dân, tầng lớp trí thức và các tầng lớp khác trong cơ quan quyền lực cao nhất của Nhà nước Việt Nam¹. Đây là một bước chuyển lớn trong đời sống chính trị và trong cơ cấu xã hội của xã hội Việt Nam hiện nay.

¹ Trong các nhiệm kỳ Quốc hội từ khóa VIII đến khóa X có 93 đại biểu là lãnh đạo doanh nghiệp và chủ nhiệm HTX; nhiệm kỳ Quốc hội khóa XI có 22 đại biểu là doanh nhân; nhiệm kỳ Quốc hội khóa XII có 26 đại biểu là doanh nhân, trong đó có 17 đại biểu là chủ các doanh nghiệp ngoài quốc doanh.

Doanh nhân cũng đang tham gia ngày càng rõ nét hơn với tư cách là một tầng lớp xã hội trong các lĩnh vực chính trị xã hội, văn hóa khác. Tầng lớp doanh nhân đã thể hiện rõ tinh thần yêu nước, mong muốn góp phần chấn hưng kinh tế nước nhà; bên cạnh khát vọng làm giàu chính đáng, họ còn có ý thức trách nhiệm với cộng đồng xã hội, tích cực tham gia các hoạt động nhân đạo.

- Trong hơn 20 năm đổi mới vừa qua, doanh nhân xuất thân trực tiếp từ các giai cấp và tầng lớp khác nhau và đang khẳng định mình có tư cách độc lập, tách dần khỏi ảnh hưởng của những thành phần xuất thân, và sẽ bắt đầu tự tái tạo chính họ. Những gia đình doanh nhân truyền thống, nhiều đời sẽ hình thành. Văn hóa doanh nhân nói chung và của các nhóm khác nhau trong tầng lớp doanh nhân sẽ được phát triển và khẳng định. Sự tham gia chính trị, tham gia xã hội của họ sẽ được tăng cường *“từ tự phát đến tự giác”*.

- Quan hệ của họ với một số giai cấp/tầng lớp sẽ đổi khác. Chẳng hạn với tầng lớp trí thức, đó sẽ là quan hệ hợp tác trong hoạt động kinh tế, là quá trình “trí thức hóa” một bộ phận doanh nhân. Với giới quản lý và chuyên môn cao, doanh nhân sẽ có những quan hệ liên kết mang tính “trao đổi quyền lực”. Đây có thể là sự “lồng ghép” và “liên kết quyền lực” vốn là quy luật tất yếu trong mọi xã hội, đặc biệt trong cơ chế thị trường.

- Về mặt số lượng, như đã nêu trên, nếu tính trung bình mỗi doanh nghiệp có 3 - 4 doanh nhân, đến cuối năm 2009, cả nước có khoảng trên 1.000.000 doanh nhân. Con số này cũng khá tương đồng với kết quả xử lý bộ số liệu của 3 cuộc Điều tra mức sống dân cư Việt Nam (VLSS) trong các năm 2002, 2004 và 2006. Bảng dưới đây cho thấy cơ cấu 9 nhóm/tầng lớp xã hội của xã hội Việt Nam vào các năm tương ứng.

Như vậy, có thể nhận thấy rằng, cơ cấu xã hội Việt Nam sau hơn 20 năm đổi mới đã có sự biến đổi căn bản. Tầng lớp doanh nhân đang được hình thành và có sự đóng góp ngày càng quan trọng trong quá trình CNH, HĐH đất nước. Sự hình thành tầng lớp doanh nhân là một đặc điểm mới, tạo nên diện mạo mới trong cơ cấu xã hội Việt Nam hiện đại. Chúng tôi cho rằng, về mặt xã hội học, đây là vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu để là rõ nét hơn đặc trưng của của cơ cấu xã hội Việt Nam giai đoạn 2011-2020.

Bảng 2.20: Tỷ lệ dân số các tầng/ nhóm xã hội ở Việt Nam (2002 - 2006)*Đơn vị: Số lượng người, %*

Tầng/nhóm xã hội	2002		2004		2006	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Quản lý	517	0.8	213	1,1	216	1,1
Doanh nhân	163	0.3	84	0,4	95	0,5
Chuyên môn cao	1.245	1.9	503	2,5	582	2,9
Nhân viên	2.787	4.3	966	4,8	970	4,9
Thợ công nghiệp	1.506	2.3	512	2,6	578	2,9
Buôn.bán-D.vụ	9.620	14.7	3.154	15,8	3.276	16,5
Tiểu thủ CN	6.417	9.8	2.180	10,9	2.387	12,0
L.động giản đơn	6.334	9.7	2.058	10,3	1.861	9,4
Nông dân	36.897	56.3	10.308	51,6	9.899	49,8
Tổng số	65.486	100.0	19.978	100,0	19.863	100,0

Nguồn: Số liệu VLSS 2002, 2004, 2006 do tác giả Đỗ Thiên Kinh xử lý.

2.4. Đóng góp của đội ngũ doanh nhân đối với sự phát triển kinh tế - xã hội nước ta

Trong những năm gần đây, đã có một số ý kiến đánh giá về vai trò của doanh nhân đối với sự phát triển kinh tế-xã hội nước ta. Trên cơ sở đánh giá thực trạng đội ngũ doanh nhân như đã phân tích ở trên, có thể nêu lên vai trò của doanh nhân nước ta như sau.

2.4.1. Doanh nhân là lực lượng xã hội chủ yếu quyết định giải phóng lực lượng sản xuất, thúc đẩy nhanh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và tạo ra chuỗi giá trị mới cho xã hội

Như đã phân tích ở trên, sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta không phải diễn ra một cách tự phát như trong thời kỳ tích lũy ban đầu của chủ nghĩa tư bản. Đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta không phải là một tầng lớp đối kháng trong xã hội mà là bộ phận hợp thành trong cơ cấu xã hội mới ở nước ta. Doanh nhân là lực lượng đi đầu trong việc giải quyết việc làm, huy động các nguồn lực xã hội, tạo ra nhiều của cải cho xã hội, giải phóng lực lượng sản xuất. Đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta ra đời và phát triển cùng với quá trình hình thành mô hình kinh tế thị trường định hướng XHCN. Trong mô hình đó, dưới

sự lãnh đạo của Đảng, họ mang trong mình một sứ mạng cao cả là góp phần quyết định giải phóng nhanh lực lượng sản xuất, thúc đẩy nhanh tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá và hội nhập kinh tế quốc tế.

Từ một nền kinh tế chậm phát triển, quá độ lên chủ nghĩa xã hội ở nước ta là một quá trình rất lâu dài. Trong mô hình tổng quát về kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta, các loại hình kinh tế, kể cả các doanh nghiệp tư nhân, đều là bộ phận cấu thành của nền kinh tế đó. Mô hình kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta sẽ không tồn tại trong thực tiễn nếu không có khu vực kinh tế tư nhân nói chung và mô hình tổ chức kinh doanh kiểu doanh nghiệp nói riêng. Doanh nhân chính hạt nhân của mô hình doanh nghiệp. Vai trò của doanh nghiệp - doanh nhân trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, thu hút lao động, huy động và sử dụng có hiệu quả nguồn lực xã hội, tạo môi trường cạnh tranh v.v., đã chứng minh rõ vị trí quan trọng của nó trong thời kỳ đổi mới ở nước ta. Doanh nghiệp là tương lai của đất nước. Sự phát triển của đất nước ta phụ thuộc rất lớn vào tinh thần dám làm, dám mạo hiểm, và tinh thần kinh doanh của đội ngũ doanh nhân.

Doanh nghiệp với cơ chế năng động, có tính linh hoạt cao dựa trên những tính toán hiệu quả, phản ứng nhanh nhạy trước những quy luật vận động và thay đổi của thị trường. Trong điều kiện hội nhập kinh tế toàn diện và sâu sắc, nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta không thể phát triển nhanh, ổn định nếu không có các doanh nghiệp và doanh nhân. Bất kỳ một doanh nghiệp nào được hình thành cũng đều nhằm cung cấp một sản phẩm dịch vụ nhất định cho xã hội. Tuy nhiên, trong một xã hội phát triển và cạnh tranh gay gắt, không phải bất cứ doanh nghiệp nào cũng có khả năng giải quyết tốt vấn đề mà nền kinh tế và xã hội đang đặt ra. Trong phạm vi một doanh nghiệp, không phải bất cứ ai cũng giải quyết được vấn đề đó mà cần có những người lãnh đạo, người có bản lĩnh và năng lực để dẫn dắt doanh nghiệp thực hiện được sứ mạng của mình, vì lợi ích của cộng đồng, xã hội và đó chính là doanh nhân.

Trách nhiệm của doanh nhân lúc đó là tạo ra các sản phẩm và dịch vụ và các sản phẩm dịch vụ ấy sẽ trở thành phương tiện để giải quyết vấn đề của nền kinh tế và làm cho xã hội tốt hơn. Những doanh nhân này là người sáng tạo lớn nhất ra của cải vật chất mới cho xã hội.

Trong xã hội hiện đại, hoạt động kinh doanh của doanh nhân không phải chỉ đơn thuần là “kiếm tiền”, mà còn theo đuổi một mục tiêu cao cả là đáp ứng nhu cầu xã hội. Điều khác biệt của nghề kinh doanh là ở chỗ, doanh nhân không hành động một cách đơn lẻ mà tập hợp nhiều thành viên của doanh nghiệp để tạo ra một chuỗi giá trị lớn hơn cho xã hội. Đó chính là điều mà doanh nhân có thể đóng góp lớn hơn cho xã hội. Nghiên cứu các huyền thoại doanh nhân thế giới, cũng như các doanh nhân nổi

tiếng trong lịch sử cận đại ở nước ta (Lương Văn Can, Bạch Thái Bưởi, Nguyễn Sơn Hà, Trịnh Văn Bô .v.v.) và nhiều doanh nhân tiêu biểu thời kỳ đổi mới đã chứng minh rằng, họ *cùng có một tư tưởng chủ đạo: vì lợi ích của dân tộc, vì cộng đồng và xã hội*. Thông qua doanh nghiệp của mình, doanh nhân tạo ra phương tiện, cách thức để trực tiếp giải quyết những vấn đề xã hội và thúc đẩy xã hội tiến lên. Thực tiễn của hơn 20 năm đổi mới vừa qua cũng cho thấy, một số doanh nhân được xã hội tôn vinh, không phải vì họ có bao nhiêu tiền mà vì những đóng góp to lớn của họ đối với xã hội.

Bảng 2.21: Cơ cấu thu ngân sách nhà nước

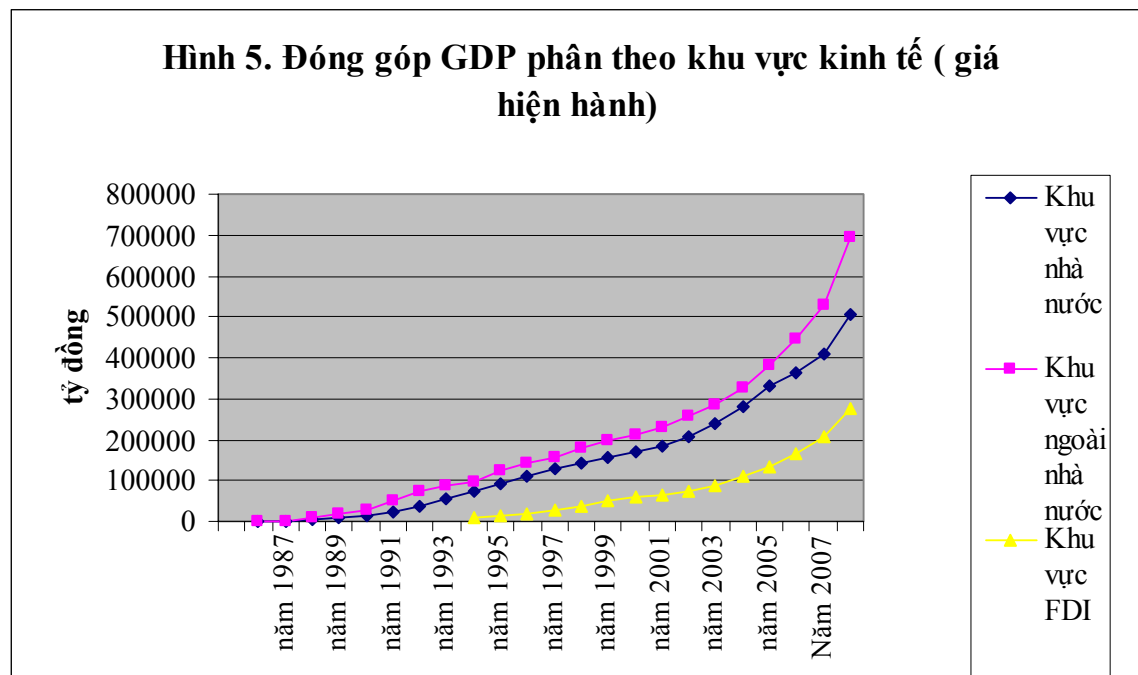
Đơn vị : %

	Năm 2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TỔNG THU	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1. Thu trong nước (Không kể thu từ dầu thô)	50,95	51,29	51,67	54,77	52,49	52,03	55,17
- Thu từ doanh nghiệp Nhà nước	21,7	20,24	18,88	16,85	17,12	16,58	15,94
- Thu từ doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	5,22	5,87	6,53	7,91	8,36	9,25	9,94
- Thu từ khu vực công, thương nghiệp, dịch vụ ngoài quốc doanh	6,39	6,27	6,8	6,95	7,42	7,9	9,87
- Thuế sử dụng đất nông nghiệp	1,96	0,62	0,1	0,07	0,06	0,04	0,04
- Thuế thu nhập đối với người có thu nhập cao	2,02	1,89	1,94	1,84	1,85	1,85	2,35
- Lệ phí trước bạ	1,03	1,07	1,19	1,37	1,23	1,2	1,8
- Thu xổ số kiến thiết	2,17	2,45	2,4	2,39	2,32	2,2	
- Thu phí xăng dầu	2,41	2,42	2,1	1,88	1,73	1,42	1,41
- Thu phí, lệ phí	2,99	2,44	2,15	2,19	1,84	1,78	1,28
- Các khoản thu về nhà đất	3,11	4,43	6,93	9,15	7,78	7,35	10,74
- Các khoản thu khác	1,95	3,59	2,65	4,18	2,79	2,45	1,8
2. Thu từ dầu thô	25,93	21,4	24,15	25,43	29,16	29,82	24,37
3. Thu từ hải quan	20,89	25,49	22,23	18,29	16,7	15,32	19,11
- Thuế xuất - nhập khẩu; thuế tiêu thụ đặc biệt hàng nhập khẩu; Thu chênh lệch giá hàng nhập khẩu	14,95	17,83	14,12	11,34	10,36	9,4	12,15
- Thuế giá trị gia tăng hàng nhập khẩu	5,94	7,66	8,1	6,94	6,33	5,92	6,96
4. Thu viện trợ không hoàn lại	2,23	1,82	1,95	1,51	1,66	2,83	1,35

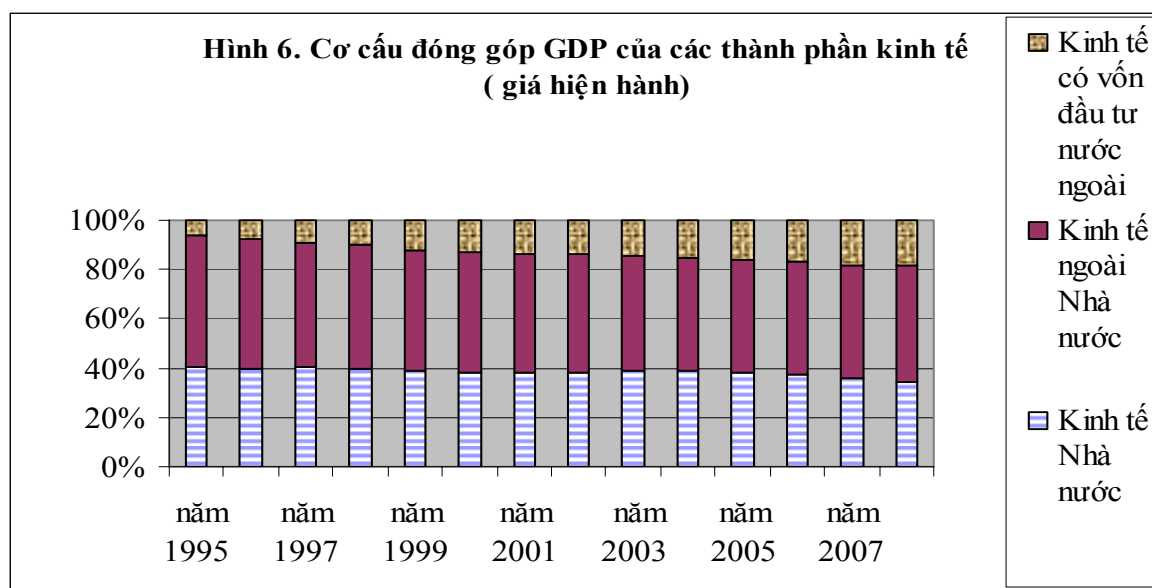
Nguồn : Tổng cục Thống kê, năm 2009

Sự đóng góp to lớn của khu vực kinh tế tư nhân nói chung, các doanh nghiệp nói riêng trong thời gian qua đã cho thấy vai trò to lớn của doanh nghiệp, doanh nhân trong việc giải phóng lực lượng sản xuất, đẩy mạnh CNH, HĐH và hội nhập quốc tế ở nước ta. Đội ngũ doanh nhân là lực lượng chủ yếu huy động các nguồn lực cho sản xuất, tạo ra sản phẩm và dịch vụ với giá trị mới cho xã hội. Dưới sự lãnh đạo, điều hành và quản lý của các doanh nhân, các doanh nghiệp Việt Nam đã tích cực tham gia vào thúc đẩy nhanh sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đóng góp vào tăng trưởng kinh tế, tạo công ăn việc làm, góp phần xóa đói giảm nghèo .v.v. Khu vực doanh nghiệp đóng góp gần 36% nguồn thu ngân sách nhà nước. Ngoài ra, các doanh nghiệp còn là những tác nhân quan trọng để tạo nên các nguồn thu cho ngân sách từ hoạt động xuất nhập khẩu. Đóng góp vào nguồn thu ngân sách nhà nước của khu vực doanh nghiệp đều có xu hướng tăng trong 5 năm gần đây.

Kể từ khi đổi mới, với sự phát triển của đội ngũ doanh nhân, đặc biệt là khu vực tư nhân, các thành phần kinh tế đã đóng góp tích cực cho sự phát triển kinh tế. Hình sau cho thấy đóng góp của các thành phần kinh tế đối với sự tăng trưởng GDP. Cơ cấu đóng góp cũng có sự thay đổi đáng kể từ năm 1995 đến nay, theo chiều hướng khu vực có vốn đầu tư nước ngoài và khu vực ngoài nhà nước ngày càng chiếm tỷ trọng cao.



Nguồn: Tổng cục Thống kê, năm 2009



Nguồn: Tổng cục Thống kê, năm 2009

Doanh nhân nước ta là một trong những trụ cột quan trọng trong các trụ cột của chiến lược toàn diện về tăng trưởng và xóa đói giảm nghèo. Các doanh nghiệp đã tạo điều kiện cho người nghèo tham gia thị trường, tạo việc làm và nâng cao thu nhập, phát triển kinh tế ở những vùng khó khăn. Trong rất nhiều các hoạt động từ thiện, hỗ trợ khắc phục thiên tai, xóa nghèo bền vững tại các vùng nghèo nhất của Tổ quốc không thể không kể đến sự đóng góp to lớn và hảo tâm của các doanh nhân Việt Nam. Ngoài đóng góp trực tiếp vào ngân sách, các doanh nghiệp còn tích cực tham gia đóng góp xây dựng các công trình văn hoá, trường học, đường giao thông nông thôn, nhà tình nghĩa và những đóng góp phúc lợi xã hội khác ở các địa phương trong cả nước.

Chỉ tính riêng Quỹ về người nghèo, kể từ khi phát động đến năm 2009 đã thu được 2.800 tỷ đồng, phần lớn là do doanh nghiệp, doanh nhân ủng hộ. Nhờ đó, đã sửa chữa, xây mới được 860.000 căn nhà tình thương, căn nhà đại đoàn kết cho người nghèo, góp phần quan trọng vào công cuộc xóa đói, giảm nghèo do Đảng và Nhà nước đề ra. Các doanh nghiệp, các tập đoàn kinh tế đã tích cực thực hiện chủ trương hỗ trợ 62 huyện nghèo trên cả nước. Hàng nghìn doanh nghiệp, doanh nhân ở các địa phương đã tình nguyện ủng hộ người nghèo hàng nghìn tỷ đồng.

Các doanh nghiệp Việt Nam, trong đó chủ yếu là các doanh nghiệp khu vực tư nhân thu hút được trên 81,7% lực lượng lao động phi nông nghiệp, tương đương với hơn 31% lực lượng lao động của toàn xã hội. Tính đến 1/7/2007 trên cả nước có 44.173.800 lao động trong đó có 13.661.005 lao động từ khu vực doanh nghiệp.

Cơ cấu lao động chuyển dịch theo hướng giảm dần ở khu vực DNNN từ 34% % năm 2002 xuống còn 17,7% năm 2007, lao động khu vực doanh nghiệp ngoài nhà nước tăng từ 21,4% năm 2002 lên 55,8% năm 2007 và ở khu vực doanh nghiệp FDI cũng tăng tương ứng, từ 21,3% lên 26,5%¹.

Đánh giá sự đóng góp của doanh nhân không chỉ bởi số của cải họ làm ra được mà còn là số người được họ lôi cuốn vào guồng quay kinh doanh của mình và từ những cá nhân đơn lẻ ấy có thể tạo thêm những làn sóng mới lan xa hơn. Sự tác động tích cực của doanh nhân vào xã hội bằng chính sự tác động vào con người. Sẽ không có một xã hội năng động, hòa nhập nếu không có những con người sáng tạo, đầy hoài bão và trở thành những chiếc đầu tàu kéo theo những cá nhân khác, những toa tàu khác. Sự vận hành năng động và tích cực của xã hội cũng bắt nguồn từ những nhân tố tích cực đó.

Hộp 2.3: Đóng góp của doanh nhân

Doanh nhân nước ta, nhất là lớp doanh nhân trẻ, thực sự là đội xung kích trong công cuộc phát triển kinh tế, nhạy bén và thích ứng nhanh với điều kiện kinh doanh mới, có ý chí kinh doanh, năng động, sáng tạo, luôn luôn dũng cảm đương đầu với mọi khó khăn, thử thách. Điều quan trọng hơn nữa là doanh nhân nước ta đã kế thừa truyền thống dân tộc, hết lòng tham gia các hoạt động xã hội, luôn luôn ý thức về trách nhiệm trong công cuộc chấn hưng kinh tế đất nước, đưa nước nhà tiến lên xứng với tiềm năng và tâm vóc dân tộc ta trên thế giới.

Phát biểu của nguyên Thủ tướng Phan Văn Khải tại hội nghị với doanh nghiệp, doanh nhân, ngày 9 - 2- 2006.

2.4.2. Doanh nhân là lực lượng tạo lập mô hình tổ chức sản xuất kinh doanh mới – mô hình doanh nghiệp, đại biểu cho lực lượng sản xuất mới

Lịch sử đã chứng minh rằng trong giai đoạn phát triển ban đầu của chủ nghĩa tư bản, mô hình tổ chức sản xuất kinh doanh theo hình thức doanh nghiệp là đại biểu cho lực lượng sản xuất mới đang lên, là nhân tố quyết định sự thắng lợi toàn diện và triệt để của phương thức sản xuất tư bản hiện đại đối với chủ nghĩa phong

¹ Nguồn: Tổng cục Thống kê, năm 2009

kiến. Trên phương diện đó, có thể coi *mô hình doanh nghiệp chính là đại biểu cho nền kinh tế thị trường nói chung*.

Đến lượt mình, mô hình doanh nghiệp lại là lực lượng kinh tế chủ yếu quyết định sự tăng trưởng, phát triển kinh tế. Thể chế kinh tế thị trường mà chủ thể chủ yếu của nó là doanh nghiệp đã tạo ra cuộc cách mạng công nghiệp trước đây và cuộc cách mạng khoa học - công nghệ ngày nay để thúc đẩy lực lượng sản xuất nhân loại đạt tới giai đoạn phát triển hiện đại và tiếp tục phát triển cao hơn nữa. Tổ chức kinh doanh theo mô hình doanh nghiệp chính là động lực thúc đẩy nền kinh tế tăng tốc.

Xây dựng kinh tế thị trường định hướng XHCN từ một nền kinh tế kém phát triển như nước ta thì việc sử dụng mô hình tổ chức doanh nghiệp tư nhân là cần thiết và là tất yếu khách quan, có tính quy luật.

Về khía cạnh kinh tế, doanh nhân là người lãnh đạo, quản lý và điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Theo nghĩa đó, doanh nhân chỉ thực sự hình thành và phát triển cùng với sự phát triển của nền sản xuất đạt đến trình độ xã hội hóa cao, là người đại diện cho một lực lượng sản xuất mới.

Tổ chức kinh doanh theo mô hình doanh nghiệp tư nhân ở nước ta là một bước tiến của kinh tế cá thể, thể hiện sự phát triển cao hơn của lực lượng sản xuất, của phân công lao động xã hội và trình độ tổ chức quản lý kinh doanh. Đây cũng là mô hình phổ biến trên thế giới hiện nay. Chính *doanh nhân là hạt nhân của mô hình doanh nghiệp, là nhân tố quan trọng nhất, quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp*.

Mô hình kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta suy cho cùng là nhằm giải phóng nhanh lực lượng sản xuất, thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững, thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh. Sự ra đời và phát triển mô hình doanh nghiệp và gắn liền với nó là đội ngũ doanh nhân mới chính là phương thức để thực hiện mục tiêu đó.

Trong quá trình xây dựng và phát triển kinh tế ở nước ta từ năm 1986 đến nay, doanh nhân là nhân tố quan trọng nhất, quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp và các hình thức tổ chức sản xuất kinh doanh hiện đại. Doanh nhân là lực lượng chủ yếu tạo lập và phát triển một mô hình tổ chức kinh doanh mới – *mô hình doanh nghiệp hiện đại*, đại biểu cho lực lượng sản xuất mới trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN. Các doanh nghiệp, doanh nhân thuộc các thành phần kinh tế vừa hợp tác với nhau, bổ sung cho nhau, vừa cạnh tranh và thúc đẩy nền

kinh tế phát triển. Đồng thời, chính sự phát triển của doanh nghiệp và các loại hình tổ chức sản xuất kinh doanh ở nước ta trong những năm đổi mới vừa qua lại là tác nhân thúc đẩy đa dạng hóa các loại hình sở hữu, tạo môi trường cạnh tranh giữa các thành phần kinh tế và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN. Theo sự phân công lao động của xã hội và được hình thành từ những bộ phận tiên tiến trong chế độ mới, doanh nhân nước ta chịu sự tác động sâu sắc bởi hệ tư tưởng của Đảng cầm quyền và là một trong những tầng lớp mới đi đầu trong sự nghiệp đổi mới.

Hơn nữa, doanh nhân là sản phẩm của công cuộc đổi mới do Đảng cộng sản Việt Nam khởi xướng và lãnh đạo. Chính vì vậy, doanh nhân dù là thuộc thành phần nào, cũng là một bộ phận quan trọng trong khối đại đoàn kết dân tộc, cùng với giai cấp công nhân, nông dân và đội ngũ trí thức hợp thành đội quân chủ lực trong công cuộc chấn hưng đất nước.

2.4.3. Doanh nhân là lực lượng quyết định nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh quốc gia và thúc đẩy hội nhập quốc tế

Hội nhập quốc tế là một yêu cầu mang tính thời đại. Vị thế của doanh nhân trong xây dựng và phát triển nền kinh tế là tiền đề cho đất nước chủ động hội nhập vào hệ thống kinh tế quốc tế. Trong tiến trình hội nhập của bất kỳ một nền kinh tế nào, doanh nhân là những chiến sỹ đi đầu, là cầu nối nền kinh tế trong nước với kinh tế thế giới. Chính doanh nhân là người tạo nên thương hiệu và uy tín của một đất nước trong bối cảnh toàn cầu hóa. Vị thế của doanh nhân trong xây dựng và phát triển kinh tế là tiền đề cho đất nước chủ động hội nhập vào hệ thống kinh tế thế giới. Trong tiến trình đó, doanh nhân là những người đi đầu, là cầu nối nền kinh tế trong nước với kinh tế thế giới. Thông qua các sản phẩm hàng hóa và thương hiệu Việt Nam, doanh nhân góp phần nâng cao vị thế của dân tộc trên trường quốc tế.

Hộp 2.4: Vai trò của doanh nhân trong hội nhập quốc tế

Chúng tôi đặc biệt coi trọng vai trò và đánh giá cao sự tham gia của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, các bạn không chỉ là những người đi tiên phong, góp sức cùng cả dân tộc trên mặt trận phát triển kinh tế mà với tinh thần yêu nước, ý chí tự cường và bản sắc dân tộc Việt Nam, các bạn đang tham gia tích cực và hiệu quả vào các hoạt động đối ngoại nói chung và ngoại giao văn hóa nói riêng. Doanh nhân ngày càng trở thành một chủ thể quan trọng trong quan hệ quốc tế đương đại. Đây vừa là vinh dự, đồng thời cũng là trách nhiệm lớn lao đặt lên vai doanh nghiệp Việt Nam.

(Phát biểu của Phó Thủ tướng Phạm Gia Khiêm tại Hội thảo Ngoại giao văn hóa VN và đóng góp của cộng đồng DN – Báo điện tử ‘chinhphu.vn’ 10/6/2009.

2.4.4. Doanh nhân góp phần tạo lập cơ cấu giai cấp xã hội mới, giữ vững ổn định chính trị xã hội

Như đã nêu ở trên, năm 2009, đội ngũ doanh nhân nước ta có khoảng hơn 1.000.000 người và sẽ tiếp tục tăng nhanh, đang hình thành một tầng lớp xã hội mới, có những đặc trưng riêng. Trong cơ cấu giai tầng xã hội Việt Nam không chỉ có giai cấp công nhân, giai cấp nông dân và tầng lớp trí thức mà đã hình thành thêm một tầng lớp xã hội mới - tầng lớp doanh nhân. Do vậy, cơ cấu giai cấp xã hội Việt Nam đã và đang có sự biến đổi cơ bản, phù hợp với sự thay đổi về kinh tế-xã hội. Cùng với giai cấp công nhân, giai cấp nông dân và đội ngũ trí thức đã hình thành đội ngũ doanh nhân tích cực tham gia vào công cuộc đổi mới của đất nước¹.

Đội ngũ doanh nhân với trách nhiệm lớn lao đối với vận mệnh của dân tộc, dưới sự lãnh đạo của Đảng, là lực lượng xung kích trong phát triển kinh tế, góp phần quan trọng vào việc giữ vững ổn định và phát triển kinh tế, do đó tạo ra điều kiện để ổn định chính trị-xã hội. Mặt khác, với lực lượng kinh tế to lớn, doanh nhân với tư cách là một tầng lớp xã hội, ngày càng có vai trò, vị thế chính trị quan trọng, tham gia vào hệ thống chính trị, các tổ chức xã hội-nghề nghiệp, góp phần xây dựng xã hội dân sự ở nước ta.

Cùng với sự phát triển của cộng đồng doanh nghiệp, nhu cầu liên kết và hợp tác giữa các doanh nghiệp vì mục tiêu phát triển đã trở thành xu thế tất yếu. Sự bùng nổ các khu công nghiệp, cụm công nghiệp, các chuỗi đô thị mới trong những năm gần đây là một minh chứng cho sự lớn mạnh và tăng cường liên kết đầu tư sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam. Các mô hình hợp tác giữa Nhà nước với doanh nghiệp, khu vực công và tư ngày càng được mở rộng để huy động nguồn lực và trí tuệ của các doanh nghiệp cho sự phát triển chung của đất nước.

Sự liên kết của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian vừa qua còn được thể hiện qua việc hình thành mạng lưới liên kết trên 300 hiệp hội doanh nghiệp, trong đó khoảng 1/3 số hiệp hội có phạm vi hoạt động trên toàn quốc.

2.4.5. Doanh nhân có vai trò quan trọng tư vấn hoạch định chính sách; xây dựng hệ thống chính trị và góp phần hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN

¹ Báo cáo tổng kết một số vấn đề lý luận – thực tiễn qua 20 năm đổi mới (1986-2006). NXB Chính trị quốc gia. Hà nội, 2005. tr. 82-83

Doanh nhân Việt Nam thông qua các cơ quan lập pháp của Nhà nước và tổ chức đại diện của mình đã đóng vai trò là một kênh tham mưu quan trọng trong xây dựng đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước. Nhiều doanh nhân là Đại biểu Quốc hội, Hội đồng Nhân dân các cấp, là Ủy viên Ban Chấp hành Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và các tổ chức chính trị – xã hội .v.v. Các doanh nhân cũng tích cực tham gia vào việc xây dựng các chính sách phát triển kinh tế - xã hội của ngành và địa phương.

Như đã nêu ở trên, doanh nhân ở nước ta ra đời trong điều kiện mới, họ vốn là những người xuất thân từ cán bộ nhà nước, quân đội, công nhân, nông dân và tầng lớp trí thức mới, sinh ra và trưởng thành trong chế độ mới, nhiều người trong số họ là đoàn viên, đảng viên Đảng CSVN. Mô hình doanh nghiệp tư nhân do họ lãnh đạo và quản lý dù ở quy mô và trình độ nào, tự nó không hàm chứa tính giai cấp hay bản chất của chế độ tư bản. Tính chất giai cấp của doanh nhân trước hết phụ thuộc vào bản chất của xã hội mà trong đó doanh nhân hình thành và phát triển.

Doanh nhân ở nước ta hiện nay chính là *bộ phận ưu tú trong các tầng lớp, giai cấp xã hội mới*, họ là lớp người có năng lực quản lý, dám chịu rủi ro, vươn lên làm giàu chính đáng cho bản thân mình, cho gia đình, dòng họ, cho cộng đồng và xã hội. Hơn nữa, trong xã hội ta, nơi Đảng CSVN lãnh đạo toàn diện, một Nhà nước của dân, do dân và vì dân thì doanh nghiệp, dù dựa trên sở hữu tư nhân, nhưng không thể mang bản chất tư bản như dưới xã hội tư bản. Vì vậy, đội ngũ doanh nhân nước ta ngay từ khi mới ra đời từ những năm đầu đổi mới, đã mang trong mình *bản chất xã hội chủ nghĩa, đi tiên phong trong việc thực hiện mục tiêu cao cả là xây dựng đất nước dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh*.

Hơn nữa, do hình thành từ những bộ phận tiên tiến trong chế độ mới, doanh nhân nước ta chịu sự tác động sâu sắc bởi hệ tư tưởng của Đảng cầm quyền và là một trong những tầng lớp mới đi đầu trong sự nghiệp đổi mới.

Không chỉ đóng góp vào sự phát triển kinh tế đất nước, doanh nhân còn là nguồn lực quan trọng có khả năng hỗ trợ nguồn lực thông tin và tri thức của đất nước, thúc đẩy khoa học - công nghệ phát triển. Các ý kiến của doanh nghiệp là đầu vào thông tin quan trọng trợ giúp cho việc hoạch định chính sách phát triển kinh tế-xã hội của Đảng và Nhà nước.

Hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là một trong những mục tiêu quan trọng ở nước ta trong những năm tới. Việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở nước ta chính là làm cho nền kinh tế thị trường vận hành một cách thông suốt theo những quy luật phổ biến của nền kinh tế thị trường

hiện đại. Thể chế đó được thể hiện ở các nội dung cụ thể như: thể chế về sở hữu; thể chế phân bổ các nguồn lực và phân phối; thể chế về khung khổ pháp luật; thể chế phát triển các loại thị trường; thể chế tham gia của các chủ thể thị trường; thể chế hoạt động của các doanh nghiệp v.v.

Các chủ thể thị trường bao gồm: Nhà nước, doanh nghiệp và các tổ chức xã hội, đoàn thể, các hội hay còn gọi là các tổ chức "xã hội dân sự". Trong mối quan hệ giữa các chủ thể đó, quan hệ nhà nước - doanh nghiệp là cốt lõi. Trong thể chế kinh tế thị trường hiện đại, doanh nghiệp là chủ thể chính, là trung tâm của các bên tham gia thị trường. Vì vậy, không có doanh nghiệp, doanh nhân thì không có thể chế kinh tế thị trường.

Sự phát triển của các doanh nghiệp tư nhân nước ta trong những năm đổi mới vừa qua chính là nhân tố quyết định thúc đẩy đa dạng hóa các loại hình sở hữu, các hình thức tổ chức sản xuất kinh doanh, tạo môi trường cạnh tranh giữa các bộ phận, các chủ thể, các thành phần kinh tế. Trên cơ sở đó, mô hình kế hoạch hóa tập trung, quan liêu bao cấp với hai thành phần kinh tế chủ yếu từng bước bị hạn chế và xóa bỏ; mô hình kinh tế thị trường từng bước được xác lập. Trong quá trình đó, các loại hình thị trường như thị trường hàng hóa và dịch vụ, thị trường lao động, thị trường bất động sản, thị trường tài chính, thị trường khoa học và công nghệ cũng từng bước được hình thành và phát triển. Các quy luật thị trường từng bước được phát huy tác dụng. Lực lượng chủ lực tạo nên môi trường kinh doanh và mô hình kinh tế thị trường chính là đội ngũ doanh nhân.

2.5. Đặc điểm của đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay

2.5.1. Một số đặc trưng cơ bản của đội ngũ doanh nhân Việt Nam hiện nay

Ngoài những đặc trưng chung của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường như đã đề cập ở chương 1, đội ngũ doanh nhân Việt Nam còn có những *đặc trưng* cơ bản sau đây.

Thứ nhất, *đội ngũ doanh nhân Việt Nam có thành phần xuất thân đa dạng, không đồng nhất.*

Như đã nêu ở trên, mặc dù mới ra đời và phát triển trong một thời gian ngắn so với lịch sử hàng trăm năm ở các nền kinh tế phát triển, nhưng đội ngũ doanh nhân nước ta đã bắt đầu hình thành như một tầng lớp xã hội, với những đặc trưng riêng. Trong quá trình chuyển đổi từ cơ chế kế hoạch hóa tập trung sang cơ chế thị trường ở nước ta, đội ngũ doanh nhân được hình thành từ các thành phần xã hội khác nhau: từ các chủ hộ kinh tế cá thể, từ những người nguyên là cán bộ,

công chức, viên chức (cán bộ trong ngành giáo dục, y tế .v.v), những người trong các lực lượng vũ trang (bộ đội, công an), các cơ quan nghiên cứu .v.v ; và các thành phần khác (công nhân, nông dân .v.v.). Nhìn chung, phần lớn doanh nhân ở nước ta hiện nay là những người sinh ra và lớn lên trong chế độ mới, chủ yếu xuất thân từ cán bộ, công chức nhà nước, quân đội, công nhân, nông dân và đội ngũ đội ngũ trí thức mới¹, nhiều người là đảng viên Đảng CSVN².

Xuất thân từ các thành phần xã hội như trên, sau hơn 20 năm hình thành và phát triển, diện mạo của doanh nhân Việt Nam hiện nay bao gồm ba nhóm chủ yếu như sau:

- Những người điều hành, quản lý hoặc sở hữu các doanh nghiệp vừa và nhỏ, có tốc độ phát triển nhanh về số lượng. Xét theo tiêu chuẩn của những nhà kinh doanh hiện đại thì đây chưa phải là đội ngũ chuyên nghiệp, nhưng rõ ràng họ đã có những hoạt động kinh doanh thực thụ.

- Những người đang quản lý, điều hành các doanh nghiệp nhà nước. Trong quá trình đổi mới, khu vực doanh nghiệp nhà nước đã từng bước được đổi mới, sắp xếp lại. Cơ chế hoạt động của doanh nghiệp nhà nước đã được thay đổi căn bản so với trước. Nhà nước giảm dần, tiến tới xóa bỏ bao cấp và đặc quyền của DNNN, đưa DNNN hoạt động theo cơ chế thị trường. Đội ngũ doanh nhân thuộc khu vực DNNN tuy số lượng không nhiều so với doanh nhân thuộc khu vực KTTN nhưng hầu hết là có quy mô kinh doanh khá lớn. Nhiều doanh nhân đã trưởng thành nhanh chóng, được đào tạo bài bản, có kinh nghiệm, có năng lực kinh doanh tốt, có khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Nhiều người trong số họ bó buộc với sự nghiệp kinh doanh.

- Các nhà kinh doanh chuyên nghiệp hoặc bắt đầu có chất lượng chuyên nghiệp theo tiêu chuẩn quốc tế, một số đang làm việc cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Một số doanh nhân quản lý, điều hành các doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế quy mô khá lớn. Đây là lực lượng có năng lực chuyên nghiệp tốt nhất nếu xét theo tiêu chuẩn hội nhập ở Việt Nam hiện nay. Đặc biệt, trong đội ngũ này có những người kinh doanh tài chính dưới hình thức là các nhà môi giới, các nhà

¹ Theo kết quả khảo sát năm 2009 của Đề tài KX.04.17/06-10, trong tổng số 1800 doanh nhân được phỏng vấn trên phạm vi cả nước, có 38,93 % doanh nhân đã từng là bộ đội, công an, công nhân và cán bộ, công chức nhà nước.

² Tỷ lệ doanh nhân là đảng viên Đảng CSVN là 19,2 %; Đoàn viên thanh niên CSHCM là 28,34%; tỷ lệ doanh nhân đã từng là cán bộ, công chức nhà nước chiếm 17,6 %, bộ đội và công an chiếm 11,46 %, công nhân là 9,89% (nguồn: như trên).

tư vấn tài chính, những người buôn bán các sản phẩm của nền kinh tế trong lĩnh vực tài chính và ngân hàng. Số lượng này một vài năm trở lại đây phát triển rất nhanh. Họ đang trở thành một lực lượng chiếm giữ một địa vị rất quan trọng trong việc làm tốt lên hoặc làm xấu đi nền kinh tế Việt Nam.

***Thứ hai,** đội ngũ doanh nhân Việt Nam mới hình thành và phát triển trong một thời gian rất ngắn.*

Như đã nêu ở trên, đội ngũ doanh nhân Việt Nam mới bắt đầu hình thành từ sau đổi mới và đa số là trong khoảng 10 năm gần đây, kể từ sau khi có Luật Doanh nghiệp (năm 2000)¹.

Tuy nhiên cũng cần lưu ý rằng, doanh nhân nước ta đã thực sự xuất hiện và phát triển khá mạnh mẽ cùng với hai đợt khai thác thuộc địa của thực dân Pháp và sự du nhập quan hệ sản xuất tư bản chủ nghĩa vào Việt Nam, từ cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX. Do hoàn cảnh lịch sử của xã hội Việt Nam trong thế kỷ XX, nên sự phát triển của đội ngũ doanh nhân đã trải qua nhiều bước thăng trầm. Trong những năm 1930, 1940 và trong suốt thời kỳ kháng chiến, mặc dù bị tư bản Pháp kìm hãm và cạnh tranh gay gắt, doanh nhân nước ta vẫn tiếp tục tồn tại. Trong thời kỳ nền kinh tế vận hành theo cơ chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung, nhất là từ năm 1958, các thành phần kinh tế “phi xã hội chủ nghĩa” bị coi là “đối tượng cải tạo”, bị kìm hãm gay gắt, nhưng kinh tế tư nhân quy mô nhỏ vẫn len lỏi tồn tại. Sự xuất hiện và bùng lên mạnh mẽ của các doanh nghiệp tư nhân và đội ngũ doanh nhân từ những năm 1990 chính là sự hồi sinh nhờ có chính sách đổi mới của Đảng. Đây là một đặc điểm lớn của đội ngũ doanh nhân ở nước, khác với nhiều nước khác.

Đặc trưng này của đội ngũ doanh nhân nước ta cũng cho thấy sức vươn lên mạnh mẽ của doanh nhân Việt Nam và tác động quan trọng của hệ thống chính sách. Tuy nhiên, điều đó cũng bộc lộ rằng sự phát triển hơn nữa về số lượng và chất lượng của doanh nhân trong 10 năm tới, phụ thuộc rất lớn vào chính sách đột phá sau một chu kỳ phát triển. Trong thập kỷ tới, sự phát triển của doanh nghiệp, doanh nhân sẽ có sức ỳ rất lớn nếu chúng ta không có những chính sách đột phá về chính sách đối với kinh tế tư nhân nói chung, doanh nghiệp và doanh nhân nói riêng.

¹ Theo số liệu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, có gần 88% doanh nghiệp được thành lập sau năm 2000; 45% doanh nghiệp thành lập sau năm 2005.

***Thứ ba,** doanh nhân Việt Nam có truyền thống yêu nước, ý chí tự cường và ý thức trách nhiệm với cộng đồng dân tộc.*

Đây là một đặc trưng mang tính truyền thống của doanh nhân Việt Nam. Nhờ có tinh thần đó mà doanh nhân Việt Nam luôn vượt qua được mọi thử thách của lịch sử. Trong hoàn cảnh đất nước có ngoại xâm, họ không chỉ đóng góp sức mình bằng lực lượng vật chất mà họ còn có tiếng nói về ý chí tự cường, không chịu khuất phục. Lịch sử đã từng chứng kiến nhiều gương doanh nhân thể hiện tinh thần ấy, tiêu biểu là phong trào duy tân đầu thế kỷ XX đã làm một cuộc cách mạng về doanh thương, doanh nghiệp. Mục đích của phong trào đó là cổ vũ tinh thần kinh doanh, nhưng trong kinh doanh không chỉ đơn thuần là kiếm lợi mà cao cả hơn là mục tiêu cứu quốc, tự cường. Sự đóng góp của doanh nhân trong thời kỳ cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX và trong thời kỳ đầu sau Cách mạng tháng Tám như đã nêu ở trên đã cho thấy rõ tinh thần yêu nước của doanh nhân Việt Nam.

Đặc trưng này của doanh nhân đã được phát huy tốt trong những năm đầu đổi mới, khi nền kinh tế nước ta đang rơi vào tình trạng khó khăn, khủng hoảng với sự xâm nhập tràn lan của hàng ngoại nhập. Trong điều kiện đó, với những nỗ lực phi thường, nhiều doanh nhân Việt Nam đã từng bước vươn lên chiếm lĩnh thị trường xây dựng được hình ảnh doanh nhân, thương hiệu hàng Việt Nam chất lượng cao trong lòng người tiêu dùng và từng bước khẳng định vai trò doanh nhân Việt Nam trên thương trường quốc tế.

Với truyền thống của người Việt Nam “*lá lành đùm lá rách; người trong một nước phải thương nhau cùng*”, đội ngũ doanh nhân Việt Nam luôn nêu cao tinh thần trách nhiệm xã hội, tính cộng đồng thể hiện qua các hoạt động xã hội, từ thiện, nhân đạo góp phần làm giảm nỗi đau, thực hiện xóa đói giảm nghèo, một mục tiêu cao cả mà xã hội ta đang xây dựng.

Hộp 2.5: Trách nhiệm xã hội của doanh nhân

Bất kỳ doanh nghiệp chân chính nào, sau mục tiêu lợi nhuận, đều có nguyện vọng được đóng góp vào sự phát triển của xã hội và chia sẻ với cộng đồng. Hay nói cách khác, lợi nhuận là những biểu hiện cụ thể cho hiệu quả, năng lực kinh doanh, còn đam mê, sứ mệnh đóng góp cho sự phát triển của đất nước mới thực sự là động cơ phấn đấu của các doanh nghiệp. (Ông Nguyễn Thanh Minh, Chủ nhiệm Câu lạc bộ doanh nhân Sài Gòn. Vietnam.net, 13/10/2007).

Do vậy, có thể khẳng định tinh thần yêu nước ý chí tự cường và ý thức trách nhiệm với cộng đồng, dân tộc là một đặc điểm cơ bản làm nên hình ảnh đặc trưng của doanh nhân Việt Nam.

Thứ tư, doanh nhân Việt Nam rất nhạy cảm về chính trị

Sự nhạy cảm và bản lĩnh chính trị của doanh nhân Việt Nam trước hết xuất phát từ đặc tính của con người Việt Nam luôn quan tâm đến vận mệnh của đất nước, đề cao tư tưởng chính trị. Lịch sử doanh nhân Việt Nam cũng luôn gắn liền với vận mệnh chính trị của đất nước. Trải qua bao biến cố của lịch sử, doanh nhân Việt Nam vẫn giữ vững tinh thần yêu nước, ra sức đóng góp sức lực của mình để phục vụ cho nhiệm vụ chính trị của đất nước và trong bất kỳ hoàn cảnh lịch sử nào, mục tiêu kinh doanh của doanh nhân cũng gắn liền với mục tiêu chung của dân tộc.

Sự nhạy cảm chính trị của doanh nhân thể hiện khi quan điểm chính trị thay đổi thì mức độ thích nghi cũng thay đổi theo. Công cuộc đổi mới gắn liền với sự thay đổi tư duy về kinh tế, chính trị của Đảng ta, với chủ trương phát triển bình đẳng mọi thành phần kinh tế, phát huy mọi nguồn lực xã hội để phát triển kinh tế, trên thực tế cũng đã chứng kiến sự thích nghi đó của đội ngũ doanh nhân.

Nhiều doanh nhân đã tích cực tham gia vào các tổ chức chính trị - xã hội, trở thành thành viên tích cực của Mặt trận Tổ quốc các cấp; trực tiếp hoặc gián tiếp đóng góp ý kiến, tư vấn hoạch định các chính sách kinh tế-xã hội của Đảng và Nhà nước.

Thứ năm, doanh nhân Việt Nam có đức tính cần cù, ham học hỏi, cầu tiến và luôn vươn tới cái mới.

Đặc trưng này trước hết xuất phát từ điều kiện kinh tế-xã hội Việt Nam vốn dĩ là một nước thuần nông. Con người Việt Nam với tư chất thông minh và đầy khát vọng luôn muốn thay đổi số phận, vươn tới cái mới. Mặt khác, sự phát triển của thị trường thế giới, môi trường kinh doanh khắc nghiệt hiện nay đòi hỏi mỗi doanh nhân cần phải sáng tạo, linh hoạt và cầu tiến mới có thể vươn tới sự thành công.

Trong các cuộc điều tra gần đây cho thấy, doanh nhân Việt Nam hiện nay là lớp người làm việc hết sức cần cù với cường độ cao, trung bình từ 10-12 giờ mỗi ngày. Cách thức làm việc của họ cũng rất năng động và linh hoạt, họ luôn thể hiện ý chí quyết tâm làm giàu, chịu khó học tập để nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ

năng quản lý để đạt được hiệu quả cao nhất.

***Thứ sáu,** doanh nhân Việt Nam có tinh thần doanh nghiệp, ý chí lập nghiệp, mong muốn làm giàu và dám chấp nhận rủi ro thách thức.*

Trong một cuộc điều tra về doanh nghiệp tư nhân do chương trình phát triển dự án Mê Kông MPDF thuộc nhóm IFC/WB tiến hành năm 1999 kết quả cho thấy 76% người được điều tra cho rằng lý do để lập nghiệp bằng con đường kinh doanh là muốn phát huy tối đa năng lực cá nhân. Hiện nay cơ chế thị trường ở nước ta còn khiếm khuyết, hệ thống hỗ trợ doanh nghiệp chưa phát triển cao. Doanh nhân, doanh nghiệp thuộc khu vực dân doanh trên thực tế còn có sự phân biệt đối xử. Chính vì vậy, các doanh nhân Việt Nam muốn thành công, họ thực sự phải có ý chí, tinh thần doanh nghiệp, dám mạo hiểm đương đầu với thử thách. Tinh thần này được phát huy sẽ tạo nên sức bật cho đội ngũ doanh nhân hiện nay vươn lên để thành công và mở mang sự nghiệp kinh doanh của mình.

Sự tăng lên rất nhanh chóng về số lượng doanh nghiệp trong khoảng 10 năm gần đây đã cho thấy tinh thần doanh nghiệp của đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Nhiều người trong số họ đã vươn lên từ số vốn rất ít ỏi, hầu như không có kinh nghiệm kinh doanh, chưa được đào tạo bài bản. Tuy nhiên, chỉ trong một thời gian ngắn, một số doanh nhân đã tỏ rõ bản lĩnh kinh doanh, đưa doanh nghiệp không ngừng phát triển, có khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới.

***Thứ bảy,** doanh nhân Việt Nam hiện nay đa số có tuổi đời khá trẻ, được giáo dục trong môi trường mới, có ý thức giữ gìn giá trị truyền thống gia đình, dân tộc*

Đa số doanh nhân Việt Nam hiện nay có tuổi đời còn khá trẻ. Theo kết quả điều tra về tinh thần kinh doanh do Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương phối hợp cùng với tổ chức Jica (Nhật Bản) tiến hành trong khuôn khổ dự án Ishikawa vào năm 2000 trên 481 doanh nghiệp khắp cả 3 miền cả nước cho kết quả độ tuổi doanh nhân là từ 19- 24 tuổi chiếm 4,7%, lứa tuổi từ 30- 49 chiếm 62,1%. Kết quả khảo sát của đề tài như đã nêu ở trên cũng đã cho thấy, doanh nhân nước ta có tuổi đời khá trẻ và đang có xu hướng trẻ hóa nhanh trong những năm tới.

Doanh nhân Việt Nam, như đã nêu trên, mặc dù chưa được đào tạo bài bản về chuyên môn, nghiệp vụ, nhưng đa số là những người có giáo dục, có nếp sống lành mạnh, trung thực. Họ gắn bó và có trách nhiệm cao và giữ gìn danh tiếng gia

đình, dòng tộc. Đa số doanh nhân biết coi trọng quan hệ dòng họ, bạn bè, chăm lo xây dựng quê hương, có nhiều nghĩa cử đối với cộng đồng, xã hội.

Trong nội bộ doanh nghiệp, nhiều doanh nhân đã chú trọng xây dựng mối quan hệ đoàn kết, quý trọng người tài, đối xử có văn hóa đối với người lao động, chia sẻ lợi ích, giúp đỡ mọi người khi gặp khó khăn, do đó phần lớn trong các doanh nghiệp Việt Nam ít xảy ra tranh chấp.

Trong quan hệ kinh doanh quốc tế họ có ý thức tự tôn dân tộc, cố gắng làm rạng danh non sông đất nước qua thương hiệu của mình.

Thứ tám, doanh nhân Việt Nam thiếu truyền thống kinh doanh

Cần thẳng thắn thừa nhận rằng, do những điều kiện lịch sử của dân tộc, truyền thống kinh doanh của doanh nhân Việt Nam rất mờ nhạt và tinh thần kinh doanh là một điểm yếu căn bản của xã hội Việt Nam truyền thống. Từ hàng ngàn năm nay, chịu ảnh hưởng của đạo Khổng và các luồng tư tưởng phong kiến, trong điều kiện của một nền kinh tế tự cấp, tự túc, quan niệm “trọng nông, ức công thương”, coi thương mại là “mạt nghệ”, tầng lớp thương nhân được xếp dưới cùng trong thứ bậc xã hội: “sĩ - nông - công - thương”, “nhất sỹ, nhì nông” .v.v., đã ăn sâu vào tiềm thức của mọi tầng lớp nhân dân. Do điều kiện của lịch sử, xã hội chỉ tôn vinh những người anh hùng giải phóng dân tộc, những người tài cao học rộng, các danh nhân văn hoá. Một tâm lý kỳ thị nặng nề với người kinh doanh được thể hiện rất rõ qua ngôn ngữ, thái độ của xã hội khi thường dùng những từ như “con buôn”, “tư thương” để nói về họ. Ý chí làm giàu hầu như không có chỗ đứng trong xã hội. Trải qua nhiều thế hệ, cho đến tận ngày nay, ước mơ của nhiều thanh niên Việt Nam khi bước vào đời vẫn là trở thành bác sỹ, kỹ sư, nhà khoa học hay diễn viên nổi tiếng. Tâm lý làm công ăn lương, làm công chức nhà nước, có cuộc sống bình ổn, ít chịu mạo hiểm, rủi ro, không muốn tự mình làm chủ kinh doanh là nét nổi bật của việc thiếu tinh thần kinh doanh của đại đa số người Việt Nam. Điều đó cũng được thể hiện trong mọi mặt hoạt động của đời sống văn hóa-xã hội. Cả kho tàng văn hóa truyền thống (như kho tàng truyện cổ tích Việt Nam) rất phong phú, phản ánh mọi mặt hoạt động của đời sống xã hội Việt Nam, nhưng cũng chỉ vắn vện có hai câu chuyện “Mụ Lường” và “Đồng tiền Vạn Lịch” là đề cập đến chuyện buôn bán¹.

¹ Dương Trung Quốc: Đạo làm giàu của doanh nhân, “Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới”, Nhà XB Chính trị quốc gia, H, 2003.

Trong thời kỳ cận đại, trước luồng gió mới của nền kinh tế tư bản, đã bắt đầu nổi lên một số người với tinh thần kinh doanh mạnh mẽ như: Bạch Thái Bưởi, Nguyễn Hữu Thu, Trịnh Văn Bô .v.v. Tuy nhiên, số lượng các doanh nhân này không nhiều và đặc biệt là sự nghiệp kinh doanh của họ cũng chỉ tồn tại trong một thời gian rất ngắn. Vì vậy, từ đầu thế kỷ XX, Lương Văn Can đã chỉ ra 10 nguyên nhân làm cho doanh nhân nước ta không phát triển được¹.

Trong thời kỳ hiện đại, cho đến trước đổi mới, trải qua các cuộc chiến tranh giải phóng dân tộc và nhiều năm xây dựng mô hình kinh tế kế hoạch hoá tập trung, tinh thần tất cả vì độc lập, tự do của dân tộc là sợi chỉ đỏ xuyên suốt, thấm sâu vào từng hành động cụ thể của mỗi con người Việt Nam. Vì vậy, trong suốt một thời gian dài, tinh thần kinh doanh, ý chí làm giàu chưa được đặt ra như là một yêu cầu thiết yếu, tự thân.

***Thứ chín,** doanh nhân Việt Nam còn thiếu tác phong chuyên nghiệp, năng lực kinh doanh, kinh nghiệm quốc tế còn hạn chế và thiếu sự liên kết chặt chẽ*

Do hạn chế về mặt lịch sử, tư tưởng, điều kiện kinh tế- xã hội, Việt Nam chưa bao giờ tạo ra một tầng lớp doanh nhân lớn mạnh và có tính chuyên nghiệp cao. Ra đời trong điều kiện của nền kinh tế chuyển đổi nên năng lực kinh doanh, kinh nghiệm quốc tế, tính cộng đồng doanh nhân nước ta đang còn rất nhiều hạn chế.

- Trước hết, trong việc hoạch định kế hoạch sản xuất kinh doanh, đa số doanh nhân Việt Nam mới dừng lại ở kế hoạch ngắn hạn, chưa có tầm nhìn chiến lược lâu dài, kinh doanh thường nhắm vào mục đích lợi nhuận trước mắt. Điều này có thể lý giải là, đa số doanh nghiệp là vừa và nhỏ, mới được thành lập, số lượng doanh nghiệp giải thể, phá sản cũng ngày càng cao và vẫn chưa có được các tập đoàn kinh tế mạnh và những doanh nhân có tầm quốc tế. Tính chuyên nghiệp của doanh nhân còn được thể hiện ở cơ cấu tổ chức, hoạt động của doanh nghiệp. Trong rất nhiều doanh nghiệp hiện nay, trách nhiệm của từng con người chưa được đề cao, các nội qui, nguyên tắc của doanh nghiệp chưa được chấp hành tốt, một số doanh nhân còn vi phạm pháp luật, vi phạm các nguyên tắc cơ bản trong hoạt động doanh nghiệp như: vấn đề bảo hiểm, bảo hộ lao động, hợp đồng lao động.

- Bên cạnh đó, năng lực kinh doanh và khả năng quản trị của các doanh

¹ Dương Trung Quốc: Đạo làm giàu của doanh nhân, “Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới”, Nhà XB Chính trị quốc gia, H, 2003.

nhân nước ta còn hạn chế. Kinh nghiệm quốc tế trong hoạt động kinh doanh của doanh nhân còn nhiều yếu kém đáng lo ngại như trình độ về ngoại ngữ, khả năng đàm phán, tiếp thị, hiểu biết về thị trường quốc tế, về xuất khẩu. Đây là những hạn chế của doanh nhân cần được khắc phục nhanh chóng, mới hy vọng hội nhập quốc tế có hiệu quả cao, đặc biệt khi nước ta đã gia nhập WTO.

- Tính cộng đồng doanh nhân nước ta chưa cao, mặc dù doanh nhân Việt Nam hiện nay tuy có nhiều ưu điểm tích cực, song trong hoạt động kinh doanh còn nhiều điểm hạn chế như: cát cứ, địa phương, đố kỵ, kèn cựa nhau, thiếu tin tưởng nhau dẫn đến tính hợp tác chưa cao, đang là trở ngại trong hiệu quả hoạt động kinh doanh và hội nhập quốc tế. Để nâng cao hiệu quả trong hoạt động kinh tế, hội nhập quốc tế thì đặc điểm này cần phải được khắc phục nhanh chóng.

Những đặc trưng cơ bản của doanh nhân Việt Nam được trình bày trên đây là cơ sở để chúng ta định hướng chiến lược xây dựng môi trường thuận lợi, cơ chế, chính sách thích hợp nhằm phát triển một đội ngũ doanh nhân ngày càng lớn mạnh, có tính chuyên nghiệp cao đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế, phát triển nhanh nền kinh tế thị trường định hướng XHCN.

2.5.2. Điểm mạnh của đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay

Đội ngũ *doanh nhân Việt Nam*, mặc dù mới được hình thành trong những năm gần đây, nhưng đã thể hiện một số *ưu điểm nổi bật* sau đây:

- Phần lớn doanh nhân được sinh ra và lớn lên trong chế độ mới, chủ yếu xuất thân từ cán bộ, công chức nhà nước, quân đội, công nhân, nông dân và đội ngũ trí thức mới.

- Doanh nhân Việt Nam là bộ phận ưu tú trong các tầng lớp, giai cấp xã hội mới, có tinh thần yêu nước, có lòng tự tôn dân tộc và được giáo dục bởi hệ tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam Đa số doanh nhân có khát vọng vươn lên làm giàu cho chính đáng cho bản thân mình, cho gia đình, cộng đồng và xã hội. Đội ngũ doanh nhân nước ta ngay từ khi mới ra đời đã mang trong mình bản chất xã hội chủ nghĩa, góp phần thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh.

- Đa số doanh nhân đã được đào tạo và rèn luyện trong chế độ mới, biết tôn trọng pháp luật, có đạo đức kinh doanh, thực hiện tốt trách nhiệm xã hội, cần cù, chịu khó, có ý chí kinh doanh, khát khao đưa các sản phẩm và thương hiệu Việt Nam lên ngang tầm quốc tế.

Do có những đóng góp quan trọng cho cộng đồng và xã hội, hàng nghìn doanh nhân Việt Nam đã được xã hội tôn vinh. Trong 13 năm (1996 - 2008), đã có hơn 1000 lượt doanh nghiệp, doanh nhân được trao giải thưởng chất lượng Việt Nam; 19 doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam được trao giải thưởng của Tổ chức chất lượng châu Á-Thái Bình Dương (IAPQA); 05 doanh nghiệp, doanh nhân vinh dự được trao giải thưởng “*Chất lượng quốc tế*” của câu lạc bộ doanh nhân hàng đầu thế giới.

- Mặc dù mới được hình thành và phát triển trong một thời gian ngắn nhưng nhiều doanh nhân đã có sức bứt phá mạnh mẽ, vươn lên để khởi nghiệp và phát triển sự nghiệp kinh doanh; là lực lượng đi đầu trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Trong quá trình đổi mới, nhiều doanh nhân đã bước đầu thể hiện đặc trưng và phẩm chất của doanh nhân hiện đại, đó là: Có khả năng nhận biết về các cơ hội kinh doanh, tự tin quyết đoán để nắm chắc và khai thác các cơ hội này. Có năng lực lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp, biết tập hợp và phát huy các nguồn lực, tổ chức sản xuất, cung cấp dịch vụ để làm gia tăng giá trị cho doanh nghiệp và làm giàu cho xã hội. Sáng tạo và có khả năng phản ứng nhanh nhạy, linh hoạt trước các diễn biến của thị trường, tận dụng được cơ hội kinh doanh, vượt qua khó khăn thách thức, đưa đến sự thành công của doanh nghiệp. Dám mạo hiểm, chấp nhận rủi ro, dám chịu trách nhiệm trước mọi quyết định kinh doanh của mình; có lòng say mê kinh doanh và kích thích, dẫn dắt tinh thần kinh doanh của toàn xã hội. Có tri thức, nắm vững quy luật vận động của kinh tế thị trường; hiểu biết về thị trường trong nước và thị trường thế giới.

Bảng xếp hạng top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam năm 2009 dựa trên số liệu điều tra mới nhất từ hơn 10.000 doanh nghiệp lớn trên toàn quốc và được sắp xếp dựa trên tiêu chí doanh thu đã cho thấy top 10 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam đều đã đủ tiêu chí lọt vào top 1000 doanh nghiệp lớn nhất thế giới theo tiêu chí xếp hạng của Fortune 1000 (doanh thu trên 1 tỷ USD)¹. Kết quả này được các chuyên gia đánh giá là một bước tiến đáng kể trên con đường vươn ra hội nhập với kinh tế thế giới và cũng là thành tích đáng ghi nhận của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh suy thoái kinh tế kéo dài từ năm 2008.

Một điểm đáng ghi nhận là trong top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam năm 2009, đã có gần 30% là doanh nghiệp tư nhân (so với 24% năm 2008). Sự xuất hiện của các doanh nghiệp tư nhân trên nhiều ngành nghề trong bảng xếp

¹ Dantri.com.vn, ngày 25/11/2009

hạng năm 2009 đã cho thấy sự nỗ lực của doanh nhân Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế.

2.5.3. Hạn chế của đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay

Do mới bắt đầu hình thành và phát triển trong một thời gian ngắn và từ một nền kinh tế chậm phát triển, điểm xuất phát thấp, trước yêu cầu của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế hiện nay, tầng lớp doanh nhân Việt Nam hiện nay đang bộc lộ một số hạn chế chủ yếu sau đây:

- *Số lượng và chất lượng* doanh nhân chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển của đất nước. Hơn nữa, quy mô kinh doanh còn quá nhỏ bé, chỉ tương đương với doanh nghiệp nhỏ và vừa, thậm chí là nhỏ và siêu nhỏ so với doanh nghiệp ở các nước phát triển. Việt Nam cũng chưa có nhiều doanh nhân được các nước trong khu vực cũng như trên thế giới biết đến hay được tôn vinh như những tài năng kinh doanh, chưa có nhiều doanh nhân xây dựng được thương hiệu nổi tiếng, ngang tầm với khu vực và thế giới. Quy mô nhỏ đã làm ảnh hưởng đến việc mở rộng sản xuất - kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp.

- Ít có doanh nhân có đủ tầm, đủ kinh nghiệm để tự tin khi đàm phán, ký kết các hợp đồng với đối tác nước ngoài mà chủ yếu là trưởng thành từ kinh nghiệm thực tiễn trong kinh doanh. Do đó, khi quan hệ, giao dịch với nước ngoài, nhiều doanh nhân gặp không ít khó khăn như sơ hở trong thương thảo hợp đồng thương mại, thiếu hiểu biết luật lệ... của các nước để rồi phải trả một cái giá khá đắt trong đàm phán liên doanh với các đối tác nước ngoài. Đó là chưa nói đến không ít doanh nhân nắm giữ các vị trí quan trọng trong các doanh nghiệp nhà nước, công ty cổ phần, do yếu kém về quản lý, thiếu ý thức trách nhiệm, thiếu kiến thức dẫn đến đầu tư kém hiệu quả; dung túng, tạo cơ hội cho kẻ xấu lợi dụng làm thất thoát tài sản của nhà nước, làm mất lòng tin của xã hội.

- Doanh nhân Việt Nam nhìn chung chưa được đào tạo một cách bài bản, trình độ học vấn, trình độ ngoại ngữ thấp. Số lượng doanh nhân được đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về quản trị kinh doanh còn rất ít. Như đã nêu ở trên, theo kết quả khảo sát của Đề tài, có tới 41,88% doanh nhân chưa được bồi dưỡng kiến thức về quản trị kinh doanh, chỉ có 19,66% doanh nhân đã được bồi dưỡng kiến thức về quản trị kinh doanh từ 6 tháng trở lên, 14,45% là từ 3 – 6 tháng và 24,01% là dưới 3 tháng; 54,02% doanh nhân đang là giám đốc, phó giám đốc doanh nghiệp chưa tham gia các lớp đào tạo/bồi dưỡng giám đốc doanh nghiệp.

- Doanh nhân Việt Nam nhìn chung còn thiếu tầm nhìn xa, thiếu chiến lược kinh doanh và thiếu tính chuyên nghiệp. Trình độ quản trị kinh doanh, khả năng ngoại ngữ, sự hiểu biết về môi trường kinh doanh và pháp luật kinh doanh quốc tế còn hạn chế. Năng lực cạnh tranh và hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp còn thấp so với yêu cầu hội nhập và có sự khác nhau giữa các thành phần kinh tế. Năng lực nội tại của các doanh nghiệp Việt Nam còn có nhiều vấn đề bất cập, thể hiện qua hàng loạt vấn đề như năng lực quản trị công ty hạn chế; thiếu chiến lược kinh doanh; thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao một cách trầm trọng; yếu kém về khả năng thích ứng với những biến đổi của thị trường toàn cầu, thiên tai, khả năng giải quyết các vụ tranh chấp lao động, tranh chấp thương mại v.v.

- Doanh nhân Việt Nam chưa xây dựng được văn hóa doanh nhân mang bản sắc dân tộc. Vẫn còn một số doanh nhân chưa tuân thủ đúng pháp luật, thiếu trách nhiệm xã hội, có những hành vi xấu làm phương hại đến lợi ích của chính doanh nghiệp, cộng đồng và xã hội.

- Đội ngũ doanh nhân chưa có sự hợp tác, liên kết chặt chẽ trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Một bộ phận doanh nhân còn mang nặng tâm lý sản xuất nhỏ, ít hợp tác với nhau để giảm rủi ro, giảm chi phí kinh doanh; chưa chú trọng liên kết hay hợp tác đầu tư kinh doanh quy mô lớn nhằm bổ sung thế mạnh cho nhau. Xét trên phạm vi cả nước, vẫn còn rào cản vô hình giữa các vùng, miền, chưa có sự hội nhập thực sự ngay từ trong nước.

- Một bộ phận chủ doanh nghiệp chưa chú trọng chữ "tín" trong kinh doanh đã làm ảnh hưởng đến quyền lợi của khách hàng, người tiêu dùng và uy tín của cộng đồng doanh nghiệp. Một số người chưa có tinh thần doanh nghiệp cao, chưa thực sự đầu tư kinh doanh một cách căn cơ, bài bản, hưởng thụ quá sớm, thậm chí chưa tin tưởng vào chính sách của Nhà nước, còn mang nặng tâm lý trông chờ vào sự bảo hộ của Nhà nước và từ các nguồn lực bên ngoài. Một số doanh nghiệp chưa thực hiện đúng pháp luật trong sản xuất, kinh doanh, có hành vi gian lận thương mại, trốn lậu thuế, vi phạm các quy định về trả lương, hợp đồng lao động, thỏa ước lao động tập thể, các quy định về môi trường và an toàn vệ sinh lao động. Vẫn còn khá nhiều doanh nghiệp không thực hiện đúng các chính sách bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế¹. Nhiều chủ doanh nghiệp chưa quan tâm đúng mức đến đời

¹ Năm 2007, số doanh nghiệp tư nhân đóng bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế chiếm 46,4%; số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đóng bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế là 88,5% (Nguồn: Dự thảo Báo cáo tổng kết thực hiện Chỉ thị 07-CT/TW ... của Ban Tổ chức TW năm 2009).

sống vật chất và tinh thần của người lao động, ít chú ý đến hoạt động của các tổ chức chính trị - xã hội trong doanh nghiệp (công đoàn, đoàn thanh niên, phụ nữ)¹. Số lượng này tuy không nhiều nhưng cũng đang làm ảnh hưởng đến hình ảnh của doanh nhân trong xã hội.

- Doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam còn thiếu “quyền lực mềm”², đó là tầm nhìn chiến lược dựa trên trí thức, hoạt động truyền thông tốt và kết quả là tạo dựng lòng tin và sự tin tưởng. Do thiếu quyền lực mềm nên các doanh nghiệp chưa tạo được lòng tin của người tiêu dùng, khó thu hút được các nguồn lực, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao.

- Số lượng doanh nghiệp, doanh nhân tham gia các hiệp hội doanh nghiệp, câu lạc bộ doanh nghiệp còn ít. Ước tính mới chỉ có trên 30% số doanh nghiệp tham gia vào các hiệp hội doanh nghiệp. Một số hiệp hội doanh nghiệp hoạt động còn mang tính chất hình thức, chưa phát huy được vai trò của mình đối với hội viên. Đa số các hiệp hội doanh nghiệp hạn chế về năng lực hoạt động và gặp khó khăn về cơ sở vật chất.

Hộp 2.6: Hạn chế của doanh nhân

Từ phía các nhà kinh doanh, mặc dù đã có được những bước phát triển vượt bậc, họ vẫn chưa thoát khỏi tình trạng kinh doanh manh mún, không chuyên nghiệp, không có chiến lược dài hạn. Một số kinh doanh theo lối chụp giật, vi phạm và không thực hiện đúng nghĩa vụ của mình với Nhà nước, xã hội. Đó chính là một trong những lý do khiến cho hình ảnh của nhà kinh doanh bị bóp méo. Ngoài ra, cũng phải nói rằng, về mặt tâm lý, chính các nhà doanh nghiệp nhiều khi không dám tin tưởng vào vai trò sứ mạng của mình, một số thiếu dũng cảm hoặc ý chí để quyết định đầu tư dài hạn

Ông Huỳnh Văn minh, Tổng GD Tổng công ty thương mại Sài Gòn – SATRA. VCCI, Kỷ yếu Hội nghị doanh nhân tiêu biểu toàn quốc, 10/2008.

¹ Tính đến 31/12/2008, tỷ lệ doanh nghiệp tư nhân có tổ chức công đoàn là 9,4%, có tổ chức Đoàn TNCS HCM là 2,0%. Cả nước chỉ có 9 chi hội phụ nữ được thành lập tại các doanh nghiệp tư nhân. (nguồn: như trên).

² ‘Quyền lực mềm’ là khái niệm do GS. Joseph Nye, Đại học Harvard đưa ra.

2.5.3. Nguyên nhân hạn chế

2.5.3.1. Đội ngũ doanh nhân nước ta mới được hình thành trong một thời gian ngắn và trong điều kiện trình độ phát triển kinh tế-xã hội còn thấp.

Như đã nêu ở trên, đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta mới thực sự được hình thành và phát triển từ đầu những năm 1990, khi có Luật Công ty và Luật Doanh nghiệp tư nhân (năm 1991). Tuy nhiên trong những năm 1990, số lượng doanh nghiệp tăng chậm. Theo số liệu của Cục Phát triển doanh nghiệp, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, trong vòng 9 năm (1991-1999), cũng chỉ có 48.959 doanh nghiệp đăng ký thành lập. Luật Doanh nghiệp năm 1999 và 2005 đã tạo nên bước tăng trưởng nhảy vọt của các doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. Cũng trong khoảng thời gian này, các doanh nghiệp nhà nước cũng từng bước được chuyển đổi, sắp xếp lại và hoạt động theo cơ chế thị trường. Như vậy, có thể thấy rõ rằng, đội ngũ doanh nhân nước ta mới hình thành và phát triển hơn 20 năm, trong đó đa số mới xuất hiện trong khoảng 10 năm gần đây. Số liệu điều tra khảo sát của đề tài cũng như của VCCI như đã trình bày ở trên đã cho thấy, tuyệt đại đa số doanh nhân nước ta mới có thâm niên nghề nghiệp dưới 10 năm. Do vậy, những hạn chế, yếu kém của đội ngũ doanh nhân nước ta như đã nêu ở trên là không thể tránh khỏi. Việc khắc phục những hạn chế đó tất yếu cần phải có thời gian.

Một trong những yếu tố có tính quyết định đến số lượng và chất lượng của doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân là trình độ phát triển của kinh tế thị trường và mức độ hoàn thiện thể chế thị trường. Đi lên từ một nền kinh tế chủ yếu là nông nghiệp lạc hậu, kinh tế hàng hóa kém phát triển là nguyên nhân chủ yếu làm cho đội ngũ doanh nhân nước ta còn ít về số lượng và đa số thiếu tính chuyên nghiệp. Sau hơn 20 năm đổi mới, mặc dù đã đạt được những tiến bộ đáng kể nhưng nền kinh tế nước ta mới bắt đầu thoát ra khỏi nhóm nước thu nhập thấp. Thu nhập GDP bình quân tính theo đầu người năm 2010 mới đạt khoảng 1200 USD. So với nhiều nước trong khu vực và thế giới, nền kinh tế nước ta vẫn đang trong tình trạng kém phát triển. Trình độ phát triển thấp của lực lượng sản xuất làm cho doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân thiếu cơ sở vật chất-kỹ thuật cần thiết để phát triển mạnh mẽ. Mặt khác, thể chế kinh tế thị trường cũng đang trong quá trình hoàn thiện, nhiều yếu tố của thị trường hiện đại mới bắt đầu hình thành. Vì vậy, đội ngũ doanh nhân nước ta cũng chưa có đủ những tiền đề cần thiết để phát triển thành một lực lượng đông đảo về số lượng và chất lượng cao như ở nhiều nước trong khu vực và thế giới.

2.5.3.2. Chính sách phát triển đội ngũ doanh nhân còn hạn chế

Như đã nêu ở trên, trong hơn 20 năm đổi mới vừa qua, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chính sách để thúc đẩy phát triển kinh tế tư nhân nói chung, doanh nghiệp và doanh nhân nói riêng, nhưng cả trong nhận thức, trong chính sách và việc triển khai thực hiện chính sách chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu phát triển mạnh mẽ đội ngũ doanh nhân.

Cho đến nay, Đảng và Nhà nước ta vẫn chưa có chiến lược tổng thể về phát triển doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân. Trong hệ thống các quan điểm, chính sách của Đảng, việc đánh giá vai trò, vị thế và định hướng chính sách phát triển doanh nhân vẫn còn mờ nhạt, nhất là đối với doanh nhân thuộc khu vực kinh tế tư nhân. Điều đó vẫn còn tâm lý e ngại, dè dặt đối với doanh nhân. Vẫn còn lúng túng trong việc xác định thành phần kinh tế và cạnh tranh bình đẳng giữa các thành phần kinh tế. Một số vấn đề lý luận về thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN, nhất là về vai trò của các chủ thể trong thể chế kinh tế thị trường, vẫn chưa được làm sáng tỏ. Vai trò của doanh nhân trong việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở nước ta cũng chưa được xác định rõ. Vị thế của đội ngũ doanh nhân trong hệ thống cơ cấu xã hội mới ở nước ta chưa được xác định rõ nét. Vấn đề có hay không có “bóc lột” trong các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân chưa được khẳng định dứt khoát, nhất là trong điều kiện xây dựng mô hình kinh tế thị trường định hướng XHCN do Đảng lãnh đạo.

Nhận thức về vai trò của doanh nhân trong sự nghiệp phát triển kinh tế-xã hội vẫn còn thể hiện chưa dứt khoát rõ ràng, chưa tạo ra sự đồng thuận cao của toàn xã hội về vai trò, vị thế của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN; vẫn còn tâm lý e ngại, chưa thật sự tin tưởng vào tinh thần dân tộc, vào trí tuệ và năng lực của tầng lớp doanh nhân. Chưa có chủ trương rõ ràng về kết nạp chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng và chưa có chính sách cụ thể về sử dụng, bồi dưỡng những doanh nhân ưu tú trong bộ máy lãnh đạo của Đảng và Nhà nước.

Chúng tôi cho rằng, cho đến nay, Đảng và Nhà nước chưa đánh giá đầy đủ về vai trò của doanh nhân. Vị thế của doanh nhân đã được nâng lên đáng kể nhưng chưa tương xứng với vai trò của họ đối với sự phát triển của đất nước. Chúng ta chưa xây dựng được hệ tiêu chuẩn văn hóa kinh doanh của Doanh nhân cũng như cộng đồng Doanh nhân Việt Nam. Trong những năm gần đây, vào dịp “Ngày Doanh nhân Việt Nam”, đã có phong trào khá rầm rộ về việc trao các giải thưởng trao cho những doanh nhân xuất sắc như là sự tôn vinh của Đảng và Nhà nước đối với doanh nhân. Tuy nhiên, trong một chừng mực nhất định, đó chỉ là những động

thái nhằm khích lệ tinh thần của các doanh nhân chứ chưa tạo ra sự đột phá trong việc đánh giá và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân. Cái mà một số doanh nhân mong muốn là một môi trường kinh doanh thực sự thuận lợi. Tuy nhiên, cho đến nay, đây vẫn là rào cản lớn.

Một số doanh nhân ưu tú mong muốn được đóng góp nhiều hơn, không chỉ là về kinh tế mà còn là góp phần vào xây dựng hệ thống chính trị, được khẳng định về địa vị xã hội, địa vị chính trị bằng việc được tham gia vào tư vấn hoạch định chính sách và có thể tham gia trực tiếp nhiều hơn vào các tổ chức chính trị - xã hội (như Quốc hội và HĐND các cấp và các tổ chức chính trị-xã hội khác).

Hệ thống giáo dục đào tạo nguồn nhân lực cao cấp cho doanh nghiệp, đào tạo đội ngũ cán bộ quản trị doanh nghiệp chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển doanh nghiệp, doanh nhân. Giáo dục tinh thần kinh doanh và các kiến thức cơ bản về kinh doanh hầu như chưa được đề cập đến trong hệ thống giáo dục phổ thông, do vậy đã không khơi dậy được ý chí kinh doanh của thanh, thiếu niên. Phần lớn sinh viên tốt nghiệp ở các trường đại học, cao đẳng vẫn có tư tưởng đi làm công ăn lương, làm trong khu vực nhà nước hơn là khởi sự doanh nghiệp. Thiếu các trung tâm đào tạo doanh nhân có chất lượng cao; các chương trình đào tạo đại học và sau đại học về quản trị kinh doanh chưa thực sự gắn với thực tiễn, thiếu liên kết chặt chẽ giữa nhà trường và doanh nghiệp.

Chưa có những biện pháp tạo điều kiện và phát huy tốt vai trò của các Hiệp hội doanh nghiệp và các câu lạc bộ doanh nhân. Hoạt động của một số Hiệp hội doanh nghiệp, doanh nhân còn mang tính hình thức, nội dung hoạt động chưa hấp dẫn, bộ máy quản lý hiệp hội hạn chế về năng lực, không chuyên nghiệp và vẫn có tâm lý ỷ lại vào cơ quan nhà nước. Số lượng doanh nghiệp, doanh nhân tham gia vào các hiệp hội còn ít. Việc quản lý và phát huy vai trò của hiệp hội còn lúng túng. Một số chính quyền địa phương nhận thức về vấn đề này cũng chưa hoàn toàn đầy đủ, chưa có biện pháp hữu hiệu tạo điều kiện cho các doanh nhân tham gia các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề. Các cấp chính quyền một số địa phương vẫn chưa có chính sách hỗ trợ cụ thể đối với doanh nghiệp, doanh nhân, nhất là những doanh nhân thuộc khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Việc tôn trọng, tôn vinh doanh nhân ở một số nơi còn mang tính hình thức; chưa thực hiện đúng quy định về lấy ý kiến của doanh nghiệp, doanh nhân trong quá trình xây dựng và thực thi các chính sách phát triển kinh tế-xã hội. Điều này đã hạn chế sự đóng góp trí tuệ của doanh nhân vào việc khai thác lợi thế cạnh tranh. Một số cuộc đối thoại giữa Chính quyền và doanh nhân còn nặng về kêu ca, phàn

nàn, bày tỏ bức xúc của doanh nhân hơn là hiển kế đối với các chính sách phát triển. Việc tôn vinh doanh nghiệp, doanh nhân một cách tràn lan cũng đã gây một số phản cảm trong xã hội. Ngoài một số danh hiệu và giải thưởng có chất lượng, một số giải thưởng và danh hiệu cho doanh nghiệp, doanh nhân chưa có tiêu chí rõ ràng.

Công tác xây dựng Đảng trong tầng lớp doanh nhân chưa được chú trọng đúng mức. Việc xây dựng tổ chức cơ sở Đảng trong các doanh nghiệp tư nhân còn nhiều lúng túng. Việc tổ chức sinh hoạt Đảng của các đảng viên trong các doanh nghiệp không có cơ sở Đảng chưa gắn với thực tiễn kinh doanh của doanh nghiệp. Vai trò của đảng viên và tổ chức cơ sở Đảng trong các doanh nghiệp tư nhân chưa được phát huy đầy đủ. Vai trò của các tổ chức xã hội, tổ chức đoàn thể như Công đoàn, Đoàn thanh niên.v.v., trong nhiều doanh nghiệp tư nhân còn mờ nhạt. Việc kết nạp doanh nhân ưu tú từ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng vẫn chưa có chủ trương rõ ràng, dứt khoát. Do đó, một bộ phận doanh nhân vẫn chưa thực sự tin tưởng và chưa phát huy hết mọi năng lực để cống hiến cho xã hội.

2.5.3.3. Nhận thức, tâm lý của xã hội đối với doanh nhân còn hạn chế

Thái độ, tâm lý của xã hội đối với doanh nhân vẫn còn một số định kiến, chưa đánh giá đúng những nỗ lực phấn đấu, sự dám mạo hiểm, tinh thần cần cù lao động của bản thân doanh nhân. Kinh doanh chưa được coi là một nghề cao quý trong xã hội. Sự thất bại của một số doanh nhân trong kinh doanh thường được coi là hiện tượng xấu, gây mặc cảm đối với những doanh nhân có doanh nghiệp bị phá sản hay bị thất bại trong kinh doanh.

2.5.3.4. Hạn chế về môi trường kinh doanh

Có thể nói, trong nhiều năm qua, môi trường kinh doanh ở nước ta đã được cải thiện đáng kể. Tuy nhiên, cho đến nay, môi trường kinh doanh vẫn đang là rào cản lớn, làm hạn chế sự phát triển mạnh mẽ của doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân. Nhiều các công trình nghiên cứu đã chỉ ra rằng, môi trường kinh doanh còn chưa đồng bộ, thiếu minh bạch.

Môi trường pháp lý chưa hoàn thiện, chưa tạo điều kiện thật thuận lợi cho các doanh nhân khởi sự doanh nghiệp và yên tâm phát triển sản xuất, kinh doanh. Nhiều chính sách được thiết kế thiếu đồng bộ, chưa phù hợp với thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN, thiếu minh bạch. Nhiều chính sách chưa đủ khuyến khích doanh nhân bỏ vốn kinh doanh, nhất là chưa bảo đảm một sân chơi bình đẳng

cho các loại hình doanh nghiệp, vẫn còn có tư tưởng và hành động kỳ thị doanh nghiệp tư nhân. Chưa quan tâm đúng mức đến các doanh nghiệp nhỏ và vừa và khu vực kinh doanh bán chính thức. Một số bộ luật rất quan trọng, có liên quan trực tiếp đến phát triển doanh nghiệp, doanh nhân thực thi kém hiệu quả, như Luật cạnh tranh - để đảm bảo cho doanh nhân được cạnh tranh bình đẳng; Luật phá sản- để đảm bảo cho doanh nhân rút lui khỏi thị trường một cách dễ dàng. Cải cách hành chính chưa triệt để, còn nhiều thủ tục gây phiền hà cho doanh nghiệp, doanh nhân, tình trạng giấy phép con vẫn còn diễn ra ở nhiều nơi. Các chính sách thường thay đổi, khó tiên liệu làm giảm lòng tin của doanh nhân.

Các doanh nghiệp, doanh nhân thuộc khu vực kinh tế tư nhân vẫn chưa được thực sự bình đẳng khi tiếp cận các nguồn lực, đặc biệt là vốn và đất đai. Các doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp quy mô nhỏ tiếp cận các nguồn lực này khó hơn nhiều so với doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp nhà nước. Các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa còn chưa cụ thể. Nhiều chính sách được ban hành nhưng thực thi kém hiệu quả. Chính quyền địa phương một số nơi chưa quan tâm đúng mức tới phát triển doanh nghiệp tư nhân và các loại hình kinh doanh phi chính thức.

Bộ máy hành chính và đội ngũ công chức còn nhiều yếu kém, cải cách hành chính chưa đạt được kết quả mong muốn. Tính tùy tiện trong cách ứng xử cũng như trong ban hành chính sách của một bộ phận cán bộ chính quyền không những làm mất cơ hội kinh doanh của doanh nhân mà còn gây ức chế, làm thu hẹp ý chí kinh doanh. Đây cũng là nguyên nhân từ phía bộ máy nhà nước khiến doanh nhân trở thành tác nhân của nạn tham nhũng. Theo Báo cáo ‘Môi trường kinh doanh năm 2010’ do Ngân hàng thế giới công bố ngày 9/9/2009, Việt Nam đứng thứ 93 trong số 183 nền kinh tế về môi trường kinh doanh, tụt hai bậc so với năm 2008. Điều đó có nghĩa là mặc dù đã có cải thiện đáng kể về môi trường kinh doanh nhưng tốc độ cải thiện của Việt Nam là chậm hơn so với các nền kinh tế trong khu vực và thế giới. Việc thành lập doanh nghiệp ở Việt Nam còn phức tạp với 11 thủ tục, hơn một tháng rưỡi¹ (Canada, Newzealand chỉ cần 1 thủ tục và OECD chỉ cần chưa đầy 2 tuần). Mỗi năm, doanh nghiệp trong nước vẫn mất 1050 giờ để đóng thuế (ở Singapo là 84 giờ).

¹ Vietnam.net, ngày 9/9/2009

Hệ thống các tổ chức trợ giúp doanh nghiệp và doanh nhân chưa được hình thành và hoạt động đồng bộ, như: Hệ thống đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân; hệ thống dịch vụ phát triển kinh doanh, vườn ươm doanh nghiệp, v.v.

2.5.3.5. Do bản thân doanh nhân

Tầng lớp doanh nhân mới do mới ra đời nên ít có kinh nghiệm kinh doanh. Tuyệt đại đa số doanh nghiệp của doanh nhân Việt Nam có quy mô nhỏ, chưa có tích lũy lớn về vốn .v.v., nên khả năng cạnh tranh hạn chế.

Tư tưởng làm ăn chụp giựt, thiếu căn cơ bài bản vẫn còn tồn tại trong một số doanh nhân. Tinh thần học hỏi của một số doanh nhân chưa cao, dễ thỏa mãn, chưa chú trọng đầu tư thu thập thông tin, nâng cao kiến thức quản lý, kinh doanh.

Tâm lý ỷ lại của một số doanh nhân, nhất là doanh nhân thuộc khu vực kinh tế nhà nước, mong chờ vào sự hỗ trợ của Nhà nước vẫn còn tồn tại. Một số doanh nhân chưa tuân thủ đúng pháp luật và hưởng thụ quá sớm.

Doanh nhân Việt Nam chưa xây dựng được văn hóa doanh nhân mang bản sắc dân tộc. Vẫn còn một số doanh nhân chưa tuân thủ đúng pháp luật, thiếu trách nhiệm xã hội, có những hành vi xấu làm phương hại đến lợi ích của chính doanh nghiệp, cộng đồng và xã hội.

Thực tế, cũng có một số doanh nhân liên kết với những người tha hóa trong bộ máy hành chính nhà nước, tạo ra sự liên minh không minh bạch giữa chính trị và kinh tế. Điều này cũng góp phần tạo ra sự không lành mạnh của xã hội.

Chương 3

QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP XÂY DỰNG ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2011 – 2020

3.1. Bối cảnh quốc tế và trong nước tác động đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011- 2020

Nhiệm vụ xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 - 2020 đáp ứng yêu cầu đẩy mạnh CNH, HĐH và hội nhập kinh tế quốc tế đang đứng trước vận hội lớn, đồng thời cũng có rất nhiều thách thức. Điều đó được quy định bởi những yếu tố dân tộc và thời đại.

Về yếu tố dân tộc. Bước vào thế kỷ XXI, cả đất nước ta đang tập trung thực hiện mục tiêu cao cả là “dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh”, trong đó, đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa là nhiệm vụ trung tâm. Mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định sau hơn 20 năm đổi mới, thu nhập bình quân đầu người đạt khoảng 1200 USD năm 2010, nhưng nền kinh tế nước ta vẫn chưa thoát khỏi tình trạng nghèo nàn, lạc hậu so với nhiều nước trong khu vực và thế giới. Đẩy nhanh nhịp độ phát triển kinh tế, thực hiện mục tiêu đến năm 2020 cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại, đang trở vấn đề có ý nghĩa sống còn của cả dân tộc. Dưới sự lãnh đạo của Đảng, lực lượng xung kích trên mặt trận kinh tế này chính là đội ngũ doanh nhân.

Về yếu tố thời đại. Trong thời đại ngày nay, ở hầu hết các quốc gia, vùng lãnh thổ và trong đời sống nhân loại, tầng lớp doanh nhân đang được đặt vào vị trí trung tâm của xã hội. Trong điều kiện cạnh tranh quốc tế khốc liệt, một quốc gia kém phát triển về kinh tế sẽ bị loại ra khỏi đời sống kinh tế quốc tế. Vị thế của một quốc gia dân tộc trên trường quốc tế, trước hết phụ thuộc vào vị thế kinh tế của quốc gia đó. Doanh nhân chính là tầng lớp tiên phong nâng cao vị thế của dân tộc trong hội nhập kinh tế quốc tế.

Thế kỷ XXI là thế kỷ có nhiều nhân tố tác động trực tiếp đến sự phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia, tạo nên vai trò ngày càng quyết định hơn của đội ngũ doanh nhân. Những nhân tố đó là:

- Toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ. Cuộc cạnh tranh giữa các quốc gia, các doanh nghiệp ngày càng quyết liệt. Thế giới có nhiều biến đổi khó lường, thậm chí không thể dự đoán.

- Công nghiệp hóa, hiện đại hóa đòi hỏi sự phát triển theo chiều sâu, không còn dựa chủ yếu vào các nhân tố sản xuất nữa mà vào tăng năng suất lao động và đổi mới, sáng tạo. Đội ngũ doanh nhân, do vậy không những phải có khả năng khai thác và sử dụng hiệu quả các nguồn lực mà còn đi tiên phong trong việc ứng dụng

các tiến bộ khoa học và công nghệ, gắn chặt sự nghiệp kinh doanh của mình với các hoạt động của đội ngũ trí thức.

- Nền văn minh nhân loại đang có những bước tiến nhảy vọt nhờ vào những thành quả của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ. Mỗi quan hệ giữa con người với con người trong xã hội đã có những biến đổi sâu sắc theo hướng trở nên bình đẳng, bác ái hơn và có trách nhiệm hơn. Sự biến đổi khí hậu chủ yếu do con người gây ra đang đưa ra những cảnh báo về trách nhiệm của mỗi cá nhân, doanh nghiệp về nghĩa vụ của mình với môi trường và trái đất.

- Thế giới đang chứng kiến cuộc cạnh tranh thu hút nhân tài một cách quyết liệt bằng việc lắng nghe, tham vấn và sử dụng trí thức, doanh nhân, kể cả thông qua thu hút đầu tư nước ngoài để giao thoa và truyền bá ý thức, tác phong, tính chuyên nghiệp và kiến thức cho doanh nhân.

3.1.1. Bối cảnh quốc tế

Trong những năm cuối cùng của thập kỷ 1990, khi loài người chuẩn bị bước sang thế kỷ XXI và thiên niên kỷ thứ ba, rất nhiều nghiên cứu đã được các chuyên gia trên thế giới tiến hành để phân tích, dự báo những xu hướng hoặc thay đổi sẽ diễn ra trong thế kỷ XXI.

Trong số đó, có sáu chuyển hướng lớn đáng chú ý trong sự phát triển kinh tế-xã hội của loài người trong thế kỷ XXI được các chuyên gia đưa ra như sau:

Một là, từ kỷ nguyên của công nghiệp chế tạo, loài người đang bước sang kỷ nguyên của công nghệ cao, trong đó công nghệ thông tin đóng vai trò dẫn đường. Các ngành công nghệ cao khác có vai trò quan trọng là điện tử, viễn thông, sinh học, vật liệu mới, tự động hoá, khoa học về con người (trong đó có y học), vũ trụ v.v... Bước chuyển này có ý nghĩa vô cùng trọng đại trong lịch sử loài người. Sau hàng nghìn năm sống trong kỷ nguyên săn bắt, tiếp đến là kỷ nguyên nông nghiệp, loài người đã chuyển sang kỷ nguyên công nghiệp, và gần 3 thế kỷ công nghiệp đã tạo nên những bước tiến nhảy vọt, đưa xã hội loài người lên một nền văn minh mới. Từ những năm 1980 trở lại đây, khoa học và công nghệ phát triển như vũ bão, đặc biệt là công nghệ thông tin và các ngành công nghệ cao khác, nhanh chóng biến thành sức mạnh vật chất, mở đường cho con người đi vào một kỷ nguyên phát triển mới, trong đó trí tuệ và sức sáng tạo của con người được phát huy tối đa để khắc phục những hạn chế của các quy luật tự nhiên, vươn lên những đỉnh cao mới và tạo nên cuộc sống hạnh phúc hơn cho con người trong một thế giới thịnh vượng hơn.

Hai là, từ kỷ nguyên của lao động cơ bắp, loài người đang chuyển sang kỷ nguyên của lao động trí tuệ. Với sự phát triển của công nghệ và tác động của nó vào các ngành công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ, tỷ trọng của giá trị gia tăng do

lao động cơ bắp tạo nên trong từng sản phẩm đã và đang nhanh chóng giảm đi, trong khi tỷ trọng đóng góp của lao động trí tuệ, lao động có kỹ năng cao tăng lên mạnh mẽ. Những ngành kinh tế mới ra đời dựa trên nền tảng công nghệ cao và sử dụng lao động trí tuệ phát triển mạnh, lan tỏa tác động lên các ngành vốn có và thúc đẩy các ngành đó đi theo hướng này. Nền kinh tế dựa trên nền tảng trí thức dần hình thành, trước hết ở các nước có trình độ cao, có nền giáo dục và khoa học công nghệ phát triển, có cơ sở kinh tế vững chắc. Nhờ công nghệ thông tin và viễn thông, các thành tựu khoa học công nghệ có thể được chuyển giao rộng rãi, góp phần nâng cao năng lực trí tuệ và kỹ năng cho con người ở các quốc gia khác nhau, lôi cuốn họ theo xu hướng phát triển đó.

Ba là, từ sản xuất vật chất, loài người đang chuyển sang kỷ nguyên trong đó dịch vụ trở thành khu vực kinh tế quan trọng nhất, thúc đẩy và hỗ trợ các khu vực sản xuất phát triển. Dịch vụ đã chiếm trên 60% tổng GDP toàn cầu từ những năm 1990, trong khi tỷ trọng của công nghiệp giảm xuống mạnh, đặc biệt ở các nước phát triển cao dù họ vẫn quen được gọi là “các nước công nghiệp phát triển”. Ngày nay bình quân các nước công nghiệp hoá cao nhất có tỷ trọng dịch vụ là 70% của GDP, các nước công nghiệp hoá trung bình có tỷ trọng dịch vụ 50-55%, các nước phát triển ở trình độ thấp cũng có tỷ trọng dịch vụ 35-40% trong GDP. Dịch vụ đóng góp lớn cho sản xuất vật chất, tạo nên 70% giá trị gia tăng của hàng hoá trong sản xuất công nghiệp. Cùng với vai trò tăng lên của công nghệ và nền kinh tế tri thức, dịch vụ -đặc biệt là các ngành cao cấp, sử dụng lao động chất xám và lao động có kỹ năng cao-sẽ tiếp tục tăng vai trò của nó trong mọi nền kinh tế, mọi ngành kinh tế.

Bốn là, thị trường thế giới từ chỗ được kiến tạo bằng các thị trường quốc gia đang chuyển thành các thị trường khu vực và quốc tế, hình thành trên nguyên tắc tự do hoá thương mại. Biên giới giữa các quốc gia về mặt thị trường bị xóa dần, thay bằng những thị trường khu vực rộng lớn hơn, vận hành theo những quy tắc mở, được thỏa thuận chung giữa các bên tham gia. Trên phạm vi toàn cầu, vai trò của các định chế thương mại, tài chính toàn cầu, các tổ chức kinh tế khu vực lớn, các công ty đa quốc gia ngày càng lớn. Tính độc lập tương đối của các quốc gia, các nhà nước về mặt kinh tế do vậy giảm dần, trong khi tính phụ thuộc lẫn nhau tăng lên. Các nền kinh tế và doanh nghiệp hoạt động theo những luật chơi chung trên các thị trường khu vực và quốc tế, được hưởng lợi ích và chịu tác động ngày càng lớn của các thị trường đó. Toàn cầu hóa từ một xu thế trong những năm cuối thế kỷ trước thực sự trở thành một thực tế trong đời sống kinh tế của xã hội loài người hiện nay.

Năm là, phân công lao động quốc tế theo nguồn lực (tài nguyên, lao động...) trước đây đã nhường chỗ cho phân công lao động dựa trên cơ sở tối ưu hoá hoạt động thị trường. Các chuỗi cung ứng toàn cầu hình thành nhằm tạo nên những dây chuyền sản xuất, kinh doanh hiệu quả nhất. Rất khó có thành phẩm nào mà mọi cấu kiện, mọi nguồn đầu vào đều xuất phát từ một nước, mà thường có xuất xứ ở nhiều nước khác nhau, tận dụng lợi thế của từng lĩnh vực ở mỗi quốc gia. Các quyết định hợp tác, liên kết giữa các quốc gia cũng như quyết định đầu tư của các công ty đa quốc gia và doanh nghiệp đều được đặt chủ yếu trên cơ sở lợi ích và lợi thế có thể giành được tại các khu vực thị trường khác nhau. Do vậy, các quốc gia và doanh nghiệp không thể chỉ dựa vào những lợi thế tĩnh nhờ các nguồn lực vốn có của mình, mà phải ra sức tìm kiếm những lợi thế động, phát triển những năng lực mới trong cuộc cạnh tranh trên một thị trường thế giới không ngừng thay đổi về cấu trúc và tương quan lực lượng.

Sáu là, từ mục tiêu “đáp ứng nhu cầu cơ bản của cuộc sống”, ngày nay con người đang chuyển sang mục tiêu “nâng cao chất lượng cuộc sống”. Tình trạng đói nghèo đã giảm mạnh trên thế giới và trong vòng vài ba thập kỷ tới sẽ được khắc phục về cơ bản. Hơn 2/3 nhân loại sống ở mức thu nhập trung bình trở lên, đồng thời đang theo đuổi cách sống ngày càng nhân bản, văn minh hơn. Hầu hết các sản phẩm bình thường đều ở tình trạng cung vượt cầu, vòng đời ngắn lại, cạnh tranh giành giật người mua tăng lên. Mặt khác, người tiêu dùng không chỉ chọn lựa dựa trên so sánh giá cả, mà còn đòi hỏi ngày càng cao về chất lượng, tính đa dạng, độ tinh vi, sự khác biệt của sản phẩm, về tính thân thiện với môi trường, về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Do vậy, nền tảng của sự cạnh tranh đã chuyển mạnh từ giá rẻ sang đáp ứng các yêu cầu về chất lượng, tiêu chuẩn, tính sáng tạo và mới mẻ của sản phẩm, về các dịch vụ kèm theo, cũng như về đạo đức, văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp.

Trên cơ sở 6 xu hướng lớn nêu trên, những ***xu hướng và biện pháp sau đây cũng được các chuyên gia đề xuất cho các doanh nghiệp:***

- *Áp dụng mô hình quản lý linh hoạt* trong doanh nghiệp nhằm phát huy tối đa năng lực và sức sáng tạo của mọi thành viên, không ngừng cải tiến các qui trình và mọi khâu trong tổ chức hoạt động của doanh nghiệp.

- *Áp dụng tiêu chuẩn sản phẩm quốc tế* để thuận lợi trong giao dịch, tạo uy tín trên thương trường, đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng ở mọi nơi trên trái đất.

- *Cải thiện dịch vụ* để tạo thêm giá trị gia tăng cho sản phẩm và chinh phục người tiêu dùng.

- *Đến thẳng người tiêu dùng*, đặc biệt tận dụng internet, để có thể bám sát mọi yêu cầu và tạo quan hệ gần gũi, hiểu biết lẫn nhau với người tiêu dùng. Đây cũng là cách làm đặc biệt hiệu quả đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa, ở những nơi xa các trung tâm kinh tế.

- *Phát triển mạng lưới quan hệ kinh doanh* ở trong và ngoài nước, giữa các doanh nghiệp với khách hàng và các đối tượng liên quan, tạo sự liên kết, chuyên môn hóa để tối đa hóa hiệu quả và lợi ích của các bên.

- *Không ngừng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực* của doanh nghiệp, đặc biệt về năng lực trí tuệ và kỹ năng làm việc. Đây là nhân tố chủ chốt nhất để đảm bảo thực hiện những điều trên và mang lại thành công cho doanh nghiệp.

Cũng trong những năm đầu thế kỷ XXI, Trung tâm Thương mại Quốc tế ITC, một tổ chức thuộc Liên hiệp quốc, đã tiến hành một nghiên cứu sâu rộng trên toàn cầu về ***động lực cạnh tranh*** của doanh nghiệp trong thời đại toàn cầu hóa. Trên cơ sở ý kiến đóng góp của hàng nghìn công ty đa quốc gia -những người quyết định luật chơi của các doanh nghiệp trên thị trường thế giới-, khi công bố kết quả nghiên cứu đó vào năm 2005, Trung tâm Thương mại Quốc tế ITC xác định *ba động lực cạnh tranh* mà doanh nghiệp trên thị trường toàn cầu phải theo đuổi như sau:

Một là, ưu tiên phản ứng nhanh: do ngày nay vòng đời của các sản phẩm ngắn đi (nhiều sản phẩm chỉ còn vòng đời bằng 10% so với cách đây 10 năm), do những người mua hàng dễ dàng tìm kiếm những nguồn cung mới, nên những người sản xuất, cung ứng các sản phẩm buộc phải phản ứng nhanh với nhu cầu luôn thay đổi của thị trường thì mới có thể thành công. Phản ứng nhanh đòi hỏi người cung cấp nắm chắc công cụ thông tin, đầu tư mạnh cho dịch vụ nghiên cứu và phát triển sản phẩm (R&D), thường xuyên đưa ra các sản phẩm mới hoặc được cải tiến; giao hàng nhanh, kịp thời; linh hoạt trong phương thức kinh doanh.

Hai là, toàn cầu hoá dây chuyền cung cấp: dây chuyền cung cấp các sản phẩm trên thế giới được tổ chức thành mạng lưới toàn cầu, trong đó mỗi doanh nghiệp tham gia nắm một khâu, làm một bộ phận nào đó, phối hợp chặt chẽ với các khâu khác trên cơ sở chuyên môn hóa cao độ và tối ưu hóa toàn bộ hoạt động trong chuỗi. Ví dụ trong ngành thời trang có các công ty chuyên thiết kế các sản phẩm với thương hiệu nổi tiếng, có các công ty chuyên xây dựng mạng lưới tiêu thụ, có các nhà sản xuất nguyên liệu, phụ liệu, các nhà may... Tất cả dù có thể ở nhiều nước hoặc các châu lục khác nhau, hoạt động độc lập với nhau nhưng được kết nối trong dây chuyền toàn cầu với sự phân công lao động và tính chuyên nghiệp cao, tạo nên sức cạnh tranh mạnh nhất cho sản phẩm trên thị trường.

Ba là, tầm quan trọng của dịch vụ trọn gói: trước đòi hỏi ngày càng cao của người tiêu dùng không những về giá cả, chất lượng của sản phẩm mà cả các dịch vụ đi kèm, các nhà sản xuất và cung ứng sản phẩm phải cố gắng cung cấp tối đa các dịch vụ để giao trọn gói cho người tiêu dùng, thoả mãn cao nhất nhu cầu của họ. Có như vậy mới được các nhà phân phối và người tiêu dùng chọn lựa, mới chiếm lĩnh được thị trường. Trên thực tế, cạnh tranh trong các khâu của qui trình sản xuất chỉ còn là cánh cửa hẹp, trong khi các dịch vụ phục vụ khách hàng đi cùng sản phẩm lại có nhiều dư địa cho sự sáng tạo, cho tính khác biệt giữa các sản phẩm nhắm tới các đối tượng tiêu dùng khác nhau, giúp các nhà cung ứng tạo thêm lợi thế mới cho mình. Đó cũng là con đường tốt nhất để tạo nên giá trị gia tăng cao hơn cho sản phẩm.

Một thập kỷ đã trôi qua kể từ khi con người bước sang thế kỷ XXI. Thực tế diễn ra trong thập kỷ đầu tiên của thế kỷ XXI cho thấy các chiều hướng cơ bản không khác những dự báo trên. Tuy nhiên, rõ ràng đời sống kinh tế của xã hội loài người trong thập kỷ đầu tiên của thế kỷ này, tiếp nối 2 thập kỷ cuối của thế kỷ trước, đã có nhiều thay đổi sâu sắc qua những diễn biến xảy ra với tốc độ nhanh, cường độ lớn, phạm vi rộng và tác động mạnh hơn rất nhiều so với mọi dự báo trước đó. Và những thay đổi trong 1-2 thập kỷ tới chắc chắn còn lớn hơn, sâu rộng hơn, mà chúng ta khó có thể lường trước được.

Những nhân tố đáng quan tâm nhất có thể tác động trực tiếp đến sự phát triển kinh tế-xã hội của nước ta cũng như doanh nghiệp và tầng lớp doanh nhân trong những năm tới là:

Một là, toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế là xu thế chủ đạo, sẽ tiếp tục diễn ra sâu rộng, mạnh mẽ, thúc đẩy cuộc cạnh tranh ngày càng quyết liệt, đồng thời cũng mở ra những cơ hội hợp tác to lớn giữa các quốc gia, các doanh nghiệp. Cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu năm 2008-2009 là một thách thức đối với mọi quốc gia cũng như đối với hệ thống tài chính và thương mại toàn cầu trong tiến trình toàn cầu hóa, khiến cho hệ thống này và nền tảng của nó là xu thế tự do hóa bị chao đảo hoặc thụt lùi trong một thời gian nhất định. Song mặt khác, cuộc khủng hoảng cũng là thời cơ để từng quốc gia và cả thế giới xem xét lại các vấn đề phát triển của mình, suy ngẫm về những mặt bất ổn, nhằm tái cấu trúc các nền kinh tế và điều chỉnh lại hệ thống tài chính và thương mại toàn cầu để tiếp tục phát triển cân bằng hơn, vững chắc hơn. Trong thập kỷ tới và những năm tiếp theo, chắc chắn toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế sẽ được đẩy tới, tiếp tục phát triển về quy mô, mức độ và tính đa dạng, sẽ tác động thậm chí mạnh hơn tới từng nền kinh tế và các doanh nghiệp trên thế giới này.

Lực lượng doanh nhân trước tác động của nhân tố trên chắc chắn phải liên tục nghiên cứu, theo dõi các đánh giá và dự báo tình hình, tự điều chỉnh chiến lược phát triển, không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng hợp tác, tham gia các mạng lưới, chuỗi liên kết trên thị trường trong và ngoài nước.

*Hai là, những thành quả của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ cũng như sự thay đổi cấu trúc thị trường, thay đổi quan hệ cung cầu và vai trò của các nguồn lực trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa của các quốc gia cho thấy rõ ràng ngày nay sự phát triển và sức cạnh tranh của các ngành, các sản phẩm, các doanh nghiệp không còn dựa chủ yếu vào các nhân tố tài nguyên và lao động giá thấp nữa, mà vào *năng suất lao động và khả năng đổi mới, sáng tạo* của họ. Điều này đòi hỏi các quốc gia không những phải biết khai thác và sử dụng hiệu quả tối đa các nguồn lực, mà còn phải tập trung nỗ lực vào nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nâng cao năng lực đổi mới, sáng tạo và ứng dụng các tiến bộ khoa học và công nghệ, gắn chặt sự nghiệp phát triển kinh tế-xã hội với phát triển nguồn nhân lực và phát huy vai trò của đội ngũ trí thức và doanh nhân.*

Lực lượng doanh nhân chịu tác động trực tiếp từ nhân tố này, sẽ phải điều chỉnh mạnh chiến lược cạnh tranh của mình, ra sức tạo lợi thế cạnh tranh mới dựa trên nguồn vốn con người và công nghệ, dựa trên khả năng học hỏi, hấp thụ và sức sáng tạo của bản thân và doanh nghiệp để tồn tại và phát triển trong thời đại của công nghệ cao.

Ba là, thế giới đã và đang trải qua những biến đổi sâu sắc về cấu trúc thị trường, về tương quan lực lượng và vị thế của các nền kinh tế, về nhu cầu và khả năng cung ứng các nguồn lực, về những vấn đề toàn cầu mới nảy sinh. Sự tranh giành vị trí và ảnh hưởng giữa các cường quốc kinh tế mới nổi và các siêu cường kinh tế khác sẽ gay gắt, khốc liệt hơn, góp phần làm cho thị trường thế giới trở nên bất ổn định hơn. Sau các cuộc khủng hoảng tài chính, năng lượng, lương thực, môi trường vừa xảy ra, các thị trường vốn, năng lượng, nguyên liệu, lương thực sẽ dễ bị tổn thương và biến động thất thường hơn. Trước những tác động của biến đổi khí hậu và khủng hoảng tài chính toàn cầu, mô hình và cách thức phát triển kinh tế trên toàn cầu sẽ được điều chỉnh theo hướng cân bằng hơn, thân thiện hơn với môi trường, tiết kiệm hơn trong sử dụng năng lượng và tài nguyên, an toàn hơn cho người tiêu dùng, đề cao hơn trách nhiệm của các nhà nước và doanh nghiệp cũng như sự giám sát của xã hội đối với các hoạt động kinh tế. Nhu cầu và cơ cấu xuất nhập khẩu, hướng đầu tư và phương thức hợp tác, cạnh tranh của các thị trường cũng sẽ thay đổi.

Lực lượng doanh nhân trước các tác động trên chắc chắn phải tự xem xét, điều chỉnh con đường phát triển của mình, chọn lựa sản phẩm, công nghệ, thị

trường, đối tác, cách thức hợp tác và cạnh tranh trong kinh doanh, định vị mình trên các thị trường một cách cẩn trọng, đồng thời tăng cường khả năng thích ứng với những biến động rất khó dự đoán của thị trường.

Bốn là, nền văn minh nhân loại đang có những bước tiến nhảy vọt nhờ những thành quả của cách mạng khoa học và công nghệ cũng như khoa học xã hội và sự phát triển các thể chế chính trị, kinh tế, xã hội theo hướng dân chủ, bình đẳng, công bằng, nhân văn hơn. Mỗi quan hệ giữa con người với con người trong xã hội đã có những biến đổi sâu sắc theo hướng tiến bộ và có trách nhiệm hơn. Sự biến đổi khí hậu với những hậu quả nặng nề đe dọa tương lai của cả loài người đang đưa ra những cảnh báo về trách nhiệm của mỗi quốc gia cũng như từng cá nhân, doanh nghiệp về nghĩa vụ của mình đối với môi trường và trái đất. Phát triển bền vững, trong đó tăng trưởng kinh tế phải gắn liền với phát triển xã hội và bảo vệ môi trường đã trở thành chuẩn mực về chất lượng của sự phát triển, và là một yêu cầu hết sức quan trọng hiện nay đối với mọi quốc gia.

Tầng lớp doanh nhân chắc chắn phải ý thức sâu sắc về xu hướng này và không ngừng nâng cao trách nhiệm xã hội trong hoạt động kinh doanh để đáp ứng đòi hỏi ngày càng nghiêm khắc hơn của người tiêu dùng, của xã hội cũng như luật pháp của các quốc gia, quy tắc ứng xử của các doanh nghiệp theo những chuẩn mực quốc tế trong các lĩnh vực liên quan. Đó cũng là hướng tất yếu để trở thành những doanh nhân, doanh nghiệp văn minh, hiện đại trong “ngôi làng toàn cầu”.

Năm là, thế giới đang chứng kiến cuộc cạnh tranh thu hút nhân tài một cách quyết liệt bằng việc đào tạo, thu hút và sử dụng những nhân tài, trí thức, doanh nhân, thông qua giao lưu con người, trao đổi kỹ thuật, chuyển giao công nghệ, thu hút đầu tư nước ngoài, để giao thoa và truyền bá kiến thức, kỹ năng và cả những tập quán tốt, tác phong, tính chuyên nghiệp cho quốc gia và doanh nghiệp của mình. Các quốc gia đều khát khao mong muốn phát triển nền kinh tế dựa trên tri thức, phát triển các ngành công nghệ cao, mà nhân tố quyết định để đạt được điều này là phải có nguồn nhân lực chất lượng cao, nên cuộc cạnh tranh thu hút nhân tài đã được dự báo sẽ trở thành cuộc cạnh tranh gay gắt nhất trong thế giới hiện đại. Thực sự coi trọng giáo dục-đào tạo và khoa học công nghệ, có chiến lược và chương trình hành động phù hợp để phát triển hai lĩnh vực then chốt này, đồng thời tạo môi trường thuận lợi nhất cho những người tài phát huy tài năng, sức sáng tạo và ảnh hưởng lan tỏa của mình trong xã hội là tiền đề cần thiết của các quốc gia để chiến thắng trong cuộc cạnh tranh này.

Đối với doanh nhân và doanh nghiệp, nhân tố con người cũng luôn luôn là yếu tố quyết định thành công của họ trên thương trường. Trong một thế giới không ngừng thay đổi, một thị trường không ngừng biến động, chắc chắn các doanh

ng nghiệp có nhu cầu lớn, đa dạng về nhân tài và do vậy phải tăng cường đầu tư cho các hoạt động nhằm tạo khả năng thu hút, sử dụng và phát triển tài năng cho mình, như một bộ phận quan trọng của chiến lược cạnh tranh.

Sáu là, cục diện kinh tế và chính trị khu vực Đông Á và Đông Nam Á đang trải qua những thay đổi to lớn, sâu sắc. Trước hết, Trung Quốc đã nổi lên thành cường quốc, có ảnh hưởng ngày càng lớn trong khu vực và trên thế giới. Sức mạnh và ảnh hưởng của Trung Quốc đang tăng thêm trong quá trình chuyển động của kinh tế khu vực và toàn cầu qua cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu lần này. Sự trỗi dậy của Trung Quốc vừa là cơ hội, vừa là thách thức lớn đối với sự phát triển kinh tế của mọi quốc gia trên thế giới, đặc biệt là các nước đang phát triển trong khu vực như nước ta. Ấn Độ cũng đang trỗi dậy tương tự.

Đồng thời, các nước ASEAN đang bước vào thời kỳ hợp tác theo Hiến chương ASEAN và xây dựng Cộng đồng kinh tế ASEAN. Trước những biến động trên thị trường thế giới, nhất là trước thách thức từ sự trỗi dậy của Trung Quốc và Ấn Độ, sự hợp tác và liên kết giữa các nước thành viên ASEAN trở thành yêu cầu tự thân, thiết yếu, và do vậy có thể sẽ chặt chẽ, hiệu quả hơn. Các quốc gia thành viên ASEAN sẽ chú trọng đến đầu tư và thương mại nội khối, nội địa nhiều hơn. Trong quá trình đó, một số mạng sản xuất mới có tính khu vực sẽ xuất hiện, kết nối giữa các quốc gia thành viên, và quan hệ giữa doanh nghiệp trong khối có thể sẽ mở rộng, phát triển và đa dạng hơn.

Mặt khác, ASEAN đang phát triển những liên kết kinh tế dưới dạng các hiệp định thương mại tự do FTA với các đối tác lớn như Nhật bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, Ấn Độ, Australia-Newzealand và cùng các nước này đàm phán tiến tới hình thành một Cộng đồng kinh tế Đông Á trong tương lai. Hoa kỳ, Liên minh châu Âu cũng đang xúc tiến các đàm phán FTA với ASEAN. Hoa kỳ lại cùng Australia và một số nước khởi động đàm phán về “Đôi tác kinh tế xuyên Thái bình dương(TPP)”. Các diễn đàn APEC, ASEM cũng được thúc đẩy để có những cam kết thiết thực, hiệu quả hơn.

Tất cả những diễn biến trên trong khu vực sẽ tác động mạnh đến nước ta cả trước mắt cũng như trong trung và dài hạn. Chúng vừa mở thêm cơ hội rộng lớn, vừa tạo ra thách thức gay gắt hơn, và là những yếu tố phải xem xét đầy đủ để chủ động điều chỉnh chiến lược, chính sách, thực hiện tái cơ cấu kinh tế ở tầm quốc gia cũng như ở cấp vi mô của các doanh nghiệp, doanh nhân nước ta.

3.1.2. Bối cảnh trong nước

Sau 25 năm đổi mới, nước ta đã đạt được những thành tựu quan trọng về phát triển kinh tế-xã hội. Với GDP bình quân đầu người tăng hơn 10 lần, từ mức dưới 100 USD/người vào năm 1990 lên khoảng 1.200 USD/người vào năm 2010,

nước ta đã thoát khỏi vị thế nghèo và kém phát triển để được xếp vào hàng các quốc gia và vùng lãnh thổ có thu nhập trung bình thấp. Đất nước từ đây đi vào một thời kỳ phát triển mới, với những cơ hội và thách thức mới, tác động lớn tới sự phát triển của tầng lớp doanh nhân Việt Nam.

- Trong giai đoạn 2011- 2020, sự phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta có một số thuận lợi cơ bản sau đây.

Một là, nước ta đang đẩy mạnh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển nhanh và bền vững nhằm đạt mục tiêu đến năm 2020 cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại. Những định hướng mới để tái cấu trúc nền kinh tế, phát triển các ngành dịch vụ, công nghiệp, nông nghiệp trên cơ sở ứng dụng công nghệ mới, chú trọng chất lượng, tính hiệu quả và cạnh tranh đang được đưa ra. Quá trình này vừa đòi hỏi vừa tạo thời cơ phát triển doanh nghiệp và tầng lớp doanh nhân ngày càng đông đảo về số lượng, vững mạnh về chất lượng, có khả năng khai thác các cơ hội thị trường, tìm kiếm và sử dụng hiệu quả các nguồn lực, ứng dụng những thành tựu khoa học và công nghệ vào sản xuất, kinh doanh để phát triển các sản phẩm, các ngành có lợi thế cạnh tranh.

Hai là, nước ta đang thúc đẩy công cuộc đổi mới nhằm hoàn thiện việc xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa với nhiều hình thức sở hữu, nhiều thành phần kinh tế cùng hoạt động, hợp tác và cạnh tranh bình đẳng với nhau. Chính phủ đang thúc đẩy việc đổi mới doanh nghiệp nhà nước, giảm dần và tiến tới xóa bỏ những biệt đãi, đặc quyền bất hợp lý đối với khu vực này, đặt họ vào môi trường cạnh tranh. Các thị trường nhân tố quan trọng như thị trường vốn, đất đai, công nghệ, lao động cũng được quan tâm phát triển đồng bộ. Cải cách thể chế, cải cách hành chính, xây dựng hệ thống thể chế hiện đại đang được đẩy mạnh để vừa phục vụ yêu cầu phát triển trong nước, vừa thực hiện các cam kết quốc tế. Điều này sẽ giúp cải thiện mạnh mẽ môi trường kinh doanh ở nước ta, tạo thuận lợi cho sự phát triển doanh nghiệp và tầng lớp doanh nhân.

Ba là, nước ta đang hội nhập ngày càng sâu rộng vào các định chế thương mại khu vực và toàn cầu, phát triển hợp tác kinh tế với nhiều nước khác nhau trên thế giới. Tư cách thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới WTO, sự tham gia của nước ta vào các cơ chế hợp tác kinh tế trong ASEAN cũng như giữa ASEAN với các đối tác, sự mở rộng quan hệ hợp tác song phương giữa nước ta với các đối tác chiến lược và các nước khác khắp năm châu tạo cho các doanh nghiệp, doanh nhân những cơ hội lớn chưa từng có để mở rộng thị trường và tiếp cận với các nguồn lực trên thế giới - đặc biệt là về công nghệ, tri thức, kỹ năng và nguồn vốn để phát triển. Qua hợp tác và cạnh tranh, các doanh nhân Việt Nam sẽ phát huy lợi

thể so sánh, tham gia vào chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu, từ đó sẽ trưởng thành hơn, sẽ cải thiện năng lực cạnh tranh quốc tế của mình.

Bốn là, trên nền tảng mới về tư duy, về kinh tế-xã hội được tạo lập qua 25 năm đổi mới và phát triển, chúng ta đã có điều kiện sẵn sàng hơn nhiều so với trước đây để phát triển doanh nghiệp, đặc biệt là khu vực tư nhân và tầng lớp doanh nhân. Vai trò của doanh nghiệp, khu vực tư nhân và tầng lớp doanh nhân ngày càng được khẳng định rõ hơn trong các nghị quyết của Đảng, văn bản pháp quy của Nhà nước và được nhìn nhận rộng rãi trong xã hội. Các chính sách phát triển cho khu vực này cũng đã được đưa ra. Trong xã hội, doanh nhân giành được sự quan tâm, thiện cảm, nể trọng hơn, và kinh doanh trở thành một nghề được ưa chuộng, đặc biệt đối với lớp người trẻ tuổi. Một đội ngũ doanh nhân trẻ, giàu ý chí kinh doanh, được đào tạo và có năng lực tốt đang hình thành, sẽ là nòng cốt cho lực lượng doanh nhân Việt Nam mà đất nước cần trong những năm tới.

Tuy nhiên, nhiệm vụ xây dựng đội ngũ doanh nhân đáp ứng được yêu cầu của sự nghiệp đổi mới, xây dựng nền kinh tế thị trường hiện đại, cũng đang gặp nhiều khó khăn, thách thức.

Một là, về tư duy phát triển, vẫn còn không ít sự lưỡng lự, e ngại đối với vai trò của khu vực tư nhân và doanh nhân trong nền kinh tế và trong xã hội nước nhà. Từ định hướng xã hội chủ nghĩa, Đảng và nhà nước ta luôn xác định kinh tế nhà nước là chủ đạo, và trong nhiều chủ trương, chính sách cụ thể, lại coi kinh tế nhà nước (trong đó có bộ phận quan trọng là doanh nghiệp nhà nước) là chủ đạo, để từ đó dành nhiều sự bảo hộ và ưu đãi riêng cho khu vực này, gây bất bình đẳng và phân biệt đối xử đối với khu vực tư nhân, nhất là trong việc phân bổ các nguồn lực. Xu hướng này thậm chí còn nặng nề thêm trong vài năm gần đây, khi các tập đoàn kinh tế nhà nước ra đời và được mở rộng kinh doanh ra mọi lĩnh vực. Đối với tầng lớp doanh nhân, mặc dù Nhà nước có chủ trương tôn vinh họ thay vì coi họ là những kẻ bóc lột, nhưng họ vẫn bị xếp ở vị trí cuối trong các giai tầng trong xã hội. Vẫn còn e ngại đâu đó rằng khi tầng lớp doanh nhân có vai trò lớn về kinh tế, xã hội, họ có thể đòi quyền chính trị, đòi vị trí lãnh đạo. Và do vậy, những hàng rào hữu hình và vô hình cản trở sự lớn mạnh của tầng lớp này cứ tồn tại dai dẳng cho tới ngày nay.

Trong thời đại ngày nay, rõ ràng tầng lớp doanh nhân đóng vai trò là một trong những lực lượng chủ lực, góp phần quan trọng vào sự nghiệp phát triển kinh tế-xã hội của mọi quốc gia. Đối với nước ta, *phát triển mạnh đội ngũ doanh nhân phải được coi là một trong những khâu đột phá* để đưa đất nước nhanh chóng đi lên. Điều này đòi hỏi phải đổi mới tư duy triệt để hơn, vượt qua những khúc mắc nêu trên và biến thành những chính sách và hành động cụ thể. Nói cách khác, chúng ta phải *thực lòng muốn* thì mới có thể có được tầng lớp doanh nhân thực thụ.

Hai là, về thể chế kinh tế và hành chính, còn rất nhiều rào cản, gây trở ngại cho sự phát triển của khu vực tư nhân và doanh nhân. Do nước ta còn đang trong quá trình chuyển đổi sang kinh tế thị trường, tư duy chưa thật dứt khoát, nhận thức chưa thật thấu đáo, trình độ quản trị nhà nước còn hạn chế, nên còn nhiều khiếm khuyết trong hệ thống thể chế kinh tế và hành chính. Luật pháp và các chính sách nói chung còn thiếu tính minh bạch, nhất quán, ổn định, khó tiên liệu; một số thậm chí còn mang tính xin-cho, bất bình đẳng giữa các doanh nghiệp, hoặc còn nặng về tạo thuận lợi cho các cơ quan nhà nước, đẩy khó khăn về phía người dân. Chúng ta thiếu thiết chế đảm bảo chất lượng của các quyết định chính sách, và bộ máy hành chính chưa đủ năng lực, kỹ năng, công cụ và nguồn lực để triển khai thực hiện kịp thời và hiệu quả các chính sách hoặc luật pháp đã được thông qua. Trong điều hành của các cơ quan nhà nước các cấp, nhận thức chưa đúng về quan hệ giữa nhà nước với thị trường, nhiều khi dẫn tới sự can thiệp quá mức của Nhà nước vào hoạt động của doanh nghiệp, doanh nhân.

Cần có những cải cách mạnh mẽ theo hướng thị trường thực sự mới có thể tạo hành lang an toàn để bảo vệ và khuyến khích sự phát triển của khu vực tư nhân và doanh nhân. Năng lực thể chế quyết định chúng ta sẽ có những doanh nhân như thế nào. Tuy nhiên, việc cải cách thể chế hiện nay hoàn toàn không dễ dàng khi nó đụng chạm tới quyền và lợi của không ít cơ quan công quyền, nhất là khi lợi ích cục bộ và các nhóm lợi ích nổi lên có thể gây tác động xấu.

Ba là, trong khi yêu cầu và tham vọng phát triển kinh tế-xã hội ở nước ta trong những năm tới là rất lớn, thì vấn đề làm thế nào để đạt được mục tiêu phát triển đó lại còn nhiều điểm mấu chốt phải bàn. Mô hình, động lực, nguồn lực, các ưu tiên, vai trò của các chủ thể khác nhau .v.v, cần được xác định dựa trên những nghiên cứu thấu đáo, những đánh giá đúng đắn từ thực tiễn khách quan không những của bối cảnh trong nước mà cả bối cảnh khu vực và quốc tế. Một số nghiên cứu đưa ra gần đây đã chứng minh rất rõ những bất ổn trong mô hình tăng trưởng từ trước đến nay ở nước ta, khi chúng ta tăng trưởng dựa chủ yếu vào khai thác tài nguyên thiên nhiên, sức lao động giá rẻ, vốn đầu tư và vào doanh nghiệp nhà nước, do vậy tuy tốc độ tăng trưởng cao nhưng chất lượng thấp và không thể bền vững. Kinh nghiệm các nước mới công nghiệp hóa ở châu Á -hay các “con rồng” châu Á- cho thấy họ đi tới thành công bằng con đường khác hẳn chúng ta, chủ yếu dựa trên nguồn nhân lực chất lượng cao, công nghệ tiên tiến và môi trường luôn khuyến khích các doanh nghiệp sáng tạo và vươn tới năng lực cạnh tranh quốc tế.

Những chọn lựa cho con đường phát triển của đất nước trong 10-20 năm tới, trước hết phải xuất phát từ lợi ích tổng thể lâu dài của đất nước, từ tầm nhìn rộng, xa, từ sự thấu hiểu những quy luật khách quan và biết mình, biết người theo nghĩa

biết đặt sự phát triển của Việt Nam trong sự phát triển của cả khu vực và thế giới. Những chọn lựa này có ý nghĩa quyết định đối với tương lai của đất nước, số phận của các doanh nghiệp, của người dân, nên cần để cho họ tham gia vào quá trình chọn lựa đó. Đặc biệt, các doanh nhân là những người lăn lộn trên thương trường, có kinh nghiệm và khả năng đóng góp tích cực cho quá trình này. Chọn lựa đúng, biết cách làm đúng và thực hiện tốt sẽ mở đường cho sự phát triển của cả nền kinh tế và các doanh nghiệp, doanh nhân; nếu không thì sẽ kìm hãm sự phát triển đó. Ngoài ra, tiến trình công nghiệp hóa tới đây là một chặng đường dài trong môi trường luôn biến động, đòi hỏi khả năng thích ứng và kiểm soát rủi ro cao. Đường như chúng ta chưa có đủ hoặc chưa huy động được năng lực để làm thật tốt những việc trên. Đó cũng là một thách thức cho sự phát triển kinh tế và doanh nghiệp, doanh nhân.

Bốn là, tiến trình hội nhập quốc tế một mặt mở ra nhiều cơ hội, song mặt khác cũng tạo nên những thách thức nặng nề cho các doanh nghiệp, doanh nhân nước ta. Sức ép từ tự do hóa thương mại, mở cửa thị trường ngày càng đè nặng lên các doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam, mà đa số là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, còn tương đối yếu và thiếu các nguồn lực để phát triển so với các đối tác và đối thủ cạnh tranh của họ ở cả thị trường trong nước và các thị trường bên ngoài.

Một ví dụ rõ nhất là triển vọng quan hệ với thị trường Trung Quốc, thị trường đã và sẽ luôn luôn là quan trọng hàng đầu đối với chúng ta. Với sức mạnh và vị thế ngày càng lớn trong nền kinh tế khu vực và toàn cầu, Trung Quốc vừa là cơ hội, vừa là thách thức lớn cho sự phát triển kinh tế của Việt Nam trong tương lai. Về cơ hội, xuất khẩu của ta sang Trung Quốc có khả năng tăng lên, một phần đầu tư của một số công ty nước ngoài ở Trung Quốc có thể chuyển sang ta (theo công thức “Trung Quốc + 1”), đầu tư trực tiếp của Trung Quốc vào nước ta cũng có thể tăng mạnh, và một số ngành của ta có thể tham gia vào chuỗi cung ứng trong khu vực mà Trung Quốc là trung tâm kết nối. Tuy nhiên, trong khi cơ hội còn tùy thuộc vào khả năng nắm bắt của ta, thì mặt thách thức trước mắt và trong trung hạn lại lớn hơn nhiều. Cạnh tranh của hàng hoá Trung Quốc trên thị trường nội địa và các thị trường quốc tế sẽ mạnh mẽ, gay gắt hơn, đặc biệt trên thị trường nội địa, khi cơ chế thương mại tự do ASEAN-Trung Quốc ACFTA được thực hiện; nhu cầu tài nguyên khoáng sản ở Trung Quốc sẽ tạo áp lực mạnh đối với khai thác tài nguyên thiên nhiên ở nước ta; sự bố trí lại cơ cấu sản xuất ở Trung Quốc có thể sẽ chuyển một phần những quy trình, công đoạn sản xuất sử dụng công nghệ lạc hậu, không thân thiện với môi trường, tiêu hao nhiều năng lượng và tài nguyên sang nước ta. Tranh chấp của Trung Quốc với ta về chủ quyền biển đảo cũng ảnh hưởng đáng kể tới việc thực hiện chiến lược phát triển kinh tế biển của nước ta.

Lực lượng doanh nghiệp, doanh nhân nước ta đang và sẽ chịu nhiều tác động rất trực tiếp, cụ thể từ nhân tố này. Các doanh nghiệp, doanh nhân rất cần nghiên cứu thấu đáo về thị trường Trung Quốc và các đối tác, đối thủ trên thị trường đó, để tìm hướng đi và cách làm thích hợp, một mặt tận dụng khai thác các thị trường ngách, một mặt tránh sự cạnh tranh trực diện với các đối thủ trên thị trường này. Sự phối hợp giữa Nhà nước với doanh nghiệp, liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp, doanh nhân nước ta với nhau và với các doanh nghiệp, doanh nhân các nước khác sẽ là yếu tố vô cùng quan trọng để tăng thêm sức mạnh cho ta trong cuộc cạnh tranh không cân sức với thị trường khổng lồ này.

Năm là, nước ta còn là một nước đang phát triển ở trình độ thấp, nền kinh tế vẫn còn không ít các điểm yếu. Cách thức tăng trưởng thiên về chiều rộng không còn phù hợp với yêu cầu và điều kiện mới của phát triển; năng suất, chất lượng tăng trưởng và hiệu quả sử dụng các nguồn lực còn thấp và có xu hướng giảm dần; nhiều chính sách trước đây đúng thì nay đã gần đến mức tận khai hoặc không còn phù hợp nữa. Các cân đối lớn của nền kinh tế chưa thật vững chắc; kinh tế vĩ mô chưa thật ổn định và còn tiềm ẩn nhiều yếu tố bất ổn. Cơ cấu ngành kinh tế, sản phẩm và cơ cấu vùng kinh tế quy mô nhỏ, phân tán và chia cắt, ngăn cản yêu cầu tập trung, tích tụ, tận dụng quy mô để phát triển. Sức cạnh tranh của nền kinh tế, của doanh nghiệp và của sản phẩm khá thấp, khả năng cải thiện không dễ dàng. Chất lượng nguồn nhân lực còn thấp, thiếu lao động tay nghề được đào tạo, thiếu đội ngũ kỹ sư và cán bộ quản lý có năng lực.

Về mặt xã hội cũng còn những hạn chế đáng kể. Trình độ nhận thức chung chưa cao, tâm lý và những thói quen tiểu nông còn phổ biến. Thượng tôn pháp luật chưa trở thành nếp sống trong xã hội. Vai trò của các tổ chức xã hội dân sự còn rất mờ nhạt, tiếng nói của doanh nghiệp và người dân ít được lắng nghe. Đối với doanh nhân, những chính sách tốt chưa được thi hành đầy đủ, xã hội vẫn còn có những định kiến. Bản thân tầng lớp doanh nhân cũng còn nhiều nhược điểm cần khắc phục.

Những điểm yếu trên đây kéo dài đã nhiều năm, đã được nhận biết nhưng rất chậm được khắc phục, trong đó có những yếu kém do nước ta là một nước đang phát triển, đang chuyển đổi, phải mất nhiều thời gian và những nỗ lực rất lớn mới hoàn tất được tiến trình này. Chừng nào những điểm yếu này còn chưa khắc phục được, thì sự phát triển doanh nghiệp, doanh nhân còn khó khăn.

3.2. Mục tiêu và dự báo xu hướng phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 - 2020

3.2.1. Mục tiêu xây dựng đội ngũ doanh nhân ở nước ta đến năm 2020

Trước hết, cần xác định mục tiêu tổng quát là đến năm 2020, tầng lớp doanh nhân Việt Nam phải lớn mạnh cả về số lượng lẫn chất lượng, trở thành lực lượng chủ chốt trong công cuộc phát triển kinh tế-xã hội và hội nhập kinh tế quốc tế của đất nước, có vị trí cao so với các giai tầng khác trong xã hội.

Tuy số lượng không phải là yếu tố quyết định như chất lượng, song với yêu cầu và xu hướng phát triển của đất nước trong những năm tới, sau 10 năm nữa, chúng ta sẽ cần có ít nhất 1 doanh nghiệp trên khoảng 100 dân, và do vậy lực lượng doanh nhân chắc chắn sẽ tăng lên nhiều lần so với hiện nay.

Về mặt kinh tế, doanh nhân là lực lượng chính dẫn dắt và tổ chức thực hiện các mục tiêu, chương trình phát triển theo định hướng chiến lược được nhà nước vạch ra (trong đó đã có sự tham vấn các doanh nghiệp, doanh nhân). Doanh nhân sẽ phải rất chủ động, khôn ngoan, năng động, linh hoạt, táo bạo trong việc này để có thể đạt được các mục tiêu phát triển với hiệu quả cao nhất. Nhà nước sẽ chủ yếu là người dẫn đường, xây dựng các nền tảng quan trọng như thể chế kinh tế, giáo dục-đào tạo và kết cấu hạ tầng, tạo môi trường cạnh tranh và giám sát sự phát triển kinh tế-xã hội, giám mạnh vai trò là nhà đầu tư hoặc trực tiếp quản trị các hoạt động kinh doanh.

Về mặt xã hội, doanh nhân phải là lực lượng nòng cốt trong tầng lớp trung lưu, cùng với đội ngũ trí thức góp phần tích cực thúc đẩy sự hình thành một xã hội dân chủ, văn minh, công bằng, dựa trên nền tảng một hệ giá trị tiên tiến, kết hợp giữa tính dân tộc và yêu cầu của một xã hội hiện đại. Doanh nhân phải thúc đẩy sự phát triển “vốn xã hội”, loại vốn cần không những cho việc kinh doanh mà quan trọng hơn là cho sự phát triển xã hội ở bất cứ nước nào.

Về mặt chính trị, tầng lớp doanh nhân phải có vai trò và tiếng nói quan trọng trong việc hoạch định và thực hiện các chính sách kinh tế và kinh tế đối ngoại, đồng thời có quyền và trách nhiệm tham gia vào sự hình thành và thực thi các chính sách xã hội liên quan. Điều này không có nghĩa là doanh nhân hay đại diện của họ trong các tổ chức xã hội nghề nghiệp phải trực tiếp tham gia vào hệ thống chính trị. Cái chính là tiếng nói của họ phải được lắng nghe, họ phải được tham vấn về các chính sách liên quan, các tổ chức, hiệp hội nghề nghiệp đại diện cho họ phải được tự chủ hoạt động trong một không gian dân chủ.

Từ nay đến năm 2020, cần tập trung nỗ lực từ cả hai phía - Nhà nước và doanh nghiệp, doanh nhân để xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân với những yêu cầu như sau:

Một là, tầng lớp doanh nhân có tinh thần yêu nước, lòng tự tôn dân tộc, quyết chí cùng toàn dân tộc đưa nền kinh tế nước ta lên trình độ phát triển trung bình vào năm 2020 và phát triển cao hơn nữa trong những năm sau. Lòng yêu

nước và tự tôn dân tộc phải được thể hiện trong việc coi trọng và hài hòa lợi ích chung của đất nước với lợi ích kinh doanh của doanh nghiệp, không ngừng nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm, của doanh nghiệp, nâng cao thương hiệu và vị thế hàng Việt Nam trên thị trường trong nước và thế giới.

Hai là, tầng lớp doanh nhân có ý chí kinh doanh, khát vọng làm giàu, dám chấp nhận rủi ro, dám tìm tòi, sáng tạo để đạt hiệu quả và lợi ích cao hơn, lôi cuốn và thúc đẩy tinh thần kinh doanh của cả dân tộc.

Ba là, tầng lớp doanh nhân có tầm nhìn xa trông rộng, biết đặt các vấn đề phát triển của mình trong bối cảnh cạnh tranh khu vực và toàn cầu để có chiến lược và nỗ lực vươn lên đuổi kịp trình độ kinh doanh của các đối thủ cạnh tranh, để có khả năng thích ứng với những biến động thị trường.

Bốn là, tầng lớp doanh nhân chuyên nghiệp, có kiến thức và kỹ năng quản trị kinh doanh, biết sử dụng các công cụ quản lý tiên tiến để điều hành doanh nghiệp đạt hiệu quả cao, không ngừng học hỏi để tự cải thiện năng lực của mình.

Năm là, tầng lớp doanh nhân tuân thủ pháp luật và coi trọng đạo đức trong kinh doanh, chăm lo thực hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường để đảm bảo sự phát triển bền vững của doanh nghiệp và cả xã hội.

Sáu là, tầng lớp doanh nhân hoạt động cạnh tranh lành mạnh, đồng thời biết đoàn kết, hợp tác, liên kết với nhau và với các đối tượng khác trong xã hội vì lợi ích phát triển của đất nước, cùng nhau nâng cao năng lực cạnh tranh của quốc gia.

Bảy là, tầng lớp doanh nhân toàn cầu, có khả năng hội nhập quốc tế.

3.2.2. Dự báo sự phát triển của đội ngũ doanh nhân giai đoạn 2011-2020

Việc dự báo sự phát triển của đội ngũ doanh nhân Việt Nam đến năm 2020 là một công việc không đơn giản. Đã có một số dự báo về tình hình phát triển kinh tế thế giới và Việt Nam giai đoạn 2011- 2020, tuy nhiên có rất ít dự báo có tính khoa học cao về sự phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta đến năm 2020. “Báo cáo hoạt động kinh doanh toàn cầu 2008” cũng đã xác định xu hướng chung của hoạt động kinh doanh của các doanh nhân trong thời gian tới. Có ba nhóm yếu tố tác động kinh doanh của các doanh nhân trong thời gian tới là: 1) Nhóm yếu tố liên quan đến khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008- 2009 và sự phát triển kinh tế giới trong những năm tiếp theo; 2) Nhóm yếu tố liên quan đến đánh giá giai đoạn phát triển kinh tế của Việt Nam (dựa vào yếu tố sản xuất, dựa vào yếu tố hiệu suất hay dựa vào yếu tố đổi mới); và 3) Dựa vào mối quan hệ giữa thể chế và phát triển kinh tế.

Báo cáo hoạt động kinh doanh toàn cầu 2008 cho thấy, nhìn chung trên toàn thế giới, việc nắm bắt kỹ năng và tri thức để khởi nghiệp kinh doanh không bị ảnh hưởng bởi chu trình kinh doanh. Cũng như vậy, việc khởi sự kinh doanh trong

những năm tới dường như không bị suy giảm nhiều và khó khăn như ở việc nắm bắt cơ hội kinh doanh. Điều này có thể giải thích như sau:

Thứ nhất, cuộc khủng hoảng có thể thực sự khiến cho các cá nhân xem xét một cách nghiêm túc việc trở thành một doanh nhân trong tương lai gần bởi vì họ e sợ họ có thể mất việc làm.

Thứ hai, nhóm doanh nhân tương lai (tiềm năng) có thể ít bị quan hơn toàn bộ dân số trưởng thành và có thể không coi cuộc khủng hoảng tài chính là một trở ngại lớn đối với việc khởi nghiệp kinh doanh của mình. Ví dụ, họ có thể dựa chủ yếu vào năng lực của chính họ để khởi nghiệp kinh doanh.

Thứ ba, họ có thể quyết định trì hoãn việc khởi nghiệp tới khi nền kinh tế phục hồi và tăng trưởng nhanh, với hi vọng rằng cuộc suy thoái này sẽ trôi qua nhanh chóng và nền kinh tế sẽ bước vào chu kỳ tăng trưởng mạnh mẽ và ổn định.

Về nhóm yếu tố liên quan đến giai đoạn phát triển của nền kinh tế Việt Nam, Báo cáo hoạt động kinh doanh toàn cầu 2008 đã phân nhóm các nước ở các trình độ phát triển khác nhau: các nền kinh tế dựa vào yếu tố sản xuất – chủ yếu là các nước đang phát triển (trong đó có Việt Nam); các nền kinh tế dựa vào hiệu suất- chủ yếu là các nước mới nổi như Đông Âu, Trung quốc, châu Mỹ La tinh; các nền kinh tế dựa vào đổi mới – chủ yếu là các nước phát triển. Từ đó cho phép đưa ra các dự báo về các hoạt động kinh doanh ở các quốc gia có những đặc điểm kinh tế tương tự.

Ở các nền kinh tế dựa vào yếu tố, với nhiều hoạt động kinh doanh địa phương và quy mô nhỏ, tỷ lệ của hoạt động khởi sự kinh doanh và hoạt động kinh doanh đã được thiết lập rất cao. Tuy nhiên, đối với các nền kinh tế theo hướng hiệu suất, hay nền kinh tế dựa vào đổi mới hoạt động khởi sự kinh doanh có chiều hướng suy giảm do khả năng tìm việc làm có thu nhập tốt của người dân khiến họ không muốn mạo hiểm dấn thân vào kinh doanh nữa. Tuy nhiên, ở các nền kinh tế phát triển dựa vào đổi mới thì hoạt động kinh doanh lại có chiều hướng gia tăng do bản chất của công việc kinh doanh chính là hoạt động đổi mới.

Dựa vào phương pháp trên, căn cứ vào quá trình phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta trong hơn 20 năm qua, căn cứ vào mục tiêu phát triển kinh tế-xã hội nước ta đến năm 2020, có thể dự báo về phát triển hoạt động kinh doanh ở Việt Nam, hay nói cách khác về sự phát triển của đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011-2020 như sau.

3.2.2.1. Đội ngũ doanh nhân Việt Nam sẽ phát triển nhanh về số lượng và ở hầu khắp các lĩnh vực sản xuất, kinh doanh

Trong thập kỷ tới, Đảng và Nhà nước chủ trương thực hiện chiến lược quốc

gia về phát triển doanh nghiệp, xây dựng hệ thống doanh nghiệp Việt Nam nhiều về số lượng, có sức cạnh tranh cao, có thương hiệu uy tín, trong đó chủ lực là những tập đoàn kinh tế lớn. Như đã phân tích ở trên, năm 2009, cả nước có 460.000 doanh nghiệp đăng ký kinh doanh. Dự tính đến cuối năm 2010, cả nước có 547.000 doanh nghiệp (kể cả các doanh nghiệp mới đăng ký thành lập). Nếu tính trung bình có khoảng 60% doanh nghiệp có khả năng tồn tại và phát triển được so với tổng số DN đăng ký kinh doanh, thì đến cuối năm 2010, cả nước có khoảng 330.000 DN đang tồn tại và hoạt động. Như vậy, nếu mỗi doanh nghiệp có 3 - 4 doanh nhân thì cuối năm 2010 ở nước ta có khoảng 1,2 triệu doanh nhân. So với các nước phát triển¹, tỷ lệ doanh nhân trên tổng dân số ở nước ta vẫn còn rất thấp.

Trong khoảng 10 năm tới, số lượng doanh nghiệp và doanh nhân có xu hướng tăng nhanh. Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, sự cải thiện mạnh mẽ môi trường đầu tư và tích cực thực hiện các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nhân, trong những năm tới, đội ngũ doanh nhân Việt Nam chắc chắn sẽ tăng nhanh về số lượng. Hiện nay cả nước có gần 4 triệu hộ kinh doanh cá thể, hàng nghìn trang trại quy mô khá lớn, đây sẽ là tiềm năng to lớn để hình thành và phát triển các loại hình doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân.

Trong giai đoạn 2011 – 2020, số lượng doanh nhân Việt Nam sẽ vẫn tiếp tục tăng do nền kinh tế Việt Nam vẫn chủ yếu dựa vào các yếu tố. Theo quy luật chung, hoạt động khởi sự doanh nghiệp sẽ vẫn tăng lên và do vậy, số doanh nhân Việt Nam trong thời gian tới sẽ vẫn tiếp tục gia tăng mạnh mẽ. Thực tế tình hình đăng ký thành lập doanh nghiệp ở nước ta trong những năm gần đây đã cho thấy, số lượng doanh nghiệp đăng ký thành lập tăng lên đến 15 lần trong vòng chỉ có 9 năm, từ 31.000 doanh nghiệp năm 2000 lên 460.000 doanh nghiệp năm 2009². Ngay cả trong thời kỳ suy giảm kinh tế năm 2008 và 2009, số lượng doanh nhân đăng ký thành lập mới vẫn tăng vọt³, mức cao nhất từ trước tới nay. Tính trung bình, mỗi tháng có khoảng 5.443 doanh nghiệp, mỗi ngày có trên 180 doanh nghiệp mới ra đời.

Khi nền kinh tế được phục hồi, các hoạt động tái cơ cấu được diễn ra và hoạt động đổi mới được thúc đẩy, thì khả năng sáp nhập doanh nghiệp cũng như

¹ Các nước như Mỹ, Nhật, Singapo, Hàn Quốc, Anh, Đức .v.v., doanh nhân chiếm từ 10% đến 22 % dân số.

² Lê Duy Bình, Đậu Anh Tuấn và UNDP: Báo cáo “Đánh giá nhanh chất lượng của khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam qua quá trình 10 năm thực hiện Luật Doanh nghiệp, H, 2010.

³ Số lượng doanh nghiệp đăng ký theo Luật Doanh nghiệp năm 2008 là 65.318 doanh nghiệp, năm 2009 là 83.000 doanh nghiệp

chuyển đổi hình thức kinh doanh từ hộ kinh doanh cá thể lên doanh nghiệp sẽ làm cho tốc độ phát triển doanh nhân tăng lên.

Dự báo, trong giai đoạn 2011-2020, trung bình mỗi năm có thêm khoảng 100.000 doanh nghiệp đăng ký thành lập mới, *đến năm 2020, cả nước sẽ có khoảng 1.500.000 doanh nghiệp* đăng ký kinh doanh theo luật doanh nghiệp. Dự báo số lượng doanh nghiệp thực tế tồn tại và phát triển được sẽ tương tự như giai đoạn 10 năm trước đây¹, tức chiếm khoảng 60% tổng số doanh nghiệp đăng ký kinh doanh, thì *đến năm 2020, Việt Nam sẽ có khoảng 900.000 doanh nghiệp thực tế đang hoạt động*. Nếu tính trung bình mỗi doanh nghiệp có khoảng từ 3 đến 4 doanh nhân, thì *đến năm 2020, cả nước sẽ có khoảng 3.000.000 – 3.500.000 doanh nhân*².

Mặt khác, theo tiến trình của công cuộc đổi mới, cùng với quy luật phát triển của nền kinh tế thị trường hiện đại, sự phát triển của các tổ chức xã hội dân sự, khu vực kinh tế tư nhân nói chung và đội ngũ doanh nhân nói riêng cũng sẽ tăng nhanh trong các lĩnh vực hoạt động xã hội như bảo vệ môi trường, thúc đẩy giáo dục, khoa học-công nghệ.

Xét về mặt lượng, trong khoảng đến năm 2020, khi mà khu vực kinh tế tư nhân được thực sự đối xử công bằng trong việc sử dụng các nguồn lực xã hội và được xã hội thực sự tôn vinh, tinh thần doanh nhân được động viên mạnh mẽ, thì số lượng doanh nghiệp và cùng với nó là số lượng doanh nhân sẽ có sự bùng nổ mạnh mẽ với nhiều loại hình hoạt động kinh doanh đa dạng, phong phú hơn.

Trong khoảng 10 năm tới, nền kinh tế Việt Nam tiếp tục tăng trưởng nhanh, thực hiện đầy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá, đến năm 2020 cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch mạnh mẽ, chú trọng phát triển các ngành dịch vụ, công nghiệp công nghệ cao. Hệ thống chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nghiệp, doanh nhân cũng sẽ được tiếp tục đổi mới, kinh tế tư nhân sẽ được tiếp cận minh bạch hơn với các nguồn lực do Nhà nước nắm giữ. Thể chế kinh tế thị trường cơ bản được hoàn thiện, khu vực tư nhân sẽ có vai trò quan trọng hơn trong việc thực hiện các dịch vụ công và

¹ Theo kết quả nghiên cứu của Lê Duy Bình, Đậu Anh Tuấn và UNDP năm 2010, mặc dù số lượng doanh nghiệp đăng ký kinh doanh lớn nhưng số lượng doanh nghiệp tồn tại được trên thực tế ước xấp xỉ 50%.

Ở các nước, theo tổng kết của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO), các doanh nghiệp trên thế giới phần nhiều là nhỏ, sau 3 năm khoảng 25 % doanh nghiệp không tồn tại được, sau 5 năm, con số đó còn 50%, sau 10 năm số tồn tại được chỉ còn 30%. Ở nước Anh – một nước có môi trường rất thuận lợi cho doanh nghiệp, theo số liệu của Bộ sang tạo doanh nghiệp và Đào tạo kỹ năng, tỷ lệ doanh nghiệp tồn tại sau 3 năm hoạt động chỉ là 30%.

² Không tính các chủ hộ kinh doanh cá thể, các chủ trang trại, lãnh đạo các HTX

trong nhiều lĩnh vực khác của nền kinh tế. Cùng với sự phát triển về số lượng doanh nghiệp, đội ngũ doanh nhân cũng sẽ tăng nhanh về số lượng và phát triển ở một số ngành kinh tế quan trọng, có lợi thế cạnh tranh, tạo ra sản phẩm xuất khẩu như: Chế biến nông, lâm, thủy sản; may mặc, giày dép, đồ nhựa, đóng tàu, thiết bị điện, thiết bị xây dựng, sản xuất lắp ráp cơ-điện tử, công nghiệp hỗ trợ, công nghiệp công nghệ thông tin, công nghiệp phần mềm, công nghiệp lọc hóa dầu, khai thác quặng và luyện thép, phân bón, hóa chất, xi măng, khai thác bôxít.v.v. Đồng thời, các ngành dịch vụ chất lượng cao như ngân hàng-tài chính, bảo hiểm, dịch vụ tư vấn, pháp luật, kiểm toán, khoa học-công nghệ, giáo dục - đào tạo, y tế, văn hóa, thông tin, thể thao.v.v, cũng sẽ phát triển mạnh mẽ.

3.2.2.2. Chất lượng đội ngũ doanh nhân sẽ được nâng cao

Như đã nêu ở trên, đội ngũ doanh nhân nước ta mới thực bắt đầu được hình thành và phát triển từ những năm 1990. Tuy còn có những hạn chế nhất định như: thiếu tính chuyên nghiệp, thiếu sự liên kết chặt chẽ, chưa thực sự có chiến lược kinh doanh bài bản, lâu dài, thiếu kinh nghiệm kinh doanh, nhưng nhiều doanh nhân nước ta đã thể hiện rõ phẩm chất, bản lĩnh của doanh nhân Việt Nam hiện đại. Đó là sự sáng tạo, có tầm nhìn xa, dám chấp nhận mạo hiểm, rủi ro, vươn lên cạnh tranh trên thị trường quốc tế, có tinh thần dân tộc và ý chí kinh doanh.

Chúng tôi cho rằng, một trong những biến đổi có ý nghĩa sâu sắc nhất về mặt xã hội trong thập kỷ tới là sự biến đổi về chất lượng của đội ngũ doanh nhân. Điều đó thể hiện trên một số nét sau đây:

- Hình thành rõ nét đội ngũ doanh nhân có tinh thần yêu nước, lòng tự tôn dân tộc, luôn nung nấu quyết tâm cùng toàn dân sớm đưa nền kinh tế nước ta nhanh chóng gia nhập vào các nước có trình độ phát triển trung bình vào năm 2020 và phát triển cao hơn nữa trong những năm sau. Lòng tự hào dân tộc được thể hiện trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh của mỗi sản phẩm, mỗi doanh nghiệp, nâng cao thương hiệu hàng Việt Nam trên thị trường trong nước và thế giới. Tinh thần yêu nước trở thành một trong những động lực chủ yếu chi phối mọi hoạt động của doanh nhân.

- Tuyệt đại đa số doanh nhân có ý chí kinh doanh, khát vọng làm giàu và có tầm nhìn xa; luôn suy nghĩ, tìm tòi, sáng tạo và đổi mới để đạt năng suất và hiệu quả cao hơn, làm nòng cốt cho tinh thần kinh doanh của cả dân tộc. Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, đa số doanh nhân có chiến lược kinh doanh bài bản, có tầm nhìn toàn cầu, vươn lên ngang tầm khu vực.

- Hình thành đội ngũ doanh nhân chuyên nghiệp, có đủ kỹ năng quản trị kinh doanh, nắm vững các kiến thức về kinh tế thị trường và quản trị doanh nghiệp, biết sử dụng các công cụ quản lý để điều hành doanh nghiệp đạt hiệu quả cao, luôn

nâng cao năng suất, chất lượng hàng hoá, dịch vụ, có khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới. Đa số doanh nhân Việt Nam thông thạo ngoại ngữ, có sức khỏe, hoạt bát, năng động trong kinh doanh.

- Hầu hết doanh nhân tuân thủ pháp luật trong kinh doanh; thực hiện cạnh tranh lành mạnh, đúng luật pháp. Tình trạng gian lận thương mại, trốn thuế, lậu thuế, kinh doanh hàng giả, hàng kém chất lượng, lừa dối khách hàng .v.v., được khắc phục về cơ bản.

- Hình thành đội ngũ doanh nhân có trách nhiệm xã hội, thực hiện nghiêm túc các quy định về bảo vệ môi trường; thực hiện đầy đủ các quy định về an toàn lao động, bảo hiểm y tế, v.v. Bảo đảm các quyền lợi và tạo điều kiện cho sự phát triển của người lao động, xây dựng quan hệ lao động hài hòa trong doanh nghiệp. Tích cực tham gia các hoạt động xã hội, từ thiện, gắn lợi ích của cá nhân, doanh nghiệp với cộng đồng và xã hội.

- Đội ngũ doanh nhân có tinh thần đoàn kết, hợp tác, liên kết chặt chẽ vì sự phát triển bền vững của đất nước, vì năng lực cạnh tranh của quốc gia. Hầu hết các doanh nhân tham gia vào các hiệp hội, các câu lạc bộ doanh nghiệp. Các hiệp hội doanh nghiệp của doanh nhân trở thành những tổ chức chính trị - xã hội mạnh mẽ, hỗ trợ tích cực các hoạt động kinh doanh của doanh nhân.

- Tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước sẽ làm cho cơ cấu đội ngũ doanh nhân chuyên dịch theo chiều hướng tiên bộ hơn. Về độ tuổi, sẽ có sự trẻ hóa đội ngũ doanh nhân; về giới tính, phụ nữ sẽ tham gia tích cực hơn vào công việc kinh doanh; về ngành nghề: có sự chuyển hướng hoạt động của doanh nhân theo hướng phát triển các ngành dịch vụ, công nghiệp và xây dựng.

Tuy nhiên, cần nhấn mạnh rằng, chất lượng của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011 – 2020 phụ thuộc rất lớn vào chính sách của Đảng và Nhà nước, đặc biệt là quan điểm của Đảng và Nhà nước đối với doanh nhân, vào việc cải thiện môi trường kinh doanh, vào mức độ hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường và việc tạo điều kiện cho các doanh nhân tiếp cận nguồn lực một cách bình đẳng. Chất lượng của đội ngũ doanh nhân cũng phụ thuộc nhiều vào chính sách hỗ trợ của Nhà nước đối với các chủ hộ kinh doanh cá thể chuyển đổi thành các công ty hoạt động theo Luật doanh nghiệp. Cùng với tiến trình toàn cầu hóa và sự bùng nổ của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ, nếu Nhà nước có chính sách phát triển tốt thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh, có chính sách khuyến khích, tôn vinh doanh nhân .v.v., thì chất lượng đội ngũ doanh nhân chắc chắn được cải thiện nhanh chóng. Sau hơn 20 năm hình thành và phát triển, lớp doanh nhân “đi đầu” cũng đã trải qua một số thử nghiệm, do vậy đội ngũ doanh nhân kế cận trong thời gian tới cũng đã có những bài học kinh doanh cho mình để vững vàng hơn trên

thương trường. Tầng lớp doanh nhân cũng sẽ tập trung chủ yếu tại khu vực thành thị, nơi có nhiều cơ hội kinh doanh hơn. Kế thừa những kết quả đã đạt được, với những nỗ lực mới của đội ngũ doanh nhân và sự đổi mới mạnh mẽ trong các chính sách của Đảng, sự hỗ trợ tích cực của Nhà nước, trong thập kỷ tới, sẽ có sự đột phá mới về chất lượng đội ngũ doanh nhân. Đó là đội ngũ doanh nhân có đầy đủ những phẩm chất của doanh nhân Việt Nam hiện đại, có năng lực hội nhập kinh tế quốc tế, có tinh thần dân tộc, kinh doanh có văn hoá, có trách nhiệm với cộng đồng, xã hội, có tâm, có tài, có tầm, thực sự là đội quân xung kích nhằm thực hiện mục tiêu đưa nước ta trở thành một quốc gia giàu mạnh.

3.2.2.3. Xu hướng hợp tác, liên kết chặt chẽ giữa các doanh nhân; hình thành những doanh nghiệp quy mô lớn, những doanh nhân tầm cỡ khu vực

Các hình thức liên kết giữa các doanh nhân sẽ hình thành theo các hướng sau đây:

- Liên kết giữa các doanh nghiệp, doanh nhân nước ngoài với các doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam.
- Liên kết giữa các doanh nhân khu vực nhà nước với khu vực tư nhân để hình thành các doanh nghiệp lớn.

Với việc cơ bản hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường vào năm 2020, một trong những xu hướng chủ đạo là, các doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp nhà nước sẽ thực sự bình đẳng trong sử dụng các nguồn lực xã hội cũng như thái độ và cách ứng xử của Nhà nước và xã hội, trên cơ sở đó sẽ hình thành quan hệ hợp tác, đan xen, tạo thành một chuỗi liên kết trong các hoạt động sản xuất kinh doanh.

Sự liên kết này là xu hướng tất yếu, nó làm tăng nội lực của từng doanh nghiệp, doanh nhân và cả nền kinh tế, tăng ý thức cộng đồng dân tộc, tạo cơ sở nâng cao vị thế của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế.

Đội ngũ doanh nhân Việt Nam hiện nay chủ yếu là điều hành các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Dưới sự tác động của quy luật tích tụ, tập trung sản xuất, quy luật cạnh tranh và trong điều kiện đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá, chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, mở rộng tham gia vào các tổ chức kinh tế quốc tế như: AFTA, APEC .v.v., thực hiện kinh doanh theo cam kết của WTO, buộc doanh nhân nước ta tập trung tập trung mở rộng quy mô và hiện đại hoá doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu cạnh tranh mới.

Theo quy luật tất yếu của kinh tế thị trường, quá trình liên kết, sáp nhập các doanh nghiệp để hình thành các tập đoàn kinh tế quy mô lớn, công nghệ hiện đại, năng lực cạnh tranh cao sẽ diễn ra nhanh chóng, và do vậy, cũng sẽ xuất hiện các doanh nhân chuyên nghiệp, có tầm cỡ, đủ đức, tài để điều hành các doanh nghiệp

lớn. Với chủ trương của Nhà nước trong việc tạo điều kiện để hình thành một số doanh nghiệp quy mô lớn, giữ vị trí chủ lực trong một số ngành kinh tế quan trọng, doanh nhân trong các doanh nghiệp nhà nước sẽ hình thành một đội ngũ kinh doanh chuyên nghiệp, có năng lực cạnh tranh cao. Đồng thời, các doanh nhân trong khu vực kinh tế tư nhân cũng không ngừng mở rộng lĩnh vực kinh doanh và phạm vi hoạt động trong nhiều ngành kinh tế quan trọng, chủ lực của đất nước.

Bên cạnh đó, một số doanh nhân có quy mô doanh nghiệp nhỏ, công nghệ lạc hậu, thiếu tính chuyên nghiệp, khả năng cạnh tranh yếu có thể sẽ bị phá sản hoặc phải sáp nhập.

Với chủ trương Nhà nước khuyến khích doanh nhân đầu tư ra nước ngoài, thời gian tới sẽ có nhiều doanh nhân có năng lực về vốn, công nghệ và uy tín sẽ mở rộng đầu tư ra nước ngoài dưới nhiều hình thức và từng bước nâng cao vị thế của doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam trên thị trường thế giới.

3.2.2.4. Đội ngũ doanh nhân sẽ trở thành một tầng lớp xã hội mới, có vị thế quan trọng trong hệ thống chính trị-xã hội

Hiện nay ở nước ta, doanh nhân đang được gọi bằng những cái tên khác nhau: “lực lượng”, “đội ngũ”, “nhóm xã hội”, “giới”, hoặc “tầng lớp”.

Trong giai đoạn đầu, do xuất thân từ các thành phần khác nhau trong xã hội, quan hệ giữa doanh nhân với các giai cấp, tầng lớp khác trong cơ cấu xã hội cũng còn khá chặt chẽ. Ngay trong một doanh nghiệp cũng đang tồn tại những sự pha trộn, hỗn hợp nhiều cá nhân thuộc các giai tầng khác nhau. Có doanh nhân xuất thân từ viên chức, cán bộ quản lý nhà nước, có người vốn là công nhân, nông dân, trí thức, quân nhân .v.v. Mối quan hệ giữa các doanh nhân mới là các hoạt động tập hợp lực lượng ban đầu, chưa hình thành một nhóm xã hội đặc trưng riêng biệt. Văn hóa doanh nhân cũng đang trong quá trình hình thành. Doanh nhân bao gồm nhiều nhóm khác nhau về đặc trưng, tầm vóc, phong cách, văn hóa, lối sống .v.v. Tuy nhiên, những luận giải trên đây cũng mới chỉ là những dự đoán và nhận định mang tính chủ quan. Cần có sự nghiên cứu đầy đủ hơn nữa về mặt xã hội học để đi đến khẳng định vị thế doanh nhân trong cơ cấu xã hội nước ta hiện nay.

Trong các văn kiện của Đảng, chưa thấy sử dụng thuật ngữ “tầng lớp” đối với doanh nhân, mà chỉ sử dụng các thuật ngữ “doanh nhân”, “nhà doanh nghiệp”. Trong một số tài liệu, đã dùng các từ “lực lượng”, “đội ngũ” doanh nhân. Tuy nhiên, gần đây thuật ngữ “*tầng lớp doanh nhân*” đã được sử dụng trong nhiều bài báo khoa học hay trên các phương tiện thông tin đại chúng, trở nên khá quen thuộc, cho dù cơ sở khoa học để gọi như vậy chưa được luận giải thỏa đáng. Song điều này, theo chúng tôi, là hợp lý và chấp nhận được trong giai đoạn hiện nay, như là thể hiện sự nhấn mạnh vị thế và tầm quan trọng tương xứng của doanh nhân trong cơ cấu xã hội nước ta hiện nay và trong thập kỷ tới.

Từ kết quả phân tích thực trạng đội ngũ doanh nhân như đã đề cập ở chương II, cũng có thể thấy rằng, sau hơn 20 năm hình thành và phát triển, doanh nhân nước ta đã bắt đầu hình thành một tầng lớp với số lượng khá đông đảo trong cơ cấu xã hội mới, trở thành một lực lượng quan trọng trong khối đại đoàn kết toàn dân tộc, có vai trò và vị thế ngày càng cao trong sự phát triển kinh tế - xã hội đất nước.

Như đã nêu ở trên, trong giai đoạn 2011-2020, đội ngũ doanh nhân nước ta sẽ trưởng thành hơn cả về số lượng và chất lượng và bắt đầu hình thành rõ nét hơn “tầng lớp doanh nhân” và thực sự trở thành một bộ phận cấu thành tất yếu trong cơ cấu xã hội và một bộ phận đáng kể của tầng lớp này sẽ tham gia vào cái gọi là “tầng lớp trung lưu” của xã hội Việt Nam.

Phân tích xu hướng biến đổi tầng lớp doanh nhân trong của cơ cấu giai tầng xã hội Việt Nam thập kỷ tới, chúng ta thấy rằng, quá trình đẩy mạnh CNH, HĐH đang làm chuyển dịch cơ cấu kinh tế và cơ cấu lao động nước ta theo hướng tăng nhanh tỷ trọng của các ngành công nghiệp và dịch vụ, đồng thời giảm tương ứng tỷ trọng của ngành nông nghiệp. Vì thế, cơ cấu xã hội ở nước ta chắc chắn sẽ tiếp tục biến đổi về số lượng và chất lượng.

Giai cấp công nhân sẽ tiếp tục tăng nhanh về số lượng. Đến năm 2010, tỷ trọng trong GDP của nông nghiệp là 15 - 16%, công nghiệp và xây dựng: 43 - 44%, dịch vụ: 40 - 41%, tỷ lệ lao động trong nông nghiệp còn khoảng 50%¹, giai cấp công nhân sẽ có khoảng 11 - 12 triệu người. Dự đoán đến năm 2020 con số này sẽ tăng lên tới khoảng 24 - 25 triệu, chiếm khoảng 45 - 46% lao động xã hội. Trong đó, công nhân doanh nghiệp nhà nước sẽ tăng không nhiều, do quá trình cổ phần hóa tiếp tục được đẩy mạnh. Bộ phận công nhân các loại hình doanh nghiệp ngoài nhà nước sẽ tăng nhanh. Sự phân tầng xã hội, sự phân hóa về thu nhập và mức sống giữa các bộ phận công nhân sẽ gia tăng trên cơ sở cạnh tranh quyết liệt hơn của cơ chế thị trường.

Giai cấp nông dân sẽ giảm mạnh cả về số lượng tuyệt đối và tỷ lệ tương đối trong cơ cấu lao động xã hội. Một bộ phận lớn nông dân, nhất là lớp trẻ, sẽ trở thành công nhân thành thị (hoặc khu công nghiệp tập trung). Bộ phận nông dân chuyển hẳn sang làm công nhân tự do, thợ thủ công, người buôn bán nhỏ ngay tại nông thôn cũng tăng thêm. Đáng chú ý là trong quá trình CNH, HĐH nông nghiệp, số chủ trang trại có thể sẽ tăng lên. Một số chủ trang trại sẽ trở thành chủ doanh nghiệp kinh doanh nông nghiệp.

Tầng lớp trí thức tiếp tục phát triển nhanh về số lượng. Năm 2010, số lao động có trình độ từ cao đẳng, đại học trở lên là khoảng 4 triệu người và dự đoán đoán đến năm 2020 là khoảng 9 - 10 triệu người. Thành phần xuất thân, trình độ

¹. Xem Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X*. Đã dẫn, tr. 188 - 189

đào tạo, cơ cấu ngành nghề của trí thức ngày càng đa dạng hơn. Cho đến nay, phần lớn trí thức xuất thân từ công nông, bộ phận còn lại từ các tầng lớp xã hội khác. Những năm sắp tới, tỷ lệ của bộ phận trí thức xuất thân từ các gia đình khá giả, giàu có thuộc các tầng lớp/nhóm xã hội như *doanh nhân*, tiểu thương, tiểu chủ có xu hướng gia tăng.

Với chủ trương: “Xây dựng một hệ thống doanh nghiệp Việt Nam nhiều về số lượng, có sức cạnh tranh cao, có thương hiệu uy tín, mà chủ lực là một số tập đoàn kinh tế lớn dựa trên hình thức cổ phần. Nhà nước định hướng tạo môi trường để phát triển có hiệu quả các doanh nghiệp theo cơ chế thị trường; bồi dưỡng, đào tạo và tôn vinh các doanh nhân có tài, có đức và thành đạt”¹, tầng lớp doanh nhân sẽ phát triển nhanh trong 10 năm tới. Như đã nêu ở trên, đến năm 2020, tầng lớp doanh nhân sẽ có khoảng 3.000.000 - 3.500.000 người, trong đó, bộ phận doanh nhân trẻ tuổi, được đào tạo bài bản về quản trị kinh doanh ở bậc cao đẳng và đại học trở lên chiếm khoảng 70- 80 %.

Đặc biệt, quy mô đầu tư, địa bàn hoạt động của doanh nhân Việt Nam sẽ ngày càng mở rộng. Trải qua quá trình tích tụ vốn của từng doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp cổ phần, cộng với xu hướng mua bán, sáp nhập các doanh nghiệp nhỏ lại với nhau sẽ diễn ra ngày càng sôi động², có thể ước đoán trong vòng mười năm tới, ở nước ta sẽ xuất hiện nhiều doanh nghiệp - cả doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp dân doanh quy mô lớn. Trên cơ sở đó, ngày càng có thêm nhiều doanh nhân Việt Nam mở rộng đầu tư cả trong và ngoài nước.

Trong giai đoạn 2011-2020, tầng lớp doanh nhân sẽ tự khẳng định mình với tư cách độc lập, tách dần khỏi ảnh hưởng của những thành phần xuất thân, và sẽ bắt đầu tự tái tạo chính họ. Những gia đình doanh nhân truyền thống, nhiều đời sẽ bắt đầu hình thành. Văn hóa doanh nhân chung và của các nhóm khác nhau trong tầng lớp doanh nhân sẽ được phát triển và khẳng định. Sự tham gia chính trị, tham gia xã hội của họ sẽ được tăng cường “từ tự phát đến tự giác”.

Quan hệ của họ với một số giai cấp, tầng lớp trong xã hội sẽ có sự biến đổi nhất định. Chẳng hạn với tầng lớp trí thức, đó sẽ là quan hệ hợp tác trong hoạt động kinh tế, là quá trình “trí thức hóa” một bộ phận doanh nhân và hình thành lớp doanh nhân - trí thức. Với giới quản lý và chuyên môn cao, doanh nhân sẽ có những quan hệ liên kết mang tính “trao đổi quyền lực”. Đây có thể là sự “lồng ghép” và “liên kết quyền lực” vốn là quy luật tất yếu trong mọi xã hội, đặc biệt trong cơ chế thị trường.

¹. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X*. Đã dẫn, tr. 84.

². Năm 2006, có 32 vụ mua bán, sáp nhập với tổng giá trị 245 triệu USD, bình quân mỗi vụ 7,65 triệu USD. Riêng 6 tháng đầu năm 2007, có 46 vụ mua bán, sáp nhập với tổng giá trị 626 triệu USD, bình quân mỗi vụ 13,60 triệu USD. Xem *Vietnamnet*, ngày 11-8-2008.

Đương nhiên, một xu hướng phổ biến là sự di động xã hội giữa doanh nhân và các giai cấp, tầng lớp khác nhau sẽ diễn ra thường xuyên hơn so với những năm trước đây.

Cùng với việc không ngừng hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN và từng bước hình thành xã hội dân sự, doanh nhân nước ta sẽ tham gia ngày càng đông đảo vào các hiệp hội-ngành nghề, các tổ chức xã hội và có vị thế ngày càng quan trọng hơn trong hệ thống chính trị-xã hội. Cùng với vị thế kinh tế ngày càng tăng, đội ngũ doanh nhân nước ta sẽ từng bước trưởng thành và lớn mạnh về chính trị, trở thành một lực lượng chính trị-xã hội quan trọng. Số lượng doanh nhân là đảng viên Đảng CSVN sẽ ngày càng tăng lên. Dưới sự lãnh đạo của Đảng, những doanh nhân ưu tú sẽ tham gia ngày càng nhiều hơn, có vai trò quan trọng hơn trong các tổ chức chính trị-xã hội. Đó cũng là quy luật phát triển tất yếu của kinh tế thị trường và là nhân tố thúc đẩy hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta.

3.3. Quan điểm xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011- 2020

Để có thể cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại vào năm 2020, cũng như để có thể đạt được mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh, chúng ta không có con đường nào khác là phải đẩy nhanh nhịp độ của quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Trong điều kiện của nước ta hiện nay và tương lai, lực lượng đầu tàu thực hiện công việc trọng đại này không ai ngoài hệ thống doanh nghiệp, trong đó đứng đầu là đội ngũ doanh nhân. Chính vì thế, phát triển đội ngũ doanh nhân để nó có thể đảm đương được trọng trách đó là một đòi hỏi bức xúc. Tuy nhiên, đây là vấn đề không đơn giản, bởi lẽ hiện nay ở trong cũng như ngoài Đảng đang còn có những nhận thức khác nhau về đội ngũ doanh nhân. Để xây dựng đội ngũ doanh nhân đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế – xã hội nước ta trong những năm tới, cần quán triệt một số quan điểm cơ bản sau đây:

Một là, cần có nhận thức đúng của toàn xã hội về vai trò, vị thế của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường ở nước ta.

Trong quá trình đổi mới hơn 20 năm qua, Đảng, Nhà nước cũng như toàn xã hội đã từng bước nhìn nhận rõ hơn về vai trò của kinh tế tư nhân và đội ngũ doanh nhân. Vì vậy, kinh tế tư nhân từ chỗ bị coi là đối tượng cải tạo, hạn chế và xóa bỏ, đã được khuyến khích phát triển mạnh mẽ. Chủ trương phát triển không hạn chế kinh tế tư nhân, chính sách khuyến khích làm giàu đã đi vào cuộc sống, doanh nhân được coi là lực lượng quan trọng trong xã hội. Chủ trương khuyến khích, tạo điều kiện phát triển đội ngũ doanh nhân đã được khẳng định trong các văn bản, chính sách của Đảng và Nhà nước. Một bộ phận doanh nhân đã được tôn

vinh dưới những hình thức khác nhau. Đặc biệt là, từ năm 2004, hàng năm ở nước ta đã lấy ngày 13/10 làm “Ngày doanh nhân Việt Nam”. Đây là sự kiện quan trọng ghi nhận vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân Việt Nam.

Tuy nhiên, trong điều kiện hiện nay, chúng tôi cho rằng, cần phải có sự thống nhất cao hơn, đầy đủ và rõ ràng hơn trong quan điểm, đường lối và trong từng chính sách của Đảng, Nhà nước cũng như trong nhận thức và ý thức xã hội về vị thế, vai trò của doanh nhân trong công cuộc đổi mới, trong sự nghiệp đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Cần có sự khẳng định dứt khoát, rõ ràng về vai trò của kinh tế tư nhân, của doanh nghiệp và doanh nhân trong nền kinh tế thị trường ở nước ta. Không có doanh nghiệp, doanh nhân thì sẽ không có nền kinh tế thị trường định hướng XHCN và doanh nhân chính là lực lượng xung kích thực hiện mục tiêu “dân giàu nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh”.

Đảng ta đã có nghị quyết và chính sách cụ thể đối với các giai cấp, tầng lớp xã hội như xây dựng giai cấp công nhân, nông dân, trí thức. Tuy nhiên, cho đến nay chúng ta vẫn chưa có chính sách thật đầy đủ, một quyết tâm chính trị cao từ trong Đảng đến toàn xã hội về xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân. Do vậy, trong xã hội, trong nhận thức cũng như hành động cụ thể, đội ngũ doanh nhân vẫn chưa được tôn trọng, tôn vinh tương xứng với vai trò của họ. Vì vậy, chúng tôi cho rằng, cần có chiến lược và chương trình hành động cụ thể để xây dựng đội ngũ doanh nhân. Trên cơ sở đó, tuyên truyền sâu rộng, tạo sự đồng thuận cao của toàn xã hội, đến từng người dân, trong cả hệ thống chính trị về vai trò của doanh nhân và thực sự khuyến khích, tôn trọng và tôn vinh doanh nhân.

Trong thời đại ngày nay, chúng ta muốn thực hiện thành công sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá, muốn phát triển kinh tế-xã hội một cách mạnh mẽ, phải có nguồn nhân lực có chất lượng cao và biết sử dụng nguồn nhân lực đó một cách hợp lý và có hiệu quả để tạo ra nguồn của cải ngày càng dồi dào cho xã hội; chúng ta phải có nguồn vốn lớn để đầu tư vào các hoạt động sản xuất, kinh doanh; phải có công nghệ sản xuất hiện đại để tạo ra số lượng sản phẩm lớn, chất lượng tốt, mẫu mã đẹp, có khả năng cạnh tranh cao trên thị trường quốc tế; và phải có sự hợp tác chặt chẽ với các nền kinh tế trong khu vực và thế giới để khai thác các lợi thế và hạn chế các khó khăn đối với đất nước. Đội ngũ doanh nhân chính là lực lượng đi đầu thực thi các công việc khó khăn, phức tạp này.

Chúng tôi cho rằng, trước hết phải coi doanh nhân là lực lượng xung kích, góp phần quyết định đối với việc thực hiện thành công sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá nói riêng, sự phát triển kinh tế -xã hội của đất nước trong thời kỳ mới nói chung. Quan điểm này cần được quán triệt trong nhận thức, cũng như trong hành động và cần được khẳng định trong các văn bản, các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước.

Cần thay đổi căn bản cách nhìn, thái độ của xã hội đối với doanh nhân; triệt để xóa bỏ mọi định kiến về kinh tế tư nhân, xóa bỏ mọi rào cản để phát triển doanh nghiệp, doanh nhân; xây dựng hệ thống chính quyền phục vụ vì lợi ích của doanh nghiệp, khuyến khích phát triển một xã hội kinh doanh.

Đây sẽ là động lực quan trọng để xây dựng đội ngũ doanh nhân, khơi dậy tiềm năng và nguồn lực phát triển kinh tế - xã hội.

Hai là, xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay và trong những năm tới cần *chú ý kết hợp vừa phát triển về số lượng vừa nâng cao chất lượng, hình thành đội ngũ doanh nhân chuyên nghiệp*.

Trong những năm qua, cùng với sự tăng nhanh số lượng các doanh nghiệp dân doanh và đổi mới, sắp xếp lại các DNNN, ở nước ta đã bước đầu hình thành một đội ngũ doanh nhân khá đông đảo về số lượng. Tuy nhiên, lực lượng doanh nhân ở nước ta mới xuất hiện trong một thời gian rất ngắn so với lịch sử hàng trăm năm phát triển kinh tế thị trường ở nhiều nước khác, vì vậy thiếu cả về số lượng và non yếu về chất lượng, thiếu tính chuyên nghiệp. Trong những năm tới, chất lượng của đội ngũ doanh nhân là nhân tố quyết định đến sự phát triển của doanh nghiệp và do đó góp phần quan trọng đối với sự thành công của công nghiệp hoá, hiện đại hoá và hội nhập quốc tế.

Vì vậy, đi đôi với mục tiêu tiếp tục phát triển nhanh về số lượng, cần đặc biệt chú trọng đến **chất lượng** của đội ngũ doanh nhân. Đó là đội ngũ doanh nhân có đầy đủ phẩm chất của doanh nhân hiện đại, đồng thời phát huy được tinh thần dân tộc, kinh doanh đúng pháp luật, có văn hoá kinh doanh, có trách nhiệm xã hội.

Phải coi việc phát triển nhanh về số lượng và chất lượng đội ngũ doanh nhân là một trong những nhiệm vụ quan trọng hàng đầu của Đảng và Nhà nước, cũng như của toàn bộ hệ thống chính trị.

Công nghiệp hoá, hiện đại hoá, thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ và văn minh là chủ trương của Đảng, bởi vậy việc xây dựng lực lượng đi đầu, xung kích để hoàn thành sứ mạng lịch sử ấy, tức là xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân cần được coi là một trong những nhiệm vụ chính trị hàng đầu của Đảng, và Đảng cũng phải lãnh đạo để cả hệ thống chính trị của mình cùng chung sức làm tròn nhiệm vụ đó.

Cần có chủ trương và biện pháp cụ thể nhằm không ngừng nâng cao trình độ và năng lực tổ chức và quản lý, trình độ ngoại ngữ, khả năng giao tiếp, đàm phán và thương lượng, văn hoá kinh doanh và đạo đức kinh doanh, với mục tiêu là làm cho doanh nhân Việt Nam sớm sánh vai được với doanh nhân của khu vực và thế giới.

Ngoài những phẩm chất cần có của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại như năng lực lãnh đạo và quản lý, nhạy cảm và quyết đoán trong

kinh doanh, biết nắm bắt thời cơ và phát triển thời cơ để tạo ra lợi nhuận; sáng tạo, ưa mạo hiểm, dám chấp nhận rủi ro, v.v., doanh nhân ngày nay phải đồng thời là người trí thức mới, trình độ cao, hiểu rõ thể chế kinh tế thị trường, nắm bắt được quy luật vận động của thị trường, hiểu rõ thị trường thế giới, luật pháp quốc tế.

Ba là, xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân phải được gắn liền với không ngừng hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Như đã nêu ở trên, đội ngũ doanh nhân ở nước ta là sản phẩm của công cuộc đổi mới do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo. Sự phát triển của đội ngũ doanh nhân tùy thuộc vào môi trường thể chế mà họ sinh ra và tồn tại và đồng thời, chính đội ngũ doanh nhân là một trong những yếu tố quan trọng góp phần hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường. Để có được một đội ngũ doanh nhân đông về số lượng và có chất lượng cao, không thể “xây dựng” theo ý chí chủ quan được mà điều cốt yếu là tạo môi trường thể chế, với sự hỗ trợ thiwchs hợp của Nhà nước.

Nghị quyết Trung ương VI (khoá X) về “Tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa” đã xác định mục tiêu tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa phù hợp với những nguyên tắc cơ bản của kinh tế thị trường nhằm thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhanh, hiệu quả, bền vững, hội nhập kinh tế quốc tế thành công. Thể chế kinh tế thị trường chính là môi trường, là điều kiện để doanh nhân tồn tại và phát triển. Đồng thời, là một chủ thể quan trọng của thể chế kinh tế thị trường, sự phát triển của doanh nghiệp, doanh nhân sẽ góp phần thúc đẩy việc hoàn thiện thể chế kinh tế đó.

Bốn là, xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân gắn liền với xây dựng văn hoá doanh nhân Việt Nam, bảo tồn và phát huy giá trị văn hoá dân tộc, đồng thời hội nhập văn hoá doanh nhân thế giới.

Văn hóa doanh nhân được coi là toàn bộ các nhân tố văn hóa mà doanh nhân chọn lọc, tạo ra và sử dụng trong hoạt động kinh doanh của mình. Đó là tập hợp những giá trị căn bản nhất, những khuôn mẫu văn hóa xác lập nên nhân cách của con người doanh nhân. Văn hóa doanh nhân thể hiện ở bốn trụ cột chính: Tố chất, năng lực, phong cách và đạo đức của doanh nhân.

Theo một kết quả điều tra về văn hóa doanh nhân ở Hà Nội¹, có tới 65% nhà lãnh đạo doanh nghiệp cho rằng, văn hóa doanh nhân bao gồm 14 yếu tố, đó là: Say mê kinh doanh; hướng tới sự thành đạt; có đầu óc kinh doanh; sẵn sàng chấp nhận rủi ro; tầm nhìn chiến lược; khả năng thích ứng với sự thay đổi môi trường kinh doanh; trình độ chuyên môn; năng lực lãnh đạo, quản lý; năng lực quan hệ xã

¹ Đề tài cấp Bộ “Văn hóa doanh nhân của doanh nhân trên địa bàn thành phố Hà Nội” do PGS.TS. Dương Thị Liễu, trường ĐH Kinh tế quốc dân, làm chủ nhiệm, 2007.

hội; sáng tạo, linh hoạt; tính độc lập, quyết đoán; tự tin; nhạy cảm kinh tế, chính trị, xã hội.

Xây dựng văn hóa doanh nhân là một trong những nội dung cốt lõi của xây dựng đội ngũ doanh nhân chuyên nghiệp, có chất lượng cao. Đó là xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao, có đầy đủ tố chất của con người Việt Nam hiện đại, có ý chí kinh doanh, có khả năng thích ứng cao, độc lập, sáng tạo, quyết đoán vì lợi ích của bản thân, cộng đồng và xã hội; có trình độ chuyên môn, năng lực quản lý, điều hành doanh nghiệp; có phong cách lãnh đạo, tập hợp được trí tuệ của tập thể doanh nghiệp, có tinh thần hợp tác; có đạo đức tốt, quan tâm đến đời sống vật chất, tinh thần của người lao động, phát triển vì lợi ích của cộng đồng và toàn xã hội.

Năm là, tăng cường vai trò của nhà nước, xã hội đối với việc xây dựng đội ngũ doanh nhân.

Để thực hiện mục tiêu “xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam trung thành với sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc, có năng lực và đạo đức kinh doanh, chăm lo đến quyền và lợi ích hợp pháp, chính đáng của người lao động, có khả năng hội nhập và cạnh tranh thắng lợi trong hội nhập quốc tế”¹, Nhà nước có vai trò đặc biệt quan trọng.

Vai trò của Nhà nước thể hiện trước hết là tạo lập thể chế kinh tế thị trường hoàn chỉnh, đồng bộ, tạo môi trường để khơi dậy và phát huy mọi tiềm năng, nguồn lực xã hội; tạo sân chơi thật sự bình đẳng cho các doanh nghiệp ở mọi thành phần kinh tế, xóa bỏ mọi rào cản đối với khu vực kinh tế tư nhân; thật sự tôn trọng và tôn vinh doanh nhân; chăm lo đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân; thực hiện các chính sách và biện pháp cụ thể hỗ trợ doanh nhân; xây dựng bộ máy nhà nước thật sự trong sạch, đồng hành cùng doanh nghiệp, doanh nhân.

3.4. Giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011- 2020

3.4.1. Thống nhất nhận thức về vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa

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 vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong tiến trình xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta.

¹ Ý kiến của Ban Bí thư TW Đảng về công tác của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam. Báo Diễn đàn doanh nghiệp, 12/9/2008.

Cho đến nay, trong hệ thống các quan điểm, chính sách của Đảng, việc đánh giá vai trò, vị thế và định hướng chính sách phát triển doanh nhân vẫn còn mờ nhạt, nhất là đối với doanh nhân thuộc khu vực kinh tế tư nhân. Vẫn còn lẩn tránh trong việc xác định thành phần kinh tế và cạnh tranh bình đẳng giữa các thành phần kinh tế. Một số vấn đề lý luận về kinh tế thị trường định hướng XHCN, trong đó có vấn đề nội dung thể chế kinh tế thị trường ở nước ta vẫn chưa được làm sáng tỏ. Vai trò của doanh nhân trong việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở nước ta cũng chưa được xác định rõ. Vị thế của đội ngũ doanh nhân trong hệ thống cơ cấu xã hội mới ở nước ta chưa được xác định rõ nét. Vấn đề có hay không có “bóc lột” trong các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân chưa được khẳng định dứt khoát, nhất là trong điều kiện xây dựng mô hình kinh tế thị trường định hướng XHCN do Đảng lãnh đạo.

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. Vì vậy, một số chủ trương, chính sách chậm được đổi mới. Chẳng hạn, chủ trương cho phép đảng viên được làm kinh tế tư nhân, phải mất rất nhiều năm nghiên cứu, thảo luận, đến Đại hội X (năm 2006) mới quyết định được. Chủ trương kết nạp các chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng vẫn chưa được khẳng định rõ ràng.

Có thể coi 25 năm đổi mới vừa qua 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. 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 chấn hưng kinh tế đất nước.

Chúng tôi cho rằng, trước hết cần có thống nhất nhận thức và khẳng định rõ ràng hơn về vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong sự nghiệp CNH, HĐH đất nước. Hơn nữa, sau hơn 20 năm đổi mới, đất nước ta đang chuyển sang một giai đoạn phát triển mới, đã đến lúc cần có sự đột phá mạnh mẽ về quan điểm chủ trương của Đảng trong việc nhận thức, đánh giá vai trò, vị thế của doanh nhân trong mô hình kinh tế thị trường ở Việt Nam. Về vấn đề này, chúng tôi cho rằng cần thực hiện một số giải pháp sau đây:

Một là, nhận thức đúng và khẳng định rõ vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đẩy mạnh CNH, HĐH và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở nước ta.

Cần khẳng định rằng, một trong những thành tựu lớn nhất của công cuộc đổi mới là đã hình thành được một đội ngũ doanh nhân mới. Đây chính là yếu tố quan trọng hàng đầu để đưa nền kinh tế nước ta thực hiện mục tiêu đến năm 2020 cơ bản trở thành một nước công nghiệp, theo hướng hiện đại. Vai trò, vị thế của doanh nhân ở nước ta đã được đề cập đến và đã được xã hội thừa nhận. Tuy nhiên, như đã nêu ở trên, trong tư duy cũng như trong hành động của các nhà hoạch định và thực thi chính sách kinh tế-xã hội, vai trò của doanh nhân chưa được khẳng định rõ, doanh nhân chưa được xã hội tôn vinh đúng với sự đóng góp và vị thế của họ trong nền kinh tế thị trường ở nước ta.

Vì vậy, chúng tôi cho rằng, trước hết trong giới lãnh đạo chính trị và hoạch định chính sách cần tạo nhận thức đúng đắn, thống nhất và nhất quán về những quan điểm cơ bản, làm cơ sở cho việc xây dựng chủ trương, đường lối và các chính sách xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Các quan điểm cơ bản về vai trò, vị thế của doanh nhân cũng cần được thể hiện thật rõ ràng hơn trong các văn bản chính thức của Đảng và Nhà nước. Đó là những vấn đề như:

- Nhận thức về vai trò của khu vực kinh tế tư nhân và đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Cần khẳng định rằng sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân và đội ngũ doanh nhân, nhất là doanh nhân ở khu vực doanh nghiệp tư nhân, không những phù hợp với lợi ích và mục tiêu phát triển của đất nước, mà còn là nhân tố quan trọng đảm bảo cho thành công trong sự nghiệp phát triển kinh tế-xã hội của đất nước. Cần tạo sự đồng thuận trong cả hệ thống chính trị và toàn xã hội về vai trò quan trọng của doanh nhân để thực sự xóa bỏ mọi định kiến, e ngại, xây dựng niềm tin và ý thức ủng hộ, hợp tác đối với kinh tế tư nhân và đội ngũ doanh nhân. Vì vậy, chúng tôi khuyến nghị, cần khẳng định rõ trong các văn bản chính thức của Đảng và Nhà nước như sau:

+ Doanh nhân là lực lượng xung kích trong việc phát triển kinh tế - xã hội, hội nhập quốc tế, thực hiện CNH, HĐH đất nước.

+ Doanh nhân là đại biểu cho lực lượng sản xuất mới, lực lượng quyết định tạo ra chuỗi giá trị mới cho xã hội. Doanh nhân cùng với giai cấp công nhân, giai cấp nông dân và đội ngũ trí thức là lực lượng chủ lực trong xây dựng và phát triển kinh tế, là nền tảng cho khối đại đoàn kết dân tộc dưới sự lãnh đạo của Đảng.

+ Doanh nhân là lực lượng quyết định chủ yếu giải phóng lực lượng sản xuất, là trụ cột chính để xóa đói giảm nghèo, thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ văn minh.

Như đã nêu ở trên, trong xã hội truyền thống, những người buôn bán, sản xuất kinh doanh hàng hóa luôn bị đặt ở vị trí thấp nhất trong xã hội. Họ bị xếp vào nhóm người thiếu trung thực, vụ lợi. Tuy nhiên, trong kinh tế thị trường hiện đại, doanh nhân được đặt trong mối quan hệ chặt chẽ với giai cấp công nhân, nông dân và tầng lớp trí thức, là chủ thể trung tâm của thể chế kinh tế thị trường. Vì vậy, doanh nhân được coi là động lực chính của nền kinh tế thị trường.

Hộp 3.1: Vai trò của doanh nhân

- Tổng bí thư Nông Đức Mạnh: *“Doanh nghiệp doanh nhân chính là người làm giàu cho đất nước”*.

- Nguyên Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Văn An: *“Đội ngũ doanh nhân giữ vai trò quan trọng không thể thiếu trong nền kinh tế đất nước. Từ khi đất nước bước vào thời kỳ đổi mới, các doanh nhân đã thực sự tạo ra một nguồn của cải vật chất khổng lồ, đóng góp vào sự phồn vinh của xã hội. Thật khó có thể hình dung nếu thiếu đi đội ngũ hùng hậu hàng chục vạn doanh nhân, đất nước sẽ mất đi một nguồn của cải lớn như thế nào và tốc độ phát triển các mặt khác của xã hội sẽ bị ảnh hưởng ra sao”*.

Nguồn: Tạp chí Văn hóa doanh nhân Việt Nam, số 1 & 2 năm 2005

Hai là, doanh nhân là một trong những lực lượng tiên phong bảo đảm tính định hướng xã hội chủ nghĩa của nền kinh tế thị trường ở nước ta hiện nay và cả trong thời kỳ quá độ lâu dài, là một trong những lực lượng quyết định thúc đẩy sự hình thành và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN.

Thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta đã từng bước hình thành cùng với tiến trình đổi mới, gắn liền với quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung, bao cấp sang kinh tế thị trường. Xây dựng thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta hiện nay và trong những năm tới chính là xây dựng thể chế theo đúng chuẩn mực của kinh tế thị trường hiện đại, đáp ứng yêu cầu phát triển nhanh, rút ngắn và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế.

Cần đánh giá đúng sự đóng góp của doanh nhân. Có thái độ ứng xử công bằng, khắc phục những mặc cảm sai lầm về doanh nhân. Trước hết là thái độ của các cơ quan nhà nước, của các cơ quan bảo vệ pháp luật, các phương tiện thông tin đại chúng và toàn xã hội khi đánh giá đúng – sai, cái hay và chưa hay của doanh nhân trong bối cảnh của nền kinh tế chuyển đổi, hệ thống pháp luật đang hình thành và thường đi sau thực tiễn cuộc sống. Khẳng định giá trị của doanh nghiệp, doanh nhân trong giai đoạn xây dựng dựng kinh tế là nhiệm vụ trung tâm. Do vậy, cần chuyển đổi các giá trị đạo đức cho phù hợp với giai đoạn chấn hưng kinh tế là

nhiệm vụ trung tâm của toàn dân tộc, đó là một giá trị đạo đức cao đẹp. Doanh nhân là người nêu cao giá trị đạo đức mới và là một trong những lực lượng tiêu biểu cho giá trị đó.

Ba là, triệt để xóa bỏ mọi định kiến về kinh tế tư nhân. Khuyến khích tinh thần kinh doanh trong xã hội, coi hoạt động sản xuất kinh doanh tạo ra nhiều của cải cho xã hội là một trong những nhiệm vụ trung tâm của toàn dân tộc; tăng cường tuyên truyền bằng mọi hình thức để xã hội nhận thức và đánh giá đúng vai trò của doanh nhân, xây dựng hình ảnh doanh nhân chân chính trong chế độ xã hội mới một cách chân thực, sống động; gắn hình ảnh của đất nước với hình ảnh của các thương hiệu nổi tiếng, với doanh nhân chân chính, thành đạt.

Phát triển doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân mà doanh nhân là hạt nhân là yêu cầu tự thân, tất yếu của nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta trong cả thời kỳ quá độ lâu dài; là cách thức nhanh nhất, có lợi nhất để thực hiện thành công sự nghiệp CNH, HĐH.

Trong những năm gần đây, ở nước ta đã có nhiều tranh luận về vấn đề “bóc lột” trong doanh nghiệp tư nhân và đặc điểm của kinh tế tư bản tư nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN. Nhiều công trình nghiên cứu đã khẳng định không nên đặt vấn đề “bóc lột” và không nên coi các doanh nghiệp tư nhân quy mô lớn là “kinh tế tư bản tư nhân”¹. Tuy nhiên, cần có sự khẳng định dứt khoát trong các văn bản chính thức của Đảng và Nhà nước về vấn đề “bóc lột”. Cần khẳng định không coi doanh nghiệp tư nhân, kể cả doanh nghiệp quy mô lớn, kinh doanh đúng pháp luật là bóc lột và chủ doanh nghiệp là “nhà tư bản” như trong xã hội tư bản thời kỳ tích lũy ban đầu của chủ nghĩa tư bản trước đây.

Trong những năm gần đây, nhất là từ Đại hội X của Đảng, chúng ta không còn đặt ra vấn đề vấn đề “bóc lột” và kinh tế tư bản tư nhân nữa. Đảng và Nhà nước cũng đã có chủ trương khuyến khích phát triển các doanh nghiệp tư nhân quy mô lớn. Tuy nhiên, trong xã hội, đâu đó vẫn còn có quan niệm hoặc cách hiểu khác nhau về “bóc lột giá trị thặng dư” trong các doanh nghiệp tư nhân. Vì vậy, chúng tôi cho rằng, vẫn cần mạnh dạn khẳng định dứt khoát trong các văn bản của Đảng và Nhà nước về vấn đề này nhằm tạo sự đồng thuận cao trong hệ thống chính trị và trong toàn xã hội về kinh tế tư nhân và doanh nhân.

Báo cáo của Văn Phòng Trung ương Đảng ngày 6 tháng 4 năm 2010 về tình hình thực hiện Nghị quyết số 14-NQ/TW (khóa IX) “Tiếp tục đổi mới cơ chế, chính sách, khuyến khích và tạo điều kiện phát triển kinh tế tư nhân” đã chỉ rõ tình trạng: “Vẫn còn một số cán bộ lãnh đạo, quản lý các cấp lo ngại KTTN phát triển sẽ ảnh hưởng tới vai trò lãnh đạo của Đảng. Thái độ ứng xử của một số cán bộ,

¹ Vũ Đình Bách (chủ biên): Vấn đề đảng viên làm kinh tế tư bản tư nhân. Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2006.

công chức vẫn còn phân biệt giữa các thành phần kinh tế, chưa thực sự bình đẳng trong vay vốn tín dụng, trong việc thuê đất giữa DNNN và doanh nghiệp của tư nhân”¹. Báo cáo cũng đã yêu cầu tạo sự đồng thuận cao hơn nữa trong toàn xã hội; khẳng định vai trò của kinh tế tư nhân là một trong những động lực quan trọng của nền kinh tế.

Bốn là, nhận thức về quan hệ giữa nhà nước với thị trường và quyền tự do kinh doanh. Xác định đúng đắn vai trò và những chức năng đích thực của nhà nước, của thị trường; về mối quan hệ giữa hai chủ thể quan trọng này với nhau và với các chủ thể khác trong xã hội. Từ đó nhà nước tập trung vào thực hiện chức năng của mình, tôn trọng chức năng của thị trường và tạo thuận lợi cho thị trường hoạt động, đồng thời giám sát thị trường nhằm đảm bảo lợi ích của toàn xã hội. Quan hệ giữa những người làm việc trong hệ thống chính trị đại diện cho nhà nước và doanh nhân- người đại diện cho thị trường cũng phải được xác định tương tự. Đây phải là mối quan hệ tương tác, hỗ trợ lẫn nhau trên cơ sở lợi ích chung cao nhất – lợi ích phát triển của đất nước, tương lai của dân tộc.

Nhận thức về quyền tự do kinh doanh của người dân và trách nhiệm của nhà nước trong việc bảo hộ, khuyến khích và tạo điều kiện cho doanh nhân thực hiện quyền của họ được tiến hành những hoạt động mà luật pháp không cấm nhằm tìm kiếm lợi nhuận, tạo thu nhập chính đáng cho bản thân và doanh nghiệp, làm giàu cho mình và góp phần phát triển kinh tế-xã hội của đất nước. Quyền tự do này không chỉ giới hạn trong quyền gia nhập thị trường (đăng ký kinh doanh, thành lập doanh nghiệp) mà còn là quyền tiếp cận, trên cơ sở cạnh tranh bình đẳng, với các nguồn lực do Nhà nước nắm giữ và phân bổ, cũng như với các cơ hội kinh doanh trong nước và quốc tế mà Nhà nước kiểm soát.

Năm là, nhận thức về vị thế của đội ngũ doanh nhân trong cơ cấu xã hội mới ở nước ta. Doanh nhân là sản phẩm của đường lối đổi mới, là một tầng lớp xã hội mới, cùng với giai cấp công nhân, giai cấp nông dân và đội ngũ trí thức, tạo thành đội quân chủ lực trong công cuộc xây dựng và chấn hưng đất nước. Đội ngũ doanh nhân là một thành viên quan trọng cơ cấu xã hội mới và liên minh “công – nông – trí – doanh” là nền tảng cho khối đại đoàn kết dân tộc trong điều kiện mới.

Trong khối đại đoàn kết dân tộc Việt Nam thời kỳ mới, không còn chỉ có dựa trên nền tảng giai cấp công nhân, giai cấp nông dân và đội ngũ trí thức dưới sự lãnh đạo của Đảng mà đã hình thành thêm một tầng lớp mới có vai trò rất quan trọng, đó là tầng lớp doanh nhân.

¹ Văn phòng Trung ương: Báo cáo tóm tắt tình hình thực hiện NQ14/NQ-TW (khóa IX) ngày 6 - 4 - 2010.

Quan hệ giữa doanh nhân với công nhân, nông dân và trí thức không chỉ là dựa vào sự hòa đồng về lòng yêu nước và tinh thần dân tộc mà còn có sự gắn bó chặt chẽ về lợi ích.

- Quan hệ giữa doanh nhân và công nhân không phải là quan hệ giữa người chủ và người làm thuê mà là sự hợp tác giữa người tổ chức sản xuất, tạo việc làm, người đầu tư vốn và người có sức lao động cần công việc, hợp tác cùng làm giàu cho mình và cho đất nước. Nhà nước thực hiện các chính sách về lao động, thực hiện các chính sách an sinh xã hội để điều hòa thu nhập, bảo vệ quyền lợi của người lao động, đồng thời tạo điều kiện cho doanh nhân phát huy tài năng, sáng tạo để đóng góp cho xã hội.

Lao động của doanh nhân là lao động phức tạp, lao động của người quản lý, đòi hỏi có trí tuệ và chất xám, lao động phức tạp. Khi thực hiện đúng các quy định của luật pháp, lợi nhuận và doanh nhân có thể thu được là chính đáng, được sử dụng để tái đầu tư, mở rộng sản xuất kinh doanh và tạo thêm việc làm và giá trị cho xã hội.

- Quan hệ giữa doanh nhân và nông dân: doanh nhân là người tổ chức sản xuất, cung ứng đầu vào, giúp sản xuất nông nghiệp gắn với thị trường trong nước và quốc tế. Vì vậy, sự gắn kết doanh nhân và nông dân là yếu tố quan trọng, thúc đẩy phát triển nông nghiệp hàng hóa, mở rộng ngành nghề, chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông nghiệp, nâng cao đời sống người dân. Nhà nước có vai trò quan trọng trong việc tạo điều kiện hỗ trợ nông dân phát triển sản xuất nông nghiệp hàng hóa và gắn kết doanh nhân và nông dân trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

- Quan hệ giữa doanh nhân và trí thức: doanh nhân cung cấp thực tiễn cho trí thức, trí thức cung cấp tri thức cho doanh nhân. Nhà khoa học đặt hàng cho doanh nhân. Doanh nhân ứng dụng các kết quả nghiên cứu, phát minh của nhà khoa học, đưa kết quả nghiên cứu vào thực tiễn. Kết quả hợp tác giữa nhà khoa học và doanh nhân sẽ nâng cao năng lực khoa học cho doanh nghiệp, góp phần thúc đẩy khoa học - công nghệ phát triển, đồng thời nâng cao trình độ quản lý và trình độ công nghệ cho doanh nhân.

Vì vậy, sự gắn bó về lợi ích chính là nhân tố tăng cường liên minh công – nông – trí – doanh, tạo thành nền tảng vững chắc của khối đại đoàn kết dân tộc. Cần giải quyết đúng đắn mối quan hệ này trong điều kiện mới để doanh nhân phát triển nhanh, cả về số lượng và chất lượng, khắc phục những yếu kém của doanh nhân.

Trong cấu trúc xã hội hiện đại, người ta cũng thường nhắc đến 3 nhóm xã hội tiêu biểu gồm: giới quản lý nhà nước, giới khoa học công nghệ và giới doanh

nhân. Doanh nhân là tầng lớp gắn liền với sự phát triển của kinh tế thị trường và với xu thế hội nhập quốc tế. Họ đang là nhóm xã hội đi đầu trong xu hướng vươn lên làm giàu của người Việt Nam hiện nay. Từ các nhóm xã hội và giai tầng mới như vậy, trong tương lai, có thể hình thành và phát triển một tầng lớp “trung lưu mới” ở Việt Nam, trong đó có đại diện của giới doanh nhân. Họ sẽ khởi động những tư duy mới trong lĩnh vực quản lý kinh tế và quản lý xã hội ở Việt Nam hiện nay và trong tương lai.

Tuy nhiên, các giai cấp, tầng lớp xã hội trong CCXH nước ta hiện nay có sự chuyển hóa và biến đổi rất nhanh (tính cơ động cao, tính đa dạng lớn). Ranh giới giữa các bộ phận cấu thành của CCXH thường không rõ, hay nói cách khác, “mờ và mờ”. Những đặc trưng của các giai cấp, tầng lớp cũ cũng biến đổi nhanh, trong khi những giai tầng xã hội mới lại thường có xuất thân đa dạng từ nhiều giai tầng cũ. Là thể hệ doanh nhân “đời đầu” hiện nay gồm nhiều tầng lớp xuất thân từ các thành phần xã hội khác nhau: từ giới quản lý, trí thức, công nhân, nông dân, quân nhân, buôn bán nhỏ và nhiều nhóm xã hội khác. Họ vẫn cũng mang theo mình những cách nhìn nhận, những quan điểm, những tâm lý và tập quán của các thành phần xã hội mà từ đó họ bước vào kinh doanh. Vì thế, họ sẽ có những nhận định, đánh giá và phản ứng rất khác nhau trên một loạt các vấn đề, kể cả những vấn đề liên quan thiết thân đến công việc kinh doanh của mình. Mặc dù đang trong bước quá độ và chưa thực sự đồng nhất, nhưng đã bắt đầu hình thành một tầng lớp doanh nhân với những đặc trưng về kinh tế, chính trị, văn hóa, tâm lý khác với các giai cấp và tầng lớp xã hội khác.

Trong hệ thống chính trị và trong CCXH, cần chú ý đặc biệt đến sự trưởng thành, tiếng nói và vị thế chính trị - xã hội của một số giai tầng/ lực lượng xã hội mới nổi lên, và đang phát triển nhanh trong tiến trình CNH, HĐH. Giới doanh nhân là một trong số họ. Tầng lớp doanh nhân với sức mạnh kinh tế và có ảnh hưởng ngày càng lớn mạnh và lan tỏa là điều không thể phủ nhận. Những nhân tố mới như vậy trong hệ thống chính trị và trong CCXH cần được nhìn nhận và chú ý từ phía cơ quan quản lý các cấp, với những cách tiếp cận mới, cách nhìn mới. Hệ thống chính trị cần có sự bao phủ rộng khắp các lực lượng kinh tế, chính trị và xã hội có ảnh hưởng, nơi có thể phát sinh những phong trào xã hội tích cực hay tiêu cực, có thể ảnh hưởng đến sự ổn định chính trị xã hội - điều kiện tiên quyết cho sự phát triển kinh tế và đi lên theo đúng quỹ đạo và định hướng của Đảng.

3.4.2. Đẩy mạnh đổi mới để hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, tạo môi trường kinh doanh thực sự bình đẳng và thuận lợi cho doanh nhân phát triển

Tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp, doanh nhân thuộc khu vực tư nhân là yêu cầu cấp thiết để phát triển doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân.

Hoạt động của doanh nhân và doanh nghiệp luôn gắn liền với nhau như một thể thống nhất. Nếu coi mỗi doanh nghiệp là một con thuyền của nền kinh tế thì doanh nhân là người chèo lái. Khi các doanh nghiệp vận hành, hoạt động tốt thì nền kinh tế tăng trưởng, phát triển có hiệu quả, nhưng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp phụ thuộc rất lớn vào môi trường đầu tư, môi trường kinh doanh và tài năng của người đứng đầu doanh nghiệp. Vì vậy, tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp tư nhân chính là tạo điều kiện để xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân. Thực tiễn đổi mới ở nước ta trong những năm vừa qua đã cho thấy, ở địa phương nào có môi trường đầu tư thuận lợi, thì sẽ thu hút được nhiều hơn đầu tư trong và ngoài nước, kinh tế tăng trưởng cao. Do đó, cải thiện môi trường đầu tư, môi trường kinh doanh là biện pháp quan trọng hàng đầu để phát triển doanh nghiệp, doanh nhân. Ổn định, cải thiện môi trường đầu tư, môi trường kinh doanh đòi hỏi phải thực thi nhiều giải pháp đồng bộ về kinh tế - xã hội, chính trị, luật pháp. Vì vậy, cần thực hiện một số giải pháp cụ thể sau đây:

- *Hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN.* Thể chế kinh tế thị trường là tổng thể những quy định, quy tắc về các hoạt động kinh tế, về các chủ thể tham gia nền kinh tế thị trường và cơ chế vận hành, thực thi trong nền kinh tế thị trường. Hay nói cách khác, thể chế kinh tế thị trường là khung khổ, trật tự xác định quan hệ giữa các chủ thể kinh tế, xã hội thích ứng với các nguyên lý của hệ kinh tế thị trường trong mọi hoạt động kinh tế¹. Như đã nêu ở trên, thể chế kinh tế thị trường bao gồm các bộ phận cấu thành cơ bản sau đây:

Một là, các quy tắc, luật lệ về các hành vi kinh tế diễn ra trên thị trường. Các quy tắc, luật lệ này trước hết chính là hệ thống các chính sách, khung khổ pháp luật về kinh tế trong nền kinh tế thị trường.

Hai là, các chủ thể tham gia nền kinh tế thị trường hay các bên tham gia thị trường, bao gồm: nhà nước, các doanh nghiệp và các tổ chức xã hội, đoàn thể, các hội hay còn gọi là các tổ chức “xã hội dân sự”.

Ba là, cơ chế vận hành, thực thi nền kinh tế thị trường. Cơ chế này chính là những quy định, quy tắc do nhà nước đặt ra để vận hành nền kinh tế thị trường.

¹ Hà Huy Thành (Chủ biên), Thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam, Nhà XB CTQG, 2006, tr. 90

Bốn là, thể chế kinh tế thị trường còn bao gồm một hệ thống các loại thị trường. Đây chính là nơi mà các chủ thể thị trường hoạt động theo những quy tắc, quy định trong khung khổ pháp luật về kinh tế.

Việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở nước ta chính là làm cho nền kinh tế thị trường vận hành một cách thông suốt theo những quy luật phổ biến của nền kinh tế thị trường hiện đại. Các chủ thể thị trường bao gồm: Nhà nước, doanh nghiệp và các tổ chức xã hội, đoàn thể, các hội hay còn gọi là các tổ chức "xã hội dân sự". Trong mối quan hệ giữa các chủ thể đó, quan hệ nhà nước - doanh nghiệp là cốt lõi. Trong thể chế kinh tế thị trường hiện đại, doanh nghiệp là chủ thể chính, là trung tâm của các bên tham gia thị trường. Vì vậy, không có doanh nghiệp - doanh nhân thì không có thể chế kinh tế thị trường.

Trong thể chế kinh tế thị trường hiện đại, sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp tư nhân là một yêu cầu tất yếu, là một hình thức biểu hiện, một mô hình tổ chức sản xuất kinh doanh mới, hiện đại. Vì vậy, hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN là điều kiện tiên quyết để phát triển doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân.

- Đẩy mạnh cải cách thể chế, xây dựng hệ thống thể chế hiện đại, bao gồm hệ thống luật pháp đầy đủ và đồng bộ; xây dựng bộ máy nhà nước hữu hiệu và đội ngũ công chức chuyên nghiệp, có năng lực và đạo đức tốt. Trong 5-10 năm tới tập trung rà soát, điều chỉnh các văn bản pháp quy về lĩnh vực kinh tế đã có, soạn thảo và ban hành các văn bản cần thiết khác, đảm bảo chất lượng và sự phù hợp với các cam kết và chuẩn mực quốc tế. Cải thiện mạnh công tác tổ chức thi hành và giám sát thực hiện pháp luật, tạo lập tinh thần và thói quen thượng tôn pháp luật trong mọi chủ thể trong xã hội.

Trước mắt, cần nhanh chóng sửa đổi Luật doanh nghiệp và Luật đầu tư, bảo đảm sự tương thích và đồng bộ giữa hai luật này. Sửa đổi các quy định của Chính phủ về hướng dẫn chi tiết thực hiện Luật doanh nghiệp, bổ sung các biện pháp bảo vệ nhà đầu tư, cổ đông thiểu số. Sửa một số điều của Luật đầu tư nhằm khắc phục những nội dung chưa rõ ràng, chồng chéo với Luật Doanh nghiệp. Xây dựng và ban hành Luật đất đai mới thay thế Luật đất đai năm 2003; đẩy nhanh tiến độ cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất. Sửa đổi các quy định chi tiết về thực hiện Luật quản lý thuế. Sửa đổi, bổ sung Luật lao động, Luật bảo hiểm xã hội, Luật dạy nghề.

Nghiên cứu sớm ban hành *Luật hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ*, xây dựng Quỹ bảo hiểm xuất khẩu, bãi bỏ các khoản phí, lệ phí không hợp lý.

Thực hiện quyết liệt, triệt để các chương trình cải cách hành chính, tạo bước chuyển cơ bản sang hệ thống hành chính hiện đại, phục vụ hiệu quả yêu cầu của doanh nghiệp và người dân. Đẩy mạnh việc tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh, trong đó cần chú trọng đặc biệt cải cách chính sách thuế mà trước hết là thủ

tục nộp thuế theo hướng mở rộng phạm vi doanh nghiệp tự kê khai thuế với sự giám sát chặt chẽ, hiệu quả của cơ quan thuế; phát triển tốt hệ thống kế toán, kiểm toán, thanh tra thuế để hỗ trợ cho doanh nghiệp và tăng cường hiệu quả quản lý của Nhà nước; giảm bớt mọi thủ tục rườm rà, gây khó cho doanh nghiệp, doanh nhân; xây dựng đội ngũ công chức chuyên nghiệp, thực thi có hiệu quả chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nghiệp, doanh nhân.

Tạo môi trường cho xã hội dân sự phát triển để có một xã hội cởi mở, trong đó người dân được bảo đảm quyền được hiến định của mình, tăng tính tự chủ, tự giác và khả năng tự quản, cùng nhau sống và làm việc theo pháp luật, có ý thức cộng đồng và trách nhiệm đối với xã hội, với đất nước.

Thực tế chỉ rõ, thể chế nào sẽ có doanh nhân ấy. Một thể chế kinh tế nếu phù hợp lòng dân, phù hợp với điều kiện của đất nước và quy luật phát triển của thời đại sẽ có tác dụng thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển kinh tế-xã hội của đất nước, thúc đẩy sự hình thành một đội ngũ doanh nhân hùng mạnh, có khả năng cạnh tranh trên phạm vi toàn cầu; nếu không, có thể sẽ có tác dụng ngược lại.

- *Nhanh chóng phát triển và hoàn thiện các loại thị trường*, chú trọng các thị trường cơ bản và những thị trường mới, hiện còn sơ khai như thị trường lao động, thị trường chứng khoán, thị trường bất động sản, thị trường khoa học và công nghệ.

- *Xây dựng và thực thi chiến lược quốc gia về phát triển doanh nghiệp*, doanh nhân mà một trong những trụ cột chính là xây dựng đội ngũ doanh nhân.

Cần khẩn trương xây dựng chiến lược quốc gia về phát triển doanh nghiệp, doanh nhân, coi đây là một nội dung quan trọng của Chiến lược phát triển kinh tế-xã hội giai đoạn 2011- 2020. Các trụ cột chính của Chiến lược này là: tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, hỗ trợ doanh nghiệp gia nhập và rút lui khỏi thị trường; cải cách khu vực doanh nghiệp nhà nước để nâng cao hiệu quả và khả năng cạnh tranh; nâng cao năng lực của một số ngành chọn lọc trong quá trình tham gia vào chuỗi giá trị; tăng cường phát triển các hoạt động dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh; xây dựng đội ngũ doanh nhân năng động và có văn hoá kinh doanh cao. Để thực hiện chiến lược này, đòi hỏi triển khai đồng bộ nhiều giải pháp, trong đó chủ yếu là đổi mới vai trò quản lý của Nhà nước, tạo sự đồng thuận của cả hệ thống chính trị, nâng cao vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, các loại hình câu lạc bộ doanh nhân, các tổ chức xã hội - nghề nghiệp.

Chúng tôi cho rằng, cần tăng cường vai trò, chức năng của một số cơ quan quản lý nhà nước hiện nay ở Trung ương và địa phương. Trước mắt đề nghị nâng cấp Cục phát triển doanh nghiệp lên thành Tổng cục phát triển doanh nghiệp thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư; tăng cường chức năng hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nhân

của Cục xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương); hình thành và phát triển các trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp thuộc Sở Kế hoạch và Đầu tư ở các địa phương.

- *Thực hiện đúng vai trò điều tiết, hỗ trợ của Nhà nước đối với doanh nghiệp, doanh nhân.* Nhà nước không phải là tổ chức đứng trên thị trường, ngoài thị trường mà nhà nước phải đồng hành cùng doanh nghiệp, doanh nhân. Nhà nước thực hiện các biện pháp trợ giúp doanh nhân như cung cấp thông tin thị trường giá cả, cung cấp đầy đủ hệ thống văn bản chính sách pháp luật để doanh nhân biết và thực hiện; công khai hóa quy hoạch và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội. Tinh giảm các thủ tục hành chính liên quan đến cuộc sống của doanh nhân và hoạt động của doanh nghiệp. Nói cách khác, Nhà nước phải thực hiện nhiệm vụ là người tạo cơ chế chính sách, môi trường hoạt động tốt nhất cho doanh nghiệp, doanh nhân; nhưng đồng thời phải đồng hành cùng doanh nghiệp, doanh nhân trong quá trình hoạt động của họ, đặc biệt là khi doanh nghiệp, doanh nhân gặp khó khăn.

Nhà nước thực hiện đúng chức năng điều tiết trong nền kinh tế thị trường hiện đại, thực hiện các biện pháp trợ giúp doanh nhân như cung cấp thông tin thị trường giá cả, công khai và cung cấp đầy đủ hệ thống văn bản chính sách pháp luật để doanh nhân biết và thực hiện; công khai hóa quy hoạch và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội; nâng cao chất lượng các chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư. Thực hiện tốt các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp vừa và nhỏ, hộ kinh doanh cá thể; hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nhân hội nhập thị trường quốc tế. Đẩy mạnh trợ giúp doanh nghiệp, doanh nhân khảo sát, tiếp cận thị trường mới; hỗ trợ khởi sự doanh nghiệp, xây dựng vườn ươm doanh nghiệp.

Hộp 3.2: Vai trò của Nhà nước

Để xây dựng đội ngũ doanh lớn mạnh và có thể vươn ra thị trường thế giới, thì ngay từ bây giờ, Nhà nước phải đặc biệt quan tâm đến đào tạo lớp doanh nhân trẻ có tri thức và năng động chuyên nghiệp hơn nữa. Hệ thống pháp luật của nhà nước được xây dựng phải nhằm mục tiêu bảo vệ các hoạt động kinh doanh chân chính của doanh nhân và doanh nghiệp. Hệ thống tài chính ngân hàng phải thực sự minh bạch, hỗ trợ những dự án kinh doanh của doanh nhân. Đặc biệt là chế độ thuế phải khuyến khích doanh nhân tích lũy để đầu tư cho sản xuất, kinh doanh. Có như vậy, chúng ta mới nhân rộng và có được đội ngũ doanh nhân thực sự vững mạnh.

Bà Vũ Thị Thanh, Tổng GD Công ty Thuận Thảo – Phú Yên. Dẫn theo Doanhnhanviet.net, 13/2/2009.

- *Tăng cường chế độ dân chủ, xây dựng nhà nước pháp quyền.* Nhà nước phải là người đại diện quyền lợi của toàn xã hội, là người điều chỉnh các lợi ích chính đáng của mọi cá nhân, mọi thành phần kinh tế. Đổi mới nhận thức trong bộ máy quản lý nhà nước theo hướng các cơ quan quản lý phải vừa là người điều hành vừa là đối tác của doanh nhân, biết lắng nghe ý kiến, nguyện vọng của họ. Thường xuyên đối thoại giữa doanh nhân và chính quyền để doanh nhân cùng tham gia xây dựng, hoàn thiện môi trường kinh doanh.

- *Đổi mới các chính sách kinh tế cho phù hợp với bối cảnh và mục tiêu phát triển trong những năm tới.* Chấm dứt cơ chế xin-cho và các chính sách mang tính phân biệt đối xử giữa các thành phần kinh tế, các chính sách bảo hộ không hợp lý đối với DNNN. Các chính sách phải đổi mới theo hướng khuyến khích tinh thần kinh doanh, tạo thuận lợi cho mọi người dân bỏ công sức, trí tuệ và các nguồn lực vào đầu tư, kinh doanh; khuyến khích nỗ lực nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả, năng lực cạnh tranh và sự sáng tạo trong hoạt động của doanh nghiệp, doanh nhân.

Đổi mới cơ chế phân bổ nguồn lực của nhà nước, áp dụng cơ chế phân bổ các nguồn lực theo nguyên tắc thị trường, lấy hiệu quả làm tiêu chuẩn đầu tiên và cao nhất khi phân bổ nguồn lực cho các dự án kinh doanh. Xóa bỏ mọi sự độc quyền, đặc quyền, biệt đãi, ưu tiên cho các doanh nghiệp nhà nước trong việc tiếp cận các nguồn lực để phục vụ các hoạt động kinh doanh. Tạo cạnh tranh và sự công khai, minh bạch trong việc tiếp cận các nguồn lực, qua đó mở thêm cơ hội cho các doanh nghiệp khu vực tư nhân, nhằm khuyến khích và đảm bảo việc sử dụng có hiệu quả nhất các nguồn lực của đất nước, đồng thời hỗ trợ sự phát triển của khu vực này.

- *Thực hiện cải cách hành chính mạnh mẽ và thực chất.* Việc tiếp tục cải cách hành chính một cách sâu rộng sẽ giúp đạt được hai mục tiêu quan trọng: 1) Nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về kinh tế, đảm bảo cho những chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước được thực thi nghiêm túc và 2) tạo sự minh bạch, công khai trong hoạt động kinh doanh và thúc đẩy nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp.

Xây dựng bộ máy nhà nước trong sạch, hiệu quả; hệ thống pháp luật và chính sách phải nhằm mục tiêu bảo vệ và tạo điều kiện cho hoạt động kinh doanh hợp pháp của doanh nhân; đặc biệt là luật pháp phải bảo vệ được quyền và lợi ích, tài sản chính đáng, hợp pháp của doanh nhân.

Rà soát lại hệ thống các văn bản pháp luật, nhất là các nội dung liên quan đến các hoạt động kinh doanh, loại bỏ những qui định gây khó khăn, rủi ro cho doanh nhân. Nghiên cứu ban hành luật cho phép luật sư được đại diện cho doanh

nhân khi làm việc với cơ quan chức năng. Tiếp tục sửa đổi bổ sung, ban hành các văn bản hướng dẫn thi hành Luật Doanh nghiệp, Luật đầu tư, Luật Đấu thầu và các luật có liên quan theo hướng đơn giản hóa các thủ tục hành chính, công khai mọi qui trình cấp phép hoạt động và giải thể doanh nghiệp, thủ tục đăng ký kinh doanh, đầu tư, nộp thuế. Điều chỉnh, bổ sung nâng cao chất lượng qui hoạch, chính sách phát triển các ngành, vùng, sản phẩm.

Đột phá vào khâu cải cách thủ tục hành chính. Cải cách thủ tục hành chính là một đòi hỏi cần thiết và cấp bách, nhưng làm sao để những thủ tục mới đó không chỉ là những quy định trên giấy tờ văn bản mà nó phải thực sự đi vào cuộc sống và mang lại những hiệu quả thiết thực. Để thực hiện điều đó, các cơ quan Nhà nước cần có tư duy sát thực hơn về hoạt động đầu tư và kinh doanh của doanh nghiệp và doanh nhân theo hướng trước hết đây vừa là lợi ích, vừa là trách nhiệm của họ. Cơ quan quản lý nhà nước cần phải nhận thức, quán triệt quan điểm phục vụ trong chỉ đạo thực hiện cải cách thủ tục hành chính là nhiệm vụ trung tâm theo hướng nhận khó khăn về phía mình để tìm cách đơn giản hoá thủ tục hành chính tới mức cao nhất, đem lại thuận lợi nhất cho doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, mọi thủ tục hành chính cần hướng vào việc tạo thuận lợi cho các hoạt động đầu tư, kinh doanh của doanh nghiệp và doanh nhân. Các thủ tục hành chính cần được thiết kế theo hướng để khi doanh nghiệp, doanh nhân thực hiện với thời gian ngắn nhất và chi phí thấp nhất chứ không phải là theo cơ chế “xin-cho”.

Hộp 3.3: Cần tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh

Bên cạnh việc tạo thuận lợi cho sự hình thành các doanh nghiệp mới, các cơ quan nhà nước cần tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh cho doanh nghiệp trong suốt quá trình kinh doanh. Trong thời gian qua, môi trường kinh doanh đã được cải thiện một bước đáng kể, nhưng vẫn còn những trở ngại từ phía các cơ quan chức năng đang lạm dụng các biện pháp hành chính gây những phiền nhiễu, khó khăn cho doanh nghiệp, làm tăng chi phí kinh doanh, hạn chế khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, như các ngành thuế, hải quan, cảnh sát giao thông, quản lý thị trường .v.v. Trong thời gian tới, việc công khai, minh bạch các thủ tục hành chính để loại trừ những cản trở làm ăn chính đáng của dân và của doanh nghiệp.

Phát biểu của nguyên Thủ tướng Phan Văn Khải tại Hội nghị với doanh nghiệp, ngày 9 - 2- 2006.

- *Xây dựng hệ thống tài chính – ngân hàng thực sự minh bạch*, hỗ trợ doanh nhân trong các hoạt động sản xuất kinh doanh; chế độ thuế phải tạo điều kiện cho doanh nhân tích lũy để đầu tư cho hoạt động sản xuất kinh doanh và khuyến khích được doanh nhân tích cực đóng góp cho cộng đồng, xã hội.

- *Chính quyền các cấp tăng cường gặp gỡ, đối thoại và tiếp thu ý kiến của doanh nhân*; lắng nghe và giải quyết nhu cầu chính đáng của doanh nhân một cách thực chất; áp dụng các biện pháp, giải pháp kinh tế thích hợp nhằm ổn định kinh tế vĩ mô, không gây “sốc” cho nền kinh tế, tạo cơ hội thuận lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nhân.

- *Xây dựng cơ chế bảo vệ doanh nghiệp, doanh nhân, hạn chế rủi ro trong kinh doanh*. Hoàn thiện chính sách an sinh xã hội để trợ giúp doanh nghiệp giải quyết các vấn đề xã hội; nâng cao trách nhiệm của Nhà nước và xã hội trong việc chăm lo điều kiện làm việc và đời sống của người lao động; bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Tổ chức tuyên truyền giáo dục nâng cao nhận thức cho cán bộ, công chức nhà nước trong việc phòng ngừa và hạn chế rủi ro cho doanh nhân, làm cho họ nhận thức rõ rằng, hạn chế rủi ro cho doanh nhân là trách nhiệm của mỗi người, là cách góp phần xây dựng đất nước.

- *Tăng cường và nâng cao chất lượng công tác dự báo, qui hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội*. Tạo điều kiện cho các trung tâm nghiên cứu thị trường ra đời và phát triển, đủ khả năng phân tích, dự báo chuẩn xác những biến động của thị trường, nhất là những lĩnh vực mà doanh nghiệp, doanh nhân nước ta có nhiều lợi thế đầu tư, kinh doanh.

- *Tăng cường các hoạt động an ninh, tình báo kinh tế, đấu tranh phòng chống tội phạm trên lĩnh vực kinh tế*, lĩnh vực công nghệ cao để bảo vệ lợi ích hợp pháp của các doanh nhân; trao đổi cung cấp thông tin về đối thủ cạnh tranh, đối tác, bạn hàng cho các doanh nhân, nhất là những thông tin liên quan đến rủi ro của doanh nghiệp. Cần sớm có các qui định cụ thể về cơ chế phối hợp thông tin, xác định quyền và nghĩa vụ của mỗi bên trong cung cấp và sử dụng các thông tin nhằm giảm bớt rủi ro cho doanh nhân.

- *Cải cách triệt để các doanh nghiệp nhà nước*, đưa các doanh nghiệp nhà nước, kể cả các tập đoàn kinh tế nhà nước, vào hoạt động trên cơ sở cạnh tranh bình đẳng với các thành phần kinh tế khác trên thương trường. Đây là một trong những việc quan trọng nhất phải làm nhằm một mặt nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực của đất nước, nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhà nước và các sản phẩm, các ngành mà họ nắm giữ; mặt khác tạo cơ hội cho các doanh nghiệp khu vực tư nhân cạnh tranh bình đẳng để phát triển. Thực hiện việc

này cũng góp phần chống tham nhũng, chống các lợi ích nhóm có thể tác động xấu tới các chính sách, gây bất lợi cho sự phát triển của nước ta.

Các doanh nghiệp nhà nước tham gia thị trường cũng phải hoạt động theo quy luật cạnh tranh; khắc phục tình trạng phân biệt đối xử với khu vực kinh tế tư nhân; không phân biệt doanh nghiệp, doanh nhân theo thành phần kinh tế. Mặt khác, làm rõ cơ chế sở hữu, cơ chế phân bổ nguồn lực để các doanh nghiệp dân doanh được tiếp cận bình đẳng với các nguồn lực (đất đai, vốn, công nghệ...).

- Nâng cao chất lượng của đội ngũ doanh nhân trong các DNNN.

+ Thay đổi cơ chế tuyển dụng đội ngũ lãnh đạo DNNN thông qua cơ chế cạnh tranh trên thị trường. Thực hiện chế độ trả lương theo hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp nhằm phát huy tính năng động, sáng tạo của giám đốc và lãnh đạo DNNN trong sản xuất, kinh doanh.

+ Đổi mới cơ chế đánh giá hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, doanh nhân thuộc khu vực doanh nghiệp nhà nước.

Trong đánh giá hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nhà nước, điều quan trọng hàng đầu là xác định đúng các tiêu chí đánh giá. Mục tiêu kinh tế cần được xác định là quan trọng hàng đầu, là cơ sở để thực hiện những mục tiêu xã hội và chịu sự ràng buộc của những mục tiêu xã hội. Mục tiêu kinh tế này thể hiện tập trung ở chỉ tiêu suất sinh lời trên vốn kinh doanh nói chung, vốn chủ sở hữu nói riêng. Qua chỉ tiêu này có thể đánh giá sự thích ứng của doanh nghiệp với các điều kiện của môi trường kinh doanh, khả năng cạnh tranh và vị thế của doanh nghiệp trên thị trường, khả năng hoàn thành nghĩa vụ tài chính với Nhà nước, bảo đảm thu nhập và cải thiện đời sống người lao động trong doanh nghiệp, thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

+ Xác định rõ vai trò và trách nhiệm của doanh nhân thuộc khu vực doanh nghiệp nhà nước trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Việc xác định rõ mối quan hệ giữa người chủ sở hữu cụ thể và người đại diện chủ sở hữu tại doanh nghiệp nhà nước là yếu tố có tính chất nền tảng với việc xác định động lực và trách nhiệm của người được giao quyền quản lý, sử dụng vốn thuộc sở hữu nhà nước trong doanh nghiệp nhà nước. Sự phân định rõ ràng đó bảo đảm cơ sở pháp lý cho người quản lý và sử dụng tài sản Nhà nước tại doanh nghiệp nhà nước có thực quyền và có trách nhiệm cụ thể để, *một mặt*, đáp ứng tốt nhất yêu cầu của chủ sở hữu, *mặt khác*, mở rộng quyền hạn, nâng cao tính chủ động và quyền lợi trong công tác quản trị doanh nghiệp.

Theo đó, có hai vấn đề cơ bản cần được nghiên cứu giải quyết: *Một là*, phải thiết lập các quan hệ hành chính, pháp lý, kinh tế giữa Nhà nước và các chủ thể sử dụng sở hữu nhà nước thông qua các hình thức thể chế phù hợp như luật, hợp đồng, quy chế. *Hai là*, phải tạo lập được các điều kiện bảo đảm thực hiện quyền sở hữu trên thực tế của Nhà nước.

Việc xác định rõ ràng trách nhiệm, quyền lợi vật chất và tinh thần của những người được giao quyền quản lý, sử dụng vốn thuộc sở hữu nhà nước tại doanh nghiệp nhà nước phải được coi là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy họ hoạt động có hiệu quả.

Cần nhanh chóng xây dựng cơ chế mới về lựa chọn và bổ nhiệm người quản lý vốn thuộc sở hữu nhà nước tại doanh nghiệp nhà nước. Việc bổ nhiệm các chức danh này cần được thực hiện bằng chế độ thi tuyển. Theo đó, mỗi ứng cử viên sẽ phải qua nhiều vòng sát hạch để lựa chọn lấy người có khả năng đảm nhận tốt nhất nhiệm vụ quản lý, điều hành doanh nghiệp nhà nước. Cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền sẽ ký hợp đồng với họ, trong đó xác định rõ quyền hạn, quyền lợi và trách nhiệm với kết quả điều hành doanh nghiệp nhà nước.

3.4.3. Đẩy mạnh phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đồng thời khuyến khích phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn, phát triển thị trường hỗ trợ kinh doanh

3.4.1.1. Đẩy mạnh phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ, khuyến khích phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn

- Tích cực triển khai có hiệu quả Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30 tháng 6 năm 2009 của Chính phủ về trợ giúp phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ và Nghị quyết số 22/NQ-CP ngày 5 tháng 5 năm 2010.

- Sớm nghiên cứu xây dựng Luật hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- Chính phủ giao cho các cơ quan có liên quan xây dựng và triển khai đề án phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn trong giai đoạn 2011-2020.

- Khuyến khích và thực hiện các biện pháp hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp tư nhân hoặc đa sở hữu vươn lên quy mô lớn, hiệu quả, đi đầu trong đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm, khai thác thị trường mới, xây dựng năng lực cạnh tranh quốc tế, làm đầu đàn và nòng cốt trong phát triển doanh nghiệp và hội nhập quốc tế. Có chính sách và cơ chế thiết thực nhằm tăng cường liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp trong nước với nhau và với các công ty quốc tế. Khuyến khích phát triển các hình thái liên kết doanh nghiệp, các loại hình doanh nghiệp đa sở hữu; tạo lập các cụm liên kết trên cơ sở chuyên môn hóa, điều hòa lợi ích giữa

các đơn vị tham gia các khâu trong quá trình tạo nên giá trị của sản phẩm và dịch vụ, từ nghiên cứu đến sản xuất và đưa ra thị trường.

- Phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ để tăng cường liên kết trong sản xuất công nghiệp. Hình thành các cụm công nghiệp, khu công nghệ cao, các vườn ươm doanh nghiệp, trong đó các doanh nghiệp đầu tàu dẫn dắt các doanh nghiệp mới, liên kết các doanh nghiệp nhỏ và vừa, cùng nhau tạo nên những sản phẩm có giá trị gia tăng cao, có sức cạnh tranh và có khả năng tham gia chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp trong khu vực và thế giới.

- Nhà nước hỗ trợ xây dựng những thương hiệu mang bản sắc Việt Nam thể hiện năng lực cạnh tranh của quốc gia và doanh nhân tầm cỡ thế giới là nhiệm vụ quan trọng mang tính đột phá, trong đó doanh nhân phải đóng vai trò chủ động, tiên phong và Nhà nước kịp thời hậu thuẫn khi cần thiết. Nhà nước thực hiện các chính sách hỗ trợ thích hợp đối với những doanh nghiệp tư nhân có năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế (như tạo điều kiện về đất đai, mặt bằng sản xuất kinh doanh, hỗ trợ về khoa học – công nghệ, đào tạo, nghiên cứu và phát triển, xây dựng thương hiệu .v.v.), để xây dựng và phát triển một số doanh nghiệp lớn, có thương hiệu mạnh, hình thành một số doanh nghiệp chủ lực trong một số ngành, lĩnh vực quan trọng của nền kinh tế.

Điểm yếu của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay là chưa có thương hiệu tầm cỡ khu vực và quốc tế¹. Vì vậy, các doanh nghiệp, doanh nhân cần chú ý không chỉ xây dựng “hàng Việt Nam chất lượng cao” ở thị trường nội địa mà phải chú ý xây dựng thương hiệu tầm cỡ khu vực và quốc tế, theo đó cần có chiến lược tổng thể về nhân sự, tài chính. Đồng thời Nhà nước cần hỗ trợ các doanh nghiệp, doanh nhân xây dựng chiến lược thương hiệu bằng một số biện pháp cụ thể sau:

- + Chính phủ xây dựng chương trình hành động của sản phẩm Việt Nam, thương hiệu Việt Nam ra thị trường thế giới, hạn chế dần tình trạng hàng Việt Nam xuất khẩu nhưng bằng thương hiệu của các nước khác.

- + Xây dựng khung pháp lý thừa nhận tư cách pháp nhân của các tập đoàn kinh tế tư nhân.

- + Đổi mới chính sách thuế liên quan đến chi phí truyền thông, chi phí quảng bá sản phẩm, thương hiệu của doanh nghiệp.

- + Chính phủ hỗ trợ phát triển các cơ sở đào tạo các nhà thiết kế sản phẩm và tư vấn hỗ trợ xây dựng thương hiệu doanh nghiệp.

3.4.3.2. Phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh

¹ Tháng 8 năm 2009, Tạp chí truyền thông tiếp thị Media, Công ty tư vấn thương hiệu Asian Intergrated Media Limited và Công ty nghiên cứu thị trường toàn cầu Synovate đã công bố danh sách 1000 thương hiệu hàng đầu châu Á năm 2007, nhưng không có thương hiệu nào của Việt Nam trong danh sách này (vietnam.net ngày 11/12/2009).

- Đổi mới các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa theo hướng có mục tiêu chọn lọc, có trọng tâm rõ ràng và hợp lý, có khả năng thực hiện hiệu quả và không vi phạm các cam kết quốc tế. Tập trung chủ yếu hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị, khả năng ứng dụng công nghệ mới, đổi mới các mặt tổ chức và hoạt động nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả và năng lực cạnh tranh của sản phẩm và doanh nghiệp. Thực hiện đồng bộ, đầy đủ các chính sách và chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa đã ban hành, khuyến khích các hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa và các tổ chức hỗ trợ khu vực này chủ động tham gia và đóng góp vào việc thực hiện các chính sách, chương trình đó.

- Hỗ trợ đổi mới kỹ thuật - công nghệ theo hướng hiện đại hóa và đồng bộ giữa các khâu của quá trình tái sản xuất, (sản xuất, phân phối, trao đổi, tiêu dùng) nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và đa dạng hoá sản phẩm. Để thực hiện điều đó, cần lưu ý một số vấn đề sau:

+ Tư vấn hỗ trợ doanh nhân, doanh nghiệp lựa chọn và thẩm định kỹ khi nhập thiết bị - công nghệ, tránh nhập công nghệ lạc hậu.

+ Phát triển thị trường khoa học và công nghệ, gắn kết khoa học và công nghệ với việc phát triển kinh tế - xã hội. Mở rộng mạng lưới tư vấn khoa học và công nghệ, miễn giảm thuế cho các hoạt động này, không hạn chế thu nhập từ hoạt động nghiên cứu khoa học và tư vấn công nghệ.

+ Đa dạng hóa nguồn vốn đầu tư cho phát triển khoa học - công nghệ. Hiện nay, các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đang thiếu vốn trầm trọng. Vì vậy, việc tìm nguồn vốn tài trợ và huy động tối đa các nguồn vốn là công việc đòi hỏi các doanh nghiệp cần quan tâm.

+ Khuyến khích sự liên kết và hợp tác giữa các doanh nghiệp; giữa doanh nghiệp và các nhà khoa học nhằm cung cấp kịp thời đầy đủ thông tin về thành tựu khoa học - công nghệ mới để xây dựng phương án đầu tư hiệu quả cao nhất.

- Hoàn thiện hệ thống quản lý năng suất, chất lượng sản phẩm trên cơ sở ưu tiên vào công tác thiết kế và phát triển sản phẩm mới. Để đạt được mục tiêu này, theo chúng tôi, nhà nước cần hỗ trợ, giúp đỡ các doanh nghiệp thực hiện những công việc sau đây:

+ Hỗ trợ doanh nghiệp đẩy mạnh nghiệp áp dụng các hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn chất lượng quốc tế, như: hệ thống ISO 9000; ISO 9002; SA 8000 .v.v.

+ Giúp đỡ doanh nghiệp thành lập bộ phận chuyên trách nghiên cứu và phát triển sản phẩm nhằm đưa ra chiến lược sản phẩm hợp lý với nhiều mẫu mã phong phú, chủ động tạo ra những mặt hàng mới phù hợp với nhu cầu đa dạng của khách hàng.

+ Hỗ trợ doanh nghiệp tăng cường năng lực tạo mẫu và thiết kế sản phẩm theo tiêu chuẩn hiện đại nhằm tăng cường tính cạnh tranh của sản phẩm.

+ Giúp đỡ doanh nghiệp thực hiện có hiệu quả những giải pháp tiết kiệm chi phí sản xuất và nâng cao năng suất lao động nhằm giảm giá thành sản phẩm một cách đáng kể so với hiện nay.

+ Thành lập quỹ hỗ trợ và tư vấn cho doanh nghiệp tích cực triển khai ứng dụng công nghệ phần mềm, tin học hóa toàn bộ các hoạt động quản lý.

+ Ngoại giao của nhà nước chủ yếu là thực hiện ngoại giao kinh tế để hỗ trợ doanh nghiệp tìm kiếm đối tác kinh doanh, mở rộng thị trường.

- Phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ, tư vấn cho doanh nghiệp trong việc xây dựng chiến lược phát triển sản xuất kinh doanh hợp lý, trong đó chú ý giúp doanh nghiệp, doanh nhân xác định những căn cứ khoa học:

+ Xác định sứ mệnh, mục tiêu và chiến lược phát triển của doanh nghiệp.

+ Phân tích môi trường vĩ mô, vi mô, các nguồn lực và yếu tố tác động để xác định cơ hội và thách thức, điểm yếu, điểm mạnh của doanh nghiệp.

+ Hình thành chiến lược công ty, chiến lược bộ phận, chiến lược chức năng; xây dựng chính sách phân phối và sử dụng tài nguyên.

+ Lựa chọn cơ cấu tổ chức và nhân sự phù hợp với chiến lược mới.

- Đẩy mạnh phát triển các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh như đào tạo, cung cấp thông tin, xúc tiến kinh doanh, tư vấn, kế toán và kiểm toán; bảo vệ sở hữu trí tuệ, tư vấn chuyển giao công nghệ .v.v. Nâng cao chất lượng hoạt động của các dịch vụ này để hỗ trợ doanh nhân kịp thời có những công cụ, kỹ năng mà tự bản thân doanh nghiệp không đáp ứng được. Hoạt động của các dịch vụ này cần hướng tới các doanh nhân tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa để hình thành một tầng lớp doanh nhân Việt Nam đông về số lượng và có chất lượng cao.

- Thiết lập hệ thống thông tin thị trường có trọng điểm để trợ giúp tích cực cho các doanh nhân nắm bắt kịp thời diễn biến của thị trường thế giới. Xây dựng cơ chế hợp tác chặt chẽ giữa các doanh nhân, hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến thương mại trong và ngoài nước. Hoạt động tư vấn, cung cấp thông tin, xúc tiến thương mại, là những dịch vụ vô cùng cần thiết đối với doanh nhân. Kinh

nghiệm quốc tế về vấn đề này cho thấy hoạt động hỗ trợ này mạnh và chất lượng cao sẽ là yếu tố rất quan trọng giúp doanh nhân có các quyết định sáng suốt, chính xác các hoạt động kinh doanh. Việc hỗ trợ này của Nhà nước còn giúp các doanh nghiệp, doanh nhân giảm chi phí sản xuất, thực hiện các phương án kinh doanh hiệu quả hơn. Mặt khác, việc nghiên cứu thị trường thế giới là một việc rất phức tạp đối với các doanh nghiệp bởi giới hạn về trình độ, khả năng ngoại ngữ, nguồn tài chính eo hẹp. Trong bối cảnh đó, Nhà nước cần phải phát triển mạnh hệ thống thông tin quốc gia với nhiều hình thức khai thác thông tin khác nhau để cung cấp cho doanh nghiệp, doanh nhân, tạo điều kiện cho doanh nhân tìm hiểu thông tin thị trường, cũng như thực hiện những hoạt động tiếp thị và cạnh tranh ra bên ngoài.

- Chính phủ tiếp tục triển khai có hiệu quả các chương trình hỗ trợ phát triển doanh nghiệp như: Chương trình khuyến công, Chương trình xúc tiến thương mại, Chương trình hỗ trợ về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, các loại Quỹ chuyển giao công nghệ, ứng dụng công nghệ thông tin .v.v. Khuyến khích phát triển các tổ chức xã hội - nghề nghiệp, các hội, hiệp hội doanh nghiệp; tổ chức và thực hiện có hiệu quả các chương trình, đề án trợ giúp doanh nghiệp, có tài trợ một phần của Nhà nước. Nâng cao chất lượng các chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư. Đẩy mạnh trợ giúp doanh nghiệp, doanh nhân khảo sát, tiếp cận thị trường mới; hỗ trợ khởi sự doanh nghiệp, xây dựng vườn ươm doanh nghiệp.

Các dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh phải được triển khai theo nguyên tắc thị trường. Nhà nước hỗ trợ thích hợp, hạn chế tối đa việc bao cấp trong cung cấp dịch vụ dẫn đến không đáp ứng được nhu cầu của doanh nhân. Xây dựng hệ thống thông tin doanh nghiệp và đội ngũ chuyên gia có khả năng kịp thời nắm bắt tình hình kinh doanh của doanh nghiệp.

- Khắc phục những nút thắt cổ chai, trở ngại cho tăng trưởng kinh tế. Ngoài những vấn đề về thể chế, cần sớm khắc phục những trở ngại như:

+ Những hạn chế của hệ thống giáo dục-đào tạo ở nước ta. Nguồn nhân lực dồi dào được coi là một thế mạnh của Việt Nam sẽ không thể phát huy được nếu không có sự cải cách triệt để trong giáo dục. Phải xây dựng nền giáo dục và hệ thống đào tạo với mục tiêu đào tạo những con người tự chủ, có tư duy sáng tạo, dám nghĩ dám làm (chứ không phải những con người thụ động, an phận, chỉ biết phục tùng). Phải chú trọng đào tạo kỹ năng, kể cả kỹ năng biết tự học tập suốt đời, kỹ năng sống và làm việc trong một cộng đồng, một thế giới đầy biến động, ngoài kỹ năng chuyên môn.

+ Những hạn chế trong phát triển khoa học và công nghệ. Cần có cơ chế thực sự khuyến khích sự tự chủ, sáng tạo trong nghiên cứu với mục tiêu phục vụ sự phát triển. Có cơ chế, chính sách tốt, chúng ta không những có thể khai thác nguồn lực khoa học và công nghệ trong nước và của kiều bào ta ở các nước, mà còn lôi cuốn, thu hút được các nguồn lực này từ thế giới bên ngoài- một trong những lợi ích lớn của hội nhập quốc tế và toàn cầu hóa- để hỗ trợ sự phát triển của mình.

+ Những hạn chế về kết cấu hạ tầng, đặc biệt là năng lượng và giao thông vận tải cũng như quá trình đô thị hóa. Điều này hoàn toàn có thể giải quyết được khi thu hút sự tham gia của khu vực tư nhân, không chỉ bằng vốn mà cả bằng trí tuệ, hiểu biết thị trường để lựa chọn và hoạch định đúng sự phát triển, nâng cao chất lượng và hiệu quả sử dụng các nguồn lực mà nhà nước không bao giờ có đủ để dùng cho việc này.

- Về phía các doanh nhân, cần chú ý thực hiện một số biện pháp sau:

+ Gia tăng nguồn lực tài chính cho DN bằng việc huy động mọi nguồn lực tài chính tự có trong doanh nghiệp, như: quỹ khấu hao cơ bản; tạo vốn bằng cách bán đứt hoặc cho thuê, khoán các tài sản không hoặc chưa cần dùng; giải phóng hàng tồn kho nhanh chóng; huy động vốn đóng góp từ cán bộ, nhân viên trong doanh nghiệp. Mặt khác, Nhà nước nên giảm bớt các quỹ mà doanh nghiệp phải trích lập. Thực hiện sự liên kết, liên doanh giữa các doanh nghiệp với nhau, giữa doanh nghiệp với các ngân hàng để tận dụng cơ hội phát triển tối đa cho các doanh nghiệp. Phát triển lành mạnh thị trường chứng khoán và tạo điều kiện, khuyến khích doanh nghiệp tham gia thị trường chứng khoán.

+ Đẩy mạnh các hoạt động thâm nhập và phát triển thị trường. Thị trường là vấn đề sống còn đối với các doanh nghiệp trong kinh tế thị trường. Vì vậy, việc thâm nhập và phát triển thị trường là một trong những mục tiêu phấn đấu và một yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Để thực hiện được mục tiêu trên, doanh nghiệp, doanh nhân cần chú ý: 1) Đẩy mạnh công tác tiếp thị và thực hiện xúc tiến thương mại tổng hợp. Mỗi doanh nghiệp cần xây dựng bộ phận riêng hay cán bộ chuyên trách về công tác tiếp thị và xúc tiến thương mại. Bộ phận này có các nhiệm vụ: Xây dựng và khuyến khích thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp; thực hiện các chương trình quảng cáo và khuyến mãi; thiết kế và tổ chức hệ thống phân phối sản phẩm trong và ngoài nước; 2) Đảm bảo chi phí và nhân sự thích đáng để nghiên cứu thị trường. Đây là công việc thực hiện không phải dễ, nhất là đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ. Nếu công tác nghiên cứu thị trường không tốt, sẽ làm méo mó các số liệu về thị trường và, từ đó, các kết luận

và các quyết định về kinh doanh, về thị trường sẽ không đúng. Vì vậy, việc nghiên cứu thị trường cần được các doanh nghiệp quan tâm và ưu tiên tiến hành; 3) Tăng cường thâm nhập và mở rộng thêm các thị trường trong và ngoài nước với hình thức như: lựa chọn cơ cấu mặt hàng hợp lý cho từng loại thị trường; đa dạng hoá các mặt hàng; tăng cường chất lượng sản phẩm .v.v.; 4) Tăng cường hợp tác mở các văn phòng đại diện, phòng trưng bày sản phẩm tại các thị trường chủ lực và tham gia các hội chợ triển lãm, gia nhập các hiệp hội nghề nghiệp trong và ngoài nước; và 5) Xây dựng chiến lược marketing và chiến lược cạnh tranh.

3.4.4. Khơi dậy và phát huy tinh thần kinh doanh trong toàn xã hội, tôn vinh doanh nhân

Tinh thần doanh nghiệp là một trong những điều kiện cần thiết cho phát triển kinh tế. Cần thẳng thắn thừa nhận rằng, tinh thần kinh doanh là một điểm yếu căn bản của xã hội Việt Nam. Từ hàng ngàn năm nay, do chịu ảnh hưởng các luồng tư tưởng phong kiến, quan niệm “trọng nông, ức công thương”, coi thương mại là “mạt nghệ”, tầng lớp thương nhân được xếp dưới cùng trong thứ bậc xã hội: “sĩ - nông - công - thương”. Quan niệm “nhất sỹ, nhì nông” đã ăn sâu vào tiềm thức của mọi tầng lớp nhân dân. Do điều kiện của lịch sử, xã hội chỉ tôn vinh những người anh hùng giải phóng dân tộc, những người tài cao học rộng, các danh nhân văn hoá, ý chí làm giàu hầu như không có chỗ đứng trong xã hội¹.

Trải qua nhiều thế hệ, cho đến tận ngày nay, tâm lý làm công ăn lương, làm công chức nhà nước, có cuộc sống bình ổn, ít chịu mạo hiểm, rủi ro, vẫn đang là phổ biến trong xã hội. Trong thời kỳ cận đại, trước luồng gió mới của nền kinh tế tư bản, đã bắt đầu nổi lên một số người với tinh thần kinh doanh mạnh mẽ như: Bạch Thái Bưởi, Nguyễn Hữu Thu, Trịnh Văn Bô .v.v. Tuy nhiên, số lượng các doanh nhân này không nhiều và sự nghiệp kinh doanh của họ cũng chỉ tồn tại trong một thời gian rất ngắn. Trải qua các cuộc chiến tranh giải phóng dân tộc và nhiều năm xây dựng mô hình kinh tế kế hoạch hoá tập trung, tinh thần tất cả vì độc lập, tự do của dân tộc là sợi chỉ đỏ xuyên suốt, thấm sâu vào từng hành động cụ thể của mỗi con người Việt Nam. Vì vậy, trong suốt một thời gian dài, cho đến những năm gần đây, tinh thần kinh doanh, ý chí làm giàu chưa được đặt ra như là một yêu cầu thiết yếu, tự thân.

Trong thời đại ngày nay, sự phát triển của một quốc gia phụ thuộc vào tinh thần dám làm, dám mạo hiểm, dám kinh doanh của đội ngũ doanh nhân, vào tinh

¹ Lương Văn Can đã phân tích 10 nguyên nhân làm cho doanh nhân nước ta không phát triển được: không có thương phẩm; không có thương hội; không có tín thực; không có kiên tâm; không có nghị lực; không biết trọng nghề; không có thương học; kém đường giao thiệp; không biết tiết kiệm; khinh nội hóa.

thần kinh doanh của cả dân tộc, tương lai đất nước gắn liền với tinh thần kinh doanh. Vì vậy, chúng tôi cho rằng, cần thực hiện một số giải pháp sau:

- Khơi dậy và phát huy niềm đam mê của cả dân tộc về khát vọng kinh doanh, ý chí làm giàu, quyết tâm đổi mới hình ảnh của đất nước là một nhiệm vụ cấp bách. Làm giàu cho bản thân và xã hội cần được nuôi dưỡng cho các thế hệ Việt Nam từ khi mới cắp sách đến trường. Tư tưởng đề cao và tôn vinh thực sự các doanh nhân cần được thấm sâu vào từng con người Việt Nam, từ những nhà lãnh đạo cao cấp đến những con người bình thường trong xã hội. Nuôi dưỡng và phát huy tinh thần kinh doanh trong toàn xã hội cần được coi là một trong những động lực để đổi mới đất nước.

- Phát huy tinh thần doanh nghiệp cho doanh nhân và toàn xã hội, xây dựng xã hội kinh doanh. Tinh thần doanh nghiệp là một khái niệm đang được tranh luận và được hiểu khác nhau nhưng có những khía cạnh chung là: dám chấp nhận rủi ro; có đầu óc sáng tạo; có tính độc lập v.v. Với những khía cạnh chung này cho thấy, chỉ có những doanh nhân có tinh thần doanh nghiệp mới có lòng tự tin vào năng lực bản thân, mới có bản lĩnh và quyết đoán; không cam chịu số phận và luôn muốn thay đổi hoàn cảnh; không bao giờ hài lòng với thực tại; chấp nhận rủi ro và có tinh thần sáng tạo cao. Đây là những phẩm chất và tính cách rất cần cho các doanh nhân. Nó không hoàn toàn là yếu tố có tính bẩm sinh mà cần phải thông qua đào tạo và huấn luyện mới hình thành được. Việc đào tạo, bồi dưỡng kiến thức kinh doanh và các kỹ năng cho các doanh nhân là một công việc phức tạp, nhưng có thể nói, so với đào tạo và huấn luyện tinh thần kinh doanh lại là một việc dễ dàng hơn. Chỉ thông qua giáo dục và giáo dục thường xuyên tinh thần kinh doanh cho mọi thế hệ thì mới hy vọng có được đội ngũ doanh nhân trẻ, sáng tạo, có phong cách ứng xử quốc tế, nhưng vẫn giữ được tính truyền thống và văn hoá của dân tộc. Giáo dục tinh thần doanh nghiệp là cái gốc để hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân thực thụ góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế đất nước. Do đó, cần phải thường xuyên bồi dưỡng lý tưởng, đạo lý, triết lý làm giàu cho các thế hệ người Việt Nam, nhất là thế hệ trẻ để họ trở thành những doanh nhân thực thụ của Việt Nam có đủ năng lực và bản lĩnh để cạnh tranh với các doanh nhân trên thế giới.

- Xây dựng xã hội có tập quán tôn vinh doanh nhân, hình thành và phát triển văn hoá tôn vinh doanh nhân; tạo dựng môi trường xã hội khuyến khích làm giàu, tôn trọng người giàu hợp pháp; coi hoạt động kinh doanh tạo ra nhiều của cải cho xã hội là mục tiêu của đất nước.

- Có chính sách thực tôn trọng, tôn vinh doanh nhân, nhất là doanh nhân trong khu vực kinh tế tư nhân, coi doanh nhân chân chính, thành đạt, có nhiều đóng góp cho xã hội như là những người Anh hùng của của sự nghiệp đổi mới. Phát huy vai

trò của doanh nhân trong tư vấn, hoạch định chính sách kinh tế - xã hội. Khẳng định và có cơ chế để tiếp thu ý kiến đóng góp của đội ngũ doanh nhân, coi đó là một trong những kênh phản biện quan trọng nhất để giúp Đảng và Nhà nước hoạch định đường lối, chủ trương, chính sách phát triển kinh tế-xã hội của đất nước. Thường xuyên lắng nghe và giải quyết kịp thời, có thực chất nguyện vọng chính đáng của doanh nhân, tạo điều kiện thuận lợi cho họ hoạt động sản xuất kinh doanh, làm giàu hợp pháp, đóng góp ngày càng nhiều cho công cuộc xây dựng phát triển kinh tế -xã hội của đất nước.

Hộp 3.4: Khơi dậy tinh thần doanh nhân Việt Nam

Trong quá trình phát triển kinh tế đất nước, doanh nhân có mặt trong mọi ngành kinh tế. Doanh nhân không chỉ biết thao tác về nghiệp vụ trong nghề nghiệp kinh doanh mà doanh nhân phải có óc thông minh, sáng tạo và tìm nguồn lợi nhuận có được trong nền kinh tế, trên thị trường ở mọi tình thế và bất cứ nơi nào. Lợi nhuận gắn liền với doanh nhân, là động lực thúc đẩy doanh nhân hoạt động, từ đó tác động đến nền kinh tế. Nền kinh tế không có doanh nhân như bến không thuyền.

... Doanh nhân được ở vị trí tâm điểm của quá trình phát triển là vấn đề rất quan trọng. Song vấn đề quan trọng hơn là khơi dậy tinh thần doanh nhân Việt Nam trong công cuộc đổi mới, để có được đội ngũ doanh nhân chân chính.

Bà Đồng thị Ánh, Tổng GD Công ty TNHH Ánh Việt – Bình Định; Kỷ yếu Hội nghị doanh nhân tiêu biểu, tháng 10/2008.

Theo ý kiến của nhiều doanh nhân, tôn vinh doanh nhân không chỉ là tặng thưởng huân, huy chương, bằng khen .v.v., mà trước hết là tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, có biện pháp cụ thể để doanh nhân tiếp cận bình đẳng các nguồn lực, thu hẹp khoảng giữa lời nói và việc làm.

- Đổi mới các hoạt động tôn vinh doanh nhân. Trong những năm gần đây, hoạt động tôn vinh doanh nghiệp, doanh nhân đã diễn ra khá mạnh mẽ với nhiều hình thức rất đa dạng. Điều đó đã góp phần khuyến khích, động viên doanh nhân, nâng cao hình ảnh của doanh nghiệp, doanh nhân trong xã hội. Tuy nhiên, hiện nay hoạt động tôn vinh doanh nhân đang diễn ra một cách tự phát, nở rộ theo phong trào, thiếu định hướng lâu dài. Ở một số nơi, việc trao giải thưởng thiếu minh bạch, khách quan và khoa học, nặng về phô trương hình thức. Việc đánh giá thành tích của doanh nghiệp còn thiếu vắng sự tư vấn, đánh giá của một cơ quan độc lập. Cho đến nay ở nước ta vẫn chưa có khung pháp lý về việc trao giải thưởng cho doanh nghiệp, doanh nhân. Sơ bộ hiện nay đã có khoảng trên 40 loại giải thưởng do các cơ quan nhà nước, hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, các tổ chức xã hội .v.v, trao cho doanh nhân. Tình trạng công ty nào, tổ chức nào cũng có thể xét tặng

danh hiệu đang ngày càng tăng. Thậm chí có những giải thưởng mà doanh nghiệp chỉ cần làm hồ sơ và chuyển kinh phí là có thể nhận được giải thưởng, gây phản cảm cho doanh nhân và xã hội. Vì vậy, chúng tôi khuyến nghị:

- + Chính phủ xây dựng một nghị định về tiêu chí tôn vinh doanh nhân, bảo đảm tính minh bạch, công khai, khách quan, độc lập trong việc xét tặng các giải thưởng và tôn vinh doanh nghiệp, doanh nhân.

- + Bộ Nội vụ và các cơ quan quản lý nhà nước phối hợp với các cơ quan, hiệp hội doanh nghiệp xây dựng quy chế để rà soát, khảo sát, quản lý toàn bộ hoạt động tôn vinh, khen thưởng doanh nghiệp, doanh nhân. Có sự phân công, phân cấp hợp lý, rõ ràng và tổ chức thực hiện tốt việc khen thưởng doanh nghiệp, doanh nhân.

- + Việc khen thưởng doanh nghiệp, doanh nhân phải bảo đảm tương thích với tiêu chuẩn quốc tế, giải thưởng quốc tế; mang lại giá trị gia tăng cho giá trị thương hiệu, sản phẩm của doanh nghiệp, doanh nhân.

- + Ngoài những giải thưởng của các Bộ/ ngành, địa phương (bằng khen, giấy khen), giải thưởng của các tổ chức hiệp hội doanh nghiệp như hiện nay, chúng tôi cho rằng, Chính phủ xác định và đề ra một số loại giải thưởng bậc cao để định kỳ hàng năm xét tặng cho những doanh nhân ưu tú, xuất sắc, có nhiều đóng góp quan trọng cho đất nước. (tương tự như các giải thưởng dành cho các nhà khoa học, nhà giáo, văn nghệ sỹ .v.v.).

- Tạo môi trường thuận lợi về tâm lý xã hội để có sự thống nhất, sự đồng thuận cao của các tầng lớp dân cư trong xã hội về đánh giá vai trò vị trí, bản chất của doanh nhân và của các hoạt động kinh doanh. Khuyến khích và tạo điều kiện để doanh nhân tư nhân tham gia ngày càng đông đảo và tích cực trong các tổ chức chính trị - xã hội.

- Xây dựng hình ảnh đẹp của doanh nhân trong xã hội. Có thể thấy rằng, hiện nay vẫn còn có một số người kinh doanh làm ăn chộp giật, lừa đảo, phi phạm pháp luật, không có đóng góp cho xã hội. Tuy nhiên, đây là số ít, đa số doanh nhân nước ta cần cù chịu khó, năng động, sáng tạo và có nhiều đóng góp cho xã hội. Vì vậy, cần phân biệt doanh nhân kinh doanh đúng pháp luật, có nhiều đóng góp cho xã hội với một số ít người làm ăn phi pháp. Chúng tôi cho rằng, nhà nước cần chỉ đạo các phương tiện thông tin đại chúng, các tổ chức văn hóa, nghệ thuật xây dựng hình ảnh đẹp về doanh nhân, đưa những hình mẫu đẹp của doanh nhân thế giới và doanh nhân Việt Nam đến với công chúng. Các phương tiện truyền thông không nên chỉ tập trung nặng vào phản ánh những hiện tượng tiêu cực của một số ít người, có thể làm bóp méo hình ảnh doanh nhân chân chính, thành đạt.

- Cần có chính sách đột phá trong việc sử dụng doanh nhân. Chúng tôi cho rằng cần có chính sách và cơ chế bồi dưỡng, đào tạo những doanh nhân ưu tú, có đức, có tài, tạo điều kiện cho họ tham gia ngày càng nhiều hơn trong các cơ quan quyền lực nhà nước (Quốc hội, Hội đồng nhân dân các cấp) và các cơ quan lãnh đạo nhà nước ở Trung ương và địa phương.

3.4.5. Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân; xây dựng văn hóa doanh nhân và các tiêu chí xác định doanh nhân chân chính, thành đạt

3.4.5.1. Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân

Thời đại ngày nay là thời đại của trí tuệ, thời đại của nền kinh tế tri thức. Việc phát triển các hoạt động sản xuất, kinh doanh 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 hoá 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 .v.v. Để có được những kiến thức đó, doanh nhân phải được đào tạo một cách bài bản.

Tuy nhiên, như đã phân tích ở chương 2, đội ngũ doanh nhân Việt Nam mới ra đời trong một thời gian rất ngắn, chưa được đào tạo một cách bài bản, trình độ quản trị 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 có sự hỗ trợ có hiệu quả của Nhà nước. Trong điều kiện của Việt Nam hiện nay và đến năm 2020, Nhà nước vẫn có vai trò cực kỳ quan trọng trong việc đào tạo này. Đào tạo đội ngũ doanh nhân là một nội dung lớn, phức tạp, liên quan đến rất nhiều khía cạnh khác nhau. Trong phạm vi đề tài này, chúng tôi đề xuất một số biện pháp sau đây:

a, Về phía Chính phủ và các cơ quan quản lý nhà nước

- Chính phủ giao cho Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam chủ trì, phối hợp với Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, các trường đại học, các doanh nghiệp .v.v., xây dựng *Đề án đào tạo đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020*. Nội dung chủ yếu của Đề án này là đánh giá nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân ở nước ta hiện nay và đến năm 2020; xác định mục tiêu đào tạo; nội dung chương trình, quy trình, phương pháp đào tạo; kinh phí đào tạo, đối tượng đào tạo .v.v. Kinh phí của các chương trình đào tạo một phần từ nguồn ngân sách nhà nước, một phần từ đóng góp của các doanh nghiệp và hỗ trợ của các tổ chức quốc tế.

Các chương trình đào tạo doanh nhân thuộc phạm vi đề án này cần được tổ chức, quản lý một cách thống nhất, tập trung, từ Trung ương xuống địa phương,

tránh tình trạng, phân tán, chồng chéo giữa các tổ chức, các Bộ, ngành và địa phương.

Trước mắt, cần xây dựng một chương trình đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân trong khuôn khổ kế hoạch 5 năm, 2011 – 2015. Việc đào tạo, bồi dưỡng kiến thức cho doanh nhân ở nước ta hiện nay, cần chú ý ở cả ba đối tượng: 1) những người hiện đang là chủ doanh nghiệp; 2) những người có nhu cầu và có khả năng trở thành chủ doanh nghiệp, hoặc đang làm công tác quản lý ở các doanh nghiệp (đào tạo tiềm năng) và 3) đào tạo qua thực tiễn, thông qua hệ thống giáo dục các cấp.

- Nhà nước cần khuyến khích phát triển thị trường dịch vụ đào tạo doanh nhân. Tạo cơ chế thực sự thuận lợi để hỗ trợ về đất đai, mặt bằng, các chính sách ưu đãi về thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp .v.v., cho các cơ sở đào tạo doanh nhân. Khuyến khích các cơ sở đào tạo, các trường đại học kinh tế mở các khóa đào tạo “giám đốc chuyên nghiệp”, các chương trình “khởi sự doanh nghiệp”. Trong những năm trước mắt, cần khuyến khích và tạo điều kiện vật chất cho các cơ sở đào tạo hiện có đổi mới nội dung chương trình, phương pháp đào tạo phù hợp với điều kiện cụ thể của nước ta, trong đó, cần đặc biệt chú trọng đào tạo, bồi dưỡng lực lượng doanh nhân trẻ, chuyên nghiệp.

- Nhà nước dành một khoản ngân sách nhất định để hỗ trợ các trường đại học, các cơ sở đào tạo xây dựng và phát triển các “vườn ươm doanh nghiệp”; hỗ trợ cho các doanh nghiệp, doanh nhân, chủ yếu là doanh nhân đang lãnh đạo, quản lý các doanh nghiệp nhỏ và vừa được tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng, tham quan khảo sát thị trường ở trong và ngoài nước. Khoản ngân sách nhà nước hàng năm dành cho các hoạt động này là khoảng 1 % trong giai đoạn 2011 – 2015 và có thể tăng dần lên trong những năm sau.

- Đổi mới mạnh mẽ và thực chất cơ chế quản lý các trường đại học, cao đẳng; xóa bỏ cơ chế Bộ chủ quản, tăng quyền tự chủ cho các trường đại học, tạo điều kiện cho các trường đại học có quyền tự chủ trong việc thực hiện các chương trình đào tạo, trong đó có đào tạo về quản trị kinh doanh ở bậc đại học và cao học; xây dựng cơ chế khuyến khích sự gắn kết giữa các trường đại học và doanh nghiệp trong đào tạo và bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân.

- Ngoài những khóa đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn, các lớp đào tạo giám đốc chuyên nghiệp như các trường đại học, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, các hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức xã hội, nghề nghiệp vẫn thường tổ chức như hiện nay, chúng tôi đề nghị Nhà nước nên giao cho một số trường đại học kinh tế lớn, có uy tín xây dựng một số khoa chuyên đào tạo giám đốc doanh

nghiệp. Chương trình, nội dung giảng dạy ở các khoa này trước hết là sử dụng chương trình của một số trường đào tạo giám đốc nổi tiếng của thế giới, sau đó bổ sung thêm một số phần thực tiễn của Việt Nam vào cho phù hợp. Việc này có thể làm ngay để đào tạo cho đội ngũ giám đốc hiện có. Tất nhiên, Nhà nước phải đầu tư, đồng thời Nhà nước cũng có thể kêu gọi một số doanh nghiệp có năng lực đầu tư cho các khoa này, với yêu cầu, sao cho điều kiện dạy và học ở đây không thua kém gì so với các nước tiên tiến, và người học có thể thực hành ngay các kiến thức đã học vào quản lý, điều hành doanh nghiệp.

- Nhà nước tạo điều kiện về mặt bằng, kêu gọi thu hút các thu hút các nguồn vốn xã hội để đầu tư xây dựng trường chuyên đào tạo giám đốc doanh nghiệp chất lượng cao, trước mắt ở hai thành phố lớn là Hà Nội và TP. HCM, phấn đấu trong thời gian ngắn đạt chuẩn khu vực và quốc tế.

- Bộ Giáo dục và Đào tạo nghiên cứu xây dựng và đưa nội dung quản trị kinh doanh và tinh thần kinh doanh vào chương trình giáo dục phổ thông trung học và đại học. Theo kết quả nghiên cứu “Nhu cầu giáo dục về kinh doanh cho học sinh phổ thông”¹ của Ths. Trần Thị Anh Hoa và TS. Lê Văn Anh thuộc Viện Chiến lược và Chương trình giáo dục, phần lớn học sinh (96,3%), phụ huynh (97,1%), cán bộ quản lý (100%), giáo viên (96,3%) cho rằng rất cần thiết và cần phải đưa giáo dục về kinh doanh vào trường THPT và đại học, nhằm góp phần định hướng nghề nghiệp cho các em học sinh và tạo thêm điều kiện cần thiết để cho các em có thể tự tạo việc làm. Kết quả khảo sát² phụ huynh học sinh THPT cho thấy, hầu hết các bậc phụ huynh mong muốn các em học sinh THPT cần được học đầy đủ, có chất lượng kiến thức về kinh doanh để có thể tạo việc làm cho chính mình, giúp ích cho gia đình và xã hội. Từ kết quả của công trình nghiên cứu trên, căn cứ vào yêu cầu đào tạo đội ngũ doanh nhân trong giai đoạn 2011 – 2020 và những năm tiếp theo, chúng tôi cho rằng, cần thực hiện một số biện pháp cụ thể sau đây:

- + Bộ Giáo dục và Đào tạo chủ trì xây dựng đề án đưa nội dung giáo dục kinh doanh vào các trường THPT. Khuyến khích và hướng dẫn các trường đại học, cao đẳng (không thuộc khối kinh tế và quản trị kinh doanh) xây dựng chương trình giáo dục kinh doanh thích hợp với điều kiện của từng trường.

- + Bộ Giáo dục và Đào tạo giao cho một hoặc một số trường đại học kinh tế có uy tín phối hợp với các trường sư phạm xây dựng chương trình đào tạo, bồi dưỡng giáo viên và mở thêm ngành Giáo dục kinh doanh để cung cấp giáo viên

¹ Xem bài: “Thực trạng nhu cầu giáo dục về kinh doanh cho học sinh trung học phổ thông”, Tạp chí Khoa học giáo dục, số 20, tháng 5 năm 2007.

² Nguồn như trên. Kết quả phỏng vấn của 828 cán bộ quản lý, giáo viên, phụ huynh và học sinh lớp 10,11 ở 8 trường THPT thuộc 4 tỉnh: Thanh hóa, Quảng Ngãi, Bình Phước và Trà Vinh.

cho các trường phổ thông. Trong giai đoạn 2011- 2015, có thể triển khai thí điểm ở một số trường phổ thông và đại học, cao đẳng, và tiếp tục mở rộng trên phạm vi cả nước trong giai đoạn 2016- 2020 và những năm tiếp theo.

+ Đối với các trường THPT, nội dung chủ yếu của chương trình giáo dục kinh doanh là hướng dẫn và khơi dậy cho các em học sinh ý tưởng về kinh doanh, cung cấp một số kiến thức cơ bản về kinh doanh, nuôi dưỡng và phát huy tinh thần kinh doanh, xây dựng hình ảnh đẹp của doanh nhân chân chính, thành đạt, giới thiệu về gương của các doanh nhân ưu tú trong và ngoài nước; bồi dưỡng năng lực cơ bản về kinh doanh để các em có thể trở thành các doanh nhân trong tương lai. Đối với các trường đại học, cao đẳng (không thuộc khối kinh tế và quản trị kinh doanh), cần đưa môn giáo dục kinh doanh như là một môn học tự chọn, vào nội dung chính khóa của các chương trình đào tạo.

b, Đối với các trường đại học, cao đẳng khối kinh tế và các cơ sở đào tạo

- Để thực hiện tốt vai trò quan trọng trong việc đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực của đội ngũ doanh nhân, phát triển tinh thần doanh nhân, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, các cơ sở đào tạo cần chú trọng đổi mới và xây dựng nội dung chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu của nền kinh tế thị trường. Các cơ sở đào tạo cần phối hợp chặt chẽ với doanh nghiệp, mời các doanh nhân tham gia giảng dạy, báo cáo chuyên đề; tăng cường hoạt động khảo sát thực tiễn và chú trọng đào tạo theo đặt hàng của doanh nghiệp.

Về học liệu dùng cho đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân, cần phát triển bộ học liệu phong phú, đa dạng, mang tính ứng dụng cao. Ngoài giáo trình cơ bản (có thể chủ yếu tham khảo từ nước ngoài để đảm bảo tính hiện đại), các học liệu khác như bài tập tình huống, bài tập và đề tài thảo luận gắn với thực tiễn Việt Nam đóng vai trò quan trọng. Phương pháp đào tạo rất cần được đổi mới và phù hợp. Lấy người học làm trung tâm, sử dụng các phương pháp đào tạo đa dạng, có sự hỗ trợ của các phương tiện giảng dạy, các bài tập tình huống, thảo luận sẽ góp phần quan trọng tăng hiệu quả của đào tạo, khơi dậy sự say mê, sáng tạo của người học, và khao khát áp dụng kiến thức đã học vào thực tiễn hoạt động của doanh nghiệp mình.

- Đối với các trường đại học khối kinh tế hiện đang có các chương trình đào tạo về quản trị kinh doanh ở bậc đại học và cao học, các chương trình bồi dưỡng ngắn hạn cho cán bộ quản lý doanh nghiệp, cần thực hiện một số biện pháp cụ thể sau:

+ Tiếp tục đổi mới nội dung chương trình đào tạo, bồi dưỡng. Để thực hiện được yêu cầu này, chúng tôi cho rằng: 1) các trường đại học khối kinh tế cần rà soát, đánh giá lại nội dung, phương pháp đào tạo của các chương trình đào tạo

ngành quản trị kinh doanh hiện có theo hướng giảm sự trùng lặp, đảm bảo tính liên thông và hội nhập quốc tế trong đào tạo ở bậc đại học và cao học; 2) tham khảo chương trình đào tạo quản trị kinh doanh và các chương trình đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn (như chương trình đào tạo giám đốc chuyên nghiệp, chương trình bồi dưỡng quản trị doanh nghiệp cho các nhà quản lý doanh nghiệp .v.v.) của các trường đại học nước ngoài. Trên cơ sở đó, xây dựng và hoàn thiện các chương trình hiện có; 3) thường xuyên nghiên cứu nhu cầu xã hội về đào tạo đội ngũ doanh nhân và điều chỉnh, cập nhật kiến thức mới nhất về quản trị doanh nghiệp, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao và liên tục đổi mới của các chương trình đào tạo; 4) phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp, doanh nhân trong suốt quá trình đào tạo của nhà trường nhằm tăng tính thực tiễn và thu hút các nguồn lực từ khu vực doanh nghiệp.

+ Không ngừng nâng cao năng lực và trình độ chuyên môn của đội ngũ giảng viên và cán bộ quản lý. Tạo điều kiện cho các giảng viên, nhất là giảng viên trẻ, nâng cao trình độ chuyên môn bằng cách tham gia các chương trình đào tạo bài bản ở trong và ngoài nước. Thường xuyên thực hiện trao đổi giảng viên với các trường nước ngoài, mời các giảng viên có kinh nghiệm của nước ngoài tham gia giảng dạy với nhiều hình thức khác nhau; phối hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp, nhất là các tổng công ty, các tập đoàn, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong việc xây dựng, thiết kế các chương trình đào tạo, mời các doanh nhân nổi tiếng tham gia giảng dạy, tổ chức các hội thảo khoa học để chia sẻ kinh nghiệm về đào tạo, tổ chức cho giảng viên, học viên đi khảo sát thực tế tại các doanh nghiệp. Các trường cần có chính sách thu hút và sử dụng giảng viên và các nhà quản lý giỏi tham gia tích cực các chương trình đào tạo, nhất là các chương trình đào tạo cao học về quản trị kinh doanh. Thường xuyên bồi dưỡng phương pháp đào tạo mới, hiện đại cho đội ngũ giảng viên. Thực tế đào tạo ở các trường đại học hiện nay đã cho thấy, việc đổi mới phương pháp đào tạo, nhất là đối với các chương trình đào tạo quản trị kinh doanh và đào tạo cán bộ quản trị doanh nghiệp, có vai trò rất quan trọng. Đó là phương pháp lấy người học làm trung tâm, thực hiện các bài tập tình huống từ thực tế của doanh nghiệp, tăng cường thảo luận nhóm, các trò chơi mô phỏng .v.v.

+ Xây dựng và sử dụng học liệu tiên tiến đáp ứng yêu cầu đào tạo đội ngũ cán bộ quản trị doanh nghiệp, doanh nhân. Thực tế đã cho thấy, hệ thống giáo trình, học liệu có vai trò rất quan trọng để nâng cao chất lượng đào tạo. Kết quả

nghiên cứu của một đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ¹ về vấn đề này đã có đề xuất hợp lý khi cho rằng: Đối với các chương trình hợp tác liên kết, có yếu tố nước ngoài, hay các chương trình giảng dạy bằng tiếng Anh, nên sử dụng giáo trình, tài liệu gốc, chuẩn quốc tế. Ngoài ra, cần bổ sung thêm bài tập tình huống mang tính ứng dụng phù hợp với điều kiện Việt Nam; đối với các chương trình giảng dạy bằng tiếng Việt, cần tăng cường sử dụng các nguồn tài liệu dịch từ các giáo trình chuẩn quốc tế, xây dựng hệ thống học liệu, tài liệu tham khảo dựa trên các chương trình chuẩn quốc tế để đảm bảo tính hiện đại, hội nhập quốc tế.

c, Về phía các doanh nghiệp, doanh nhân

- Trước hết các doanh nghiệp, doanh nhân cần có nhận thức đúng về yêu cầu nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của bản thân doanh nhân và đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp về quản trị kinh doanh, về ngoại ngữ, yêu cầu đào tạo, bồi dưỡng các kiến thức về pháp luật, về kinh doanh 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 cán bộ, nhân viên của doanh nghiệp; 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, nghiệp vụ, 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 kỹ năng quản trị doanh nghiệp.

- 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 .v.v.; 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.

3.4.5.2. Xây dựng văn hóa doanh nhân

Văn hóa doanh nhân là những biểu hiện hành vi, thái độ ứng xử của doanh nhân và được thể hiện thông qua quá trình hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp, doanh nhân; thể hiện quan hệ ứng xử trong nội bộ doanh nghiệp cũng như các quan hệ bên ngoài của doanh nghiệp. Hay nói cách khác, “văn hóa doanh nhân là tập hợp những giá trị căn bản nhất, những khuôn mẫu văn hóa xác lập nên nhân cách của con người doanh nhân, đó là con người của khát vọng làm giàu, biết cách làm giàu và dấn thân để làm giàu, dám chịu trách nhiệm, dám

¹ Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ: “Đào tạo và bồi dưỡng cán bộ quản trị doanh nghiệp ở các trường Đại học khối kinh tế theo nhu cầu xã hội” do PGS.TS. Nguyễn Thị Tuyết Mai (Trường Đại học Kinh tế quốc dân) làm chủ nhiệm, mã số B2008.06.95, năm 2010.

chịu rủi ro đem toàn bộ tâm hồn, nghị lực và sự nghiệp của mình ra để làm giàu cho mình, cho doanh nghiệp và cho xã hội”¹.

Văn hoá doanh nhân góp phần rất quan trọng cho sự phát triển của doanh nghiệp nói riêng, của nền kinh tế nói chung. Xây dựng văn hoá doanh nhân là đưa các nhân tố văn hoá vào hoạt động kinh doanh, tạo lập và hoàn thiện phương thức kinh doanh của từng doanh nhân, doanh nghiệp phù hợp với văn hoá 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 .v.v. Vì vậy, xây dựng văn hóa doanh nhân trước hết là trách nhiệm của bản thân của từng doanh nhân, đồng thời cũng là trách nhiệm của xã hội và toàn bộ hệ thống chính trị. Trong phạm vi đề tài này, chúng tôi đề xuất một số giải pháp sau đây.

- 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, tạo hình ảnh doanh nhân một cách chân thực, sống động, hướng doanh nhân không ngừng hoàn thiện mình để trở thành những doanh nhân chân chính.

- Xây dựng văn hoá ứng xử trong 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 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. Thực hiện sự bình đẳng trên cơ sở phát huy tối đa mọi năng lực của từng con người 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.

¹ Hồ Sĩ Quý, *Về giá trị và giá trị châu Á*, Nhà XB Chính trị Quốc gia, H, 2006, trang 203.

- Trong quan hệ 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; đảm bảo 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 hẹn đúng hợp đồng, đúng chất lượng sản phẩm, quảng cáo phải đúng sự thật, hướng dẫn khách hàng tiêu dùng đạt được lợi ích tối đa. Đó là những phẩm chất quan trọng, thể hiện năng lực tổ chức và đạo đức của doanh nhân.

- Văn hoá doanh nhân còn thể hiện ở việc kinh doanh trong khuôn khổ pháp luật và thực hiện đúng pháp luật. Mục đích của kinh doanh là mưu tìm lợi nhuận, việc mưu tìm này chỉ thực sự là hành vi có văn hoá khi nó được đặt trong khuôn khổ pháp luật và chỉ trong khuôn khổ ấy mới đảm bảo 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.

Pháp luật phải được xây dựng dựa trên nguyên tắc là doanh nhân, nhà nước cùng với tham gia và phải điều hoà được quyền, nghĩa vụ lợi ích của đôi bên, tránh tình trạng đưa thuận lợi về phía cơ quan quản lý nhà nước, đẩy khó khăn sang doanh nghiệp.

- Văn hoá doanh nhân chỉ được xây dựng dựa trên một nền tảng tri thức. Vì vậy, việc xây dựng văn hoá doanh nhân, doanh nghiệp phải gắn liền với giải pháp đào tạo, nâng cao trình độ, xây dựng đội ngũ doanh nhân - trí thức. Chỉ có trên nền tảng đó mới có thể xây dựng văn hoá doanh nhân phù hợp với văn hoá dân tộc và thời đại.

- Xây dựng văn hóa doanh nhân Việt Nam hội tụ các yếu tố: nhân - tâm - tài - trí - dũng, thể hiện ở các giá trị chuẩn mực của doanh nhân: sáng tạo, đổi mới, biết kết hợp và phát huy các nguồn lực; không thỏa mãn, có lòng tự tin, kiên trì bền bỉ; dám mạo hiểm, chấp nhận rủi ro, thách thức; quyết đoán và có ý chí làm giàu, có trách nhiệm xã hội.

3.4.5.3. Xây dựng tiêu chí xác định doanh nhân chân chính, thành đạt

- Thống nhất khái niệm về doanh nhân ở nước ta hiện nay và trong giai đoạn 2011 - 2020. Như đã nêu ở chương 1, hiện nay ở nước ta còn có cách tiếp cận và cách hiểu khác nhau về khái niệm doanh nhân. Điều này cũng làm cho các chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nhân gặp những khó khăn nhất định.

Mặt khác, trong xã hội cũng không phân định rõ ràng ai là doanh nhân. Vì vậy, chúng tôi cho rằng cần thống nhất khái niệm về doanh nhân Việt Nam. Cần có các chuẩn mực, các tiêu chí cụ thể phù hợp về doanh nhân chứ không nên dừng lại ở những tiêu chí chung chung mà hình như ai làm kinh doanh cũng có thể được coi là doanh nhân. Đây sẽ là cơ sở để phân tích, đánh giá về doanh nhân Việt Nam và thực hiện các chính sách đối với doanh nhân (chính sách hỗ trợ doanh nhân, tôn vinh doanh nhân, xét tặng các giải thưởng cho doanh nhân .v.v.).

- Chính phủ giao cho các cơ quan có liên quan xác định rõ một số tiêu chí cụ thể liên quan đến doanh nhân như:

+ Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu.

+ Văn hóa doanh nhân.

+ Doanh nhân thực hiện tốt trách nhiệm xã hội.

+ Các tiêu chí để xét tặng các giải thưởng hàng năm cho doanh nhân vào dịp “Ngày doanh nhân Việt Nam” và tiêu chí phong tặng các danh hiệu dành cho doanh nhân (bằng khen, giấy khen các cấp, huân chương lao động và các loại huân, huy chương khác, chiến sỹ thi đua các cấp, anh hùng lao động .v.v.).

Trong những năm gần đây, các cơ quan nhà nước ở trung ương và địa phương, các tổ chức chính trị xã hội, các hiệp hội doanh nghiệp đã có rất nhiều giải thưởng để tôn vinh doanh nhân với các tiêu chí rất khác nhau. Điều này cũng đã gây ra một số phản cảm nhất định trong xã hội và trong ngay cả trong giới doanh nhân. Vì vậy, cần có sự nghiên cứu để xây dựng các tiêu chí xác định các loại giải thưởng và danh hiệu tôn vinh doanh nhân. Các tiêu chí này bao gồm cả các chỉ tiêu chí định tính và định lượng và cần được phổ biến và áp dụng chung cho toàn quốc, làm cơ sở cho Nhà nước, các Bộ, ngành và địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội đánh giá và xét tặng các loại giải thưởng, danh hiệu và tôn vinh doanh nhân. Đồng thời, đây cũng là căn cứ để doanh nhân phấn đấu, thực hiện nhằm góp phần xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam có chất lượng cao.

- Xác định các tiêu chí doanh nhân chân chính, thành đạt. Các tiêu chí này phải bao gồm tiêu chí định tính và định lượng.

Các tiêu chí định tính bao gồm:

1) Phẩm chất cá nhân. Doanh nhân trước hết là một công dân, hơn nữa là công dân yêu nước, có lòng tự tôn dân tộc. Doanh nhân yêu nước là muốn làm giàu cho cá nhân và xã hội, đặt lợi ích cá nhân trong lợi ích dân tộc, kết hợp lợi ích cá nhân và xã hội. Thực hiện sứ mạng sáng tạo, nâng cao tinh thần và vật chất cho xã hội, không làm tổn hại đến môi trường, xã hội.

2) Thực hiện tốt các quan hệ xã hội, bao gồm quan hệ trong nội bộ doanh nghiệp; quan hệ với đối tác, khách hàng; quan hệ với các tổ chức xã hội và các tầng lớp khác trong xã hội; có trách nhiệm xã hội.

3) Vai trò chính trị. Tích cực tham gia các hoạt động chính trị - xã hội, là thành viên tích cực trong đời sống chính trị – xã hội của đất nước, có tinh thần đóng góp ý kiến xây dựng đường lối, chính sách kinh tế-xã hội.

4) Có năng lực kinh doanh, sáng tạo, năng động trong các hoạt động sản xuất kinh doanh.

5) Có khả năng hợp tác và cạnh tranh quốc tế.

Các tiêu chí định lượng cần phải gắn với doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo, bao gồm¹:

- 1) Doanh thu và tốc độ tăng doanh thu.
- 2) Lợi nhuận.
- 3) Kim ngạch xuất khẩu và tốc độ tăng xuất khẩu (nếu có)
- 4) Nộp ngân sách.
- 5) Mức độ đổi mới thiết bị, công nghệ/ sáng kiến cải tiến.
- 6) Mức độ tạo ra sản phẩm, dịch vụ mới.
- 7) Chất lượng sản phẩm, dịch vụ.
- 8) Mức độ hài lòng của người tiêu dùng.
- 9) Tạo việc làm và việc làm mới.
- 10) Tuân thủ pháp luật.
- 11) Bảo vệ môi trường.
- 12) Trách nhiệm với người lao động của doanh nghiệp (tiền lương, bảo hiểm, đào tạo người lao động và các vấn đề xã hội khác).
- 13) Trách nhiệm với cộng đồng, xã hội.
- 14) Văn hóa doanh nghiệp.

¹ Các tiêu chí này còn tùy thuộc vào từng ngành, lĩnh vực sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Hộp 3.5: Phẩm chất của nhà lãnh đạo doanh nghiệp

Lãnh đạo doanh nghiệp cần có nhiều phẩm chất khác nhau, nhưng tựu trung lại là, người lãnh đạo đó phải có khát vọng, có mong ước đưa doanh nghiệp của mình trở thành hàng đầu của khu vực và thế giới. Thứ hai là phải có tầm nhìn chiến lược cũng như các điều kiện vật chất cần thiết khác như vốn, sức khỏe, năng lực chuyên môn và tính chuyên nghiệp của người lãnh đạo. Tất cả những kỹ năng và phẩm chất đó, một người lãnh đạo hàng đầu cần phải có.

Ông Phương Hữu Việt, Chủ tịch Hội các doanh nghiệp trẻ Việt Nam. Dẫn theo lanhdao.net, ngày 16/5/2008

3.4.6. Xây dựng và ban hành nghị quyết của BCH Trung ương Đảng về xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam đến năm 2020

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 nhiệm kỳ Đại hội X, Đảng cũng đã có Nghị quyết về xây dựng giai cấp công nhân, giai cấp nông dân, về phát triển đội ngũ trí thức. Như đã nêu ở trên, cùng với công cuộc đổi mới, cơ cấu giai cấp xã hội nước ta cũng có sự biến đổi cơ bản. Trong xã hội nước ta hiện nay, không chỉ có giai cấp công nhân, nông dân và tầng lớp trí thức mà đã xuất hiện một cơ cấu giai cấp - xã hội mới. Trong tiến trình đó, doanh nhân xuất hiện và trưởng thành như là một lực lượng xã hội mới, có tính tất yếu, đáp ứng yêu cầu phát triển của nền kinh tế-xã hội. Hơn nữa, đây còn là lực lượng xung kích, tiên phong trong công cuộc chấn hưng đất nước.

Hiện nay, vẫn còn có những quan điểm chưa thống nhất, còn có nhận thức chưa đầy đủ, rõ ràng về vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong tiến trình xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta. Xây dựng đội ngũ doanh nhân chuyên nghiệp, đông đảo về số lượng và có chất lượng cao, đang là một nhiệm vụ cấp bách.

Cho đến nay, Đảng vẫn chưa có Nghị quyết về xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân như là một giai tầng xã hội¹. Thực tế này đã dẫn đến một số chủ trương, chính sách của Đảng về phát triển doanh nghiệp, doanh nhân chưa thực sự phát huy đầy đủ. Đất nước ta đang bước sang một giai đoạn phát triển mới, cần có Nghị quyết riêng để tiếp tục khẳng định và phát huy mạnh mẽ vai trò của đội ngũ

¹ Năm 2009, Bộ Chính trị đã có quyết định giao cho Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam chủ trì xây dựng đề án “Phát huy vai trò của doanh nhân trong thời kỳ CNH, HĐH đất nước và hội nhập kinh tế quốc tế” để trình Bộ Chính trị thảo luận, ban hành Nghị quyết.

doanh nhân, khẳng định một cách dứt khoát quan điểm về phát triển đội ngũ doanh nhân trong sự nghiệp xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Chúng tôi khuyến nghị, trong nhiệm kỳ Đại hội lần thứ XI của Đảng, cần có một Nghị quyết của Ban chấp hành Trung ương Đảng về xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Nội dung cơ bản của Nghị quyết này là xác định rõ vai trò, vị trí, đặc điểm, bản chất, tiêu chí của đội ngũ doanh nhân và giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta trong thời kỳ phát triển mới. Nghị quyết cần tạo sự đột phá trong nhận thức và hành động của toàn xã hội, nhất là đội ngũ cán bộ, công chức nhà nước.

Chúng tôi cho rằng cần những nội dung cơ bản sau đây cần được đưa vào Nghị quyết và dự thảo Văn kiện Đại hội XI:

Một là, khẳng định dứt khoát vấn đề không có bóc lột trong đối với những doanh nghiệp tư nhân kinh doanh đúng pháp luật. Phát triển doanh nghiệp tư nhân là yêu cầu tất yếu của nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta. Doanh nghiệp, doanh nhân là lực lượng xung kích tạo việc làm, xoá đói giảm nghèo, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và hội nhập quốc tế.

Hai là, xác định vị thế của tầng lớp doanh nhân trong cơ cấu xã hội ở nước ta. Doanh nhân là một tầng lớp xã hội mới, là sản phẩm của đường lối đổi mới cùng với công nhân, nông dân, trí thức tạo thành đội quân chủ lực trong công cuộc xây dựng và chấn hưng đất nước.

Ba là, xác định vai trò của doanh nhân trong sự nghiệp đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta.

- Doanh nhân là lực lượng xung kích thực hiện mục tiêu “dân giàu nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh”;

- Doanh nhân là đại biểu cho lực lượng sản xuất mới, đáp ứng yêu cầu phát triển của nền kinh tế thị trường định hướng XHCN.

- Doanh nhân là lực lượng quyết định chủ yếu giải phóng lực lượng sản xuất, thúc đẩy nhanh sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá, đáp ứng yêu cầu xã hội và tạo ra chuỗi giá trị mới cho xã hội, là đội quân chủ lực thúc đẩy tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế.

- Doanh nhân là một trong những lực lượng tiên phong bảo đảm tính định hướng xã hội chủ nghĩa của nền kinh tế thị trường ở nước ta hiện nay và cả trong thời kỳ quá độ lâu dài, quyết định thúc đẩy sự hình thành và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN.

Sự nhất quán trong chủ trương, đường lối, sự đồng thuận cao của toàn xã hội sẽ tạo động lực thúc đẩy sự phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay và những năm tới. Trên cơ sở Nghị quyết của BCH Trung ương, Quốc hội, Chính phủ tiếp tục cụ thể hóa, ban hành các văn bản pháp luật và chính sách cụ thể để xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân trong điều kiện mới của đất nước.

3.4.7. Mở rộng việc kết nạp những người là chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng và nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các tổ chức Đảng, đoàn thể trong các doanh nghiệp tư nhân

Việc kết nạp những người là chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng là vấn đề nhạy cảm và còn nhiều ý kiến khác nhau. Tuy nhiên, chúng tôi cho rằng, Đảng ta là một Đảng cách mạng, một Đảng hành động, cái gì đúng, phù hợp với quy luật, phù hợp với thời đại, phù hợp với lợi ích của dân tộc thì cần mạnh dạn làm, không hề giáo điều, rập khuôn, máy móc. Thực tiễn 80 năm Đảng lãnh đạo đất nước vừa qua đã cho chúng ta thấy rõ điều đó. Việc mở rộng kết nạp những người là chủ doanh nghiệp tư nhân có nguyện vọng và đủ điều kiện vào Đảng, theo chúng tôi là hoàn toàn hợp lý, và như vậy sẽ là một bước tiến trong nhận thức, một bước tiến trong việc làm tăng sức mạnh, sức chiến đấu của Đảng trong điều kiện mới của cách mạng. Trước hết chúng ta thấy, Đảng cộng sản là đội tiên phong của giai cấp công nhân, nhưng trong điều kiện Việt Nam, vốn từ nền kinh tế lạc hậu, thuộc địa nửa phong kiến, với trên 90% là nông dân và với 54 dân tộc anh em, nên Đảng còn là đội quân tiên phong của nhân dân lao động và của cả dân tộc. Chính vì thế, trong nhiều giai đoạn cách mạng vừa qua, phần lớn đảng viên của Đảng không phải xuất thân từ giai cấp công nhân, mà từ nhiều giai cấp, tầng lớp xã hội khác nhau, cái cốt lõi chính là họ tình nguyện đứng dưới cờ của Đảng và chiến đấu vì sự nghiệp cách mạng của Đảng, của dân tộc.

Do vậy, nếu trong cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc, người đảng viên phải là người đi đầu ra mặt trận, sẵn sàng đối mặt với kẻ thù để dành lại sự sống cho nhân dân, dành lại độc lập, tự do cho tổ quốc, thì ngày nay, trong sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, người đảng viên cũng phải là người đi đầu trong các hoạt động sản xuất-kinh doanh, người tạo ra nhiều công ăn việc làm cho nhân dân, nhiều của cải vật chất cho xã hội, để thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh. Người đó trước hết phải là doanh nhân chân chính. Kết nạp những doanh nhân chân chính, tuân thủ điều lệ Đảng, phấn đấu vì sự nghiệp cao cả của dân tộc thì chắc chắn sẽ làm tăng sức chiến đấu và nâng cao vai trò lãnh đạo của Đảng.

Mặc khác, cũng cần phải thấy rằng, đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay hầu hết là xuất thân từ cán bộ, công chức nhà nước, quân đội, công nhân, nông dân

và trí thức, sinh ra và trưởng thành trong chế độ mới¹. Phần lớn doanh nhân trẻ đều là con em của cán bộ, đảng viên và nhân dân lao động, và do nền giáo dục cách mạng của Đảng đào tạo ra. Họ chính là vốn quý của Đảng và của nhân dân, do đó việc đưa họ vào hàng ngũ của Đảng chính là làm tăng sức mạnh, sức chiến đấu của Đảng, giúp Đảng hoàn thành được sứ mệnh vẻ vang đối với nhân dân, với dân tộc.

Thực tế là trong những năm vừa qua, Đảng đã có chủ trương về vấn đề này. Ngày 23/11/1996, Bộ Chính trị (khóa VIII) đã ra Chỉ thị số 07-CT/TW về “Tăng cường công tác xây dựng Đảng, các đoàn thể nhân dân trong doanh nghiệp tư nhân, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần tư nhân (gọi tắt là doanh nghiệp tư nhân) và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài”. Đại hội X đã có chủ trương cho phép đảng viên được làm kinh tế tư nhân, nhưng cho đến nay, Đảng vẫn chưa có chủ trương rõ ràng về việc kết nạp những người là chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng. Thực tế là sau 12 năm thực hiện Chỉ thị 07, tính đến ngày 31/12/2008, tại 62/63 tỉnh ủy, thành ủy, chỉ có 2009 tổ chức Đảng, chiếm 1,22% tổng số doanh nghiệp tư nhân². Tính đến ngày 31/12/2008, cả nước có 15.398 công đoàn cơ sở trong doanh nghiệp tư nhân, chiếm 9,4% tổng số DNTN; 3.200 tổ chức Đoàn trong DNTN, chiếm 2,0% tổng số DNTN. Cả nước cũng chỉ có 9 chi hội phụ nữ được thành lập tại các DNTN. Một trong những nguyên nhân chủ yếu của tình trạng này là do chúng ta chưa có quyết sách rõ ràng về kết nạp những người là chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng.

Vì vậy, chúng tôi cho rằng, Đảng cần có quy định về việc kết nạp những người là chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng.

Mở rộng kết nạp doanh nhân thuộc khu vực tư nhân đủ điều kiện và có nguyện vọng vào Đảng³, tạo điều kiện cho doanh nhân xuất sắc, tiêu biểu được tham gia vào các tổ chức chính trị-xã hội và các cơ quan quản lý Nhà nước ở Trung ương và địa phương.

Nhà nước cần sửa đổi, bổ sung Luật đầu tư và Luật doanh nghiệp, quy định rõ về việc tổ chức và hoạt động của tổ chức Đảng, các đoàn thể trong DNTN và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; cho phép doanh nghiệp được tính vào chi

¹ Theo kết quả khảo sát năm 2009 của Đề tài, trong tổng số 1800 doanh nhân được phỏng vấn trên phạm vi cả nước, có 38,93 % doanh nhân đã từng là bộ đội, công an, công nhân và cán bộ, công chức nhà nước.

Tỷ lệ doanh nhân là đảng viên Đảng CSVN là 19,2 %; Đoàn viên thanh niên CSHCM là 28,34 %; tỷ lệ doanh nhân đã từng là cán bộ, công chức nhà nước chiếm 17,6 %, bộ đội và công an chiếm 11,46 %, công nhân là 9,89%).

² Nguồn: Ban Tổ chức Trung ương, 2009.

³ Theo điều tra của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đối với 1035 doanh nhân năm 2009, trong số doanh nhân chưa là đảng viên, có 36,2 % doanh nhân có nguyện vọng vào Đảng.

phí sản xuất kinh doanh các khoản chi hỗ trợ cho tổ chức Đảng, các đoàn thể hoạt động.

Tổng liên đoàn lao động Việt Nam, Đoàn thanh niên cộng sản HCM, Hội liên hiệp phụ nữ Việt Nam xây dựng mô hình tổ chức hoạt động của các tổ chức đoàn thể trong các doanh nghiệp tư nhân một cách hiệu quả; nâng cao chất lượng thực sự của các tổ chức công đoàn, đoàn thanh niên, hội phụ nữ trong các DNTN, tránh hình thức.

Hộp 3.6: Kiến nghị kết nạp những người là chủ DNTN vào Đảng

UBND TP. Hồ Chí Minh đã có kiến nghị Trung ương sớm ban hành hướng dẫn kết nạp chủ DNTN có nguyện vọng phấn đấu vào Đảng. Theo UBND TP. HCM thì tại thành phố có rất nhiều chủ DNTN có nguyện vọng vào Đảng.

Tính đến cuối tháng 12/2008, TP. HCM có 540 DNTN đã có tổ chức Đảng; gồm 97 Đảng bộ cơ sở, 298 chi bộ cơ sở và 145 chi bộ trực thuộc với 8918 đảng viên.

Tại các DNTN, tổ chức Đảng nắm tình hình tư tưởng của công nhân lao động, tuyên truyền giáo dục đảng viên, người lao động yên tâm làm việc, chấp hành nội quy lao động. Nhờ vậy mà hạn chế được tình trạng đình công, lãn công. Ngoài ra, các tổ chức Đảng còn tác động đến chủ doanh nghiệp thực hiện sản xuất, kinh doanh đúng chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của nhà nước, các chế độ chính sách đối với người lao động, cải thiện điều kiện làm việc và giải quyết kịp thời các kiến nghị của công nhân lao động.

Như vậy, tổ chức Đảng đã thực hiện được vai trò lãnh đạo và hiệu hoạt động tại doanh nghiệp. Vì thế UBND TP. HCM kiến nghị Trung ương sớm ban hành các quy định nhằm tạo cơ sở pháp lý cho việc thành lập tổ chức Đảng, đoàn thể trong các DNTN, DN có vốn đầu tư nước ngoài, nhằm phát triển mạnh hơn các tổ chức Đảng tại đây.

Nguồn: Dantri.com.vn, ngày 29/8/2009.

3.4.8. Phát triển các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề

Trong những năm gần đây, Nhà nước ta đã có nhiều chính sách về phát huy vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp¹. Tuy nhiên, cho đến nay, còn có một bộ phận lớn doanh nghiệp, doanh nhân chưa tham gia bất kỳ một hiệp hội doanh nghiệp hay hiệp hội ngành nghề nào². Nhiều tổ chức hiệp hội doanh nghiệp hoạt

¹ Năm 1993, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 310 ngày 25/6/1993 về quan hệ công tác của các cơ quan chính quyền với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam; Nghị quyết Hội nghị lần thứ 5 BCH TW Đảng khóa IX (năm 2002) về tiếp tục đổi mới cơ chế, chính sách khuyến khích và tạo điều kiện phát triển kinh tế tư nhân, đã xác định: “Phát huy vai trò của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và các hiệp hội doanh nghiệp”. Năm 2003 Chính phủ đã có Nghị định 88/2003/NĐ-CP, ngày 30/7/2003 quy định về tổ chức hoạt động và quản lý các các hội, tạo điều kiện cho các hiệp hội doanh nghiệp phát triển.

² Đến nay cả nước có khoảng 300 hiệp hội doanh nghiệp với rất nhiều hình thức khác nhau và chỉ có khoảng hơn 20% doanh nghiệp tham gia là thành viên của một hiệp hội doanh nghiệp nào đó. Theo số liệu điều tra của VCCI năm 2006, tỷ lệ doanh nghiệp ở các tỉnh/thành phố tham gia vào

động kém hiệu quả, chưa gắn kết hội viên với hiệp hội. Nhiều doanh nhân đang đứng ngoài hiệp hội doanh nghiệp. Một trong những nguyên nhân của tình hình trên là thiếu cơ chế phù hợp cho phép các hiệp hội doanh nghiệp phát huy vai trò của mình. Vì vậy, chúng tôi khuyến nghị:

- Khuyến khích thành lập các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, các câu lạc bộ doanh nhân, thông qua đó, các doanh nhân có điều kiện trao đổi, liên kết, hỗ trợ nhau cùng phát triển sản xuất, kinh doanh. Các tổ chức hiệp hội phải thực sự trở thành cầu nối, là đại diện của doanh nhân, bảo vệ lợi ích hợp pháp của doanh nhân.

- Xây dựng cơ chế liên kết nhà nước - doanh nhân, thực hiện chế tài để doanh nhân có thể tham gia phản biện, đóng góp vào các chính sách phát triển kinh tế - xã hội; có cơ chế và chính sách cụ thể tạo điều kiện và khuyến khích những doanh nhân giỏi, trung thành với tổ quốc, tâm huyết, vì lợi ích của dân tộc phát huy được năng lực trong kinh doanh và tham gia tích cực vào hệ thống chính trị-xã hội, tham gia vào các cơ quan lãnh đạo của Đảng và Nhà nước.

- Chính phủ và chính quyền địa phương tạo điều kiện về cơ sở vật chất và quan tâm đến hoạt động của các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề. Tạo điều kiện thuận lợi cho sự thành lập và hoạt động có hiệu quả của các hiệp hội doanh nghiệp. Tăng cường vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp, liên kết sức mạnh của các doanh nghiệp, doanh nhân kinh doanh trong cùng một ngành nghề, một địa phương hay theo giới tính, lứa tuổi v.v.

- Phát huy mạnh mẽ vai trò của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, các câu lạc bộ doanh nhân. Các hiệp hội doanh nghiệp tăng cường các hoạt động tập hợp và phản ánh nguyện vọng, ý kiến của doanh nghiệp, doanh nhân; tham mưu cho Đảng và Nhà nước về các chính sách phát triển doanh nghiệp, thực hiện vận động chính trị trong cộng đồng doanh nghiệp và tầng lớp doanh nhân; trợ giúp doanh nghiệp, doanh nhân phát triển sản xuất, kinh doanh, hội nhập quốc tế; bảo vệ quyền lợi hợp pháp chính đáng của doanh nghiệp, doanh nhân v.v.

- Ban hành Luật về hiệp hội doanh nghiệp, tạo hành lang pháp lý thúc đẩy hình thành và phát triển các tổ chức hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề. Nâng cao vai trò thực sự của các tổ chức hội, hiệp hội như là những tổ chức đại diện cho tầng lớp doanh nhân.

một loại hiệp hội doanh nghiệp như sau: Hà Nội: 20%, Hải Phòng: 9,92%, Đà Nẵng: 17,81%, Huế: 19,7%, Đồng Nai: 23,16%; Đắk Lắk: 9,64%, TP HCM: 43,16%.

KẾT LUẬN

Xây dựng đội ngũ doanh nhân đông đảo về số lượng và có chất lượng cao là một nhiệm vụ quan trọng trong quá trình đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Trong thời đại toàn cầu hóa và phát triển kinh tế tri thức, vị thế của một quốc gia, dân tộc trước hết phụ thuộc vào vị thế kinh tế của quốc gia đó. Là sản phẩm của công cuộc đổi mới do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo, đội ngũ doanh nhân đã thể hiện là một trong những lực lượng chủ lực, xung kích trong công cuộc chấn hưng kinh tế đất nước, góp phần quan trọng nâng cao vị thế của dân tộc ta trên trường quốc tế. Trong hơn 20 năm thực hiện công cuộc đổi mới, đội ngũ doanh nhân nước ta đã từng bước hình thành, phát triển nhanh về số lượng và có chuyển biến về chất lượng, nhất là từ khi có Luật Doanh nghiệp (năm 2000), đã có đóng góp quan trọng vào việc thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh.

Trong hơn 20 năm qua, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chính sách, biện pháp phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân. Tuy nhiên, cho đến nay, đội ngũ doanh nhân nước ta vẫn còn nhỏ bé về số lượng và non kém về chất lượng so với doanh nhân trong khu vực và thế giới. Trong hệ thống chính sách cũng như trong thực tiễn, vẫn còn có nhiều rào cản trong việc xây dựng đội ngũ doanh nhân ngang tầm với yêu cầu đẩy mạnh CNH, HĐH.

Mục tiêu tổng quát của đề tài là đánh giá vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đổi mới ở nước ta, trên cơ sở đó đề xuất quan điểm, định hướng và các giải pháp cơ bản phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta giai đoạn 2011 - 2020. Đề tài xác định các mục tiêu cụ thể như sau: 1) làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn về vị trí, vai trò, đặc điểm của đội ngũ doanh nhân trong quá trình xây dựng và phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN. 2) phân tích, đánh giá thực trạng đội ngũ doanh nhân nước ta và chính sách của Đảng, Nhà nước đối với doanh nhân sau hơn 20 năm đổi mới; làm rõ các nhân tố tác động đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta trong thời kỳ đổi mới; 3) đề xuất mục tiêu, quan điểm, định hướng và giải pháp cơ bản phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 – 2020 và 4) nâng cao nhận thức về chủ nghĩa xã hội, góp phần tiếp tục đổi mới lý luận về kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam.

Để thực hiện các mục tiêu trên, đề tài đã kế thừa, tổng hợp một số công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về vấn đề doanh nhân; căn cứ vào đặc điểm của đội ngũ doanh nhân ở nước ta, dựa trên kết quả điều tra khảo sát trong và ngoài nước, đề tài đã hoàn thành một số nhiệm vụ chủ yếu sau đây:

Một là, phân tích cơ sở lý luận về vai trò, đặc điểm của đội ngũ doanh nhân trong cơ chế thị trường nói chung; tiêu chí xác định doanh nhân, đặc trưng của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại.

Hai là, nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân ở một số nước và vùng lãnh thổ như Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc và Nhật Bản, trên cơ sở đó rút ra những bài học có ý nghĩa tham khảo cho việc xây dựng đội ngũ doanh nhân ở Việt Nam.

Ba là, đánh giá quá trình hình thành phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta; phân tích những thuận lợi và khó khăn, các yếu tố tác động đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta trong những năm vừa qua và giai đoạn 2011-2020.

Bốn là, hệ thống hoá các chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nhân nước ta trong thời gian qua, đánh giá tác động đồng thuận và không đồng thuận của hệ thống cơ chế chính sách đối với sự phát triển đội ngũ doanh nhân ở một số địa phương và trên phạm vi cả nước; phân tích thực trạng đội ngũ doanh nhân; cơ hội, thách thức trong quá trình xây dựng phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011-2020.

Năm là, đề xuất quan điểm, mục tiêu và các giải pháp và các kiến nghị để xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 - 2020. Các giải pháp chủ yếu là: 1) Thống nhất nhận thức về vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đẩy mạnh CNH, HĐH; 2) Đẩy mạnh đổi mới để hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, tạo môi trường kinh doanh thực sự bình đẳng và thuận lợi cho doanh nhân phát triển; 3) Đẩy mạnh phát triển các DN vừa và nhỏ, khuyến khích phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn và các loại hình doanh nghiệp đa sở hữu, phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh; 4) Khơi dậy và phát huy tinh thần kinh doanh trong toàn xã hội; 5) Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân và xây dựng văn hóa doanh nhân; 6) Xây dựng và ban hành nghị quyết chuyên đề của BCH Trung ương Đảng về xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam đến năm 2020; 7) Mở rộng việc kết nạp những người là chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng và nâng cao chất lượng, hiệu quả của các tổ chức Đảng, đoàn thể trong các doanh nghiệp tư nhân và 8) Phát triển các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề.

Do chủ đề của đề tài có phạm vi rộng và nhiều vấn đề mới, phức tạp, đề tài chỉ tập trung vào những nội dung chủ yếu như đã nêu ở trên. Mặc dù đã hết sức cố gắng để hoàn thành mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu đã đặt ra, nhưng chắc chắn không thể tránh khỏi những thiếu sót. Tập thể tác giả đề tài rất mong nhận được sự góp ý của các nhà khoa học, nhà quản lý và doanh nhân để tiếp tục hoàn thiện, bổ sung và nâng cao hơn nữa chất lượng nghiên cứu.

Danh mục tài liệu tham khảo

I. Tài liệu tiếng Việt

- 1, Tạ Ngọc Ái, *Bí quyết kinh doanh con đường dẫn đến thành công của các doanh nhân và doanh nghiệp*, Tài liệu dịch, Nxb Văn hoá Thông tin, H, 2003.
- 2) Đinh Văn Ân, Hoàng Thu Hoa (đồng chủ biên): *Vượt thách thức, mở thời cơ phát triển bền vững*, NXB Tài chính, Hà Nội, 2009
- 3) Vũ Đình Bách (chủ biên): *Vấn đề đảng viên làm kinh tế tư bản tư nhân ở Việt Nam* (Sách tham khảo), NXB Chính trị Quốc gia, H, 2006.
- 4) Ban Tư tưởng- văn hóa Trung ương: *Tài liệu nghiên cứu các Nghị quyết Hội nghị lần thứ năm Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa IX*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2002.
- 5) Ban chỉ đạo tổng kết lý luận: *Báo cáo tổng kết một số vấn đề lý luận-thực tiễn qua 20 năm đổi mới* (lưu hành nội bộ), NXB Chính trị Quốc gia, H, 2005.
- 6) Bộ kế hoạch và đầu tư. *Báo cáo thường niên doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam 2008*.
- 7) Bộ Kế hoạch và Đầu tư: *Bối cảnh trong nước, quốc tế và việc nghiên cứu xây dựng chiến lược 2011-2020*. Báo cáo của Trung tâm dự báo kinh tế-xã hội quốc gia, Hà Nội, 2008.
- 8) Câu lạc bộ doanh nghiệp Việt Nam, *Doanh nhân Việt Nam xưa và nay*, Nxb Thống kê, H, 2004.
- 9) Cục phát triển doanh nghiệp-Bộ Kế hoạch và Đầu tư: *Báo cáo khoa học đề tài cấp Bộ Một số giải pháp nhằm hoàn thiện chính sách hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp nhỏ và vừa* (chủ nhiệm đề tài: TS. Nguyễn Trọng Hiệu), 2009.
- 10) Lê Anh Cường, Nguyễn Kim Chi, *Lãnh đạo doanh nghiệp, những bí quyết nhỏ làm nên thành công lớn*, Nxb Lao động xã hộiH, 2005.
- 11) Mai Ngọc Cường, *Doanh nghiệp và Chính phủ trong nền kinh tế thị trường*, Nxb Thống kê, H, 1998.
- 12) Nguyễn Cúc, Kim Văn Chính (đồng chủ biên), *Sở hữu nhà nước và doanh nghiệp nhà nước trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam*. NXB Lý luận chính trị, H, 2006.
- 13) Trần Quốc Dân: *Doanh nghiệp, doanh nhân và văn hóa*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2008.
- 14) Trần Quốc Dân: *Tinh thần doanh nghiệp giá trị định hướng của văn hóa kinh doanh Việt Nam*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2003.
- 15) Lê Đăng Doanh, *Văn hoá doanh nghiệp và hội nhập quốc tế: tổng quan và bài học kinh nghiệm*, hội thảo khoa học "xây dựng văn hoá doanh nhân Việt Nam" - Trung tâm nghiên cứu văn hoá doanh nhân, Hà Nội, 2003.
- 16) Lê Đăng Doanh, *Doanh nhân, doanh nghiệp và cải cách kinh tế*, Nxb Trẻ, 2006.

- 17) Đề tài “Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011-2020”: Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế do Đề tài phối hợp với Đại học kinh tế và Pháp luật Trung Nam-Vũ Hán: “*So sánh nền kinh tế quá độ Việt Nam và Trung Quốc*” Vũ Hán, Trung Quốc, 10/2008.
- 18) Đề tài “Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011-2020”: *Kết quả xử lý số liệu điều tra khảo sát đội ngũ doanh nhân Việt Nam*, Hà Nội, 2009.
- 19) Đề tài “Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011-2020”: *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Thực trạng và giải pháp phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam*; TP.HCM, 6/2009.
- 20) Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Hội nghị lần thứ năm Ban chấp hành Trung ương khóa VII*, Hà Nội, 1993.
- 21) Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Hội nghị lần thứ bảy Ban chấp hành Trung ương khóa IX*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2003.
- 22) Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Hội nghị lần thứ tư Ban chấp hành Trung ương khóa X*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2007.
- 23) Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Hội nghị lần thứ sáu Ban chấp hành Trung ương khóa X*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2008.
- 24) Đảng Cộng sản Việt Nam: *Nghị quyết Hội nghị lần thứ năm Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa IX về khuyến khích phát triển kinh tế tư nhân*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2002.
- 25) Đảng Cộng sản Việt Nam: *Nghị quyết của BCH Trung ương Đảng về tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN*, 2008.
- 26) Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2001.
- 27) Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2006.
- 28) GEM: Báo cáo hoạt động kinh doanh toàn cầu 2008. (Global Entrepreneurship monitoring, 2008)
- 29) Hoàng Văn Hoa, Giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011-2020. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, 4-2010
- 30) Hoàng Văn Hoa, Vai trò của đội ngũ doanh nhân trong chiến lược phát triển kinh tế-xã hội Việt Nam giai đoạn 2011-2020. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, 3-2010
- 31) Hoàng Văn Hoa- Phạm Thu Hằng: Thực trạng phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, 2-2010
- 32) Hoàng Văn Hoa, Tầng lớp doanh nhân Việt Nam- thành quả của công cuộc đổi mới, Kỷ yếu hội thảo Khoa học “Doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ CNH, HĐH và hội nhập quốc tế”, do VCCI và Báo Nhân dân tổ chức, 10/2009.
- 33) Hoàng Văn Hoa, Một số ý kiến về tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, 5-2008.
- 34) Vương Quân Hoàng: Văn minh làm giàu và nguồn gốc của cải, NXB Chính trị Quốc gia, H, 2007.

- 35) Trương Vinh Hội: Vai trò của giám đốc doanh nghiệp trong nền kinh tế Việt Nam, NXB Văn hóa Thông tin, H, 2006.
- 36) Nguyễn Đình Hương (chủ biên), *Phát triển các loại thị trường trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam*. NXB Lý luận Chính trị, H, 2006.
- 37) Hội đồng Lý luận Trung ương và Trường Đại học KTQD: *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia, Mô hình kinh tế tổng quát trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam - cơ sở lý luận và thực tiễn*, H, 9/2009
- 38) Hội đồng Lý luận Trung ương và Thời báo kinh tế VN: *Kỷ yếu Hội thảo Xây dựng đội ngũ trí thức Việt Nam – Trí thức và doanh nhân*, Hà Nội, 2008.
- 39) Khoa Kinh tế- Đại học Quốc gia Hà Nội: *Kỷ yếu hội thảo khoa học: Tinh thần doanh nhân Việt Nam*, Hà Nội, 11/2006.
- 40) Lê Thị ái Lâm, *Kinh nghiệm đào tạo nguồn lực kinh doanh của Mỹ*. Tạp chí kinh tế thế giới, Số 8 (112), 2005.
- 41) Đặng Thị Loan, Lê Du Phong, Hoàng Văn Hoa (đồng chủ biên): *Kinh tế Việt Nam 20 năm đổi mới (1986-2006) – Thành tựu và những vấn đề đặt ra*, NXB Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội 2006.
- 42) Đặng Danh Lợi: *Phát triển đội ngũ doanh nhân ở Thành phố Hồ Chí Minh trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa*, Luận án tiến sỹ, TP HCM, 2007.
- 43) Vũ Tiến Lộc, *Để cộng đồng doanh nhân Việt Nam là lực lượng chủ lực, xung kích trong công cuộc đổi mới kinh tế đất nước*, Tạp chí Cộng sản, Số 21, 2004.
- 44) Trịnh Duy Luân: *Doanh nhân Việt Nam: Từ “đội ngũ” đến “tầng lớp xã hội”*. Tạp chí Xã hội học, số 1 (109), 2010.
- 45) Lê Hồng Lý, *Thủ bản về việc xác lập tiêu chí văn hoá doanh nhân*, Doanh nhân Việt Nam www.doanhnhanviet.net.vn, 2006.
- 46) Hồ Chí Minh: *Thư gửi các giới công thương Việt Nam*, Báo cứu quốc, số 66, ngày 13/10/1945),
- 47) Phạm Duy Nghĩa, *Buôn có bạn, bán có phường: vai trò của truyền thống văn hoá phương đông đối với liên kết doanh nghiệp*, Doanh nhân Việt Nam www.doanhnhanviet.net.vn, 2006.
- 48) Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam: *Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2003.
- 49) Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam, *Bác Hồ với doanh nghiệp và doanh nhân Việt Nam*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2003.
- 50) Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, *Chính phủ và doanh nghiệp*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2001.
- 51) Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam, Ủy Ban Trung ương Mặt trận tổ quốc Việt Nam, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh: *Hội thảo khoa học "Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam"*, Hà Nội, 2004.
- 52) Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam, *Kỷ yếu Hội thảo Vai trò của cộng đồng doanh nghiệp trong việc xây dựng hệ thống pháp luật kinh doanh*, Hà Nội, 3/2009.

- 53) Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam, *Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam với vai trò vận động chính sách*, Hà Nội, 2007.
- 54) Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam, *Báo cáo thường niên doanh nghiệp Việt Nam năm 2008*. Nhà XB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2009.
- 55) Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam, *Kỷ yếu Diễn đàn doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế*, Hà Nội, 10/2009.
- 56) Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam, *Kỷ yếu Hội nghị doanh nhân tiêu biểu toàn quốc năm 2008*, Hà Nội, 10/2008.
- 57) Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam: *Kỷ yếu hội thảo: Xây dựng văn hóa doanh nghiệp*, Hà Nội, 3/2003.
- 58) Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam: *Doanh nhân Việt Nam – Vinh quang và gian khó*, tập 1,2,3. VCCI, 2008.
- 59) Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam: *Báo cáo điều tra đội ngũ doanh nhân Việt Nam*, 2009.
- 60) Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam: *Đề án Phát huy vai trò của doanh nhân thời kỳ CNH, HĐH và hội nhập quốc tế (bản dự thảo)*, 2009.
- 61) Lê Du Phong, Hoàng Văn Hoa, PGS.TS. Nguyễn Văn Áng (đồng chủ biên): *Kinh tế – xã hội và nhân văn trong phát triển kinh tế tư nhân ở Hà Nội*, NXB Chính trị quốc gia, 2004
- 62) Vũ Ngọc Phương, *Doanh nhân - sự xuất hiện trong bình minh lịch sử, doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới*, Nxb Chính trị Quốc gia Hà Nội, 2003.
- 63) Vũ Huy Phúc: *Tiểu thủ công nghiệp Việt Nam 1858-1945*. Nhà XB KHXH, H, 1996.
- 64) Lê Minh Quốc, *Doanh nghiệp Việt Nam xưa và nay*, NXB Trẻ, TP.HCM, 2004.
- 65) Lê Minh Quốc và các chuyên gia của PACE: *Bạch Thái Bưởi khẳng định nhân tài đất Việt*, Nhà XB trẻ, TP.HCM, 2007
- 66) Huỳnh Bửu Sơn, *Làm thế nào để có một lực lượng doanh nhân - Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2003.
- 67) Trần đình Thêm: *Văn hóa doanh nghiệp và văn hóa doanh nhân*. NXB thanh niên, H, 2009.
- 68) Vũ Xuân Tiền: *Doanh nghiệp doanh nhân Việt Nam trong kinh tế thị trường*, NXB Tài chính, Hà Nội, 2009.
- 69) Bùi Thiết, *Những doanh nhân cổ xưa nhất trong tiến trình lịch sử Việt Nam*, Doanh nhân Việt Nam www.doanhnhanviet.net.vn; 2006.
- 70) Đoàn Duy Thành: *Diện mạo doanh nhân Việt Nam trong thế kỷ 21- Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới*, Nxb Chính trị Quốc gia Hà Nội, 2003.
- 71) Đoàn Duy Thành: *Đảng lãnh đạo kinh tế và đảng viên làm kinh tế trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN*, NXB Chính trị Quốc gia, H, 2002.
- 72) Hà Huy Thành (chủ biên), *Thế chế kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam*,
- 73) Nguyễn Thiện, *Tìm doanh nhân Việt Nam trong lịch sử nước nhà - doanh nghiệp, doanh nhân thành phố Hồ Chí Minh hội nhập kinh tế*, Nxb Thông tấn, 2004.

- 74) Tổng cục thống kê - Bộ kế hoạch và đầu tư: Báo cáo kết quả rà soát doanh nghiệp, 2009.
- 75) Tổng cục thống kê: Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2001 – 2007, Nhà XB Thống kê, H, 2009.
- 76) Tổng cục thống kê: Báo cáo kết quả tổng điều tra các cơ sở hành chính và sản xuất kinh doanh 2007, tập 2, Nhà xuất bản Thống kê, H, 2009.
- 77) Tổng cục thống kê: Báo cáo kết quả tổng điều tra các cơ sở hành chính và sản xuất kinh doanh 2007, tập 3, Nhà xuất bản Thống kê, H, 2009.
- 78) Lê Ngọc Trà, *Văn hoá của doanh nhân - Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2003.
- 79) Trung tâm thông tin thương mại Việt Nam - Bộ Thương mại: *Kỷ yếu hội thảo doanh nghiệp Việt Nam & WTO*, Hà Nội, 2006.
- 80) Trường Đại học Thương mại: *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - các góc độ tiếp cận - thực tiễn và giải pháp* (tập 1 và 2), Hà Nội, 2008.
- 81) Trường Đại học KTQD: Báo cáo tổng hợp đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ “Văn hóa doanh nhân của doanh nhân trên địa bàn TP. Hà Nội” (mã số B2006-06-18); chủ nhiệm đề tài: PGS.TS. Dương Thị Liễu; 2007.
- 82) Trường Đại học KTQD: Báo cáo tổng hợp đề tài cấp Bộ *Phân tích tác động của môi trường thể chế đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam* (mã số B2008-06-69); chủ nhiệm đề tài: TS. Phạm văn Hùng, 2009.
- 83) Trường Đại học KTQD: Báo cáo tổng hợp đề tài cấp Bộ: Đào tạo và bồi dưỡng cán bộ quản trị doanh nghiệp ở các trường đại học khối kinh tế theo nhu cầu xã hội; Chủ nhiệm đề tài: TS. Nguyễn Thị Tuyết Mai, 2010.
- 84) Vũ Quốc Tuấn: *Doanh nghiệp dân doanh phát triển và hội nhập*, NXB Chính trị - Hành chính, Hà Nội, 2008.
- 85) Nguyễn Thanh Tuyền (chủ nhiệm đề tài), *Sở hữu tư nhân, kinh tế tư nhân và các loại hình kinh tế tư nhân: Bản chất, vị trí, vai trò của nó trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam*, (đề tài khoa học cấp nhà nước), 2005.
- 86) Trần Tô Tử, *Để doanh nhân Việt Nam đủ sức cạnh tranh với doanh nhân nước ngoài - doanh nghiệp, doanh nhân thành phố Hồ Chí Minh hội nhập kinh tế*, Nxb Thông tấn, 2004.
- 87) Phương Thùy, *Các nữ doanh nhân thành đạt trên thế giới*, Nxb Văn hoá Thông tin, 2005.
- 88) Ủy ban Kinh tế Quốc hội – VCCI và Trường Đại học KTQD: *Kỷ yếu hội thảo khoa học Khó khăn thách thức do biến động kinh tế vĩ mô và đề xuất của doanh nghiệp Việt Nam*, Hà Nội, tháng 10/2008.
- 89) Viện Kinh tế TP HCM: Báo cáo tổng hợp đề tài cấp thành phố *Doanh nhân Việt Nam trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, hiện trạng và giải pháp phát triển*; chủ nhiệm đề tài: TS. Đinh Sơn Hùng, 2005.

- 90) Viện Kinh tế, Học viện Chính trị Quốc gia HCM: Báo cáo tổng kết đề tài cấp tỉnh: *Đội ngũ doanh nhân Đồng Nai-thực trạng và giải pháp phát triển*; Chủ nhiệm đề tài: TS. Đặng Ngọc Lợi, 2009.
- 91) Hồ Văn Vĩnh, *Kinh tế tư nhân và quản lý nhà nước đối với kinh tế tư nhân ở nước ta hiện nay*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2003.
- 92) Lê Danh Vĩnh: *Hoàn thiện thể chế về môi trường kinh doanh của Việt Nam*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2009.
- 93) Lưu Vinh (chủ biên): *Doanh nhân Việt Nam – nụ cười và nước mắt*, NXB Giao thông vận tải, Hà Nội, 2006.
- 94) Viện khoa học học xã hội nhân văn quân sự: *Bóc lột- cách nhìn và ứng xử* (sách tham khảo). NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2008.
- 95) Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương - Dự án hỗ trợ của cách pháp lý phát triển kinh doanh VIE 01/025: *Khảo sát thực tiễn quản trị tại các doanh nghiệp tư nhân vừa và lớn các tỉnh phía Bắc*, 2006.
- 96) Juan Antonio Fernandez, Laurie Underwood: CEO ở Trung Quốc, tiếng nói từ kinh nghiệm thực tiễn của 20 nhà lãnh đạo doanh nghiệp quốc tế (sách dịch), NXB Trẻ và PACE, H, 2008.
- 97) WILLAME. HEINECKE, JONATHANMARSH (2001), *Nhà doanh nghiệp cần biết gương doanh nhân, 21 luật vàng cho các doanh nhân*, Nxb Thành phố Hồ Chí Minh.
- www.gso.gov.vn
 - www.vntop500.com.vn
 - www.doanhnhannviet.net.vn.

II. Tài liệu tiếng Anh

- 1) Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd: *Entrepreneurship* (sixth edition); McGraw-Hill, New York, USA, 2005.
- 2) Acs ZJ, *Small Firms and Economic Growth*. In: Acs ZJ, Carlsson B, Thurik R (eds) *Small Business in the Modern Economy*. Blackwell Publishers, Oxford, pp 1-62, 1996
- 3) Baumol WJ, *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*. MIT Press, Cambridge, MA, 1993.
- 4) Charlie Karlsson, Christian, Christian Friis and Thomas Paulsson *Relating entrepreneurship to economic growth*.
<http://www.infra.kth.se/cesis/documents/WP13.pdf>, 2004.
- 5) Dejardin M. *Entrepreneurship and Economic Growth: An Obvious Conjunction?* DP 2000-08, Indiana University, Bloomington, 2000.
- 6) Glancey KS, McQuaid RW, *Entrepreneurial Economics*. MacMillan, London, 2000.
- 7) James D. Gwartney and Robert A. Lawson and Erik Gartzke. *Economic Freedom of the World 2005 Annual Report*, 2005.
- 8) Kirzner, Israel M, *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago, Press, 1973.

- 9) M.A. Carree and A.R. Thurik, *The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth* [http:// www.wiwi.tu-freiberg.de/ wipol/pdf/semnar2003/ CareeThurik2002.pdf](http://www.wiwi.tu-freiberg.de/wipol/pdf/semnar2003/CareeThurik2002.pdf), 2002.
- 10) Nickell SJ, *Competition and Corporate Performance*. Journal of Political Economy 104: 724-46. 1996.
- 11) North, D. and Thomas, R.P., *The Rise of the Western World: A New Economic History*, Cambridge Press. 1973.
- 12) Thurik, A.R. *Entrepreneurship, industrial transformation and growth*, in: G.D. Libecap (ed.), *The Sources of Entrepreneurial Activity: Vol. 11, Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth*, pp. 29-65, Stamford, CT: JAI Press, 1999.
- 13) Wennekers S, Thurik R. *Linking Entrepreneurship and Economic Growth*. Small Business Economics 13: 27-55, 1999.
- 14) Russell S. Sobel and J. R. Clark and Dwight R. Lee, *Freedom, Barriers to Entry, Entrepreneurship, and Economic Progress* [www2 .sjsu.edu/ depts/ economics/ faculty/ powell/docs/econ206/Growth-Entrepreneurship.pdf](http://www2.sjsu.edu/depts/economics/faculty/powell/docs/econ206/Growth-Entrepreneurship.pdf), 2005.

**CHƯƠNG TRÌNH KHOA HỌC XÃ HỘI TRỌNG ĐIỂM CẤP NHÀ NƯỚC
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ GIAI ĐOẠN 2006 -2010**

Mã số: KX.04/06-10

ĐỀ TÀI
XÂY DỰNG ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN VIỆT NAM
TRONG GIAI ĐOẠN 2011 - 2020
MÃ SỐ: KX.04.17/06-10

BẢN KIẾN NGHỊ

- *Chủ nhiệm đề tài :* PGS.TS. Hoàng Văn Hoa
- *Cơ quan chủ trì đề tài:* Trường Đại học Kinh tế quốc dân

Hà Nội, năm 2010

Tinh thần kinh doanh và sự sáng tạo là yếu tố quan trọng trong nền kinh tế thị trường hiện đại. Trong điều kiện ngày nay, sự phát triển về số lượng và chất lượng của đội ngũ doanh nhân được coi là một trong những nguồn lực đặc biệt quan trọng, phản ánh năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong hội nhập quốc tế và là một tiêu chí đánh giá năng lực và trình độ phát triển kinh tế của một quốc gia.

Trong công cuộc đổi mới ở nước ta từ năm 1986 đến nay, đội ngũ doanh nhân đã được hình thành và phát triển khá nhanh chóng, đang trở thành lực lượng xung kích trong công cuộc chấn hưng kinh tế đất nước. Tuy nhiên, sự phát triển của doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân vẫn đang tồn tại nhiều vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu, giải quyết cả về lý luận và thực tiễn. Về mặt nhận thức, trong xã hội nước ta hiện nay vẫn chưa có được sự đồng thuận cao về vai trò, vị thế của doanh nhân. Trong hệ thống pháp luật, chính sách cũng như trong thực tiễn cuộc sống, vẫn còn nhiều rào cản đối với doanh nghiệp, doanh nhân. Doanh nhân Việt Nam vẫn chưa thực sự có được môi trường kinh doanh và phát triển thuận lợi; cơ chế, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nhân vẫn còn nhiều bất cập.

Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Nhà nước “*Xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011- 2020*” (mã số KX.04.17/06-10) thuộc Chương trình nghiên cứu khoa học lý luận chính trị giai đoạn 2006-2010 (mã số KX.04/06-10) có mục tiêu tổng quát là đánh giá vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đổi mới, trên cơ sở đó đề xuất quan điểm và các giải pháp cơ bản phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta trong giai đoạn 2011 - 2020.

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục và danh mục tài liệu tham khảo, đề tài gồm có ba chương:

- Chương 1: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về xây dựng đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại.
- Chương II: Thực trạng phát triển đội ngũ doanh nhân ở Việt Nam.
- Chương III: Quan điểm, giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020.

Sau đây là một số kiến nghị của đề tài.

1. Thống nhất khái niệm về doanh nhân

Cho đến nay, các nhà quản lý, nhà khoa học, nhà lãnh đạo doanh nghiệp ở nước ta vẫn có nhiều ý kiến và cách tiếp cận khác nhau về khái niệm “doanh nhân”¹. Đây là một khái niệm mới được xuất hiện ở nước ta trong những năm gần đây. Từ năm 2004, ngày 13 - 10 hàng năm đã được Nhà nước chọn là “Ngày doanh nhân Việt Nam”, nhưng ai là doanh nhân ? doanh nhân có đặc trưng gì và tiêu chí nào được gọi là doanh nhân thì vẫn còn nhiều ý kiến khác nhau. Đây là nội dung quan trọng cần được làm rõ, có liên quan đến việc xác định nội hàm của một bộ phận xã hội mới trong hệ thống cơ cấu xã hội Việt Nam hiện nay, đồng thời có liên quan trực tiếp tới các chính sách của Đảng và Nhà nước đối với đội ngũ doanh nhân.

Chúng tôi cho rằng, khái niệm “doanh nhân” hàm chứa ý thức sâu xa, có ý nghĩa to lớn; vai trò, trách nhiệm của doanh nhân với cộng đồng và xã hội cao hơn nhiều so với khái niệm “người kinh doanh” thông thường. Mặc dù về thuật ngữ, có thể hiểu “người kinh doanh” và “doanh nhân” là tương đồng với nhau, nhưng khái niệm *doanh nhân* chứa đựng bên trong nó cả một trách nhiệm lớn lao đối với dân tộc, với cộng đồng và xã hội. Mặt khác, cần nhấn mạnh rằng, phải xem xét khái niệm *doanh nhân* trong mối tương quan chặt chẽ với khái niệm *doanh nghiệp*. Doanh nghiệp và doanh nhân là hai khái niệm khác nhau nhưng là một thể thống nhất, cùng song song tồn tại và bổ trợ cho nhau. Nếu coi doanh nghiệp là một con thuyền thì doanh nhân chính là người cầm lái con thuyền đó. Sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp gắn liền với năng lực, phẩm chất của doanh nhân.

¹ - *Từ điển tiếng Việt* (Hoàng Phê chủ biên, Từ điển tiếng Việt. Trung tâm từ điển học xuất bản, Hà Nội, 2007, trang 218) định nghĩa *doanh nhân* là "Người làm nghề kinh doanh"; đồng thời còn có từ *doanh gia*, được định nghĩa là "nhà doanh nghiệp, nhà kinh doanh lớn, có tiếng tăm".

- *Từ điển Việt Nam của Ban tu thư khai trí* xuất bản năm 1971 tại Sài Gòn: “Doanh nhân là người kinh doanh”.

- Từ điển bách khoa *toàn thư Việt Nam*: “doanh nhân là người làm nghề tổ chức sản xuất kinh doanh, cung cấp hàng hóa, dịch vụ cho thị trường, đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng” (Vietnam.net 13/10/2007).

- Bách khoa thư *Wikipedia*: “Doanh nhân là những người chủ chốt trong việc quản trị, điều hành một doanh nghiệp. Đó có thể là những người đại diện cho các cổ đông, cho các chủ sở hữu (thành viên Hội đồng thành viên, Hội đồng quản trị, Ban kiểm soát) hoặc trực tiếp điều hành các doanh nghiệp (thành viên Ban giám đốc)”.

Doanh nhân là những người trực tiếp quản lý, điều hành doanh nghiệp. Khái niệm doanh nghiệp ở đây được hiểu là những tổ chức sản xuất, kinh doanh có đăng ký đầy đủ và hoạt động theo Luật Doanh nghiệp. Điều này cũng có nghĩa là khái niệm doanh nhân, theo chúng tôi, là không phân biệt hình thức sở hữu của doanh nghiệp, bao gồm cả những người lãnh đạo các DNNN và DN có vốn đầu tư nước ngoài. Tuy là lãnh đạo các DNNN và hiện vẫn thuộc diện cán bộ của Nhà nước, song quyền hạn và trách nhiệm của họ đã khác trước rất nhiều, phải cạnh tranh bình đẳng trên thị trường, đa số họ gần như cũng gắn cả cuộc đời với doanh nghiệp.

Chúng tôi khuyến nghị thống nhất khái niệm doanh nhân như sau: ***Doanh nhân là người trực tiếp lãnh đạo, quản lý, điều hành hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp nhằm tạo ra giá trị mới cho xã hội; có bản lĩnh, năng lực và đạo đức kinh doanh; là lực lượng chủ yếu tạo lập và phát triển mô hình tổ chức kinh doanh đáp ứng yêu cầu phát triển của nền kinh tế thị trường hiện đại.***

Theo khái niệm này, doanh nhân bao hàm các yếu tố cơ bản sau đây:

- Doanh nhân là người trực tiếp lãnh đạo, quản lý, điều hành ***doanh nghiệp***, không bao gồm các chủ hộ kinh doanh cá thể, các chủ trang trại, lãnh đạo các hợp tác xã mà chưa đăng ký chính thức thành lập doanh nghiệp.
- Doanh nhân là người dám chấp nhận rủi ro, mạo hiểm, sáng tạo trong tổ chức các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, nhằm tạo ra lợi nhuận.
- Doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo không phân biệt quy mô, hình thức sở hữu, bao gồm cả doanh nghiệp nhà nước và các loại hình doanh nghiệp khác.
- Doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo có trách nhiệm xã hội.

2. Thống nhất nhận thức về vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa

Trong những năm đổi mới, Đảng và Nhà nước ta đã có nhiều chủ trương, chính sách 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.

Cho đến nay, trong hệ thống các quan điểm, chính sách của Đảng, việc đánh giá vai trò, vị thế và định hướng chính sách phát triển doanh nhân vẫn còn mờ nhạt, nhất là đối với doanh nhân thuộc khu vực kinh tế tư nhân. Vẫn còn lúng túng trong việc xác định thành phần kinh tế và cạnh tranh bình đẳng giữa các thành phần kinh tế. Vai trò của doanh nhân trong việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở nước ta cũng chưa được định hình rõ. Vị thế của đội ngũ doanh nhân trong hệ thống cơ cấu xã hội mới ở nước ta chưa được xác định rõ nét.

Chúng tôi khuyến nghị, trong giới lãnh đạo và hoạch định chính sách cần tạo nhận thức đúng đắn, thống nhất và nhất quán về những quan điểm cơ bản, làm cơ sở cho việc xây dựng đường lối và các chính sách phát triển đội ngũ doanh nhân như sau:

Thứ nhất, nhận thức đúng và khẳng định rõ vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đẩy mạnh CNH, HĐH.

- Cần khẳng định rõ sự phát triển đội ngũ doanh nhân, nhất là doanh nhân ở khu vực tư nhân là phù hợp với lợi ích và mục tiêu phát triển của đất nước.

- Doanh nhân là lực lượng xung kích trong việc phát triển kinh tế - xã hội, hội nhập quốc tế, thực hiện CNH, HĐH đất nước.

- Doanh nhân là đại biểu cho lực lượng sản xuất mới, lực lượng quyết định tạo ra chuỗi giá trị mới cho xã hội.

- Doanh nhân là lực lượng trung tâm của sự nghiệp CNH, HĐH. Không có doanh nhân thì không có doanh nghiệp - mô hình tổ chức sản xuất kinh doanh chủ yếu trong xã hội hiện đại. Sự phát triển về số lượng và chất lượng của đội ngũ doanh nhân là một trong những chỉ số quan trọng nhất của sự phát triển đất nước.

- Doanh nhân là lực lượng quyết định chủ yếu giải phóng lực lượng sản xuất, là trụ cột chính để xóa đói giảm nghèo, thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh.

Thứ hai, nhận thức về doanh nhân như là một trong những lực lượng tiên phong bảo đảm tính định hướng xã hội chủ nghĩa của nền kinh tế thị trường ở nước ta hiện nay và cả trong thời kỳ quá độ lâu dài, là một trong những lực lượng quyết định thúc đẩy sự hình thành và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN.

Thứ ba, nhận thức về vai trò của doanh nghiệp tư nhân và doanh nhân trong nền kinh tế thị trường ở nước ta. Doanh nghiệp tư nhân là một trong những lực lượng chủ lực quan trọng nhất để thực hiện thành công sự nghiệp CNH, HĐH. Trong tương lai, một số doanh nghiệp tư nhân sẽ vươn lên nắm giữ vị trí chủ đạo trong một số ngành và lĩnh vực quan trọng của nền kinh tế.

Thứ tư, nhận thức về quan hệ giữa nhà nước với thị trường và quyền tự do kinh doanh. Xác định đúng vai trò và chức năng của Nhà nước, của thị trường; nhận thức về quyền tự do kinh doanh của người dân và trách nhiệm của Nhà nước trong việc bảo hộ, khuyến khích và tạo điều kiện cho doanh nhân thực hiện quyền của họ được tiến hành những hoạt động mà luật pháp không cấm. Quyền tự do này không chỉ giới hạn trong quyền gia nhập thị trường (đăng ký kinh doanh, thành lập doanh nghiệp) mà còn là quyền tiếp cận, trên cơ sở cạnh tranh bình đẳng, với các nguồn lực do Nhà nước nắm giữ và phân bổ, cũng như với các cơ hội kinh doanh trong nước và quốc tế mà Nhà nước kiểm soát.

Thứ năm, nhận thức về vị thế của đội ngũ doanh nhân trong cơ cấu xã hội mới ở nước ta. Doanh nhân là sản phẩm của đường lối đổi mới, đang hình thành một tầng lớp xã hội mới, cùng với giai cấp công nhân, giai cấp nông dân và đội ngũ trí thức, tạo thành đội quân chủ lực trong công cuộc xây dựng và chấn hưng đất nước. Đội ngũ doanh nhân là một thành viên quan trọng trong cơ cấu xã hội mới và liên minh “công – nông – trí – doanh” là nền tảng cho khối đại đoàn kết dân tộc trong điều kiện mới.

3. Đẩy mạnh đổi mới để hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, tạo môi trường kinh doanh thực sự bình đẳng và thuận lợi cho doanh nhân phát triển

Hoạt động của doanh nhân và doanh nghiệp luôn gắn liền với nhau như một thể thống nhất. Khi các doanh nghiệp vận hành, hoạt động tốt thì nền kinh tế tăng trưởng, phát triển có hiệu quả, nhưng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp phụ thuộc rất lớn vào môi trường đầu tư, môi trường kinh doanh và tài năng của người đứng đầu doanh nghiệp. Vì vậy, tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp tư nhân chính là tạo điều kiện để xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân. Chúng tôi khuyến nghị:

- *Đẩy mạnh công cuộc đổi mới để hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN.* Việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở nước ta chính là làm cho nền kinh tế thị trường vận hành một cách thông suốt theo những quy luật phổ biến của nền kinh tế thị trường hiện đại. Vì vậy, hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN là điều kiện tiên quyết để phát triển doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân.

- *Đẩy mạnh cải cách thể chế, xây dựng hệ thống thể chế hiện đại,* bao gồm hệ thống luật pháp đầy đủ và đồng bộ; xây dựng bộ máy nhà nước hữu hiệu và đội ngũ công chức chuyên nghiệp, có năng lực và đạo đức tốt. Trong 5-10 năm tới tập trung rà soát, điều chỉnh các văn bản pháp quy đã có, soạn thảo và ban hành các văn bản cần thiết khác, đảm bảo chất lượng và sự phù hợp với các cam kết và chuẩn mực quốc tế. Tạo môi trường cho xã hội dân sự phát triển để có một xã hội cởi mở, trong đó người dân được bảo đảm quyền được hiến định của mình, tăng tính tự chủ, tự giác và khả năng tự quản, cùng nhau sống và làm việc theo pháp luật, có ý thức cộng đồng và trách nhiệm đối với xã hội, với đất nước.

- *Nhanh chóng phát triển và hoàn thiện các loại thị trường,* chú trọng các thị trường cơ bản và những thị trường mới, hiện còn sơ khai như thị trường lao động, thị trường chứng khoán, thị trường bất động sản, thị trường khoa học và công nghệ.

- *Xây dựng và thực thi chiến lược quốc gia về phát triển doanh nghiệp, doanh nhân* mà một trong những trụ cột chính là xây dựng đội ngũ doanh nhân. Cần khẩn trương xây dựng chiến lược quốc gia về phát triển doanh nghiệp, doanh nhân, coi đây là một nội dung quan trọng của Chiến lược phát triển kinh tế-xã hội giai đoạn 2011- 2020.

- *Thực hiện đúng vai trò điều tiết, hỗ trợ của Nhà nước đối với doanh nghiệp, doanh nhân.* Nhà nước tạo cơ chế chính sách, môi trường hoạt động tốt nhất cho doanh nghiệp, doanh nhân; đồng hành cùng doanh nghiệp, doanh nhân, nhất là khi doanh nghiệp, doanh nhân gặp khó khăn.

- *Tăng cường chế độ dân chủ, xây dựng nhà nước pháp quyền.* Nhà nước phải là người đại diện quyền lợi của toàn xã hội, là người điều chỉnh các lợi ích chính đáng của mọi cá nhân, mọi thành phần kinh tế. Đổi mới nhận thức trong bộ máy quản lý nhà nước theo hướng các cơ quan quản lý phải vừa là người điều hành vừa là đối tác của doanh nhân, biết lắng nghe ý kiến, nguyện vọng của họ. Thường xuyên đối thoại giữa doanh nhân và chính quyền để doanh nhân cùng tham gia xây dựng, hoàn thiện môi trường kinh doanh.

- *Đổi mới cơ chế phân bổ nguồn lực của nhà nước,* áp dụng cơ chế phân bổ các nguồn lực theo nguyên tắc thị trường, lấy hiệu quả làm tiêu chuẩn đầu tiên và cao nhất khi phân bổ nguồn lực cho các dự án kinh doanh. Xóa bỏ mọi sự độc quyền, đặc quyền, biệt đãi, ưu tiên cho các doanh nghiệp nhà nước trong việc tiếp cận các nguồn lực để phục vụ các hoạt động kinh doanh. Tạo cạnh tranh và sự công khai, minh bạch trong việc tiếp cận các nguồn lực, qua đó mở thêm cơ hội cho các doanh nghiệp khu vực tư nhân, nhằm khuyến khích và đảm bảo việc sử dụng có hiệu quả nhất các nguồn lực của đất nước, đồng thời hỗ trợ sự phát triển của khu vực này.

- *Thực hiện cải cách hành chính mạnh mẽ và thực chất.* Xây dựng bộ máy nhà nước trong sạch, hiệu quả; hệ thống pháp luật và chính sách phải nhằm mục tiêu bảo vệ và tạo điều kiện cho hoạt động kinh doanh hợp pháp của doanh nhân; đặc biệt là luật pháp phải bảo vệ được quyền và lợi ích, tài sản chính đáng của doanh nhân.

Đột phá vào khâu cải cách thủ tục hành chính. Cơ quan quản lý nhà nước cần phải nhận thức, quán triệt quan điểm phục vụ trong chỉ đạo thực hiện cải cách thủ tục hành chính là nhiệm vụ trung tâm theo hướng nhận khó khăn về phía mình để tìm cách đơn giản hoá thủ tục hành chính tới mức cao nhất, đem lại thuận lợi nhất cho doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, mọi thủ tục hành chính cần hướng vào việc tạo thuận lợi cho các hoạt động đầu tư, kinh doanh của doanh nghiệp và doanh nhân. Các thủ tục hành chính cần được thiết kế theo hướng để khi doanh nghiệp, doanh nhân thực hiện với thời gian ngắn nhất và chi phí thấp nhất chứ không phải là theo cơ chế “xin-cho” như hiện nay.

- *Chính quyền các cấp tăng cường gặp gỡ, đối thoại và tiếp thu ý kiến của doanh nhân;* lắng nghe và giải quyết nhu cầu chính đáng của doanh nhân một cách thực chất; áp dụng các biện pháp, giải pháp kinh tế thích hợp nhằm ổn định kinh tế vĩ mô, không gây “sốc” cho nền kinh tế, tạo cơ hội thuận lợi cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nhân.

- *Xây dựng cơ chế bảo vệ doanh nghiệp, doanh nhân, hạn chế rủi ro trong kinh doanh.* Hoàn thiện chính sách an sinh xã hội để trợ giúp doanh nghiệp giải quyết các vấn đề xã hội; nâng cao trách nhiệm của Nhà nước và xã hội trong việc chăm lo điều kiện làm việc và đời sống của người lao động; bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

- *Tăng cường và nâng cao chất lượng công tác dự báo, qui hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội.* Tạo điều kiện cho các trung tâm nghiên cứu thị trường ra đời và phát triển, đủ khả năng phân tích, dự báo chuẩn xác những biến động của thị trường, nhất là những lĩnh vực mà doanh nghiệp, doanh nhân nước ta có nhiều lợi thế đầu tư, kinh doanh.

- *Tăng cường các hoạt động an ninh, tình báo kinh tế, đấu tranh phòng chống tội phạm trên lĩnh vực kinh tế,* lĩnh vực công nghệ cao để bảo vệ lợi ích hợp pháp của doanh nhân. Cần sớm có các qui định cụ thể về cơ chế phối hợp thông tin, xác định quyền và nghĩa vụ của mỗi bên trong cung cấp và sử dụng các thông tin nhằm giảm bớt rủi ro cho doanh nhân.

- *Cải cách triệt để các doanh nghiệp nhà nước,* đưa các doanh nghiệp nhà nước, kể cả các tập đoàn kinh tế nhà nước, vào hoạt động trên cơ sở cạnh tranh bình đẳng với các thành phần kinh tế khác trên thị trường.

- *Nâng cao chất lượng của đội ngũ doanh nhân trong các DNNN* bằng các biện pháp cụ thể như: 1) thay đổi cơ chế bổ nhiệm đội ngũ lãnh đạo DNNN thông qua cạnh tranh trên thị trường; 2) thực hiện chế độ trả lương theo hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp; 3) đổi mới cơ chế đánh giá hiệu quả hoạt động của DNNN; 4) xác định rõ vai trò và trách nhiệm của lãnh đạo DNNN trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh.

- *Xóa bỏ sự phân chia theo các thành phần kinh tế như hiện nay,* vì sẽ tạo ra mầm mống của sự phân biệt đối xử giữa các thành phần kinh tế, có thể dẫn đến sự thiếu nhất quán trong việc xác định vai trò của kinh tế tư nhân, gây tâm lý e ngại đầu tư kinh doanh lâu dài, bài bản. Chúng tôi cho rằng nên xem nền kinh tế của chúng ta là một thể thống nhất, trong đó có kinh tế công cộng và kinh tế tư nhân, tất cả đều hoạt động theo quy luật của kinh tế thị trường và theo luật pháp của Nhà nước.

4. Tăng cường đào tạo đội ngũ doanh nhân và khơi dậy, phát huy tinh thần kinh doanh trong toàn xã hội

a. Đào tạo đội ngũ doanh nhân

Đội ngũ doanh nhân Việt Nam mới ra đời trong một thời gian rất ngắn, do đó số lượng chưa nhiều, chưa được đào tạo một cách bài bản¹, trình độ quản trị kinh doanh, khả năng ngoại ngữ còn rất hạn chế². Vì vậy, để phát triển đội ngũ doanh nhân, bên cạnh sự nỗ lực của bản thân họ, rất cần có sự hỗ trợ về nhiều mặt của Nhà nước.

- Chính phủ giao cho Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam chủ trì, phối hợp với Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, các trường đại học, các doanh nghiệp .v.v., xây dựng *Đề án đào tạo đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020*. Nội dung chủ yếu của Đề án này là đánh giá nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân ở nước ta hiện nay và dự báo đến năm 2020; xác định mục tiêu đào tạo; nội dung chương trình, quy trình, phương pháp đào tạo; kinh phí đào tạo, đối tượng đào tạo .v.v. Kinh phí của các chương trình đào tạo một phần từ nguồn ngân sách nhà nước, một phần từ đóng góp của các doanh nghiệp và hỗ trợ của các tổ chức quốc tế.

- Nhà nước cần khuyến khích phát triển thị trường dịch vụ đào tạo doanh nhân. Tạo cơ chế thực sự thuận lợi để hỗ trợ về đất đai, mặt bằng, các chính sách ưu đãi về thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp .v.v., cho các cơ sở đào tạo doanh nhân. Khuyến khích các cơ sở đào tạo, các trường đại học kinh tế mở các khóa đào tạo “giám đốc chuyên nghiệp”, các chương trình “khởi sự doanh nghiệp”. Trong những năm trước mắt, cần khuyến khích và tạo điều kiện vật chất cho các cơ sở đào tạo hiện có đổi mới nội dung chương trình, phương pháp đào tạo phù hợp với điều kiện cụ thể của nước ta, trong đó, cần đặc biệt chú trọng đào tạo, bồi dưỡng lực lượng doanh nhân trẻ, chuyên nghiệp.

- Nhà nước dành một khoản ngân sách nhất định để hỗ trợ các trường đại học, các cơ sở đào tạo xây dựng và phát triển các “vườn ươm doanh nghiệp”; hỗ trợ cho các doanh nghiệp, doanh nhân, chủ yếu là doanh nhân đang lãnh đạo, quản lý các doanh nghiệp nhỏ và vừa được tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng, tham quan khảo sát thị trường ở trong và ngoài nước. Khoản ngân sách nhà nước hàng năm dành cho các hoạt động này là khoảng 1 % trong giai đoạn 2011 – 2015 và có thể tăng dần lên trong những năm sau.

¹ Theo kết quả điều tra, khảo sát năm 2009 của Đề tài, có 41,88 % doanh nhân chưa được bồi dưỡng kiến thức về quản trị kinh doanh, chỉ có 19,66 % doanh nhân đã được bồi dưỡng kiến thức về quản trị kinh doanh từ 6 tháng trở lên, 14,45 % là từ 3 – 6 tháng và 24,01 % là dưới 3 tháng; 54,02 % doanh nhân đang là giám đốc, phó giám đốc doanh nghiệp chưa tham gia các lớp đào tạo/bồi dưỡng giám đốc doanh nghiệp.

² Theo kết quả điều tra, khảo sát năm 2009 của Đề tài, có 24,61% doanh nhân chưa biết ngoại ngữ nào, chỉ có khoảng 24% doanh nhân có trình độ tiếng Anh C và D.

- Nhà nước nên giao cho một số trường đại học kinh tế lớn, có uy tín xây dựng một số khoa chuyên đào tạo giám đốc doanh nghiệp.

- Bộ Giáo dục và Đào tạo nghiên cứu xây dựng và đưa nội dung quản trị kinh doanh và tinh thần kinh doanh vào chương trình giáo dục phổ thông.

b. Khơi dậy và phát huy tinh thần kinh doanh trong toàn xã hội

- Phát huy tinh thần doanh nghiệp cho doanh nhân và toàn xã hội, xây dựng xã hội kinh doanh. Bồi dưỡng cho các thế hệ Việt Nam từ khi mới cắp sách đến trường ý chí tự thân lập nghiệp và có tinh thần kinh doanh.

- Xây dựng xã hội có tập quán tôn vinh doanh nhân, hình thành và phát triển văn hoá tôn vinh doanh nhân; tạo dựng môi trường xã hội khuyến khích làm giàu, thực sự tôn vinh người giàu hợp pháp; coi hoạt động kinh doanh tạo ra nhiều của cải cho xã hội là mục tiêu của đất nước; phân biệt doanh nhân kinh doanh đúng pháp luật, có nhiều đóng góp cho cộng đồng và xã hội với một số ít người làm ăn phi pháp, vi phạm pháp luật.

- Nhà nước cùng với doanh nhân xây dựng hình ảnh doanh nhân chân chính trong chế độ xã hội mới một cách chân thực, sống động; gắn hình ảnh của đất nước với hình ảnh của các thương hiệu nổi tiếng, với doanh nhân chân chính, thành đạt.

- Thực tôn trọng, tôn vinh doanh nhân, nhất là doanh nhân trong khu vực kinh tế tư nhân, coi doanh nhân chân chính, thành đạt, có nhiều đóng góp cho xã hội như là những người Anh hùng của của sự nghiệp đổi mới. Có chính sách và cơ chế bồi dưỡng, đào tạo những doanh nhân ưu tú, có đức, có tài, tạo điều kiện cho họ tham gia ngày càng nhiều hơn trong các cơ quan quyền lực nhà nước (Quốc hội, Hội đồng nhân dân các cấp) và các cơ quan lãnh đạo nhà nước ở Trung ương và địa phương.

- Bộ Chính trị, Ban Bí thư sớm có quy định về việc kết nạp những người là chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng¹. Tạo điều kiện cho doanh nhân xuất sắc, tiêu biểu được tham gia vào các tổ chức chính trị-xã hội và các cơ quan lãnh đạo Nhà nước. Tổng liên đoàn lao động Việt Nam, Đoàn thanh niên cộng sản HCM, Hội liên hiệp phụ nữ Việt Nam xây dựng mô hình tổ chức hoạt động của các tổ chức đoàn thể trong các doanh nghiệp tư nhân một cách hiệu quả; nâng cao chất lượng thực sự của các tổ chức công đoàn, đoàn thanh niên, hội phụ nữ trong các DNTN, tránh hình thức. Sửa đổi, bổ sung Luật Đầu tư và Luật Doanh nghiệp, quy định rõ về việc tổ chức và hoạt động của tổ chức Đảng, các đoàn thể trong DNTN và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; cho phép doanh nghiệp được tính vào chi phí sản xuất kinh doanh các khoản chi hỗ trợ cho tổ chức Đảng, các đoàn thể hoạt động.

¹ Theo điều tra của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đối với 1035 doanh nhân năm 2009, trong số doanh nhân chưa là đảng viên, có 36,2 % doanh nhân có nguyện vọng vào Đảng.

5. Khuyến khích phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn, phát triển thị trường hỗ trợ kinh doanh

a. Khuyến khích phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn

- Chính phủ giao cho các cơ quan có liên quan xây dựng và triển khai đề án phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn trong giai đoạn 2011-2020.

- Khuyến khích và thực hiện các biện pháp hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp tư nhân hoặc doanh nghiệp đa sở hữu vươn lên quy mô lớn, hiệu quả, đi đầu trong đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm, khai thác thị trường mới. Có chính sách và cơ chế thiết thực nhằm tăng cường liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp trong nước với nhau và với các công ty quốc tế.

- Phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ để tăng cường liên kết trong sản xuất công nghiệp. Hình thành các cụm công nghiệp, khu công nghệ cao, các vườn ươm doanh nghiệp, trong đó các doanh nghiệp đầu tàu dẫn dắt các doanh nghiệp mới, liên kết các doanh nghiệp nhỏ và vừa, cùng nhau tạo nên những sản phẩm có giá trị gia tăng cao, có sức cạnh tranh và có khả năng tham gia chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp trong khu vực và thế giới.

- Nhà nước tập trung hỗ trợ xây dựng một số thương hiệu mang bản sắc Việt Nam, thể hiện năng lực cạnh tranh của quốc gia; hỗ trợ xây dựng một số doanh nhân tâm cỡ thế giới; hình thành một số doanh nghiệp tư nhân có vai trò chủ lực trong một số ngành, lĩnh vực quan trọng của nền kinh tế. Cần coi đây là nhiệm vụ quan trọng mang tính đột phá, trong đó doanh nhân phải đóng vai trò chủ động, tiên phong và Nhà nước kịp thời hậu thuẫn khi cần thiết.

b. Phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh

- Đổi mới các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa theo hướng có mục tiêu chọn lọc, có trọng tâm rõ ràng và hợp lý, có khả năng thực hiện hiệu quả và không vi phạm các cam kết quốc tế. Tập trung chủ yếu hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị, khả năng ứng dụng công nghệ mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả và năng lực cạnh tranh của sản phẩm và doanh nghiệp.

- Hỗ trợ đổi mới kỹ thuật - công nghệ theo hướng hiện đại hóa và đồng bộ giữa các khâu của tái sản xuất, (sản xuất, phân phối, trao đổi, tiêu dùng) nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và đa dạng hoá sản phẩm.

- Đẩy mạnh việc phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh như cung cấp thông tin, xúc tiến kinh doanh, tư vấn, kế toán và kiểm toán; bảo vệ sở hữu trí tuệ, tư vấn chuyển giao công nghệ .v.v. Nâng cao chất lượng hoạt động của các dịch vụ này để hỗ trợ doanh nhân kịp thời có những công cụ, kỹ năng mà tự bản thân doanh nghiệp không đáp ứng được.

- Thiết lập hệ thống thông tin thị trường có trọng điểm để trợ giúp tích cực cho doanh nhân nắm bắt kịp thời diễn biến của thị trường thế giới. Xây dựng cơ chế hợp tác chặt chẽ giữa các doanh nhân, hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến thương mại trong và ngoài nước.

- Tiếp tục triển khai có hiệu quả các chương trình hỗ trợ phát triển doanh nghiệp như: Chương trình khuyến công, Chương trình xúc tiến thương mại, Chương trình hỗ trợ về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, các loại Quỹ chuyển giao công nghệ, ứng dụng công nghệ thông tin .v.v. Khuyến khích phát triển các tổ chức xã hội - nghề nghiệp, các hội, hiệp hội doanh nghiệp; tổ chức và thực hiện có hiệu quả các chương trình, đề án trợ giúp doanh nghiệp, có tài trợ một phần của Nhà nước. Nâng cao chất lượng các chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư. Thực hiện tốt các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp vừa và nhỏ.

6. Xây dựng văn hóa doanh nhân

- Xây dựng những chuẩn mực mới về doanh nhân trong xã hội. 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.

- Khuyến khích doanh nhân đi đầu thực hiện trách nhiệm xã hội, xây dựng mối quan hệ tốt giữa doanh nhân và người lao động, thiết lập quan hệ lao động hài hòa bằng việc sửa đổi bổ sung và tăng cường thi hành Luật lao động. Tăng cường năng lực tòa án lao động, vai trò của công đoàn và các tổ chức đại diện người sử dụng lao động trong doanh nghiệp.

- Nghiên cứu xây dựng tiêu chí và thang giá trị của doanh nhân Việt Nam hiện đại, có ý chí vươn lên, có lòng tự tôn dân tộc, có năng lực cạnh tranh và hội nhập, có đạo đức trong kinh doanh; biết kết hợp hài lợi ích cá nhân, lợi ích doanh nghiệp và lợi ích xã hội; có dũng khí trong cuộc đấu tranh chống tham nhũng, quan liêu lãng phí, sống trong sạch, lành mạnh.

7. Xây dựng và ban hành nghị quyết của BCH Trung ương Đảng về xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam đến năm 2020

Trong nhiệm kỳ Đại hội X, Đảng đã có Nghị quyết về xây dựng giai cấp công nhân, giai cấp nông dân và đội ngũ trí thức. Tuy nhiên, Đảng vẫn chưa có Nghị quyết về xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân như là một giai tầng xã hội. Thực tế này đã dẫn đến một số chủ trương, chính sách của Đảng về phát triển doanh nghiệp, doanh nhân chưa thực sự phát huy đầy đủ. Đất nước ta đang bước sang một giai đoạn phát triển mới, cần có Nghị quyết riêng để tiếp tục khẳng định và phát huy mạnh mẽ vai trò của đội ngũ

doanh nhân, khẳng định một cách dứt khoát quan điểm về phát triển đội ngũ doanh nhân trong sự nghiệp xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Chúng tôi khuyến nghị cần sớm có một Nghị quyết của Ban chấp hành Trung ương Đảng¹ về xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Nội dung cơ bản của Nghị quyết này là xác định rõ vai trò, vị trí, đặc điểm, bản chất, tiêu chí của đội ngũ doanh nhân và giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta trong thời kỳ phát triển mới. Sự nhất quán trong chủ trương, đường lối, sự đồng thuận cao của toàn xã hội sẽ tạo động lực thúc đẩy sự phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay và những năm tới. Trên cơ sở Nghị quyết của BCH Trung ương, Quốc hội, Chính phủ tiếp tục cụ thể hóa, ban hành các văn bản pháp luật và chính sách cụ thể để xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân trong giai đoạn 2011 - 2015.

8. Phát triển các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề

Trong những năm gần đây, Nhà nước ta đã có nhiều chính sách về phát huy vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp². Tuy nhiên, cho đến nay, vẫn còn có một bộ phận lớn doanh nghiệp, doanh nhân chưa tham gia bất kỳ một hiệp hội doanh nghiệp hay hiệp hội ngành nghề nào³. Nhiều tổ chức hiệp hội doanh nghiệp hoạt động kém hiệu quả, chưa gắn kết hội viên với hiệp hội. Một trong những nguyên nhân của tình hình trên là thiếu cơ chế phù hợp cho phép các hiệp hội doanh nghiệp phát huy vai trò của mình. Vì vậy, chúng tôi khuyến nghị:

- Khuyến khích thành lập các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, các câu lạc bộ doanh nhân. Các tổ chức hiệp hội phải thực sự trở thành cầu nối, là đại diện của doanh nhân, bảo vệ lợi ích hợp pháp của doanh nhân.

¹ Năm 2009, Bộ Chính trị đã có quyết định giao cho Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam xây dựng đề án “Phát huy vai trò của doanh nhân trong thời kỳ CNH, HĐH đất nước và hội nhập kinh tế quốc tế” đề trình Bộ Chính trị thảo luận, ban hành Nghị quyết. Tuy nhiên, cho đến nay, Nghị quyết này vẫn đang trong quá trình thảo luận.

² Năm 1993, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 310 ngày 25/6/1993 về quan hệ công tác của các cơ quan chính quyền với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam; năm 2003 Chính phủ đã có Nghị định 88/2003/NĐ-CP, ngày 30/7/2003 quy định về tổ chức hoạt động và quản lý các các hội, tạo điều kiện cho các hiệp hội doanh nghiệp phát triển.

³ Đến nay cả nước có khoảng hơn 300 hiệp hội doanh nghiệp với rất nhiều hình thức khác nhau và chỉ có khoảng hơn 30% doanh nghiệp tham gia là thành viên của một hiệp hội doanh nghiệp nào đó. Theo số liệu điều tra của VCCI năm 2006, tỷ lệ doanh nghiệp ở các tỉnh/thành phố tham gia vào một loại hiệp hội doanh nghiệp như sau: Hà Nội: 20%, Hải Phòng: 9,92%, Đà Nẵng: 17,81%, Huế: 19,7%, Đồng Nai: 23,16%, Đắk Lắk: 9,64%, TP HCM: 43,16%.

- Chính phủ và chính quyền địa phương tạo điều kiện về cơ sở vật chất và quan tâm đến hoạt động của các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề. Tạo điều kiện thuận lợi cho các hiệp hội doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả. Hiệp hội phải đảm bảo tính đại diện và tính chuyên nghiệp, đủ khả năng thực hiện chức năng đại diện, làm cầu nối giữa doanh nghiệp, doanh nhân và chính quyền địa phương, điều hòa lợi ích của doanh nghiệp cùng ngành nghề trên cơ sở bảo vệ lợi ích chung của đất nước và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của doanh nghiệp, doanh nhân. Nhà nước tạo môi trường để các hội viên của hiệp hội phối hợp và kiểm soát lẫn nhau về chất lượng sản phẩm, giá cả và uy tín của hội viên.

- Phát huy mạnh mẽ vai trò của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, các câu lạc bộ doanh nhân. Các hiệp hội doanh nghiệp cần tăng cường các hoạt động tập hợp và phản ánh nguyện vọng, ý kiến của doanh nghiệp, doanh nhân; tham mưu cho Đảng và Nhà nước về các chính sách phát triển doanh nghiệp, thực hiện vận động chính trị trong cộng đồng doanh nghiệp và tầng lớp doanh nhân; trợ giúp doanh nghiệp, doanh nhân phát triển sản xuất, kinh doanh, hội nhập quốc tế; bảo vệ quyền lợi hợp pháp chính đáng của doanh nghiệp, doanh nhân v.v.

- Xây dựng cơ chế để các hiệp hội doanh nghiệp thực hiện một số dịch vụ công.

- Ban hành Luật về hiệp hội doanh nghiệp, tạo hành lang pháp lý thúc đẩy hình thành và phát triển các tổ chức hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề.

CHƯƠNG TRÌNH KHOA HỌC XÃ HỘI TRỌNG ĐIỂM CẤP NHÀ NƯỚC
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ GIAI ĐOẠN 2006 -2010

Mã số: KX.04/06-10

XÂY DỰNG ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN VIỆT NAM
TRONG GIAI ĐOẠN 2011 - 2020

(MÃ SỐ: KX.04.17/06-10)

BÁO CÁO TÓM TẮT

Chủ nhiệm đề tài : **PGS.TS. Hoàng Văn Hoa**

Cơ quan chủ trì đề tài: **Trường Đại học Kinh tế quốc dân**

Hà Nội, năm 2010

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Tinh thần kinh doanh và sự sáng tạo là yếu tố quan trọng trong nền kinh tế thị trường hiện đại. Trong điều kiện ngày nay, sự phát triển về số lượng và chất lượng của đội ngũ doanh nhân được coi là một trong những nguồn lực đặc biệt quan trọng, phản ánh năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong hội nhập quốc tế và là một tiêu chí đánh giá năng lực và trình độ phát triển kinh tế của một quốc gia. Trong công cuộc đổi mới ở nước ta từ năm 1986 đến nay, khu vực kinh tế tư nhân với nhiều hình thức tổ chức đa dạng, phong phú khác nhau đã phát triển nhanh chóng. Dưới sự lãnh đạo của Đảng, đội ngũ doanh nhân là một trong những lực lượng tiên phong của công cuộc đổi mới, là đội quân xung kích trong sự nghiệp chấn hưng kinh tế đất nước.

Tuy nhiên, cho đến nay, mặc dù đã trải qua hơn 20 năm đổi mới, nhưng sự phát triển của doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân nước ta vẫn đang tồn tại nhiều vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu, giải quyết cả về lý luận và thực tiễn. Về mặt nhận thức, trong xã hội nước ta hiện nay vẫn chưa có được sự đồng thuận cao về vai trò, vị thế của doanh nhân. Trong hệ thống pháp luật, chính sách cũng như trong thực tiễn cuộc sống, vẫn còn nhiều rào cản đối với doanh nghiệp, doanh nhân. Cho đến nay, chưa có một công trình nào nghiên cứu một cách hệ thống, toàn diện về lý luận, đánh giá rõ thực trạng và đề xuất các giải pháp đồng bộ, có căn cứ khoa học về phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta đến năm 2020.

Vì vậy, việc nghiên cứu một cách có hệ thống, làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn về vị trí, vai trò, đặc điểm của đội ngũ doanh nhân; phân tích, đánh giá thực trạng đội ngũ doanh nhân, trên cơ sở đó đề xuất quan điểm và giải pháp phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011-2020 là vấn đề có ý nghĩa lý luận và thực tiễn sâu sắc.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

2.1. Mục tiêu tổng quát của đề tài là đánh giá vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đổi mới ở nước ta, trên cơ sở đó đề xuất quan điểm và các giải pháp cơ bản phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta giai đoạn 2011 - 2020.

2.2. Mục tiêu cụ thể của đề tài

- Phân tích cơ sở lý luận và thực tiễn về vị trí, vai trò, đặc điểm của đội ngũ doanh nhân trong quá trình xây dựng và phát triển nền kinh tế thị trường.
- Phân tích, đánh giá thực trạng đội ngũ doanh nhân nước ta và chính sách của Đảng, Nhà nước đối với doanh nhân sau hơn 20 năm đổi mới; làm rõ các nhân tố tác động đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta trong thời kỳ đổi mới.
- Đề xuất mục tiêu, quan điểm, giải pháp và kiến nghị xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 – 2020.
- Góp phần tiếp tục đổi mới lý luận, nhất là về vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam.

3. Phạm vi nghiên cứu

- Nghiên cứu doanh nhân với tư cách là một nhóm hay một đội ngũ/ tầng lớp xã hội, bao gồm những người trực tiếp lãnh đạo, quản lý điều hành doanh nghiệp, không bao hàm chủ hộ kinh tế cá thể, chủ trang trại, lãnh đạo các hợp tác xã.

- Đánh giá thực trạng, vai trò của đội ngũ doanh nhân nước ta thời kỳ đổi mới.

- Đề xuất các giải pháp và kiến nghị xây dựng đội ngũ doanh nhân giai đoạn 2011-2020.

4. Phương pháp nghiên cứu.

- Đề tài sử dụng các phương pháp nghiên cứu truyền thống như: phương pháp tổng hợp, phân tích kinh tế, phương pháp nghiên cứu so sánh, phương pháp lịch sử và phương pháp logic.

- Phương pháp chuyên gia, tổ chức các hội thảo khoa học để thu thập ý kiến của các doanh nhân, các nhà quản lý, các nhà khoa học về thực trạng, vai trò, xu hướng phát triển, quan điểm và giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011 - 2020.

- Điều tra, phỏng vấn 1841 doanh nhân, nhà quản lý doanh nghiệp trên phạm vi 9 tỉnh, thành phố. Trên cơ sở đó, tổng hợp, xử lý theo chương trình phần mềm SPSS.

5. Kết cấu của đề tài. Ngoài phần mở đầu, kết luận, kiến nghị, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, đề tài gồm ba chương:

- Chương I: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về xây dựng đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại.

- Chương II: Thực trạng phát triển đội ngũ doanh nhân ở Việt Nam.

- Chương III: Quan điểm, giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020.

Chương 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ XÂY DỰNG ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG HIỆN ĐẠI

1.1. Khái niệm và đặc trưng của doanh nhân

1.1.1. Khái niệm doanh nhân

Cho đến nay, các nhà quản lý, nhà khoa học, nhà lãnh đạo doanh nghiệp ở nước ta vẫn có nhiều ý kiến và cách tiếp cận khác nhau về khái niệm “doanh nhân”. Đây là một khái niệm mới được xuất hiện ở nước ta trong những năm gần đây. Từ năm 2004, ngày 13 - 10 hàng năm đã được Nhà nước chọn là “Ngày doanh nhân Việt Nam”, nhưng ai là doanh nhân ? doanh nhân có đặc trưng gì và tiêu chí nào được gọi là doanh nhân thì vẫn còn nhiều ý kiến khác nhau.

Trên cơ sở phân tích các ý kiến và cách tiếp cận khác nhau về khái niệm doanh nhân ở trong và ngoài nước, đề tài đã luận giải và nêu lên quan điểm của nhóm nghiên cứu khi xác định nội hàm của thuật ngữ này và đề xuất khái niệm doanh nhân như sau: ***Doanh nhân là***

người trực tiếp lãnh đạo, quản lý, điều hành hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp nhằm tạo ra giá trị mới cho xã hội; có bản lĩnh, năng lực và đạo đức kinh doanh; là lực lượng chủ yếu tạo lập và phát triển mô hình tổ chức kinh doanh đáp ứng yêu cầu phát triển của nền kinh tế thị trường hiện đại.

1.1.2. Đặc trưng của doanh nhân

Đề tài cho rằng, doanh nhân đích thực ở bất kỳ nền kinh tế thị trường nào cũng có đặc trưng cơ bản sau đây:

- Chấp nhận rủi ro, mạo hiểm và sáng tạo.
- Tự tin và quyết đoán.
- Nhạy cảm và say mê kinh doanh
- Có năng lực kinh doanh, có tri thức và tinh thần học hỏi để biến cơ hội thành hiện thực.
- Có tinh thần dân tộc, gắn lợi ích cá nhân với lợi ích của cộng đồng và xã hội.
- Hội nhập kinh tế quốc tế.
- Tham gia vào hệ thống chính trị - xã hội.

1.2. Tiêu chí xác định doanh nhân

Sau khi nêu lên một số tiêu chí xác định doanh nhân ở các nước và nước ta, đề tài cho rằng, để nhận diện doanh nhân ở nước ta, cần dựa vào các tiêu chí định lượng và định tính. Các tiêu chí định tính bao gồm:

- Là người lãnh đạo doanh nghiệp.
- Có trí tuệ và năng lực kinh doanh.
- Có quyết tâm và sáng tạo trong kinh doanh.
- Có trách nhiệm xã hội trong kinh doanh và trong cuộc sống.
- Biết tôn trọng pháp luật.

Tiêu chí định lượng còn tùy thuộc vào từng ngành, lĩnh vực sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp và phải căn cứ vào các yếu tố chủ yếu như: Doanh thu và tốc độ tăng doanh thu; lợi nhuận, kim ngạch xuất khẩu, nộp ngân sách, mức độ đổi mới thiết bị, công nghệ/ sáng kiến cải tiến, mức độ tạo ra sản phẩm, dịch vụ mới, chất lượng sản phẩm, dịch vụ, mức độ hài lòng của người tiêu dùng, tạo việc làm .v.v.

1.3. Các nhân tố tác động đến sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường

Có nhiều nhân tố tác động tới sự phát triển về số lượng, chất lượng cũng như các tố chất, kỹ năng của doanh nhân. Từ lý thuyết và thực tiễn của các nước cũng như ở nước ta, đề tài

nêu lên các nhân tố chủ yếu như: môi trường kinh tế; môi trường chính trị, pháp luật; năng lực, thái độ và cách ứng xử các cấp chính quyền nhà nước; môi trường xã hội; môi trường văn hoá; truyền thống kinh doanh của dân tộc, gia đình; môi trường quốc tế và nhân tố thời đại và yếu tố cá nhân.

1.4. Vai trò của doanh nhân đối với sự phát triển kinh tế-xã hội

Trước hết, đề tài khái quát vai trò của doanh nhân trong tiến trình phát triển kinh tế thị trường. Trong phạm vi doanh nghiệp, doanh nhân có vai trò quyết định đối với sự phát triển của doanh nghiệp do doanh nhân lãnh đạo. Vì vậy, việc phân tích, đánh giá vai trò của doanh nhân được thể hiện chủ yếu thông qua sự hoạt động của doanh nghiệp. *Vai trò của doanh nhân đối với doanh nghiệp* thể hiện: 1) doanh nhân là người lãnh đạo, trực tiếp quản lý, điều hành doanh nghiệp, quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp; 2) tổ chức lực lượng sản xuất của doanh nghiệp; 3) nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường; 4) sáng tạo ra giá trị của doanh nghiệp; 5) xây dựng chiến lược và hoạch định các chính sách phát triển doanh nghiệp và 6) tạo lập và xây dựng các mối quan hệ liên kết trong và ngoài doanh nghiệp..v.v.

Đề tài phân tích vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại; đánh giá sự đóng góp của doanh nhân gắn với vai trò của doanh nghiệp và thể hiện trên ba khía cạnh: kinh tế, xã hội và chính trị.

- *Vai trò kinh tế.* Vai trò kinh tế của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại thể hiện trên các mặt: 1) tạo lập ra thị trường, đáp ứng nhu cầu thị trường và định hướng nhu cầu thị trường; 2) tổ chức sử dụng các nguồn lực sản xuất; 3) quyết định sự vận động và phát triển của thị trường; 4) chủ thể thực hiện hội nhập kinh tế quốc tế, trực tiếp thực hiện các cam kết quốc tế; 5) góp phần hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường.

- *Vai trò xã hội:* 1) giải quyết việc làm, thúc đẩy thị trường lao động phát triển, góp phần ổn định xã hội; 2) đào tạo lao động cho doanh nghiệp, thông qua đó góp phần đào tạo nguồn nhân lực cho xã hội; 3) góp phần quan trọng ổn định xã hội, tham gia các hoạt động từ thiện, thực hiện chính sách an sinh xã hội; 4) nâng cao thu nhập cho người lao động trong nội bộ doanh nghiệp, qua đó nâng cao mức sống vật chất và tinh thần của xã hội; 5) làm biến đổi cơ cấu xã hội; 6) xây dựng và phát triển tinh thần doanh nghiệp trong xã hội; 7) xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp, thông qua đó có tác dụng định hướng cho văn hóa xã hội, góp phần giữ gìn bản sắc văn hóa của dân tộc.

- *Vai trò chính trị.* Thông qua các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, doanh nhân góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế góp phần giữ vững ổn định xã hội, ổn định chính trị. Ở nhiều nước, nhiều doanh nhân trực tiếp tham gia vào các tổ chức chính trị-xã hội và có thể tác động mạnh mẽ đến cả đời sống chính trị, xã hội của đất nước.

Đề tài nêu lên vai trò của đội ngũ doanh nhân trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở Việt Nam: 1) là chủ thể trung tâm của nền kinh tế, đội quân xung kích trong xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng XHCN; 2) kết hợp và sử dụng các nguồn lực trong doanh nghiệp để tạo ra việc làm và sản phẩm cho xã hội; tác động mạnh mẽ đến sự phát triển

kinh tế- xã hội; đóng vai trò nền tảng trong việc phát triển, mở rộng quan hệ kinh tế và văn hoá giữa nước ta với các nước và khơi dậy, nuôi dưỡng tinh thần kinh doanh của dân tộc.

1.5. Kinh nghiệm xây dựng và phát triển doanh nhân ở một số nước và vùng lãnh thổ.

Đề tài nêu lên kinh nghiệm phát triển doanh nhân của Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc và Nhật Bản, trên cơ sở đó rút ra một số bài học kinh nghiệm cho Việt Nam: 1) tạo lập môi trường kinh tế, xã hội, pháp lý và chính trị thuận lợi cho sự phát triển đội ngũ doanh nhân; 2) tạo dựng và nuôi dưỡng tinh thần kinh doanh và tôn vinh doanh nhân; 3) tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi; 4) thực hiện có hiệu quả các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nhân và 5) tăng cường đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân.

Chương II

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN VIỆT NAM

2.1. Khái quát doanh nhân Việt Nam thời kỳ trước đổi mới

Đề tài phân tích quá trình phát triển của doanh nhân qua các giai đoạn lịch sử, trên cơ sở đó nêu lên một số đặc trưng của doanh nhân Việt Nam trước năm 1986. Sự tồn tại và phát triển của doanh nhân trong lịch sử gắn liền với sự thăng trầm của lịch sử dân tộc. Ngoài sự đóng góp to lớn về kinh tế, những người kinh doanh chân chính còn là một lực lượng quan trọng góp phần vào sự nghiệp giải phóng dân tộc. Tuy nhiên, do những điều kiện lịch sử, hầu như họ rất hiếm khi được xã hội đề cao và tôn vinh.

- Thời kỳ trước khi thực dân pháp xâm lược Việt Nam, trong những thời điểm nhất định, kinh tế hàng hóa phong kiến có những nét khởi sắc, nhưng nhìn chung, các hoạt động kinh tế phi nông nghiệp còn rất mờ nhạt. Trong xã hội Việt Nam truyền thống chưa hình thành một tầng lớp doanh nhân thực sự.

- Thời kỳ Pháp thuộc (1858-1945), ở Việt Nam đã hình thành một giai cấp tư sản, tuy còn nhỏ bé và yếu ớt về kinh tế và chính trị, nhưng họ là một nguồn lực thúc đẩy tinh thần dân tộc. Những doanh nhân như Lương Văn Can, Bạch Thái Bưởi, Nguyễn Hữu Thu, Trịnh Văn Bô, Ngô Tử Hạ, Trương Văn Bền, Nguyễn Văn Vịnh, .v.v., là niềm tự hào của giới công thương và cả dân tộc. Trong thời kỳ cách mạng dân tộc dân chủ dưới sự lãnh đạo của Đảng, hầu hết các doanh nhân có xu thế ngã theo cách mạng, nhiều người là thành viên tích cực của Mặt trận Việt Minh. Trong giai đoạn này, doanh nhân Việt Nam đã có nhiều thành tựu xuất sắc, góp phần to lớn vào sự nghiệp kinh tế dân tộc.

- Thời kỳ 1945 – 1985. Trong năm đầu sau Cách mạng tháng Tám, doanh nhân nước ta đã thể hiện lòng yêu nước, nhiệt thành ủng hộ Chính phủ và được cả nước tôn vinh. Trong những năm 1954 - 1975, đất nước tạm thời bị chia cắt thành hai miền với hai chế độ chính trị khác nhau, do vậy đặc điểm và vị thế xã hội của doanh nhân ở từng miền cũng rất khác nhau. Ở miền Bắc, sau thời kỳ khôi phục kinh tế (1954-1957), kinh tế tư bản tư nhân bị xóa bỏ, trong khu vực kinh tế nhà nước, các cán bộ lãnh đạo các xí nghiệp và cơ sở kinh tế quốc doanh là cán bộ, công chức nhà nước, được hưởng lương của Nhà nước, kinh doanh bằng vốn

của Nhà nước và thực hiện nhiệm vụ sản xuất theo kế hoạch, mệnh lệnh của Nhà nước. Do vậy, đội ngũ doanh nhân thực sự không còn nữa.

2.2. Các nhân tố tác động đến sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta thời kỳ đổi mới (1986 đến nay)

Đề tài phân tích những nhân tố chủ yếu tác động đến sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta từ sau năm 1986: 1) đường lối đổi mới và chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nghiệp, doanh nhân. Đây là nhân tố chủ yếu, quyết định nhất để hình thành đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta. Đội ngũ doanh nhân là sản phẩm của công cuộc đổi mới do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo; 2) các nhân tố kinh tế - xã hội khác: sự hình thành thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN; tác động của hệ thống chính sách, pháp luật; tác động của tâm lý xã hội; tác động của môi trường văn hoá và các nhân tố quốc tế.

Tuy nhiên, hệ thống quan điểm, chính sách đối với doanh nghiệp, doanh nhân vẫn còn nhiều hạn chế, chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu xây dựng đội ngũ doanh nhân. Môi trường thể chế vẫn còn nhiều rào cản đối với doanh nghiệp, doanh nhân.

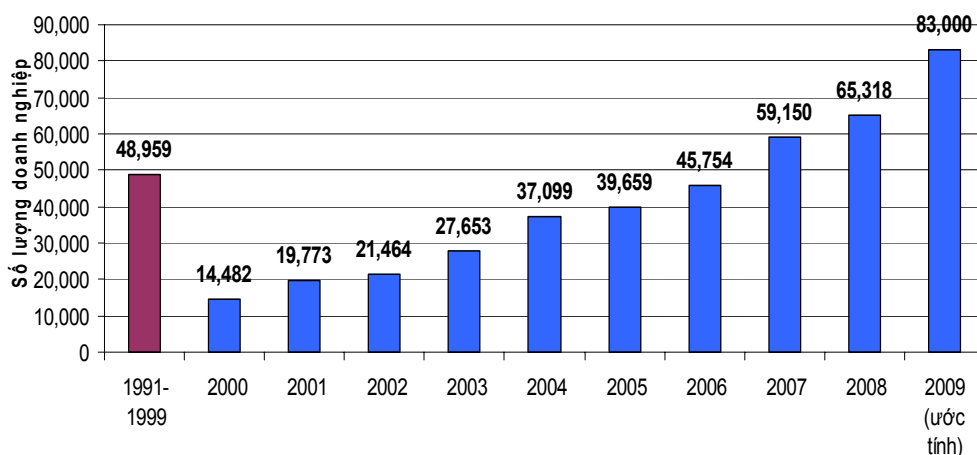
2.3. Thực trạng phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta từ năm 1986 đến nay

2.3.1. Thực trạng số lượng và cơ cấu đội ngũ doanh nhân

2.3.1.1. Số lượng doanh nhân

Từ chỗ chỉ có 4086 doanh nghiệp đăng ký thành lập theo Luật Công ty và Luật doanh nghiệp tư nhân vào năm 1992, đến tháng 12/2009, trên phạm vi cả nước, đã có khoảng 460.000 doanh nghiệp đăng ký hoạt động theo Luật doanh nghiệp¹.

Hình 1. Số lượng doanh nghiệp đăng ký hàng năm (1991-2009)



Nguồn: Trung tâm Thông tin, Cục Phát triển Doanh nghiệp, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2009.

¹ Trung tâm thông tin doanh nghiệp, Cục phát triển doanh nghiệp, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2009

Dự báo, đến cuối năm 2010, cả nước có 547.000 DN đăng ký kinh doanh. Tuy nhiên, số lượng doanh nghiệp hiện đang thực tế tồn tại và phát triển chỉ chiếm khoảng 60% số lượng doanh nghiệp có đăng ký đầy đủ. Như vậy đến cuối năm 2010, cả nước có khoảng 330.000 doanh nghiệp (bao gồm cả doanh nghiệp dân doanh, DNNN và DN có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài) đang tồn tại và hoạt động. Nếu tính một doanh nghiệp trung bình có khoảng 3 - 4 doanh nhân thì đến cuối năm 2010, cả nước có *khoảng 1, 2 triệu doanh nhân*¹.

2.3.1.2. Cơ cấu đội ngũ doanh nhân

a, Cơ cấu thành phần xuất thân của doanh nhân

Hầu hết các doanh nhân Việt Nam đều xuất thân từ tầng lớp lao động, và chủ yếu từ khu vực nhà nước. Kết quả điều tra của đề tài cho thấy, có tới gần 39% doanh nhân nước ta hiện nay có thành phần xuất thân là cán bộ, công chức nhà nước, bộ đội, công an, trong đó có 11,24% doanh nhân xuất thân là bộ đội, 0,22% là công an, 17,6% là cán bộ công chức nhà nước.

**Bảng 1: Cơ cấu thành phần xuất thân của doanh nhân
phân theo loại hình doanh nghiệp**

Đơn vị: %

	Loại hình doanh nghiệp						Tổng số
	DN Nhà nước	DN Tư nhân	Cty Cổ phần	Cty TNHH	Cty liên doanh	Loại hình khác	
1. Bộ đội	7,84	8,00	12,30	12,31	3,23	6,41	11,24
2. Công an	0,98	0,00	0,00	0,12	0,00	2,56	0,22
3. Cán bộ, công chức nhà nước	26,47	10,29	20,66	15,03	29,03	21,79	17,60
4. Công nhân	7,84	9,71	7,54	12,31	3,23	7,69	9,89
5. Khác	56,86	72,00	59,51	60,24	64,52	61,54	61,05

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

Một bộ phận đáng kể doanh nhân nước ta hiện nay đang là đảng viên Đảng CSVN và đoàn viên Thanh niên cộng sản Hồ Chí Minh². Năm 2009, có 19,12% doanh nhân là đảng viên Đảng Cộng sản Việt Nam; 28,35% doanh nhân là đoàn viên thanh niên cộng sản HCM. Như vậy, số lượng doanh nhân là đảng viên và đoàn viên chiếm tới 47,47% tổng số doanh nhân.

b, Cơ cấu ngành nghề, lĩnh vực và loại hình kinh doanh của doanh nhân. Có tới 38,6% số doanh nhân hoạt động trong lĩnh vực bán buôn và bán lẻ; sửa chữa nhỏ, và đây cũng là khu

¹ Số lượng doanh nhân ở đây được hiểu theo khái niệm như đã nêu ở chương 1, chỉ bao gồm những người lãnh đạo doanh nghiệp, không tính các chủ hộ kinh doanh cá thể, chủ trang trại, lãnh đạo các HTX.

² Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

vực có số lượng doanh nhân đông nhất. Tiếp theo là khu vực công nghiệp chế biến, chế tạo với sự tham gia của 18,9 % số doanh nhân.

c, *Về cơ cấu đội ngũ doanh nhân phân theo các vùng, địa phương.* Hơn 60% các doanh nghiệp được đăng ký mới hàng năm tập trung tại các tỉnh và thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Bình Dương, Đồng Nai. Gần 40% còn lại là các doanh nghiệp được đăng ký tại các tỉnh, thành phố còn lại trên toàn quốc.

2.3.2. Thực trạng chất lượng đội ngũ doanh nhân

2.3.2.1. *Về trình độ học vấn và chuyên môn.* Nhìn chung, *trình độ học vấn*¹ của doanh nhân Việt Nam vẫn còn thấp. Kết quả khảo sát 1841 doanh nhân năm 2009 của đề tài cho thấy, trong số doanh nhân đang giữ các chức vụ chủ tịch/phó chủ tịch hội đồng quản trị doanh nghiệp, tỷ lệ đã tốt nghiệp đại học chiếm 70,04%; tỷ lệ tương tự đối với doanh nhân là giám đốc/phó giám đốc doanh nghiệp là 63,64%. Số doanh nhân là giám đốc/phó giám đốc doanh nghiệp đã tốt nghiệp PTTH là 28,94% và số chưa tốt nghiệp PTTH chiếm tỷ lệ thấp (1,04%).

Bảng 2: Trình độ học vấn của doanh nhân được điều tra
phân theo loại hình doanh nghiệp

Trình độ học vấn của doanh nhân theo số lượng và cơ cấu	Loại hình doanh nghiệp						Tổng số
	DN Nhà nước	DN Tư nhân	Cty Cổ phần	Cty TNHH	Cty liên doanh	Loại hình khác	
1. Số lượng doanh nhân được điều tra							
- Chưa tốt nghiệp PTTH	0	15	2	6	0	2	25
- Đã tốt nghiệp PTTH	22	72	117	289	4	21	525
- Đại học	66	82	440	518	25	43	1174
- Trên đại học	14	6	51	32	2	12	117
2. Cơ cấu (%) so với số doanh nhân được điều tra							
- Chưa tốt nghiệp PTTH	0,00	8,57	0,33	0,71	0,00	2,56	1,36
- Đã tốt nghiệp PTTH	21,57	41,14	19,18	34,20	12,90	26,92	28,52
- Đại học	64,71	46,86	72,13	61,30	80,65	55,13	63,77
- Trên đại học	13,73	3,43	8,36	3,79	6,45	15,38	6,36

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

Về trình độ và lĩnh vực/ngành chuyên môn đã được đào tạo. Theo số liệu khảo sát của đề tài, một bộ phận lớn doanh nhân (hơn 45% tổng số doanh nhân được điều tra) là được đào

¹ “Trình độ học vấn” ở đây được tính theo tiêu chí các cấp học: 1) Chưa tốt nghiệp PTTH, 2) Đã tốt nghiệp PTTH, 3) đại học/cao đẳng và 4) trên đại học.

tạo từ các ngành kỹ thuật, xã hội nhân văn và các ngành khác. Đa số doanh nhân hầu như chưa được đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh.

Về bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ. Đến cuối năm 2009, trong tổng số 1841 doanh nhân được khảo sát trên phạm vi 9 tỉnh/thành phố, chỉ có 58,12% số doanh nhân đã qua các lớp bồi dưỡng về quản lý kinh tế hoặc quản trị kinh doanh, trong đó chủ yếu là các lớp bồi dưỡng dưới 3 tháng (chiếm 24,01%), từ 3 đến 6 tháng: 14,45% và trên 6 tháng: 19,66%. Như vậy, vẫn còn một bộ phận khá lớn (41,88%) doanh nhân chưa được bồi dưỡng bất kỳ một lớp quản lý kinh tế hoặc quản trị kinh doanh nào.

Nhìn chung trình độ học vấn của đội ngũ doanh nhân nước ta còn thấp hơn nhiều so với các nước trong khu vực và quốc tế. Một bộ phận lớn doanh nhân chưa được đào tạo bài bản về chuyên môn nghiệp vụ (kiến thức về quản lý kinh tế nói chung, quản trị doanh nghiệp nói riêng).

2.3.2.2. Trình độ ngoại ngữ của doanh nhân. Kết quả điều tra của đề tài năm 2009 cho thấy, có 24,61% chưa biết ngoại ngữ nào. Số doanh nhân biết tiếng Pháp, tiếng Nga, tiếng Đức chiếm tỷ lệ rất thấp. Trong tổng số 71,59% doanh nhân biết tiếng Anh, số người đạt đến trình độ D rất thấp (4,56%), còn lại chủ yếu là trình độ A và B.

2.3.2.3. Quy mô kinh doanh của doanh nhân. Dựa trên cơ sở số liệu thu thập được, đề tài đã phân tích quy mô kinh doanh của doanh nhân Việt Nam hiện nay. Kết quả cho thấy, so với các doanh nghiệp ở nhiều nước, các doanh nghiệp lớn thuộc top 500 của Việt Nam (kể cả các DNNN) cũng chỉ mới thuộc loại trung bình và nhỏ so với các nước phát triển. Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa xét theo tiêu chí vốn và lao động (theo quy định của Nghị định 90/2001/NĐ-CP ngày 23/11/2001 của Chính phủ)¹.

Bảng 3: Số lượng doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa

Đơn vị: Doanh nghiệp, %

Năm	2005	2006	2007
Tổng số doanh nghiệp hoạt động	112.950	131.318	155.771
<i>DNNVV theo quy mô lao động</i>			
- Số lượng	109.336	127.593	151.780
- % tổng số			

96,80% 97,16% 97,44%

¹ Theo quy định của Nghị định 90/2001/NĐ-CP ngày 23/11/2001 của Thủ tướng Chính phủ, doanh nghiệp nhỏ và vừa là DN có quy mô vốn đăng ký không quá 10 tỷ đồng hoặc số lao động trung bình năm không quá 300 người.

Từ năm 2009, Nghị định 90/2001 đã được thay thế bằng Nghị định 56/2009/NĐ-CP. Các tiêu chí về quy định DNNVV tại Nghị định 56/2009 đã được điều chỉnh căn cứ theo lĩnh vực hoạt động chính của doanh nghiệp: Doanh nghiệp nhỏ được xác định là có từ trên 10 đến 200 lao động đối với doanh nghiệp các ngành nghề nông, lâm nghiệp và thủy sản, công nghiệp và xây dựng; trên 10 đến 50 lao động đối với doanh nghiệp ngành nghề thương mại và dịch vụ.

Năm	2005	2006	2007
<i>DNNVV theo nguồn vốn</i>			
- Số lượng	98.232	114.341	131.888
- % tổng số	87,0%	87,1%	84,7%

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2001 - 2007, Nhà xuất bản Thống kê, 2009.

Năm 2008, quy mô bình quân của doanh nghiệp nhà nước địa phương đạt 243 lao động/doanh nghiệp và doanh nghiệp nhà nước Trung ương đạt 667 lao động/doanh nghiệp, lần lượt gấp 10 và 28 lần quy mô bình quân của doanh nghiệp dân doanh.

2.3.2.4. Tuổi của doanh nhân

Theo kết quả điều tra của đề tài, hầu hết doanh nhân có độ tuổi từ 30 đến 50 (chiếm 57,74%). Số lượng doanh nhân có độ tuổi trên 60 là rất ít. Số doanh nhân dưới 30 tuổi tuy hiện tại chiếm tỷ lệ không cao (23,14%), nhưng đang có xu hướng tăng nhanh trong những năm gần đây. Điều đáng lưu ý là, số lượng doanh nhân tuổi dưới 30 chủ yếu là đang nắm giữ các chức vụ như trưởng/phó phòng, giám đốc/phó giám đốc bộ phận trong công ty/tổng công ty. Số người này sẽ tăng nhanh và sẽ là lãnh đạo chủ chốt trong các doanh nghiệp trong những năm tới.

2.3.2.5. Thâm niên công tác của doanh nhân tại doanh nghiệp

Kết quả khảo sát của đề tài năm 2009 cho thấy, tỷ lệ những người đang giữ các chức vụ như chủ tịch/phó chủ tịch hội đồng quản trị có thâm niên công tác dưới 10 năm chiếm tỷ lệ 51,6% tổng số những người đang giữ chức vụ này; tỷ lệ tương tự đối với chức vụ giám đốc/phó giám đốc là 63,8%. Nhìn chung, số doanh nhân là chủ tịch/phó chủ tịch HĐQT và giám đốc/phó giám đốc doanh nghiệp có thời gian công tác tại doanh nghiệp từ 10 năm trở lên chiếm tỷ lệ thấp.

Bảng 4: Số lượng và cơ cấu doanh nhân được điều tra theo thâm niên công tác tại doanh nghiệp

	Chủ tịch / Phó chủ tịch HĐQT DN	Giám đốc/ phó giám đốc DN	Trưởng /phó phòng DN	Chức vụ khác	Tổng số
<i>Số lượng doanh nhân được điều tra (người)</i>					
1- Dưới 5 năm	76	317	127	132	652
2- Từ 5-10 năm	41	294	100	64	499
3- Từ 10 – 15 năm	24	120	32	37	213
4- Từ 15 năm trở lên	63	113	55	37	268

Không có thông tin	23	113	34	39	209
Cơ cấu so với tổng số doanh nhân được điều tra (%)					
1- Dưới 5 năm	33,5	33,1	36,5	42,7	35,4
2- Từ 5-10 năm	18,1	30,7	28,7	20,7	27,1
3- Từ 10 – 15 năm	10,6	12,5	9,2	12,0	11,6
4- Từ 15 năm trở lên	27,8	11,8	15,8	12,0	14,6
Không có thông tin	10,1	11,8	9,8	12,6	11,4

Nguồn: Kết quả điều tra, khảo sát của đề tài KX.04.17/06-10, năm 2009

2.3.2.6. Thực trạng về hợp tác, liên kết trong kinh doanh của doanh nhân và các hiệp hội doanh nghiệp

Một trong những điểm yếu của doanh nhân nước ta hiện nay là tính hợp tác, liên kết thấp.

Hiện nay cả nước có hơn 300 hiệp hội, thu hút khoảng trên 30% số doanh nghiệp tham gia với tư cách hội viên. Sự tham gia của các hiệp hội doanh nghiệp được thể hiện rất đa dạng, phong phú với nhiều hình thức khác nhau¹: Tham gia trực tiếp vào các ban soạn thảo Nghị quyết của Đảng, Luật, Pháp lệnh của Quốc hội và các văn bản pháp luật của Chính phủ; tham gia phản biện chính sách, góp ý các văn bản quy phạm pháp luật; tham gia các Tổ công tác, Tổ thi hành pháp luật và chính sách; cử đại diện tham gia trực tiếp vào các cơ quan dân cử, các tổ chức chính trị-xã hội như Quốc hội, Hội đồng nhân dân các cấp .v.v.

Tuy nhiên, vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp vẫn còn nhiều hạn chế: Chất lượng của sự tham gia vào quá trình hoạch định chính sách của các hiệp hội doanh nghiệp còn thấp, thậm chí chưa được thực hiện. ý kiến của các hiệp hội doanh nghiệp ít được quan tâm. Các hình thức, các ‘kênh’ tham gia còn nghèo nàn, chưa được thể chế hóa. Mặt khác, bản thân doanh nghiệp và hiệp hội doanh nghiệp chưa quen với “cơ chế tham gia” và thiếu động lực tham gia.

Chưa có thể chế phù hợp để các tổ chức hiệp hội doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả. Về phía các cơ quan nhà nước, vẫn còn thiếu cơ chế phối hợp, tình trạng cát cứ, độc quyền thông tin giữa các Bộ, ngành còn khá phổ biến, thiếu hệ thống giám sát minh bạch.

2.3.2.7. Thực trạng văn hóa doanh nhân

Mặc dù mới hình thành trong một thời gian ngắn, nhưng tính văn hóa doanh nhân ở nước ta đã thể hiện rõ trên một số nét chủ yếu như:

- Phần lớn doanh nhân có nhận thức đúng đắn, có ý thức xây dựng nền tảng văn hoá doanh nghiệp, văn hoá doanh nhân.

- Đa số doanh nhân đã thể hiện là doanh nhân có văn hoá, có nhận thức cao về quản trị kinh doanh, về xã hội, lối sống.

¹ Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam với vai trò vận động chính sách - vẫn có thể làm tốt hơn nhiều, GTZ và VCCI, 2007.

Tuy nhiên, vẫn còn nhiều hạn chế trong việc hình thành văn hóa doanh nhân: 1) đa số doanh nhân chưa biết chất lượng, phát huy bản sắc tốt đẹp của văn hóa dân tộc trong hoạt động quản lý, kinh doanh của mình; 2) nhiều doanh nhân thiếu kiến thức kinh doanh trong nền kinh tế thị trường hiện đại; 3) bản sắc văn hóa doanh nhân chưa định hình rõ nét; 4) khả năng quản trị của nhiều doanh nhân chưa tương xứng với yêu cầu quản trị doanh nghiệp hiện đại, thiếu kế hoạch kinh doanh dài hạn, chưa có triết lý kinh doanh.v.v.

2.3.3. Thực trạng đào tạo doanh nhân ở nước ta hiện nay

- Nhà nước đã có chính sách khuyến khích phát triển thị trường dịch vụ đào tạo; khuyến khích các cơ sở đào tạo đại học, cao đẳng, trung học chuyên nghiệp, các hiệp hội doanh nghiệp, các tổ chức chính trị - xã hội và các doanh nghiệp thực hiện các chương trình đào tạo bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân.

- Số lượng các cơ sở đào tạo với đối tượng chính là các doanh nhân, các nhà quản lý doanh nghiệp đã tăng lên rất nhanh.

- Các trường đại học, cao đẳng khối kinh tế và quản trị kinh doanh đã tổ chức nhiều chương trình đào tạo quản trị kinh doanh bậc đại học, cao học và tiến sĩ, kể cả các chương trình đào tạo chất lượng cao liên kết với các trường đại học nước ngoài; các chương trình bồi dưỡng cán bộ quản lý doanh nghiệp, giám đốc doanh nghiệp.

Tuy nhiên, công tác đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân còn hạn chế như: chưa có một chiến lược tổng thể về đào tạo đội ngũ doanh nhân; các chính sách hỗ trợ của Nhà nước nhằm khuyến khích thị trường dịch vụ đào tạo cho doanh nhân chưa thực sự đáp ứng được nhu cầu; chất lượng đào tạo doanh nhân hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu; kiến thức về kinh doanh chưa được đưa vào chương trình chính khóa ở các trường trung học phổ thông¹.

2.3.4. Thực trạng biến đổi cơ cấu xã hội và hình thành tầng lớp doanh nhân mới. Cơ cấu xã hội Việt Nam sau hơn 20 năm đổi mới đã có sự biến đổi căn bản. Tầng lớp doanh nhân đang được hình thành, đã tạo nên diện mạo mới trong cơ cấu xã hội Việt Nam hiện đại. Chúng tôi cho rằng, về mặt xã hội học, đây là vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu để làm rõ nét hơn đặc trưng của cơ cấu xã hội Việt Nam giai đoạn 2011-2020.

2.4. Đóng góp của doanh nhân đối với sự phát triển kinh tế - xã hội nước ta

Trên cơ sở đánh giá thực trạng đội ngũ doanh nhân, đề tài đã phân tích sự đóng góp của doanh nhân trong quá trình đổi mới ở nước ta, thể hiện ở một số điểm chủ yếu sau:

- Doanh nhân là lực lượng xã hội chủ yếu quyết định giải phóng lực lượng sản xuất, thúc đẩy nhanh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và tạo ra chuỗi giá trị mới cho xã hội.

¹ Ở nhiều nước, kiến thức về kinh doanh đã được đưa vào giảng dạy ở các trường THPT nhằm giúp học sinh định hướng nghề nghiệp và tự lập nghiệp ngay sau khi tốt nghiệp THPT.

- Doanh nhân là lực lượng tạo lập mô hình tổ chức sản xuất kinh doanh mới – mô hình doanh nghiệp, đại biểu cho lực lượng sản xuất mới.

- Doanh nhân là lực lượng quyết định nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh quốc gia và thúc đẩy hội nhập quốc tế.

- Doanh nhân góp phần tạo lập cơ cấu giai cấp xã hội mới, giữ vững ổn định chính trị-xã hội.

- Doanh nhân có vai trò quan trọng tư vấn hoạch định chính sách; xây dựng hệ thống chính trị và góp phần hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN.

2.5. Đặc điểm của đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay

- Ngoài những đặc trưng chung của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường, đội ngũ doanh nhân Việt Nam còn có những đặc trưng cơ bản sau đây: 1) có thành phần xuất thân đa dạng, không đồng nhất; 2) mới hình thành và phát triển trong một thời gian ngắn; 3) có truyền thống yêu nước, ý chí tự cường và ý thức trách nhiệm với cộng đồng dân tộc; 4) nhạy cảm về chính trị; 5) cần cù, ham học hỏi, cầu tiến và luôn vươn tới cái mới; 6) có tinh thần doanh nghiệp, ý chí lập nghiệp và dám chấp nhận rủi ro thách thức; 7) đa số có tuổi đời khá trẻ, được giáo dục trong môi trường mới, có ý thức giữ gìn giá trị truyền thống gia đình, dân tộc; 8) thiếu truyền thống kinh doanh; 9) thiếu tác phong chuyên nghiệp, kinh nghiệm quốc tế còn hạn chế và thiếu sự liên kết chặt chẽ.

- Đề tài nêu lên một số ưu điểm nổi bật của doanh nhân nước ta: 1) phần lớn doanh nhân được sinh ra và lớn lên trong chế độ mới, chủ yếu xuất thân từ cán bộ, công chức nhà nước, quân đội, công nhân, nông dân và đội ngũ trí thức mới; 2) doanh nhân Việt Nam là bộ phận ưu tú trong các tầng lớp, giai cấp xã hội mới, có tinh thần yêu nước, có lòng tự tôn dân tộc và được giáo dục bởi hệ tư tưởng của Đảng Cộng sản Việt Nam, có khát vọng vươn lên làm giàu cho chính đáng cho bản thân mình, cho gia đình, cộng đồng và xã hội; 3) đa số doanh nhân đã được đào tạo và rèn luyện trong chế độ mới, biết tôn trọng pháp luật, có đạo đức kinh doanh, thực hiện tốt trách nhiệm xã hội, cần cù, chịu khó, có ý chí kinh doanh; 4) mặc dù mới được hình thành và phát triển trong một thời gian ngắn nhưng nhiều doanh nhân đã có sức bứt phá mạnh mẽ, vươn lên để khởi nghiệp và phát triển sự nghiệp kinh doanh.

- Đề tài cũng nêu bật những hạn chế của đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay, đó là: 1) số lượng chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển của đất nước, quy mô kinh doanh còn nhỏ; 2) ít có doanh nhân có đủ tầm, đủ kinh nghiệm; 3) chưa được đào tạo một cách bài bản, trình độ học vấn thấp; 4) thiếu tầm nhìn xa, thiếu chiến lược kinh doanh và thiếu tính chuyên nghiệp; 5) chưa xây dựng được văn hóa doanh nhân mang bản sắc dân tộc; 6) chưa có sự liên kết chặt chẽ trong hoạt động sản xuất kinh doanh; 7) một bộ phận doanh nhân chưa chú trọng chữ "tín" trong kinh doanh; 8) một số doanh nhân chưa có tinh thần doanh nghiệp cao, chưa thực sự đầu tư kinh doanh một cách căn cơ, bài bản, hưởng thụ quá sớm; 9) sự liên kết giữa các doanh nghiệp còn nhiều hạn chế; 9) một số hiệp hội doanh nghiệp hoạt động còn mang tính chất hình thức, chưa phát huy được vai trò của mình đối với hội viên

- Nguyên nhân của tình hình trên là do: 1) đội ngũ doanh nhân nước ta mới được hình thành trong một thời gian ngắn và trong điều kiện trình độ phát triển kinh tế-xã hội còn thấp; 2) chính sách phát triển đội ngũ doanh nhân còn hạn chế ; 3) nhận thức, tâm lý của xã hội đối với doanh nhân còn hạn chế ; 4) môi trường kinh doanh chưa thực sự thuận lợi; 5) do bản thân doanh nhân.

Chương 3

QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP XÂY DỰNG

ĐỘI NGŨ DOANH NHÂN VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2011 – 2020

3.1. Bối cảnh quốc tế và trong nước tác động đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011- 2020

3.1.1. Bối cảnh quốc tế

Đề tài nêu lên những xu hướng mới trong sự phát triển kinh tế-xã hội thế kỷ XXI; những biện pháp ứng phó mà doanh nghiệp, doanh nhân nhiều nước sẽ áp dụng. Trên cơ sở đó, đề tài phân tích những nhân tố có thể tác động trực tiếp đến sự phát triển kinh tế-xã hội của nước ta cũng như doanh nghiệp và doanh nhân trong những năm tới là:

Một là, toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế là xu thế chủ đạo.

Hai là, những thành quả của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ cũng như sự thay đổi cấu trúc thị trường, thay đổi quan hệ cung cầu và vai trò của các nguồn lực trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Ba là, thế giới đã và đang trải qua những biến đổi sâu sắc về cấu trúc thị trường, về tương quan lực lượng và vị thế của các nền kinh tế, về nhu cầu và khả năng cung ứng các nguồn lực, về những vấn đề toàn cầu mới nảy sinh.

Bốn là, nền văn minh nhân loại đang có những bước tiến nhảy vọt nhờ những thành quả của cách mạng khoa học và công nghệ cũng như khoa học xã hội và sự phát triển các thể chế chính trị, kinh tế, xã hội theo hướng dân chủ, bình đẳng, công bằng, nhân văn hơn.

Năm là, thế giới đang chứng kiến cuộc cạnh tranh thu hút nhân tài một cách quyết liệt bằng việc đào tạo, thu hút và sử dụng những nhân tài, trí thức, doanh nhân

Sáu là, cục diện kinh tế và chính trị khu vực Đông Á và Đông Nam Á đang trải qua những thay đổi to lớn, sâu sắc.

Tất cả những diễn biến trên trong khu vực sẽ tác động mạnh đến nước ta cả trước mắt cũng như trong trung và dài hạn. Chúng vừa mở thêm cơ hội rộng lớn, vừa tạo ra thách thức gay gắt hơn. Đây là những yếu tố phải xem xét đầy đủ để chủ động điều chỉnh chiến lược, chính sách, thực hiện tái cơ cấu kinh tế ở tầm quốc gia cũng như ở cấp vi mô của các doanh nghiệp, doanh nhân nước ta.

3.1.2. Bối cảnh trong nước

- Trong giai đoạn 2011- 2020, sự phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta có một số thuận lợi cơ bản sau đây.

Một là, nước ta đang đẩy mạnh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, phát triển nhanh và bền vững nhằm đạt mục tiêu đến năm 2020 cơ bản trở thành một nước công nghiệp theo hướng hiện đại.

Hai là, nước ta đang thúc đẩy công cuộc đổi mới nhằm hoàn thiện việc xây dựng nền kinh tế thị trường với nhiều hình thức sở hữu, nhiều thành phần kinh tế cùng hoạt động, hợp tác và cạnh tranh bình đẳng với nhau.

Ba là, nước ta đang hội nhập ngày càng sâu rộng vào các định chế thương mại khu vực và toàn cầu, phát triển hợp tác kinh tế với nhiều nước khác nhau trên thế giới.

Bốn là, trên nền tảng mới về tư duy, về kinh tế-xã hội được tạo lập qua 25 năm đổi mới và phát triển, chúng ta đã có điều kiện sẵn sàng hơn nhiều so với trước đây để phát triển doanh nghiệp, đặc biệt là khu vực tư nhân và tầng lớp doanh nhân.

- Tuy nhiên, nhiệm vụ xây dựng đội ngũ doanh nhân đáp ứng được yêu cầu của sự nghiệp đổi mới, xây dựng nền kinh tế thị trường hiện đại, cũng đang gặp nhiều khó khăn, thách thức.

Một là, về tư duy phát triển, vẫn còn không ít sự lưỡng lự, e ngại đối với vai trò của khu vực tư nhân và doanh nhân trong nền kinh tế và trong xã hội nước nhà.

Hai là, về thể chế kinh tế và hành chính, còn rất nhiều rào cản, gây trở ngại cho sự phát triển của khu vực tư nhân và doanh nhân.

Ba là, tiến trình hội nhập quốc tế một mặt mở ra nhiều cơ hội, song mặt khác cũng tạo nên những thách thức nặng nề cho các doanh nghiệp, doanh nhân nước ta.

Bốn là, nước ta còn là một nước đang phát triển ở trình độ thấp, nền kinh tế vẫn còn không ít các điểm yếu.

3.2. Mục tiêu và dự báo xu hướng phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 - 2020

3.2.1. Mục tiêu xây dựng đội ngũ doanh nhân ở nước ta đến năm 2020

Đề tài xác định mục tiêu tổng quát đến năm 2020, xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh cả về số lượng lẫn chất lượng, trở thành lực lượng chủ chốt trong công cuộc phát triển kinh tế-xã hội và hội nhập kinh tế quốc tế của đất nước, có vị trí cao so với các giai tầng khác trong xã hội. Từ nay đến năm 2020, cần tập trung nỗ lực từ cả hai phía Nhà nước và doanh nghiệp, doanh nhân để xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân với những yêu cầu như sau:

Một là, tầng lớp doanh nhân có tinh thần yêu nước, lòng tự tôn dân tộc.

Hai là, tầng lớp doanh nhân có ý chí kinh doanh, khát vọng làm giàu, dám chấp nhận rủi ro, dám tìm tòi, sáng tạo để đạt hiệu quả và lợi ích cao hơn, lời cuốn và thúc đẩy tinh thần kinh doanh của cả dân tộc.

Ba là, tầng lớp doanh nhân có tầm nhìn xa trông rộng, biết đặt các vấn đề phát triển của mình trong bối cảnh cạnh tranh khu vực và toàn cầu để có chiến lược và nỗ lực vươn lên đuổi kịp trình độ kinh doanh của các đối thủ cạnh tranh chủ chốt, để có khả năng thích ứng với những biến động thị trường.

Bốn là, tầng lớp doanh nhân chuyên nghiệp, có kiến thức và kỹ năng quản trị kinh doanh, biết sử dụng các công cụ quản lý tiên tiến để điều hành doanh nghiệp đạt hiệu quả cao, không ngừng học hỏi để tự cải thiện năng lực của mình.

Năm là, tầng lớp doanh nhân tuân thủ pháp luật và coi trọng đạo đức trong kinh doanh, chăm lo thực hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường để đảm bảo sự phát triển bền vững của doanh nghiệp và cả xã hội.

Sáu là, tầng lớp doanh nhân hoạt động cạnh tranh lành mạnh, đồng thời biết đoàn kết, hợp tác, liên kết với nhau và với các lực lượng khác trong xã hội vì lợi ích phát triển của đất nước, cùng nhau nâng cao năng lực cạnh tranh của quốc gia.

3.2.2. Dự báo sự phát triển của đội ngũ doanh nhân giai đoạn 2011-2020

3.2.2.1. Đội ngũ doanh nhân Việt Nam sẽ phát triển nhanh về số lượng và phát triển ở hầu khắp các lĩnh vực sản xuất, kinh doanh

Như đã nêu ở trên, **đến cuối năm 2010, cả nước ta có khoảng 1,2 triệu doanh nhân**. Dự báo, trong giai đoạn 2011-2020, trung bình mỗi năm có thêm khoảng 100.000 doanh nghiệp đăng ký thành lập mới. Như vậy, đến năm 2020, cả nước sẽ có khoảng 1.500.000 doanh nghiệp đăng ký kinh doanh theo luật doanh nghiệp. Dự báo số lượng doanh nghiệp thực tế tồn tại và phát triển được sẽ tương tự như giai đoạn 10 năm trước đây¹, tức chiếm khoảng 60% tổng số doanh nghiệp đăng ký kinh doanh, thì đến năm 2020, Việt Nam sẽ có khoảng 900.000 doanh nghiệp thực tế đang hoạt động. Nếu tính trung bình mỗi doanh nghiệp có khoảng từ 3 đến 4 doanh nhân, thì **đến năm 2020, cả nước sẽ có khoảng 3.000.000 – 3.500.000 doanh nhân**.

3.2.2.2. Chất lượng đội ngũ doanh nhân sẽ được nâng cao

¹ Theo kết quả nghiên cứu của Lê Duy Bình, Đậu Anh Tuấn và UNDP năm 2010, mặc dù số lượng doanh nghiệp đăng ký kinh doanh lớn nhưng số lượng doanh nghiệp tồn tại được trên thực tế ước xấp xỉ 50%

Ở các nước, theo tổng kết của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO), các doanh nghiệp trên thế giới phần nhiều là nhỏ, sau 3 năm khoảng 25 % doanh nghiệp không tồn tại được, sau 5 năm, con số đó còn 50%, sau 10 năm số tồn tại được chỉ còn 30%. Ở nước Anh – một nước có môi trường rất thuận lợi cho doanh nghiệp, theo số liệu của Bộ sang tạo doanh nghiệp và Đào tạo kỹ năng, tỷ lệ doanh nghiệp tồn tại sau 3 năm hoạt động chỉ là 30%.

- Hình thành rõ nét đội ngũ doanh nhân có tinh thần yêu nước, lòng tự tôn dân tộc, luôn nung nấu quyết tâm cùng toàn dân sớm đưa nền kinh tế nước ta nhanh chóng gia nhập vào các nước có trình độ phát triển trung bình vào năm 2020 và phát triển cao hơn nữa trong những năm sau.

- Tuyệt đại đa số doanh nhân có ý chí kinh doanh, khát vọng làm giàu và có tầm nhìn xa; luôn suy nghĩ, tìm tòi, sáng tạo và đổi mới để đạt năng suất và hiệu quả cao hơn, làm nòng cốt cho tinh thần kinh doanh của cả dân tộc.

- Hình thành đội ngũ doanh nhân chuyên nghiệp, có đủ kỹ năng quản trị kinh doanh, nắm vững các kiến thức về kinh tế thị trường và quản trị doanh nghiệp, biết sử dụng các công cụ quản lý để điều hành doanh nghiệp đạt hiệu quả cao, luôn nâng cao năng suất, chất lượng hàng hoá, dịch vụ đủ sức cạnh tranh trên thị trường thế giới. Đa số doanh nhân Việt Nam thông thạo ngoại ngữ, có sức khỏe, hoạt bát, năng động trong kinh doanh.

- Hầu hết doanh nhân tuân thủ pháp luật trong kinh doanh; thực hiện cạnh tranh lành mạnh, đúng luật pháp.

- Hình thành đội ngũ doanh nhân có trách nhiệm xã hội, thực hiện nghiêm túc các quy định về bảo vệ môi trường; thực hiện đầy đủ các quy định về an toàn lao động, bảo hiểm y tế, v.v.

- Đội ngũ doanh nhân có tinh thần đoàn kết, hợp tác, liên kết chặt chẽ vì sự phát triển bền vững của đất nước, vì năng lực cạnh tranh của quốc gia.

- Cơ cấu đội ngũ doanh nhân chuyển dịch theo chiều hướng tiến bộ hơn.

Tuy nhiên, chất lượng của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011 – 2020 phụ thuộc rất lớn vào chính sách của Đảng và Nhà nước, đặc biệt là quan điểm của Đảng và Nhà nước đối với doanh nhân, vào việc cải thiện môi trường kinh doanh, vào mức độ hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường và việc tạo điều kiện cho các doanh nhân tiếp cận nguồn lực một cách bình đẳng.

3.2.2.3. Xu hướng hợp tác, liên kết chặt chẽ giữa các doanh nhân; hình thành những doanh nghiệp quy mô lớn, những doanh nhân tầm cỡ khu vực.

3.2.2.4. Đội ngũ doanh nhân sẽ trở thành một tầng lớp xã hội mới, có vị thế quan trọng trong hệ thống chính trị-xã hội.

Đội ngũ doanh nhân nước ta sẽ trưởng thành hơn cả về số lượng và chất lượng và bắt đầu hình thành rõ nét hơn “tầng lớp doanh nhân” và thực sự trở thành một bộ phận cấu thành tất yếu trong cơ cấu xã hội mới.

3.3. Quan điểm xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011- 2020

- Cần có nhận thức đúng của toàn xã hội về vai trò, vị thế của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường ở nước ta.

- Xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay và trong những năm tới cần chú ý kết hợp vừa phát triển về số lượng vừa nâng cao chất lượng, hình thành đội ngũ doanh nhân chuyên nghiệp.

- Xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân phải được gắn liền với không ngừng hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

- Xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân gắn liền với xây dựng văn hoá doanh nhân Việt Nam, bảo tồn và phát huy giá trị văn hoá dân tộc, đồng thời hội nhập văn hoá doanh nhân thế giới.

- Tăng cường vai trò của nhà nước, xã hội đối với việc xây dựng đội ngũ doanh nhân.

3.4. Giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011- 2020

3.4.1. Thống nhất nhận thức về vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Đề tài cho rằng, trước hết trong giới lãnh đạo chính trị và hoạch định chính sách cần tạo nhận thức đúng đắn, thống nhất và nhất quán về những quan điểm cơ bản, làm cơ sở cho việc xây dựng chủ trương, đường lối và các chính sách xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam.

Một là, nhận thức đúng và khẳng định rõ vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đẩy mạnh CNH, HĐH và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở nước ta. Tạo sự đồng thuận trong cả hệ thống chính trị và toàn xã hội về vai trò quan trọng của doanh nhân để thực sự xóa bỏ mọi định kiến, e ngại, xây dựng niềm tin và ý thức ủng hộ, hợp tác đối với kinh tế tư nhân và đội ngũ doanh nhân. Vì vậy, chúng tôi khuyến nghị, cần khẳng định rõ trong các văn bản chính thức của Đảng và Nhà nước như sau:

- Doanh nhân là lực lượng xung kích trong phát triển kinh tế - xã hội, hội nhập quốc tế, thực hiện CNH, HĐH đất nước.

- Doanh nhân là đại biểu cho lực lượng sản xuất mới, lực lượng quyết định tạo ra chuỗi giá trị mới cho xã hội. Doanh nhân cùng với giai cấp công nhân, giai cấp nông dân và đội ngũ trí thức là lực lượng chủ lực trong xây dựng và phát triển kinh tế, là nền tảng cho khối đại đoàn kết dân tộc dưới sự lãnh đạo của Đảng.

- Doanh nhân là lực lượng quyết định chủ yếu giải phóng lực lượng sản xuất, là trụ cột chính để xóa đói giảm nghèo, thực hiện mục tiêu dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh.

Hai là, nhận thức về doanh nhân là một trong những lực lượng tiên phong bảo đảm tính định hướng xã hội chủ nghĩa của nền kinh tế thị trường ở nước ta hiện nay và cả trong thời kỳ quá độ lâu dài, là một trong những lực lượng quyết định thúc đẩy sự hình thành và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN.

Ba là, triệt để xóa bỏ mọi định kiến về kinh tế tư nhân. Khẳng định phát triển doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân mà doanh nhân là hạt nhân là yêu cầu tự thân, tất yếu của nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta trong cả thời kỳ quá độ lâu dài.

Bốn là, nhận thức về quan hệ giữa nhà nước với thị trường và quyền tự do kinh doanh. Xác định đúng vai trò và những chức năng đích thực của nhà nước, của thị trường, về mối quan hệ giữa hai chủ thể quan trọng này và với các chủ thể khác trong xã hội; nhận thức về quyền tự do kinh doanh của người dân và trách nhiệm của nhà nước trong việc bảo hộ, khuyến khích và tạo điều kiện cho doanh nhân thực hiện quyền của họ được tiến hành những hoạt động mà luật pháp không cấm. Quyền tự do kinh doanh không chỉ giới hạn trong quyền gia nhập thị trường (đăng ký kinh doanh, thành lập doanh nghiệp) mà còn là quyền tiếp cận, trên cơ sở cạnh tranh bình đẳng, với các nguồn lực do Nhà nước nắm giữ và phân bổ, cũng như với các cơ hội kinh doanh trong nước và quốc tế mà Nhà nước kiểm soát.

Năm là, nhận thức về vị thế của đội ngũ doanh nhân trong cơ cấu xã hội mới ở nước ta. Doanh nhân là sản phẩm của đường lối đổi mới, là một tầng lớp xã hội mới, cùng với giai cấp công nhân, giai cấp nông dân và đội ngũ trí thức, hợp thành đội quân chủ lực trong công cuộc xây dựng và chấn hưng đất nước. Đội ngũ doanh nhân là một thành viên quan trọng cơ cấu xã hội mới và liên minh “công – nông – trí – doanh” là nền tảng cho khối đại đoàn kết dân tộc trong điều kiện mới.

3.4.2. Đẩy mạnh đổi mới để hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, tạo môi trường kinh doanh thực sự bình đẳng và thuận lợi cho doanh nhân phát triển

Tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp tư nhân chính là tạo điều kiện để xây dựng và phát triển đội ngũ doanh nhân. Vì vậy, cần thực hiện một số giải pháp cụ thể sau đây:

- Hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN là điều kiện tiên quyết để phát triển doanh nghiệp và đội ngũ doanh nhân.

- Đẩy mạnh cải cách thể chế, xây dựng hệ thống thể chế hiện đại, bao gồm hệ thống luật pháp đầy đủ và đồng bộ; xây dựng bộ máy nhà nước hữu hiệu và đội ngũ công chức chuyên nghiệp, có năng lực và đạo đức tốt. Tạo môi trường cho xã hội dân sự phát triển để có một xã hội cởi mở, trong đó người dân được bảo đảm quyền được hiến định của mình, tăng tính tự chủ, tự giác và khả năng tự quản, cùng nhau sống và làm việc theo pháp luật, có ý thức cộng đồng và trách nhiệm đối với xã hội, với đất nước.

- Nhanh chóng phát triển và hoàn thiện các loại thị trường, chú trọng các thị trường cơ bản và những thị trường mới, hiện còn sơ khai như thị trường lao động, thị trường chứng khoán, thị trường bất động sản, thị trường KH & CN.

- Xây dựng và thực thi chiến lược quốc gia về phát triển doanh nghiệp, doanh nhân mà một trong những trụ cột chính là xây dựng đội ngũ doanh nhân, coi đây là một nội dung quan trọng của Chiến lược phát triển kinh tế-xã hội giai đoạn 2011- 2020.

- Thực hiện đúng vai trò điều tiết, hỗ trợ của Nhà nước đối với doanh nghiệp, doanh nhân.

- Tăng cường chế độ dân chủ, xây dựng nhà nước pháp quyền. Nhà nước phải là người đại diện quyền lợi của toàn xã hội, là người điều chỉnh các lợi ích chính đáng của mọi cá nhân, mọi thành phần kinh tế.

- Đổi mới cơ chế phân bổ nguồn lực của nhà nước, áp dụng cơ chế phân bổ các nguồn lực theo nguyên tắc thị trường, lấy hiệu quả làm tiêu chuẩn đầu tiên và cao nhất khi phân bổ nguồn lực cho các dự án kinh doanh.

- Thực hiện cải cách hành chính mạnh mẽ và thực chất. Xây dựng bộ máy nhà nước trong sạch, hiệu quả; hệ thống pháp luật và chính sách phải nhằm mục tiêu bảo vệ và tạo điều kiện cho hoạt động kinh doanh hợp pháp của doanh nhân. Chính quyền các cấp tăng cường gặp gỡ, đối thoại và tiếp thu ý kiến của doanh nhân.

- Xây dựng cơ chế bảo vệ doanh nghiệp, doanh nhân, hạn chế rủi ro trong kinh doanh. Hoàn thiện chính sách an sinh xã hội để trợ giúp doanh nghiệp giải quyết các vấn đề xã hội; nâng cao trách nhiệm của Nhà nước và xã hội trong việc chăm lo điều kiện làm việc và đời sống của người lao động; bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

- Tăng cường và nâng cao chất lượng công tác dự báo, qui hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế-xã hội

- Tăng cường các hoạt động an ninh, tình báo kinh tế, đấu tranh phòng chống tội phạm trên lĩnh vực kinh tế, lĩnh vực công nghệ cao để bảo vệ lợi ích hợp pháp của các doanh nhân.

- Cải cách triệt để các doanh nghiệp nhà nước, đưa các doanh nghiệp nhà nước, kể cả các tập đoàn kinh tế nhà nước, vào hoạt động trên cơ sở cạnh tranh bình đẳng với các thành phần kinh tế khác trên thị trường.

- Nâng cao chất lượng của đội ngũ doanh nhân trong các DNNN.

3.4.3. Đẩy mạnh phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đồng thời khuyến khích phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn, phát triển thị trường hỗ trợ kinh doanh

3.4.3.1. Đẩy mạnh phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đồng thời khuyến khích phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn

- Triển khai có hiệu quả Nghị quyết số 22/NQ-CP ngày 5/5/2010 về việc thực hiện Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30/6/2009 của Chính phủ về trợ giúp phát triển DN vừa và nhỏ.

- Chính phủ giao cho các cơ quan có liên quan xây dựng và triển khai đề án phát triển một số tập đoàn kinh tế tư nhân quy mô lớn trong giai đoạn 2011-2020.

- Khuyến khích và thực hiện các biện pháp hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp tư nhân hoặc đa sở hữu vươn lên quy mô lớn, hiệu quả, đi đầu trong đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm, khai thác thị trường mới, xây dựng năng lực cạnh tranh quốc tế, làm đầu đàn và nòng cốt trong phát triển doanh nghiệp và hội nhập quốc tế.

- Có chính sách và cơ chế thiết thực nhằm tăng cường liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp trong nước với nhau và với các công ty quốc tế.

- Phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ để tăng cường liên kết trong sản xuất công nghiệp.

- Nhà nước hỗ trợ xây dựng những thương hiệu mang bản sắc Việt Nam thể hiện năng lực cạnh tranh của quốc gia và doanh nhân tầm cỡ thế giới là nhiệm vụ quan trọng mang tính đột phá, trong đó doanh nhân phải đóng vai trò chủ động, tiên phong và Nhà nước kịp thời hậu thuẫn khi cần thiết.

3.4.3.2. Phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh

- Đổi mới các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa theo hướng có mục tiêu chọn lọc, có trọng tâm rõ ràng và hợp lý, có khả năng thực hiện hiệu quả và không vi phạm các cam kết quốc tế.

- Hỗ trợ đổi mới kỹ thuật - công nghệ theo hướng hiện đại hóa và đồng bộ giữa các khâu của tái sản xuất nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và đa dạng hoá sản phẩm.

- Hoàn thiện hệ thống quản lý năng suất, chất lượng sản phẩm trên cơ sở ưu tiên vào công tác thiết kế và phát triển sản phẩm mới.

- Phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ, tư vấn cho doanh nghiệp trong việc xây dựng chiến lược phát triển sản xuất kinh doanh hợp lý.

- Đẩy mạnh việc phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh như đào tạo, cung cấp thông tin, xúc tiến kinh doanh, tư vấn, kế toán và kiểm toán; bảo vệ sở hữu trí tuệ, tư vấn chuyển giao công nghệ .v.v.

- Thiết lập hệ thống thông tin thị trường có trọng điểm để trợ giúp tích cực cho các doanh nhân nắm bắt kịp thời diễn biến của thị trường thế giới.

- Tiếp tục triển khai có hiệu quả các chương trình hỗ trợ phát triển doanh của Nhà nước, hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nhân hội gia nhập thị trường quốc tế.

- Khắc phục những nút thắt cổ chai, trở ngại cho tăng trưởng kinh tế.

3.4.4. Khơi dậy và phát huy tinh thần kinh doanh trong toàn xã hội, tôn vinh doanh nhân

- Khơi dậy và phát huy niềm đam mê của cả dân tộc về khát vọng kinh doanh, ý chí làm giàu, quyết tâm đổi mới hình ảnh của đất nước. Nuôi dưỡng và phát huy tinh thần kinh doanh trong toàn xã hội như là động lực để đổi mới đất nước.

- Xây dựng xã hội có tập quán tôn vinh doanh nhân, hình thành và phát triển văn hoá tôn vinh doanh nhân; thực hiện một cách bài bản để xây dựng hình ảnh đẹp về doanh nhân trong xã hội.

- Có chính sách thực tôn trọng, tôn vinh doanh nhân, nhất là doanh nhân trong khu vực kinh tế tư nhân, coi doanh nhân chân chính, thành đạt, có nhiều đóng góp cho xã hội như là những người Anh hùng của của sự nghiệp đổi mới.

- Cần có chính sách và cơ chế bồi dưỡng, đào tạo những doanh nhân ưu tú, có đức, có tài, tạo điều kiện cho họ tham gia ngày càng nhiều hơn trong các cơ quan quyền lực nhà nước (Quốc hội, Hội đồng nhân dân các cấp) và các cơ quan lãnh đạo nhà nước ở Trung ương và địa phương.

3.4.5. Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân; xây dựng văn hóa doanh nhân và các tiêu chí xác định doanh nhân chân chính, thành đạt

3.4.5.1. Đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân

a, Về phía Chính phủ và các cơ quan quản lý nhà nước

- Chính phủ giao cho Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam chủ trì, phối hợp với Bộ Tài chính, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, các trường đại học, các doanh nghiệp .v.v., xây dựng *Đề án đào tạo đội ngũ doanh nhân Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020*.

- Nhà nước cần khuyến khích phát triển thị trường dịch vụ đào tạo doanh nhân. Tạo cơ chế thực sự thuận lợi để hỗ trợ về đất đai, mặt bằng, các chính sách ưu đãi về thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp .v.v., cho các cơ sở đào tạo doanh nhân.

- Nhà nước dành một khoản ngân sách nhất định để hỗ trợ các trường đại học, các cơ sở đào tạo xây dựng và phát triển các “vườn ươm doanh nghiệp”; hỗ trợ cho các doanh nghiệp, doanh nhân, chủ yếu là doanh nhân đang lãnh đạo, quản lý các doanh nghiệp nhỏ và vừa được tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng, tham quan khảo sát thị trường ở trong và ngoài nước.

- Đổi mới mạnh mẽ và thực chất cơ chế quản lý các trường đại học, cao đẳng; xóa bỏ cơ chế Bộ chủ quản, tăng quyền tự chủ cho các trường đại học, tạo điều kiện cho các trường đại học có quyền tự chủ trong việc thực hiện các chương trình đào tạo, trong đó có đào tạo về quản trị kinh doanh ở bậc đại học và cao học; xây dựng cơ chế khuyến khích sự gắn kết giữa các trường đại học và doanh nghiệp trong đào tạo và bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân.

- Nhà nước tạo điều kiện về mặt bằng, kêu gọi thu hút các thu hút các nguồn vốn xã hội để đầu tư xây dựng trường chuyên đào tạo giám đốc doanh nghiệp chất lượng cao.

- Bộ Giáo dục và Đào tạo nghiên cứu xây dựng và đưa nội dung quản trị kinh doanh và tinh thần kinh doanh vào chương trình giáo dục phổ thông.

b, Đối với các trường đại học, cao đẳng khối kinh tế và các cơ sở đào tạo

- Đổi mới và xây dựng nội dung chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu của nền kinh tế thị trường. Không ngừng nâng cao năng lực và trình độ chuyên môn của đội ngũ giảng viên và cán bộ quản lý. Tạo điều kiện cho các giảng viên, nhất là giảng viên trẻ, nâng cao trình độ chuyên môn bằng cách tham gia các chương trình đào tạo bài bản ở trong và ngoài nước. Xây dựng và sử dụng học liệu tiên tiến đáp ứng yêu cầu đào tạo đội ngũ doanh nhân.

c, *Về phía các doanh nghiệp, doanh nhân:* Các doanh nghiệp, doanh nhân cần có nhận thức đúng về yêu cầu nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của bản thân doanh nhân về quản trị kinh doanh, về ngoại ngữ, kiến thức về pháp luật, về kỹ năng kinh doanh.

3.4.5.2. Xây dựng văn hóa doanh nhân

- 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.

- Xây dựng văn hoá trước hết là văn hoá ứng xử trong doanh nghiệp, phù hợp với văn hóa Việt Nam.

- Trong quan hệ kinh doanh, doanh nhân phải xây dựng chữ "tín" đối với đối tác và khách hàng.

- Văn hoá doanh nhân còn thể hiện ở việc kinh doanh trong khuôn khổ pháp luật và thực hiện đúng pháp luật.

- Văn hoá doanh nhân chỉ được xây dựng dựa trên một nền tảng tri thức.

3.4.5.3. Xây dựng tiêu chí xác định doanh nhân chân chính, thành đạt

Đề tài đề xuất cần thống nhất khái niệm về doanh nhân ở nước ta hiện nay và trong giai đoạn 2011 – 2020; xác định rõ một số tiêu chí cụ thể liên quan đến doanh nhân như: Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu, văn hóa doanh nhân, doanh nhân thực hiện tốt trách nhiệm xã hội.

3.4.6. Xây dựng và ban hành nghị quyết của BCH Trung ương Đảng về xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam đến năm 2020

Trong nhiệm kỳ Đại hội lần thứ XI của Đảng, cần có một Nghị quyết của Ban chấp hành Trung ương Đảng về xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Nội dung cơ bản của Nghị quyết này là xác định rõ vai trò, vị trí, đặc điểm, bản chất, tiêu chí của đội ngũ doanh nhân và giải pháp xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta trong thời kỳ phát triển mới.

3.4.7. Mở rộng việc kết nạp những người là chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng và nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của các tổ chức Đảng, đoàn thể trong các doanh nghiệp tư nhân

- Cần có quy định về việc kết nạp những người là chủ doanh nghiệp tư nhân vào Đảng.

- Mở rộng kết nạp doanh nhân thuộc khu vực tư nhân đủ điều kiện và có nguyện vọng vào Đảng¹, tạo điều kiện cho doanh nhân xuất sắc, tiêu biểu được tham gia vào các tổ chức chính trị-xã hội và các cơ quan quản lý Nhà nước ở Trung ương và địa phương.

¹ Theo điều tra của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đối với 1035 doanh nhân năm 2009, trong số doanh nhân chưa là đảng viên, có 36,2 % doanh nhân có nguyện vọng vào Đảng.

- Nhà nước cần sửa đổi, bổ sung Luật đầu tư và Luật doanh nghiệp, quy định rõ về việc tổ chức và hoạt động của tổ chức Đảng, các đoàn thể trong DNTN và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; cho phép doanh nghiệp được tính vào chi phí sản xuất kinh doanh các khoản chi hỗ trợ cho tổ chức Đảng, các đoàn thể hoạt động.

- Tổng liên đoàn lao động Việt Nam, Đoàn thanh niên cộng sản HCM, Hội liên hiệp phụ nữ Việt Nam xây dựng mô hình tổ chức hoạt động của các tổ chức đoàn thể trong các doanh nghiệp tư nhân một cách hiệu quả; nâng cao chất lượng thực sự của các tổ chức công đoàn, đoàn thanh niên, hội phụ nữ trong các DNTN.

3.4.8. Phát triển các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề

- Khuyến khích thành lập các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, các câu lạc bộ doanh nhân.

- Xây dựng cơ chế liên kết nhà nước - doanh nhân, thực hiện chế tài để doanh nhân có thể tham gia phản biện, đóng góp vào các chính sách phát triển kinh tế - xã hội.

- Chính phủ và chính quyền địa phương tạo điều kiện về cơ sở vật chất và quan tâm đến hoạt động của các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề.

- Phát huy mạnh mẽ vai trò của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, các câu lạc bộ doanh nhân.

- Ban hành Luật về hiệp hội doanh nghiệp, tạo hành lang pháp lý thúc đẩy hình thành và phát triển các tổ chức hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề.

KẾT LUẬN

Xây dựng đội ngũ doanh nhân đông đảo về số lượng và có chất lượng cao là một nhiệm vụ quan trọng trong quá trình đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Mục tiêu tổng quát của đề tài là đánh giá vai trò, vị thế của đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ đổi mới ở nước ta, trên cơ sở đó đề xuất quan điểm và các giải pháp cơ bản phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta giai đoạn 2011 - 2020. Đề tài đã hoàn thành một số nhiệm vụ chủ yếu sau đây:

Một là, phân tích cơ sở lý luận về vai trò, đặc điểm của đội ngũ doanh nhân trong cơ chế thị trường nói chung; tiêu chí xác định doanh nhân, đặc trưng của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường hiện đại.

Hai là, nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về sự hình thành và phát triển đội ngũ doanh nhân ở một số nước và vùng lãnh thổ, trên cơ sở đó rút ra những bài học có ý nghĩa tham khảo cho việc xây dựng đội ngũ doanh nhân ở Việt Nam.

Ba là, hệ thống hoá các chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nhân nước ta trong thời gian qua.

Bốn là, đánh giá quá trình hình thành và thực trạng phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta; phân tích những thuận lợi và khó khăn, các nhân tố tác động đến sự phát triển đội ngũ doanh nhân ở nước ta trong những năm vừa qua và giai đoạn 2011-2020.

Năm là, đề xuất quan điểm, mục tiêu và 8 nhóm giải pháp và các kiến nghị để xây dựng đội ngũ doanh nhân nước ta giai đoạn 2011 - 2020.

Do chủ đề của đề tài có phạm vi rộng và nhiều vấn đề mới, phức tạp, đề tài chỉ tập trung vào những nội dung chủ yếu như đã nêu ở trên. Mặc dù đã hết sức cố gắng để hoàn thành mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu đã đặt ra, nhưng chắc chắn không thể tránh khỏi những thiếu sót. Tập thể tác giả đề tài rất mong nhận được sự góp ý của các nhà khoa học, nhà quản lý và doanh nhân để tiếp tục hoàn thiện, bổ sung và nâng cao hơn nữa chất lượng nghiên cứu.