

VAI TRÒ CỦA DOANH NHÂN TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ

MỤC LỤC

I. Nhận thức và kinh nghiệm quốc tế	3
1. <i>Thế nào là doanh nhân</i>	3
2. <i>Các loại hình doanh nhân</i>	5
3. <i>Vai trò và tác dụng của doanh nhân đối với phát triển kinh tế</i>	9
4. <i>Các mối quan hệ của doanh nhân</i>	13
5. <i>Tạo thuận lợi, bồi dưỡng, lựa chọn doanh nhân</i>	15
6. <i>Kinh nghiệm quốc tế trong chính sách phát triển đội ngũ doanh nhân</i>	19
6.1. <i>Kinh nghiệm Brazil</i>	19
6.2. <i>Kinh nghiệm Singapore</i>	21
6.3. <i>Kinh nghiệm Cộng hòa Liên bang Đức</i>	23
II. Doanh nhân ở Việt Nam	26
1. <i>Một số khái niệm về doanh nhân Việt Nam</i>	26
2. <i>Các loại doanh nhân</i>	29
3. <i>Số lượng và chất lượng đội ngũ doanh nhân</i>	30
3.1. <i>Số lượng</i>	30
3.2. <i>Chất lượng</i>	33
3.2.1. <i>Về trình độ học vấn và chuyên môn</i>	33
3.2.2. <i>Về trình độ ngoại ngữ</i>	34
3.2.3. <i>Quy mô kinh doanh</i>	35
3.2.4. <i>Tuổi của doanh nhân</i>	35
4. <i>Vai trò của doanh nhân</i>	35
5. <i>Các quan hệ của doanh nhân</i>	39
6. <i>Chính sách của Nhà nước đối với doanh nhân</i>	40
7. <i>Đào tạo và bồi dưỡng doanh nhân – nguồn bổ sung doanh nhân</i>	42

8. Một số nhận xét tổng hợp về doanh nhân Việt Nam	45
8.1. Điểm mạnh.....	45
8.2. Hạn chế.....	46
9. Một số kiến nghị.....	51
9.1. Đối với Nhà nước.....	51
9.2. Đối với xã hội.....	54
9.3. Đối với DN.....	54
9.4. Đối với doanh nhân	55
TÀI LIỆU THAM KHẢO	59

I. Nhận thức và kinh nghiệm quốc tế

1. Thế nào là doanh nhân

Trong các công trình nghiên cứu, thuật ngữ doanh nhân được đề cập ở các góc độ khác nhau từ rất lâu. Khái niệm “Doanh nhân” ban đầu được sử dụng như 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 *businessperson*, *businessman* hay *entrepreneur*.

Jean-Baptiste Say, một nhà kinh tế học người Pháp và được cho là người đầu tiên đặt vấn đề về “doanh nhân” (*entrepreneur*) vào thế kỷ 19, đã xác định doanh nhân là “người vận hành một doanh nghiệp, cụ thể là một nhà thầu, giữ vai trò trung gian làm cầu nối giữa vốn và lao động”. Ông còn đưa ra một định nghĩa rộng hơn “doanh nhân là người dịch chuyển các nguồn lực kinh tế từ chỗ có hiệu suất và sản lượng thấp hơn lên hiệu suất và sản lượng cao hơn”

Từ điển ngôn ngữ tiếng Anh định nghĩa doanh nhân 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 công. Từ điển tiếng Anh hiện đại Oxford cho rằng: doanh nhân là người tham gia vào hoạt động thương mại, đặc biệt là ở vị trí cấp cao.

Từ điển tiếng Anh kinh doanh của Longman có phân biệt khái niệm người kinh doanh, nhà quản lý kinh doanh và doanh nhân như sau:

- Người kinh doanh 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 (DN) lớn hoặc quan trọng;
- Nhà quản lý kinh doanh là: (i) người được thuê để quản lý hoạt động kinh doanh có tính chuyên nghiệp; (ii) người làm trong lĩnh vực thương mại và công nghiệp, có trách nhiệm về các vấn đề hành chính và tài chính;
- Doanh nhân là: (i) người tổ chức các nhân tố sản xuất, đất đai, lao động, vốn để sản xuất và bán hàng hóa, dịch vụ 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, 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 yếu tố kia không thể hoạt động có hiệu quả được;* (ii) 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 nghệ để tạo ra lợi nhuận; (iii) là người mà thông qua hoạt động kinh doanh làm cho mình trở thành lãnh đạo trong thế giới kinh tế.

Các nhà kinh tế học phương Tây khác như Richard Cantillon, Frank Knight, Adam Smith, Casson cũng đưa ra những khái niệm dưới các khía cạnh và góc độ khác nhau. Tuy nhiên, họ 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 tố 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 DN.

Hiểu theo nghĩa rộng thì doanh nhân là những người có vị trí trong một DN và làm công việc quản trị trong DN. Họ là những người: (i) có năng khiếu đặc biệt về kinh doanh; (ii) có kỹ năng đặc biệt về kinh doanh; (iii) có 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 DN, 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 xã hội gọi là “*tầng lớp doanh nhân*”¹.

Nhận diện doanh nhân

Học giả Robert. B. Reich coi khả năng lãnh đạo, quản lý và xây dựng nhóm chính là những tố chất thiết yếu của một doanh nhân. Do đó, doanh nhân là người nổi lên do nhu cầu của số đông công chúng, trở thành lãnh đạo vì họ nhận thấy những cơ hội trước mắt và họ có đủ điều kiện để tận dụng cơ hội. Họ cũng là số ít những người nhìn nhận ra vấn đề và giải quyết được vấn đề. Joseph Schumpeter thấy doanh nhân là những cá nhân đổi mới và ông cũng đã đưa ra thuật ngữ “phá hủy mang tính sáng tạo” để miêu tả quan điểm của mình về doanh nhân trước những quy chuẩn kinh doanh không ngừng vận động và thay đổi. Phá hủy mang tính sáng tạo bao gồm cả những thay đổi mà hoạt động của doanh nhân tạo ra mỗi khi có một quy trình, sản phẩm hay công ty mới gia nhập thị trường

Doanh nhân thường sở hữu những tố chất bẩm sinh như hướng ngoại, và thiên hướng dám mạo hiểm chấp nhận rủi ro. Theo Schumpeter, đặc tính đổi mới của doanh nhân thể hiện cụ thể ở chỗ họ sẵn sàng đưa vào ứng dụng công nghệ mới, tăng

¹ Hoàng Văn Hoa (2010)

hiệu quả và năng suất, hay tạo ra những sản phẩm hay dịch vụ mới. Vì vậy, doanh nhân hoạt động như một xúc tác tạo nên thay đổi mang tính kinh tế.

Trên thực tế, các nghiên cứu hiện có chưa thật sự thống nhất về việc những đặc tính, tổ chức hay ảnh hưởng tác động để tạo nên doanh nhân, Tuy nhiên, hầu hết đều thống nhất rằng hành vi của doanh nhân rất năng động và chịu ảnh hưởng của các yếu tố môi trường. Shane và VenKataraman (2000) cho rằng doanh nhân đơn thuần chỉ được nhận diện qua việc nhận biết và khai thác cơ hội; tuy nhiên, cơ hội được nhận biết còn tùy vào loại hình doanh nhân mà Ucbasaran và các cộng sự (2001) đã chỉ ra là có nhiều loại, theo ngành nghề và hoàn cảnh cá nhân của họ.

Qua quá trình thay đổi và phát triển của điều kiện kinh tế, xã hội và cả chính trị trong lịch sử thế giới, việc đánh giá, nhìn nhận, xác định hành vi và vai trò của doanh nhân cũng đã thay đổi rất nhiều. Kế thừa những nghiên cứu của các học giả nêu trên, nhiều chuyên gia trong nước và quốc tế đã cùng chia sẻ quan điểm về hình ảnh và nhận thức chung với doanh nhân thời hiện đại là: không nên hiểu đơn giản bất kỳ người nào bỏ tiền ra thành lập một công ty, đăng ký thành lập DN thì mặc nhiên trở thành doanh nhân. Họ mới chỉ là “những người kinh doanh thuần túy”. Khái niệm doanh nhân hàm chứa ý nghĩa sâu xa hơn, có ý nghĩa to lớn hơn và có vai trò, trách nhiệm với cộng đồng và xã hội nhiều hơn. Một doanh nhân đích thực là một doanh nhân sáng tạo, có đóng góp 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, giải quyết hậu quả một vấn đề mà xã hội hay nền kinh tế đặt ra.²

2. Các loại hình doanh nhân

Qua dòng thời gian, theo nhu cầu, đồng thời góp phần vào sự phát triển của kinh tế, xã hội ở các nước trên thế giới, đã hình thành nhiều dạng doanh nhân. Thế giới có rất nhiều cách để phân loại doanh nhân, như có thể phân loại dựa vào những tổ chức cá nhân nổi bật, lĩnh vực hoạt động, hay quy mô DN của họ...

(i) Phân loại theo tổ chức cá nhân

Doanh nhân xã hội (social entrepreneur) là những người không coi việc thu lợi là chính mà cốt chỉ phục vụ xã hội phát triển ổn định, đổi mới hài hòa, sáng tạo thông qua những hoạt động trong ngành giáo dục, môi trường, y tế, thời trang, từ thiện... Tổ chức then chốt của họ chính là tham vọng và không chịu chấp nhận hoàn cảnh. Doanh nhân xã hội thường bị chi phối bởi những khát vọng tình cảm để giải quyết một số điều kiện kinh tế và xã hội lớn ở trong nước hoặc trên thế giới, như đói nghèo và thất

² Hoàng Văn Hoa, 2010.

học chứ không vì mục tiêu lợi nhuận. Các doanh nhân xã hội thường nỗ lực phát triển những giải pháp đổi mới đối với những vấn đề toàn cầu và nhiều người có thể học theo đó để tạo nên thay đổi.

Doanh nhân xã hội hoạt động trên thị trường nhằm tạo nên giá trị xã hội bằng cách cải thiện những hàng hóa và dịch vụ được cung cấp cho cộng đồng. Zahra và các cộng sự (2009: 519) viết “doanh nhân xã hội” có đóng góp lớn lao và đa dạng cho cộng đồng cũng như xã hội, áp dụng mô hình kinh doanh để tạo nên giải pháp sáng tạo cho những vấn đề xã hội phức tạp và dai dẳng”.

Doanh nhân dám vấp ngã – (serial entrepreneur). Trong thời hiện đại của kinh tế toàn cầu, có nhiều cơ hội khởi nghiệp làm giàu, sinh lợi ích cho xã hội hơn nhưng cũng phải đối phó với nhiều thử thách, cạnh tranh hơn, lại hình thành một dạng doanh nhân mới hội đủ lòng can đảm, sự liều lĩnh, óc sáng tạo, sự nhạy bén. Những doanh nhân loại này không ngại vấp ngã, luôn sẵn sàng xây dựng sự nghiệp mới không chỉ một mà rất nhiều lần. Họ được gọi là những “serial entrepreneur” – doanh nhân dám vấp ngã.

Đây là những người luôn có những ý tưởng mới và xây dựng DN hay tổ chức kinh doanh mới. Những doanh nhân dám vấp ngã sẵn sàng chấp nhận rủi ro để đổi mới và đạt thành quả tốt, khắc phục những thất bại trước đó. Do đó khả năng thành công của họ cũng cao. Kiểu doanh nhân này ngày càng phổ biến do công nghệ giúp các chủ DN nhỏ có nền tảng kỹ thuật cần thiết để gia nhập thị trường toàn cầu.

Doanh nhân coi kinh doanh là phong cách sống (life-style entrepreneur): là người có niềm đam mê phát triển những sản phẩm/dịch vụ phục vụ cuộc sống con người được thú vị hơn, đẹp hơn, ích lợi hơn, khỏe mạnh hơn. Họ là những người đặt niềm đam mê lớn hơn mục tiêu lợi nhuận khi khởi nghiệp kinh doanh. Họ kết hợp những lợi ích cá nhân và tài năng với khả năng kiếm sống. Nhiều doanh nhân có thể bị chi phối bởi ý đồ tìm kiếm lợi nhuận. Nhưng doanh nhân coi kinh doanh là phong cách sống cố tình chọn một mô hình kinh doanh hướng đến sự phát triển và tăng trưởng của DN để đảm bảo sự sống còn dài hạn, bền vững và lớn mạnh trong lĩnh vực mà họ say mê, hiểu biết và có tài năng hay chuyên môn vượt trội. Doanh nhân coi kinh doanh là phong cách sống có thể quyết định tự đứng ra kinh doanh nhằm có được tự do cá nhân, và nhiều thời gian hơn để được làm việc với những dự án hay mục tiêu kinh doanh mà họ yêu thích. Doanh nhân coi kinh doanh là phong cách sống có sự kết hợp giữa thú vui và sự chuyên nghiệp để kiểm soát công việc kinh doanh của mình. Mục tiêu chung của doanh nhân coi kinh doanh là phong cách sống gồm:

kiếm sống, làm công việc mà họ yêu thích, kiếm sống theo cách tự đứng ra kinh doanh, đạt được sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống và sở hữu DN mà có thể không cần những cổ đông khác. Nhiều doanh nhân này làm việc với tinh thần cống hiến cao và hay hoạt động trong những ngành có tính sáng tạo hoặc lĩnh vực du lịch. Trong khi những doanh nhân khác khởi nghiệp với chiến lược thoái lui rõ ràng thì doanh nhân coi kinh doanh là phong cách sống có thể chọn lựa một cách thoải mái nhưng cũng rất cẩn trọng để giữ việc kinh doanh nằm trong quyền kiểm soát của họ.

(ii) Phân loại theo loại hình kinh doanh

- Doanh nhân kinh doanh: là những người biến ý tưởng thành thực tiễn; vận hành cả hoạt động sản xuất chế tạo và thương mại (thường là những DN thương mại và chế tạo nhỏ)

- Doanh nhân thương mại: là người vận hành các hoạt động thương mại, liên quan đến marketing (cấp quốc gia và quốc tế).

- Doanh nhân công nghiệp: là người chỉ triển khai các hoạt động chế tạo, phát triển sản phẩm mới, v.v. (ví dụ như trong lĩnh vực dệt may, điện tử).

- Doanh nhân công ty: là những người quan tâm đến lĩnh vực quản lý tổ chức; công tác tổ chức cá biệt, điều phối các kỹ năng để quản lý một công ty

- Doanh nhân nông nghiệp: là người sản xuất và marketing đầu vào và đầu ra trong ngành nông nghiệp.

(iii) Phân loại theo giai đoạn phát triển

- Doanh nhân thế hệ đầu: là những người đổi mới, chấp nhận rủi ro, là người đầu tiên thành lập DN.

- Doanh nhân hiện đại: là những người hoạt động để đảm bảo sự tồn tại khả thi của DN, có thể thích nghi với những thay đổi và tính năng động của thị trường.

- Doanh nhân truyền thống: là những người coi trọng lợi nhuận liên tục hơn là tăng trưởng của DN, và quan tâm đến những nhu cầu của khách hàng cũng như xu hướng marketing

(iv) Phân loại theo tầm cỡ DN

Doanh nhân chủ các tập đoàn kinh tế, DN lớn, thường được biết đến với tên gọi phổ biến là các CEO (tổng giám đốc điều hành). Nhìn chung, tổng giám đốc được dùng để chỉ người điều hành cao nhất trong một DN. Bên cạnh đó, những người là

thành viên của ban giám đốc (các giám đốc bộ phận) cũng chịu trách nhiệm trước người lao động, nhà đầu tư và xã hội về hiệu quả hoạt động của công ty hay tập đoàn. Họ cũng được coi là doanh nhân chủ các tập đoàn kinh tế, DN lớn này (làm chủ theo nghĩa vừa là chủ đầu tư vừa là người điều hành, hoặc là người được trả lương để chịu trách nhiệm điều hành thay các chủ đầu tư). Về khía cạnh này, có một số điểm cần lưu ý như sau: (i) Doanh nhân – giám đốc DN là người đứng đầu ê kíp chuyên gia quản lý trong DN, được đào tạo và có tích lũy kinh nghiệm, được tuyển dụng hoặc thuê theo yêu cầu và được trả lương tương xứng với trách nhiệm và hiệu quả sản xuất, kinh doanh; (ii) Giám đốc là người đứng đầu cao nhất của bộ máy quản lý DN với hiệu lực điều hành, chỉ huy cao nhất trong DN, có toàn quyền sử dụng quyền hạn được giao để thực hiện các biện pháp tổ chức vật chất và con người, là đầu mối vận hành mọi hoạt động theo định hướng phát triển của DN, chịu trách nhiệm về kết quả, hiệu quả sản xuất, kinh doanh của DN; và (iii) Giám đốc là người đại diện theo pháp luật của DN trong các quan hệ với cơ quan quản lý Nhà nước, với đối tác và khách hàng. Trên thị trường lao động quốc tế, từ lâu đã xuất hiện thị trường giám đốc; doanh nhân – giám đốc cũng chịu sự đào thải tự nhiên của thị trường.

Cho đến giờ, chưa có bất kỳ một thước đo nào dành cho CEO hay các giám đốc. Nhưng nhận định chung là đã là một CEO thì phải am hiểu nhiều vấn đề vì CEO hàng ngày đều phải "va vấp" và giải quyết nhiều vấn đề chứ không chỉ có kinh doanh. Ngoài kiến thức chuyên môn về lĩnh vực DN hoạt động, CEO phải có thêm kiến thức và kỹ năng về thị trường, về khách hàng, biết cách đánh giá và nhạy cảm về mức độ cạnh tranh để xác định đúng đắn tư tưởng và nội dung cho chiến lược, triển khai các tư tưởng nội dung chiến lược thành các chương trình hành động và chính sách cho tổ chức. Đồng thời, CEO là người đại diện công ty chịu gánh vác những nghĩa vụ xã hội của công ty, và đại diện cho công ty trong cộng đồng kinh tế và xã hội ở trong nước, khu vực và quốc tế.

Doanh nhân chủ các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV), DN gia đình. Là người điều hành những DN có quy mô nhỏ bé về mặt vốn, lao động hay doanh thu. DNNVV có thể chia thành ba loại cũng căn cứ vào quy mô đó là DN siêu nhỏ (micro), DN nhỏ và DN vừa. Theo tiêu chí của Nhóm Ngân hàng Thế giới, DN siêu nhỏ là DN có số lượng lao động dưới 10 người, DN nhỏ có số lượng lao động từ 10 đến dưới 50 người, còn DN vừa có từ 50 đến 300 lao động. Ở mỗi nước, người ta có tiêu chí riêng để xác định DNNVV ở nước mình. Doanh nhân chủ những DN này phải gánh vác ít trách nhiệm hơn so với các CEO, nhưng cũng cần nhiều kỹ năng khác nhau để đối phó với những khó khăn đặc thù liên quan đến mô hình DN (ví dụ

như khả năng tiếp cận vốn, thông tin và quảng bá sản phẩm, ...). Một số doanh nhân vận hành các DN nhỏ và siêu nhỏ, DN hộ gia đình thậm chí không phải gánh vác những trách nhiệm xã hội của công ty như các công ty lớn, ngoại trừ trách nhiệm đóng thuế và trách nhiệm với người lao động theo quy định của pháp luật. Tuy nhiên, đây lại là thành phần có đóng góp quan trọng vào quá trình tăng trưởng và phát triển kinh tế ở hầu hết các nước trên thế giới do tính linh hoạt và đa dạng của các loại hình, phương thức sản xuất và kinh doanh mà mỗi doanh nhân có thể áp dụng với DN của mình.

3. Vai trò và tác dụng của doanh nhân đối với phát triển kinh tế

Với những tố chất đặc biệt nêu trên, doanh nhân là thành phần tích cực và là động lực chính chi phối sự vận động của các hoạt động kinh tế. Đồng thời, do kinh tế, chính trị, và xã hội là những yếu tố không thể tách rời nên đội ngũ doanh nhân giữ vai trò quan trọng trong các mối quan hệ kinh tế, chính trị và xã hội.

(i) Vai trò của doanh nhân đối với DN

Doanh nhân và DN là hai chủ thể luôn song hành. Trong phạm vi DN, doanh nhân có vai trò quyết định tới sự phát triển của DN 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 hoạt động của DN do doanh nhân lãnh đạo. Vai trò của doanh nhân đối với DN thể hiện trên một số nội dung sau đây³:

Thứ nhất, doanh nhân là người lãnh đạo, trực tiếp quản lý, điều hành DN, quyết định sự tồn tại và phát triển của DN. Như đã nêu trên, trong nền kinh tế thị trường, doanh nhân có thể là chủ sở hữu, người trực tiếp thành lập DN, hoặc người được ủy quyền, được thuê quản lý, điều hành DN. Trong mỗi DN, doanh nhân là người lãnh đạo cấp cao, trực tiếp hoạch định chính sách phát triển DN, tổ chức triển khai các hoạt động của DN, đại diện cho DN chịu trách nhiệm về mặt pháp lý của DN, chịu trách nhiệm hoàn toàn về các hoạt động sản xuất kinh doanh, về các lợi ích chung và kết quả cuối cùng của DN.

Thứ hai, doanh nhân là người tổ chức lực lượng sản xuất của DN. Doanh nhân là người giữ vai trò quyết định trong việc xây dựng và thực thi chiến lược của DN, trực tiếp lập kế hoạch và phân bổ, sử dụng các nguồn lực của DN; kiểm tra, đánh giá mức độ thực hiện các mục tiêu của DN. Họ giữ vai trò quyết định đối với việc ứng dụng khoa học – công nghệ, tổ chức phân công, hợp tác kinh doanh của DN.

Thứ ba, doanh nhân là người có vai trò quyết định nâng cao năng lực cạnh tranh của DN trên thị trường. Họ quyết định thành bại của DN trong cạnh tranh. Vì vậy,

³ Hoàng Văn Hoa (2010)

doanh nhân là người hơn ai hết phải hiểu đối thủ cạnh tranh, phải giành được ưu thế trong cạnh tranh.

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

Thứ năm, doanh nhân là người xây dựng chiến lược kinh doanh và hoạch định các chính sách phát triển DN. Trong quá trình thực hiện các chính sách cụ thể, doanh nhân có trách nhiệm hạn chế đến mức thấp nhất mọi rủi ro của DN, bao gồm rủi ro tài chính cũng như rủi ro từ bên ngoài.

Thứ sáu, doanh nhân là người tạo lập và xây dựng các mối liên kết trong và ngoài DN. Lãnh đạo DN là người thường xuyên tiếp xúc với các đối tác, khách hàng, các hiệp hội, cơ quan chính quyền. Trong quá trình đó, doanh nhân thu thập các nguồn thông tin và tạo sự ủng hộ cần thiết cho DN. Vì thế, họ còn là những nhà hoạt động xã hội.

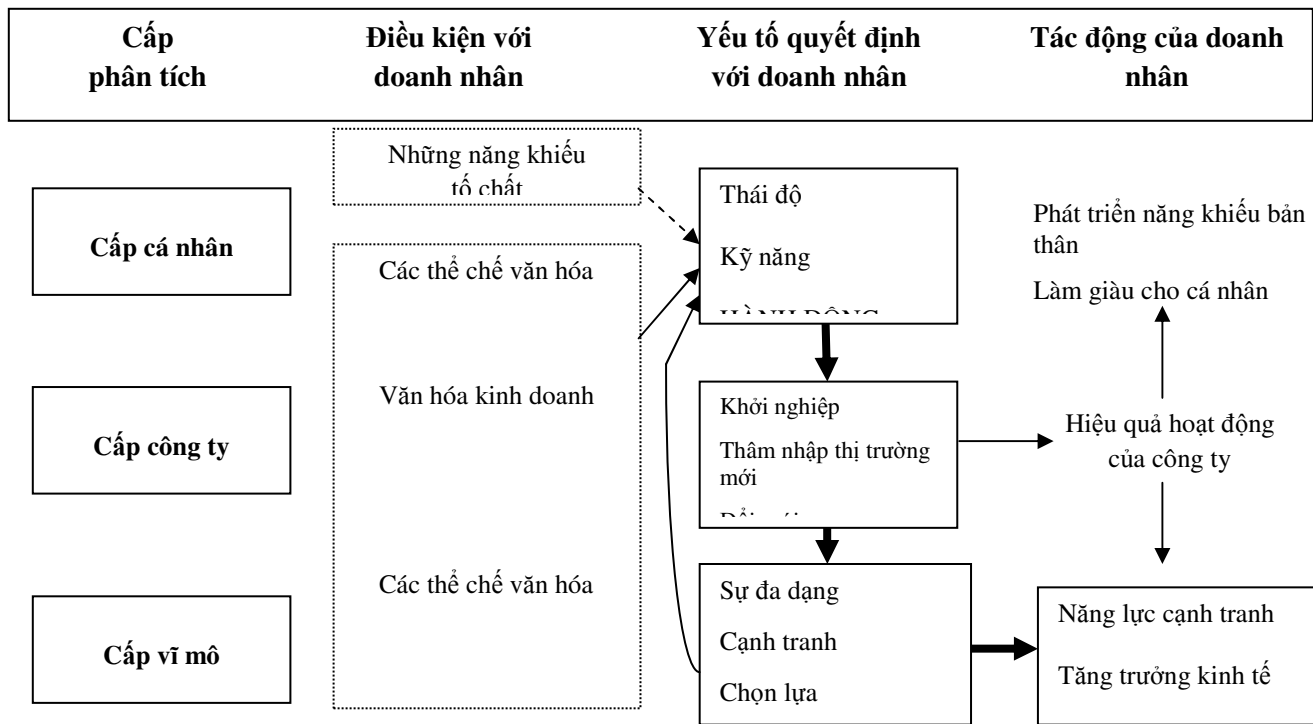
(ii) Vai trò của doanh nhân với phát triển kinh tế trong nền kinh tế thị trường

Trên thế giới đã có nhiều công trình nghiên cứu phân tích rõ vai trò của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường. Đáng chú ý tác phẩm “lý thuyết về phát triển kinh tế” của Joseph A. Schumpeter đã gắn vai trò cốt lõi của doanh nhân là “cải cách”. Ông coi phát triển kinh tế là sự thay đổi năng động riêng biệt do doanh nhân mang lại bằng cách xây dựng các kết hợp mới với những yếu tố sản xuất.

Trong các nghiên cứu kinh tế từ trước đến nay, đã có rất nhiều mô hình được xây dựng về mối quan hệ giữa doanh nhân và phát triển kinh tế. Trong khuôn khổ chuyên đề này, chúng tôi giới thiệu mô hình của Thurik và Wennekers (1999)⁴, được trình bày trong Hình 1. Mô hình thể hiện phân tích ở 3 cấp: cấp cá nhân, cấp công ty và cấp vĩ mô. Hoạt động của doanh nhân bắt nguồn từ cấp cá nhân và có thể tìm thấy với mỗi người, với từng doanh nhân. Do đó, làm doanh nhân là do thái độ, kỹ năng, động cơ và năng khiếu của một cá nhân. Tuy nhiên, cá nhân doanh nhân không triển khai các hoạt động của mình trong một chân không vô tận và vô biên, mà chịu ảnh hưởng từ bối cảnh hoạt động của họ. Vì vậy, động cơ và hành động của doanh nhân cũng chịu ảnh hưởng bởi những yếu tố văn hóa và thể chế, môi trường kinh doanh và điều kiện kinh tế vĩ mô.

⁴ Reynolds et al., 2002, Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive report.

Hình 1: Mối quan hệ giữa doanh nhân và tăng trưởng kinh tế



Nguồn: Thurik et al.

Dù tinh thần doanh nhân bắt nguồn từ cấp cá nhân, song việc hiện thực hóa lại được thực hiện ở cấp công ty (DN). Khởi nghiệp hay đổi mới là những động cơ biến những phẩm chất hay tham vọng cá nhân của doanh nhân thành hành động. Ở cấp vĩ mô hay cấp ngành và trong nền kinh tế quốc dân, những hoạt động của doanh nhân gộp lại sẽ tạo thành những mảnh ghép thực nghiệm cạnh tranh, ý tưởng và sáng kiến mới. Cạnh tranh mang lại sự đa dạng và thay đổi trong thị trường – đó cũng là chọn lựa của hầu hết các công ty còn trụ lại, rồi lại có những công ty khác bắt chước họ, và diễn ra sự đào thải những DN lỗi thời. Hoạt động của doanh nhân vì vậy sẽ mở rộng và biến đổi tiềm năng sản xuất của nền kinh tế quốc dân bằng cách tạo hiệu suất cao hơn, mở ra những phân khúc thị trường và ngành nghề mới. Doanh nhân có thể rút ra bài học từ chính kinh nghiệm của mình và cả thành công hay thất bại của những doanh nhân khác, giúp họ cải thiện kỹ năng, đồng thời điều chỉnh thích nghi thái độ của mình. Kết quả cuối cùng của quá trình khởi nghiệp, phát triển và thành công hay thất bại của

doanh nhân dưới tác động của các yếu tố khác như đã nêu đều là con đường mang lại lợi ích cuối cùng là nâng cao năng lực cạnh tranh và tăng trưởng kinh tế.

Tóm lại, vai trò kinh tế của doanh nhân trong nền kinh tế thị trường có yếu tố hiện đại thể hiện ở các mặt:

- Tạo lập ra thị trường, đáp ứng nhu cầu thị trường và định hướng nhu cầu thị trường;
- Tổ chức sử dụng các nguồn lực sản xuất một cách hiệu quả nhất và không ngừng tìm tòi, thử nghiệm và ứng dụng các cách tiếp cận khác nhau để nâng cao hiệu suất;
- 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 làm cho doanh nhân có vai trò phá vỡ sự cân bằng của thị trường và tạo lập cân bằng mới;
- Là chủ thể thực hiện hội nhập kinh tế quốc tế, giữ vai trò quyết định trong việc thực hiện các cam kết quốc tế; và
- Góp phần hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường. Với tư cách là chủ thể chính, ở vị trí trung tâm của các bên tham gia thị trường, DN, doanh nhân chính là lực lượng quan trọng góp phần hoàn thiện hệ thống thể chế kinh tế thị trường.

(iii) Vai trò xã hội

Như đã trình bày ở trên, hoạt động của doanh nhân và DN không chỉ dừng ở phạm vi DN 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 DN.
- Đào tạo lao động cho DN. Để nâng cao khả năng cạnh tranh, những người lãnh đạo DN luôn chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, trước hết là cho chính DN mình. Qua đó, doanh nhân đã góp phần đào tạo nguồn nhân lực cho xã hội, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu lao động.
- Ổn định xã hội bằng cách tham gia các hoạt động từ thiện, thực hiện chính sách an sinh xã hội. Doanh nhân là người có thu nhập cao, thuộc tầng lớp trung lưu và thượng lưu trong xã hội nên có nguồn lực và điều kiện để thực hiện các hoạt động thiện nguyện là một phần trong những trách nhiệm xã hội của công ty.
- Nâng cao thu nhập cho người lao động trong nội bộ DN, qua đó nâng cao mức sống vật chất và tinh thần của xã hội.
- Góp phần xây dựng và phát triển tinh thần DN trong xã hội. Ở nhiều nước, sự thành đạt của doanh nhân ở những cấp độ khác nhau đã được xã hội tôn vinh và thậm chí được coi là biểu tượng của cả quốc gia.

- Giữ vai trò quyết định trong xây dựng và phát triển văn hóa DN, thông qua đó có tác dụng định hướng cho văn hóa xã hội.

- 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 công; góp phần hình thành các tổ chức phi chính phủ và các tổ chức xã hội, tổ chức xã hội dân sự.

(iv) Vai trò chính trị

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

- Phản biện xã hội, 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, bộ máy nhà nước.

Ở nhiều nước, doanh nhân đã trực tiếp tham gia vào các tổ chức chính trị - xã hội và có thể có tác động mạnh đến đời sống chính trị, xã hội của các quốc gia. Nhờ những tố chất, tài năng đặc biệt, cùng với kinh nghiệm và hiểu biết về các vấn đề kinh tế - xã hội – thể chế trong quá trình làm kinh doanh, nhiều doanh nhân đã trở thành chính khách chèo lái con thuyền chính trị của nhiều quốc gia hoặc vùng lãnh thổ trên thế giới⁵.

4. Các mối quan hệ của doanh nhân

Quan hệ của doanh nhân với công nhân, nông dân và trí thức không chỉ dựa vào sự hoà đồng về lòng yêu nước và tinh thần dân tộc mà còn có sự gắn bó về lợi ích. Thêm vào đó, trong sự phát triển tự nhiên của đời sống xã hội, có không ít công nhân, nông dân, trí thức trở thành doanh nhân và cũng có những doanh nhân đồng thời là người trực tiếp sản xuất và có trình độ trí thức.

- Trong quan hệ về lợi ích giữa doanh nhân và người lao động:

Mặt chủ yếu không phải là sự đối kháng theo quan điểm đấu tranh giai cấp máy móc, mà là sự hợp tác giữa người đầu tư vốn tạo việc làm và người có sức lao động cần chỗ làm việc, hai bên dựa vào nhau và cùng có lợi, cùng làm giàu cho mình và cho đất nước. Mỗi nước đều ban hành luật Lao động hoặc tương đương để điều hoà lợi ích của cả hai phía, giải quyết mâu thuẫn nảy sinh, quan tâm bảo hộ quyền lợi của người làm thuê thường yếu thế hơn, đồng thời có chính sách điều tiết thu nhập hợp lý để thực hiện công bằng xã hội nhưng không làm nản chí người đầu tư kinh doanh. Khi doanh nhân

⁵Ví dụ như Đồng Kiến Hoa (Hong Kông), Berlusconi (Italia), Thạch Sin (Thái Lan), Lê Myung Bak (Hàn Quốc)...

thực hiện đúng các quy định của luật pháp, thì có thể coi lợi nhuận kinh doanh còn lại sau khi nộp thuế là chính đáng, bao gồm thu nhập từ công lao động kinh doanh và quản trị DN (là loại lao động phức tạp, đòi hỏi cao về trí tuệ và tâm sức), từ lãi suất của đồng vốn và có phần bù đắp cho những rủi ro trong kinh doanh (không phải mọi trường hợp đầu tư kinh doanh đều có lãi). Lợi nhuận đó có tác dụng kích thích đầu tư kinh doanh và là nguồn vốn mở rộng sản xuất, tạo thêm việc làm và của cải cho xã hội. Quan điểm giáo điều, máy móc về đấu tranh giai cấp và xoá bỏ bóc lột không phù hợp với cuộc sống và không có lợi cho việc thực hiện dân giàu, nước mạnh.

- Đối với nông dân:

Ở các nước đang phát triển, sản xuất nông nghiệp vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng sản phẩm quốc nội, mối quan hệ giữa doanh nhân và nông dân có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Doanh nhân và các DN là người cung ứng đầu vào (vật tư và vốn) cho sản xuất, người mua gom, chế biến và tiêu thụ nông sản, giúp cho sản xuất nông nghiệp gắn với thị trường trong cả nước và thị trường ngoài nước. Sự liên kết nông dân với doanh nhân là yếu tố rất quan trọng để phát triển nền nông nghiệp hàng hoá, mở rộng ngành nghề ở nông thôn, nâng cao đời sống nông dân. Thực tế đòi hỏi phải tăng cường và cải thiện sự liên kết này để bảo đảm hài hoà lợi ích của các bên, khắc phục tình trạng sản xuất và thu nhập của nông dân không ổn định, chịu thua thiệt.

- Đối với giới trí thức, nghiên cứu:

Sự phát triển của kinh tế thị trường đặt doanh nhân và các DN vào địa vị đối tác quan trọng trong việc đặt hàng và ứng dụng kết quả nghiên cứu của các cơ sở khoa học và công nghệ, đồng thời nâng cao năng lực nghiên cứu công nghệ của DN. Sự liên kết trí thức với doanh nhân vừa thúc đẩy sự phát triển khoa học và công nghệ gắn với thực tiễn vừa nâng cao trình độ công nghệ và quản lý của DN. Doanh nhân còn đóng vai trò đầu tàu, tạo công ăn việc làm để thu hút một lượng lớn trí thức từ các trường đại học hàng năm gia nhập thị trường lao động.

- Với báo chí

Trong nền kinh tế tri thức, thông tin đóng vai trò hết sức quan trọng cho sự thành công hay phát triển của mỗi cá nhân hoặc tổ chức. Với đặc thù hoạt động trong các lĩnh vực sản xuất và kinh doanh, doanh nhân coi báo chí là một kênh thông tin hết sức quan trọng để cập nhật tin tức thị trường, đối thủ cạnh tranh, và để quảng bá hình ảnh của doanh nhân và DN đến các đối tác và người tiêu dùng trong nước và quốc tế. Đồng thời, mối quan hệ giữa báo chí và doanh nhân, DN là sự tương hỗ, hai chiều:

doanh nhân, DN cần báo chí và báo chí cũng cần doanh nhân, DN. Doanh nhân, DN luôn cần đến báo chí để quảng bá sản phẩm, dịch vụ của mình. Ngược lại, báo chí cũng cần đến doanh nhân, DN để có đối tượng phản ánh. Với bề dày kiến thức và kinh nghiệm, nhiều doanh nhân trên thế giới cũng đã rất xuất sắc trong việc làm báo, là cây bút lão luyện để qua đó phổ biến và chia sẻ những tri thức có được trong quá trình hoạt động kinh doanh với cộng đồng.

Với những đóng góp giúp nâng cao vị thế của doanh nhân, DN, hình ảnh của doanh nhân trên thương trường và trong xã hội, báo chí thực sự là người bạn đồng hành của họ, chia sẻ về những khó khăn, cổ vũ những sáng tạo, phê phán những trở ngại, “rào chắn” đối với quá trình sản xuất, kinh doanh.

- Với nhà cầm quyền

Do đặc tính hoạt động của doanh nhân là khai thác các nguồn lực sẵn có nhằm tối đa hóa lợi nhuận, nên nhà cầm quyền – người thực thi trách nhiệm quản lý nhà nước – giữ vai trò không thể thiếu trong việc giám sát các hoạt động của doanh nhân, giảm thiểu những thất bại thị trường và những tác động tiêu cực từ hành vi của doanh nhân trong quá trình cạnh tranh để DN phát triển và tồn tại. Ngược lại, doanh nhân cũng đóng vai trò tích cực trong phản biện xã hội, góp phần hoàn thiện thể chế và phương thức quản lý của nhà cầm quyền theo hướng phù hợp hơn với nền kinh tế thị trường.

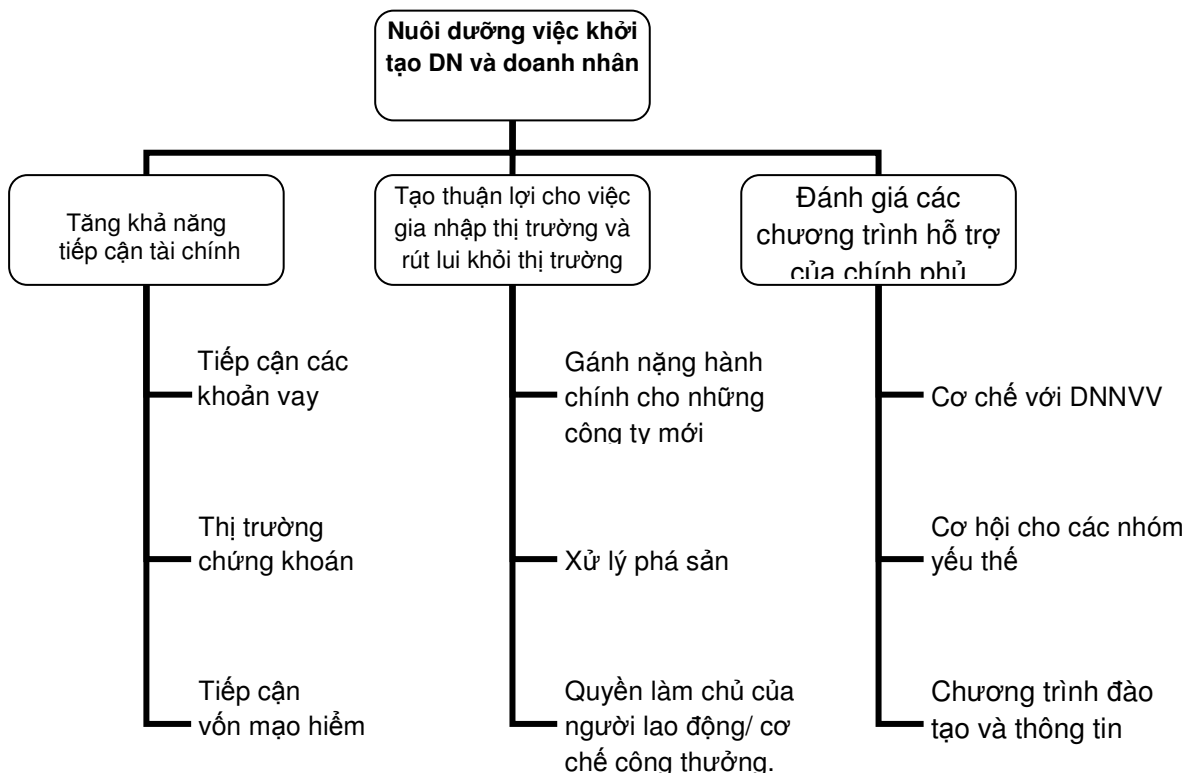
Thực tiễn phát triển ở nhiều nước cho thấy, quan hệ giữa doanh nhân và nhà cầm quyền không chỉ dừng lại ở đó. Mọi quan hệ tham tác nhà nước – tư nhân đã rất phổ biến và nó tồn tại không chỉ trong các hoạt động làm chính sách, quản lý nhà nước mà đặc biệt phát triển trong lĩnh vực an sinh xã hội và phát triển kinh tế. Cụ thể là, doanh nhân và nhà cầm quyền là những đối tác trực tiếp trong những hợp đồng cụ thể liên quan đến việc xây dựng và cung cấp các sản phẩm và dịch vụ cho chính quyền và cộng đồng.

5. Tạo thuận lợi, bồi dưỡng, lựa chọn doanh nhân

Như đã phân tích, doanh nhân không chỉ giữ vai trò quan trọng trong việc tạo động lực tăng trưởng cho nền kinh tế thị trường, mà họ còn có vai trò hết sức ý nghĩa đối với sự phát triển của cộng đồng và xã hội. Vậy, làm thế nào để khuyến khích tham gia vào những lĩnh vực tạo ra ít lợi nhuận nhưng lại rất có ý nghĩa đối với phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia là điều hết sức quan trọng và nó phụ thuộc rất nhiều vào cơ cấu của nền kinh tế. Do đó, các nhà hoạch định chính sách phải giải quyết vấn đề là làm sao tạo được những điều kiện khuôn khổ có tính truyền dẫn với hoạt động của doanh nhân, và làm sao đảm bảo rằng các kỹ năng của doanh nhân được phân bổ cho cả những hoạt động tạo nên sản phẩm xã hội. Bất cứ điều kiện khuôn khổ kinh tế, thể

chế, văn hóa nào cũng đều có tác động đến doanh nhân. Ví dụ như hoạt động của doanh nhân sẽ dễ dàng hơn trong môi trường kinh tế vĩ mô ổn định và lạm phát thấp, cho phép họ nhận định và phân tích những dấu hiệu về cầu và giá cả một cách rõ ràng, từ đó phát triển thống nhất các kế hoạch kinh doanh dài hạn. Trái lại, nếu không có những chính sách kết cấu phù hợp thì hoạt động của doanh nhân sẽ hoàn toàn bị kiểm chế. Mới đây OECD đã có một nghiên cứu nêu rõ sự khác biệt giữa những nền tảng kinh tế cơ bản (ổn định kinh tế vĩ mô, thị trường lao động, hạ tầng cơ sở tại địa phương và mức thuế khóa, v.v.) có ảnh hưởng đến bất cứ hoạt động kinh tế nào, với những vấn đề chính sách trực tiếp tác động đến doanh nhân. Những vấn đề trực tiếp tác động đến doanh nhân bao gồm: *khả năng tiếp cận tài chính, tạo điều kiện thuận lợi cho việc gia nhập thị trường cũng như rút lui khỏi thị trường của các công ty, và cơ chế hỗ trợ của chính phủ* (OECD 2002: 8). Hình dưới đây trình bày khuôn khổ được điều chỉnh làm chuẩn đối sánh chính sách của các nước OECD trong việc nuôi dưỡng và hỗ trợ khởi tạo DN cũng như phát triển doanh nhân. Mặc dù khuôn khổ này chủ yếu phát triển dựa theo các nước OECD nhưng cũng đề cập đến nhiều lĩnh vực chính sách rất ý nghĩa với việc xúc tiến phát triển doanh nhân ở nước đang phát triển.

Hình 2: Lĩnh vực chính sách tạo điều kiện khuôn khổ nhằm hỗ trợ doanh nhân



Nguồn: OECD (2002)

Tăng khả năng tiếp cận tài chính: Theo Giám sát doanh nhân toàn cầu, gần 20% doanh nhân được phỏng vấn có đề cập đến vấn đề thiếu nguồn tài chính là rào cản quan trọng nhất đối với hoạt động của họ. Nhất là với những DN nhỏ hiếm khi đáp ứng được những điều kiện để tiếp cận vay ngân hàng và những công cụ tài chính nợ truyền thống khác. Do đó, chính phủ cần hỗ trợ tăng khả năng tiếp cận nguồn tài chính cho những DN mới khởi sự, bằng cách áp dụng cơ chế bảo lãnh vay nợ chẳng hạn. Dưới sự bảo trợ của chính phủ, chính phủ bảo đảm thanh toán một tỷ lệ phần trăm nhất định của khoản vay cho một thể chế tài chính. Dù cơ chế này có thể cải thiện khả năng tiếp cận nguồn tài chính cho những công ty mới và qui mô nhỏ, nhưng các nghiên cứu của OECD chỉ ra rằng thị trường chứng khoán và tiếp cận vốn mạo hiểm lại là những cơ chế có khả năng thành công cao hơn để đưa nguồn vốn mạo hiểm đến những doanh nhân thuộc khu vực đang nổi lên trong nền kinh tế. Điều này đặc biệt chính xác với những doanh nhân là chủ DN đổi mới và có quy mô nhỏ, đặc trưng của họ là hầu như phải dựa vào những tài sản vô hình, và hoạt động trong môi trường vận hành bất chắc, dòng tiền mặt thường âm. Vì thế, ngân hàng chính là lĩnh vực sẽ hỗ trợ được đối tượng này một cách hiệu quả nhất.

Tạo thuận lợi cho việc gia nhập thị trường và rút lui khỏi thị trường: những điều kiện khuôn khổ thường được định hình bởi cả môi trường điều tiết, hành chính và thị trường. Thủ tục và qui định hành chính điều khiển cách các công ty được tạo dựng và việc tuân thủ những yêu cầu điều tiết và hành chính tạo nên chi phí liên tục cho DN. Gánh nặng hành chính có nguy cơ làm hoạt động của doanh nhân bấn loạn, vì thế chính phủ nên xem xét tinh giản những yêu cầu này và tạo sự điều phối hiệu quả hơn giữa các cơ quan nhà nước. Tuy nhiên, khi giảm thiểu rào cản kinh doanh, chính phủ cũng cần xác định rõ sự cân đối giữa việc tạo thuận lợi cho hoạt động của doanh nhân với việc đảm bảo những lợi ích công, ví dụ như quy định về bảo vệ môi trường và tiêu chuẩn an sinh, y tế. Những chính sách làm hạn chế phạm vi DN có thể tái cấu trúc hoặc đóng cửa khiến cho việc tái phân bổ nguồn lực trở nên kém hiệu quả và ít có khả năng chuyển dịch đến những lĩnh vực kinh doanh sinh lợi hơn, đồng thời làm suy giảm khả năng nền kinh tế tự điều chỉnh kịp thời. Ở nhiều nước phương Tây, doanh nhân tuyên bố phá sản được yêu cầu phải giải quyết hết nợ nần, qui định thực tế này cản trở doanh nhân tiếp tục vận dụng kinh nghiệm của mình để bắt đầu một công ty mới. Yêu cầu pháp lý như vậy phản ánh nhận thức của nhiều nước phương Tây rằng thất bại kinh doanh là thất bại cá nhân và mang vết đen xã hội. Mặt khác, ở Mỹ, những DN thất bại lại được xem như là một kết cục hợp lý của “một thử nghiệm tốt” và là một kinh nghiệm vào nghề hữu ích để bắt đầu công việc kinh doanh mới

thành công hơn. Thái độ này thể hiện qua hệ thống xử lý DN phá sản ở Mỹ, cho phép doanh nhân bị phá sản có cơ hội thành lập công ty mới. Đồng thời, hệ thống này cũng tạo điều kiện để dẫn các nguồn lực từ những công ty kém cạnh tranh đến những cơ hội mới tiềm năng hơn nhờ sự năng động và tự rút bài học kinh nghiệm từ chính thất bại của doanh nhân. Kinh nghiệm thực tế cũng cho thấy cơ chế làm chủ của người lao động là một cơ sở giúp doanh nhân tồn tại và điều khiển DN hiệu quả, ít nhất là trong thời gian đầu thành lập. Cơ chế quyền làm chủ của người lao động làm tăng tính hấp dẫn của công ty đối với người làm công và thúc đẩy cũng như giữ chân họ, nhất là trong giai đoạn doanh nhân mới khởi nghiệp còn phải đối mặt với nhiều khó khăn như khan hiếm dòng tiền.

Các chương trình hỗ trợ của Chính phủ: các chương trình hỗ trợ của chính phủ rõ ràng không thể thay thế những thị trường vận hành chức năng hiệu quả, và chính phủ nên đặt ưu tiên hàng đầu vào việc tạo dựng được nền tảng kinh tế. Tuy nhiên, cơ chế hỗ trợ của chính phủ có thể bổ sung và hỗ trợ những chính sách khác để tạo nên một môi trường truyền dẫn thuận lợi cho hoạt động của doanh nhân. Tương tự, những chương trình này cũng là công cụ chính sách hữu hiệu trong việc giải quyết nhiều vấn đề cụ thể gây ra rào cản trực tiếp đối với hành vi của doanh nhân, đồng thời giúp cải thiện kỹ năng thông tin. Ví dụ như các chương trình tập trung vào những nhu cầu kinh doanh của các DN hay các nhóm yếu thế, gồm DNNVV hay phụ nữ chẳng hạn. Việc hỗ trợ các nhóm doanh nhân yếu thế tham gia kinh doanh có ý nghĩa quyết định với việc giải phóng những nguồn lực kinh tế tài năng và tiềm năng của doanh nhân. Vì thế, để có tác động tích cực và lựa chọn chính xác nhóm doanh nhân được hỗ trợ, chương trình hỗ trợ của chính phủ cần được thiết kế và đặt mục tiêu chính xác, cần liên tục đánh giá và rà soát lại những chương trình hiện có, chia sẻ kinh nghiệm về thông lệ tốt nhất giữa các quốc gia và khu vực. Ngoài ra, chính phủ có thể hỗ trợ doanh nhân qua các chương trình đào tạo và thông tin. Qua đó, nâng cao kỹ năng, năng lực, xây dựng nhận thức về cơ hội mà doanh nhân có khả năng nắm bắt. Chính phủ cũng có thể giới thiệu hay đề cử một số cá nhân doanh nhân để họ được hưởng những cơ chế khuyến khích kinh tế hiện hành, thúc đẩy họ tận dụng những nhân tố đó. Doanh nhân càng nhận diện được nhiều cơ hội thì khả năng theo đuổi cơ hội càng cao. Một ưu điểm của chương trình đào tạo và thông tin là không mấy tốn kém và không can thiệp vào những động cơ khuyến khích của thị trường.

Ngoài ba yếu tố trên, nghiên cứu của McClelland còn chứng minh việc **nuôi dưỡng tố chất doanh nhân** cũng là một hợp phần quan trọng thúc đẩy sự phát triển của đội ngũ doanh nhân. Các cá nhân chính là chủ thể chính của hoạt động kinh

doanh, nên có thể tìm thấy nguồn gốc của quyết định đổi mới hay khởi nghiệp kinh doanh chính là ở cá nhân một con người. Do đó, nuôi dưỡng nghề doanh nhân chính là cách củng cố tổ chất doanh nhân của mỗi cá nhân.

6. Kinh nghiệm quốc tế trong chính sách phát triển đội ngũ doanh nhân

6.1. Kinh nghiệm Brazil

Tại Brazil, một chương trình tích hợp với nội dung xây dựng năng lực do UNCTAD hỗ trợ⁶ đã được triển khai nhằm nuôi dưỡng những khả năng của doanh nhân và thúc đẩy tăng trưởng năng lực cạnh tranh quốc tế của các DNNVV. Đây là kết quả của một nghiên cứu thực địa đã nhận ra tầm quan trọng của hành vi và hiệu quả hoạt động của các cá nhân doanh nhân. Với chương trình này, UNCTAD không chỉ tập trung vào những can thiệp với các khía cạnh kỹ thuật và quản lý của DN nhỏ, mà với cả những cơ chế đã phát triển và có khả năng thúc đẩy những tổ chất doanh nhân. Trước hết, chương trình xác định những doanh nhân có triển vọng, tổ chức đào tạo họ với mục tiêu tăng cường hành vi doanh nhân và kỹ năng kinh doanh của họ; hỗ trợ họ tiếp cận các dịch vụ kinh doanh và nguồn tài chính để phát triển làm ăn; giúp họ thu xếp những mối liên kết có lợi với các công ty lớn ở trong nước và nước ngoài; đồng thời xây dựng hệ thống hỗ trợ dài hạn để hỗ trợ tăng trưởng và quốc tế hóa công việc kinh doanh của những doanh nhân được chọn. Chương trình chú trọng xây dựng mạng lưới tích cực giữa các thể chế nhà nước, các hiệu hội kinh doanh tư nhân và những tổ chức đa biên, cũng như kết hợp với các chương trình hỗ trợ kinh doanh khác ở trong nước và khu vực.

Hợp phần chính của chương trình này là cách tiếp cận hành vi với doanh nhân. Cách tiếp cận này tập trung vào 10 tổ chất cá nhân của doanh nhân đã được rút ra từ các nghiên cứu của đại học Harvard. Những tổ chất cá nhân này bao gồm:

- (1) Tìm kiếm cơ hội và có sáng kiến
- (2) Dám mạo hiểm
- (3) Luôn mưu cầu hiệu quả và chất lượng
- (4) Kiên định
- (5) Có tinh thần cam kết, làm việc dựa trên hợp đồng
- (6) Luôn tìm kiếm thông tin
- (7) Có mục tiêu
- (8) Lập kế hoạch và giám sát một cách hệ thống

⁶ Chương trình này có tên là EMRETEC, được UNCTAD thành lập từ năm 1988 nhằm hỗ trợ thúc đẩy sự phát triển của doanh nhân ở các nước đang phát triển.

- (9) Có khả năng thuyết phục và xây dựng mạng lưới
- (10) Độc lập và tự tin.

Những tổ chức cá nhân của doanh nhân được rèn luyện qua hoạt động trọng tâm của dự án: các buổi đào tạo, tập huấn doanh nhân. Việc đào tạo, tập huấn doanh nhân tập trung vào chí tiến thủ và tăng cường những tài năng doanh nhân, chứ không phải là những kỹ năng kinh doanh truyền thống. Đối tượng học viên được tuyển chọn cẩn thận qua một qui trình nghiêm ngặt để tham dự một khóa học trong hai tuần nhằm xác định thể mạnh cũng như điểm yếu của họ. Chương trình đã đạt được thành công nhất định, 85% học viên đã phản hồi là nhờ khóa đào tạo và tập huấn đó, họ đã ghi nhận sự thay đổi trong thái độ cá nhân và thái độ kinh doanh của bản thân. Việc đào tạo đó có sự ràng buộc là phải dẫn đến kết quả tăng trưởng trong hoạt động kinh doanh và xây dựng nền tảng doanh nhân giỏi và gắn bó, những người sẽ trở thành lực lượng chi phối dự án và sẽ đảm bảo thực thi thành công những giai đoạn tiếp theo của chương trình. Những người tham gia các hội thảo đào tạo và tập huấn sẽ tiếp tục được hỗ trợ tư vấn tận nơi và được tham dự những hội thảo khác về các vấn đề thay đổi quản lý, marketing, quản lý chất lượng, cải thiện hiệu suất, các thông lệ kế toán, quản lý tài chính và đàm phán liên doanh.

Chương trình này cũng đặt ra cam kết cơ bản là củng cố các DNNVV ở nước đang phát triển. Chiến lược của chương trình tại Brazil đã mang lại kết quả là lực lượng doanh nhân trong nước tăng mạnh nhờ tạo được môi trường kinh doanh năng động và đảm bảo các nguồn việc làm bền vững, điều kiện thuận lợi hơn để doanh nhân Brazil hội nhập thị trường toàn cầu. Một số chỉ số được đặt ra để xác định hiệu quả hoạt động của các DN nhỏ mà những doanh nhân đã tham dự chương trình làm chủ, chẳng hạn như thành lập DNNVV mới, tỷ lệ còn trụ lại trên thị trường, mức tăng doanh thu bán hàng (bao gồm cả doanh thu xuất khẩu).

Nhìn chung, cách tiếp cận hành vi này đã mang lại nhiều kết quả đáng khích lệ. Một đánh giá được tiến hành năm 2002 nhằm kiểm tra tác động thực tế của chương trình kéo dài 10 năm tại Brazil cho thấy số lượng những doanh nhân còn tồn tại trong số những người đã tham gia chương trình gấp đôi số lượng những người còn tồn tại trong tổng số doanh nhân của cả nước. Điều đó cho thấy những DN do các doanh nhân đã tham gia chương trình lãnh đạo có khả năng sống sót cao hơn và đạt hiệu quả kinh tế tốt hơn. Ví dụ như năng suất lao động trong khu vực dịch vụ ở Brazil là 13.000 R\$ trong giai đoạn 1996 – 2000, trong khi năng suất lao động tại các công ty của những doanh nhân tham gia chương trình đào tạo và tập huấn trên, 87% trong số

họ tham gia vào lĩnh vực dịch vụ, là 17.000 R\$ vào năm 2001. Công ăn việc làm ở những công ty này cũng tăng 29%, trong khi khu vực dịch vụ của Brazil chỉ tăng 8.5% trong giai đoạn 1996 - 2000 (EDECUC 2002).

6.2. Kinh nghiệm Singapore

Singapore là một quốc gia nhỏ bé ở khu vực Đông Nam Á, nằm giữa Malaysia và Indonesia. Tổng diện tích tự nhiên là 682,7 km², dân số 4,6 triệu người; mật độ dân số cao, nguồn tài nguyên khoáng sản không có, nông nghiệp không phát triển. Nhìn chung, nếu so sánh với các quốc gia khác trong khu vực, Singapore gặp nhiều khó khăn, khó có điều kiện phát triển. Tuy nhiên, những năm gần đây Singapore có những bước tiến thần kỳ: tốc độ tăng trưởng cao, GDP bình quân đầu người thuộc nhóm đứng hàng đầu thế giới, cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất và đời sống được đầu tư phát triển hiện đại, môi trường sống sạch sẽ đứng thứ nhất châu Á...

Các ngành sản xuất, kinh doanh phát triển mạnh ở đây là cảng biển, đóng và sửa chữa tàu biển, lọc dầu, lắp ráp máy móc tinh vi, sản xuất hàng điện tử, hàng bán dẫn... Ngành thương mại và dịch vụ có nhiều ưu thế, chiếm đến 40% thu nhập quốc dân. Thời gian vừa qua Singapore cũng đi đầu trong việc chuyển đổi sang nền kinh tế tri thức, hoạt động đào tạo đem lại cho họ một nguồn thu không nhỏ, số lượng sinh viên, học sinh từ nhiều nước trên thế giới đến du học ở đây mỗi năm một tăng. Nhiều cơ sở đào tạo đạt chất lượng rất cao, có trường đại học của Singapore đã lọt vào top 50 trường đại học hàng đầu trên thế giới.

Để có được những thành tựu nêu trên Chính phủ Singapore đã có nhiều chính sách đổi mới, trong đó phải kể đến những chính sách hỗ trợ phát triển doanh nhân, nhất là tại các DNNVV, tạo điều kiện cho khu vực kinh tế này phát triển. Bởi vì các DNNVV có khả năng khai thác có hiệu quả các tiềm năng, đóng góp đáng kể cho nền kinh tế, đồng thời góp phần giải quyết hàng loạt các vấn đề xã hội khác như: giải quyết việc làm cho lao động, giảm các tệ nạn, cải thiện đời sống người dân... Việc hỗ trợ của Chính phủ không chỉ dành cho các doanh nhân, DN trong nước mà còn tạo nhiều điều kiện thuận lợi cho cả doanh nhân nước ngoài đầu tư vào Singapore khi họ đến đăng ký kinh doanh ở đây. Hiện tại số DNNVV chiếm tới 99% tổng số DN; 62% tổng số lao động; 48% tổng số giá trị gia tăng của Singapore.

Trước hết, Chính phủ rất quan tâm đến vấn đề vốn cho sản xuất, kinh doanh của DN. Nhiều sinh viên tài năng, có ý tưởng tốt nhưng gặp khó khăn đã được Chính phủ lựa chọn hỗ trợ vốn để thành lập DN, từ đó nhiều người đã khởi nghiệp thành công và họ đã trở thành doanh nhân xuất sắc. Đặc biệt, những doanh nhân có tính sáng tạo

cao, có tiềm năng phát triển trong tương lai cũng được Chính phủ xem xét hỗ trợ về mặt tài chính. Chính sách hỗ trợ được thực hiện thông qua việc Chính phủ bảo lãnh với ngân hàng cho họ vay vốn phục vụ cho sản xuất, kinh doanh. Mặt khác, DN gặp khó khăn do thiên tai hoặc những nguyên nhân khách quan, bất khả kháng cũng được Nhà nước giúp đỡ thông qua việc can thiệp, bảo lãnh với cơ quan thuế cho DN được miễn, giảm thuế thu nhập DN.

Là một trong hai mươi quốc gia nhỏ nhất thế giới nên nếu các DN chỉ hoạt động trong nước thì khó có điều kiện phát triển vì thị trường nhỏ hẹp, nguồn tài nguyên khoáng sản khan hiếm... Do đó, 60% doanh nhân của Singapore có khuynh hướng đầu tư ra nước ngoài hoặc hướng tới hoạt động xuất khẩu. Nhằm tăng cường khả năng cạnh tranh cho họ khi đầu tư ra nước ngoài hoặc tham gia vào thị trường xuất khẩu, Nhà nước đã hỗ trợ kinh phí hình thành quỹ đào tạo nhằm nâng cao năng lực cho các giám đốc, nhà quản lý để họ có kiến thức sâu rộng khi tham gia kinh doanh tại các thị trường trọng điểm như: Trung Quốc, Ấn Độ, Việt Nam, Nga... Trường Đại học Công nghệ Nanyang là một trong những cơ sở được Nhà nước đặt hàng và đã thực hiện tốt chương trình đào tạo này. Nhiều doanh nhân đã được hưởng lợi từ các chương trình đào tạo của Chính phủ, họ chỉ phải đóng một phần nhỏ tiền học phí còn phần lớn được Nhà nước hỗ trợ nhưng lại được tiếp thu những kiến thức kinh tế mới nhất, những kinh nghiệm quản trị kinh doanh tốt nhất từ các giáo sư, chuyên gia kinh tế, các nhà kinh doanh thành đạt.

Cung cấp thông tin cho doanh nhân, DN cũng là một kênh hỗ trợ quan trọng của Chính phủ. Tổ chức Phát triển DN (IE) trực thuộc Bộ Công Thương Singapore có trên ba mươi văn phòng ở nhiều nước trên thế giới; riêng ở Việt Nam có 2 văn phòng tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Các văn phòng này có trách nhiệm tập hợp và cung cấp các thông tin thị trường; Phối hợp tổ chức cho các đoàn DN trong nước đi các nước khảo sát, tìm kiếm đối tác; Hỗ trợ tổ chức các hội nghị, hội thảo ở nước ngoài; Tăng cường hợp tác, quan hệ với các nước để họ hiểu hơn về Singapore... Thông qua các văn phòng này các doanh nhân trong nước có được những thông tin cần thiết về môi trường kinh doanh ở các nước trước khi đi đến lựa chọn quyết định đầu tư. Đồng thời, các DN nước ngoài cũng dễ dàng nắm được các thủ tục, biết rõ các yêu cầu, những thuận lợi khó khăn khi xin phép đầu tư vào Singapore. Ngay từ giữa năm 2007, Bộ Công Thương Singapore cũng đã có cổng thông tin điện tử giải đáp các vướng mắc của DN; Các giám đốc có thể hỏi đáp trực tuyến với các chuyên gia kinh tế hàng đầu về kinh nghiệm và thông lệ kinh doanh quốc tế. Đây cũng là nơi tập hợp, lưu giữ hệ thống cơ sở dữ liệu phục vụ cho các DN nghiên cứu phát triển thị trường.

Các cơ quan quản lý Nhà nước còn xuất bản một số tờ tạp chí dành riêng cho giới doanh nhân để phổ biến những chủ trương, chính sách mới của Chính phủ có liên quan đến DN; Thông tin về những biến động của thị trường trong nước và quốc tế; Hướng dẫn các doanh nhân xây dựng chiến lược kinh doanh, xây dựng thương hiệu... Đây cũng là diễn đàn để doanh nhân trao đổi quan điểm của mình về những thuận lợi hoặc lực cản từ cơ chế quản lý của Nhà nước, chia sẻ kinh nghiệm quản trị DN, thông tin về đổi mới công nghệ, kỹ thuật sản xuất... Ngoài ra các tổ chức này còn in các tờ gấp giới thiệu chi tiết về địa chỉ các văn phòng, các dịch vụ thông tin, các chương trình đào tạo, hỗ trợ... để các doanh nhân trong và ngoài nước lựa chọn.

Vấn đề đổi mới cơ chế quản lý DN cũng được Chính phủ quan tâm nhiều. Cơ quan quản lý các cấp hàng năm đều thực hiện rà soát các văn bản pháp quy xem còn phù hợp với tình hình thực tế không; Kiến nghị kịp thời cấp có thẩm quyền thay thế, sửa đổi các văn bản lạc hậu, không có tác dụng khuyến khích các DN phát triển sản xuất, kinh doanh. Cuối mỗi năm Chính phủ đều mời các DN đến gặp gỡ và lắng nghe ý kiến đóng góp của họ; đồng thời tổ chức cho các DN chấm điểm cho các cơ quan thuộc Chính phủ để đánh giá chất lượng phục vụ DN của các cơ quan này. Những cơ quan hỗ trợ có điểm đánh giá thấp đều phải rà soát lại cung cách làm việc, cải tiến lề lối tránh gây phiền hà. Các cơ quan có điểm đánh giá cao được Chính phủ biểu dương, khen thưởng kịp thời.

6.3. Kinh nghiệm Cộng hòa Liên bang Đức

Với việc ban hành các quy định pháp lý thay đổi quyền tài sản và cho phép DN tư nhân được hoạt động ở Đông Đức vào đầu thập niên 1990, giới doanh nhân bắt đầu phát triển mạnh. Từ năm 1988 đến năm 1991, số doanh nhân ở Đông Đức đã tăng gấp đôi. Năm 2005, tổng số doanh nhân đã lên đến 689,000 người. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng nhanh diễn ra trong những năm đầu mới thống nhất đất nước đã giảm đi đáng kể. Điều này là do sau khi lực lượng doanh nhân phát triển mạnh do cơ hội mới xuất hiện và nhiều cơ sở kinh doanh mới được thành lập, các phân khúc thị trường được lấp đầy và tính cạnh tranh tăng lên. Từ đó, phát triển doanh nhân dần tập trung vào chất lượng thay vì số lượng. Đến nay, nền tảng doanh nhân ở Đức đã phát triển rất mạnh và đa dạng. Kết quả này có được là do những yếu tố sau:

Khuôn khổ chính sách với doanh nhân

Xúc tiến DNNVV từ lâu vẫn được chú trọng ở Đức, mặc dù chính sách doanh nhân còn tương đối mới – bắt đầu được đưa ra vào thập niên 1990. Một trong những điểm mạnh của hệ thống này tại Đức chính là các biện pháp hỗ trợ được sử dụng hết sức rộng rãi và đa dạng. Các DNNVV và doanh nhân mới khởi nghiệp ở Đức có thể

dễ dàng tìm thấy một chương trình để giải quyết những vấn đề mà họ gặp phải trong những giai đoạn khác nhau của quá trình phát triển DN, nhờ hệ thống chính sách thuận lợi. Một ưu điểm nữa của hệ thống hỗ trợ dày đặc là quan hệ nhà nước và tư nhân ở cấp vùng và tiểu vùng.

Hỗ trợ doanh nhân ở các cấp liên bang, bang và địa phương

Môi trường chính sách cho phát triển doanh nhân ở Đức có đặc trưng phân cấp hỗ trợ các DNNVV và những công ty mới, dựa trên nguyên tắc bao cấp, từ đó quyết định phân công nhiệm vụ giữa chính quyền liên bang đến bang như quy định trong hiến pháp của Đức.

- Những lĩnh vực hỗ trợ và thực thi chính sách ở cấp liên bang

Chính quyền liên bang bắt đầu thực thi sáng kiến DNNVV vào năm 2006 nhằm xây dựng năng lực cạnh tranh cho các DN nhỏ. Tám lĩnh vực chính sách bao gồm xây dựng đầy đủ điều kiện khung cho DNNVV và doanh nhân, giảm những rào cản quan liêu, lập sáng kiến doanh nhân, hiện đại hóa đào tạo hướng nghiệp, cải thiện điều kiện tài chính và cả nguồn vốn mạo hiểm, xúc tiến quốc tế hóa. Việc này được hỗ trợ ở cấp vùng bằng cách xây dựng Những Nhiệm Vụ Chung của chính quyền liên bang và các chính quyền bang. Những nhiệm vụ chung này bao gồm: “Cải thiện cơ cấu kinh tế vùng” và “Cải thiện cơ cấu ruộng đất và an ninh ven biển” phục vụ phát triển nông thôn tích hợp. Những Nhiệm vụ chung đó chính là công cụ để chính quyền liên bang Đức và các chính quyền bang phối hợp chiến lược và kết hợp những chính sách vùng của họ, đồng thời quyết định xây dựng quỹ hỗ trợ chung. Chính quyền liên bang và bang cũng quyết định những vùng sẽ được hỗ trợ trong chính sách đó cũng như những lĩnh vực hỗ trợ.

Để chọn lựa các dự án hỗ trợ, các Bộ liên bang ngày càng phải cạnh tranh, chú trọng quan hệ tham tác nhà nước – tư nhân giữa các cấp chính sách và mạng lưới, và huy động các ban hội thẩm lựa chọn những khái niệm đổi mới để hỗ trợ tài chính. Ví dụ như sáng kiến “Vùng doanh nhân”, bao gồm các chương trình như InnoRegio, Những điểm then chốt trong tăng trưởng vùng đổi mới, Trung tâm Năng lực đổi mới, Diễn đàn đổi mới và InnoProfile. Sáng kiến này đặc biệt chú trọng nuôi dưỡng những DNNVV có tính đổi mới ở các vùng của Đức, do đó góp phần phát triển doanh nhân trong vùng. Hiện nay các dự án trong những chương trình khác nhau này đã được thực hiện rất tốt.

Những chính sách nêu trên cùng các chính sách khác đều được phân cấp và áp dụng cách tiếp cận vùng, mặc dù sáng kiến được đặt ra ở cấp liên bang. Những vùng kém phát triển không được hỗ trợ bằng cách xây dựng hạ tầng và trợ cấp cho các hoạt

động kinh doanh. Thay vào đó, chương trình ở những khu vực này đặc biệt nhấn mạnh thành lập các trung tâm giới và độc lập tại địa phương. Một số điển hình như Parchim, Uckermark, Mittweida đã tận dụng các chương trình đó thành công để hỗ trợ phát triển doanh nhân trong vùng, và đây cũng là những điển hình về việc làm thế nào để gắn các tác nhân ngoài nhà nước vào việc hỗ trợ doanh nhân.

- Hỗ trợ doanh nhân ở cấp bang

Ở cấp bang, những mô hình khác được áp dụng nhằm quốc tế hóa các chính sách doanh nhân và DNNVV. Những mô hình này bao gồm từ cách tiếp cận không phối hợp với một số bộ ngành có liên quan và việc phối hợp ở đó có vấn đề, cho đến thành lập những ngân hàng nhà nước hay tổ chức đầu tư đặc biệt chịu trách nhiệm quản lý (đôi khi cả thực hiện) tất cả các chương trình của nhà nước. Ý tưởng ở đây là nhằm tạo nên một cơ quan “một cửa” để đơn giản hóa thủ tục và minh bạch chính sách cho các DN nhỏ. Hầu hết các bang ở Đông Đức đều có lợi thế là họ có thể (và phải) xây dựng những cơ cấu xúc tiến từ vạch xuất phát sau năm 1989, điều đó cho phép họ có thể chuyển sang cách tiếp cận cũng như mô hình thực hiện hỗ trợ kết hợp và toàn diện. Do đó đã tạo nên những sáng kiến hỗ trợ doanh nhân có sự tham gia của hàng loạt tác nhân từ nhà nước đến tư nhân, sắp lại các chính sách doanh nhân và biện pháp hỗ trợ, cũng như bắc cầu giữa các cấp chính quyền khác nhau. Dù cách tiếp cận này được đưa ra từ trên xuống nhưng đã thành công trong việc đưa chính quyền bang và địa phương lại với nhau và vượt ra ngoài phạm vi hành chính.

- Hỗ trợ doanh nhân ở cấp địa phương

Chính quyền địa phương, như thành phố và quận, về cơ bản rất quan tâm đến việc hỗ trợ phát triển kinh tế địa phương qua đầu tư vào khu vực của họ. Các biện pháp hỗ trợ này có thể gồm trợ giúp những công ty mới và công ty nhỏ, nhưng không hạn chế ở đó. Tác nhân chính của hỗ trợ ở cấp địa phương chính là các hiệp hội và phòng kinh doanh, các sở ban ngành phát triển kinh tế của chính quyền và các cơ quan phát triển kinh doanh thường do chính quyền địa phương làm chủ. Họ đưa ra nhiều dịch vụ khác nhau như các dịch vụ thông tin và tư vấn liên quan đến công ty, tư vấn về các chương trình hỗ trợ của nhà nước hay thành lập cơ sở kinh doanh mới, và dần hoạt động như một cấp trung gian giữa chính quyền và nhà đầu tư.

Những nhóm mục tiêu và lĩnh vực hỗ trợ doanh nhân mới

Các hoạt động tập trung hỗ trợ doanh nhân khởi nghiệp phát triển nhiều nhất vào thập niên 1990 nhằm thúc đẩy các DN mới và tạo ra những cơ hội việc làm mới.

Nhưng một số sáng kiến ở cấp địa phương chỉ đơn thuần gói gọn những công cụ và chương trình sẵn có mà không phát triển chiến lược mới một cách đồng bộ và triệt để. Hầu hết các chính sách của Đức đều tập trung mở rộng và bình ổn nền tảng tài chính cho những cơ sở kinh doanh mới trong khi nhiệm vụ tư vấn giữ vai trò không mấy quan trọng, dù gần đây đã có xu hướng đưa ra những gói kết hợp gồm cả hỗ trợ tài chính và tư vấn hay cố vấn. Trong thập niên 1990, nhiều công cụ hỗ trợ phát triển doanh nhân mới cũng đã xuất hiện nhằm vươn ra những nhóm mục tiêu khác để tăng quy mô và trình độ của đội ngũ doanh nhân nói chung. Nổi bật là những xu hướng: hỗ trợ doanh nhân mới tốt nghiệp và đào tạo doanh nhân tại các trường đại học hoặc tương đương, hỗ trợ các nhóm mục tiêu như người thất nghiệp và thanh niên, tài chính vi mô và phát triển doanh nhân cho đối tượng là phụ nữ.

II. Doanh nhân ở Việt Nam

1. Một số khái niệm về doanh nhân Việt Nam

Trải qua chuỗi biến thiên của lịch sử, từ tầng lớp “con buôn”, doanh nhân Việt Nam đã trở thành lớp người được trọng thị và cũng được nhắc đến nhiều trong đời sống xã hội. Có nhiều giải thưởng được đề ra để tôn vinh các doanh nhân và những đóng góp của họ cho cộng đồng.

Cho đến nay, vẫn chưa có một khái niệm rõ ràng về doanh nhân. Hiện có nhiều quan niệm và cách hiểu khác nhau về doanh nhân, không chỉ trong giới học thuật mà còn ngay cả trong đội ngũ doanh nhân.

Trước hết, nói đến doanh nhân, đa phần người ta nghĩ ngay tới nhóm đối tượng tiêu biểu nhất đó là những người sáng lập và lãnh đạo các DN, nhất là các tập đoàn, công ty lớn. Tuy nhiên, nhiều ý kiến cho rằng, cách hiểu trên là đúng nhưng chưa đủ. Thừa nhận rằng, lực lượng cốt lõi và tiêu biểu trong đội ngũ doanh nhân chính là bộ phận những người sáng lập ra và làm chủ các DN, có quyền sở hữu các tư liệu sản xuất của DN. Song, bên cạnh lực lượng nòng cốt đó, đội ngũ doanh nhân còn bao gồm cả những người làm kinh doanh cá thể, hộ gia đình, những người được thuê vào vị trí điều hành, quản lý DN, trực tiếp tham gia và quyết định hoạt động kinh doanh của DN. Nói như Schumpeter, doanh nhân không nhất thiết phải là người chủ DN hoặc người quản lý, doanh nhân có thể là người thợ thủ công hoặc nông dân, v.v... Quan điểm này cho ta một cái nhìn rộng hơn về khái niệm doanh nhân.

Ông Vũ Tiến Lộc, Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) định nghĩa: *"Doanh nhân là nhà đầu tư, là nhà quản lý, là người chèo lái con*

thuyền DN mà điểm khác biệt của doanh nhân với những người khác là ở chỗ họ là người dám chấp nhận mạo hiểm, rủi ro khi dấn thân vào con đường kinh doanh".

Còn theo nhà nghiên cứu Vũ Quốc Tuấn: *"Nói một cách chặt chẽ, doanh nhân là những người chủ DN trực tiếp kinh doanh DN của mình, những người được cử hoặc được thuê để quản lý DN, thực hiện nhiệm vụ kinh doanh; trách nhiệm và lợi ích của họ gắn liền với kết quả kinh doanh của phải có đủ điều kiện để sáng tạo, không ngừng phát triển DN".*⁷

Trong khi đó, sách Bài giảng Văn hóa Kinh doanh của Đại học Kinh tế quốc dân viết: *"Doanh nhân là người làm kinh doanh, là chủ thể lãnh đạo, chịu trách nhiệm trước xã hội và pháp luật. Doanh nhân có thể là chủ một DN, là người sở hữu và điều hành, Chủ tịch công ty, Giám đốc công ty hoặc cả hai".*⁸

Cách định nghĩa như trên cho chúng ta thấy một quan điểm toàn diện hơn về doanh nhân. Tuy nhiên, cũng có ý kiến cho rằng, những định nghĩa này vẫn bỏ qua một nhóm đối tượng gồm hàng triệu người hiện đang theo đuổi nghề nghiệp kinh doanh ở nước ta là những người kinh doanh cá thể (doanh nhân cá nhân) và những hộ kinh doanh không lập DN; mà chính sự đóng góp của họ với tư cách là các chủ thể kinh doanh đông đảo nhất đã tạo nên nét đặc sắc của văn hóa doanh nhân và văn hóa kinh doanh Việt Nam. Bởi thế, VCCI, trong quá trình xây dựng đề án “Phát huy vai trò của doanh nhân trong thời kỳ CNH, HĐH và hội nhập kinh tế quốc tế”, đã đề xuất khái niệm doanh nhân như sau: *“doanh nhân là những người chủ sở hữu hoặc đại diện chủ sở hữu trực tiếp quản lý, điều hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của DN 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 thì đội ngũ doanh nhân bao gồm cả những người trực tiếp điều hành sản xuất kinh doanh của các DN và các loại hình khác như hợp tác xã, hộ kinh doanh cá thể.

Một cách nôm na, có thể hiểu “doanh” ở đây là kinh doanh, “nhân” ở đây là người, do vậy *doanh nhân là người làm kinh doanh*. Tuy vậy, theo chúng tôi, khái niệm “doanh nhân” ở đây không nên chỉ hiểu là những người làm nghề kinh doanh. Doanh nhân chỉ thực sự hình thành và phát triển cùng với sự phát triển của nền sản

⁷ Vũ Quốc Tuấn, Doanh nhân - một góc nhìn, Báo Doanh nhân Sài Gòn cuối tuần, ngày 13/10/2007

⁸ Đỗ Minh Cương, Bàn về khái niệm doanh nhân Việt Nam, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh 25 (2009) 253-261

xuất đạt đến trình độ xã hội hóa cao, là những người đại diện cho một lực lượng sản xuất mới. Chính vì vậy, họ phải là những người có đủ khả năng và bản lĩnh thực hiện thành công sự nghiệp CNH-HĐH, 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 đơn thuần là hàm nghĩa con người bình thường, mà là con người có đức độ, sống không chỉ vì bản thân, vì gia đình mà còn vì cộng đồng, vì 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 DN, biết xử lý hài hòa mọi mối quan hệ xảy ra trong và ngoài DN, 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. Khái niệm DN ở đây được hiểu là những tổ chức sản xuất kinh doanh có đăng ký đầy đủ và hoạt động theo Luật DN.

Từ những phân tích đó và căn cứ vào thực tiễn nước ta hiện nay, nhóm tác giả quyết định lựa chọn khái niệm doanh nhân như sau: *“doanh nhân là những trực tiếp lãnh đạo, quản lý, điều hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của DN nhằm mục tiêu lợi nhuận; 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”*.⁹

Theo đó, doanh nhân bao hàm các yếu tố cơ bản sau:

- Doanh nhân là người trực tiếp lãnh đạo, quản lý, điều hành DN, 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 DN.
- Doanh nhân là người dám chấp nhận rủi ro, mạo hiểm, sáng tạo trong tổ chức các hoạt động sản xuất kinh doanh của DN, nhằm tạo ra lợi nhuận.
- DN do doanh nhân lãnh đạo không phân biệt quy mô, chế độ sở hữu, bao gồm cả DNNN và các loại hình DN khác.
- DN do doanh nhân lãnh đạo có trách nhiệm xã hội.

Tóm lại, doanh nhân Việt Nam hiện nay là một cộng đồng rất đa dạng, hình thành chủ yếu trong thời kỳ đổi mới từ nhiều giai cấp, tầng lớp khác nhau trong xã hội nhưng họ có một đặc điểm chung là làm công việc kinh doanh với mục tiêu đạt được sự giàu có và thành đạt. Họ không chỉ là các ông chủ tư nhân mà còn bao gồm

⁹ Hoàng Văn Hoa, Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2010

cả bộ phận cán bộ, lãnh đạo, quản lý và nghiệp vụ kinh doanh của các DNNN; không chỉ là một bộ phận của trí thức mà còn có trong giai cấp nông dân, công nhân, sinh viên, đội ngũ cán bộ, công chức, lực lượng vũ trang, người kinh doanh cá thể, tiểu thương, tiểu chủ, chủ DN vừa và lớn...; không chỉ là những người có hàng trăm, hàng nghìn tỷ đồng mà có cả những người mới lập nghiệp nghèo nhưng có chí làm giàu. Bên cạnh đó, một bộ phận doanh nhân nước ta hiện còn có thêm vai trò của chính khách vì họ có chức vị trong các tổ chức chính trị và xã hội như Hội đồng nhân dân các cấp, Quốc hội, Mặt trận Tổ quốc... Từ đó hình thành nên đội ngũ doanh nhân liên, đa nhân cách: trí thức - doanh nhân hay doanh nhân - trí thức, nông dân - doanh nhân, công chức - doanh nhân hay doanh nhân - cán bộ, công chức, doanh nhân - chính khách,...¹⁰

Có thể nói, cách hiểu thế nào là doanh nhân thì dường như vẫn chưa phải đã rành rẽ. Tuy nhiên, dù được định nghĩa thế nào, doanh nhân vẫn luôn là lớp người mang trách nhiệm tạo nên những giá trị cả về vật chất lẫn xã hội. Trách nhiệm ấy ngày càng cao hơn, nhất là khi nền kinh tế Việt Nam đã và đang hội nhập ngày càng sâu rộng hơn.

2. Các loại doanh nhân

Theo các chuyên gia kinh tế, có 4 nhóm doanh nhân đã, đang hình thành và làm nên diện mạo của doanh nhân Việt Nam.

Thứ nhất là những người điều hành, quản lý hoặc sở hữu các DN NVV, một đối tượng 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. Gần đây, do tình trạng lạm phát mà đối tượng này đang rơi vào một số khó khăn. Số lượng những doanh nhân này bớt đi do phá sản, song lại tăng lên theo sự vận động, phát triển của nền kinh tế.

Thứ hai là đội ngũ khá đông đảo những người đang điều hành các DNNN. Đây cũng được xem là những doanh nhân vì họ phải chịu trách nhiệm xã hội về đồng vốn mà mình sử dụng, về khối tư liệu sản xuất mà trên thực tế, nó vẫn đang chiếm một tỷ trọng rất lớn trong đời sống kinh tế Việt Nam.

Thứ ba là các nhà kinh doanh chuyên nghiệp hoặc bắt đầu có chất lượng chuyên nghiệp theo tiêu chuẩn quốc tế, làm việc cho các DN có vốn đầu tư nước ngoài, thậm

¹⁰ Đỗ Minh Cường, Bàn về khái niệm doanh nhân Việt Nam, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh 25 (2009) 253-261

chỉ có những người đã vươn tới vị trí điều hành tại các DN 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 là những người kinh doanh tài chính dưới hình thức là các nhà môi giới, các nhà tư vấn tài chính, những người buôn bán các sản phẩm của nền kinh tế trong lĩnh vực tài chính và ngân hàng. Đối tượng này một vài năm trở lại đây phát triển rất nhanh và rất đông. Họ đang trở thành một lực lượng chiếm giữ địa vị rất quan trọng trong việc làm tốt lên hoặc làm xấu đi nền kinh tế Việt Nam.¹¹

Thứ tư, chiếm tỷ lệ lớn nhất là đội ngũ các doanh nhân những người làm chủ trong các trang trại, hợp tác xã, cơ sở kinh tế cá thể phi nông nghiệp và các hộ gia đình nông dân hoạt động kinh tế mà có đăng ký thành lập và hoạt động theo Luật DN. Đội ngũ này tuy phần đông không phải là những doanh nhân chuyên nghiệp, đã qua đào tạo bài bản nhưng họ cũng góp phần rất lớn vào hoạt động phát triển kinh tế nước ta, góp phần làm phong phú thêm cho đội ngũ doanh nhân Việt Nam.

3. Số lượng và chất lượng đội ngũ doanh nhân

Xuất phát từ khái niệm trên, số lượng và chất lượng của đội ngũ doanh nhân được phản ánh thông qua hoạt động của DN.

3.1. Số lượng

Cho đến nay, chưa có cuộc điều tra tổng thể hay một nghiên cứu toàn diện chính thức nào về số lượng và chất lượng doanh nhân ở nước ta để có thể cung cấp cho xã hội một bức tranh đầy đủ rõ nét về tầng lớp doanh nhân mới của Việt nam, lớp người đang được cho là: “đóng vai trò xung kích trong sự nghiệp xây dựng phát triển nền kinh tế nước nhà”. Một phần là do khái niệm về doanh nhân vẫn chưa thực sự thống nhất và rõ ràng. Tuy nhiên, chúng ta có thể ước lượng số doanh nhân ở Việt Nam dựa trên số liệu về DN và các loại hình tổ chức sản xuất kinh doanh khác.

Những người chủ DN và giám đốc DN là đơn vị kinh tế được thành lập theo Luật DN là lực lượng chủ yếu trong tầng lớp doanh nhân vì đó là những người kinh doanh có vai trò quyết định trong việc tạo ra sản phẩm, dịch vụ đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế cũng như trong việc sử dụng lao động. Có thể nói, sự hình thành và phát triển của đội ngũ doanh nhân mới ở nước ta từ sau năm 1986 gắn liền với quá trình đổi mới DNNN, 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

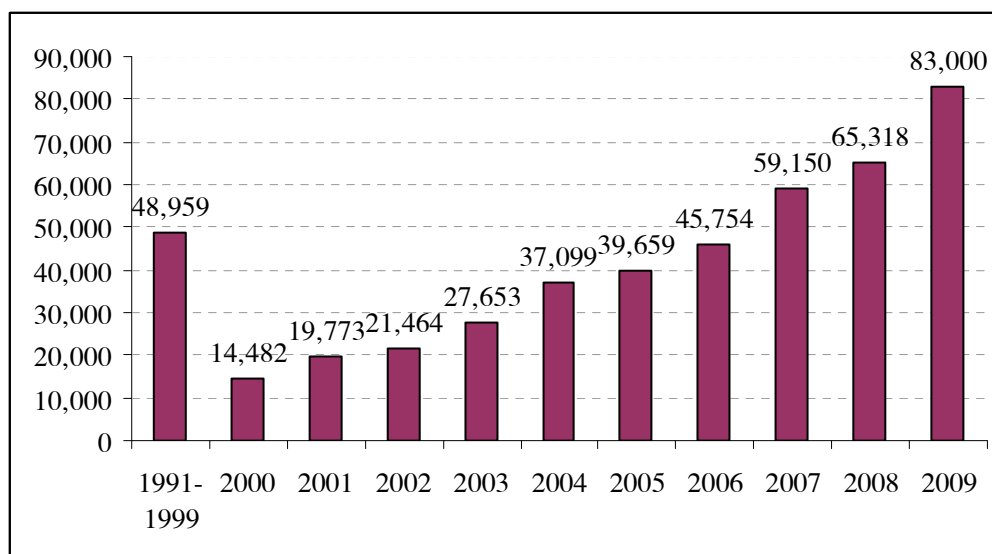
¹¹ Nguyễn Trần Bạt, Vai trò của Doanh nhân: Cần phải nhìn thẳng, <http://dddn.com.vn>, 11/10/2008

được hình thành, có bước phát triển nhanh về số lượng và chuyển biến về chất lượng, đặc biệt là từ khi Luật DN ra đời năm 1999.

Theo Báo cáo thường niên DN Việt Nam 2010 của VCCI, tính đến hết năm 2010, tổng số DN đăng ký thành lập đã đạt 544.394 DN. Con số này tăng lên nhanh chóng trong vài năm trở lại đây theo sau sự tăng nhanh của số lượng DN đăng ký thành lập theo Luật DN trên cả nước.

Trong đó, nổi bật nhất là sự tăng trưởng ấn tượng của đội ngũ doanh nhân trong khu vực DN tư nhân (DNTN) sau 10 năm thực hiện Luật DN. Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư, với hơn 83 ngàn DN đăng ký mới trong năm 2009, số DN đã đăng ký tính đến tháng 12/2009 ước đạt 460 ngàn DN đăng ký hoạt động theo Luật DN 2005. Từ số lượng khoảng 31.000 DN vào năm 2000, con số này nay đã tăng 15 lần chỉ vùn vẹn trong 9 năm. Theo đánh giá chung của các chuyên gia, tốc độ tăng trưởng này thể hiện sức sống mãnh liệt của tinh thần kinh doanh của người dân Việt Nam cũng như tác động lớn của những cải cách về môi trường kinh doanh đã được thực hiện, đặc biệt qua Luật DN (1999 và 2005).¹² (Hình 3)

Hình 3: Số lượng DNTN đăng ký hàng năm



Nguồn: Trung tâm thông tin DN, Cục phát triển DN, Bộ Kế hoạch và Đầu tư

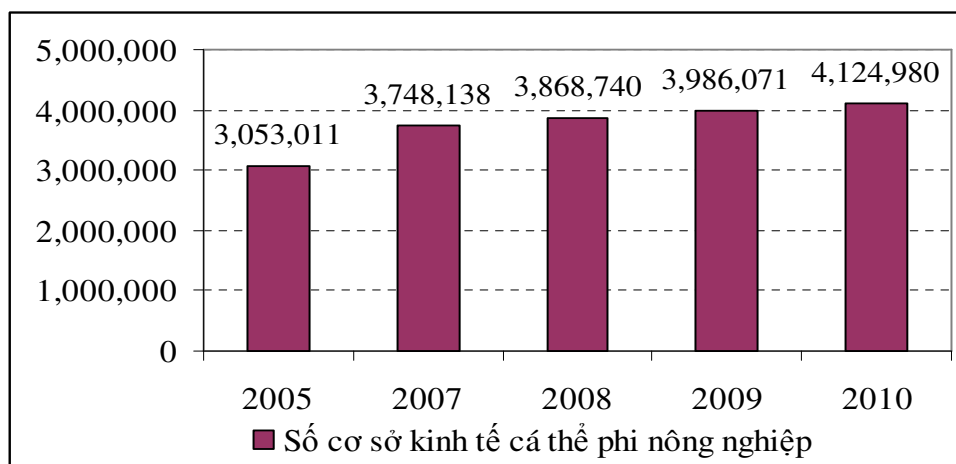
Theo một nghiên cứu rà soát DN gần đây của Bộ Kế hoạch và Đầu tư và Tổng cục Thuế, số lượng DN hiện đang hoạt động ở nước ta hiện nay chiếm khoảng 60% số DN có đăng ký. Tính đến cuối năm 2010, cả nước có 544.394 DN đăng ký kinh

¹² Quang Hà, DNTN 10 năm phát triển: Chất không theo kịp lượng, <http://dddn.com.vn>, 01/02/2010

doanh. Như vậy, trung bình có khoảng 60% tức là khoảng 330 nghìn DN đang thực tế hoạt động. Nếu tính một DN trung bình có khoảng 3-4 doanh nhân thì số lượng doanh nhân hiện nay trong khu vực DN khoảng chừng 1,2 triệu người.

Bên cạnh đó, ở nước ta, tầng lớp doanh nhân còn bao gồm những người kinh doanh dưới hình thức cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể phi nông nghiệp có đăng ký hoạt động theo Luật DN. Theo Niên giám Thống kê 2010 của Tổng cục Thống kê, số cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể (phần lớn là cơ sở kinh tế hộ gia đình) phi nông nghiệp năm 2010 là hơn 4,1 triệu đơn vị, với 7,4 triệu lao động. Trong đó có trên 1 triệu hộ kinh doanh cá thể có đăng ký kinh doanh và có nộp thuế. Với số liệu này, nếu tính số lượng doanh nhân bằng với số lượng hộ kinh doanh cá thể có đăng ký hoạt động theo Luật DN thì ước chừng có khoảng hơn 1 triệu doanh nhân từ các hộ kinh doanh cá thể nữa. (Hình 4)

Hình 4: Số cơ sở kinh tế cá thể phi nông nghiệp từ năm 2005 đến nay



Nguồn: Tác giả tổng hợp từ Niên giám Thống kê 2010 (Tổng cục Thống kê)

Từ những thống kê sơ bộ trên đây, có thể thấy, tầng lớp doanh nhân nước ta rất đông đảo. Đến nay nước ta đã có xấp xỉ 2,3-2,5 triệu doanh nhân (bao gồm bộ phận doanh nhân trong khu vực DN và các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể phi nông nghiệp có đăng ký hoạt động theo Luật DN). Đông nhất là bộ phận đang làm việc trong các DN ngoài Nhà nước, còn gọi là khu vực kinh tế dân doanh hay tư nhân. Tầng lớp này đang tiếp tục phát triển về số lượng và cần nâng cao chất lượng cả về trình độ, năng lực kinh doanh và trách nhiệm xã hội, xứng đáng là một thành phần liên kết với công nhân, nông dân và trí thức để tăng cường khối đại đoàn kết dân tộc, đẩy mạnh sự nghiệp đổi mới và phát triển đất nước.

3.2. Chất lượng

3.2.1. Về trình độ học vấn và chuyên môn

Nhìn chung, trình độ học vấn của doanh nhân Việt Nam còn thấp. Trong những năm gần đây, đã có một số cuộc điều tra về trình độ học vấn và trình độ chuyên môn của doanh nhân Việt. Tuy nhiên, do quy mô và đối tượng điều tra khác nhau, cộng với việc khái niệm về doanh nhân chưa thống nhất nên các số liệu thống kê đưa ra chưa đồng đều.

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 là 40,2%, cao đẳng và trung học chuyên nghiệp là 16,98%, dạy nghề dài hạn là 3,96%, và mới tốt nghiệp phổ thông trung học (PTTH) và chưa có bằng PTTH là 36,61%.

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 KX.04.17/06-10 đối với 1841 doanh nhân cho thấy, trong số các doanh nhân đang giữ chức vụ chủ tịch/phó chủ tịch hội đồng quản trị DN, tỷ lệ đã tốt nghiệp đại học khá cao, chiếm 70,04%, tỷ lệ tương tự với doanh nhân là giám đốc/phó giám đốc DN là 63,64%. Tỷ lệ doanh nhân là giám đốc/phó giám đốc DN đã tốt nghiệp PTTH là 28,94% và chưa tốt nghiệp PTTH chỉ là 1,04%. Tính chung, theo kết quả khảo sát của đề tài, tỷ lệ doanh nhân đã tốt nghiệp đại học và sau đại học là 70,13%, đã tốt nghiệp PTTH là 28,52%, và chưa tốt nghiệp PTTH là 1,36%.¹³ Đồng thời, báo cáo cũng chỉ ra rằng, trình độ học vấn của doanh nhân trong các loại hình DNTN và công ty trách nhiệm hữu hạn là thấp nhất trong các loại hình DN.

Về trình độ và lĩnh vực chuyên môn được đào tạo, do mới được hình thành trong một thời gian rất ngắn và trong điều kiện một nền kinh tế đang chuyển đổi từ cơ chế kế hoạch hóa tập trung quan liêu bao cấp sang nền kinh tế thị trường, nên đội ngũ doanh nhân ở nước ta nhìn chung chưa được đào tạo một cách bài bản về quản trị DN. Đa số doanh nhân thành lập DN xuất phát từ yêu cầu bức thiết, trực tiếp của cuộc sống và khát vọng làm giàu cho gia đình, bản thân và xã hội. Trong quá trình hình thành và phát triển DN, hầu hết các doanh nhân vừa làm vừa học và trưởng

¹³ Hoàng Văn Hoa, Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2010

thành từ hoạt động sản xuất kinh doanh của chính mình. Đây là một đặc điểm nổi bật của đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay.

Theo số liệu khảo sát của Đề tài KX.04.17/06-10, số doanh nhân được đào tạo về quản lý kinh tế chiếm 54,26%, trong đó phân theo trình độ thì: sơ cấp và trung cấp là 10,16%, cao đẳng và đại học là 38,89%, và trên đại học là 5,21%. Như vậy, một bộ phận khá lớn doanh nhân (hơn 45% tổng số doanh nhân được điều tra) được đào tạo từ các ngành kỹ thuật, xã hội nhân văn, v.v.... và hầu như chưa được đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh.

Trong số các doanh nhân đang giữ các chức vụ chủ chốt trong DN như chủ tịch/phó chủ tịch hội đồng quản trị, giám đốc/phó giám đốc DN, tỷ lệ những người có bằng đại học về quản lý kinh tế cũng không cao, tương ứng là 39,21% đối với chủ tịch/phó chủ tịch hội đồng quản trị và 36,89% đối với giám đốc/phó giám đốc.

Về bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ, theo số liệu khảo sát của Đề tài KX.04.17/06-10, chỉ 58,12% số doanh nhân đã qua các lớp bồi dưỡng về quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh, trong đó, chủ yếu là các lớp bồi dưỡng dưới 3 tháng, chiếm tỷ lệ 24,01%, từ 3-6 tháng chiếm 14,45% và trên 6 tháng chiếm 19,66%. Như vậy, vẫn còn đến 41,88% số doanh nhân được khảo sát chưa tham gia bồi dưỡng bất kỳ một lớp quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh nào. Đáng chú ý là có tới 61,81% số doanh nhân được khảo sát chưa qua lớp đào tạo bồi dưỡng giám đốc DN. Trong số 38,19% doanh nhân đã qua lớp này thì 18,96% là tham dự các lớp dưới 3 tháng, số doanh nhân được đào tạo bồi dưỡng trên 6 tháng chỉ chiếm 7,88%.¹⁴

Nói tóm lại, cho đến nay, nhìn chung trình độ học vấn của đội ngũ doanh nhân nước ta còn thấp so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Một bộ phận lớn doanh nhân chưa được đào tạo bài bản về chuyên môn nghiệp vụ, bao gồm kiến thức quản lý kinh tế nói chung và quản trị DN nói riêng. Nguyên nhân chủ yếu là do đội ngũ doanh nhân nước ta mới được hình thành và phát triển trong một thời gian ngắn. Thêm vào đó, số lượng và chất lượng các cơ sở đào tạo bồi dưỡng doanh nhân trong nước cũng chưa đáp ứng được yêu cầu.

3.2.2. Về trình độ ngoại ngữ

Trình độ ngoại ngữ của doanh nhân nước ta hiện nay còn thấp, ngay cả khi so sánh với các nước trong khu vực. Theo kết quả điều tra 1.035 doanh nhân của VCCI

¹⁴ Hoàng Văn Hoa, Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2010

năm 2009, tỷ lệ doanh nhân không biết ngoại ngữ nào chiếm 32,08%, trong đó, nhóm doanh nhân là chủ tịch/phó chủ tịch hội đồng quản trị không biết ngoại ngữ nào chiếm tỷ lệ cao hơn nhóm doanh nhân là giám đốc/phó giám đốc DN (35,74%). Trong số các chủ tịch/phó chủ tịch hội đồng quản trị, tỷ lệ số người có thể đàm phán hợp đồng là 24,36%, số người có thể “viết, nghe, nói thông thạo” đạt 17,56%. Đây là một hạn chế cần phải khắc phục trong tiến trình hội nhập vào sân chơi quốc tế của doanh nhân Việt Nam.

3.2.3. Quy mô kinh doanh

Quy mô kinh doanh của doanh nhân Việt nam nói chung rất hạn chế. Theo Tổng cục Thống kê, có đến hơn 97% DN Việt Nam là DNNVV¹⁵. Số DN lớn rất ít, chủ yếu là DNNN. Không chỉ vậy, so với các DN trên thế giới, các DN lớn thuộc Top 500 của Việt Nam (kể cả DNNN) cũng chỉ mới thộc loại trung bình và nhỏ. 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 khu vực kinh tế tư nhân. Quy mô kinh doanh của khu vực kinh tế tư nhân Việt Nam là rất nhỏ so với thế giới.

3.2.4. Tuổi của doanh nhân

Theo số liệu khảo sát của Đề tài KX.04.17/06-10, tỷ lệ doanh nhân dưới 30 tuổi chiếm 23,14%, từ 30-40 tuổi chiếm 33,19%, từ 40-50 tuổi chiếm 24,55%, từ 50-60 tuổi chiếm 16,2% và trên 60 tuổi chiếm 2,5%. Nhìn chung, độ tuổi của doanh nhân chủ yếu từ 30-50 tuổi (chiếm 57,74%), độ tuổi hội tụ khá đầy đủ các tố chất của doanh nhân. Tuy vậy, đa số các nghiên cứu gần đây đều cho thấy xu hướng trẻ hóa của đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Hiện tại, số doanh nhân dưới 30 tuổi tuy chiếm tỷ lệ không cao nhưng đang có xu hướng tăng nhanh trong những năm gần đây. Điều đáng lưu ý là, số lượng doanh nhân dưới 30 tuổi chủ yếu đang nắm giữ các chức vụ như trưởng/phó phòng, giám đốc/phó giám đốc bộ phận trong các công ty/tổng công ty. Lực lượng này sẽ tăng nhanh và sẽ trở thành những lãnh đạo chủ chốt tại các DN trong thời gian tới.

4. Vai trò của doanh nhân

Lịch sử phát triển của doanh nhân Việt Nam đã bắt đầu với những trang phong phú, sinh động, bước đầu xác định vị trí và vai trò của doanh nhân trong lịch sử hiện đại của dân tộc. Trong nền kinh tế thị trường, doanh nhân là người có vai trò quyết định sự phát triển sản xuất kinh doanh, nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế, góp

¹⁵ Tổng cục Thống kê, Thực trạng DN qua kết quả điều tra năm 2001-2007, NXB Thống kê, Hà Nội, 2009

phần quan trọng tạo việc làm và đóng góp cho ngân sách nhà nước, đồng thời tham gia phát triển văn hoá, xã hội. Vai trò của đội ngũ doanh nhân còn gắn liền với vai trò của đội ngũ DN ở nước ta. Cụ thể:

Một là, doanh nhân là một bộ phận quan trọng của lực lượng xã hội chủ yếu quyết định giải phóng lực lượng sản xuất, thúc đẩy nhanh quá trình CNH-HĐH và tạo ra chuỗi giá trị mới cho xã hội.

Đội ngũ doanh nhân nước ta ra đời và phát triển cùng với quá trình hình thành mô hình kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Trong mô hình đó, doanh nhân chính là hạt nhân của mô hình DN. Sự phát triển nhanh của đội ngũ doanh nhân gắn liền với sự phát triển nhanh của khu vực DN. Thực tế cho thấy, chính sự tăng trưởng và phát triển của DN là yếu tố quyết định đến tăng trưởng cao và ổn định của nền kinh tế những năm qua. DN phát triển nhanh những năm gần đây đã làm cho tỷ trọng đóng góp của khu vực này vào GDP tăng nhanh. Lợi ích cao hơn mà tăng trưởng DN đem lại là góp phần giải phóng và phát triển sức sản xuất, huy động và phát huy nội lực vào phát triển kinh tế xã hội, tạo ra khối lượng hàng hoá và dịch vụ lớn hơn, phong phú hơn, chất lượng tốt hơn, thay thế được nhiều mặt hàng phải nhập khẩu, góp phần quan trọng cải thiện và nâng cao mức tiêu dùng trong nước và tăng kim ngạch xuất khẩu, đó cũng là yếu tố giữ cho nền kinh tế ổn định và phát triển những năm qua.

Dưới sự lãnh đạo, điều hành và quản lý của đội ngũ doanh nhân, các DN Việt Nam đã tích cực tham gia vào quá trình CNH-HĐH, đóng góp vào tăng trưởng kinh tế... Hiện nay, khu vực DN đang đóng góp trên 60% GDP, 70% nguồn thu ngân sách nhà nước¹⁶, trở thành lực lượng chủ công, xung kích, đóng vai trò tiên phong trong phát triển kinh tế và hội nhập.

Không chỉ vậy, doanh nhân Việt Nam còn là một trong những trụ cột của chiến lược toàn diện về tăng trưởng và xóa đói giảm nghèo. Các DN đã tạo điều kiện cho người nghèo tham gia vào thị trường, góp phần giải quyết việc làm, nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống của người lao động và thu hút lao động dôi dư, một trong những nhiệm vụ quan trọng hiện nay. Trong những năm gần đây, số DN tăng nhanh đã giải quyết được nhiều việc làm với thu nhập ngày càng tăng cho người lao động. Theo thống kê, các DN Việt Nam, trong đó chủ yếu là các DNTN đã thu hút được trên 81,7% lực lượng lao động phi nông nghiệp, tương đương với 31% lực lượng lao động toàn xã hội. Tính đến 31/7/2007, cả nước có hơn 44,1 triệu lao động, trong đó

¹⁶ Chủ tịch VCCI Vũ Tiến Lộc: Doanh nhân Việt Nam đại diện cho sức sản xuất mới, www.dddn.com.vn, 08/10/2010

có 13,66 triệu lao động từ khu vực DN¹⁷. Tuy chiếm tỷ trọng không cao trong tổng lao động toàn xã hội, nhưng lao động của khu vực DN lại là lực lượng chủ yếu tạo ra nguồn thu cho ngân sách Nhà nước và đóng góp lớn cho tăng trưởng GDP. Thu nhập cao và tăng nhanh của lao động khối DN góp phần cải thiện và nâng cao mức sống chung của toàn xã hội và tham gia vào quá trình chuyển dịch cơ cấu lao động từ nông nghiệp sang các ngành phi nông nghiệp. Có thể nói, đội ngũ DN, doanh nhân đang góp phần to lớn trong thực hiện chiến lược tăng trưởng và xóa đói, giảm nghèo.

Hai là, doanh nhân là lực lượng tạo lập mô hình tổ chức sản xuất kinh doanh mới – mô hình DN, đại biểu cho lực lượng sản xuất mới.

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, quyết định sự tồn tại và phát triển của DN 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 DN hiện đại, đại biểu cho lực lượng sản xuất mới trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN. Các DN, doanh nhân thuộc các thành phần kinh tế vừa hợp tác, bổ sung cho nhau, vừa cạnh tranh và thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

Ba là, doanh nhân là lực lượng có vai trò quyết định trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của DN, của quốc gia và thúc đẩy hội nhập quốc tế.

Có thể nói, doanh nhân là người quyết định thành bại của DN trong cạnh tranh. Thị trường luôn biến động khôn lường, luôn tồn tại cơ hội và thách thức. Bởi vậy, hơn ai hết, doanh nhân phải là người hiểu được đối thủ cạnh tranh của mình, phải giành được ưu thế trên thị trường.

Trong tiến trình hội nhập của bất kỳ nền kinh tế nào, doanh nhân luôn là những chiến sỹ đi đầu, là cầu nối giữa nền kinh tế trong nước và tế thế giới. Chính doanh nhân là người tạo dựng nên thương hiệu và uy tín của một đất nước trong bối cảnh toàn cầu hóa. 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.¹⁸

Thêm vào đó, sự phát triển nhanh chóng của đội ngũ doanh nhân, DN, đặc biệt là DN ngành công nghiệp, là nhân tố đảm bảo cho việc thực hiện các mục tiêu CNH-

¹⁷ Hoàng Văn Hoa, Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2010

¹⁸ Hoàng Văn Hoa, Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2010

HDH đất nước, nâng cao hiệu quả kinh tế, giữ vững ổn định và tạo thế mạnh hơn về năng lực cạnh tranh của nền kinh tế trong quá trình hội nhập.

Bốn là, doanh nhân góp phần tạo lập cơ cấu giai cấp xã hội mới, giữ vững ổn định chính trị - xã hội.

Với lực lượng doanh nhân đông đảo và đang tiếp tục tăng nhanh nói trên, trong cơ cấu giai tầng Việt Nam, đã và đang hình thành một tầng lớp xã hội mới – tầng lớp doanh nhân. Cùng với giai cấp công nhân, nông dân và đội ngũ trí thức, đội ngũ doanh nhân của Việt Nam đã và đang tích cực tham gia vào công cuộc đổi mới đất nước.

Đội ngũ doanh nhân, với trách nhiệm lớn lao đối với vận mệnh 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 kinh tế - chính trị - xã hội. Hơn thế, với tư cách là một tầng lớp xã hội, doanh nhân ngày càng có vai trò và 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.

Năm là, doanh nhân có vai trò quan trọng trong 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.

Thông qua các cơ quan quản lý của Nhà nước và các tổ chức đại diện của mình, doanh nhân Việt Nam 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, đại biểu Hội đồng nhân dân các cấp, Ủy viên Ban chấp hành Mặt trận tổ quốc Việt Nam, thành viên của các tổ chức chính trị - xã hội, v.v... Đồng thời, doanh nhân Việt cũng tích cực tham gia vào việc xây dựng chính sách phát triển kinh tế - xã hội của ngành, địa phương.

Bên cạnh đó, sự phát triển của các DNTN ở nước ta trong thời gian 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 chủ thể, các thành phần kinh tế. Trên cơ sở đó, mô hình kinh tế thị trường từng bước được xác lập. Vì vậy, có thể nói, lực lượng chủ lực tạo nên môi trường kinh doanh và mô hình kinh tế thị trường chính là đội ngũ doanh nhân.

Sáu là, đội ngũ doanh nhân và DN đã góp phần giải quyết tốt hơn các vấn đề xã hội.

Những năm gần đây, sản phẩm hàng hoá và dịch vụ do khối DN tạo ra ngày càng phong phú, đa dạng về chủng loại mặt hàng, chất lượng hàng hoá, dịch vụ được nâng lên, do đó đã giải quyết cơ bản nhu cầu tiêu dùng hàng hoá, dịch vụ ngày càng cao của toàn xã hội, góp phần nâng cao mức sống vật chất của dân cư và tăng nhanh lượng hàng hoá xuất khẩu. Nhiều sản phẩm trước đây thường phải nhập khẩu cho tiêu dùng thì nay đã được các DN sản xuất thay thế và được người tiêu dùng trong nước tín nhiệm như: Ô tô, xe máy, phương tiện vận tải, các mặt hàng đồ điện, điện tử, may mặc, thực phẩm, đồ uống, hoá mỹ phẩm, đồ dùng gia đình, sản phẩm phục vụ xây dựng,...

Nhờ đó, vai trò và vị thế của doanh nhân đang ngày càng được xã hội đề cao và trân trọng, bằng chứng là trong số gần 100 doanh nhân ứng cử đại biểu Quốc hội khóa XIII, 38 người trúng cử. Điều này cho phép doanh nhân có tiếng nói hơn trong các vấn đề phát triển kinh tế xã hội liên quan đến hoạt động của mình.¹⁹

5. Các quan hệ của doanh nhân

Quan hệ của doanh nhân với công nhân, nông dân và trí thức không chỉ dựa vào sự hoà đồng về lòng yêu nước và tinh thần dân tộc mà còn có sự gắn bó về lợi ích. Thêm vào đó, trong sự phát triển tự nhiên của đời sống xã hội, có không ít công nhân, nông dân, trí thức trở thành doanh nhân và cũng có những doanh nhân đồng thời là người trực tiếp sản xuất và có trình độ trí thức.

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 đầu tư vốn tạo việc làm và người có sức lao động cần chỗ làm việc, hai bên dựa vào nhau và cùng có lợi, cùng làm giàu cho mình và cho đất nước.

Quan hệ giữa doanh nhân và nông dân: Đối với nông dân, doanh nhân và các DN là người tổ chức sản xuất, cung ứng đầu vào cho sản xuất, người mua gom, chế biến và tiêu thụ nông sản, giúp cho sản xuất nông nghiệp gắn với thị trường trong và ngoài nước. Sự liên kết nông dân với doanh nhân là yếu tố rất quan trọng để phát triển nền nông nghiệp hàng hoá, mở rộng ngành nghề ở nông thôn, chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông nghiệp, nâng cao đời sống nông dân.

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. Doanh nhân ứng dụng các kết quả nghiên cứu, đưa phát minh của nhà khoa học vào thực tiễn. Kết quả của sự hợp tác

¹⁹ Tăng cường vai trò của doanh nhân trong Quốc hội, VTC news, 23/07/2011

giữa trí thức với doanh nhân đó là vừa thúc đẩy sự phát triển khoa học và công nghệ gắn với thực tiễn vừa nâng cao trình độ công nghệ và quản lý cho doanh nhân.²⁰ Tiếc rằng do nhiều nguyên nhân, sự liên kết đó đến nay vẫn còn yếu.

6. Chính sách của Nhà nước đối với doanh nhân

Có thể nói quá trình hình thành và phát triển tầng lớp doanh nhân mới ở VN là kết quả trực tiếp từ những định hướng và đường lối đúng đắn của Đảng CSVN. Đại hội toàn quốc lần thứ VI của Đảng (1986) với việc đề ra nhiệm vụ xây dựng nền kinh tế nhiều thành phần, xóa bỏ cơ chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung quan liêu bao cấp, cho phép kinh tế tư nhân phát triển không hạn chế về quy mô đã thực sự tạo điều kiện cho doanh nhân phát triển. Với việc ban hành và sửa đổi, bổ sung một loạt các luật về đăng ký kinh doanh như: Luật DNNN, Luật Đầu tư trực tiếp của nước ngoài, Luật Hợp tác xã và đặc biệt sự ra đời của Luật DN năm 2000 và Luật DN sửa đổi bổ sung năm 2005 đã tạo khuôn khổ pháp lý bảo đảm quyền tự do kinh doanh của người dân và DN. Nhờ đó, hoạt động trong khu vực DN có nhiều thay đổi, môi trường thông thoáng hơn, sản xuất kinh doanh sôi động hơn, vai trò của DN, doanh nhân được ghi nhận và có nhiều tiến bộ, nhất là trong các ngành công nghiệp, thương mại, vận tải. Vị trí, vai trò của DN và doanh nhân theo đó cũng thay đổi. Những kì thị phân biệt đối xử với DN dân doanh cũng được khắc phục.

Trong thời kỳ đổi mới, vai trò của doanh nhân lần đầu tiên được khẳng định trong Nghị quyết Hội nghị lần thứ 7 BCH TƯ khóa IX (năm 2003). Trong nghị quyết này, các nhà DN, doanh nhân được nêu lên như là một tầng lớp xã hội, cùng với các giai cấp và các tầng lớp xã hội khác tạo thành khối đại đoàn kết toàn dân tộc. Nghị quyết yêu cầu: Bổ sung và hoàn chỉnh chính sách xây dựng giai cấp công nhân, nông dân, đội ngũ trí thức và doanh nhân trong tình hình mới. 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 đã góp phần khẳng định vị thế của doanh nhân trong đời sống chính trị - xã hội của đất nước. Từ đây, giới doanh nhân đã thực sự được công nhận như một chủ thể xã hội và ngày doanh nhân, ngoài ý nghĩa khẳng định vị thế của doanh nhân, tôn vinh doanh nhân, còn tạo điều kiện phát động tinh thần kinh doanh và ý chí làm giàu của cả dân tộc.

²⁰ Hoàng Văn Hoa, Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2010

Tiếp đó, Báo cáo chính trị của BCHTU Đảng tại Đại hội X xác định yêu cầu phát huy vai trò của doanh nhân, tiếp tục làm thay đổi tư duy nhận thức và tâm lý xã hội đối với doanh nhân, coi trọng doanh nhân.

Mới đây, Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội của BCHTU trình Đại hội Đảng lần thứ XI (bổ sung, phát triển năm 2011) có nêu nhiệm vụ: “Xây dựng đội ngũ những nhà kinh doanh có tài, những nhà quản lý giỏi bên cạnh nhiệm vụ xây dựng giai cấp công nhân, giai cấp nông dân, đội ngũ trí thức”. Bộ Chính trị cũng quyết định 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”. Đó là sự cổ vũ, động viên rất lớn đối với cộng đồng DN và tầng lớp doanh nhân Việt Nam.

Trong các kiến nghị tại Đại hội XI có phần rất quan trọng đó là yêu cầu phải có chính sách, giải pháp để phát triển đội ngũ doanh nhân. Trong đó, điều cần quan tâm là tiếp tục hoàn thiện được môi trường kinh doanh bình đẳng. Trong những năm qua, môi trường kinh doanh đã có những bước tiến bộ rõ rệt, vì thế đã tạo điều kiện cho ra đời hàng ngàn DN, doanh nhân và phát triển với tốc độ nhanh chóng như hiện nay.²¹

Có thể nói, doanh nhân ta đang được Đảng và Nhà nước khuyến khích, nâng đỡ phát triển, đặc biệt là khuyến khích phát triển DN NVV. Lớp doanh nhân trẻ xuất hiện ngày càng đông đảo, có cống hiến đáng kể vào sự nghiệp CNH – HĐH, biểu hiện ở các giải thưởng Sao vàng đất Việt được tổ chức thường kỳ hàng năm với việc vinh danh hàng trăm DN có nhiều đóng góp tích cực trong sự nghiệp phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Bên cạnh đó, Nhà nước cũng chú trọng phát triển những DN, doanh nhân lớn có tầm cỡ khu vực và quốc tế để đảm bảo khả năng cạnh tranh của các DN Việt Nam.

Dưới tác động của đường lối đổi mới cũng như chủ trương chính sách khuyến khích phát triển DN và cộng đồng doanh nhân của Đảng và Nhà nước, những năm qua cộng đồng DN doanh nhân Việt Nam đã có bước phát triển mạnh mẽ. Doanh nhân trên thực tế đã trở thành một lực lượng xã hội quan trọng. Quan điểm chủ trương của Đảng ta đối với DN, doanh nhân trong thời kỳ đổi mới là tương đối toàn diện, phù hợp với yêu cầu khách quan của đời sống xã hội và với yêu cầu phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa (XH CN). Tuy nhiên, trong thực tiễn, nhận thức của xã hội cũng như việc thể chế hoá và thực hiện các quan điểm, chủ trương của Đảng về doanh nhân vẫn còn bất cập. Ở một khía cạnh nào đó, đội ngũ doanh nhân vẫn chưa được đánh giá đúng với vị thế, vai trò của họ trong xã hội và nền kinh tế. Cho đến nay, chúng ta vẫn chưa có được một chiến lược tổng thể phát

²¹ Đoàn Hiền, Phát triển đội ngũ doanh nhân khu vực kinh tế tư nhân hiện nay, www.tapchicongsan.org.vn, 20/5/2011

triển DN cũng như định hướng phát huy vai trò của doanh nhân, cơ chế chính sách phát triển DN, doanh nhân vẫn còn chưa nhất quán, thiếu đồng bộ, trong nhiều lĩnh vực vẫn còn một khoảng cách khá xa với chuẩn mực quốc tế.²²

7. Đào tạo và bồi dưỡng doanh nhân – nguồn bổ sung doanh nhân

Như trên đã phân tích, đội ngũ doanh nhân Việt Nam nhìn chung chưa được đào tạo một cách bài bản, trình độ học vấn, trình độ ngoại ngữ còn thấp so với nhiều nước trong khu vực. Một bộ phận khá lớn các doanh nhân chưa qua đào tạo chuyên nghiệp bài bản về nghiệp vụ kinh doanh, quản lý kinh tế, quản trị DN. Đây là một thách thức rất lớn đối với DN Việt Nam trong quá trình cạnh tranh và 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 DN. Bên cạnh đó, các trường đại học, cao đẳng, các hiệp hội DM và nhiều DN cũng đã góp phần quan trọng vào việc đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân và những người có nguyện vọng trở thành các nhà quản lý DN.

Một trong những nguồn lực quan trọng để đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân ở nước ta trong những năm vừa qua là sự hỗ trợ trực tiếp từ ngân sách nhà nước. Theo Quyết định số 143/2004/QĐ-TTg ngày 10/8/2004 của Thủ tướng Chính phủ, chương trình trợ giúp đào tạo nguồn nhân lực cho các DNNVV giai đoạn 2004-2008 đã được triển khai. Sau hơn 4 năm thực hiện, trên phạm vi cả nước đã tổ chức được 3.704 lớp đào tạo cho đối tượng là chủ DN, các nhà quản lý DN, trong đó có 1.372 lớp khởi sự DN, 2.304 lớp quản trị DN, với sự tham gia của 182.870 lượt học viên. Ngoài ra, Nhà nước còn hỗ trợ các hiệp hội DN, các tổ chức chính trị - xã hội tổ chức các cuộc hội thảo, hội nghị tập huấn, các đoàn nghiên cứu khảo sát học tập kinh nghiệm quốc tế cho đội ngũ doanh nhân.

Đồng thời, Nhà nước cũng tạo cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển thị trường dịch vụ đào tạo; khuyến khích các trường đại học, cao đẳng, trung học chuyên nghiệp, các hiệp hội DN, tổ chức chính trị - xã hội và các DN triển khai các chương trình đào tạo bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân. Nhờ đó, số lượng các cơ sở đào tạo doanh nhân, nhà quản lý DN đã tăng lên rất nhanh trong thời gian qua, thu hút ngày càng nhiều doanh nhân và các nhà quản lý DN tham gia, nhất là các khóa bồi dưỡng ngắn hạn có tính thực hành cao, có khả năng ứng dụng trực tiếp vào quản lý điều

²² Chủ tịch VCCI Vũ Tiến Lộc: Doanh nhân Việt Nam đại diện cho sức sản xuất mới, www.dddn.com.vn, 08/10/2010

hành DN. Chỉ tính riêng các khóa đào tạo ngắn hạn, trong giai đoạn 2003-2008, VCCI đã tổ chức được 3.198 lớp đào tạo cho gần 177.000 lượt học viên từ các DN.

Bên cạnh đó, trong những năm gần đây, các trường đại học, cao đẳng khối kinh tế và quản trị kinh doanh cũng đã tổ chức nhiều chương trình đào tạo quản trị kinh doanh bậc đại học, cao học và tiến sỹ, 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 DN, giám đốc DN. Ngoài ra, một số lượng lớn sinh viên đại học, học viên cao học cũng đã được gửi đi đào tạo về quản lý kinh tế, quản trị kinh doanh ở các trường đại học ngoài nước bằng nhiều nguồn kinh phí khác nhau.²³

Trong những năm gần đây, nhận thức được tầm quan trọng của việc đào tạo đội ngũ doanh nhân, lực lượng tiên phong trong sự nghiệp CNH-HĐH nước ta, Chính phủ đã có những chính sách hỗ trợ thiết thực cho việc đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ doanh nhân, những chương trình khởi sự DN để thúc đẩy tinh thần doanh nhân của thế hệ trẻ, tạo nguồn bổ sung cho đội ngũ doanh nhân trong tương lai. **Cụ thể:**

Mới đây, để tạo điều kiện khởi sự cũng như nâng cao năng lực quản lý DN đối với mô hình các DNNVV, ngày 31/3/2011, liên Bộ Kế hoạch và Đầu tư – Tài chính đã ban hành Thông tư liên tịch số 05/2011/TTLT-BKHĐT-BTC hướng dẫn trợ giúp đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho các DNNVV. Đối tượng được trợ giúp đào tạo là các chủ DN và cán bộ quản lý DNNVV theo quy định tại Điều 3 Nghị định 56/2009, cũng như các cá nhân, tổ chức có nguyện vọng thành lập DN. Phạm vi trợ giúp đào tạo sẽ tập trung vào đào tạo khởi sự DN và quản trị DN. Hoạt động trợ giúp đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho các DNNVV được thực hiện theo nguyên tắc xã hội hóa, vừa sử dụng NSTW và NSDP, vừa huy động đóng góp từ xã hội.

Ngoài ra, còn phải kể đến các chương trình như:

- *Đào tạo trực tuyến Khởi sự DN và lập nghiệp:* Chương trình nhằm tạo sự gắn kết giữa sinh viên và doanh nhân trẻ. Các giảng viên, doanh nhân sẽ truyền đạt kỹ năng, kiến thức thực tế cho sinh viên năm thứ 3 trở lên về khởi sự DN và lập nghiệp. Chương trình được thực hiện theo Quyết định số 103/2008/QĐ-TTg ngày 21/07/2008 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án “Hỗ trợ thanh niên học nghề và tạo việc làm giai đoạn 2008-2015” và Quyết định số 761 QĐ/TWĐTN ngày

²³ Hoàng Văn Hoa, Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2010

11/08/2009 của Bí thư thứ nhất Trung ương Đoàn về việc phê duyệt Dự án “Tư vấn, hỗ trợ thanh niên khởi sự DN và lập nghiệp”.

- *Chương trình Khởi nghiệp*: Chương trình Sinh viên khởi nghiệp là chương trình cấp quốc gia do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) chủ trì bắt đầu khởi động từ năm 2003. Qua 8 năm hoạt động, Chương trình đã thu hút được hàng vạn bạn trẻ với gần 1.500 dự án và ý tưởng kinh doanh tham gia Cuộc thi Dự án sinh viên khởi nghiệp và các hoạt động khác. Chương trình nhằm góp phần khơi dậy được tinh thần khởi nghiệp trong thanh niên nói chung và sinh viên nói riêng; tạo cơ hội cho thanh niên, sinh viên phát huy tinh thần sáng tạo và ý chí tự lập, áp dụng những kiến thức đã lĩnh hội để lập ra những dự án khởi nghiệp có tính khả thi trong đời sống kinh doanh, đồng thời xây dựng một chương trình tổng thể về hỗ trợ khởi nghiệp, bao gồm tư vấn, đào tạo và cung cấp thông tin khởi nghiệp, hỗ trợ tìm kiếm và tiếp cận các nguồn vốn, các nhà đầu tư... Các hoạt động hỗ trợ có thể kể đến như: Hoạt động đào tạo khởi sự DN, thành lập Quỹ hỗ trợ khởi nghiệp, Câu lạc bộ khởi nghiệp.

- *Chương trình đào tạo doanh nhân EMPRETEC*: Đây là Chương trình của Bộ Công thương phối hợp với các cơ quan Liên hợp quốc thực hiện trong thời gian từ 2010 – 2012. Tâm điểm của EMPRETEC là chương trình đào tạo doanh nhân. EMPRETEC có khả năng làm thay đổi hành vi của doanh nhân nhằm dẫn dắt hoạt động kinh doanh của mình đạt hiệu quả hơn. Đặc biệt, nó giúp các doanh nhân tiềm năng biến ý tưởng thành hành động thực tế và giúp họ tự tin hơn trong kinh doanh. Ngoài ra, chương trình EMPRETEC còn cung cấp nhiều dịch vụ hỗ trợ các DNNVV như tư vấn xây dựng định hướng kinh doanh, kế hoạch kinh doanh, kỹ năng tìm kiếm thông tin và phát triển thị trường, quản lý dự án, đàm phán...²⁴

Mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định, song yêu cầu đào tạo, bồi dưỡng cho đội ngũ doanh nhân nước ta hiện nay vẫn đang là một thách thức to lớn. Chúng ta hiện chưa có một chiến lược tổng thể về đào tạo đội ngũ doanh nhân trong khi nhu cầu lại rất lớn. Trong giai đoạn 2011-2020, trung bình mỗi năm nước ta sẽ có khoảng 100.000 DN được thành lập mới.

Trong khi đó, các chính sách hỗ trợ của Nhà nước nhằm khuyến khích thị trường dịch vụ đào tạo cho doanh nhân cũng chưa đáp ứng được nhu cầu. Nhà nước chưa có một chính sách đồng bộ để khuyến khích, ưu đãi cho lĩnh vực đào tạo doanh nhân.

²⁴ Vietrade, Chương trình đào tạo doanh nhân EMPRETEC, 29/8/2011

Các chính sách hỗ trợ về đất đai, thuế, tín dụng, đào tạo giáo viên,... chưa thực sự khuyến khích các cơ sở đào tạo.

Ngoài ra, phải thừa nhận rằng, chất lượng đào tạo doanh nhân ở các cơ sở trong nước hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu. Nhìn chung, nội dung chương trình đào tạo còn chưa phù hợp với nhu cầu 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 DN, chương trình được thiết kế chưa hợp lý, trang bị kiến thức và kỹ năng thiếu đồng bộ. Bên cạnh đó, phương pháp giảng dạy vẫn nặng về một chiều, không khuyến khích phát triển tư duy sáng tạo. Bản thân giảng viên còn rất thiếu kiến thức và kinh nghiệm thực tế nên bài giảng chưa có sức thuyết phục cao đối với doanh nhân...²⁵

8. Một số nhận xét tổng hợp về doanh nhân Việt Nam

8.1. Điểm mạnh

Phải khẳng định rằng, trong điều kiện mới mở cửa mà có được đội ngũ doanh nhân đa dạng như vậy là điều rất đáng ghi nhận. Trong xã hội, tâm lý kinh doanh đã bắt đầu nở rộ và tâm lý không trọng thương của nền văn hoá Việt Nam cũng đã được khắc phục. Giờ đây, các chức danh của doanh nhân như giám đốc hay trưởng đại diện bán hàng... đã có giá trị xã hội và trong cấu trúc của đời sống xã hội cũng như trong đời sống gia đình, đội ngũ này đã bắt đầu giữ một địa vị rất đáng kể.

Có thể nói, đội ngũ doanh nhân Việt Nam mặc dù mới được hình thành và phát triển trong những năm gần đây nhưng đã thể hiện một số ưu điểm sau:

- Ra đời và phát triển gắn liền với công cuộc đổi mới và phát triển nền kinh tế thị trường của đất nước. Phần lớn xuất thân từ cán bộ, công chức nhà nước, quân đội, công nhân, nông dân và đội ngũ tri thức mới.
- Doanh nhân Việt Nam là một bộ phận của lực lượng ưu tú trong các tầng lớp, giai cấp xã hội mới. Đa số tuổi đời khá trẻ, được rèn luyện trong quá trình đổi mới, có tinh thần yêu nước và tự tôn dân tộc.
- Nhiều doanh nhân có khát vọng vươn lên làm giàu chính đáng cho bản thân, cho gia đình, cộng đồng và xã hội.

²⁵ Hoàng Văn Hoa, Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2010

- Nhiều doanh nhân cần cù, năng động chịu khó học hỏi và vươn tới cái mới, có tính tiên phong trong một số lĩnh vực.
- Nhiều doanh nhân sống có nhân bản, có ý thức trách nhiệm với cộng đồng, có mong muốn được gắn bó trong hội đoàn.
- Nhiều doanh nhân sống có văn hoá, giữ gìn những truyền thống, giá trị tốt đẹp của gia đình, xã hội và dân tộc.
- 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 những đặc trưng và phẩm chất của một doanh nhân hiện đại đó là: có khả năng nhận biết về các cơ hội kinh doanh, tự tin và quyết đoán để nắm bắt các cơ hội này; có năng lực lãnh đạo, quản lý DN, biết tập hợp và phát huy nguồn lực, tổ chức sản xuất, cung cấp dịch vụ để gia tăng giá trị cho DN và làm giàu cho xã hội; sáng tạo và phản ứng linh hoạt trước diễn biến của thị trường...

8.2. Hạn chế

Bên cạnh đó, cũng phải nghiêm túc nhìn nhận một thực tế là số lượng, chất lượng đội ngũ doanh nhân hiện nay chưa đáp ứng được yêu cầu của đất nước. Hạn chế của đội ngũ doanh nhân Việt nam thể hiện ở những điểm sau đây:

Một là, số lượng doanh nhân đã qua đào tạo chiếm tỷ lệ thấp, thiếu kiến thức về pháp luật và kinh doanh, thiếu kinh nghiệm quản lý và tính chuyên nghiệp.

Như trên đã phân tích, doanh nhân Việt Nam nhìn chung chưa được đào tạo bài bản, trình độ học vấn và trình độ ngoại ngữ đều thấp. Số lượng doanh nhân được đào tạo, bồi dưỡng kiến thức về quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh còn chiếm tỷ lệ nhỏ. Bộ phận doanh nhân là chủ cơ sở sản xuất cá thể, chủ hộ gia đình kinh doanh nông nghiệp phần lớn chưa có trình độ đại học và chưa được đào tạo về kiến thức, kỹ năng chuyên môn. Tương tự, trong khu vực DN, một tỷ lệ rất lớn các DNTN quy mô nhỏ ra đời mang tính “tự phát”, phần lớn các doanh nhân, những ông chủ sở hữu của các DN đó chưa qua đào tạo chuyên môn về quản trị kinh doanh, việc điều hành và quản lý DN của họ chủ yếu dựa trên cảm tính, phán đoán, kinh nghiệm. Đó là lỗ hổng rất lớn, hạn chế khả năng và tầm nhìn của doanh nhân trong thế giới kinh doanh hiện đại ngày nay và do đó giảm hiệu quả và tính sáng tạo của DN.²⁶

²⁶ Đinh Hồng Kỳ, Luận bàn về doanh nhân Việt thời khủng hoảng, <http://www.secoin.vn>, 21.02.2009

Đặc biệt nhiều doanh nhân thiếu kiến thức về pháp luật và kinh doanh, thiếu năng lực quản trị DN hiệu quả, thiếu kinh nghiệm quản lý và tính chuyên nghiệp, còn bị động trong cạnh tranh và hội nhập. Hiện có rất ít doanh nhân có đủ tầm và kinh nghiệm để tự tin khi đàm phán, ký kết hợp đồng với đối tác nước ngoài. 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 giá đắt. Đó là chưa kể đến không ít doanh nhân nắm giữ các vị trí quan trọng trong DNNN, công ty cổ phần,... nhưng có trình độ quản lý yếu kém, thiếu ý thức trách nhiệm đã dẫn đến hiệu quả đầu tư kém, dung túng, tạo cơ hội cho kẻ xấu lợi dụng gây thất thoát tài sản nhà nước, làm mất lòng tin của xã hội.

Ngoài ra, doanh nhân Việt Nam nhìn chung còn thiếu tầm nhìn xa và thiếu chiến lược kinh doanh. Năng lực cạnh tranh và hiệu quả sản xuất kinh doanh của các DN 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 DN Việt Nam còn có nhiều bất cập.

Hai là, quy mô kinh doanh nhỏ.

Số doanh nhân nước ta trong những năm gần đây đang tăng lên với tốc độ nhanh chóng. Tuy nhiên, về chất lượng thì còn nhiều vấn đề bởi hơn 97% DN hiện nay của Việt nam là DNNVV, trong đó phần lớn trong số đó lại là *nhỏ và rất nhỏ*. Có thể nói, quy mô kinh doanh của doanh nhân Việt còn quá nhỏ bé, chỉ tương đương với DNNVV, thậm chí là DN nhỏ và siêu nhỏ so với các DN 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 các thương hiệu nổi tiếng, ngang tầm với khu vực và thế giới và trở thành niềm tự hào của đất nước. Quy mô nhỏ đã làm ảnh hưởng đến việc mở rộng sản xuất – kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của các DN.

Ba là, mức độ dám chấp nhận rủi ro thấp.

Một trong những tố chất quan trọng nhất của một doanh nhân là dám chấp nhận rủi ro. Không biết được điều đó thì không có một DN lớn mạnh. Tuy nhiên, hiện nay, một bộ phận không nhỏ doanh nhân Việt không dám chấp nhận rủi ro. Họ thiếu hẳn sự sáng tạo, đổi mới, dám nghĩ dám làm và tính tiên phong. Điều này thể hiện rõ nhất ở “tâm lý bầy đàn” trong hoạt động DN thời gian qua. Những bài học đau lòng về “*bầy đàn trong chứng khoán*”, “*bầy đàn trong bất động sản*”, “*bầy đàn trong mô hình tập đoàn đa ngành, đa nghề*”,... đã đẩy không biết bao doanh nhân, DN đến bờ vực phá sản và gây tổn hại nghiêm trọng đến nền kinh tế.

Theo các kết quả điều tra, khoảng 70% doanh nhân lãnh đạo các DN dân doanh ở độ tuổi dưới 45. Tuổi đời trẻ cũng là một trong những lý do ảnh hưởng nhiều tới tính năng động, *ý chí dám chấp nhận rủi ro*, thách thức, khả năng học hỏi và sức làm việc của doanh nhân.

Ở một góc nhìn khác, việc dám đối mặt với rủi ro trong quyết định của một bộ phận doanh nhân Việt nam vẫn mang nặng tính “liều” và quyết định mang tính thiếu nhận thức và hiểu biết, thể hiện ở việc: (i) Thiếu những qui tắc khôn ngoan trong việc chấp nhận rủi ro; (ii) Thiếu kỷ luật trong việc tuân thủ nguyên tắc này; (iii) Đơn giản hóa những qui trình kinh doanh; (iv) Chưa đo lường và lượng hóa được những rủi ro. Trong xu thế hội nhập hiện nay, ra biển lớn cần một hệ thống bảo hiểm rủi ro tin cậy. Ngay cả khi các DN dám chấp nhận rủi ro thì họ cũng cần tìm những biện pháp để giảm bớt và phân tán rủi ro.

Bốn là thiếu tính đổi mới sáng tạo.

Hiện nay, các sản phẩm không chỉ dừng lại ở giá thành rẻ mà quan trọng hơn đó chính là tính sáng tạo. Trong thế giới hiện đại, kinh tế tri thức phát triển mạnh, toàn cầu hóa sâu rộng, tài nguyên cạn kiệt, tiếp thị xanh được chú ý nhiều thì sự cạnh tranh nhau ở sự sáng tạo của sản phẩm quyết định đến sự thành công của DN.²⁷ Tuy vậy, có một thực tế cần phải nhìn nhận thẳng thắn là tính đổi mới và sáng tạo trong một bộ phận không nhỏ doanh nhân Việt còn ở mức rất thấp. Chúng ta hay tự nhận xét rằng người Việt thông minh, sáng tạo, nhưng nhiều khi các sáng tạo đó mang nặng tính chất manh mún, đối phó, thiếu tầm tư duy dài hạn. Nguyên nhân một phần là do những hạn chế về trình độ học vấn, kỹ năng kinh doanh và kinh nghiệm quản lý của một bộ phận không nhỏ trong đội ngũ doanh nhân Việt.²⁸

Năm là, 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 DN, cộng đồng và xã hội.

Sáu là, 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, thường nhìn các DN khác dưới góc độ cạnh tranh, 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

²⁷ Trần Đông, Doanh nhân lớn không phải nhờ cánh hâu, quan hệ, <http://tuanvietnam.vietnamnet.vn>, 14/10/2010

²⁸ Đinh Hồng Kỳ, Luận bàn về doanh nhân Việt thời khủng hoảng, <http://www.secoin.vn>, 21.02.2009

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 trong nước.

Số lượng các DN, doanh nhân tham gia vào các hiệp hội DN, câu lạc bộ DN còn ít (ước tính khoảng 30%). Thêm vào đó, một số hiệp hội hoạt động còn mang tính hình thức, chưa phát huy được vai trò của mình đối với hội viên. Đa số các hiệp hội DN hạn chế về năng lực hoạt động và gặp khó khăn về cơ sở vật chất. Điều này dẫn đến các DN, doanh nhân chưa thực sự tin tưởng vào các hiệp hội, nhiều giao ước được các DN trong hiệp hội đưa ra nhưng chính các DN sau đó lại phá bỏ những giao ước đó, mạnh ai nấy làm, mỗi DN một kiểu.

Bảy là, một bộ phận doanh nhân chưa coi trọng chữ “tín”.

Có thể nói, một bộ phận doanh nhân hiện nay chưa thực sự coi trọng chữ “tín” trong kinh doanh, làm ăn vẫn tư duy theo lối chộp giật... làm ảnh hưởng tới quyền lợi khách hàng, người tiêu dùng và uy tín của cộng đồng DN.

Tám là, các doanh nhân hiện chưa quan tâm đúng mức đến việc phát triển thương hiệu.

Những tài sản vô hình như sở hữu trí tuệ, sở hữu công nghệ và sản phẩm, hệ thống và thương hiệu nhìn chung ít được quan tâm thích đáng. Điều này được phản ánh thông qua tỷ lệ phần trăm giá trị tài sản vô hình so với tổng giá trị của DN tính trên thị trường – chỉ chiếm khoảng dưới 20% hoặc thậm chí thấp ngay cả tại những DN trong Danh sách 500 DN lớn nhất Việt Nam về doanh thu (VNR500). Việt Nam chưa có các DN, các thương hiệu mạnh tầm cỡ khu vực và thế giới. Hiện tại mới chỉ có Công ty cổ phần sữa Việt Nam (Vinamilk) là DN Việt Nam đầu tiên và duy nhất lọt vào danh sách 200 DN tốt nhất (có niêm yết cổ phiếu tại sàn giao dịch, với doanh thu dưới 1 tỉ USD) tại châu Á - Thái Bình Dương do Tạp chí Forbes Asia (Asia's 200 Best Under A Billion) lựa chọn trong năm 2010.

Nguyên nhân là do trình độ phát triển kinh tế của xã hội còn thấp, thiếu tập trung vào sự đổi mới, sự đa dạng hóa mở rộng của các hoạt động kinh doanh, cấu trúc của DN, vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Bên cạnh đó, nhiều nhà lãnh đạo DN Việt Nam vẫn rất bảo thủ trong việc đầu tư vào các tài sản vô hình như thương hiệu. Công tác xây dựng thương hiệu bị đánh đồng với “truyền thông tiếp thị” (quảng cáo), bị hiểu như một khoản chi phí thuộc ngân sách tiếp thị trong báo cáo lãi lỗ, bị coi là nằm trong và thường chịu sự quản lý của bộ phận marketing vốn không được đề cao lắm trong cấu trúc DN.

Đồng thời, do tính chất đặc thù của các DN lớn Việt Nam hầu hết thuộc sở hữu nhà nước, sở hữu gia đình, nên lãnh đạo DN thường có tầm nhìn ngắn hạn trong đầu tư phát triển thương hiệu. Tầm nhìn này sẽ không hỗ trợ được cho DN trong việc xây dựng những thế mạnh để cạnh tranh trên thị trường khu vực và thế giới. Thách thức đối với các DN Việt Nam với thương hiệu địa phương chỉ thực sự hiện hữu khi DN buộc phải tìm cách xuất khẩu sản phẩm ra thị trường nước ngoài.

Một trở ngại lớn trong xây dựng thương hiệu cho DN lớn ở Việt nam là sự đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh, mở rộng tới nhiều ngành nghề trong lĩnh vực hoạt động của DN một cách chồng chéo và thiếu đồng bộ. Cách tiếp cận phổ biến ở các lãnh đạo DN lớn Việt Nam là chú trọng việc kinh doanh hơn là xây dựng thương hiệu, chú trọng đến doanh thu hơn là lợi nhuận. Quả thật, rất khó để tạo ra một chiến lược thương hiệu hợp lý, rõ ràng và mang tính khác biệt, cũng như xây dựng được một thương hiệu có tầm cỡ khu vực khi DN tham gia một cách dàn trải vào đủ loại lĩnh vực kinh doanh.²⁹

Chín là, lối sống của doanh nhân nhìn chung chưa trở thành chuẩn mực về văn minh và tấm gương đạo đức cho xã hội.

Trong phương thức hưởng thụ sinh hoạt thì dường như doanh nhân nước ta còn nhiều người giàu nhưng chưa sang, nhân cách chưa thật sáng trước xã hội.

Mười là, DN, doanh nhân Việt Nam còn thiếu “quyền lực mềm”.

Đó là tầm nhìn chiến lược dựa trên tri thức và hoạt động truyền thông tốt để tạo dựng lòng tin và sự tin tưởng. Do thiếu quyền lực mềm nên các DN chưa tạo được lòng tin của người tiêu dùng, khó thu hút được các nguồn lực, đặc biệt là nguồn nhân lực chất lượng cao.

Trên đây là những hạn chế cần được khắc phục trên con đường phát triển của cộng đồng doanh nhân Việt Nam, để cộng đồng này có thể trở thành đầu tàu chèo lái con thuyền kinh tế của đất nước.

Mười một là, thiếu các công ty tri thức.

Để "đột phá", lớn mạnh và bền vững, doanh nhân nói riêng và cả nền kinh tế nói chung phải chọn con đường là hình thành nhiều công ty tri thức và kiến tạo một nền kinh tế tri thức, một nền kinh tế tạo ra giá trị lớn dựa trên chất xám và nền tảng văn hóa.

²⁹ DN lớn và vai trò của lãnh đạo, <http://www.baomoi.com>, 2011

Trên đây là những đặc điểm cần được khắc phục để có thể xây dựng mô hình DN đột phá, đội ngũ doanh nhân ưu tú. Tuy vậy, cũng phải thừa nhận rằng, chúng ta không thể sốt ruột mà cần có thời gian để biến đổi quy mô về lượng thành quy mô về chất. Do đó, chúng ta phải thận trọng khi khen và công bằng khi chê đối với đội ngũ này. Điều đáng khen là sức sống và sức phát triển của đội ngũ này mặc dù quy mô phát triển mới chỉ là sự nở rộ một cách bản năng và chưa chuyên nghiệp. Nhưng những khía cạnh này thể hiện sự mới mẻ của nền văn hóa kinh doanh Việt Nam và sự mới mẻ này cần được trân trọng, tạo điều kiện để trở thành một trong những động lực phát triển của nền kinh tế.³⁰

9. Một số kiến nghị

9.1. Đối với Nhà nước

Về mặt chủ trương, cần xác định đội ngũ doanh nhân Việt Nam là đại diện cho sức sản xuất mới trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, là một trong những nhân tố có ý nghĩa quyết định để thực hiện mục tiêu chiến lược CNH - HĐH và hội nhập quốc tế. Xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh là bước đột phá góp phần thúc đẩy phát triển đất nước, đẩy lùi nguy cơ tụt hậu, nâng cao vị thế của Việt Nam trong thời đại mới.

Mục tiêu phải đạt trong thời gian tới là xây dựng đội ngũ doanh nhân lớn mạnh, có đủ năng lực, trình độ để lãnh đạo, điều hành hệ thống DN có sức cạnh tranh cao, có tinh thần dân tộc, có trách nhiệm xã hội, liên kết chặt chẽ và tham gia tích cực vào mạng sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu, đóng vai trò quyết định trong công cuộc đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế. Phần đầu đến năm 2020 tạo được bước chuyển về chất lượng và cơ cấu DN: tăng tỷ trọng các DN lớn và vừa, và có được một số DN đạt tầm cỡ khu vực và thế giới.³¹

Theo đó, một trong những tư tưởng chính sách xuyên suốt trong kế hoạch là phải: (1) coi DN là đội quân chủ lực trong phát triển kinh tế và hội nhập, (2) Xây dựng cộng đồng DN Việt Nam lớn mạnh chính là một thành tố quan trọng bậc nhất của chiến lược phát triển KTXH 5 năm 2011-2015, và (3) coi nhiệm vụ quan trọng hàng đầu của kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội là tạo môi trường và điều kiện thuận lợi cho sự ra đời và hoạt động có hiệu quả, có trật tự, kỷ cương của các DN thuộc mọi thành phần kinh tế.

³⁰ Nguyễn Trần Bạt, Vai trò của Doanh nhân: Cần phải nhìn thẳng, <http://dddn.com.vn>, 11/10/2008

³¹ Vũ Tiến Lộc, Tư tưởng của Bác Hồ về DN, doanh nhân và nhiệm vụ xây dựng đội ngũ doanh nhân trong tình hình mới, www.bantinsom.com, 6/2/2011

Từ chủ trương đường lối trên đây, đề xây dựng đội ngũ doanh nhân trong thời gian tới, nhiệm vụ và các giải pháp cơ bản đối với Nhà nước đó là:

Một là, cần tiếp tục thống nhất nhận thức về vai trò của đội ngũ doanh nhân trong sự nghiệp CNH-HĐH đất nước, khuyến khích tinh thần kinh doanh trong xã hội để tạo ra nhiều của cải cho đất nước; tôn vinh doanh nhân, khẳng định sự cống hiến và bảo hộ thu nhập hợp pháp của doanh nhân. Xác định đúng quyền lợi, nghĩa vụ của doanh nhân đối với công cuộc phát triển đất nước. Đây được xem là nền tảng mới để phát triển.

Hai là, phải tiếp tục tạo ra một môi trường vĩ mô ổn định, thuận lợi cho sự phát triển kinh tế, từ đó tạo động lực cho sự phát triển của đội ngũ doanh nhân. Phải xây dựng một hệ thống pháp lý bền vững nhưng đủ chi tiết để điều chỉnh hành vi kinh doanh. Muốn vậy, Nhà nước phải hình thành những cơ sở nghiên cứu để hoạch định chính sách kinh tế vĩ mô một cách chuyên nghiệp. Trên thực tế hiện nay, tình trạng những chính sách thay đổi nhiều khi mâu thuẫn khiến các doanh nhân rất khó để trở nên chuyên nghiệp.

Ba là, tiếp tục hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN, tạo môi trường sản xuất, kinh doanh bình đẳng và thuận lợi để doanh nhân phát huy ý chí kinh doanh. Theo đó cần công khai minh bạch các định hướng, quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, các chính sách hỗ trợ, để bảo đảm quyền lợi đầu tư và giảm rủi ro kinh doanh cho doanh nhân. Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện pháp luật về sở hữu, quyền tự do kinh doanh, về tạo lập đồng bộ các thị trường, về thuế, về tài nguyên môi trường, bảo vệ người tiêu dùng... Nâng cao hiệu lực xét xử của tòa án, trọng tài. Tiếp tục cải cách hành chính, các cơ quan quản lý nhà nước và người thi hành công vụ đồng hành cùng doanh nhân.

Việc thực hiện công khai minh bạch các định hướng quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, các chính sách hỗ trợ, đặc biệt là đối với các địa phương là một trong những nhân tố quan trọng để tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng cho mọi thành phần kinh tế, đặc biệt là trong tiếp cận các nguồn lực sản xuất, tiếp cận thị trường...³² Chẳng hạn như cần có chính sách bình đẳng trong việc tiếp cận các nguồn tín dụng đối với các DN và các hộ kinh doanh cũng như đổi mới chính sách đất đai theo hướng công bằng và sử dụng hiệu quả.

³² Đoàn Hiền, Phát triển đội ngũ doanh nhân khu vực kinh tế tư nhân hiện nay, <http://www.tapchicongsan.org.vn>, 20/5/2011

Bốn là, xây dựng hệ thống các biện pháp hỗ trợ doanh nhân tham gia khu vực kinh doanh chính thức, mở rộng quy mô, nâng cao hiệu quả DN, chú trọng phát triển doanh nhân ở khu vực nông thôn. Thực hiện có hiệu quả chính sách hỗ trợ DNNVV, quan tâm hỗ trợ khu vực hộ kinh doanh cá thể chuyển đổi thành DN, trợ giúp nâng cao khả năng tiếp cận thị trường trong và ngoài nước cho các doanh nhân. Triển khai các biện pháp hỗ trợ doanh nhân đầu tư nghiên cứu phát triển, đổi mới công nghệ, đổi mới sản phẩm dịch vụ và tăng cường liên kết DN.

Năm là, tạo chuyển biến căn bản trong đào tạo và bồi dưỡng doanh nhân. Xây dựng và thực hiện chương trình quốc gia về đào tạo doanh nhân, triển khai rộng khắp chương trình đào tạo về khởi sự DN. Phát triển các cơ sở đào tạo, tổ chức thường xuyên các khóa đào tạo nâng cao và cập nhật kiến thức cho doanh nhân, thúc đẩy nhanh việc đưa một số chuyên đề không bắt buộc về tinh thần kinh doanh, về DN vào trường học.

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

Bảy là, phát huy vai trò của hệ thống các tổ chức đại diện của cộng đồng DN và đội ngũ doanh nhân. Thông qua VCCI và các tổ chức chính trị - xã hội, các hiệp hội DN mở rộng hoạt động vận động chính trị trong giới doanh nhân, tập hợp và phản ánh nguyện vọng, ý kiến, kiến nghị của doanh nhân, tham mưu cho Đảng và Nhà nước về các chính sách kinh tế - xã hội, thực hiện các biện pháp thúc đẩy phát triển DN, doanh nhân.

Tám là, tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với sự nghiệp phát triển đội ngũ doanh nhân. Thể chế hóa đường lối chính sách của Đảng đối với doanh nhân bằng các chương trình hành động cụ thể. Đẩy mạnh công tác phát triển Đảng trong đội ngũ doanh nhân, phân đấu có tổ chức đảng trong các DN, ngành nghề giữ vị trí quan trọng của nền kinh tế. Nâng cao giác ngộ chính trị cho doanh nhân, người sử dụng lao động, bảo đảm hoạt động của DN, doanh nhân theo đúng chính sách, pháp luật của

Đảng và Nhà nước. Tăng cường đại diện của đội ngũ doanh nhân trong cơ cấu của các cơ quan thuộc hệ thống chính trị.³³

Chín là, Nhà nước cũng nên định hướng DN, doanh nhân đầu tư vào hoạt động sản xuất, đầu tư công nghệ, nâng cao nguồn nhân lực..., bởi hiện tại nhiều DN, nhiều nguồn vốn vẫn đổ vào các lĩnh vực không tạo ra sản phẩm.³⁴

Mười là, cần công khai, minh bạch hóa thông tin theo tiêu chí của thị trường để giảm các quan hệ bất minh cũng như ngăn chặn tình trạng "đi đêm", xóa bỏ các mối liên kết lợi ích nhóm, những cái bắt tay giữa doanh nhân và một số nhà hoạch định chính sách nhằm thao túng chính sách quốc gia phục vụ cho những lợi ích cá nhân. Đặc biệt, Việt Nam nên có công cụ để hóa giải những kiểu làm ăn bất chính, như việc nên có Luật Vận động hành lang, cho phép doanh nhân tiếp xúc công khai với nhà chính trị. Ngoài ra, công chức, nhà chính trị nên ít tham gia vào các hoạt động kinh doanh của các doanh nhân, nếu không chúng ta sẽ tạo ra một hệ thống thân hữu trong bản chất cơ chế.³⁵

Mười một là, tạo lập “sân chơi” cho đội ngũ doanh nhân. Việc ra đời những câu lạc bộ doanh nhân tạo ra một sân chơi cho giới doanh nhân Việt Nam, là nơi chia sẻ những kinh nghiệm, kiến thức mới về kinh tế, kinh doanh và quản trị DN. Câu lạc bộ cũng là nơi các doanh nhân có thể tìm kiếm sự hợp tác, liên doanh với nhau, vì mục tiêu phát triển và thành công của từng DN.

9.2. Đối với xã hội

Xã hội cần ủng hộ doanh nhân nhiều hơn, không nên có bất cứ sự kỳ thị nào đối với họ. Đồng thời, xã hội cũng phải quan tâm, giám sát và cần một cái nhìn nghiêm khắc để theo dõi hoạt động kinh doanh của doanh nhân để từ đó có những phản hồi chính xác, lên án những doanh nhân, DN hoạt động không vì lợi ích của cộng đồng, gây phương hại đến lợi ích của người tiêu dùng nói riêng và xã hội nói chung; tôn vinh và nhìn nhận những DN hiệu quả, có những đóng góp thiết thực về mặt kinh tế xã hội cho cộng đồng.

9.3. Đối với DN

- Đầu tư đào tạo nâng cấp nguồn nhân lực hiện có

³³ Vũ Tiến Lộc, Xây dựng đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ CNH, HĐH và hội nhập kinh tế quốc tế, <http://www.nhandan.com.vn>, 13/01/2011

³⁴ Đoàn Hiền, Phát triển đội ngũ doanh nhân khu vực kinh tế tư nhân hiện nay, <http://www.tapchiconsan.org.vn>, 20/5/2011

³⁵ Trần Đông, Doanh nhân lớn không phải nhờ cánh hẩu, quan hệ, <http://tuanvietnam.vietnamnet.vn>, 14/10/2010

Khi gia nhập WTO, các DN phải tự thân vận động, đào tạo nguồn nhân lực cao cấp để có thể đáp ứng yêu cầu của hội nhập kinh tế quốc tế. Đầu tư vào công tác đào tạo nguồn nhân lực hiện có sẽ đem lại hiệu quả trong việc khẳng định vai trò và năng lực của nhà quản lý, thiết lập mối quan hệ tốt đẹp trong nội bộ và phát triển hình ảnh công ty trong mắt khách hàng và đối tác.

- Xây dựng Bộ phận Nghiên cứu và Phát triển (R&D):

Đây là một khâu then chốt trong việc tạo ra một sản phẩm mới. Gần đây người ta nói nhiều tới chiến lược “*Tập trung để khác biệt*” và coi đó như là chìa khóa thành công của DN. Tuy nhiên, DN Việt nam chưa thực sự coi trọng vấn đề này. Họ đa phần chỉ tập trung những sản phẩm mà thị trường đã làm và chỉ lo để “copy”. Theo thống kê không chính thức, có tới xấp xỉ 90% DN Việt không có bộ phận R&D. Những chiến lược “hót váng sữa” của Nokia trong việc tung sản phẩm điện thoại di động hay Sony với sản phẩm thiết bị nghe nhìn,... cho DN Việt những bài học quý báu khi tung ra thị trường sản phẩm mới và để làm điều đó thì cần đầu tư tối đa cho khâu R&D.

- Phát triển Hệ thống phân phối

Không phải đơn giản để chuyển đổi từ một nền kinh tế tập trung quan liêu bao cấp sang kinh tế thị trường và cũng không dễ dàng chuyển từ khâu phân phối theo kiểu “xin cho” sang kênh phân phối cạnh tranh hiện đại. Chính bởi vậy, thiết lập một hệ thống theo chuẩn mực, quản lý kênh phân phối và quản lý lực lượng bán hàng hiệu quả là mấu chốt để cạnh tranh và giành thị phần. Đây là mảnh đất màu mỡ cho những ý tưởng sáng tạo trong việc: thiết lập kênh phân phối theo dạng trực tiếp hay gián tiếp, đơn kênh hay đa kênh, độ dài của kênh và các giải pháp khuyến khích bán hàng cũng như giảm thiểu các xung đột lợi ích trong kênh.

9.4. Đối với doanh nhân

Giới doanh nhân lâu nay cũng đang từng bước hướng đến tuyên ngôn: “*Tinh thần mới, Con người mới cho một Nền kinh doanh mới!*”. Tinh thần mới là tinh thần “đua tranh” (khác với tinh thần “đổi mới”, “hội nhập” của những năm 80, 90 thế kỷ trước và gần đây), tinh thần “chinh phục” (thay vì “chống chọi”). Con người mới là con người có khả năng tạo ra giá trị dựa vào tri thức, chất xám và sự sáng tạo, chứ không phải là dựa vào cơ bắp, tài nguyên, quan hệ hay đầu cơ..., là con người mang trong mình khát vọng và năng lực đua tranh. Nền kinh doanh mới chính là nền kinh

doanh trong bối cảnh toàn cầu hóa với động lực là nền kinh tế tri thức và một môi trường kinh doanh đòi hỏi tính nhân bản cao hơn nhiều.

Với tinh thần đó và để trở thành lực lượng tiên phong, xung kích trong sự nghiệp CNH – HĐH, sự nghiệp “dân giàu, nước mạnh”, đội ngũ doanh nhân cần:

Một là, học tập nâng cao trình độ quản lý kinh doanh, trau dồi tri thức

Doanh nhân thời kỳ nào cũng cần có trí tuệ. Doanh nhân thời kỳ mới càng cần có một nền tảng kiến thức văn hoá, xã hội phong phú, vận dụng hài hòa cả yếu tố truyền thống và hiện đại trong công việc. Đặc biệt là có ước vọng kinh doanh, ước vọng đó phải vì cả cá nhân, gia đình và sự phát triển của cộng đồng. Lao động của doanh nhân là loại lao động phức tạp, vừa phải có tri thức, năng lực, vừa phải có kinh nghiệm, đồng thời phải có quyết sách đúng lúc mới mang lại hiệu quả cao.

Bên cạnh đó, ra biển lớn cần hiểu biết và tôn trọng "luật hàng hải" quốc tế. Hiểu biết luật và các tập quán thương mại quốc tế không chỉ giúp các DN thành công hơn, mà còn giúp họ giảm rủi ro và bớt tổn thất trong những tranh chấp thương mại khi chúng xảy ra.

Hai là, nâng cao tinh thần doanh nhân

Một doanh nhân thực thụ sẽ không bao giờ làm lợi cho mình bằng cách gây hại cho người khác, cho xã hội. Nền tảng văn hóa đó chính là nền móng, là "hệ điều hành" của doanh nhân, chi phối tất cả mọi suy nghĩ và quyết định của doanh nhân. Với "hệ điều hành" này, họ sẽ không chup giât, lừa đảo, không ăn xổi ở thì, không làm hàng giả, hàng nhái, hàng độc hại, không gây hại môi trường...

Để nâng cao "tinh thần doanh nhân", điều quan trọng đó là sự công hiến. Công hiến lớn nhất của doanh nhân là thông qua sản phẩm, dịch vụ của mình để phục vụ cộng đồng xã hội rộng lớn.

Ngoài ra, việc giáo dục và đào tạo khát vọng kinh doanh, khát vọng làm giàu để nuôi dưỡng lý tưởng và ý thức tôn trọng pháp luật cho doanh nhân là vô cùng quan trọng. Doanh nhân cần có tiếng nói phản biện hơn đối với chính sách mà Nhà nước ban hành, sau đó nhà nước tiếp thu và giải hóa nó để đáp ứng với thời cuộc.³⁶

Ba là, thay đổi tư duy về xây dựng thương hiệu, tạo dựng chữ “tín”

Với bất kỳ một việc gì thì quan trọng nhất vẫn là chữ “tín”, nhất là đối với một doanh nhân thành đạt trong thời nay. Đặc biệt, trong môi trường kinh doanh toàn cầu

³⁶ Trần Đông, Doanh nhân lớn không phải nhờ cánh hẩu, quan hệ, <http://tuanvietnam.vietnamnet.vn>, 14/10/2010

nghĩa nay thì doanh nhân phải tạo dựng được chữ “tín” đủ lớn mạnh để cùng tạo lên sức cạnh tranh.³⁷

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, khi cạnh tranh trên thị trường đồng nghĩa với việc buộc phải hạ giá các sản phẩm không tên tuổi, các DN cần phải dần chuyển đổi nhận thức về sức mạnh của thương hiệu đối với việc thu hút khách hàng và khả năng tái sinh lợi lớn hơn trong đầu tư. Lãnh đạo các DN lớn cần nhận thức được rằng thay vì tiếp tục cạnh tranh bằng cách chấp nhận mức lợi nhuận khiêm tốn, có thể gia tăng thu nhập bằng các đầu tư vào thương hiệu. Đó là một sự thay đổi lớn trong tư duy, giúp các DN hướng tới việc tạo dựng một thương hiệu mạnh, tạo nên sự khác biệt và hệ quả tất yếu là lợi nhuận lớn hơn.

Đồng thời với việc thay đổi tư duy, chú trọng vào xây dựng thương hiệu DN, lãnh đạo DN lớn Việt Nam, đặc biệt là DN trong Danh sách VNR500 có thể hướng tới xây dựng thương hiệu quốc gia. Mọi thương hiệu quốc gia đều cần đến những thương hiệu DN làm đại sứ. Đại sứ thương hiệu của một quốc gia không chỉ là các cơ quan chính phủ mà còn là các DN có triển khai hoạt động tại các thị trường nước ngoài hay bất cứ người dân nào mà du khách nước ngoài có dịp tiếp xúc.

Bốn là, hướng tới nền kinh tế tri thức

Trong thời đại ngày nay, các doanh nhân nên coi trọng nhiệm vụ “xây dựng nền kinh tế tri thức, lấy công nghệ thông tin là mũi nhọn”. Ngoài những doanh nhân hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin thì các doanh nhân khác cũng đều phải quan tâm sử dụng công nghệ thông tin làm công cụ để thúc đẩy sự phát triển của mình.

Năm là, rèn luyện cho mình tính sáng tạo, tinh thần tiên phong

Khả năng dự báo, sự linh hoạt trong chiến lược kinh doanh và khả năng tư duy không chuẩn mực là những nhân tố mang tính sáng tạo cao của doanh nhân trong việc đưa DN của mình vượt khó khăn. Trong bối cảnh khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu như hiện nay, tính sáng tạo là một tố chất cần thiết giúp doanh nhân đưa DN mình vượt qua thử thách.

Bên cạnh đó, doanh nhân cần rèn luyện cho mình *tính tiên phong, mở đường cho những ý tưởng mới, nhận thức mới* và ở mức độ nào đó, tác động tích cực đến tầm nhìn trong tổ chức đời sống xã hội. Tính tiên phong ở đây bao gồm: Tiên phong về sản phẩm mới, dịch vụ mới; Tiên phong về công nghệ; Tiên phong trong phương

³⁷ Nguyễn Trần Bạt, Vai trò của Doanh nhân: Cần phải nhìn thẳng, <http://dddn.com.vn>, 11/10/2008

pháp quản trị DN; và Tiên phong về văn hóa và tri thức. Tính tiên phong cũng là nhân tố quan trọng bậc nhất trong chiến lược cạnh tranh vượt lên đối thủ.³⁸

Sáu là, tham gia tích cực vào quá trình xây dựng luật và hoạch định chính sách có liên quan

Nếu như lãnh đạo DN nhỏ lo thực hiện chính sách, đi theo chính sách thì lãnh đạo DN lớn có thể nghĩ đến chuyện tác động vào chính sách. Hoạt động của các DN lớn trực tiếp hoặc thông qua cơ chế trung gian thực hiện vận động hành lang, tác động vào quá trình ban hành luật, vào quá trình hoạch định chính sách là hoạt động phổ biến, công khai ở các nước phát triển. Đóng góp cho quá trình xây dựng luật và hoạch định chính sách trong khuôn khổ pháp luật phải được coi là trách nhiệm quan trọng của lãnh đạo các DN lớn.

Bảy là, thực hiện trách nhiệm của mình đối với cộng đồng và xã hội

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. Đây chính là lối sống của một doanh nhân thực thụ.³⁹

Trách nhiệm với cộng đồng không nên chỉ dừng lại ở các hoạt động từ thiện mà quan trọng hơn là từ thiện trong chính hoạt động kinh doanh của mình như: (i) chăm lo môi trường và cuộc sống cho người lao động, quan tâm đến điều kiện làm việc, thu nhập và lợi ích chính đáng của người lao động; (ii) có trách nhiệm đối với người tiêu dùng về chất lượng sản phẩm do chính mình làm ra; (iii) quan tâm đến bảo tồn và cải thiện môi trường sinh thái; (iv) tích cực đóng góp vào phúc lợi xã hội, nghiêm túc thi hành các chính sách và pháp luật do Chính phủ ban hành.

³⁸ Đinh Hồng Kỳ, Luận bàn về doanh nhân Việt thời khủng hoảng, <http://www.secoin.vn>, 21.02.2009

³⁹ Mặc San, Luận đàm về doanh nhân, Tạp chí Doanh nhân, <http://dddn.com.vn>, 11/10/2009

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Nguyễn Trần Bạt, Vai trò của Doanh nhân: Cần phải nhìn thẳng, <http://dddn.com.vn>, 11/10/2008
2. Đỗ Minh Cương, Bàn về khái niệm doanh nhân Việt Nam, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh 25 (2009) 253-261
3. Trần Đông, Doanh nhân lớn không phải nhờ cánh hẩu, quan hệ, <http://tuanvietnam.vietnamnet.vn>, 14/10/2010 Quang Hà, DNTN 10 năm phát triển: Chất không theo kịp lượng, <http://dddn.com.vn>, 01/02/2010
4. Đoàn Hiền, Phát triển đội ngũ doanh nhân khu vực kinh tế tư nhân hiện nay, www.tapchicongsan.org.vn, 20/5/2011
5. Hoàng Văn Hoa, Phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong giai đoạn 2011-2020, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2010
6. Đinh Hồng Kỳ, Luận bàn về doanh nhân Việt thời khủng hoảng, <http://www.secoin.vn>, 21.02.2009
7. Vũ Tiến Lộc, Tư tưởng của Bác Hồ về DN, doanh nhân và nhiệm vụ xây dựng đội ngũ doanh nhân trong tình hình mới, www.bantinsom.com, 6/2/2011
8. Vũ Tiến Lộc, Xây dựng đội ngũ doanh nhân trong thời kỳ CNH, HĐH và hội nhập kinh tế quốc tế, <http://www.nhandan.com.vn>, 13/01/2011
9. Trần Đức Nguyên, Doanh nhân và vai trò của doanh nhân, <http://sgtt.com.vn>, 22/10/2009
10. Mặc San, Luận đàm về doanh nhân, Tạp chí Doanh nhân, <http://dddn.com.vn>, 11/10/2009
11. Văn Tạo, Vai trò của doanh nhân Việt Nam trong sự nghiệp “Dân giàu, nước mạnh”, <http://www.tuyengiao.vn>, 25/4/2009
12. Tổng cục Thống kê, Thực trạng DN qua kết quả điều tra năm 2001-2007, NXB Thống kê, Hà Nội, 2009
13. Vũ Quốc Tuấn, Doanh nhân - một góc nhìn, Báo Doanh nhân Sài Gòn cuối tuần, ngày 13/10/2007
14. Vietrade, Chương trình đào tạo doanh nhân EMPRETEC, 29/8/2011

Tài liệu tiếng Anh

15. A. Shepherd, J. Acs*, Holger Patzelt, *The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking “What Is to Be Sustained” With “What Is to Be Developed”*, tháng Giêng 2011
16. J. Acs*, David B. Audretsch, Pontus Braunerhjelm và Bo Carlsson, *The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship*, 01/10/2005
17. Johan Wiklund, Per Davidsson, David B. Audretsch, Charlie Karlsson, *The Future of Entrepreneurship Research*, tháng 1/2011
18. Mark Casson, Edward Elgar, *The Entrepreneur: An Economic Theory*, tái bản lần 2, Mark Casson 1982, 2003
19. OECD, *Entrepreneurship and economic development: The EMPRETEC showcase*, Hội thảo của Liên hiệp quốc về Thương mại và phát triển, tháng 1/2005
20. Reynolds et al., 2002, Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive report.
21. Richard Swedberg Rebuilding Schumpeter’s Theory of Entrepreneurship, Hội thảo về Marshall, Schumpeter và khoa học xã hội, trường Đại học Hitotsubashi, 17-18 tháng 3 2007
22. Zoltan Dean, David B. Audretsch, Pontus Braunerhjelm và Bo Carlsson, *The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship*, 01/10/2005