

Quản lý nhà nước

HỌC VIỆN HÀNH CHÍNH



- * Những nhận thức mới của Đại hội XI về phát huy dân chủ xã hội chủ nghĩa và sức mạnh đại đoàn kết toàn dân tộc
- * PR Chính phủ Việt Nam đối với nhà khoa học
- * Tỉn! Thái Nguyên - 10 năm thực hiện chế độ cách hành chính

186
7-2011



Quản lý nhà nước

TẠP CHÍ XUẤT BẢN
MỖI THÁNG MỘT KÌ

CƠ QUAN NGHIÊN CỨU VÀ NGÔN LUẬN CỦA HỌC VIỆN HÀNH CHÍNH

Toà soạn: 77 Nguyễn Chí Thanh, Đống Đa, Hà Nội
Điện thoại: 04.38359958; Email: tcquanlynn@yahoo.com.vn; tcquanlynn@nava.gov.vn
Giấy phép xuất bản số 150/BC-BVHTT, ngày 17-4-2001

SỐ 186 (THÁNG 7-2011)

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP:

PGS. TS Nguyễn Đăng Thành, Chủ tịch
PGS. TS Lưu Kiếm Thanh, Phó Chủ tịch
PGS. TS Lê Thị Văn Hạnh, Ủy viên
GS. TS Nguyễn Hữu Khiển, Ủy viên
GS. TS Đinh Văn Mậu, Ủy viên
GS. TS Đinh Văn Tiến, Ủy viên
GS. TS Phạm Hồng Thái, Ủy viên
TS Văn Tất Thu, Ủy viên
TS Nguyễn Văn Hậu, Ủy viên Thường trực

TỔNG BIÊN TẬP

PGS. TS Lưu Kiếm Thanh

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

ThS Vũ Cảnh Thạch
ĐT: 04. 37735790

TRƯỞNG BAN BIÊN TẬP

ThS Nguyễn Đức Kha
ĐT: 04. 38345882

THƯ KÍ TOÀ SOẠN

ThS Vũ Minh Huệ
ĐT: 04.38359958

Chi nhánh tại TP. Hồ Chí Minh
Số 10, đường 3/2, quận 10,
TP. Hồ Chí Minh

IN TẠI CÔNG TY TNHH MTV:
IN & VĂN HÓA PHẨM

THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT ĐẠI HỘI XI CỦA ĐẢNG

Trần Văn Phòng	Những nhận thức mới của Đại hội XI về phát huy dân chủ xã hội chủ nghĩa và sức mạnh đại đoàn kết toàn dân tộc	2
Trần Thị Diệu Oanh	Một số vấn đề về chính quyền địa phương theo Hiến pháp năm 1946	6
Đoàn Nhân Đạo	Những kĩ năng căn cơ của cán bộ, công chức trong xu thế hội nhập hiện nay	10
Lê Như Phong	Về hình thức liên kết đào tạo quốc tế sau đại học ở Việt Nam hiện nay	14
Phùng Văn Hiến	Đổi mới công tác quản lý đối với các dự án đầu tư từ ngân sách nhà nước cho đào tạo đại học và sau đại học	18
Cao Thị Thiên Phúc	PR Chính phủ Việt Nam đối với nhà khoa học	22
Nguyễn Đình Sơn	Chuyển đổi mục đích sử dụng đất nông nghiệp ở nước ta hiện nay	26
Phùng Đức Hiệp	Tăng cường quản lý nhà nước để phát triển làng nghề phục vụ mục tiêu xây dựng nông thôn mới	30
Nguyễn Hải Bằng	Phát triển thị trường khoa học và công nghệ ở nước ta hiện nay	33
Nguyễn Xuân Sơn	Đổi mới thủ tục hành chính trong việc tạo hoá đơn, phát hành hoá đơn	37
Bùi Văn Phú	Một số giải pháp quản lý nhà nước nhằm phát triển sản phẩm tiết kiệm năng lượng ở Việt Nam	40
Nguyễn Huy Chí	Tăng cường quản lý nhà nước đối với dự án đầu tư xây dựng cơ bản bằng vốn ngân sách nhà nước	43
Nguyễn Đức Kha	KINH NGHIỆM THỰC TIỄN	
Phạm Xuân Dương	Phát triển kinh tế - xã hội nước ta 6 tháng đầu năm 2011	45
Vũ Ngọc Hương	Tỉnh Thái Nguyên - 10 năm thực hiện cải cách hành chính	49
Lương Thu Thuý	Nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài ở TP. Hồ Chí Minh	53
Trần Thị Ngà	Phát triển kết cấu hạ tầng kĩ thuật, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và xoá đói giảm nghèo ở Sơn La	57
Bun Lý Say Thong Phết	Đảng bộ tỉnh Hà Giang lãnh đạo thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh	60
Nguyễn Quỳnh Nga	NHÌN RA NƯỚC NGOÀI	
Nguyễn Thái Trường	Thành tựu phát triển kinh tế nước CHDCND Lào trong quan hệ hợp tác với Việt Nam	64
Phạm Việt Thắng	Vai trò PR trong hoạt động của chính phủ một số nước	67
Nguyễn Viết Lộc	TÌNH HUỐNG QUẢN LÝ	
Nguyễn Thị Hạnh	Nguyễn Thái Trường - Nguyễn Thị Kim Thanh Về tình huống: Việc đến bù khi thu hồi đất có đúng pháp luật?	70
***	HÀNH CHÍNH DOANH NGHIỆP	
***	Trách nhiệm xã hội gắn với thực thi chiến lược phát triển của doanh nghiệp	74
***	Đặc trưng vận hoá doanh nhân Việt Nam	77
***	Công tác quản lý nhà nước tại các doanh nghiệp quốc phòng - thực trạng và hướng hoàn thiện	81
***	THÔNG TIN	
***	Một số hoạt động của Học viện Hành chính	85
***	Tổng thuật Hội thảo "Cải cách hành chính nhà nước ở Việt Nam dưới góc nhìn của các nhà khoa học"	86
***	GIỚI THIỆU SÁCH	
***	Lưu Kiếm Thanh Những bài học từ hai cuộc cải cách hành chính dưới triều vua Lê Thánh Tông và vua Minh Mệnh	90

Ảnh bìa 1: Khai mạc Quốc hội khoá XIII.

ĐẶC TRƯNG VĂN HOÁ DOANH NHÂN VIỆT NAM

ThS NGUYỄN VIỆT LỘC*

Sự phát triển về kinh tế trong thời kỳ mở cửa hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam đã tạo nên sự gia tăng nhanh chóng về số lượng doanh nghiệp và doanh nhân - những người đã có nhiều đóng góp, ảnh hưởng và tác động đến mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội.

Sau hơn 25 năm đổi mới, cùng với sự phát triển vượt bậc về kinh tế là sự gia tăng nhanh về số lượng, phong phú về loại hình, đa dạng về cơ cấu, biến đổi về nhân cách - văn hóa của cộng đồng doanh nhân. Với đặc trưng nghề nghiệp của mình, nhiều doanh nhân Việt Nam (DNVN) dám đương đầu với những thách thức, khát khao thành công, có tư duy đổi mới, nỗ lực học hỏi, hội nhập để ngày càng khẳng định tính chủ thể và vị thế của mình trong xã hội. Tuy nhiên, bên cạnh những thành công và đóng góp của doanh nhân, thực tiễn đã và đang nảy sinh nhiều vấn đề bất cập, bất cập khi mục đích lợi nhuận và hoạt động trong môi trường thể chế chưa đồng bộ, dẫn đến không ít doanh nhân có hành vi kinh doanh bất hợp pháp (làm hàng giả, trốn lậu thuế, gây ô nhiễm môi trường...); vấn đề đạo đức và trách nhiệm xã hội của doanh nhân; vấn đề tham nhũng mà trong đó, doanh nhân vừa là nạn nhân, vừa là tác nhân hay kẻ đồng lõa... Nghiêm trọng hơn, nếu có sự cấu kết và mưu cầu lợi ích riêng, các doanh nhân có thể tác động, chi phối, thao túng hệ thống hoạch định chính sách của Nhà nước, từ đó tạo nên một thế lực ngầm lũng đoạn nền kinh tế.

Thực tế hiện nay, "chúng ta đang thiếu và chưa định hình được một nền văn hoá doanh nhân, văn hóa doanh nghiệp nhằm đáp ứng nhu cầu cũng như sức ép của sự phát triển"¹. Việc xây dựng văn hoá doanh nhân (VHDN) sẽ là giải pháp thiết thực, hữu hiệu nhất nhằm định hướng hoạt động kinh doanh của doanh nhân một cách lành mạnh và theo đúng quỹ đạo, nhằm mục tiêu vừa tạo cơ sở cho doanh nghiệp phát triển bền vững, vừa đảm bảo sự hài hoà lợi ích cho toàn xã hội.

VHDN thực chất là cách gọi khác của nhân cách doanh nhân; là văn hoá của chủ thể tham gia vào tổ chức, điều hành các hoạt động sản xuất - kinh doanh, dịch vụ để phát triển kinh tế - xã hội; là văn hoá của mẫu người biết cách làm giàu cho mình và cho cộng đồng một cách có văn hoá. Chính vì vậy, VHDN sẽ là hệ thống giá trị của mẫu người kinh doanh đã được tích lũy qua thời gian.

Với quan điểm VHDN là tập hợp của hệ các giá trị làm nên mẫu người doanh nhân, nhiều nhà nghiên cứu đã cố gắng mô hình hóa các yếu tố cấu thành nhân cách - văn hoá DNVN thành các nhóm yếu tố. Các nhóm đó, có thể là: "Tâm", "Tài", "Trí", "Dũng" hay "Đức", "Trí", "Thế", "Phát" hay "Đức", "Trí", "Thế" và "Lợi"². Như vậy, việc phân nhóm hệ các giá trị VHDN có sự khác nhau nhưng trong các nhóm đó đều có chứa hai yếu tố nổi bật là *phẩm chất đạo đức* và *phẩm chất trí tuệ* của

* Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội.

HÀNH CHÍNH DOANH NGHIỆP

doanh nhân.

1. Phẩm chất đạo đức của doanh nhân Việt Nam.

Trong xã hội truyền thống và văn hoá Việt Nam, đạo đức luôn là yếu tố phẩm chất được coi trọng của nhân cách con người. Đạo đức được coi là "gốc rễ", là giá trị nền tảng của con người Việt Nam. Trong xã hội hiện đại, xuất hiện hai "cuộc sống", đó là, *cuộc sống "gia đình và xã hội"* và *cuộc sống "nghề nghiệp"* có mối quan hệ chặt chẽ, tác động qua lại lẫn nhau. Cuộc sống nghề nghiệp ngày càng có xu hướng ảnh hưởng lớn đến cuộc sống gia đình và xã hội. Các nguyên tắc đạo đức xã hội phổ biến, truyền thống thường chi phối chung và chi phối chủ yếu đến cuộc sống gia đình và xã hội; trong khi đó, cuộc sống nghề nghiệp có những đặc trưng riêng. Doanh nhân là một nghề đặc biệt. Đạo đức của doanh nhân chịu sự ảnh hưởng chính của đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp mà doanh nhân đó sống và làm việc³. Xét từ những khía cạnh trên, có thể rút ra một số nhận định về đạo đức của DNVN như sau:

Một là, đạo đức của DNVN bao gồm các yếu tố: lòng yêu nước, tự tôn dân tộc; tuân thủ pháp luật; tình nhân ái, thân thiện; tín; trung thực; làm việc thiện; ý thức bảo vệ môi trường; cần cù, chịu khó; tiết kiệm; giản dị, gương mẫu; chống tham nhũng, hối lộ; không ích kỷ hại người; tinh thần liên kết, hợp tác...

Hiện nay, cộng đồng DNVN đã hình thành, phát triển mạnh mẽ và ngày càng được xã hội tôn trọng, khẳng định hơn những đóng góp cho sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội. Song, hệ thống giá trị quan niệm về đạo đức DNVN mới chỉ manh nha, tự phát, chưa được xây dựng thành các hệ giá trị quan niệm và được xã hội thừa nhận. Điều này rất khác so với các quốc gia phát triển. Có thể xem xét, đánh giá DNVN qua các thời kì phát triển của đạo đức kinh doanh: thời kì trước năm

1960, xã hội phương Tây "trăn trở" với vấn đề "kinh doanh phải có đạo đức"; những năm 70, "đạo đức kinh doanh" hình thành và là một lĩnh vực mới; những năm 80, "thống nhất quan điểm về đạo đức kinh doanh"; những năm 90, "thể chế hoá đạo đức kinh doanh" và hiện nay, đạo đức kinh doanh đã trở nên yếu tố cho tồn tại và phát triển bền vững.

Như vậy, vấn đề đạo đức kinh doanh Việt Nam nói chung và đạo đức DNVN mới ở mức độ được xã hội và bản thân doanh nhân thừa nhận, chưa được đầu tư xây dựng và thể chế nó để từng bước hình thành hệ giá trị quan niệm của xã hội.

Hai là, Việt Nam là quốc gia nằm trong khu vực văn hoá Đông Á có truyền thống lịch sử hàng ngàn năm với những đặc điểm nổi bật là tinh thần yêu nước, trí thông minh, ham học hỏi, cần cù, chịu khó. Là một trong những quốc gia chịu ảnh hưởng của văn hoá Khổng giáo như lòng trung thành, tính hiếu học, tính tiết kiệm và tinh thần dân tộc cao..., nên DNVN ngày nay luôn thể hiện sự phát huy cao độ tinh thần tự tôn dân tộc, tinh thần yêu nước trong hoạt động sản xuất - kinh doanh, sẵn sàng mở rộng thị trường, từng bước khẳng định trên thương trường.

Ba là, về vấn đề thể chế, đặc biệt là thể chế chính trị và kinh tế có ảnh hưởng rất lớn đến nhân cách và VHDN. Việc đấu tranh chống tham nhũng, hối lộ chưa đem lại hiệu quả cao, dẫn đến tâm lý e ngại, thậm chí lảng tránh, điều này xảy ra ở cả doanh nhân và người dân. Do vậy, tính tuân thủ pháp luật của DNVN chưa cao.

Bốn là, về tinh thần liên kết hợp tác, phong cách làm việc của DNVN còn chưa chuyên nghiệp, cung cách làm ăn nhỏ lẻ, thói quen tùy tiện.

Quy mô nền kinh tế Việt Nam còn nhỏ bé, hội nhập kinh tế chưa sâu rộng, gần 73% dân số sống ở nông thôn, 97% doanh nghiệp là nhỏ và vừa (77% doanh nghiệp

có vốn dưới 5 tỉ đồng; 57% doanh nghiệp chỉ có số lao động dưới 10 người). Những báo cáo điều tra gần đây cho thấy, các doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều hạn chế trong cạnh tranh trên thương trường quốc tế. Một trong những nguyên nhân gây nên tình trạng này là tính liên kết giữa các doanh nghiệp còn yếu, phong cách làm ăn manh mún, nhỏ lẻ, chạy theo lợi nhuận trước mắt, ít nghĩ đến cục diện chung. Việc liên kết để đáp ứng những đơn đặt hàng lớn chỉ thuận lợi trong những bước đầu, sau đó các doanh nghiệp thường tìm cách xé lẻ, dành riêng hợp đồng. Nhiều doanh nghiệp không có khả năng tổ chức thực thi sản phẩm - kinh doanh với quy mô lớn...

2. Phẩm chất trí tuệ của doanh nhân Việt Nam.

Để khẳng định rõ những doanh nhân thành công trong thời đại ngày nay, cần phải có các phẩm chất trí tuệ. Hai chỉ số thường được dùng để đo lường trí tuệ của doanh nhân đó là chỉ số thông minh (IQ) và chỉ số trí tuệ cảm xúc (EQ). Kinh doanh trong thời đại toàn cầu hoá và đa văn hoá hiện nay, chỉ số EQ của doanh nhân rất được coi trọng. Thậm chí được các học giả và doanh nhân đánh giá là yếu tố quyết định cho việc duy trì "sức khoẻ" và kích thích tăng trưởng của một doanh nghiệp.

Thứ nhất, các khía cạnh phản ánh cả về trí thông minh và trí tuệ cảm xúc của doanh nhân bao gồm: ý chí phấn đấu; tầm nhìn; kiến thức chuyên môn; kỹ năng lãnh đạo; ứng xử linh hoạt, khôn ngoan; khả năng hội nhập quốc tế, dám chấp nhận rủi ro...

Trí tuệ của DNVN được các nhà nghiên cứu đánh giá cao hơn rất nhiều so với thời kỳ trước (trước năm 1986). Đội ngũ doanh nhân này phân đông là trẻ tuổi (theo khảo sát gần đây, có khoảng 58% là trong độ tuổi từ 30-50; trong đó, khoảng 25% là doanh nhân nữ)⁴; được đào tạo chuyên sâu, được đào tạo ở nước ngoài. Xét trong toàn thể cộng đồng dân cư Việt Nam thì

doanh nhân thuộc cộng đồng có trí tuệ cao. Tuy nhiên, theo đánh giá của các nhà nghiên cứu trên thế giới, phẩm chất trí tuệ của DNVN chỉ ở mức độ thấp so với các nước phát triển. Nhận định này phù hợp với thực tiễn khi cộng đồng DNVN ngày nay có sự phân hóa rõ rệt, tầng lớp doanh nhân trẻ được đào tạo bài bản, có tầng lớp doanh nhân lập nghiệp theo kinh nghiệm, trưởng thành và trải qua các thời kỳ chiến tranh, kinh tế tập trung trước đổi mới - thời kỳ mà cơ hội hội nhập, học hỏi, tiếp thu công nghệ quản lý còn hạn chế.

Thứ hai, dám đương đầu với rủi ro là phẩm chất trí tuệ được cho là có ở mức độ khá cao ở DNVN. Chúng ta đều biết rằng dám đổi mới, dám làm, dám chịu, dám chấp nhận rủi ro là những đòi hỏi phẩm chất hàng đầu của doanh nhân. Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng của Việt Nam, các doanh nhân muốn tồn tại và phát triển phải luôn đổi mới, sáng tạo, tạo dựng những "đại dương xanh" trên những khoảng trống của thị trường.

Thứ ba, ở DNVN còn thể hiện rõ sự năng động, linh hoạt, thích ứng nhanh nhưng về năng lực dự báo và năng lực hoạch định chiến lược thì còn nhiều hạn chế. DNVN thừa hưởng lối tư duy truyền thống của nền văn hoá nông nghiệp lúa nước, với đời sống, sản xuất phụ thuộc nhiều vào thiên nhiên, dẫn đến cách thức tổ chức sản xuất theo lối linh hoạt, luôn biến báo cho thích hợp với hoàn cảnh cụ thể; mềm dẻo trong ngoại giao, đàm phán. Tuy nhiên, trong "thương trường", tính linh hoạt của doanh nhân chưa thực sự được phát huy và vận dụng hiệu quả. Tính linh hoạt của doanh nhân mới chỉ dừng lại ở mức đối phó với những biến động, khó khăn mang tính ngắn hạn, tính bột phát và nhiều khi là vì lợi ích cục bộ, chứ chưa phát huy ở mức độ tạo dựng thành giá trị văn hoá, tạo nên thế mạnh đặc trưng của DNVN khi làm ăn với bè bạn quốc tế.

HÀNH CHÍNH DOANH NGHIỆP

Thậm chí, tính linh hoạt có lúc biến thành "xảo hoạt, lèo lái" gây nên ấn tượng và suy nghĩ không tốt về doanh nhân trong cộng đồng xã hội.

Văn hoá là sản phẩm sáng tạo của con người, được tích lũy trong quá trình phát triển. Vì đó, VHDN chính là toàn bộ các yếu tố văn hoá mà các doanh nhân chọn lọc, tạo ra, sử dụng và biểu hiện chúng trong quá trình hoạt động kinh doanh của mình. Do vậy, điều quan trọng đối với các doanh nhân là phải thường xuyên biết sáng tạo, chọn lọc những yếu tố văn hoá tiến bộ, phù hợp từ những yếu tố văn hoá truyền thống cũng như tiếp biến các văn hoá khác để biến thành nội lực cho phát triển sản xuất - kinh doanh. Mặt khác, trong xu thế toàn cầu hoá kinh tế hiện nay, cạnh tranh quốc tế ngày càng trở nên gay gắt; môi

trường kinh doanh biến đổi nhanh, tác động làm nâng các chuẩn mực văn hoá lên cao thì xây dựng văn hoá kinh doanh nói chung và VHDN nói riêng sẽ giúp cho các doanh nghiệp Việt Nam có khả năng cạnh tranh và thích nghi tốt để tồn tại và phát triển □

Chú thích:

1. PGS.TS Dương Thị Liễu: *Văn hoá doanh nhân trên địa bàn Hà Nội*, (Đề tài cấp Bộ, MS: B2006-06-18), 2007, tr. 20.

2. PGS.TS Phùng Xuân Nha: *Nhân cách doanh nhân và văn hoá kinh doanh ở Việt Nam trong tiến trình đổi mới và hội nhập quốc tế*, 2010. Đề tài Nhà nước, mã số: KX.03.06/06-10.

3. PGS.TS Nguyễn Mạnh Quân: *Đạo đức Kinh doanh và Văn hoá Công ty*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, tr. 17.

4. Tạ Thị Ngọc Thảo: *Doanh nhân Việt Nam thời đại toàn cầu hoá*, <http://www.doanhnhan360.com>.

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI GẮN VỚI THỰC THI...

(Tiếp theo trang 76)

Đồng thời, để tăng cường vị thế trên thương trường và gắn với chiến lược xuất khẩu các sản phẩm May 10 sang thị trường Mỹ và các nước EU, Công ty đã thực hiện thành công các bộ tiêu chuẩn về hệ thống quản lý chất lượng phù hợp tiêu chuẩn ISO 9.000; hệ thống quản lý môi trường phù hợp tiêu chuẩn ISO 14000 và hệ thống TNXH phù hợp tiêu chuẩn SA 8000. Với những chứng chỉ về hệ thống quản lý phù hợp gồm 3 tiêu chuẩn này, các sản phẩm May 10 thực sự đã tạo được rất nhiều lợi thế để vượt qua các rào cản thương mại tại thị trường Mỹ và các nước EU.

Như vậy, chúng ta có thể thấy, nhiệm vụ của việc làm cho TNXH trở thành yếu tố hỗ trợ cho chiến lược phát triển của DN, nói cách khác là gắn TNXH với thực thi chiến lược không phải việc dễ dàng và khó có thể làm được trong một sớm một chiều.

Quy mô của DN càng lớn thì càng cần nhiều thời gian để tạo ra sự gắn kết giữa TNXH và thực thi chiến lược. Vì vậy, các DN Việt Nam cần nghiên cứu và có những định hướng đúng đắn về chiến lược TNXH của mình trong chặng đường sắp tới nhằm hướng vào việc thực thi chiến lược phát triển DN một cách hiệu quả và bền vững □

Tài liệu tham khảo

1. Lê Đăng Doanh (2009). *Một số vấn đề TNXH của DN ở Việt Nam* - Tạp chí Triết học, 3-2009.

2. Dương Thị Liễu (chủ biên) (2009). *Văn hoá kinh doanh* - NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

3. Hoàng Văn Hải (chủ biên) (2010). *Quản trị chiến lược* - NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

4. Michel Capron và Francoise Quairel-Lanoizelée (2009). *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp* - NXB Tri thức.

5. Nguyễn Đình Cung, Lưu Minh Đức (2008). *TNXH của DN: Một số vấn đề lý luận và yêu cầu đổi mới trong quản lý nhà nước ở Việt Nam* - Tạp chí Quản lý kinh tế, số 23-2008.