

# CÔNG NGHIỆP

ẤN PHẨM CHUYÊN VỀ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG

Website: [www.tapchicongnghiep.vn](http://www.tapchicongnghiep.vn)

Công nghiệp  
*Tiếp thị*  
Industrial Marketing  
RA NGÀY 20 HÀNG THÁNG

TS. Cao Sĩ Kiêm:

**"Bắt bệnh"**  
văn hóa kinh doanh

*Bông hoa*  
của một làng nghề

SỐ 52 (10/2011) BỘ MỚI



Chủ tịch Hội đồng biên tập  
**NGUYỄN NAM HAI**  
Thứ trưởng Bộ Công Thương

Các ủy viên

**NGUYỄN TIẾN VY**

Vụ trưởng Vụ Kế hoạch

**NGUYỄN ĐÌNH HIỆP**

Vụ trưởng Vụ Khoa học và Công nghệ

**TS. DƯƠNG ĐÌNH GIÁM**

Tổng biên tập - ĐT: (04) 2221.8228

**TS. NGUYỄN MẠNH HÙNG**

Phó Tổng biên tập - ĐT: (04) 2221.8221

**Nhà báo NGUYỄN ĐỪNG**

Phó Tổng biên tập - ĐT: (04) 2221.8232

Trưởng Ban Thư ký biên tập

**NGÔ THỊ DIỆU THÚY**

Trưởng Ban biên tập

**NGUYỄN HỒ NGA**

Phó trưởng Ban biên tập

Phụ trách Ấn phẩm

**NGUYỄN PHƯƠNG THẢO**

ĐT: (04) 2221.8232 \* 0912.285699

Email: thaonp@moit.gov.vn

Toà soạn

Tầng 2, Tòa nhà 91 Đinh Tiên Hoàng,

Quận Hoàn Kiếm, TP. Hà Nội

ĐT Ban Biên tập: 04.22218230

ĐT Ban Trị sự: 04.22218238

Fax: 04.22218237

ĐT Ban Chuyên đề: 04.22218239

ĐT Ban Thông tin truyền thông:

ĐT: 04.22218229

Email: tccongnghiep@yahoo.com.vn

Website: www.tapchicongnghiep.vn

Văn phòng đại diện tại TP. Hồ Chí Minh:

Số 35-37 (lầu 1) đường Võ Văn Kiệt,

P. Nguyễn Thái Bình, Q.1, TP. Hồ Chí Minh

ĐT: (08) 38213488 - (08) 22194912

Fax: (08) 38213478

Email: vpdttapchicongnghiep@gmail.com

Trưởng VPĐD Phạm Nam Trung

Thường trú khu vực miền Trung và Tây Nguyên:

12/16 Trần Thị Kỳ, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định

ĐT: (056) 2211.878, Fax: (056) 3823.374

Giấy phép hoạt động báo chí

số 60GP/BVHTT Cấp ngày 29/1/2002

Trình bày: Duy Kiên

In tại Công ty CP In & TM Đông Bắc



ISSN 1859-3976

**SỐ 52 (10-2011)**

### SỰ KIỆN-VẤN ĐỀ

8. Tập đoàn CN Than - Khoáng sản VN: Giữ vững vị trí doanh nghiệp trụ cột...

10. Điều hành giá xăng dầu nhất quán, từng bước theo cơ chế thị trường

12. Bình ổn giá thị trường hàng thực phẩm: Căn hình thành chuỗi cung ứng bền vững

16. Đẩy mạnh liên kết, hợp tác...

### DIỄN ĐÀN

22. Hệ giá trị văn hóa doanh nhân Việt Nam trong bối cảnh...

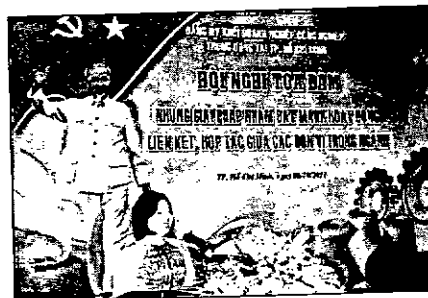
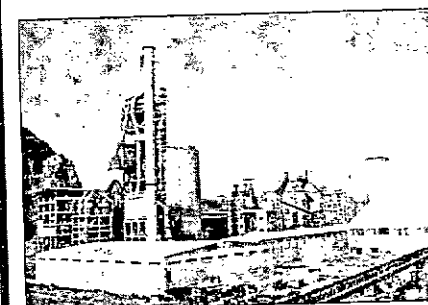
24. Nhà nước cần có các chính sách ưu tiên công nghiệp hỗ trợ...

### KINH TẾ ĐỊA PHƯƠNG

26. Phát triển sản phẩm công nghiệp chủ lực Thủ đô:...

### DIỆN HẠT NHÂN

30. Hoạt động của Việt Nam...



### HỘI NHẬP QUỐC TẾ

32. Văn hóa kinh doanh của Nhật Bản

### DOANH NGHIỆP-DOANH NHÂN

34. Văn hóa doanh nghiệp là yếu tố then chốt để Petroimex phát triển

36. Công ty Truyền tải điện 2:...

38. Công ty Diesel Sông Công: Bảo vệ môi trường...

### GƯƠNG SÁNG NGÀNH CÔNG THƯƠNG

42. Doanh nghiệp Cơ khí Sông Hậu...

### MÔI TRƯỜNG-SXSH

46. Nhà máy phát điện nhiệt dư - Xi măng Sông Thao:...

### XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

48. Sôi nổi các hoạt động xúc tiến thương mại tại thị trường châu Âu

### VĂN HÓA XÃ HỘI

54. Phụ nữ ngành Công nghiệp Việt Nam...

[Giá: 12.000 đ]

# Hệ giá trị văn hóa doanh nhân Việt Nam trong bối cảnh đổi mới và hội nhập

THS. NGUYỄN VIỆT LỘC

Trường Đại học Kinh tế - ĐH Quốc gia Hà Nội

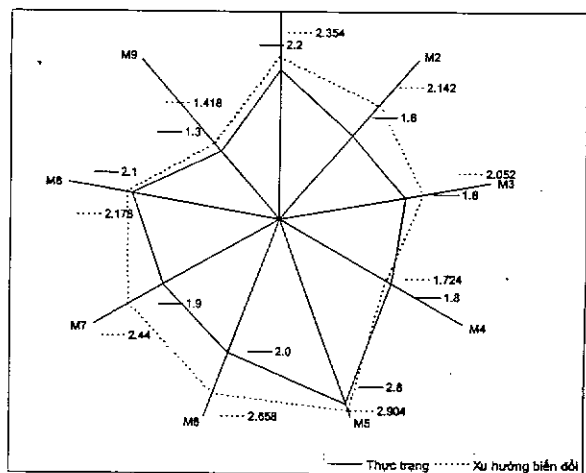
Thời gian qua, cùng với sự tái sinh cộng đồng doanh nhân trong bối cảnh đổi mới và hội nhập quốc tế (HNQT) thì văn hóa doanh nhân (VHDN) nổi lên là một vấn đề rất được quan tâm.

Các nghiên cứu thường có quan điểm xem VHDN từ góc độ đặc tính văn hóa của một cộng đồng nghề nghiệp hoặc hệ giá trị điều tiết, định hướng cộng đồng người làm nghề kinh doanh. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trong và ngoài nước, chúng tôi đã chung đúc nên hệ giá trị VHDN Việt Nam theo đặc trưng nghề nghiệp gồm chín yếu tố như sau: i) Nắm bắt cơ hội kinh doanh: (M1) Khát vọng kinh doanh, (M2) Khả năng tìm kiếm, tạo dựng và nắm bắt cơ hội kinh doanh; ii) Dám chấp nhận rủi ro: (M3) Độc lập, quyết đoán, tự tin, (M4) Dám làm, dám chịu trách nhiệm; iii) Sáng tạo - đổi mới: (M5) Linh hoạt, chủ động, (M6) Luôn có tư tưởng mới, phương pháp mới, hướng giải quyết vấn đề mới; iv) Thành quả bền vững: (M7) Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội (TNXH) của doanh nhân, (M8) Tính bền bỉ (ý chí quyết tâm, sức khỏe thể chất và sức khỏe tinh thần tốt), (M9) Đạt được thành quả về kinh tế.

Hệ chín yếu tố giá trị VHDN ở trên có mối quan hệ biện chứng với nhau. Chúng là các yếu tố giá trị biểu hiện tố chất, năng lực, đạo đức của doanh nhân. Các yếu tố có thể đánh giá ở mức độ mạnh - yếu hay trình độ thấp - cao khác nhau. Sự đánh giá các yếu tố phụ thuộc rất nhiều vào hệ giá trị quan niệm của xã hội, đồng thời biểu hiện trong thực tiễn của mỗi yếu tố ở mỗi doanh nhân hay cộng đồng doanh nhân. Để bước đầu đánh giá VHDN Việt Nam theo hệ giá trị đó, chúng tôi đã tiến hành khảo sát bằng bảng hỏi với 500 phiếu điều tra trong cả nước (trong đó có 150 là doanh nhân, và 350 người là các đối tượng khác như: cán bộ nhà nước, người dân...). Qua kết quả khảo sát thực tiễn đã cho một số nhận định như sau:

## 1. Điểm mạnh và điểm yếu của doanh nhân Việt Nam theo hệ giá trị VHDN Việt Nam

Trong chín yếu tố nêu trên thì các yếu tố Linh hoạt chủ động (M5), Khát vọng kinh doanh (M1) là hai yếu tố có ở doanh nhân Việt Nam được đánh giá cao nhất. "Linh hoạt chủ động" và "Tư tưởng mới, phương pháp mới, hướng giải quyết vấn đề mới" là hai yếu tố phản ánh tính Sáng tạo - đổi mới của doanh nhân. Như vậy, yếu tố sáng tạo - đổi mới của doanh nhân Việt Nam được đánh giá khá cao. Điều này là phù hợp với đặc trưng giá trị con người Việt



Hình 1: Sơ đồ mạng nhện mô phỏng thực trạng và xu hướng biến đổi VHDN Việt Nam

Nam như các nhà nghiên cứu đã nhận định, con người Việt Nam vốn được cho là thông minh, sáng tạo, linh hoạt, mềm dẻo, có khả năng thích nghi cao.

Các yếu tố được đánh giá là yếu - hạn chế ở doanh nhân Việt Nam là, Thành quả kinh tế (M9), Khả năng tìm kiếm, tạo dựng và nắm bắt cơ hội kinh doanh (M2) và Dám làm, dám chịu trách nhiệm (M4). Doanh nhân Việt Nam được cho là có tư duy sáng tạo và đổi mới, nhưng bề dày về kinh doanh, kiến thức về kinh doanh, khả năng ứng dụng công nghệ về thu thập, phân tích, xử lý thông tin cũng như khả năng sử dụng các định chế chính thức cung cấp, tư vấn và xử lý thông tin, hỗ trợ, xúc tiến trong kinh doanh để tăng tính dự báo thị trường còn hạn chế. Bên cạnh đó, chúng ta mới mở cửa, HNQT, khả năng tiếp thu kinh nghiệm nước ngoài dù nhanh nhưng chưa đủ. Mặt khác, với đặc trưng phần lớn là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, khả năng tài chính hạn hẹp, đầu tư cho nghiên cứu và phát triển hạn chế cũng là những nguyên nhân của những yếu kém đó.

Kết quả đánh giá về xu hướng biến đổi của chín yếu tố hệ giá trị VHDN Việt Nam cho thấy có sự tăng đều ở phần lớn các yếu tố. Điều này lý giải sự đánh giá lạc quan của người được hỏi về VHDN Việt Nam sẽ ngày một tốt lên. Những yếu tố được cho là có mức độ biến đổi nhanh

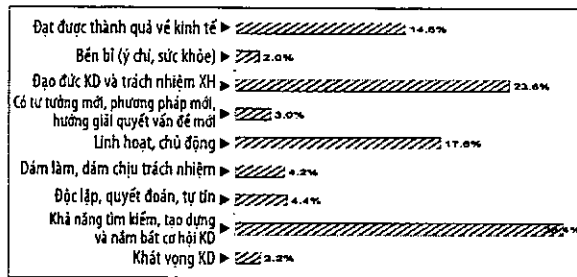
nhất là Khả năng tìm kiếm, tạo dựng và nắm bắt cơ hội (M2), Đạo đức kinh doanh và TNXH (M7) và Có tư tưởng mới, phương pháp mới và hướng giải quyết vấn đề mới (M6). Kết quả này là phù hợp, bởi vì, với bản chất sáng tạo - đổi mới, thêm vào đó cơ cấu cộng đồng doanh nhân Việt Nam ngày nay đang có sự biến đổi nhanh về chất, trong những năm tới, khi các doanh nhân trẻ ngày nay trưởng thành thì những yếu kém, tác động tiêu cực do truyền thống, văn hóa sẽ giảm dần và thay vào đó là những tư tưởng, tinh thần, giá trị mới phù hợp với thời đại được thu nhận, tiếp biến sẽ giúp cho cộng đồng doanh nhân phát triển nhanh chóng hơn.

Để dễ hình dung về điểm mạnh, điểm yếu và xu hướng biến đổi các yếu tố giá trị VHDN Việt Nam, chúng tôi sử dụng phương pháp mô phỏng bằng sơ đồ mạng nhện và cho kết quả như hình 1.

## 2. Đánh giá yếu tố quan trọng nhất của hệ VHDN Việt Nam trong bối cảnh đổi mới và hội nhập.

Yếu tố được đánh giá quan trọng nhất là khả năng tìm kiếm, tạo dựng và nắm bắt cơ hội kinh doanh (M2); yếu tố được lựa chọn tiếp theo là đạo đức kinh doanh và TNXH (M7). Kinh doanh trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế ngày nay là hết sức khốc liệt. Tuy chúng ta đang ở thời kỳ đầu của mở cửa, hội nhập, song các doanh nhân đã cảm nhận được tính chất của môi trường cạnh tranh mới. Khi sức cạnh tranh tăng cao, yếu tố bất định của thị trường lớn, giành giật cơ hội kinh doanh sẽ trở nên khó khăn hơn. Lựa chọn yếu tố (M2) là quan trọng nhất trong bối cảnh kinh doanh hiện nay là hợp lý. Sức cạnh tranh cao khiến doanh nghiệp, doanh nhân bên cạnh việc tăng cường khả năng tìm kiếm, tạo dựng cơ hội kinh doanh thì phải luôn đảm bảo tính bền vững; yếu tố mang lại tính bền vững cho doanh nghiệp, doanh nhân đã được khẳng định chính là đạo đức kinh doanh và TNXH (M7). Đồng thời, các nghiên cứu cũng đã chỉ ra rằng, trong thời đại toàn cầu

Biểu đồ 1: Đánh giá vai trò quan trọng của các yếu tố cấu thành VHDN Việt Nam trong bối cảnh kinh doanh hiện nay



(Nguồn: Từ số liệu điều tra khảo sát của tác giả năm 2011)

hóa và hội nhập quốc tế ngày nay thì đạo đức kinh doanh, TNXH sẽ vừa là yếu tố tạo nên tính bền vững cho hoạt động của doanh nghiệp/doanh nhân, vừa là yếu tố điều kiện để gia nhập, mở rộng thị trường - vươn ra thị trường quốc tế.

Trong kết quả nhận định về thực trạng các yếu tố cho thấy, cả hai yếu tố (M2) và (M7) đều được đánh giá là đang ở mức thấp (M2 đứng thứ 8/9 và M7 đứng thứ 5/9). Thực trạng và đánh giá vai trò quan trọng của hai yếu tố này là một vấn đề mà doanh nhân Việt Nam phải hết sức lưu tâm để có chiến lược thích ứng khắc phục yếu điểm.

Với quan điểm VHDN là hệ giá trị làm nên mẫu người doanh nhân, chúng tôi đưa ra cách tiếp cận mới về VHDN qua hệ giá trị cấu thành. Hệ giá trị gồm chín yếu tố đã nêu mang tính định hướng giá trị cao; có thể đo lường được về mức độ của từng yếu tố và mô phỏng qua phương pháp sử dụng sơ đồ mạng nhện. Đây sẽ là một công cụ có thể giúp phát hiện những điểm mạnh - nổi trội, những điểm yếu - hạn chế trong mỗi một cá nhân doanh nhân nói riêng và cộng đồng doanh nhân Việt Nam nói chung, từ đó, giúp họ phát huy những điểm mạnh, hạn chế những điểm yếu tạo nên sự thích ứng ngày càng tốt với điều kiện môi trường toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế ngày nay. ❖



## Sửa đổi quy định đối với thủ tục cấp C/O

Ngày 10 tháng 10 năm 2011, Bộ Công Thương ban hành Thông tư số 37/2011/TT-BCT về sửa đổi Thông tư số 36/2010/TT-BCT ngày 15 tháng 11 năm 2010 của Bộ Công Thương thực hiện Quy tắc Thủ tục cấp và kiểm tra xuất xứ sửa đổi và Quy tắc cụ thể mặt hàng theo hệ thống hài hòa phiên bản 2007 trong Hiệp định Thương mại hàng hóa thuộc Hiệp định Khung về Hợp tác kinh tế toàn diện giữa Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á và nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa.

Theo đó, Thông tư số 37/2011/TT-BCT sửa đổi Điều 11, Phụ lục 2 của Thông tư số 36/2010/TT-BCT đối với thủ tục cấp C/O, theo đó C/O mẫu E có thể được cấp trước hoặc tại thời điểm xuất khẩu. Trường hợp ngoại lệ khi C/O mẫu E không được cấp vào thời điểm xuất khẩu hoặc sau ba (03) ngày tính từ ngày xuất khẩu, theo yêu cầu của nhà xuất khẩu, C/O mẫu E có thể được cấp sau phù hợp với quy định của bên xuất khẩu trong thời hạn mười hai (12) tháng kể từ ngày hàng được chất lên tàu và phải đánh dấu vào ô số 13 nơi có dòng chữ "ISSUED RETROACTIVELY". Trong trường hợp đó, nhà nhập khẩu hàng hóa đã khai báo xin hưởng ưu đãi thuế quan đối với hàng hóa đó có thể nộp C/O mẫu E cấp sau cho cơ quan Hải quan Bên nhập khẩu, phù hợp với quy định của Bên nhập khẩu". Thông tư này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 25/11/2011.

PV