

Thủ tướng phát động xây dựng văn hoá doanh nghiệp

09:07 08/11/2016

Tối 7/11, tại Hà Nội, Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc đã dự và phát biểu tại lễ công bố Ngày Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam - 10/11 và phát động cuộc vận động “Xây dựng văn hóa doanh nghiệp Việt Nam”. Xin trân trọng giới thiệu toàn văn phát biểu của Thủ t

THCL Tối 7/11, tại Hà Nội, Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc đã dự và phát biểu tại lễ công bố Ngày Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam - 10/11 và phát động cuộc vận động “Xây dựng văn hóa doanh nghiệp Việt Nam”. Xin trân trọng giới thiệu toàn văn phát biểu của Thủ tướng



Thưa các quý vị đại biểu,

Thưa cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam,

Người ta thường nói để cạnh tranh thành công trên thương trường thì sự khác biệt là rất quan trọng. Hai doanh nghiệp có thể cùng sản xuất ra một loại sản phẩm, có công nghệ giống hệt nhau nhưng khách hàng sẽ chọn mua sản phẩm

từ doanh nghiệp này mà không mua của doanh nghiệp kia. Bởi lẽ họ tin vào cách ứng xử, các nguyên tắc kinh doanh, tính cam kết và tính chuyên nghiệp của doanh nghiệp này hơn doanh nghiệp kia. Văn hóa doanh nghiệp là linh hồn của thương hiệu, là yếu tố khác biệt bền vững của doanh nghiệp. Một thương hiệu tốt không chỉ là tài sản của doanh nghiệp mà còn là tài sản của quốc gia. Mọi quốc gia đều ra sức bảo vệ những thương hiệu của mình. Đó là lý do Chính phủ kiến tạo ngày nay rất quan tâm đến chủ đề văn hóa doanh nghiệp, văn hóa kinh doanh và đạo đức doanh nhân. Và ngày hôm nay tôi rất vui mừng có mặt tại đây để cùng tham dự lễ công bố Ngày Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam – 10 tháng 11 và phát động Cuộc vận động xây dựng văn hóa doanh nghiệp Việt Nam. Đây là một sự kiện quan trọng và có ý nghĩa to lớn không chỉ đối với đội ngũ doanh nhân và cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam mà còn có ý nghĩa với người dân và toàn xã hội.

Đối với dân tộc Việt Nam ta, hàng ngàn năm lịch sử đã đem lại cho chúng ta một nền văn hóa sâu sắc, thấm sâu vào mọi ứng xử, suy nghĩ của mỗi người. Những đặc trưng của văn hóa Việt Nam đó là lòng yêu nước, tinh thần cộng đồng nhân ái, khoan dung, tính cần cù, giản dị, khả năng thích ứng nhanh với hoàn cảnh, ý chí tự lực, tự cường. Trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc, văn hóa Việt Nam là yếu tố quan trọng giúp chúng ta đạt được nhiều kỳ tích. Những giá trị văn hóa đó vô cùng quý giá để hình thành nền văn hóa doanh nghiệp Việt.

Khi nhìn ra thế giới, chúng ta sẽ nhận thấy không một cường quốc kinh tế nào mà không có một nền văn hóa doanh nghiệp đặc sắc. Tại sao những quán ăn của Nhật Bản, Hàn Quốc lại có thể chinh phục khách hàng trên khắp thế giới? Tại sao những tập đoàn như Toyota, Sony, Samsung, Apple, Ford... có thể tồn tại và phát triển nhiều thập niên thậm chí cả trăm năm và khi gặp khủng hoảng, họ vẫn có thể đứng dậy, vượt lên... Một trong những lý giải rất quan trọng là họ có một nền tảng văn hóa doanh nghiệp rất mạnh, thậm chí có những thương hiệu đã trở thành biểu tượng của một quốc gia. Những thương hiệu đó đại diện cho những giá trị về sức sáng tạo, tính kỷ luật, sự tiên phong, trách nhiệm xã hội... Việt Nam ngày nay cũng có những thương hiệu được xây dựng dựa trên những cam kết về giá trị và các nguyên tắc phát triển bền vững, có thể kể ra một vài cái tên như FPT, TH Truemilk, Vinamilk, Viettel, VNPT, Công ty cổ phần xây dựng Coteccons, Công ty ô tô Trường Hải, Hãng hàng không quốc gia Việt Nam, Hãng hàng không Vietjet v.v... Nhờ việc đề cao những nguyên tắc và giá trị tiến bộ, phù hợp với xu thế của thời đại mà chúng ta đã có những sản phẩm hiện diện ở những thị trường khó tính, được khách hàng trên khắp thế giới đón nhận.

Nếu như doanh nghiệp Mỹ có đặc trưng của tính tự do, phóng khoáng, có thiên hướng thực dụng; doanh nghiệp Nhật có tính kỷ luật, sự tận tụy và tinh thần hợp tác mang thiên hướng gia đình; doanh nghiệp Hàn Quốc có đặc trưng là trung thành, trách nhiệm, tính cam kết cộng đồng rất cao; doanh nghiệp Đức thể hiện tính chính xác, thận trọng, kỷ luật và thực tế. Vậy nét văn hóa của doanh nghiệp Việt Nam là gì? Tôi nghĩ đó là câu hỏi mà tự mỗi doanh nghiệp sẽ có câu trả lời của riêng mình. Nhưng tôi cho rằng các nguyên tắc cơ bản hay nói cách khác là những giá trị cốt lõi chính là nền tảng, là sức sống của văn hóa doanh nghiệp. Những nguyên tắc hay giá trị đó có thể là: “liêm chính”, “sáng tạo”, “chuyên nghiệp”, “tận tụy” hay “trách nhiệm môi trường”, v.v... Chừng nào xã hội, khách hàng còn tin vào những giá trị và nguyên tắc này của một doanh nghiệp thì doanh nghiệp đó còn có cơ hội phát triển lớn mạnh. Văn hóa doanh nghiệp, văn hóa kinh doanh lành mạnh, tiên tiến, phù hợp với các xu thế của thời đại chính là chiếc cầu nối hữu hiệu nhất để chúng ta hòa nhập, hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới.

Tôi xin nhấn mạnh một điều với các đồng chí và các bạn là: Đánh mất văn hóa nói chung và văn hóa doanh nghiệp nói riêng là đánh mất chính mình. Làm gì có tổn thất nào lớn hơn và khó khắc phục hơn là tổn thất đó. Ông bà mình đã từng nói rất đúng: Đánh mất niềm tin và mất tất cả. Văn hóa của doanh nghiệp cũng chính là niềm tin của khách hàng.

Văn hóa doanh nghiệp không chỉ là hình ảnh doanh nghiệp mà còn là hình ảnh quốc gia, nhất hạn là khi chúng ta tham gia vào các hiệp định song phương, đa phương... Tôi lấy ví dụ, sau này, khi chúng ta phê chuẩn TPP và hiệp định này có hiệu lực, những doanh nghiệp nào không tôn trọng quyền lợi người lao động, gây ô nhiễm môi trường (tức là vi phạm những nguyên tắc và giá trị cốt lõi), v.v... thì sẽ không được hưởng các ưu đãi TPP, không có khả năng làm ăn với các đối tác TPP. Trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, chúng ta càng phải khuyến khích áp dụng những tiêu chuẩn đạo đức trong làm ăn kinh tế, khuyến khích cạnh tranh lành mạnh, phù hợp với các nguyên tắc phát triển bền vững.

Khi nói đến văn hóa doanh nghiệp, người ta còn hay nhắc đến các hành vi ứng xử cụ thể. Đó là ứng xử với khách hàng, với cộng đồng. Đó là cách giao tiếp với đối tác, với xã hội. Các bạn hãy lưu ý, khi một nhân viên bán hàng hay một chủ quán ứng xử với khách hàng, đặc biệt là với người nước ngoài, thì đó cũng chính là hình ảnh của Việt Nam trong ấn tượng của bạn bè quốc tế... Điều này chắc chắn sẽ có ảnh hưởng đến sức hấp dẫn của ngành du lịch chúng ta. Vì vậy, về điểm này, tôi thành tâm mong các bạn hãy học tập kinh nghiệm của Thái Lan, Singapore, Nhật Bản, Hàn Quốc....

Khi nói đến văn hoá doanh nghiệp người ta hay nhắc đến một khái niệm gọi là “trách nhiệm xã hội”. Các doanh nghiệp đi làm từ thiện, xây cầu, làm đường, xây trường,... là rất tốt, đáng biểu dương nhưng đó chỉ mới là một phần của “trách nhiệm xã hội”, một trong những điều cốt yếu làm nên trách nhiệm xã hội đó là cách quý vị kinh doanh, cách quý vị ứng xử với môi trường, với người lao động và tuân thủ pháp luật... Tất cả những doanh nghiệp gây ô nhiễm môi trường, sử dụng lao động trẻ em, đối xử bất công với người lao động, trốn thuế, chuyển giá,... là những doanh nghiệp “vô trách nhiệm xã hội”, sớm hay muộn gì cũng bị người tiêu dùng trong và ngoài nước tẩy chay.

Văn hoá doanh nghiệp, các nguyên tắc cơ bản, giá trị cốt lõi không thể tách rời khỏi tầm nhìn và sứ mệnh của doanh nghiệp. Những doanh nghiệp có nền tảng văn hoá mạnh cũng là những doanh nghiệp có tầm nhìn dài hạn và sứ mệnh tốt đẹp, biết hài hoà, cân bằng các lợi ích giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng, giữa lợi nhuận có được với lợi ích của cộng đồng, giữa các mục tiêu ngắn hạn với các phương châm phát triển bền vững. Xây dựng văn hoá doanh nghiệp chính là xây dựng lợi thế cạnh tranh, lợi thế thương mại và bản sắc Việt Nam trên sân chơi của nền kinh tế toàn cầu hoá ở thế kỷ 21. Đó phải là một phần nhiệm vụ của Chính phủ kiến tạo, của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, đó phải là một phần không thể tách rời trong việc thực hiện mục tiêu xây dựng Việt Nam trở thành một quốc gia khởi nghiệp.

Nhân dịp công bố Ngày văn hoá doanh nghiệp Việt Nam – ngày 10 tháng 11, tôi chính thức phát động trong toàn quốc Cuộc vận động “Xây dựng văn hoá doanh nghiệp Việt Nam” với 5 nội dung cụ thể sau:

Một là, nâng cao nhận thức, quán triệt sâu rộng về vai trò văn hoá doanh nghiệp trong cộng đồng doanh nghiệp và từng doanh nghiệp Việt Nam từ khi thành lập và trong suốt quá trình hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Hai là, xây dựng và phát triển nền tảng văn hoá doanh nghiệp Việt Nam gắn với những giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc. Coi phát triển văn hoá doanh nghiệp là yêu cầu cơ bản và cấp thiết để phát triển bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Ba là, phát huy tích cực, đẩy lùi tiêu cực trong hoạt động sản xuất, kinh doanh. Từng doanh nhân và mỗi doanh nghiệp kiên quyết nói không với hành vi vi phạm pháp luật và đạo đức kinh doanh, gây tổn hại cho xã hội.

Bốn là, làm lành mạnh môi trường kinh doanh với tinh thần thượng tôn pháp luật; bảo đảm công khai, minh bạch, cạnh tranh lành mạnh và liêm chính trong kinh doanh; tuân thủ các chuẩn mực kinh doanh quốc tế; khuyến khích tinh

thần khởi nghiệp, lao động sáng tạo.

Năm là, nâng cao văn hoá tinh thần, tăng cường thể lực cho cán bộ nhân viên và người lao động thông qua xây dựng các thiết chế văn hoá và môi trường làm việc.

Cuối cùng tôi xin chia sẻ với các đồng chí và cộng đồng doanh nghiệp một quan điểm đã được nêu rõ trong Nghị quyết số 06/NQ-TW Hội nghị lần thứ 4 Ban chấp hành Trung ương Đảng khoá XII đã được Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng ký ban hành: “Xây dựng văn hoá trong kinh tế; khai thác hiệu quả khía cạnh kinh tế của văn hoá, nâng cao giá trị văn hoá trong các sản phẩm mang đặc trưng, đặc sắc của mỗi địa phương”.

Chúc cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam ngày càng giàu mạnh, luôn sát cánh cùng dân tộc vì sự nghiệp phát triển bền vững của Tổ quốc thân yêu!

Xin chúc các vị đại biểu và toàn thể đồng bào mạnh khỏe, hạnh phúc và thành công!

Chúc Hiệp hội phát triển văn hoá doanh nghiệp Việt Nam hoạt động thiết thực, hiệu quả.

Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc