

Số: 1149 /PTM-HVĐT

V/v: Xây dựng mô hình văn hóa doanh
nghiệp thời kỳ hội nhập

Hà Nội, ngày 28 tháng 5 năm 2018

Kính gửi: BAN LÃNH ĐẠO HIỆP HỘI /DOANH NGHIỆP

Văn hóa doanh nghiệp và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp hiện đang trở thành mục đích, mục tiêu thực hiện của doanh nghiệp, góp phần tạo nên các tiêu chuẩn kinh doanh mới trong thời đại hiện nay. Trong một số văn bản song phương và đa phương mới nhất, các tiêu chuẩn văn hóa doanh nghiệp cũng đều được nêu lên như một điều kiện quan trọng. Các nhà lãnh đạo doanh nghiệp đã đúc kết một kinh nghiệm: Môi trường văn hoá trong doanh nghiệp quyết định đến sự thành bại của doanh nghiệp đó. Nhưng thế nào là văn hoá doanh nghiệp? Làm cách nào để tạo ra được một môi trường có văn hoá trong doanh nghiệp?... Giải thưởng Doanh nhân văn hoá hàng năm được trao cho các doanh nhân đã đủ để khẳng định, doanh nghiệp đó có môi trường văn hoá tốt?

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường và hội nhập mạnh mẽ vào nền kinh tế thế giới đòi hỏi hàng hóa và các dịch vụ của Việt Nam phải cạnh tranh thắng lợi không chỉ trên đất nước mình và cả ở các quốc gia khác. Thành tựu về công nghệ thông tin cũng đang xói mòn không ít các giá trị của xã hội truyền thống trong đó có việc khẳng định vai trò của lớp người trẻ tuổi, của tiếng nói cá nhân và nhóm nhỏ, sự phân tầng xã hội và khoảng cách giàu nghèo đang gia tăng... Những thay đổi từ môi trường bên ngoài như vậy, sự cạnh tranh khốc liệt trên quy mô toàn cầu đặt doanh nghiệp Việt Nam trước những bắt buộc phải lựa chọn, phải thay đổi để làm ăn có hiệu quả khi môi trường kinh tế - xã hội đã khác trước. Phải chăng, đó là lý do vì sao lại là doanh nghiệp chứ không phải loại tổ chức xã hội hay tổ chức hành chính nào khác đi tiên phong trong việc tìm kiếm hướng tiếp cận mới để phát triển tổ chức. Thay đổi tổ chức chính là cách thức làm cho tổ chức thích ứng với môi trường bên ngoài đang đổi thay.

Nghiên cứu về văn hóa doanh nghiệp trở thành là khuynh hướng trên thế giới những năm 1980 của thế kỷ trước xuất phát từ việc các doanh nghiệp phương Tây nhận ra yêu cầu phải thay đổi cách tiếp cận về tổ chức từ chỗ quá dựa vào các cơ cấu phức tạp, chi tiết và cơ chế kế hoạch quá cứng nhắc khiến họ phải chấp nhận sự suy giảm về kinh tế, để chuyển sang cách tiếp cận văn hoá tổ chức với cách nhìn không máy móc và giàu trí tưởng tượng hơn để hiểu tổ chức hoạt động như thế nào. Ở Việt Nam, một số doanh nghiệp đã đi tiên phong trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp là FPT, VINGROUP, Traphaco,... và họ đã đo đếm được hiệu quả của phát triển doanh nghiệp. Cho tới nay, vấn đề xây dựng văn hóa tổ chức nói chung và văn hóa doanh nghiệp nói riêng mới được đề cập đến cả về mặt lý thuyết lẫn thực tiễn.

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) với vai trò là tổ chức đại diện cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, hiệp hội doanh nghiệp và giới sử dụng lao động, thực hiện chức năng xúc tiến thương mại, đầu tư, tham mưu tư vấn cho Chính phủ trong việc tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp, tư vấn, đào tạo phát triển doanh nghiệp, doanh nhân.... Chính từ hoạt động và vận động của VCCI, nhiều văn bản, nghị quyết quan trọng đã ra đời và hai từ doanh nhân được hiến định trong Hiến pháp sửa đổi. Tuy vậy, có thể dễ dàng nhận thấy các hoạt động này tập trung chủ yếu vào nâng cao năng lực quản lý và quản trị doanh nghiệp, một số hoạt động xã hội cũng được quan tâm nhưng chưa đánh thức được một cách bài bản ý thức kinh doanh và xây dựng văn hóa doanh nghiệp, đóng góp cho các hoạt động xã hội. Với Nghị quyết 09 của Bộ Chính trị, Nghị quyết 35 của Chính phủ năm 2016 và Chỉ thị số 26 về tiếp tục thực hiện Nghị quyết 35, Nghị quyết 19 của Chính phủ đặt ra cho VCCI nhiều nhiệm vụ nặng nề, đòi hỏi phải có các lộ trình cụ thể để thực hiện các nhiệm vụ được phân công và từ yêu cầu cấp thiết của chính cộng đồng doanh nghiệp.

Với ý nghĩa đó, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam triển khai chương trình quảng bá, phát triển văn hóa doanh nghiệp, thúc đẩy ý thức trách nhiệm của doanh nghiệp doanh nhân với xã hội và cộng đồng nhằm thực hiện yêu cầu của Nghị quyết 09-NQ nói riêng, nhu cầu của cộng đồng doanh nghiệp và xã hội nói chung trong thời gian tới nhằm giúp các doanh nghiệp ứng phó tốt hơn với tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của đất nước và sự phát triển nhanh và bền vững của cộng đồng doanh nghiệp. Trong số các nội dung công việc cần thực hiện, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tiến hành đánh giá thực trạng xây dựng và áp dụng phát triển văn hóa doanh nghiệp trong cộng đồng doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay, đề xuất các giải pháp xây dựng mô hình văn hóa doanh nghiệp phù hợp với thực tiễn phát triển của Việt nam và hội nhập quốc tế thành công. Phiếu điều tra gửi kèm là một trong các công cụ hỗ trợ VCCI trong việc xây dựng báo cáo đánh giá sự quan tâm của lãnh đạo doanh nghiệp với xây dựng văn hóa doanh nghiệp riêng trong đơn vị và phương pháp tiếp cận trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp hiện nay, các ý kiến, kiến nghị nhằm hỗ trợ doanh nghiệp trong tiến trình này của các cơ quan có liên quan. Trân trọng đề nghị Quý Hiệp hội/Doanh nghiệp điền giúp thông tin theo phiếu gửi kèm và gửi về VCCI trước ngày 30/8/2018 theo fax hoặc email trong phiếu thông tin.

Chân thành cảm ơn sự hợp tác của Quý Hiệp hội/Doanh nghiệp./

Nơi nhận:

- Như trên;
- BTT VCCI
- Lưu VT, HVĐT



Hoàng Quang Phòng

Chi tiết xin liên hệ: Chị Hạnh, A. Hùng - Ban Hội viên và Đào tạo - VCCI (Tel : 04. 35742022, 35742121/m.lê : 242, 223 hoặc 04.35742165) , Fax : 04. 35742020, 35742030)