



THỂ CHẾ KINH TẾ - XÃ HỘI VÀ NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

TS. Nguyễn Minh Phong

Phó Ban tuyên truyền lý luận - Báo Nhân Dân

1. Đặc trưng và vai trò của văn hóa doanh nghiệp

Ở Việt Nam trong những năm gần đây, nhận thức và các thể chế về văn hóa doanh nghiệp (VHDN) từng bước hình thành, phát triển và được đề cao ở cả cấp vĩ mô, lẫn vi mô. Đặc biệt, từ năm 2016, Thủ tướng Chính phủ đã quyết định lấy ngày 10/11 hàng năm là “Ngày Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam” để khẳng định vai trò, vị trí và tầm quan trọng của VHDN; tôn vinh các doanh nhân, doanh nghiệp có thành tích xuất sắc trong việc xây dựng VHDN; tuyên truyền, phổ biến và nâng cao nhận thức về VHDN, thúc đẩy việc xây dựng và phát triển VHDN trong cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam và toàn xã hội; góp phần tạo môi trường kinh doanh với tinh thần thượng tôn pháp luật, đề cao đạo đức kinh doanh.

Trước đó, Hiệp hội Phát triển Văn hóa Doanh nghiệp (VNACB) đã được thành lập theo Quyết định số 2179/QĐ –BNV, ngày 27/12/2003 của Bộ Nội vụ. Hiệp hội là tổ chức xã hội - nghề nghiệp, tổ chức và hoạt động theo Điều lệ được Bộ trưởng Bộ Nội vụ phê duyệt, tuân thủ quy định của pháp luật, chịu sự quản lý Nhà nước của Bộ Công Thương và các bộ, ngành có liên quan đến lĩnh vực của Hiệp hội. Hiệp hội có tư cách pháp nhân, con dấu và tài khoản riêng, tự bảo đảm kinh phí, trụ sở và phương tiện hoạt động. Hiệp hội đã tổ chức đại hội và bầu Ban chấp hành nhiệm kỳ 2014 - 2019. Tôn chỉ, mục đích của Hiệp hội nhằm mục đích tập hợp, đoàn kết, hỗ trợ và giúp đỡ lẫn nhau trong việc phát triển văn hóa doanh nghiệp, đạo đức kinh doanh, phát huy yếu tố đạo đức nghề nghiệp gắn với trách nhiệm xã hội, tham gia các phong trào văn hóa - nghệ thuật, nâng cao đời sống tinh thần trong doanh nghiệp, bảo vệ quyền lợi và lợi ích hợp pháp



của hội viên, giữ vai trò là cầu nối giữa hội viên với các cơ quan chức năng của Nhà nước; góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, phát triển doanh nghiệp.

Ngày 7/11/2016, VNABC cũng đã và đang triển khai "Cuộc vận động xây dựng văn hóa doanh nghiệp Việt Nam" với những nội dung chính là: Nâng cao nhận thức, quán triệt sâu rộng về vai trò VHDN là yêu cầu cơ bản và cấp thiết để phát triển bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp; Phát triển nền tảng VHDN Việt Nam gắn với những giá trị truyền thống tốt đẹp của dân tộc; phát huy tích cực đẩy lùi tiêu cực trong hoạt động sản xuất kinh doanh, kiên quyết nói không với hành vi vi phạm pháp luật và đạo đức kinh doanh gây tổn hại cho xã hội; 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 và lao động sáng tạo; Nâng cao văn hóa tinh thần, tăng cường thể lực cho cán bộ nhân viên và người lao động thông qua việc xây dựng các thiết chế văn hóa và môi trường làm việc. Đồng thời, để xây dựng VHDN cần triển khai đồng bộ 5 giải pháp: Tăng cường vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước; đẩy mạnh công tác chính trị - tư tưởng; huy động sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị và toàn xã hội; tăng cường thông tin tuyên truyền, quảng bá và thu hút sự đóng góp của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

Khẳng định tầm quan trọng của VHDN nhân dịp công bố “Ngày Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam”, Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc nhấn mạnh: Chính phủ kiến tạo đặc biệt quan tâm đến VHDN, văn hóa kinh doanh và đạo đức doanh nhân. Những nguyên tắc cơ bản, giá trị nền tảng, sức sống của VHDN trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN Việt Nam là liêm chính, sáng tạo, chuyên nghiệp, tận tụy và trách nhiệm môi trường; 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...Chùng 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. VHDN không chỉ là hình ảnh doanh nghiệp, mà còn là hình ảnh quốc gia; VHDN, 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 hòa nhập, hội nhập khu vực và thế giới,.

Theo Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc, VHDN là bao gồm các hành vi ứng xử với khách hàng, cộng đồng, cách giao tiếp với đối tác, với xã hội. Văn hóa doanh nghiệp có các giá trị cốt lõi không tách rời khỏi tầm nhìn và sứ mệnh của doanh nghiệp. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp chính là xây dựng lợi thế cạnh tranh, lợi thế thương mại và bản sắc Việt Nam trên sân chơi toàn cầu hóa thế kỷ 21. Đó phải là một phần nhiệm vụ của Chính phủ kiến tạo, của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, là một phần không thể tách rời trong việc thực hiện mục tiêu xây dựng Việt Nam trở thành một quốc gia khởi nghiệp.

Theo “Đại từ điển tiếng Việt” do Nguyễn Như Ý chủ biên: Văn hoá DN là toàn bộ các giá trị văn hoá được gây dựng nên trong suốt quá trình hình thành, xây dựng và phát triển của mỗi DN trong môi trường chung, đó là những quan niệm, tập quán, truyền thống của dân tộc, tác động của môi trường tới hoạt động của DN, tác động này chi phối tình cảm, lý trí, cách suy nghĩ và hành vi ứng xử của mỗi thành viên trong DN và trong cộng đồng DN với người sử dụng sản phẩm của DN.

Theo nhiều góc độ tiếp cận và diễn đạt khác, VHDN được coi là đặc trưng cho DN, là tài sản và nền tảng để phát triển DN, là tổng hoà các chuẩn mực chung, biểu tượng, lịch sử truyền thống, nội quy, giá trị vật thể và phi vật thể, những quan điểm và hành vi có nguồn gốc và tác động trở lại chi phối đạo đức, ý tưởng kinh doanh, triết lý kinh doanh, mục đích kinh doanh, phương pháp kinh doanh và hiệu quả kinh doanh của cộng đồng DN...



Như vậy, theo nghĩa rộng, có thể nói, VHDN là khái niệm mở, có nội hàm ngày càng được bổ sung đầy đủ, rõ nét và được coi trọng hơn cùng với sự phát triển các giá trị đạo đức xã hội, thể chế kinh tế thị trường và các cam kết hội nhập quốc tế.

Về cấu thành, VHDN trước hết bao gồm các nhận thức và hoạt động liên quan đến nghĩa vụ của DN đối với nhà nước (nộp thuế, tuân thủ pháp luật...), với xã hội (tôn trọng quyền lợi người tiêu dùng, hợp đồng với đối tác và bảo vệ môi trường, làm từ thiện...) và trong ứng xử nội bộ của DN (quan hệ đồng nghiệp, cấp trên-cấp dưới, lao động với chủ sử dụng lao động, các ứng xử và giá trị truyền thống tinh thần trong và giữa các đơn vị, cá nhân trong DN...).

VHDN không thể tách rời với văn hóa quản lý nhà nước; đồng thời, chịu ảnh hưởng từ tổng hòa và hội tụ các nhân tố bên ngoài và bên trong DN, nổi bật là các giá trị lịch sử, truyền thống dân tộc; pháp luật và đạo đức xã hội; sự phát triển và hoàn thiện của các thể chế kinh tế-xã hội và quản lý nhà nước đối với DN; cũng như nhận thức và hành động cụ thể của chủ DN và cộng đồng lao động của DN...

Về mặt nội bộ, ứng xử của DN với người lao động là một trong những nội dung quan trọng nhất của VHDN. Năm 2016, Bảng xếp hạng “Doanh nghiệp vì Người lao động” (do Tổng LĐLĐVN phối hợp với Bộ LĐTB&XH; Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tổ chức lần đầu vào năm 2014) được Thủ tướng Chính phủ cho phép nâng lên thành Giải thưởng “Doanh nghiệp vì người lao động” và được trao thưởng 3 năm một lần. Việc tôn vinh các “Doanh nghiệp vì Người lao động” không chỉ khuyến khích các DN ngày càng chăm sóc tốt hơn cho đời sống của người lao động; tạo dựng và duy trì mối quan hệ đối tác lành mạnh, tin cậy và gắn bó đồng hành cùng người lao động trên con đường phát triển bền vững, mà còn hướng tới tạo hiệu ứng xã hội, khuyến khích DN tạo ra một môi trường làm việc lý tưởng, chia sẻ lợi ích, khắc phục khó khăn để người lao động có thể nỗ lực hơn nữa, cống hiến sức lực và trí tuệ, kiến tạo nên



những giá trị tốt đẹp cho xã hội; đồng hành cùng DN trong hội nhập kinh tế thế giới...

Về mặt xã hội, thước đo quan trọng nhất của VHDN là mức độ tuân thủ pháp luật và sự tôn trọng và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, uy tín và sức hấp dẫn của DN với các đối tác và người tiêu dùng trên thị trường...

Với tinh thần đó, trong bối cảnh hiện nay ở nước ta, hai điểm nhấn nổi bật trong VHDN cần được nhận diện và đòi hỏi có thái độ và giải pháp xử lý thích đáng, đó là sự tôn trọng, bảo vệ quyền người tiêu dùng và tình trạng phí bôi trơn được mặc định trong hoạt động và quản lý DN:

2. Văn hóa doanh nghiệp trong tôn trọng và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Ngày Quyền của Người tiêu dùng Việt Nam năm 2017 đã được phát động với chủ đề “Doanh nghiệp vì người tiêu dùng”.

Đây chính là một nội dung và thước đo quan trọng hàng đầu của VHDN. Tuy nhiên, về bản chất, DN là thực thể kinh doanh vì mục tiêu lợi nhuận, nên DN sẽ không tự nguyện và tự nhiên coi người tiêu dùng là mục đích tự thân, mục đích cao nhất của mình, nếu không có luật pháp và các thể chế kinh tế xã hội và cạnh tranh thị trường tương ứng định hướng và buộc DN tuân thủ. Nói cách khác, cần có cả hệ thống pháp luật, sự đồng bộ và vận hành đầy đủ các thể chế thị trường lành mạnh, cũng như dư luận xã hội tạo áp lực để DN tự nhận thức, điều chỉnh hành vi, xây dựng và thực thi các quy định nội bộ thực sự coi việc bảo đảm quyền của người tiêu dùng quyền được tiếp cận, tiêu dùng các hàng hóa, dịch vụ trong cuộc sống thường ngày an toàn, thuận lợi, với chất lượng cao và giá cả phù hợp; cũng như được tiếp nhận nhanh và xử lý thỏa đáng những khiếu nại về chất lượng hàng hóa và dịch vụ...vừa là mục tiêu, vừa là động lực cho sự phát triển lành mạnh trong VHDN mình.



Thực tế cho thấy, Hiến pháp Việt Nam năm 2013 (Điều 38 và Điều 43) đã khẳng định: Mọi người có quyền được bảo vệ, chăm sóc sức khỏe; có quyền được sống trong môi trường trong lành và có nghĩa vụ bảo vệ môi trường. Nhà nước có chính sách bảo vệ môi trường và nghiêm cấm các hành vi đe dọa cuộc sống, sức khỏe của người khác và cộng đồng. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Luật số 59/2010/QH12 thông qua ngày 17 tháng 11 năm 2010), cũng xác định rõ 8 quyền cơ bản của NTD:

1). Được bảo đảm an toàn tính mạng, sức khỏe, tài sản, quyền, lợi ích hợp pháp khác khi tham gia giao dịch, sử dụng hàng hóa, dịch vụ do tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ cung cấp.

2). Được cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; nội dung giao dịch hàng hóa, dịch vụ; nguồn gốc, xuất xứ hàng hóa; được cung cấp hóa đơn, chứng từ, tài liệu liên quan đến giao dịch và thông tin cần thiết khác về hàng hóa, dịch vụ mà NTD đã mua, sử dụng.

3). Được lựa chọn hàng hóa, dịch vụ, tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ theo nhu cầu, điều kiện thực tế của mình; quyết định tham gia hoặc không tham gia giao dịch và các nội dung thỏa thuận khi tham gia giao dịch với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

4). Được góp ý kiến với tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ về giá cả, chất lượng hàng hóa, dịch vụ, phong cách phục vụ, phương thức giao dịch và nội dung khác liên quan đến giao dịch giữa NTD và tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ.

5). Được tham gia xây dựng và thực thi chính sách, pháp luật về bảo vệ quyền lợi NTD.

6). Được yêu cầu bồi thường thiệt hại khi hàng hóa, dịch vụ không đúng tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, chất lượng, số lượng, tính năng, công dụng, giá cả



hoặc nội dung khác mà tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ đã công bố, niêm yết, quảng cáo hoặc cam kết.

7). Được khiếu nại, tố cáo, khởi kiện hoặc đề nghị tổ chức xã hội khởi kiện để bảo vệ quyền lợi của mình theo quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan.

8). Được tư vấn, hỗ trợ, hướng dẫn kiến thức về tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ. Đồng thời, NTD có nghĩa vụ 1). Kiểm tra hàng hóa trước khi nhận; lựa chọn tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, không làm tổn hại đến môi trường, trái với thuần phong mỹ tục và đạo đức xã hội, không gây nguy hại đến tính mạng, sức khỏe của mình và của người khác; thực hiện chính xác, đầy đủ hướng dẫn sử dụng hàng hóa, dịch vụ 2). Thông tin cho cơ quan nhà nước, tổ chức, cá nhân có liên quan khi phát hiện hàng hóa, dịch vụ lưu hành trên thị trường không bảo đảm an toàn, gây thiệt hại hoặc đe dọa gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng; hành vi của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ xâm phạm đến quyền, lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

Đồng thời, Việt Nam hiện có 51 hội, tổ chức xã hội tham gia công tác bảo vệ người tiêu dùng trên cả nước. Theo Cục Quản lý cạnh tranh (Bộ Công Thương), mỗi năm có khoảng 3.000 đến 4.000 vụ việc khiếu nại được các hội tư vấn, hỗ trợ (số vụ việc thành công chiếm tỷ lệ hơn 80%).

Nhưng trên phạm vi cả nước và mỗi địa phương, hiện vẫn còn nhiều bất cập và hạn chế về cơ sở pháp lý, nhận thức, sự quan tâm và hiệu lực, hiệu quả triển khai trên thực tế trong hoạt động bảo vệ quyền lợi NTD. Tình trạng doanh nghiệp cố tình vi phạm quyền lợi NTD còn khá phổ biến, nhất là ở lĩnh vực an toàn thực phẩm, an toàn thông tin, chất lượng hàng hóa (ở Hà Nội trong giai đoạn 2011-2016, các cơ quan chức năng kiểm tra hơn 824 nghìn cơ sở, phát hiện hơn 135 nghìn cơ sở vi phạm an toàn thực phẩm, xử lý hơn 41 nghìn vụ, phạt



tiền hơn 18,5 nghìn cơ sở với tổng số tiền phạt trên 92 tỷ đồng, tiêu hủy thực phẩm không đảm bảo chất lượng giá trị gần 48 tỷ đồng. Năm 2016, tổng số mẫu thực phẩm xét nghiệm 24.905 mẫu, phát hiện 443 mẫu không đạt chiếm tỷ lệ 1,8%, tiến hành truy xuất nguồn gốc và tiêu hủy gần 10 tấn sản phẩm không đảm bảo ATTP). Một số vụ kéo dài và phức tạp thiếu hợp tác giữa NTD với cơ quan chức năng, còn nhà sản xuất thì thiếu tôn trọng khách hàng và chối bỏ trách nhiệm.

Trong bối cảnh kinh tế thị trường hiện nay, bảo đảm quyền của NTD không thể trông cậy thụ động và khoán trắng cho doanh nghiệp, mà tùy thuộc ngày càng chặt chẽ vào sự nhận thức đầy đủ, sâu sắc, sự hoàn thiện luật pháp và sự chung tay hành động mạnh mẽ hơn nữa từ phía các cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức xã hội và chính cộng đồng NTD.

Bảo vệ quyền NTD, Nhà nước kiến tạo có vai trò một nhà tổ chức môi trường kinh doanh để doanh nghiệp cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng, tuân thủ nghiêm túc các quy định pháp luật về bảo vệ quyền NTD và coi đó là mục tiêu, động lực cạnh tranh và phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Nhà nước cần tăng cường năng lực thể chế bảo vệ quyền người tiêu dùng từ trung ương đến địa phương; điều chỉnh và cụ thể hóa các chính sách, cơ chế hoạt động, quy trình tiếp nhận, xử lý tranh chấp giữa người tiêu dùng và người cung cấp hàng hóa; luật hóa các tiêu chuẩn chất lượng và các “hàng rào kỹ thuật” quốc gia; đề cao sự minh bạch nguồn gốc và chất lượng sản phẩm. Kiên toàn bộ máy và phân công rõ ràng, trách nhiệm cá nhân cụ thể, tăng cường kết nối và kiểm tra theo quy trình đồng bộ, với các chế tài nghiêm khắc nhất, nhận diện và loại trừ nhanh chóng, kiên quyết những hành vi vô cảm, vô trách nhiệm, vô đạo đức và những biểu hiện phi nhân văn, ích kỷ; đồng thời hỗ trợ tích cực cho các tổ chức xã hội, bảo vệ quyền an toàn người tiêu dùng.



Các bộ, ban, ngành địa phương cần được phân công và phối hợp trách nhiệm rõ ràng, cụ thể, đề cao trách nhiệm người đứng đầu và cá nhân được giao; đẩy mạnh tuyên truyền, triển khai nghiêm túc, hiệu quả các quy định của pháp luật; Đồng thời tăng cường thanh tra kiểm tra, nhận diện đúng và nhanh chóng, kịp thời xử lý các hành vi vi phạm pháp luật bảo vệ quyền lợi NTD. Phát huy tính chủ động, sáng tạo của các cơ quan tổ chức tham gia công tác bảo vệ quyền lợi NTD, khuyến khích thành lập và giới thiệu các tổng đài, số điện thoại nóng, các trang tin và các văn phòng bảo vệ NTD nhằm tăng cường kết nối, cập nhật các thông tin về Luật Bảo vệ quyền lợi NTD; tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của NTD; tổ chức các hội thảo và tăng cường các hoạt động tuyên truyền đa dạng, thiết thực khác về quyền của NTD, giúp họ nhận thức rõ hơn về quyền của mình và cách thức hợp tác với các cơ quan chức năng để giải quyết quyền lợi của mình.

Hơn nữa, bản thân NTD cũng cần nhận thức đầy đủ về quyền và nghĩa vụ của mình, vượt qua tâm lý ngại khiếu nại, ngại thủ tục, thời gian giải quyết lâu, chi phí cao.

Doanh nghiệp vì quyền lợi NTD là doanh nghiệp ngày càng đề cao đạo đức kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp, tuân thủ các quy chuẩn công nghệ sản xuất và minh bạch hóa các chỉ tiêu chất lượng, phát triển các dịch vụ hậu mãi thân thiện, tiện lợi cho NTD... Thực tế cả trong nước và trên thế giới đã, đang và sẽ còn tiếp tục cho thấy, những doanh nghiệp thành công luôn là những doanh nghiệp có triết lý kinh doanh ưu tiên hướng về NTD, coi NTD không chỉ là khách hàng, mà còn là tài sản của doanh nghiệp. Bảo đảm quyền NTD phải trở thành nhận thức chung, thước đo nhân quyền, và mục tiêu bảo vệ sức khỏe người dân, đồng thời là động lực cho sự phát triển ổn định, bền vững của doanh nghiệp và đất nước...



3. Văn hóa doanh nghiệp trong mặc định “phí bôi trơn”

Tình trạng chi bôi trơn trong quản lý DN ngày càng phổ biến và cho thấy rõ một nét đặc thù trong VHDN ở Việt Nam.

Khảo sát Chỉ số hiệu quả quản trị và hành chính công cấp tỉnh ở Việt Nam (PAPI) về 6 nội dung quản trị, hành chính công và cung ứng dịch vụ công của bộ máy chính quyền các cấp, gồm: Tham gia của người dân ở cấp cơ sở; Công khai, minh bạch trong việc ra quyết định ở cấp địa phương; Trách nhiệm giải trình với người dân; Kiểm soát tham nhũng trong khu vực công. Thủ tục hành chính công; Cung ứng dịch vụ công được Trung tâm nghiên cứu phát triển và hỗ trợ cộng đồng (CECODES), Trung tâm Nghiên cứu khoa học và Đào tạo cán bộ Mặt trận Tổ quốc Việt Nam (VFF-CRT) và Chương trình Phát triển Liên Hợp quốc (UNDP) phối hợp tổ chức hàng năm. Theo (PAPI) năm 2016 được thực hiện từ tháng 8 đến tháng 11/2016, và công bố ngày 4/4/2017, khoảng 54% trong hơn 14.000 người dân từ tất cả 63 tỉnh, thành trên cả nước được phỏng vấn ngẫu nhiên đã khẳng định cần phải đưa hội lộ mới xin được việc làm trong khu vực nhà nước, tức cao hơn mức 51% của năm 2015 và 46% của năm 2011. Đồng thời, tỉ lệ người dân khẳng định phải chi “lót tay” công chức để làm xong giấy chứng nhận quyền sử dụng đất tiếp tục tăng lên.

Theo Báo cáo thường niên Chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI)-2016 do VCCI công bố đầu năm nay, tình trạng những nhiều khi giải quyết thủ tục cho DN giảm từ 65% năm 2013-2014 xuống còn 58% năm 2016. Các thủ tục hành chính (TTHC) về thuế đã được cải thiện đáng kể, dù còn không ít phàn nàn về thủ tục đăng ký thuế, thay đổi thông tin thuế và hoàn thuế, thanh kiểm tra thuế. Nhờ vậy, 65% DN hoạt động có lãi, mức cao nhất trong 5 năm trở lại đây. Tuy nhiên, báo cáo CPI-2016 cũng cho thấy có hai nghịch lý đáng lo ngại:

Thứ nhất, ngược so với tổng thể môi trường đầu tư được cải thiện là tình trạng chậm, thậm chí nặng nề hơn về các chi phí không chính thức ở khu vực



DN trong nước. Theo đó, trung bình có khoảng 66% DN cho biết thường xuyên chi trả các khoản không chính thức (tức cao hơn 12 - 15 điểm phần trăm so với giai đoạn 2008 – 2013) và chúng chiếm tới hơn 10% tổng doanh thu của họ (cao hơn hẳn mức 6-8% giai đoạn 5 năm kể từ 2014 trở về trước).

Thứ hai, số lượng DN tự nguyện “tra dầu bôi trơn” lớn hơn hẳn so DN bị đòi hỏi phải chi bôi trơn. Theo VCCI, trong số 45% DN đã đưa quà và các chi phí không chính thức trong đợt thanh, kiểm tra trong năm 2016, chỉ 8% DN là bị cán bộ thanh, kiểm tra đòi hỏi. Tỷ lệ này nhỏ hơn 5 lần so với tỷ lệ DN chủ động đưa biếu (44%). Đặc biệt, 59% các DN tin rằng hành vi chủ động đưa quà cấp dù không bị đòi hỏi này là phổ biến, trở thành “luật bất thành văn”. Hơn nữa, gần 80% DN trả lời việc đưa quà là nhằm tạo lập mối quan hệ, như một “hợp đồng bảo hiểm” cho những rắc rối và được tạo thuận lợi giải quyết các vụ việc nảy sinh trong tương lai. Điều này có thể thấy rõ qua Báo cáo khi mà có tới 88% DN ít nhiều đều gặp bất lợi khi tham gia đấu thầu các hợp đồng với cơ quan nhà nước do không “bôi trơn”...

Còn theo Báo cáo đánh giá Mức độ hài lòng của DN năm 2016 về cải cách thủ tục hành chính (TTHC) thuế cũng do VCCI công bố trong tháng 3-2017 dựa trên khảo sát gần 3.500 DN năm 2016, thì đa phần DN thừa nhận có sự cải thiện về tiếp cận thông tin về TTHC; Thời gian thực hiện TTHC thuế đã giảm; TTHC đã đơn giản hơn và việc áp dụng thủ tục thuế điện tử đang mang lại nhiều lợi ích đối với cộng đồng DN... Mức độ hài lòng của DN về cải cách TTHC thuế đã tăng từ 71 điểm năm 2014 lên 75 điểm trong năm 2016. Nhưng nhiều DN cũng phàn nàn về việc gặp phiền hà trong khi thực hiện đăng ký thuế, thay đổi thông tin thuế (41% DN). Có DN phải mất 90 ngày mới nhận được tiền hoàn thuế, cá biệt có DN mất tới 1 năm mới nhận được tiền. Thậm chí, có tới 80% DN bức xúc khi bị cơ quan thuế yêu cầu bổ sung hồ sơ về hoàn thuế. Đặc biệt, việc trả “chi phí không chính thức” không những không giảm, mà còn có dấu hiệu gia tăng, năm 2016 là 34% số DN trả lời so với 32% năm 2014. Trong



đó, DNNN giữ trên 50% vốn điều lệ và DN FDI có tỷ lệ trả chi phí không chính thức cao nhất, lần lượt tăng từ 19% năm 2014 lên 25% năm 2016 và từ 41% năm 2014 lên 44% năm 2016. Điểm bất thường và đáng lo ngại khác là không chỉ cơ quan đúng chức năng, như kiểm toán, quản lý thị trường, an ninh, mà còn có nơi cơ quan kiểm lâm cũng vào kiểm tra vấn đề thuế. VCCI cũng cho biết: 24% DN cho rằng nội dung thanh tra thuế trùng lặp, chồng chéo. Có 34% DN cho rằng phải chi trả chi phí không chính thức khi bị thanh tra thuế. 16% doanh nghiệp đánh giá cán bộ thuế không văn minh, lịch sự.

Theo kết quả điều tra của Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương-Bộ KH&ĐT đối với 2.600 doanh nghiệp (DN) vừa và nhỏ, ngoài quốc doanh hoạt động trong lĩnh vực chế biến, sản xuất tại 10 địa phương năm 2016, có hơn 40% DN vừa và nhỏ phải chấp nhận những khoản chi không chính thức cho các cơ quan quản lý nhà nước (có giảm so với 64% năm 2015).

Doanh nghiệp là đơn vị kinh doanh vì lợi nhuận. Một DN không bao giờ “chi bôi trơn” khi không bị đòi hỏi hay không mưu cầu vì lợi ích của mình. Đó là lẽ thông thường của đời sống kinh tế thị trường. Thực tế ở Việt Nam cho thấy, hiện tượng DN dù làm đúng, nhưng vẫn phải có khoản phí bôi trơn do sợ bị bắt bẻ, làm khó trong các thủ tục quyết toán, thanh tra, kiểm tra thuế... chứng tỏ chất lượng và kỷ luật công vụ của công chức thuế Việt Nam có nhiều điều đáng quan ngại. Theo Hiệp hội Doanh nghiệp vừa và nhỏ, nguyên nhân chính của việc các DN chấp nhận những khoản chi phí không chính thức là do tâm lý muốn nhanh được việc và do thái độ làm việc của một số cán bộ công chức cố tình gây những nhiễu, làm khó DN. Sự phổ biến của chi phí bôi trơn đã “mặc định” là cần có bình thường tới mức, nếu chưa đưa thì bên cảm thấy thiếu và bên thấy không an tâm?!

Khi xu hướng coi việc đưa (bị động bắt buộc hoặc chủ động không bắt buộc) và liên tục gia tăng mức “chi phí không chính thức” để “bôi trơn thủ tục” được “mặc định” như một phần tất yếu của cuộc sống doanh nghiệp và các quan



hệ xã hội thì độ “ô nhiễm môi trường” đầu tư và tâm lý xã hội ngày càng đậm đặc và tiêu cực. Bởi chúng không chỉ làm cản trở cạnh tranh lành mạnh, tăng chi phí sản xuất và giảm bớt lợi nhuận của DN, mà còn tạo kẽ hở cho thất thu NSNN vì áp thuế sai hoặc bỏ qua những sai phạm của DN, gây hại cho nhà nước, thị trường và xã hội; Hơn nữa, chúng còn tiếp tay cho các hành vi tiêu cực và vi phạm pháp luật khác, cản trở việc lựa chọn được nhà cung cấp dịch vụ tốt nhất, dẫn đến chi phí cao hơn và chất lượng kém hơn trong sản xuất-kinh doanh, đầu tư công và đầu tư xã hội.

Những chi phí “bôi trơn” có thể giúp một số DN đẩy nhanh thủ tục hoặc có được những lợi thế nào đó, nhưng về tổng thể, chúng làm tăng gánh nặng chi phí của DN, làm chậm hoặc cản trở dòng vốn đầu tư, làm mất cạnh tranh lành mạnh và lệch lạc trong phân bổ nguồn lực, gây thiệt hại chung cho xã hội. Mức độ các chi phí không chính thức tỷ lệ thuận với năng lực gây nhiễu, làm khó doanh nghiệp của một số cán bộ, và cả với sự chủ động mặc cả của chính doanh nghiệp để “tiết kiệm” một phần nghĩa vụ nộp thuế hoặc thời gian xếp hàng làm thủ tục, thậm chí để dễ “chen ngang”, vượt lên chiếm lợi thế với đối thủ của mình. Mức độ chi phí bôi trơn chính là thước đo mức độ nghiêm trọng của tham nhũng, cũng như là bằng chứng cho thấy sự bất lực, kém năng lực, hiệu lực và hiệu quả của quản lý nhà nước nói chung, công cuộc chống tham nhũng nói riêng. Những chi phí không chính thức chỉ có thể bị loại bỏ bằng những biện pháp chính thức đồng bộ và nhất quán... Hơn nữa, chi phí không chính thức còn là biểu hiện chính thức của tham nhũng.

Hiện Việt Nam có hơn 4000 các điều kiện kinh doanh; trong đó nhiều quy định không theo thông lệ quốc tế, không thể giải thích được và không phù hợp đối với sự phát triển của kinh tế tư nhân; do đó, có thể bãi bỏ càng sớm càng tốt hơn 50% các điều kiện không hợp lý này. Đặc biệt, tiếp nối đợt cắt giảm 27,8% tổng số thủ tục hành chính hiện có của Bộ Công Thương từ tháng 10-2016, Bộ Công Thương ngày 20-9-2017 cũng đã có Quyết định số 3610a/QĐ-



BCT ban hành phương án cắt giảm, đơn giản hóa 675 điều kiện đầu tư, kinh doanh giai đoạn 2017 – 2018, tức tới 55,5% tổng các điều kiện đầu tư kinh doanh của 27 nhóm ngành hàng và sau khi cắt giảm, số điều kiện còn lại chỉ còn 541, thay vì con số dự kiến ban đầu là 752 điều kiện.

Trên thực tế, đằng sau các thủ tục và điều kiện kinh doanh đó là những nhóm lợi ích chi phối (điều kiện về quy mô sẽ tạo độc quyền cho một số doanh nghiệp lớn; điều kiện về kiểm tra chuyên ngành sẽ mở cơ hội cho những người có thẩm quyền liên quan có thể vòi vĩnh). Cắt bỏ các thủ tục này cũng có nghĩa là cắt bỏ số tiền lót tay mà các DN phải chi ra để "lọt" qua cửa này. Cắt giảm các điều kiện kinh doanh, chúng ta có quyền hy vọng môi trường đầu tư trong nước sẽ ngày càng minh bạch, thông thoáng, bình đẳng để người dân, DN tự tin đầu tư, nâng cao sức cạnh tranh, đóng góp cho sự tăng trưởng và phát triển của đất nước.

Quá trình thực hiện Nghị quyết T.Ư 4 (khóa XI,XII) về xây dựng Đảng đã đã góp phần đấu tranh với những suy nghĩ và hành vi sai trái nhằm cảnh tỉnh, cảnh báo, răn đe, từng bước ngăn chặn, đẩy lùi tham nhũng, tiêu cực. Nhiều vụ án tham nhũng nghiêm trọng, phức tạp đã được phát hiện và tập trung chỉ đạo điều tra, truy tố, xét xử nghiêm minh, được nhân dân đồng tình, ủng hộ. Tuy nhiên một thực tế, đang tồn tại được Nghị quyết T.Ư 4 khóa XII chỉ rõ “Tình trạng suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống của một bộ phận không nhỏ cán bộ, đảng viên chưa bị đẩy lùi, có mặt, có bộ phận còn diễn biến tinh vi, phức tạp hơn; tham nhũng, lãng phí, tiêu cực vẫn còn nghiêm trọng, tập trung vào số đảng viên có chức vụ trong bộ máy nhà nước...; Nguyên nhân sâu xa, chủ yếu của tình trạng suy thoái ở một bộ phận cán bộ, đảng viên trước hết là do bản thân những cán bộ, đảng viên đó thiếu tu dưỡng, rèn luyện; lập trường tư tưởng không vững vàng, hoang mang, dao động trước những tác động từ bên ngoài; sa vào chủ nghĩa cá nhân ích kỷ, hẹp hòi, bị cám dỗ bởi các lợi ích vật chất, không làm tròn trách nhiệm, bổn phận của mình trước Đảng, trước dân...”. Mặt khác,



có nguyên nhân do “Việc nghiên cứu, sửa đổi, ban hành cơ chế, chính sách, luật pháp thích ứng với nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa chưa kịp thời.”

Trình bày báo cáo công tác phòng chống tham nhũng năm 2016 trước Quốc hội, Tổng thanh tra Chính phủ Phan Văn Sáu đã nhìn nhận, công tác phòng chống tham nhũng nói chung chưa đạt yêu cầu, mục tiêu đề ra và vẫn còn nhiều hạn chế, yếu kém. Một bộ phận không nhỏ cán bộ, công chức, trong đó có những người giữ vị trí lãnh đạo, quản lý, kể cả một số cán bộ cao cấp, thiếu tu dưỡng, rèn luyện, giảm sút ý chí chiến đấu, không hoàn thành trách nhiệm, bỗ phận trước Đảng, trước nhân dân, có những trường hợp phạm tội tham nhũng phải xử lý trước pháp luật. Các biện pháp phòng ngừa tham nhũng hiệu quả thấp. Tình trạng lợi dụng truyền thông văn hóa về tặng quà, cảm ơn để biếu xén, đưa hối lộ vì động cơ vụ lợi còn khá phổ biến. Một số nơi có biểu hiện coi nhẹ, chậm chỉ đạo thực hiện, không thường xuyên theo dõi, đôn đốc, kiểm tra, đã phát hiện nhiều vụ án tham nhũng lớn người đứng đầu là chủ mưu, đồng phạm, lợi ích nhóm.

Đặc biệt, trong báo cáo thẩm tra báo cáo của Chính phủ, Ủy ban Tư pháp còn lưu ý một thực tế đáng quan ngại là người dân, DN ngày càng có tư tưởng chịu đựng tham nhũng dẫn đến chấp nhận các chi phí không chính thức trong giải quyết công việc có liên quan đến chính quyền. Hơn nữa, trong khi tình trạng đưa, nhận hối lộ, “lót tay” dường như đã trở thành khá phổ biến thì cũng phổ biến tâm lý thờ ơ, ngại đấu tranh với biểu hiện tiêu cực, tham nhũng ngay trong đội ngũ cán bộ, công chức. Một nguyên nhân hết sức quan trọng, đó là hiện nay có những quy định nhằm bảo đảm kiểm soát quyền lực của người có chức vụ, quyền hạn của các cơ quan trong hệ thống chính trị còn nhiều sơ hở, chưa cụ thể, cùng với việc thiếu kiểm tra, giám sát việc thực thi quyền lực trên thực tế dẫn tới tình trạng lạm quyền để trục lợi cá nhân, cấu kết “sân sau”, “lợi ích nhóm”...



4. Những giải pháp đột phá cần có để xây dựng văn hóa doanh nghiệp...

Thực tiễn cho thấy, khi việc coi thường quyền lợi người tiêu dùng và bôi trơn được mặc định, trở thành phổ biến rộng rãi trong xã hội là minh chứng nguy hiểm cho thấy sự thiếu hụt và suy thoái trong giá trị xã hội nói chung và trong văn hóa doanh nghiệp và quản lý nhà nước nói riêng.

Bởi vậy, để phát triển VHDN cần có những đột phá mạnh mẽ về tăng cường nhận thức và chỉ đạo, điều hành việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống luật thực hiện các đường lối, chiến lược, chính sách quốc gia liên quan đến hoàn thiện các giá trị chuẩn quốc gia mới và các giá trị cụ thể trong VHDN, hướng tới sự tin tưởng, đồng thuận, tự hào và hưởng ứng của cộng đồng dân cư và doanh nghiệp vào các giá trị dân chủ, tiến bộ, vì con người, giải phóng con người, tôn trọng quyền con người, tạo điều kiện cho con người phát triển tự do, toàn diện, hài hoà, phát triển xã hội và phục vụ cuộc sống của cá nhân, cũng như của cộng đồng xã hội.

Quyền lực nếu không được kiểm soát chặt chẽ tất yếu sẽ dẫn đến tha hóa quyền lực và là nguyên nhân gốc rễ của tham nhũng và tình trạng tha hóa trong VHDN và văn hóa quản lý. Nhiệm vụ, giải pháp về cơ chế chính sách, Nghị quyết T.Ư 4 khóa XII chỉ rõ “Các cấp ủy, tổ chức đảng chỉ đạo rà soát, hoàn thiện và thực hiện nghiêm cơ chế kiểm tra, giám sát, kiểm soát việc thực thi quyền lực của người có chức, có quyền, theo hướng quyền hạn đến đâu trách nhiệm đến đó; phân định rõ thẩm quyền và trách nhiệm tập thể, cá nhân trong từng công đoạn giải quyết công việc và có chế tài xử lý nghiêm những hành vi vi phạm...”

Theo tinh thần đó, các hoạt động quản lý nhà nước đối với các DN cần tuân thủ các nguyên tắc, cam kết hội nhập và thông lệ quốc tế; giảm nhẹ gánh nặng chi phí về thể chế, tài chính và chi phí vốn, đảm bảo sự bình đẳng về pháp



luật và điều kiện tiếp cận, sử dụng các yếu tố đầu vào, đầu ra của DN trong sự cạnh tranh lành mạnh theo pháp luật và nguyên tắc thị trường; xây dựng, triển khai các công cụ quản lý và hỗ trợ mới, chuyển từ mục đích "quản chặt" sang "hỗ trợ" DN bằng định hướng chính sách, thông tin thị trường và những khuyến khích tài chính, tinh thần theo ngành, sản phẩm, địa bàn..., chứ không theo từng DN, dự án cụ thể hoặc tính chất sở hữu;

Đặc biệt, cần tập trung và kiên quyết chống những biểu hiện tham nhũng trong công tác cán bộ; tăng cường cụ thể hóa, minh bạch và quy chuẩn hóa, chuyên nghiệp hóa và đề cao trách nhiệm cá nhân, người đứng đầu đơn vị quản lý nhà nước đối với DN; thường xuyên phát hiện, xử lý, loại bỏ kịp thời những cán bộ đòì và nhận "bôi trơn-tham nhũng", suy thoái đạo đức, vô trách nhiệm, mất uy tín và trở thành lực cản phát triển của DN và đất nước; Tăng cường kiểm tra, thanh tra, giám sát, kiểm soát, thực hiện công khai, minh bạch, ngăn chặn, hạn chế mặt tiêu cực, nhất là phòng, chống mọi biểu hiện của "chủ nghĩa tư bản thân hữu", quan hệ "lợi ích nhóm", thao túng chính sách, cạnh tranh không lành mạnh để trục lợi bất chính.

Đồng thời, cần chú trọng hỗ trợ và tăng cường sức ép xã hội cho xây dựng văn hoá doanh nghiệp, đạo đức kinh doanh cho các doanh nhân và người lao động; kịp thời phát hiện và khen thưởng, tôn vinh thích đáng các đơn vị và cá nhân có thành tích tiêu biểu trong quản lý và phát triển DN; khuyến khích tinh thần khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, nâng cao sức cạnh tranh các sản phẩm, bảo đảm phát triển bao trùm và bền vững; nâng cao vai trò, tính chuyên nghiệp, năng lực và trách nhiệm, hiệu quả hoạt động của các hiệp hội DN trong hỗ trợ DN đầu tư cả trong nước và ra nước ngoài; nâng cao vai trò của các tổ chức chính trị - xã hội và các hiệp hội nghề nghiệp về giáo dục lòng yêu nước tự hào dân tộc và bản lĩnh kinh doanh, tinh thần tự lực, tự cường, có ý thức chấp hành pháp luật, trách nhiệm với xã hội, hợp tác chống tham nhũng và kỹ năng lãnh đạo, quản trị cao của DN...



Xây dựng VHDN ở Việt Nam đã, đang và sẽ tiếp tục như là một quá trình lâu dài, không có hồi kết, đòi hỏi sự kiên trì, bền bỉ và không kém phần quyết liệt nhằm khẳng định các giá trị chuẩn quốc gia, hình thành môi trường kinh doanh thượng tôn pháp luật, đề cao đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội, cạnh tranh lành mạnh trong cộng đồng doanh nghiệp và cả trong giới chức quản lý Việt Nam.

Quá trình xóa bỏ những thể chế kìm hãm DN, điều chỉnh những thể chế làm lệch lạc, lãng phí các nguồn lực DN, lấp đầy những “khoảng trống thể chế” cần thiết để tăng nhận thức và năng lực bảo vệ người tiêu dùng, xóa bỏ tình trạng phí bôi trơn được mặc định, hỗ trợ DN phát triển lành mạnh, hiệu quả đã, đang và sẽ cho phép từng bước định hình một tầm nhìn mới, một thực tiễn mới và mở ra triển vọng phát triển mới với nhiều thay đổi về chất đối với vai trò, vị thế và cách thức tổ chức mới của cộng đồng DN nói chung, với xây dựng VHDN nói riêng trong toàn bộ đời sống kinh tế-xã hội Việt Nam thời kỳ chuyển mình hội nhập cùng thế giới, vì mục tiêu "dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh" .../.