

VĂN HÓA DOANH NGHIỆP - SỨC MẠNH PHỤC HỒI NỀN KINH TẾ SAU ĐẠI DỊCH COVID-19

● ĐINH THỊ THANH TÂM

TÓM TẮT:

Đại dịch Covid-19 đã đe dọa đến tăng trưởng kinh tế, phát triển doanh nghiệp (DN) và thu nhập của người lao động. Các DN điều chỉnh và tìm mọi cách để gắng gượng qua đại dịch... Phục hồi sau giai đoạn đầy khó khăn và thử thách của đại dịch, đòi hỏi rất nhiều đòn bẩy và điểm tựa. Một trong những điểm tựa mạnh mẽ nhất giúp nền kinh tế phục hồi và phát triển sau đại dịch đó chính là văn hóa DN. Bài viết nghiên cứu về văn hóa DN chính là thước đo giá trị, cũng là chất keo gắn kết các thành viên hướng tới những mục tiêu chung và hành động chung.

Từ khóa: văn hóa doanh nghiệp, phục hồi kinh tế, đại dịch Covid-19, doanh nghiệp.

1. Tác động của đại dịch Covid-19 tới DN

Đại dịch Covid-19 ảnh hưởng lớn đến đời sống xã hội và nền kinh tế. Nhiều quốc gia trên thế giới trong đó có Việt Nam phải đối mặt với những khó khăn, thách thức, thậm chí là khủng hoảng to lớn dưới ảnh hưởng của đại dịch. Một trong những lĩnh vực chịu ảnh hưởng nhất là hoạt động sản xuất-kinh doanh của các DN, cụ thể như sau:

- Nhiều DN phải ngừng hoạt động, nguy cơ phá sản.

Tổn thất nặng nề nhất mà DN phải đối mặt là ngừng các hoạt động sản xuất -kinh doanh và đứng trước nguy cơ phá sản. Dịch bệnh kéo dài, kèm theo những chính sách phải phong tỏa để bảo vệ sức khỏe người dân, nên một số DN không phục vụ các loại hàng hóa thiết yếu phải ngừng hoạt động, như: dịch vụ du lịch, vận tải, làm đẹp...

Theo điều tra DN năm 2020 của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp với Ngân hàng Thế giới tại Việt Nam (WB) đã khảo sát gần 10.200 DN trên toàn quốc cho thấy,

đại dịch Covid-19 tác động rất tiêu cực đến các DN tại Việt Nam: 87,2% DN chịu ảnh hưởng ở mức “phần lớn” hoặc “hoàn toàn tiêu cực”; 11% DN “không bị ảnh hưởng gì” và gần 2% DN “hoàn toàn tích cực” hoặc “phần lớn tích cực”¹.

- DN chịu những gánh nặng về tài chính, thị trường lao động.

Về chi phí, trong tháng 9/2021, 95% DN gặp khó khăn do ảnh hưởng của dịch Covid-19; 80% DN phải tăng chi phí đầu vào do dịch; 54,2% DN tăng chi phí do giá nguyên vật liệu tăng; 49,5% DN tăng chi phí về logistics; 33,4% DN thiếu lao động và 40,8% DN thiếu nguyên vật liệu sản xuất.²

Về thị trường lao động, 90,8% DN đã giảm quy mô lao động trong thời kỳ diễn ra dịch bệnh. Do hoạt động kinh doanh không khả quan trong thời gian đại dịch bùng phát, nên các DN phải chấp nhận cho người lao động thôi việc. Theo thống kê của Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, đại dịch Covid-19 ảnh hưởng trực tiếp và gây tổn thất nặng nề đối với 50 - 60% người lao động. Trên 50%

người trong độ tuổi lao động bị mất việc làm, giảm thu nhập. Trong quý 3 năm 2021, dịch bệnh tăng mạnh khiến thiếu hụt lao động việc làm rất lớn, nhất là cuối thời kỳ giãn cách xã hội; thu nhập bình quân của người lao động tại Thành phố giảm đến 40% so với bình quân trên cả nước.³

- Nguồn cung nguyên liệu sản xuất khan hiếm; xuất, nhập khẩu hàng hóa gặp nhiều khó khăn.

Theo nguồn khảo sát của Tổ chức Lao động quốc tế, các biện pháp phong tỏa và giãn cách xã hội do các quốc gia áp dụng đã dẫn tới sự gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu từ nguồn cung nguyên vật liệu, sản xuất cho tới thị trường tiêu thụ. Tại Việt Nam, cú sốc đầu tiên đến từ việc đóng cửa biên giới với Trung Quốc vào ngày 31/1/2020 dẫn tới sự gián đoạn nguồn cung 70% nguyên vật liệu các ngành như may mặc, da giày và điện tử. Đồng thời, lệnh phong tỏa ở Trung Quốc cũng dẫn tới sự sụt giảm nguồn cầu của nhiều ngành như du lịch và lưu trú, gỗ và nội thất, nông sản. Ngày 6/3/2020, Việt Nam bước vào giai đoạn 2 của đại dịch, Chính phủ áp dụng lệnh hạn chế tụ tập, làm giảm mạnh tiêu thụ nội địa với các sản phẩm và dịch vụ không thiết yếu. Vào giữa tháng 3/2020, Hoa Kỳ và nhiều nước châu Âu áp dụng các biện pháp phong tỏa và giãn cách xã hội, dẫn tới cú sốc kinh tế thứ ba, đặc biệt đối với khu vực xuất khẩu của Việt Nam. Mặc dù các biện pháp phong tỏa ở Trung Quốc, Việt Nam và một số nước châu Á đã được gỡ bỏ, nhưng Hoa Kỳ và châu Âu vẫn bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch. Điều này có nghĩa, khu vực xuất khẩu của Việt Nam phụ thuộc vào thị trường Hoa Kỳ và châu Âu chưa thể phục hồi nhanh chóng.⁴

Những khía cạnh trên với những số liệu được khảo sát đã phần nào thấy được bức tranh của các DN trước bối cảnh của đại dịch Covid-19. Đó là khó khăn, thách thức rất lớn, đòi hỏi nhiều yếu tố, đòn bẩy và động lực quan trọng để phục hồi kinh tế sau đại dịch.

2. Vai trò của văn hóa DN trong phục hồi nền kinh tế sau đại dịch Covid-19

Những khó khăn, thách thức lớn của các DN đã đặt ra bài toán cho vấn đề phục hồi kinh tế sau đại dịch. Giá trị cốt lõi, uy tín thương hiệu, truyền thống văn hóa là sức mạnh nội sinh quan trọng nhất giúp DN vượt qua được thách thức, bứt phá và phát triển bền vững.

Văn hóa DN góp phần khôi phục sản xuất, kinh doanh sau đại dịch

Đại dịch Covid-19 là bài toán thử thách với các DN, buộc các DN phải chuyển mình, năng động và sáng tạo trong cách nghĩ, cách làm để góp phần vào phát triển sản xuất - kinh doanh, tăng trưởng kinh tế DN nói riêng và đất nước nói chung.

Trong thời gian đại dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, nhiều DN phải cắt giảm sản lượng, giảm số lượng người lao động,... song tại nhiều DN, công nhân vẫn sẵn sàng làm việc dù bị cắt giảm lương, thưởng. Để tạo được sự đồng lòng, giúp DN đứng vững, văn hóa DN chính là tấm lá chắn, hay “liều vắc-xin” hiệu quả. Tuy nhiên, để phục hồi sau đại dịch, cần đủ liều và đúng thời điểm, không bị đứt gãy chuỗi sản xuất - kinh doanh, phục hồi và bứt phá thành công thích ứng với điều kiện “bình thường mới”.

Văn hóa DN góp phần khôi phục và thúc đẩy sản xuất. Văn hóa DN phải quan tâm đến phát triển nguồn lực con người, xem con người như là “trái tim” của DN. Nếu trái tim khỏe, năng lực con người tốt, DN sẽ phục hồi nhanh chóng và phát triển bền vững. Trong thời điểm dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp nhất, đối với DN, điều quan trọng nhất là sức khỏe của người lao động. Đến thời điểm bị phong tỏa, người lao động có tâm lý lo lắng về thu nhập của mình, DN cần chia sẻ thông tin đến người lao động về tình hình phát triển, tiềm lực của DN và lãnh đạo DN cần cố gắng bảo đảm cuộc sống cho người lao động. Khi dịch bệnh ổn định, sản xuất - kinh doanh dần phục hồi, DN cần thông tin tích cực, động viên, khuyến khích người lao động, thúc đẩy họ tích cực làm việc để bảo đảm tương lai của người lao động và DN. Người lao động và DN có mối quan hệ biện chứng, tồn tại của bên này là điều kiện phát triển của bên kia. Khi DN tạo được niềm tin với người lao động, sự gắn kết giữa 2 bên sẽ chặt chẽ hơn, thuận lợi cho sự phát triển sản xuất - kinh doanh bền vững.

Văn hóa DN góp phần xây dựng và phát triển uy tín, thương hiệu sau đại dịch

Sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi, triết lý kinh doanh, đạo đức kinh doanh, tác phong làm việc, cách ứng xử,... là các yếu tố của văn hóa DN được định hình trong quá trình hoạt động của DN, tạo nên hình ảnh và uy tín cho DN. Uy tín DN càng

cao, hình ảnh DN càng thân thiện, có sức lôi cuốn sẽ bảo đảm sự ổn định và tăng trưởng cho DN. Phục hồi kinh tế sau đại dịch đòi hỏi sự thích ứng nhanh để DN có thể trụ vững và phát triển. Tuy nhiên, sự thích ứng nhanh phải đi liền với việc giữ vững uy tín và thương hiệu, vì đây là những giá trị bền vững để DN tồn tại trong bối cảnh mới đầy biến động, khó lường.

Trong khi đại dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, hoạt động của các DN trong thời gian qua không tránh khỏi những khó khăn, ngưng trệ, nhưng vẫn luôn vận động và là sức mạnh gắn kết, thúc đẩy mỗi con người, mỗi tổ chức hành động vì mục tiêu chung cùng vượt qua khó khăn. Khi cả xã hội ứng phó, thích nghi cùng dịch bệnh, từng bước tiến tới giai đoạn bình thường mới, những giá trị văn hóa được vun đắp trong khó khăn sẽ là nền tảng để DN nhanh phục hồi.

DN cần chú trọng bảo tồn và lan tỏa những giá trị văn hóa tốt đẹp để nâng cao uy tín của mình và được khách hàng ghi nhận. Đồng thời, tạo ra sự đoàn kết, thống nhất trong nội bộ DN.

Việc nâng cao nhận thức và giữ vững thương hiệu, đặc biệt trong bối cảnh khó khăn, luôn được các DN chú trọng để làm nền tảng vững chắc cho giai đoạn hậu khủng hoảng. Sau đại dịch, sự cạnh tranh giữa các DN sẽ ngày càng gay gắt và khốc liệt hơn, do đó những định hướng, chiến lược đúng đắn dựa trên nền tảng giá trị của lương tâm - tri thức và chữ tín sẽ tạo nên được thương hiệu, uy tín của DN.

Văn hóa DN góp phần khẳng định lại sứ mệnh kinh doanh phù hợp với bối cảnh mới

Trước và sau đại dịch, sứ mệnh kinh doanh phải xác định được trách nhiệm xã hội của mình và thực hiện trách nhiệm đó. Trách nhiệm xã hội là một trong những sứ mệnh kinh doanh mà mỗi DN cần xác định trong mục đích hoạt động của mình. Nếu như trước đây, chúng ta thấy sự đồng hành của các tập đoàn, tổng công ty nhà nước hỗ trợ các huyện nghèo (trong chương trình 30A) của Chính phủ, nhiều DN tham gia đóng góp vào các chính sách an sinh xã hội, thì khi đại dịch Covid-19 xuất hiện, các DN trong những lĩnh vực chủ đạo của nền kinh tế đã thể hiện trách nhiệm thông qua việc giảm giá điện, giảm tiền nước, giảm giá cước viễn thông... Với tinh thần “Chống dịch như chống giặc”, nhiều

DN không chỉ tặng máy thở, mà còn đóng góp nhiều tỷ đồng vào Quỹ chung tay phòng, chống dịch Covid-19; Quỹ vaccine...; tập trung đầu tư nghiên cứu sản xuất trang thiết bị y tế; sáng tạo ra những cây “ATM gạo”, “ATM ô-xy”, “siêu thị 0 đồng”... Đặc biệt, hưởng ứng chương trình “Sống và máy tính cho em”, “Tạm dừng đến trường không ngừng học” của Chính phủ, các DN, doanh nhân đã tặng cho học sinh nghèo, có hoàn cảnh khó khăn hàng triệu máy tính,...

Đảng, Chính phủ, Quốc hội ghi nhận và đánh giá cao những đóng góp của cộng đồng DN, đặt DN vào “vị trí trung tâm”, “chủ thể của quá trình phục hồi sản xuất - kinh doanh”. Như vậy, sứ mệnh xã hội của các DN chính là biểu hiện cao nhất của văn hóa DN, đó cũng chính là tinh thần mà Đại hội Đảng lần thứ XIII đã nhấn mạnh trong nhiệm vụ “xây dựng văn hóa DN, doanh nhân và kinh doanh”. Theo định hướng này, cần tiếp tục đưa văn hóa thấm sâu vào trong mọi hoạt động kinh tế, sản xuất-kinh doanh. Các hoạt động sản xuất-kinh doanh của DN, doanh nhân không đi ngược các giá trị chân - thiện - mỹ của văn hóa dân tộc.

Văn hóa DN góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, thúc đẩy tính sáng tạo trong DN sau đại dịch

Đại dịch Covid-19 gây ra nhiều khó khăn, thách thức, nhưng cũng mang lại nhiều cơ hội lớn. Dịch bệnh ảnh hưởng đến thu nhập và hành vi người tiêu dùng, nhưng lại tạo ra cơ hội và điều kiện phát triển cho các mô hình kinh doanh mới nếu các DN tranh thủ được thời cơ. Đây chính là thời điểm để các DN đổi mới sáng tạo, phát huy năng lực cạnh tranh để thích ứng trong điều kiện bình thường mới.

Môi trường làm việc lành mạnh, thân thiện, tích cực là những yếu tố quan trọng để khơi nguồn các ý tưởng sáng tạo. Ở đó, các cá nhân được khuyến khích đề xuất các sáng kiến, sáng chế; những ý kiến tranh luận, phản biện được tôn trọng, lắng nghe; các cải tiến, sáng tạo được xem xét, ủng hộ; những thành công, đóng góp được ghi nhận và đãi ngộ xứng đáng;... Tất cả những điều đó đã tạo động lực lớn trong quá trình làm việc của nhân viên, kích thích sự đổi mới và sáng tạo, tăng cường sức mạnh và nâng cao năng lực cạnh tranh của các DN trên thương trường.

Các DN cũng chủ động tận dụng thời điểm khó khăn của thị trường để chuyển đổi mô hình hoạt

động, phương thức sản xuất để thích ứng với bối cảnh phòng, chống dịch và bắt kịp cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Nhiều sản phẩm thương hiệu Việt đã thể hiện được uy tín, chiếm lĩnh thị phần nội địa và xuất khẩu ra nước ngoài. Nhiều DN chủ động, linh hoạt trong ứng dụng khoa học-công nghệ để nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm nhằm tạo ra sự cạnh tranh cho DN.

Để xây dựng và phát huy vai trò của văn hóa DN thực sự là điểm tựa sức mạnh phục hồi kinh tế sau đại dịch, cần chú trọng tới một số giải pháp sau:

Một là, tạo môi trường thuận lợi cho văn hóa kinh doanh phát triển sau đại dịch Covid-19. Thể chế kinh tế là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến văn hóa DN. Vì vậy, Đảng và Nhà nước cần tiếp tục hoàn chỉnh thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, cần đẩy mạnh thực hiện nghiêm chỉnh, hiệu quả luật sở hữu trí tuệ, luật bảo hộ thương hiệu, trợ giúp các DN đăng ký bảo hộ thương hiệu trong và ngoài nước. Hoàn thiện và quản lý nghiêm ngặt việc thực thi Luật Bảo hiểm xã hội, Luật Lao động để bảo vệ quyền lợi cho người lao động, khuyến khích các DN nâng cao ý thức tôn trọng và bảo vệ người lao động của mình.

Hai là, nâng cao hiệu quả hoạt động các cơ quan quản lý nhà nước. Sau cuộc khủng hoảng kinh tế sau đại dịch, nhiều vấn đề kinh tế sẽ nảy sinh, do vậy nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước sẽ góp phần xây dựng và phát huy văn hóa DN. Tăng cường thanh tra, xử lý các hành vi vi phạm, biểu hiện sai trái về đạo đức kinh doanh, bảo vệ quyền và lợi ích của nhân dân, nhất là những vấn đề liên quan đến môi trường sinh thái, an toàn thực phẩm, khai thác tài nguyên... Đẩy mạnh cải cách hành chính theo hướng trong sạch, chuyên nghiệp, hiện

đại, loại bỏ các rào cản gây phiền hà, những nhiễu loạn DN, chống tiêu cực ngay từ trong bộ máy công quyền một cách quyết liệt, thực chất và hiệu quả.

Ba là, quan tâm, tạo chuyển biến căn bản trong đào tạo và bồi dưỡng doanh nhân. Chính phủ và các Bộ, ngành liên quan chủ động xây dựng và triển khai thực hiện chương trình đào tạo doanh nhân, chương trình đào tạo về khởi sự DN; trang bị cho doanh nhân mới những kiến thức cần thiết về kinh doanh, về pháp luật và trách nhiệm xã hội; từng bước tiếp cận chuẩn mực pháp luật quốc tế trong đào tạo quản trị kinh doanh, quản trị DN. Đổi mới nội dung chương trình, phương pháp đào tạo về kinh tế, quản trị kinh doanh ở các trường đại học, cao đẳng, trung học chuyên nghiệp, dạy nghề theo hướng nâng cao tính thực tiễn của các chương trình đào tạo và khả năng thực hành của học viên. Chú trọng nội dung giáo dục đạo đức, ý thức trách nhiệm, sự trung thực, tinh thần hợp tác, ý thức dân tộc, ý thức cộng đồng.

Đại dịch Covid-19 là một thử thách lớn đối với cộng đồng DN Việt Nam. Cùng với tâm, tài, trí, đức và bản lĩnh của mỗi doanh nhân, cùng với giá trị của văn hóa DN và sự hỗ trợ tận lực của cả hệ thống chính trị, chúng ta có quyền tin tưởng vào tương lai phía trước, như Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc đã bày tỏ trong cuộc tiếp xúc với cử tri là các DN trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh: “Chúng ta tin tưởng khó khăn hiện nay chỉ là tạm thời. Khó khăn lớn nhất đã nằm lại phía sau. Có thể nói tương lai dù còn nhiều thách thức, nhưng ánh sáng đã xuất hiện ở đoạn cuối đường hầm này. Những cơ hội kinh tế đang đã mở ra, không chỉ bù đắp lại mất mát đã qua, mà còn cơ hội lớn để bứt phá...”⁵ ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), Ngân hàng Thế giới tại Việt Nam (WB), Một số phát hiện chính từ điều tra doanh nghiệp năm 2020, Báo cáo tác động của dịch bệnh Covid-19 đối với doanh nghiệp Việt Nam. Báo cáo của Tổ chức Lao động thế giới (2020). Đánh giá nhanh tác động của đại dịch Covid-19 tới doanh nghiệp và người lao động trong một số ngành kinh tế chính: Ứng phó, điều chỉnh và khả năng phục hồi.

² Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội (2021). Thống kê tình hình lao động và việc làm quý I/2021.

³ Tổ chức Lao động quốc tế (2020). Đánh giá nhanh tác động của đại dịch Covid-19 tới doanh nghiệp và người lao động trong một số ngành kinh tế chính: Ứng phó, điều chỉnh và khả năng phục hồi.

⁴C. P. (2021). Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc: Khó khăn lớn nhất đã nằm lại phía sau. Báo Đại đoàn kết, truy cập tại: <http://daidoanket.vn/chu-tich-nuoc-nguyen-xuan-phuc-kho-khan-lon-nhat-da-nam-lai-phia-sau-5667957.html>

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021). *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, tập 1, 2. Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật, Hà Nội.
2. Bùi Thùy Dung (2022). Tác động của đại dịch Covid-19 đến thị trường lao động Việt Nam. Tạp chí Tài chính, truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/tac-dong-cua-dai-dich-covid19-den-thi-truong-lao-dong-viet-nam-347525.html>
3. Nguyễn Quang Tạo (2021). Xây dựng văn hóa kinh doanh theo tinh thần Đại hội XIII. Tạp chí Tuyên giáo, truy cập tại: <https://tuyengiao.vn/dua-nghi-quyet-cua-dang-vao-cuoc-song/xay-dung-van-hoa-kinh-doanh-theo-quan-diem-dai-hoi-xiii-132966>.
4. Từ Thị Loan (2022). Văn hóa doanh nghiệp với sự phát triển bền vững của đất nước. Tạp chí Cộng sản, truy cập tại: https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/van_hoa_xa_hoi/-/2018/825347/van-hoa-doanh-nghiep-voi-su-phat-trien-ben-vung-cua-dat-nuoc.aspx.

Ngày nhận bài: 2/10/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/10/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/10/2022

Thông tin tác giả:

TS. ĐINH THỊ THANH TÂM

Học viện Báo chí và Tuyên truyền

CORPORATE CULTURE - THE POWER TO HELP THE ECONOMY RECOVER AFTER COVID-19 PANDEMIC

● **Ph.D ĐINH THỊ THANH TÂM**

Academy of Journalism and Communication

ABSTRACT:

The COVID-19 pandemic has threatened economic growth, business development and income of workers. Businesses are struggling and seeking ways to overcome the impacts of COVID-19. It requires support for the economy to recover from COVID-19 - a challenging period. One of the strongest fundamental to help the economy recover and thrive after the pandemic is corporate culture. This paper explores corporate culture which reflects the employee engagement of a company and guides employees towards the company's goals.

Keywords: corporate culture, economic recovery, COVID-19 pandemic, enterprises.