



Review Article

Some Solutions for Building Vietnamese Enterprise Culture in the Context of Deeper and Broader International Integration

Mac Quoc Anh*

Hanoi Small and Medium Enterprises Association, 119 Le Duan, Hoan Kiem, Hanoi, Vietnam

Received 25 August 2022

Revised 28 November 2022; Accepted 14 March 2023

Abstract: Vietnam has joined the World Trade Organization (WTO) and by 2020, Vietnam has had 30 strategic partners as well as comprehensive strategic partners, as well as diplomatic relations with 189/193 countries and economic relations with 160 countries and 70 territories. Building and developing enterprises in Vietnam therefore has attracted a lot of attention to support businesses in becoming more adaptable and globally integrated, thereby contributing to the development of a prosperous and happy country. As a result, businesses must implement solutions to build and develop corporate culture in accordance with the characteristics and realities of each enterprise in a synchronous and flexible manner. However, many businesses have not focused on developing corporate culture, or the construction method is not scientific and methodical. Some businesses continue to use rigid contract-based, authoritarian, autocratic management mechanisms and bureaucratic organizational systems, which create an atmosphere of passivity and fear among employees, leading to a negative attitude, indifference or opposition to the leadership. The following article will offer solutions to help enterprises gradually build and develop a more effective corporate culture based on research and an overview assessment of the current business system in Vietnam, which has two intertwined positives and negatives.

Keywords: Solution, culture, enterprise, integration.

* Corresponding author.

E-mail address: macquocanh@gmail.com

<https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4410>

Một số giải pháp góp phần xây dựng văn hoá doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng

Mạc Quốc Anh*

Hiệp hội Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa thành phố Hà Nội, 119 Lê Duẩn, Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam

Nhận ngày 25 tháng 8 năm 2022

Chỉnh sửa ngày 28 tháng 11 năm 2022; Chấp nhận đăng ngày 14 tháng 3 năm 2023

Abstract: Việt Nam đã gia nhập tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và đến năm 2020, Việt Nam có 30 đối tác chiến lược cũng như đối tác chiến lược toàn diện; có quan hệ ngoại giao với 189/193 nước, có quan hệ kinh tế với 160 nước và 70 vùng lãnh thổ. Trong bối cảnh đó, xây dựng và phát triển doanh nghiệp ở Việt Nam đang được quan tâm để giúp các doanh nghiệp tăng khả năng thích nghi và hội nhập quốc tế, góp phần thúc đẩy khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, cường thịnh và hạnh phúc. Do đó, các doanh nghiệp cần thiết phải thực hiện đồng bộ, linh hoạt các giải pháp xây dựng, phát triển văn hóa doanh nghiệp phù hợp với đặc điểm, thực trạng của từng doanh nghiệp. Tuy nhiên trong thực tế, còn không ít doanh nghiệp chưa thực sự chú trọng tới xây dựng văn hoá doanh nghiệp hoặc cách thức xây dựng chưa thực sự khoa học, bài bản. Một số doanh nghiệp còn duy trì cơ chế quản lý cứng nhắc theo kiểu hợp đồng, độc đoán, chuyên quyền, và hệ thống tổ chức quan liêu, gây ra không khí thụ động, sợ hãi ở các nhân viên, khiến họ có thái độ thờ ơ hoặc chống đối giới lãnh đạo. Trên cơ sở nghiên cứu, đánh giá tổng quan hệ thống doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay với sự tồn tại hai mặt tích cực và hạn chế đan xen lẫn nhau, nội dung bài viết sau đây sẽ đưa ra các giải pháp góp phần giúp các doanh nghiệp từng bước xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp hiệu quả hơn.

Keywords: Giải pháp, văn hoá, doanh nghiệp, hội nhập.

1. Mở đầu

Văn hóa doanh nghiệp là văn hóa của một tổ chức, là tổng hòa của tất cả các giá trị - những điều mà người ta cảm thấy quan trọng và có ích, các tiêu chuẩn, niềm tin, phương thức quản lý, vận hành, làm việc,... được tất cả các thành viên trong doanh nghiệp đồng thuận và làm theo. Mỗi doanh nghiệp từ lúc hình thành đến khi phát triển sẽ tạo nên những bộ giá trị tương ứng với những nền văn hóa nội bộ khác nhau, ảnh hưởng đến hành vi của mọi nhân viên và hướng họ hành động vì mục tiêu chung của công ty.

Nội dung bài viết gồm hai phần chính là: Khái quát về doanh nghiệp Việt Nam, khái niệm,

vai trò của văn hoá doanh nghiệp Việt Nam, bất cập và một số giải pháp góp phần phát triển văn hoá doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới.

2. Khái quát về doanh nghiệp Việt Nam, khái niệm và vai trò của văn hoá doanh nghiệp Việt Nam

2.1. Khái quát về doanh nghiệp Việt Nam

Theo bà Nguyễn Thị Hương, Tổng cục trưởng Tổng cục Thống kê cho biết: “Tổng điều tra kinh tế 2021 do Tổng cục Thống kê thực hiện có quy mô lớn, nội dung phức tạp, liên quan đến

* Tác giả liên hệ.

Địa chỉ email: macquocanh@gmail.com

<https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4410>

4 loại đơn vị điều tra, bao gồm: Doanh nghiệp; cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể; đơn vị sự nghiệp, hiệp hội; cơ sở tôn giáo, tín ngưỡng”. Tính đến 31/12/2020, cả nước có 683,6 nghìn doanh nghiệp đang hoạt động sản xuất, kinh doanh với số lao động là 14,7 triệu người, tăng 35,3% về số doanh nghiệp và tăng 4,7% về số lao động so với năm 2016. Có 15,3 nghìn hợp tác xã; hơn 5,19 triệu hộ kinh doanh cá thể; 59 nghìn đơn vị sự nghiệp, hiệp hội và tổ chức phi chính phủ; 46,8 nghìn cơ sở tôn giáo tín ngưỡng. Giai đoạn 2016-2020, bình quân mỗi năm, số doanh nghiệp tăng 7,9% [1].

Theo bà Hương: “Xét theo loại hình doanh nghiệp thì khu vực doanh nghiệp ngoài Nhà nước có 659,4 nghìn doanh nghiệp, chiếm 96,5% tổng số doanh nghiệp cả nước, tăng 1,8% so với năm 2019 và tăng 35% so với năm 2016. Tương ứng, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có 22,2 nghìn doanh nghiệp, chiếm 3,2%, tăng 18,4% và tăng 58,6%; doanh nghiệp Nhà nước có gần 2 nghìn doanh nghiệp, chiếm 0,3%, giảm 5,5% và giảm 25,1%”.

2.2. Khái niệm văn hoá doanh nghiệp Việt Nam

Văn hóa doanh nghiệp là tài sản quý giá của công ty, là điều quyết định sự phát triển bền vững của tổ chức. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp cần có sự đóng góp không nhỏ từ các thành viên công ty, nhưng trước hết là trách nhiệm của đội ngũ nhân sự và lãnh đạo [2]. Nếu bản thân các lãnh đạo cấp cao không thể phù hợp với văn hóa doanh nghiệp, họ thường thất bại trong công việc, hoặc thậm chí là nghỉ việc vì không phù hợp. Do đó, khi các công ty tuyển dụng lãnh đạo cấp cao, những cá nhân này cần có các kỹ năng và kinh nghiệm cần thiết, cũng như phải phù hợp với văn hóa hiện tại của công ty.

Nhiều người thường ngộ nhận văn hóa doanh nghiệp là những bộ quy chuẩn hay những khẩu hiệu được treo trên tường. Điều này không hoàn toàn đúng vì đó chỉ là mong muốn từ các cấp lãnh đạo được truyền đạt đến nhân viên.

Hầu hết văn hóa của các công ty không quá khác biệt nhau, ngay cả các công ty trong những ngành nghề khác nhau cũng có xu hướng chia sẻ

các giá trị văn hóa chung. Ví dụ, hầu hết các công ty tư nhân đều muốn phát triển và tăng doanh thu. Vì thế đa phần họ sẽ thúc đẩy nhân viên hơn là để cho nhân viên làm việc tự do, hướng tới tinh thần làm việc theo đội nhóm và thể hiện sự quan tâm đến thành tích của người khác, nhằm mục đích nâng cao năng suất và chất lượng để có thể chiếm lợi thế và tranh giành thị phần.

Văn hoá Việt Nam mang những đặc thù riêng như: quản lý theo cung cách “thuận tiện”, mang nặng dấu ấn của người sáng lập, quản lý vì kết quả không theo quy trình, quy phạm; coi trọng việc xây dựng “quan hệ”; Doanh nghiệp Việt Nam thường có tầm nhìn ngắn hạn; Doanh nghiệp Việt Nam ít sử dụng các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh/làm việc chưa có tính chuyên nghiệp; Doanh nghiệp Việt Nam thường ít lấy tiêu chí lợi nhuận hay chiếm lĩnh thị trường làm mục tiêu hoạt động [3].

2.3. Vai trò của văn hoá doanh nghiệp Việt Nam

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng như hiện nay, văn hoá doanh nghiệp Việt Nam đóng vai trò quan trọng, cụ thể:

Khi một công ty xây dựng văn hóa doanh nghiệp vững mạnh, ba điều hiển nhiên sẽ xảy ra: nhân viên hiểu rõ lãnh đạo mong muốn họ hành động như thế nào trong một tình huống nhất định.

Nhân viên tin rằng hành động của họ là đúng.

Nhân viên biết rằng họ sẽ được khen thưởng khi hành động theo đúng các giá trị của công ty.

Vì vậy, một nền văn hóa vững mạnh sẽ tăng cường sự tin cậy và hợp tác giữa các thành viên, ít bất đồng xảy ra cũng như các quyết định được đưa ra hiệu quả hơn. Nhân viên sẽ hiểu rõ hơn điều gì là quan trọng, từ đó các mục tiêu được thực hiện nhanh chóng và hiệu quả.

Bên cạnh đó, những doanh nghiệp có văn hóa nổi bật và đặc trưng sẽ có ưu thế hơn trong việc đẩy mạnh gắn kết nội bộ, tạo ra một môi trường làm việc lành mạnh với các mối quan hệ tốt đẹp giữa nhân viên. Lợi thế cạnh tranh của công ty với văn hóa tốt hơn còn được thể hiện ở việc thu hút và giữ chân nhân tài, khuyến khích sự sáng tạo và cống hiến của nhân viên.

Theo khảo sát, có đến 66% người tìm việc coi văn hóa và các giá trị của công ty là yếu tố quan trọng nhất khi xem xét cơ hội nghề nghiệp, có đến 80% người lao động cho rằng văn hóa doanh nghiệp chính là yếu tố khiến họ gắn bó với công ty, có đến 86% người lao động cho biết họ sẽ không nộp đơn xin việc tại một tổ chức, doanh nghiệp có hình ảnh hoặc danh tiếng thương hiệu xấu [4]. Các tổ chức có văn hóa doanh nghiệp mạnh có mức độ gắn kết nhân viên cao hơn rất nhiều so với các tổ chức có văn hóa doanh nghiệp yếu. Các doanh nghiệp chủ động quản lý văn hóa doanh nghiệp của họ có tỷ lệ giữ chân nhân viên cũng cao hơn rất nhiều.

Như vậy, tác động của văn hóa doanh nghiệp đối với việc giữ chân nhân viên là điều không thể phủ nhận. Nếu nhân viên làm việc cho một công ty có nền văn hóa lành mạnh phù hợp với niềm tin và thái độ của chính họ, họ sẽ làm việc chăm chỉ và gắn bó lâu dài hơn với công ty. Ngược lại, nếu văn hóa của công ty khiến họ cảm thấy không thoải mái, nhiều khả năng nhân viên sẽ rời đi, hoặc tệ hơn là ở lại nhưng hoạt động với hiệu quả kém. Rõ ràng là văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng đến hạnh phúc của nhân viên, sự hài lòng trong công việc và hiệu quả công việc của họ. Chính vì thế, văn hóa doanh nghiệp là yếu tố quan trọng góp phần không nhỏ vào việc giữ chân nhân viên và thu hút nhân tài cho doanh nghiệp.

3. Bất cập và một số giải pháp góp phần phát triển văn hoá doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới

3.1. Một số bất cập trong xây dựng văn hoá Việt Nam hiện nay

Thực tế trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng hiện nay đã chứng minh rằng hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam thành công đều có tập hợp các “niềm tin dẫn đạo”. Tuy nhiên trong thực tế, văn hoá doanh nghiệp Việt Nam còn tồn tại nhiều bất cập với những biểu hiện khác nhau ở mỗi loại hình doanh nghiệp.

Theo ông Đỗ Quang Hiến- chủ tịch Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa thành phố Hà Nội cho

biết: “Một Doanh nghiệp Việt Nam có nền văn hoá tiêu cực có thể là Doanh nghiệp mà cơ chế quản lý cứng nhắc theo kiểu hợp đồng, độc đoán, chuyên quyền, và hệ thống tổ chức quan liêu, gây ra không khí thụ động, sợ hãi ở các nhân viên, khiến họ có thái độ thờ ơ hoặc chống đối giới lãnh đạo. Trên thực tế, quá trình hội nhập quốc tế ở Việt Nam hiện nay đã cho thấy, có không ít các Doanh nghiệp hiện nay đang đi theo “đà” này”.

Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp chưa xây dựng được môi trường làm việc thoải mái và hiện đại. Môi trường không tốt dễ khiến nhân viên mệt mỏi, chán nản và tìm đến môi trường mới. Môi trường vui vẻ, thân thiện, mọi người luôn sẵn sàng giúp đỡ nhau trong công việc, trong cuộc sống sẽ giúp nhân viên cảm thấy hạnh phúc hơn, yêu công ty và yêu sếp của mình hơn. Xây dựng môi trường làm việc đoàn kết, gắn bó, thoải mái sẽ thu hẹp khoảng cách giữa nhân viên và doanh nghiệp, từ đó gia tăng tính sáng tạo trong mỗi cá nhân. Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ 4.0, nhân viên cũng mong muốn được làm việc trong môi trường công nghệ hiện đại, mọi thứ được số hóa, được tối ưu cũng sẽ giúp cho nhân viên cảm thấy thoải mái, hài lòng, yêu thích môi trường làm việc mà gắn bó với doanh nghiệp. Thêm nữa, không gian nội thất sáng tạo cũng góp một phần quan trọng trong việc tăng tính gắn bó, tạo hứng khởi và giúp nhân viên thỏa sức sáng tạo, bút phá mọi giới hạn trong công việc [5].

Những bất cập này đặt ra một số vấn đề trong xây dựng văn hoá doanh nghiệp Việt Nam như: Việc xây dựng văn hoá doanh nghiệp tiên tiến, hài hòa với bản sắc văn hoá dân tộc, với văn hóa từng vùng, miền khác nhau cần nỗ lực và sự sáng tạo như thế nào của tất cả các thành viên trong các doanh nghiệp khác nhau; Cần giải pháp gì để nhà lãnh đạo không chỉ là người quyết định cơ cấu tổ chức và công nghệ của Doanh nghiệp, mà còn là người sáng tạo ra các biểu tượng, các y thức hệ, ngôn ngữ, niềm tin, nghi lễ và huyền thoại,... của Doanh nghiệp; Biện pháp nào để tiếp thu những giá trị văn hoá Doanh nghiệp không thuộc về văn hoá dân tộc, cũng không phải do nhà lãnh đạo sáng tạo ra mà do tập thể nhân

viên trong Doanh nghiệp tạo dựng nên, được gọi là những kinh nghiệm học hỏi được; Làm sao để hạn chế tác động của môi trường kinh doanh như cơ chế, chính sách của nhà nước, pháp luật và hoạt động của bộ máy công chức cũng như những rào cản nhất định cho việc xây dựng và hoàn thiện văn hóa kinh doanh nói chung và văn hóa Doanh nghiệp Việt Nam nói riêng.

3.2. Một số giải pháp góp phần phát triển văn hóa doanh nghiệp

Một là, đẩy mạnh tuyên truyền giáo dục, nâng cao nhận thức cho lãnh đạo, nhân viên và người lao động về tầm quan trọng, vai trò của văn hóa doanh nghiệp và kiến thức về văn hóa doanh nghiệp đối với hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Để xây dựng thành công văn hóa doanh nghiệp, cần có sự tham gia của tất cả thành viên trong doanh nghiệp. Do đó, doanh nghiệp cần đẩy mạnh hơn nữa công tác tuyên truyền giáo dục, vận động người lao động trong doanh nghiệp nhận thức đầy đủ và sâu sắc về vai trò, ý nghĩa của phát triển văn hóa doanh nghiệp trong từng hoạt động để mọi người tích cực chủ động tham gia hơn nữa vào việc xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp. Đồng thời, mỗi doanh nghiệp cần đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền, giáo dục như: thông qua các cuộc họp, hội nghị, tổng kết,... thường xuyên có những hình thức bồi dưỡng, cập nhật kiến thức về chuyên môn nghiệp vụ và nâng cao sự hiểu biết về văn hóa doanh nghiệp cho nhân viên và người lao động, đặc biệt là đối với nguồn nhân lực mới được tuyển dụng vào đơn vị. Bên cạnh đó, đa dạng về hình thức và nội dung bài viết trên trang web của doanh nghiệp về tầm nhìn, sứ mệnh, triết lý kinh doanh và các giá trị văn hóa để mọi người trong doanh nghiệp dễ dàng tiếp nhận và lan tỏa những giá trị văn hóa đó, thấm thấu vào nhận thức và thay đổi hành vi trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Khi các thành viên trong doanh nghiệp nhận thức sâu sắc về những giá trị văn hóa doanh nghiệp, về tầm nhìn, sứ mệnh, triết lý trong kinh doanh sẽ giúp họ tích cực hơn nữa trong xây dựng phát triển văn hóa doanh nghiệp, góp phần duy trì và phát triển môi trường

văn hóa trong doanh nghiệp chuyên nghiệp, đem lại hiệu quả cao trong sản xuất kinh doanh.

Hai là, tuyển dụng nhân viên phù hợp với văn hóa doanh nghiệp, phát huy năng lực con người và cụ thể hóa tiêu chí văn hóa doanh nghiệp vào quá trình đánh giá hoạt động của doanh nghiệp.

Một trong những yếu tố quan trọng nhất đóng góp vào sự thành công và sự phát triển bền vững của doanh nghiệp chính là yếu tố con người. Để doanh nghiệp phát triển vững mạnh cần thiết phải có một đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, luôn nhiệt huyết và sẵn sàng dấn thân, cống hiến vì sự phát triển của doanh nghiệp. Khi mỗi nhân viên trong doanh nghiệp có tinh thần trách nhiệm cao, có ý thức hòa đồng vào môi trường văn hóa doanh nghiệp sẽ phát huy được hết khả năng của bản thân và đem lại hiệu quả kinh tế cao cho doanh nghiệp. Ngược lại, nếu nhân viên trong doanh nghiệp không có nhiệt huyết, không nêu cao tinh thần trách nhiệm và không có sự hòa đồng, đồng tâm xây dựng và thực hiện văn hóa doanh nghiệp sẽ gây ra rất nhiều tổn thất cho doanh nghiệp. Do đó, công tác tuyển dụng nhân viên có vai trò rất quan trọng trong xây dựng và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Trong đó, tuyển dụng nhân viên cần phải gắn với định hướng những giá trị cốt lõi của doanh nghiệp. Doanh nghiệp không chỉ tuyển dụng nhân viên có trình độ chuyên môn, kiến thức và kỹ năng phù hợp với vị trí công việc đang cần mà cần tuyển dụng nhân viên phù hợp với những định hướng giá trị trong doanh nghiệp.

Để phát huy năng lực con người trong sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp cần phát huy năng lực của nhân viên thông qua các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cho nhân viên trong doanh nghiệp như: hội thảo khoa học, diễn đàn chia sẻ tri thức, chia sẻ kinh nghiệm trong sản xuất kinh doanh, phát huy ý tưởng sáng tạo của mỗi cá nhân, tập thể trong doanh nghiệp để góp phần nâng cao hiệu quả trong sản xuất kinh doanh. Đồng thời, đưa các tiêu chí thực hiện xây dựng phát triển văn hóa doanh nghiệp vào đánh giá hoạt động của doanh nghiệp. Đa dạng cách đánh giá nguồn nhân lực dựa vào kết quả và chất

lượng công việc. Ghi nhận và có nhiều hình thức khen thưởng phù hợp để phát huy những ý tưởng sáng tạo của nhân viên trong quá trình sản xuất kinh doanh.

Ba là, phát triển môi trường làm việc lành mạnh, cởi mở trong doanh nghiệp và nâng cao đạo đức kinh doanh của doanh nghiệp.

Khi xây dựng văn hóa doanh nghiệp, các doanh nghiệp đều mong muốn duy trì và phát huy những thế mạnh, những giá trị nổi bật mang đặc trưng riêng của đơn vị mình. Đồng thời, doanh nghiệp mong muốn phát triển hơn nữa những giá trị cốt lõi tạo nên bản sắc, thương hiệu riêng của doanh nghiệp để trở thành nền tảng, nguồn lực nội sinh trong sản xuất kinh doanh. Do đó, doanh nghiệp cần xây dựng môi trường làm việc cởi mở, thân thiện để mọi người có thể tự tin chia sẻ thông tin, những kiến thức thu nhận được trong thực tiễn công tác, góp phần tạo điều kiện thuận lợi để hoạt động sản xuất kinh doanh đạt hiệu quả cao. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng khắc phục những hạn chế còn tồn đọng liên quan đến vấn đề giao tiếp, ứng xử giữa các thành viên trong đơn vị, sự không thấu hiểu trong việc giải quyết các vấn đề xảy ra trong doanh nghiệp,... Để xây dựng môi trường làm việc lành mạnh, cởi mở và chuyên nghiệp, các doanh nghiệp cần xây dựng các quy định cụ thể, rõ ràng hơn về công việc và quy trình thực hiện công việc cho từng vị trí việc làm; xây dựng hình tượng nhà lãnh đạo quản lý cởi mở, thân thiện với nhân viên trong phong cách giao tiếp, văn hóa ứng xử với đồng nghiệp,... tạo nên niềm tin, sự đồng thuận, nhất trí cao giữa các thành viên trong doanh nghiệp; tôn trọng và phát huy sự sáng tạo, những sáng kiến của nhân viên trong xây dựng và phát triển bền vững doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, trong hoạt động sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp cần thực hiện nghiêm túc những cam kết với đối tác và khách hàng như đã công bố về chất lượng sản phẩm, dịch vụ cung cấp, giữ chữ tín đối với khách hàng và đối tác, lắng nghe và ghi nhận những ý kiến đóng góp của khách hàng, kinh doanh trung thực,... Đồng thời, các doanh nghiệp cũng cần có sự cân đối hài hòa giữa lợi ích doanh nghiệp và lợi ích xã

hội, tích cực tổ chức thực hiện các hoạt động trách nhiệm xã hội như: bảo vệ môi trường, hỗ trợ cộng đồng, giúp đỡ những đối tượng khó khăn và yếu thế,...

Bốn là, có thể thực hiện xây dựng văn hóa doanh nghiệp theo mô hình 5 bước sau:

Bước 1: đánh giá văn hóa hiện tại của công ty

Khi muốn xây dựng hoặc thay đổi văn hóa doanh nghiệp thì cần bắt đầu bằng việc nhìn nhận văn hóa hiện tại đang như thế nào, sau đó kết hợp với định hướng phát triển của công ty. Việc đánh giá sẽ giúp cho doanh nghiệp nhận thấy những điểm mạnh và điểm yếu, từ đó đưa ra các chiến lược nhằm hoàn thiện môi trường văn hóa, thúc đẩy sự phát triển của công ty.

Bước 2: xác định những giá trị cốt lõi cho văn hóa công ty

Để xây dựng văn hóa doanh nghiệp vững mạnh, việc quan trọng nhất là bạn phải biết được những điều bạn mong muốn tạo nên. Có 7 loại hình văn hóa doanh nghiệp phổ biến toàn cầu hiện nay, được phân loại dựa trên 2 tiêu chí chính là khả năng phản ứng trước thay đổi và sự tương tác giữa mọi người, bao gồm: văn hóa Quan tâm, Học tập, Mục tiêu, Kết quả, Chuyên chế, Trật tự và Tận hưởng.

Hãy lựa chọn xây dựng văn hóa doanh nghiệp từ các đặc điểm riêng và mong muốn của công ty bạn, đồng thời phải phù hợp với chiến lược và tầm nhìn của công ty. Đối với các công ty đa quốc gia, mỗi chi nhánh cần lựa chọn các giá trị phù hợp với nền văn hóa đặc trưng của nước đó.

Bước 3: lập kế hoạch hành động và triển khai văn hóa doanh nghiệp

Sau khi xác định được văn hóa lý tưởng của công ty là gì, việc tiếp theo là đưa ra một kế hoạch hành động cụ thể bao gồm các giai đoạn chính, mốc thời gian, mục tiêu, ưu tiên và người chịu trách nhiệm. Thông thường, một phòng ban hoặc một nhóm cố định sẽ được trao trách nhiệm lên kế hoạch phổ biến và triển khai văn hóa doanh nghiệp.

Trong giai đoạn đầu, các quy định chung về văn hóa công ty sẽ được truyền thông đến nhân

viên qua nhiều hình thức như gửi tài liệu, trò chuyện, họp mặt, tổ chức sự kiện văn hóa,... Việc này sẽ giúp nhân viên sẽ ghi nhớ các giá trị cốt lõi, cũng như hiểu được tầm quan trọng của văn hóa doanh nghiệp đến sự phát triển của công ty và cá nhân, từ đó dần dần sẽ hình thành nên thói quen, niềm tin và sự tự giác theo đúng các giá trị văn hóa của công ty. Đồng thời, doanh nghiệp cũng nên cân nhắc điều chỉnh thiết kế văn phòng về nội thất, trang trí, đồng phục sao cho phù hợp và đồng nhất với môi trường văn hóa của mình.

Bước 4: thiết lập hệ thống khen thưởng phù hợp với văn hóa

Nhân viên không phải lúc nào cũng thích những sự đổi mới, vì thế để xây dựng văn hóa doanh nghiệp thành công cần phải có kế hoạch khen thưởng để khuyến khích và động viên nhân viên. Bên cạnh đó, hệ thống khen thưởng hiện hành của công ty cần được thiết kế phù hợp, làm sao để nhân viên có thể được công nhận khen thưởng theo đúng các giá trị văn hóa một cách thường xuyên, từ đó họ sẽ được tiếp thêm động lực và trở thành hình mẫu để những thành viên khác noi theo.

Bước 5: đánh giá và duy trì

Xây dựng văn hóa doanh nghiệp là một quá trình lâu dài và không thể hoàn thành trong một sớm một chiều. Trong quá trình xây dựng, mỗi giai đoạn cần được nhìn nhận và đánh giá thường xuyên về các giá trị và cách thức hiện thời có phù hợp hay không. Bên cạnh đó, tất cả các giá trị văn hóa cần được cập nhật liên tục để tránh việc chúng bị lỗi thời và lạc hậu. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp là trách nhiệm của các cấp lãnh đạo, tuy nhiên để văn hóa trở nên ổn định và tỏa sáng thì cần sự đóng góp và duy trì của tất cả thành viên trong tổ chức. Doanh nghiệp có thể thường xuyên thực hiện các khảo sát sau các hoạt động văn hóa để thu thập ý kiến và đề xuất của nhân viên để văn hóa công ty ngày càng hoàn thiện hơn nữa.

4. Kết luận

Văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng đến hạnh phúc của nhân viên, sự hài lòng trong công việc và hiệu quả công việc của họ. Chính vì thế, văn hóa doanh nghiệp là yếu tố quan trọng góp phần không nhỏ vào việc giữ chân nhân viên và thu hút nhân tài cho doanh nghiệp.

Xây dựng văn hóa doanh nghiệp là một quá trình đòi hỏi doanh nghiệp phải liên tục nỗ lực thực hiện. Những giá trị văn hóa doanh nghiệp không phải là cố định và có thể thay đổi để phù hợp với thực tiễn phát triển của doanh nghiệp và sự thay đổi của xã hội. Do đó, mỗi doanh nghiệp cần thường xuyên đôn đốc việc thực hiện văn hóa doanh nghiệp, kiểm tra, đánh giá chất lượng và hiệu quả của việc thực thi văn hóa doanh nghiệp để kịp thời phát hiện những giá trị văn hóa tích cực, phù hợp cần tiếp tục được phát huy, đồng thời loại bỏ những giá trị không còn phù hợp và thay thế bằng những giá trị văn hóa mới phù hợp với thời đại và sự phát triển của doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo

- [1] General Statistics Office, Report on Economic Census Results in 2021, Hanoi, 2022.
- [2] P. X. Nha (Editor), Entrepreneurial Personality and Business Culture in Vietnam in the Period of Renovation And International Integration, National University Press, Hanoi, 2011.
- [3] N. N. Quan, Lecture: Capacity Building for Human Resource System Development (for Graduate Students), National Economics University, Hanoi, 2012.
- [4] H. A. Duy, N. P. Thao, Influence of Corporate Culture on Business Performance - The Case of Sacombank - Hai Phong Branch, Banking Science and Training Journal, No. 233, 2022.
- [5] N. Quynh, Vietnam Corporate Culture Day: Prerequisites for Sustainable Development, Economic Information Page of Vietnam News Agency, <https://bnews.vn/ngay-van-hoa-doanh-nghiep-viet-nam-tien-de-cho-phat-trien-ben-vung/220499.html> (accessed on: July 5th, 2022).