



TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA HÀ NỘI
VIỆN KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ



VĂN HÓA KINH DOANH VÀ TINH THẦN KHỞI NGHIỆP

ThS. Nguyễn Thị Thúy Hằng
Viện Kinh tế và Quản lý, Trường ĐH Bách khoa Hà Nội
Email: hang.nguyenthithuy@hust.edu.vn

NỘI DUNG MÔN HỌC

Phần 1: Văn hóa kinh doanh

- Chương 1: Tổng quan về môn học
- Chương 2: Triết lý kinh doanh
- Chương 3: Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp
- Chương 4: Văn hóa doanh nhân
- Chương 5: Văn hóa doanh nghiệp

Phần 2: Tinh thần khởi nghiệp

CHƯƠNG 5

VĂN HÓA DOANH NGHIỆP





- Sau khi học xong bài này, người học sẽ có thể
 - Hiểu biết về một số khái niệm trong văn hóa doanh nghiệp
 - Nắm được các mô hình văn hóa doanh nghiệp, thực trạng và cách thức xây dựng mô hình, từ đó đưa ra các giải pháp hợp lý xây dựng mô hình
 -

Các nội dung chính

5.1

- Một số vấn đề tổng quan

5.2

- Thực trạng và xây dựng mô hình

5.3

- Giải pháp xây dựng mô hình

5.1 Một số vấn đề tổng quan

5.1.1

- Văn hóa

5.1.2

- Văn hóa doanh nghiệp

5.1.3

- Các mô hình văn hóa doanh nghiệp trên thế giới

5.1.4

- Các bước xây dựng văn hóa doanh nghiệp

5.1.1 Văn hóa



5.1.2 Văn hóa doanh nghiệp



hệ thống hữu cơ các giá trị, các chuẩn mực, các quan niệm và hành vi do các thành viên trong doanh nghiệp đó sáng tạo và tích lũy trong quá trình tương tác với môi trường bên ngoài và hội nhập bên trong tổ chức

đã có hiệu lực và được coi là đúng đắn

được chia sẻ và phổ biến rộng rãi giữa các thể hệ thành viên như một phương pháp chuẩn mực để nhận thức, tư duy và cảm nhận trong mối quan hệ với các vấn đề mà họ phải đối mặt.

5.1.3 Các bước xây dựng VHĐN



B1.

- Tìm hiểu môi trường và các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược doanh nghiệp trong tương lai

B2.

- Xác định đâu là giá trị cốt lõi làm cơ sở cho thành công.

B3.

- Xây dựng tầm nhìn mà doanh nghiệp sẽ vươn tới

B4.

- Đánh giá văn hóa hiện tại, xác định những yếu tố văn hoá nào cần thay đổi và kết hợp với chiến lược phát triển DN

B5.

- Làm thế nào để thu hẹp khoảng cách giữa những giá trị chúng ta hiện có và những giá trị chúng ta mong muốn.

Các bước xây dựng VHDN (tiếp)

B6.

- Xác định vai trò của lãnh đạo trong việc dẫn dắt thay đổi văn hóa

B7.

- Soạn thảo một kế hoạch hành động bao gồm các mục tiêu hoạt động, thời gian, điểm mốc và trách nhiệm cụ thể

B8.

- Phổ biến nhu cầu thay đổi, kế hoạch hành động và động viên tinh thần, tạo động lực cho sự thay đổi

B9.

- Nhận biết các trở ngại và nguyên nhân từ chối thay đổi và xây dựng các chiến lược để đối phó

B10.

- Thể chế hóa, mô hình hóa và củng cố sự thay đổi văn hóa.



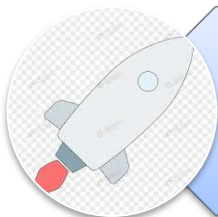
5.1.3 Các mô hình văn hóa doanh nghiệp trên thế giới



a. Mô hình văn hóa gia đình



b. Mô hình tháp Eiffel



c. Mô hình tên lửa dẫn đường



d. Mô hình lò ấp trứng

a. Mô hình văn hóa gia đình



Mô hình nhân văn, mối quan hệ trực tiếp gần gũi nhưng có thứ bậc trên dưới như trong gia đình. “Người cha” là người giàu kinh nghiệm và có quyền hành lớn đối với “con cái”, đặc biệt là khi chúng còn nhỏ.



Trong mô hình văn hóa doanh nghiệp gia đình, mối quan hệ giữa các thành viên trực tiếp gần gũi nhưng có thứ bậc trên dưới, như trong gia đình.



Áp dụng : Ai Cập, Italia, Singapore, Bắc Triều Tiên, Tây Ban Nha và điển hình là Nhật Bản

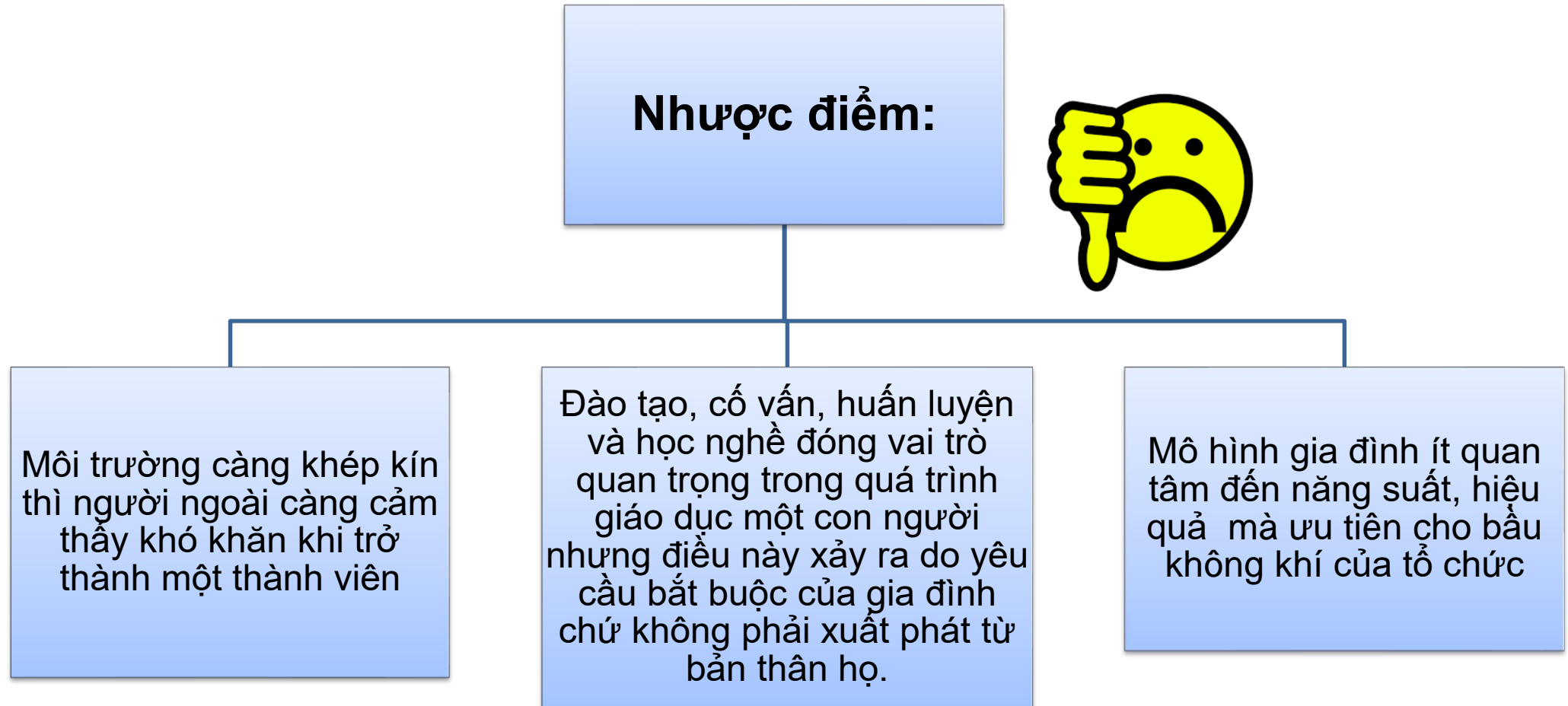


a. Mô hình văn hóa gia đình





a. Mô hình văn hóa gia đình



b. Mô hình tháp Eiffel



Tháp có độ dốc đứng, cân đối, thu hẹp ở đỉnh và nở rộng ở đáy, chắc chắn, vững chãi. Giống như một bộ máy chính thống, đây thực sự là biểu tượng cho thời đại cơ khí. Ngay cả cấu trúc của nó cũng quan trọng hơn chức năng.



Áp dụng : Các doanh nghiệp lâu đời ở Châu Âu.

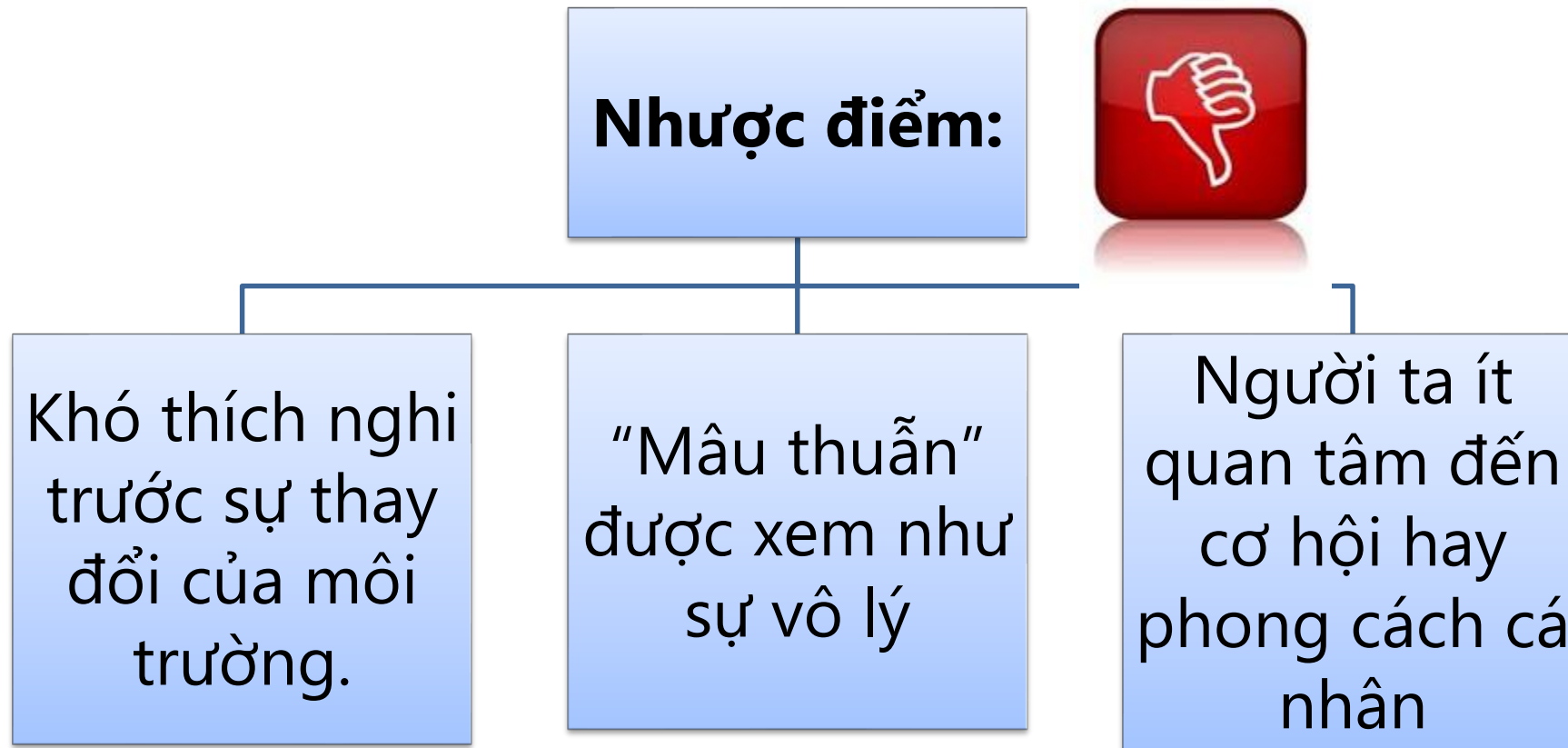


b. Mô hình tháp Eiffel





b. Mô hình tháp Eiffel



c. Mô hình tên lửa dẫn đường



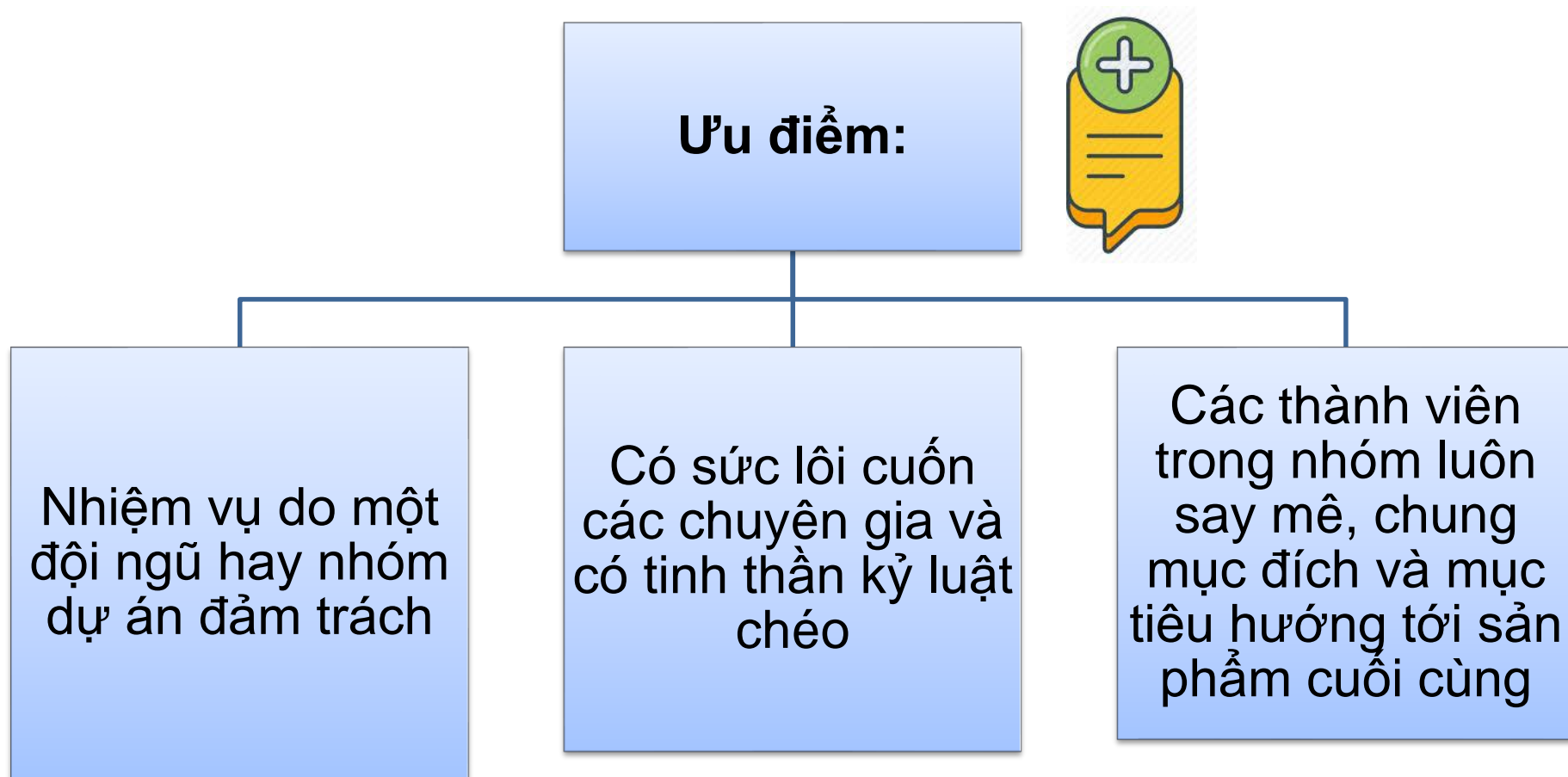
Mục tiêu là nhân tố căn bản đối với mô hình tên lửa điều khiển. Mọi thứ được thực hiện để giữ vững ý định chiến lược và đạt được mục tiêu. Mỗi người đều biết rõ công việc của mình và thù lao của họ được trả theo kết quả đóng góp thực tế.



Áp dụng : Các công ty phần mềm và quảng cáo.

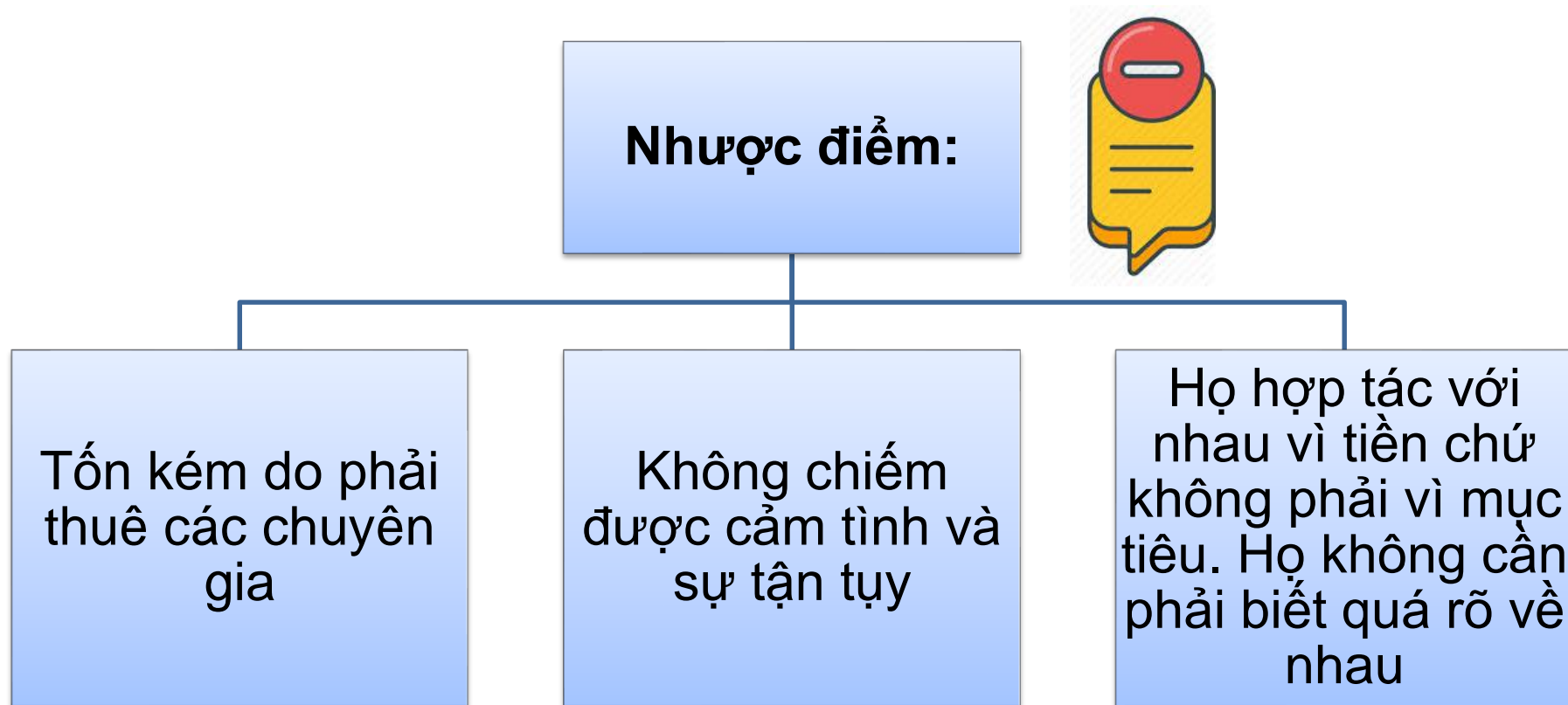


c. Mô hình tên lửa dẫn đường





c. Mô hình tên lửa dẫn đường



d. Mô hình lò ấp trứng



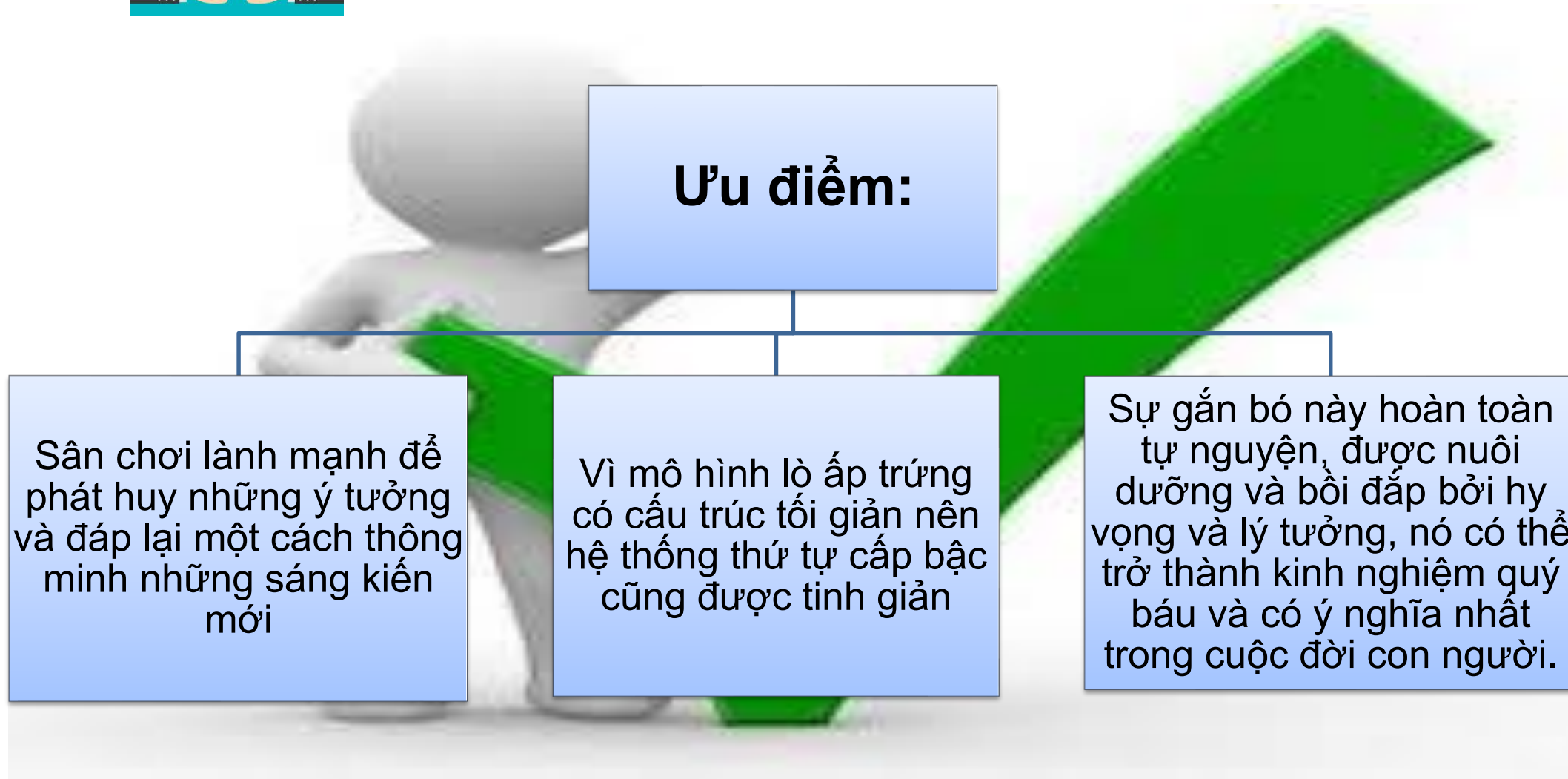
Mô hình văn hóa lò ấp trứng dựa trên quan điểm về cơ cấu tổ chức không quan trọng bằng sự hoàn thiện cá nhân. Nếu tổ chức tổ ra rộng lượng, chúng nên là những cái nôi cho sự tự thể hiện và tự hoàn thiện.



Áp dụng : công ty mới ở Thung lũng Silicon, Canifornia, Scotlen



d. Mô hình lò ấp trứng





d. Mô hình lò ấp trứng

Nhược điểm:



Hiếm khi đạt được sự hoàn thiện về sản phẩm và thị trường.

Bản chất sự tận tâm này ít hướng tới con người hơn là hướng tới sự thay đổi của thế giới

5.2 Thực trạng xây dựng văn hóa ở các DN Việt Nam



Văn hóa Việt Nam cũng có những điểm hạn chế: người Việt Nam phần đầu cốt để “vinh thân phì gia”, dễ dàng thoả mãn với những lợi ích trước mắt, ngại cạnh tranh...

Trong xã hội tri thức ngày nay, những mặt hạn chế dần được khắc phục bởi trình độ giáo dục của mọi người ngày càng được nâng cao. Cùng với sự thay đổi nhanh chóng của kinh tế thế giới, nhất là khi Việt Nam đã chính thức trở thành thành viên của WTO

Không thể để xảy ra tình trạng quốc tế hóa văn hóa doanh nghiệp.

5.2 Thực trạng xây dựng văn hóa ở các DN Việt Nam

➤ 4 xu hướng chủ yếu phát triển của văn hóa doanh nghiệp



Tôn trọng con người với tư cách là chủ thể hành vi, coi trọng tính tích cực và tính năng động của con người trong kinh doanh



Coi trọng chiến lược phát triển và mục tiêu cơ bản của doanh nghiệp để bồi dưỡng ý thức văn hóa doanh nghiệp



Coi trọng việc quản lý môi trường vật chất và tinh thần của doanh nghiệp



Coi trọng vai trò tham gia quản lý của công nhân viên chức

5.2 Thực trạng xây dựng văn hóa ở các DN Việt Nam

➤ 4 đặc điểm nổi bật



Tính tập thể:

- do toàn thể thành viên doanh nghiệp tích lũy lâu dài

Tính quy phạm:

- quy định của văn hóa mà doanh nghiệp đã đề ra, đồng thời doanh nghiệp cũng phải biết lắng nghe và cố gắng giải quyết hài hòa

Tính độc đáo:

- xây dựng văn hóa doanh nghiệp độc đáo trên cơ sở văn hóa của vùng đất mà doanh nghiệp đang tồn tại

Tính thực tiễn:

- văn hóa doanh nghiệp phát huy được vai trò của nó trong thực tiễn thì lúc đó mới thực sự có ý nghĩa



5.3 Giải pháp xây dựng mô hình văn hóa doanh nghiệp phù hợp Việt Nam

- Có thể áp dụng mô hình văn hóa gia đình nhưng cần phải có kỷ luật tạo một niềm tự hào gắn bó của nhân viên với công ty thúc đẩy sự sáng tạo và cống hiến của họ



- Doanh nghiệp phải xây dựng chiến lược thị trường chiến lược phát triển kinh doanh đi đôi với xây dựng văn hóa doanh nghiệp.



- Doanh nghiệp cần phải coi nhân lực là một nguồn vốn đặc biệt cần chăm lo cho con người trong doanh nghiệp về mọi khía cạnh của cuộc sống cá nhân.



5.3 Giải pháp xây dựng mô hình văn hóa doanh nghiệp phù hợp Việt Nam

- Xây dựng quan niệm hướng tới thị trường. Việc các doanh nghiệp phải trở thành doanh nghiệp tự chủ để phù hợp với kinh tế thị trường đòi hỏi doanh nghiệp phải nhanh chóng hình thành quan niệm thị trường.



- Xây dựng quan niệm khách hàng là trên hết



- Hướng tới vấn đề an sinh xã hội.



- Xây dựng tinh thần trách nhiệm xã hội.



5.3 Giải pháp xây dựng mô hình văn hóa doanh nghiệp phù hợp Việt Nam

- ❖ Tùy thuộc vào đặc điểm và điều kiện của từng ngành mà việc áp dụng các mô hình văn hoá khác như tên lửa dẫn đường hay lò áp trướng và tháp Eiffel cũng được các công ty Việt Nam tận dụng khá tốt và phát triển trong thời kỳ hội nhập.



TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÁCH KHOA HÀ NỘI

VIỆN KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ



Have a good study!