Bài 2. Triết lý kinh doanh

**Khái niệm triết lý kinh doanh**

* **Theo vai trò**: Triết lý kinh doanh là những tư tưởng chỉ đạo, định hướng, dẫn dắt hoạt động kinh doanh.
* **Theo yếu tố cấu thành**: TLKD phương châm hành động, là hệ giá trị và mục tiêu của doanh nghiệp chỉ dẫn cho hoạt động kinh doanh.
* **Theo cách thức hình thành**: TLKD là những tư tưởng phản ánh thực tiễn kinh doanh qua con đường trải nghiệm, suy ngẫm và khái quát hóa của các chủ thể kinh doanh và chỉ dẫn cho hoạt động kinh doanh.
* **Như vậy**, có thể hiểu Triết lý kinh doanh là những quan niệm, giá trị mà doanh nghiệp, doanh nhân và các chủ thể kinh doanh theo đuổi trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp.
  + Quan niệm là cách nhận thức, đánh giá về một sự kiện, hiện tượng.
  + Giá trị là những nguyên tắc, tiêu chuẩn chỉ dẫn cho hành động của con người.

**Nội dung của triết lý kinh doanh**

* Sứ mệnh (mission)
* Mục tiêu (vision)
* Hệ thống các giá trị (goals)

**Vai trò của triết lý kinh doanh**

* Triết lý kinh doanh là cốt lõi của văn hoá doanh nghiệp, tạo ra phương thức phát triển bền vững của doanh nghiệp.
* Triết lý kinh doanh là công cụ định hướng và cơ sở để xây dựng và quản lý chiến lược của doanh nghiệp.
* Góp phần giải quyết mỗi quan hệ giữa mục tiêu kinh tế và các mục tiêu khác của doanh nghiệp.
* Triết lý kinh doanh là một phương tiện để giáo dục, phát triển nguồn nhân lực và tạo ra một phong cách làm việc đặc thù của doanh nghiệp.
* Triết lý kinh doanh là cơ sở tạo ra sự thống nhất trong hành động của các cá nhân, bộ phận và doanh nghiệp.

**Sứ mệnh (mission)**

**Sứ mệnh doanh nghiệp là :**

* Bản tuyên bố nhiệm vụ của doanh nghiệp.
* Lý do tồn tại, quan điểm, tôn chỉ, nguyên tắc, mục đích.
* Doanh nghiệp là ai, làm gì, làm vì ai và làm như thế nào.

Thực chất nội dung này trả lời các câu hỏi:

* DN của chúng ta là gì?
* DN muốn thành tổ chức như thế nào?
* Công việc KD của chúng ta là gì?
* Tại sao DN tồn tại?
* DN tồn tại vì cái gì?
* Dn có nghĩa vụ gì? DN sẽ đi về đâu?

Các yếu tố cơ bản:

* Lịch sử
* Những năng lực đặc biệt
* Môi trường của doanh nghiệp (tổ chức)

Đặc điểm của một bản tuyên bố sứ mệnh:

* Tập trung vào thị trường chứ không phải sản phẩm cụ thể
* Khả thi
* Cụ thể

**Mục tiêu (vision)**

Khái niệm

* Mục tiêu là kết quả mong muốn đạt được sau một quá trình hoạt động.
* Mục tiêu của doanh nghiệp là kết quả cuối cùng hay trạng thái mà doanh nghiệp muốn đạt được sau một quá trình hoạt động/ sau khi thực hiện kế hoạch.

Phân loại

* Các mục tiêu của doanh nghiệp.
* Sự phân cấp của các mục tiêu.
* Kết hợp mục tiêu ngắn hạn và mục tiêu dài hạn; mục tiêu bộ phận và mục tiêu tổng thể.

Nguyên tắc thiết lập mục tiêu – mô hình SMART

Graphical user interface, text, application

Description automatically generated

Công cụ thực hiện mục tiêu: Chiến lược

* Chiến lược là chương trình hành động tổng quát giúp đạt được các mục tiêu.
* Nội dung của một bản chiến lược:
  + Mục tiêu chiến lược
  + Phân tích về môi trường (bên trong và bên ngoài)
  + Các nguồn lực cần sử dụng
  + Chính sách trong thu hút, sử dụng, điều phối các nguồn lực,
  + Các hoạt động triển khai, kiểm tra, đánh giá, điều chỉnh
* Chiến lược tác động đến các yếu tố của quá trình sản xuất kinh doanh, các hoạt động của doanh nghiệp.
* Các loại chiến lược của doanh nghiệp:
  + - Chiếc lược công nghệ, sản xuất
    - Chiến lược tổ chức nhân sự
    - Chiến lược tài chính
    - Chiến lược marketing
    - …
* Chiến lược cạnh tranh:
  + Chiến lược chi phí thấp
  + Chiến lược khác biệt hoá
  + Chiến lược tập trung

**Hệ thống các giá trị (goals)**

Khái niệm

* Giá trị của một doanh nghiệp là những niềm tin căn bản của những người làm việc trong doanh nghiệp.
* Hệ thống các giá trị của doanh nghiệp xác định thái độ của doanh nghiệp với những đối tượng hữu quan như: người sở hữu, những nhà quản trị, đội ngũ những người lao động, khách hàng và các đối tượng khác có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp.
* Các thành viên trong doanh nghiệp dù là lãnh đạo hay người lao động đều có nghĩa vụ thực hiện các giá trị đã được xây dựng.

Hệ thống các giá trị bao gồm:

* Giá trị cốt lõi của doanh nghiệp: là yếu tố quy định những chuẩn mực chung và là niềm tin lâu dài của một tổ chức.
* Các nguyên lý hướng dẫn hành động, định hướng cho hành vi của tổ chức, có vai trò rất quan trọng trong nội bộ tổ chức.

Có 2 cách xây dựng hệ thống giá trị:

* Các giá trị đã hình thành theo lịch sử, được các thế hệ lãnh đạo cũ lựa chọn hoặc hình thành một cách tự phát trong doanh nghiệp.
* Các giá trị mới mà thế hệ lãnh đạo đương nhiệm mong muốn xây dựng để doanh nghiệp ứng phó với tình hình mới.

**Cách thức xây dựng triết lý kinh doanh**

Điều kiện cơ bản

* Điều kiện về cơ chế luật pháp
* Thời gian hoạt động của doanh nghiệp và kinh nghiệm của doanh nhân
* Năng lực lãnh đạo của doanh nhân
* Sự chấp nhận tự giác của nhân viên

3 cách phổ biến:

* Từ kinh nghiệm
* Từ mong muốn của nhà quản lý
* Tham vấn chuyên gia

Từ kinh nghiệm:

* Thông qua quá trình hoạt động của doanh nghiệp, do người sáng lập đưa ra được kiểm nghiệm, đúc rút và bổ sung

Được tạo lập theo mong muốn của người quản lý, sự thảo luận của lãnh đạo và nhân viên.

* **Cụ thể**: Ở một số doanh nghiệp, do nhận thức được vai trò của văn hóa kinh  
  doanh, có nhu cầu cấp thiết phải xây dựng triết lý kinh doanh, người chủ doanh nghiệp hoặc bộ phận chuyên trách sẽ soạn thảo triết lý kinh doanh của doanh nghiệp, sau đó lấy ý kiến đóng góp của tập thể thành viên của doanh nghiệp để hoàn thiện.

Xây dựng triết lý kinh doanh của mình bằng cách mời chuyên gia tư vấn, là những người am hiểu và có kinh nghiệm xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

* Trong điều kiện Việt Nam hiện nay, các doanh nghiệp có thể sử dụng kết hợp các cách trên để xây dựng triết lý kinh doanh của mình.
* Dù áp dụng theo cách nào thì cũng đòi hỏi ở người lãnh đạo doanh nghiệp có đủ tâm, tài, tầm để sáng tạo, tiếp thu kế thừa tinh hoa của văn hóa dân tộc để sáng tạo ra triết lý kinh doanh đúng đắn

**Mô hình 3P**