

## Văn hóa doanh nghiệp từ những 'khủng long' Việt Nam cho đến thế giới

“Làm văn hóa doanh nghiệp, giống như việc xây dựng một bể nước ngọt, để những con cá nước ngọt có thể sống tốt trong đó, điều quan trọng phải phù hợp và giúp ích cho cả doanh nghiệp và nhân viên”.

Văn hóa doanh nghiệp thì công ty nào cũng có, nhưng để áp dụng văn hóa doanh nghiệp đóng góp lớn vào làm tăng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh lại không phải điều đơn giản.

Một văn hóa doanh nghiệp phù hợp có thể tác động trực tiếp làm tăng kết quả kinh doanh một cách rõ ràng, giúp nhân viên gắn kết, khách hàng trung thành hay thậm chí là đem về một doanh nghiệp phát triển bền vững theo thời gian...

Tại buổi hội thảo "Văn hóa doanh nghiệp, nền tảng hay lực cản" 4 doanh nhân gồm ông Nguyễn Thanh Mỹ - Chủ tịch Tập đoàn Mỹ Lan, ông Nguyễn Đức Tài - Chủ tịch CTCP Thế giới Di động, ông Phan Văn Trường - Nguyên Chủ tịch Alstom châu Á và ông Trần Bằng Việt - Tổng giám đốc Đông A Solutions đã có những chia sẻ về trải nghiệm của bản thân mình trong việc gây dựng văn hóa doanh nghiệp.



*Xây dựng văn hóa doanh nghiệp luôn là nỗi trăn trở của người làm chủ*

## Văn hóa doanh nghiệp từ việc đi toilet

Ông Nguyễn Thanh Mỹ trở về từ bộ óc của thế giới, thung lũng Silicon, nước Mỹ. Ước mơ trở về xây dựng quê hương Trà Vinh đã thôi thúc ông quay trở lại Việt Nam.

Tại đây, ông sáng lập ra một trong những doanh nghiệp công nghệ cao thuộc top đầu của Việt Nam ngay giữa vùng quê lạc hậu. Để làm được điều đó, ông cho rằng tất cả các nhân viên trong công ty đều phải nắm vững văn hóa doanh nghiệp của Mỹ Lan.



## TS. Nguyễn Thanh Mỹ

- Chủ tịch HĐQT Công ty Rynan Holding JSC
- Nguyên Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng giám đốc Tập đoàn Mỹ Lan
- Quản lý Kỹ thuật tại Công ty Kodak Polychrome Graphics ở Carlstad, New Jersey
- Nhà nghiên cứu khoa học ở IBM Almaden Research Center tại San Jose, California

*Ông Trương Thanh Mỹ - Chủ tịch Tập đoàn Mỹ Lan (Ảnh: JCI Hà Nội)*

Văn hóa đó được chính ông gây dựng và hướng nhân viên làm theo. “Tôi cố gắng xây dựng Mỹ Lan thành một công ty đáng mơ ước tại Trà Vinh và nó sẽ là đích đến của mọi người. Khi là mục tiêu của họ, họ sẽ tự hướng mình theo văn hóa mà tôi mong muốn.”

Ông cho rằng, để hình thành văn hóa của một tập thể trước hết phải thay đổi thói quen của mỗi cá nhân ngay cả từ việc đi toilet.

“Trong hơn 60 toilet của chúng tôi, tôi tự hào lúc nào cũng sạch sẽ bởi nhân viên của chúng tôi biết làm sạch chúng sau khi sử dụng. Họ quan tâm đến trải nghiệm của người khác nữa và từ đó hình thành những thói quen lớn hơn”.

Thế giới Di động – Xây dựng môi trường nước ngọt cho loài cá nước ngọt có thể sống tốt

Còn với ông Nguyễn Đức Tài – Chủ tịch CTCP Thế giới Di Động (Mã: MWG), ông cho rằng văn hóa doanh nghiệp không có sai không có đúng, và cũng không có công ty nào mà không có văn hóa doanh nghiệp. “Nó chỉ là việc phù hợp hay không phù hợp, hoàn toàn phụ thuộc vào người chủ công ty”.



## Ông Nguyễn Đức Tài

- Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng giám đốc tại CTCP Đầu tư Thế Giới Di Động
- Thành viên HĐQT công ty TNHH MTV tư vấn đầu tư thế giới bán lẻ
- Chủ tịch HĐQT công ty CP thương mại Thế giới điện tử

*Ông Nguyễn Đức Tài - Chủ tịch Thế giới Di động (Ảnh: JCI Hà Nội)*

Khác với ông Mỹ, ông Nguyễn Đức Tài cho biết mình có hành trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp cho Thế giới Di Động kéo dài 3 – 4 năm, nếm trải không ít thất bại, nhiều lần phải thay đổi chỉnh sửa cho phù hợp.

Thế giới Di động những ngày đầu là tập thể chỉ đặt mục tiêu kinh doanh lên cao nhất, thậm chí còn không quan tâm nhiều đến trải nghiệm khách hàng. Sau khi đạt được độ lớn nhất định, ông nhận ra, điều này không thể giúp cho MWG tiến xa nữa. Nếu không hình thành văn hóa cho riêng mình, MWG sớm muộn cũng sẽ bị đối thủ đánh bật.

Ông cùng đội ngũ của mình bắt tay xây dựng văn hóa cho công ty, bắt đầu từ cấp quản lý lan rộng ra từng nhân viên.

“Chúng tôi đưa việc tận tâm với khách hàng là yêu cầu cao nhất đối với một nhân viên Thế giới di động, cùng với đó là bộ 6 chuẩn mực đặt ra cho mỗi nhân viên bao gồm trung thực, nói là làm (integrity), có trách nhiệm, hỗ trợ đồng đội và tinh thần máu lửa”.



*Thế giới Di động có 6 chuẩn mực đặt ra đối với mỗi nhân viên*

Để đưa ra bộ 6 chuẩn mực cho nhân viên, ông Tài cho biết mình đã phải đánh đổi không ít, mất nhiều người rất xuất sắc từ việc bắt đồng văn hóa trong công ty.

“Thế giới di động ngày xưa có chuẩn mực teamwork, nhưng vì mục tiêu kinh doanh tăng trưởng quá nhanh nó chuyển biến thành văn hóa đập bàn đập ghế chỉ trích nhau. Tôi không muốn điều đó, tôi muốn họ hỗ trợ nhau, và chuẩn mực thứ 5 được đưa lên thay thế”.

Nhưng ông Tài cũng cho rằng, văn hóa doanh nghiệp không phải là công cụ để bắt ép nhân viên làm theo. Nếu những việc làm đó chỉ có lợi cho doanh nghiệp mà không giúp được gì cho từng cá nhân trong công ty, xây dựng văn hóa doanh nghiệp sẽ thất bại.

Điều quan trọng là gắn liền văn hóa đó với từng hoạt động của công ty, gắn với cuộc sống của nhân viên, với thăng tiến, kỷ luật, tiền bạc...

“Thế giới Di động xây dựng một tập thể luôn đúng giờ từ những cuộc họp. Những lần họp đầu, đầu đó có những người đến muộn, họ sẽ phải đợi cho đến giờ nghỉ mới được vào tham dự. Những lần sau đó, người đến muộn sẽ được thông báo có thể về và không cần tham dự cuộc họp.” Điều này tác động ngay đến tác phong làm việc của Thế giới Di động, họ luôn đến trước những cuộc hẹn từ 10 – 15 phút.

Và điều quan trọng nhất, lãnh đạo phải luôn luôn làm gương đối với nhân viên của mình. “Bạn không thể tạo ra văn hóa để rồi tự mình phá vỡ nó. Mọi thứ xây dựng đâu có lâu đến đâu cũng sẽ trôi sông trôi biển.”

<http://vietnambiz.vn/van-hoa-doanh-nghiep-tu-nhung-khung-long-viet-nam-cho-den-the-gioi-39590.html>

“Làm văn hóa doanh nghiệp, giống như việc xây dựng một bể nước ngọt, để những con cá nước ngọt có thể sống tốt trong đó”. Điều quan trọng là phải phù hợp với cả doanh nghiệp và nhân viên trong công ty, ông Nguyễn Đức Tài chia sẻ.

“Xây dựng văn hóa ở những khủng long, bạn phải thật độc tài”

So với những người khởi nghiệp và xây dựng văn hóa doanh nghiệp từ đầu, ông Phan Văn Trường lại đưa đến một góc nhìn hoàn toàn khác, văn hóa doanh nghiệp ở những “khủng long” trên thế giới.

## Ông Phan Văn Trường



- Cố vấn Chính phủ Pháp về Thương mại quốc tế
- Nguyên Chủ tịch Alstom châu Á
- Nguyên Chủ tịch Suez Đông Nam Á
- Cố vấn HĐQT Tập đoàn Hoà Bình - Việt Nam
- Chủ nhiệm chương trình đào tạo Kỹ năng Quản trị và Lãnh đạo Viện John Von Neumann
- Tác giả hai cuốn sách nổi tiếng "Một đời quản trị", "Một đời thương thuyết"

### *Ông Phan Văn Trường - Nguyên Chủ tịch Alstom châu Á*

Ở Alstom, ông Trường là lãnh đạo của một tập thể đa quốc gia, những người xuất sắc hàng đầu thế giới trong lĩnh vực của họ. Ông cho biết, không thể trị được những con người này nếu không thể thuyết phục được họ.

Ông đưa vào công ty 2 chuẩn mực Professional và Nice - chuyên nghiệp và dịu dàng. "Từ chuyên nghiệp thể hiện hiệu quả trong công việc, không từ gì phù hợp hơn nữa. Còn dịu dàng chính là việc đối xử tốt với nhau trong công ty, đặt mục tiêu công ty lên hàng đầu."

Và điều này đem lại hiệu quả rất nhanh chóng, ông cho biết, khi bạn làm việc với những con người hàng đầu thế giới, nếu bạn thuyết phục được họ thì mọi thứ sẽ ngay lập tức được thực hiện. Đương nhiên độ trễ có, nhưng chỉ là 1 đến 2 tuần.

Điều quan trọng để trị những con người này bạn phải thật “độc tài”. Không gì mạnh mẽ hơn một con người bên trong cứng rắn mà bên ngoài hiền hòa. Ông đem triết lý đó lan tỏa ra những công ty mà mình quản lý.

Ở đẳng cấp hàng đầu thế giới, sự chênh lệch giữa các công ty là không nhiều, nếu như không muốn nói là không có. Nhưng mỗi thứ bạn chỉ cần chuyên nghiệp hơn 1 chút, vậy



08/12/2017

là bạn đã vượt xa đối thủ xét về tổng thể”. Chính điều này khiến cho Alstom của ông đánh bại các đối thủ sừng hổ như Siemens của Đức để giành lấy hợp đồng điện lớn nhất thế giới, bên cạnh 15 dự án lớn khác.

**Bạch Mộc**

*Theo Kinh tế & Tiêu dùng*