



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

BỘ MÔN VĂN HÓA KINH DOANH



Bài giảng

VĂN HÓA KINH DOANH



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
BỘ MÔN VĂN HOÁ KINH DOANH

Chủ biên: PGS.TS. Dương Thị Liễu

BÀI GIẢNG VĂN HOÁ KINH DOANH

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
HÀ NỘI - 2008

TẬP THỂ TÁC GIẢ

★ Chủ biên

PGS.TS. Dương Thị Liễu

★ Tham gia biên soạn

TS. Nguyễn Hoàng Ánh

TS. Đỗ Minh Cương

Th.s Nguyễn Thị Quỳnh Giang

CN Nguyễn Hoàng Hà

Th.s Đỗ Hoài Linh

Th.s Nguyễn Thu Nga

Th.s Phạm Hương Thảo

Th.s Trần Thị Nam Thắng

Lời nói đầu

Văn hoá đã và đang trở thành một nhân tố có tác động tới mọi khía cạnh của hoạt động kinh doanh: Từ tổ chức quản lý hoạt động kinh doanh, các quan hệ trong và ngoài doanh nghiệp cho đến phong thái, phong cách của người lãnh đạo và cách ứng xử giữa các thành viên trong doanh nghiệp... Nghiên cứu, giảng dạy và học tập văn hoá kinh doanh là một biện pháp thiết thực để nâng cao nhận thức về vai trò của văn hoá trong hoạt động kinh tế, kinh doanh, tạo dựng những kỹ năng cần thiết để vận dụng các nhân tố văn hoá vào trong hoạt động kinh tế và kinh doanh. Nhưng trên thực tế, việc giáo dục văn hoá kinh doanh cho sinh viên, học viên các trường đại học và cao đẳng khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh hiện vẫn còn là vấn đề chưa được quan tâm sâu sắc. Trong chương trình giảng dạy của trường Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội đã có một số môn học đề cập đến khía cạnh văn hoá và đạo đức của doanh nghiệp... Tuy nhiên, chưa có môn học độc lập về văn hoá kinh doanh. Thực hiện chủ trương đổi mới mục tiêu đào tạo, nội dung, chương trình đào tạo và giáo trình của Bộ Giáo dục và Đào tạo và của trường Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội sau khi được Hội đồng Khoa học và Ban giám hiệu Nhà trường thông qua các môn học của Bộ môn Văn hoá kinh doanh, chúng tôi đã tập trung biên soạn Bài giảng môn học Văn hoá kinh doanh.

Bài giảng môn học Văn hoá kinh doanh nhằm trang bị cho người học những kiến thức chung về văn hoá kinh doanh và những kỹ năng cần thiết để tổ chức, ứng dụng và phát triển các kiến thức về văn hoá kinh doanh trong hoạt động kinh tế, kinh doanh.

Với mục tiêu trên, *bài giảng Văn hoá kinh doanh* được biên soạn thành 6 chương với nội dung chính như sau:

Chương 1: Trình bày kiến thức tổng quan về Văn hoá kinh doanh như: Khái niệm, đặc điểm, vai trò, các hình thức biểu hiện... làm nền tảng kiến thức cho các chương sau.

Chương 2: Trình bày tổng quan về Triết lý kinh doanh như: Khái niệm, nội dung và hình thức thể hiện, vai trò, những điều kiện, cách thức xây dựng và phát huy triết lý kinh doanh của doanh nghiệp đồng thời phân tích vấn đề xây

dựng và phát huy triết lý kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam.

Chương 3: Trình bày tổng quan về Đạo đức kinh doanh: Khái niệm, vai trò, các khía cạnh thể hiện của đạo đức kinh doanh, đồng thời trình bày phương pháp phân tích và xây dựng đạo đức trong kinh doanh.

Chương 4: Trình bày những nội dung cơ bản về Văn hoá doanh nhân: Định nghĩa, các nhân tố tác động, các bộ phận cấu thành, vai trò của doanh nhân trong phát triển văn hoá doanh nghiệp và hệ thống tiêu chuẩn đánh giá văn hoá doanh nhân.

Chương 5: Trình bày chi tiết về Văn hoá doanh nghiệp: Khái niệm, Đặc điểm, hình thức thể hiện, các nhân tố tác động, vai trò của văn hoá doanh nghiệp, đồng thời phân tích vấn đề xây dựng và phát huy văn hoá doanh nghiệp Việt Nam.

Chương 6: Vận dụng các kiến thức từ chương 1 đến chương 5 để phân tích vai trò, tác động của văn hoá kinh doanh trong mọi hoạt động của doanh nghiệp: Văn hoá ứng xử trong nội bộ doanh nghiệp, văn hoá trong xây dựng và phát triển thương hiệu, văn hoá trong hoạt động marketing, văn hoá trong đàm phán và thương lượng, văn hoá trong định hướng đến khách hàng. Chương này củng cố thêm cho người học những kỹ năng cần thiết để tổ chức, ứng dụng và phát triển các kiến thức về văn hoá kinh doanh trong hoạt động của doanh nghiệp.

Nội dung của 6 chương trên được thể hiện bằng các hình thức diễn giải, phân tích kết hợp với các minh hoạ, mô hình, biểu, bảng. Cuối mỗi chương đều có câu hỏi ôn tập và bài tập tình huống nhằm giúp người học củng cố và phát triển các kiến thức đã học.

Bài giảng Văn hoá kinh doanh được xây dựng từ các nguồn: Giáo trình về đạo đức kinh doanh, văn hoá doanh nghiệp, tinh thần kinh doanh của các tác giả có uy tín thuộc các trường đại học lớn trên thế giới; các công trình nghiên cứu của các nhà kinh tế học, văn hoá học, xã hội học, triết học, tâm lý học... trong và ngoài nước về mọi khía cạnh của văn hoá kinh doanh; các công trình khảo sát và tổng kết thành công cũng như thất bại của các doanh nghiệp nổi tiếng trong và ngoài nước... Trong quá trình biên soạn, bài giảng đã được các nhà khoa học trong và ngoài trường góp ý, thẩm định, đánh giá và nhất trí.

Bài giảng Văn hoá kinh doanh khi chuyển tải tới người học sẽ được thực hiện bởi sự kết hợp giữa việc giảng dạy của giảng viên Bộ môn Văn hoá kinh doanh với tọa đàm, trao đổi, nói chuyện ngoại khoá với các nhà văn hoá học, kinh tế học và các doanh nhân; bằng các phương pháp và các phương tiện

giảng dạy hiện đại nhằm khuyến khích sự sáng tạo cao nhất của người học.

Tập thể tác giả chân thành cảm ơn Ban Giám hiệu, Hội đồng khoa học, Nhà xuất bản trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Trung tâm văn hoá doanh nhân Việt Nam, các nhà khoa học trong và ngoài trường và các nhà doanh nghiệp đã đóng góp các ý kiến quý báu và giúp đỡ, ủng hộ để cuốn Bài giảng Văn hoá kinh doanh được ra mắt bạn đọc.

Xây dựng *Bài giảng Văn hoá kinh doanh* là một công việc mới mẻ, đòi hỏi sự nỗ lực rất cao. Tập thể tác giả đã dành nhiều thời gian và công sức với cố gắng cao nhất để hoàn thành bài giảng. Tuy nhiên, do bài giảng được xây dựng lần đầu, do sự hạn chế về thời gian và trình độ của những người biên soạn, nên không thể tránh khỏi những thiếu sót. Tập thể tác giả rất mong sự chỉ giáo, đóng góp, xây dựng của bạn đọc để Bộ môn Văn hoá kinh doanh tiếp tục bổ sung, hoàn thiện và nâng cấp thành giáo trình với nội dung ngày càng tốt hơn.

Xin trân trọng cảm ơn!

Thay mặt tập thể tác giả

PGS.TS. DƯƠNG THỊ LIỄU

(*Trưởng Bộ môn VHKG, Đại học KTQD*)

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN VỀ VĂN HOÁ KINH DOANH

Văn hoá là một lĩnh vực đa dạng và phức tạp. Do có rất nhiều quan điểm khác nhau về văn hoá nên việc nghiên cứu và đưa ra một khái niệm đúng đắn về bản chất của văn hoá sẽ có ý nghĩa quan trọng cho việc tiếp cận những nội dung phải sinh tiếp theo liên quan đến văn hoá.

Lý luận và thực tiễn cũng đã chứng minh, việc phát huy đúng đắn và có hiệu quả các giá trị của văn hoá vào hoạt động kinh doanh là một trong những nhân tố quan trọng đảm bảo sự phát triển bền vững của các chủ thể kinh doanh. Đồng thời, sự phát triển của hoạt động kinh doanh cũng ngày càng khẳng định: Kinh doanh không chỉ đơn thuần vì lợi nhuận mà còn nhằm nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho con người - tức là hướng tới yếu tố văn hoá. Đây chính là những cơ sở thực tiễn để hình thành một lĩnh vực nghiên cứu mới: Văn hoá kinh doanh.

Mục tiêu của chương

- Trình bày những kiến thức lý luận khái quát nhất về văn hoá và văn hoá kinh doanh, giúp người học hình thành nên cách nhìn tổng quan về văn hoá và văn hoá kinh doanh, và là chìa khoá để nghiên cứu những chương tiếp theo.
- Giúp người học nắm vững quá trình hình thành và phát triển của văn hoá và văn hoá kinh doanh.

Những nội dung cơ bản

- Những kiến thức khái quát chung về văn hoá: Khái niệm văn hoá; các nhân tố cấu thành văn hoá; những đặc trưng của văn hoá và vai trò của văn hoá đối với sự phát triển xã hội.
- Những kiến thức khái quát chung về văn hoá kinh doanh: Khái niệm văn hoá kinh doanh; các nhân tố cấu thành văn hoá kinh doanh; các đặc trưng của văn hoá kinh doanh và vai trò của văn hoá kinh doanh.
- Những lập luận phân tích để chứng minh văn hoá kinh doanh như một môn học.

1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ VĂN HOÁ

1.1 KHÁI LUẬN VỀ VĂN HOÁ

1.1.1 Khái niệm

Văn hoá gắn liền với sự ra đời của nhân loại. Nhưng mãi đến thế kỷ 17, nhất là nửa cuối thế kỷ 19 trở đi, các nhà khoa học trên thế giới mới tập trung vào nghiên cứu sâu về lĩnh vực này. Bản thân vấn đề văn hoá rất đa dạng và phức tạp, nó là một khái niệm có một ngoại diện rất lớn (có nhiều nghĩa), được dùng để chỉ những khái niệm có nội hàm khác nhau về đối tượng, tính chất, và hình thức biểu hiện. Do đó, khi có những tiếp cận nghiên cứu khác nhau sẽ dẫn đến có nhiều quan niệm xung quanh nội dung thuật ngữ văn hóa. Năm 1952, Kroeber và Kluchohn đã thống kê được 164 định nghĩa về văn hoá, cho đến nay con số này chắc chắn đã tăng lên rất nhiều. Cũng như bất cứ lĩnh vực nào khác, một vấn đề có thể được nhìn nhận từ nhiều góc độ khác nhau. Vì vậy việc có nhiều khái niệm văn hoá khác nhau không có gì đáng ngạc nhiên, trái lại càng làm vấn đề được hiểu biết phong phú và toàn diện hơn.

- Theo nghĩa gốc của từ

Tại phương Tây, văn hoá - culture (trong tiếng Anh, tiếng Pháp) hay kultur (Tiếng Đức)... đều xuất xứ từ chữ Latinh *cultus* có nghĩa là khai hoang, trồng trọt, trồng nom cây lương thực; nói ngắn gọn là sự *vun trồng*. Sau đó từ *cultus* được mở rộng nghĩa, dùng trong lĩnh vực xã hội chỉ sự vun trồng, giáo dục, đào tạo và phát triển mọi khả năng của con người.

Ở Phương Đông, trong tiếng Hán cổ, từ *văn hoá* bao hàm ý nghĩa *văn* là vẻ đẹp của nhân tính, cái đẹp của trí thức, trí tuệ con người có thể đạt được bằng sự tu dưỡng của bản thân và cách thức cai trị đúng đắn của nhà cầm quyền. Còn chữ *hóa* trong văn hoá là việc đem *cái văn* (cái đẹp, cái tốt, cái đúng) để cảm hoá, giáo dục và *hiện thực hoá trong thực tiễn, đời sống*. Vậy, văn hoá chính là nhân hoá hay nhân văn hoá. Đường lối văn trị hay đức trị của Khổng Tử là từ quan điểm cơ bản này về văn hoá (văn hoá là văn trị giáo hoá, là giáo dục, cảm hoá bằng điển chương, lễ nhạc, không dùng hình phạt tàn bạo và sự cưỡng bức).

Như vậy, *văn hoá* trong từ nguyên của cả phương Đông và phương Tây đều có một nghĩa chung căn bản là *sự giáo hoá, vun trồng nhân cách con người* (bao gồm cá nhân, cộng đồng và xã hội loài người), cũng có nghĩa là *làm cho con người và cuộc sống trở nên tốt đẹp hơn*.

- Căn cứ vào phạm vi nghiên cứu