Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

ĐẶC SAN CỦA TẬP ĐOÀN DỆT MAY VIỆT NAM - VINATEX

THÁNG 3/2023



ĐƠN VỊ TỔ CHỨC

VCCI

Sustainable Textile Solutions

TENGDA EXHIBITION

ORIENT INTERNATIONAL (HOLDING) CO., LTD.

STRONGER - SMARTER - GREENER

Triển lãm quốc tế vải cao cấp

VIỆT NAM TEXFUTURE 2023

DỆT MAY VIỆT NAM: MẠNH HƠN – THÔNG MINH HƠN – XANH HƠN

22- 24/3/2023

Từ ngày 22- 24/03/2023 tại GEM Center-TP.HCM, Công ty Cổ phần Giải pháp Dệt may Bền vững (Công ty STS) phối hợp Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Chi nhánh tại TP.HCM (VCCI-HCM) và Tengda Exhibition công bố Triển lãm quốc tế vải cao cấp - Texfuture Việt Nam 2023 với chủ đề "Dệt may Việt Nam: Mạnh hơn – Thông minh hơn – Xanh hơn".

Texfuture truyền cảm hứng và hỗ trợ thúc đẩy nhanh việc áp dụng các nguyên vật liệu hướng đến tính bền vững và khả thi. Ngoài ra, Texfuture chuyên sâu vào chủ đề vải và phụ kiện:

01

Vừa thể hiện sự tôn trọng sản xuất truyền thống thông qua các sản phẩm truyền thống.

02

Vừa giới thiệu các sản phẩm mới áp dụng công nghệ mới, theo phương pháp xanh hóa, hỗ trợ hành tinh, hệ sinh thái ngành, cộng đồng trong nước & quốc tế một cách toàn diện.

Với +200 đơn vị tham gia triển lãm trong và ngoài nước, cả trực tiếp và trực tuyến, Texfuture Việt Nam 2023 hội tụ rất nhiều doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng dệt may, từ các nhà thiết kế, các công ty sản xuất đến các nhãn hàng cũng như nhà cung cấp nguyên phụ liệu, thiết bị và công nghệ cho ngành.
Texfuture Việt Nam đồng hành với doanh nghiệp và khách hàng, nhằm:

- Khám phá các chủ đề mới nổi trong đổi mới vật liệu sẽ ảnh hưởng đến xu hướng về nguyên liệu thô, kết cấu, hoàn thiện, chi tiết và hướng màu sắc mới trên quần áo, giày dép, phụ kiện cho Xuân Hè 2024.



- Đối mặt với nguy cơ suy thoái kinh tế sau đại dịch Covid-19, biến thách thức thành cơ hội, chắt chiu từng mối quan hệ, từng đơn hàng nhỏ trong sự kết nối giao thương tại triển lãm.



- Mang đến cảm hứng thiết kế, tăng tốc bán hàng, giảm nguy cơ "đóng máy" và nắm bắt xu hướng trong tương lai, từ các cuộc đối thoại trực tiếp với các diễn giả trong diễn đàn Texfuture, thông qua 3 chủ đề nổi bật:
  - Các xu hướng Xuân Hè 2024 (TrendingOn 2024SS)
  - Kỷ nguyên mới trong thiết kế thời trang (New Age of Design)
  - Tương lai là hôm nay (Future is Now)

Texfuture Việt Nam 2023 khác biệt qua những câu chuyện tiên phong như:

Thư Viện Vải Vóc số hóa duy nhất và đầu tiên của ngành tại Việt Nam, nơi các nhà thiết kế, các công ty sản xuất có thể dễ dàng tìm kiếm, lựa chọn và đưa vào sử dụng.

Trung tâm Dữ Liệu Xuất Nhập Khẩu Việt Nam mang đến cho các doanh nghiệp nhưng công cụ và thông tin hữu ích bằng phần mềm trực quan sinh động, hỗ trợ trong việc tìm hiểu và quyết định thị trường xuất khẩu tiềm năng.

THÔNG TIN SỰ KIỆN

Ms. Yen Tran
(+84) 937 654 686
yen.tran@stsgroup.org.vn

Mr. Noel Nguyen
(+84) 768 643 908
noel.nguyen@stsgroup.org.vn

TEXTILE & GARMENT INDUSTRY EXPO Saigon Tex

Đơn vị bảo trợ & Đồng tổ chức
Endorsed & Co-organized by

BỘ CÔNG THƯƠNG MINISTRY OF INDUSTRY & TRADE OF VIETNAM

VITAS

VINATEX

AGTEK

VCCI

CP Exhibition

VIETNAM SAIGON TEXTILE & GARMENT INDUSTRY - FABRIC & GARMENT ACCESSORIES EXPO

TRIỂN LÃM QUỐC TẾ NGÀNH CÔNG NGHIỆP DỆT & MAY
THIẾT BỊ - NGUYÊN PHỤ LIỆU & VẢI

SAIGONTEX & SAIGONFABRIC

05 - 08 / 4 /2023









TRIỂN LÃM SAIGONTEX & SAIGONFABRIC 2023 QUAY TRỞ LẠI ĐẦY NGOẠN MỤC VÀ BÙNG NỔ, LÀ MỘT NGÀY HỘI LỚN NHẤT TRONG NĂM CỦA NGÀNH DỆT MAY MANG LẠI NHIỀU CƠ HỘI HỢP TÁC VÀ GIAO THƯƠNG, GẶP GỠ GIỮA CÁC DOANH NGHIỆP TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC.

QUY MÔ TRIỂN LÃM: GẦN 2000 GIAN HÀNG CỦA HƠN 1200 DOANH NGHIỆP ĐẾN TỪ ÍT NHẤT 15 QUỐC GIA.

ĐỂ ĐĂNG KÝ THAM QUAN ONLINE HOẶC TÌM HIỂU THÔNG TIN VUI LÒNG LIÊN HỆ:

www.saigontex.com.vn

Chat Zalo

Find us on Facebook





CP EXHIBITION - VIETNAM OFFICE
TEL : 84-28-39634388
HOTLINE : +84-909.242.388
EMAIL: CP.VIETNAM.EXPO@GMAIL.COM

SECC - Saigon Exhibition & Convention Center
799 Nguyen Van Linh, Hochiminh, Vietnam

Dệt may & THỜI TRANG Việt Nam

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN
LÊ TIẾN TRƯỜNG
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

HỘI ĐỒNG CỐ VẤN
TRẦN QUANG NGHỊ - Cố vấn cao cấp
Phó Chủ tịch HĐQT Vinatex
CAO HỮU HIẾU
Phó Bí thư Đảng ủy, Tổng Giám đốc Vinatex
ĐẶNG VŨ HÙNG
TV HĐQT Vinatex
PHẠM VĂN TÂN
UV BTV Đảng Ủy, Phó Tổng Giám đốc
Trưởng Ban Tuyên giáo - Truyền thông

PHỤ TRÁCH BIÊN TẬP
VƯƠNG ĐỨC ANH
Chánh Văn phòng HĐQT

THƯ KÝ BIÊN TẬP
NGUYỄN KIỀU GIANG

THIẾT KẾ MỸ THUẬT
LÊ NGỌC SĨ

Thông tin liên hệ
Địa chỉ: 25 Bà Triệu - Q. Hoàn Kiếm - Hà Nội
Điện thoại: 024. 38257700
Email: bantgtt@vinatex.com.vn

In tại: *Công ty TNHH IN&TM Trường Xuân*

Giấy phép xuất bản: Số 59/GP - XBĐS do Cục Báo chí cấp

THƯ NGỎ

Bạn đọc thân mến!

Những tháng đầu năm 2023, triển vọng phục hồi kinh tế được dự báo rất khả quan nhưng tình hình chung của cộng đồng doanh nghiệp vẫn tiếp tục khó khăn do nhiều yếu tố hợp thành, từ thị trường, sức mua đến lãi suất ngân hàng.

Theo Bản tin kinh tế tháng 3/2023 của Vietdata, dữ liệu vĩ mô cho thấy chưa có chuyển biến đáng kể nào trong bức tranh kinh tế chung khi chỉ số sản xuất công nghiệp (IIP) 2 tháng đầu năm vẫn giảm 6,3% so cùng kỳ, trong số các ngành giảm mạnh có dệt may. Tổng giá trị xuất khẩu 2 tháng cũng giảm 10,4% so cùng kỳ, trong đó doanh nghiệp trong nước giảm 22,7%... Ngành Dệt May cũng vẫn chịu những "cú giáng" mạnh do biến động của thị trường khi cầu dệt may thế giới chưa phục hồi do sức mua chậm ở các thị trường tiêu thụ hàng may mặc lớn như Mỹ và Châu Âu… Trước khó khăn kéo dài, cộng đồng doanh nghiệp ngoài chủ động ứng phó thì cũng trông đợi vào những chủ trương, chính sách của nhà nước nhằm hỗ trợ doanh nghiệp được cụ thể, được thể chế hóa, luật hóa một cách chi tiết…

Các doanh nghiệp thuộc hệ thống Vinatex hiện đang căng mình chống đỡ trước sự sụt giảm của thị trường, sự cạnh tranh khốc liệt của các nhà sản xuất dệt may trên thế giới. Lúc này, văn hóa doanh nghiệp Vinatex tiếp tục được xây dựng và nâng cao trong điều kiện mới, đáp ứng các yêu cầu của thị trường thay đổi. Hòa vào dòng chảy này, sức trẻ Vinatex sớm nắm bắt thời cơ, thách thức để tiên phong đổi mới sáng tạo, phát huy được sức mạnh nguồn lực "rường cột tương lai", hăng say khí thế với những phong trào, việc làm thiết thực đem lại giá trị, hiệu quả cao hưởng ứng Tháng Thanh niên 2023.

Trân trọng cảm ơn!

BAN BIÊN TẬP



Bìa 1: Trải nghiệm không gian thực tế ảo (Dugarco Creative VR)

Ảnh: Quang Nam



MỤC LỤC

· GÓC NHÌN

6 VINATEX quán triệt nội dung cuốn sách của Tổng Bí thư về phòng, chống tham nhũng, tiêu cực

8 Tiếp tục xây dựng và nâng cao văn hóa doanh nghiệp Vinatex trong điều kiện mới

14 Văn hóa doanh nghiệp "Tài sản" vô hình cho phát triển bền vững

20 Đánh giá 360^0 "thước đo" đa chiều

36 Ý kiến chuyên gia

38 Trông chờ vào "bàn tay vô hình" của Nhà nước

· HƯỞNG ỨNG THÁNG THANH NIÊN 2023

24 Đoàn viên Thanh niên Vinatex: Trí tuệ bản lĩnh, rường cột tương lai

28 Người trẻ tạo sự "khác biệt" từ công nghệ ảo - hiệu quả thực (where Virtual meets Reality)

32 Những gương mặt trẻ "dám nghĩ, dám làm"

· DỆT MAY

40 Công ty Cổ phần Dệt May Huế: 35 năm dệt tinh hoa, may gấm vóc

44 Yếu tố nào tác động đến chuỗi giá trị dệt may năm 2023?

48 Xanh hóa sản phẩm Jeans trong nền kinh tế tuần hoàn

54 Bộ quy tắc ESG toàn cầu mới & 7 nhóm giải pháp cho ngành thời trang

60 Ứng dụng công nghệ sản xuất sợi: Vải màu có hiệu ứng màu Melange trong dệt may

· TIN TỨC & SỰ KIỆN

64 Bản tin Vinatex

66 Bản tin Công đoàn

· THỜI TRANG VÀ CUỘC SỐNG

68 Trung tâm thời trang Vinatex: Mang thời trang đến với gia đình Việt

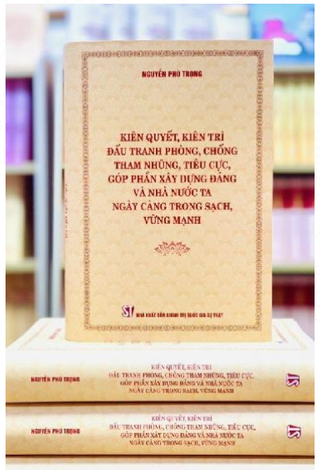
70 Áo dài Việt hướng đến thời trang Xanh, bền vững

72 Truyện ký

76 Rèn luyện " cơ bắp" trí tuệ

VINATEX QUÁN TRIỆT NỘI DUNG CUỐN SÁCH CỦA TỔNG BÍ THƯ VỀ PHÒNG, CHỐNG THAM NHŨNG, TIÊU CỰC

Học tập, quán triệt nội dung Cuốn sách "Kiên quyết, kiên trì đấu tranh phòng, chống tham nhũng, tiêu cực, góp phần xây dựng Đảng và Nhà nước ta ngày càng trong sạch, vững mạnh" của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng, Đảng ủy Tập đoàn Dệt May Việt Nam (Vinatex) nhất quán phương châm "Phòng ngừa tham nhũng, tiêu cực từ sớm từ xa, cả ngọn lẫn gốc".



Học tập nội dung Cuốn sách, đồng chí Lê Tiến Trường - Ủy viên Ban chấp hành Đảng bộ Khối Doanh nghiệp Trung ương, Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch Hội đồng quản trị Tập đoàn chia sẻ: Qua nghiên cứu, cán bộ chủ chốt trong Đảng bộ Tập đoàn bao gồm cả cấp uỷ của 20 cơ sở đảng trực thuộc đã tiếp thu được những nội dung cốt lõi và quan trọng hơn là nắm được tính logic và hệ thống của cuốn sách, giúp thuận lợi trong quá trình nghiên cứu triển khai trong thời gian tới.

Trước hết về nhận thức, Đảng bộ Tập đoàn Dệt May Việt Nam nhận thấy cuốn sách đã góp phần làm sáng rõ tư duy lý luận của Đảng về công tác phòng, chống tham nhũng, tiêu cực và xây dựng, chỉnh đốn Đảng, tiếp tục khẳng định sự quan tâm sâu sắc của Trung ương Đảng và đồng chí Tổng Bí thư đối với cuộc đấu tranh phòng, chống tham nhũng, tiêu cực; đồng thời, lan tỏa quyết tâm to lớn trong cả hệ thống chính trị và toàn xã hội đối với sự nghiệp quan trọng này.

Cuốn sách cũng giúp cán bộ, đảng viên hiểu rõ hơn về: Chủ trương, đường lối và quyết tâm đấu tranh chống "giặc nội xâm", ngăn chặn, đẩy lùi, xử lý nghiêm tham nhũng, tiêu cực của Đảng, Nhà nước ta, khẳng định đấu tranh phòng, chống tham nhũng, tiêu cực là "một việc làm cần thiết, tất yếu, một xu thế không thể đảo ngược" nhưng cũng là nhiệm vụ hết sức khó khăn, phức tạp; Vấn đề căn cơ trong đấu tranh phòng chống tham nhũng, tiêu cực là phòng ngừa từ sớm, từ xa, mà trọng tâm là xây dựng, chỉnh đốn Đảng và đặc biệt là phòng, chống suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống trong cán bộ, đảng viên, tức là trị tận "gốc" tham nhũng, tiêu cực…

Đối với Đảng bộ Tập đoàn Dệt May Việt Nam, với đặc điểm số lượng lao động lớn trên 150.000 người, tuy nhiên, số đảng viên đang sinh hoạt trong Đảng bộ theo mô hình Đảng bộ công ty mẹ chỉ trên 1.700 đảng viên, do đó nhiệm vụ tuyên truyền, lan toả rộng trong quần chúng cán bộ, nhân viên, người lao động nội dung cuốn sách, nhất là quan điểm đấu tranh phòng, chống tham nhũng là nhiệm vụ của mọi người và là quá trình lâu dài.

Mọi cán bộ, nhân viên đều phải ý thức được trách nhiệm của mình trong thực hiện phòng chống tham nhũng – lãng phí là hết sức thiết yếu, quyết định việc thực hiện tốt chủ trương của Trung ương Đảng và cả hệ thống chính trị. Đảng bộ Tập đoàn Dệt May Việt Nam qua nghiên cứu thấy được những gợi mở rất sâu sắc từ phần thứ hai của cuốn sách – "Nhất quán phương châm: Phòng ngừa tham nhũng, tiêu cực từ sớm từ xa, cả ngọn lẫn gốc" gồm 22 bài viết, bài phát biểu được tuyển chọn từ hơn 500 bài viết, bài phát biểu của đồng chí Nguyễn Phú Trọng về công tác xây dựng, chỉnh đốn Đảng và về việc tu dưỡng, rèn luyện đạo đức, lối sống của cán bộ, đảng viên. Trong thảo luận nội bộ chúng tôi cho rằng phòng ngừa từ xa, phòng chống cả ngọn lẫn gốc sẽ là kim chỉ nam trong hoạt động phòng chống tham nhũng - lãng phí tại Đảng bộ. Với cách hiểu, phòng chống ở ngọn là những biểu hiện, nhưng vi phạm cụ thể, và phòng chống từ gốc là từ phương thức làm việc, cơ chế giám sát, quy trình công tác để không thể và không dám tham nhũng, lãng phí.



Đồng chí Lê Tiến Trường - Ủy viên Ban chấp hành Đảng bộ Khối Doanh nghiệp Trung ương, Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch Hội đồng quản trị Vinatex nhấn mạnh tầm quan trọng của Học tập Cuốn sách.

Trên cơ sở đợt học tập, đồng chí Lê Tiến Trường xác định Đảng bộ Tập đoàn sẽ triển khai các chương trình trọng yếu gồm:

* Tiếp tục tổ chức quán triệt nội dung cuốn sách đến không chỉ đảng viên mà cả người lao động nói chung bằng các hình thức giới thiệu sáng tạo, gần gũi phù hợp điều kiện, trình độ của người lao động. Qua tuyên truyền giáo dục cần đạt được thống nhất trong nhận thức – nhiệm vụ phòng chống tham nhũng, tiêu cực, lãng phí là của tất cả người lao động trong Tập đoàn.

* Tiếp tục đẩy nhanh chương trình số hoá – chuyển đổi số, đưa việc kiểm soát trách nhiệm đến từng cá nhân, có điều kiện cá thể hoá trách nhiệm trong công việc. Trong đó tập trung vào 3 lĩnh vực nhạy cảm hơn đó là mua sắm – đầu tư; tài chính và kinh doanh. Do đặc điểm là doanh nghiệp phục vụ xuất khẩu, có tính công khai cạnh tranh cao trên thị trường, sản phẩm chuẩn hoá các doanh nghiệp đều có thể sản xuất được do vậy đẩy nhanh việc xây dựng mở rộng các cơ sở dữ liệu về nguyên phụ liệu, vật tư, thiết bị, chế độ thu nhập… để doanh nghiệp có thể truy cập, tham khảo đảm bảo mua sắm với chi phí tối ưu. Đồng thời dễ giám sát, kiểm tra. Đưa các quy trình công tác quan trọng, nhạy cảm lên hệ thống số hoá chung, các thành viên đều có thể kiểm soát được quá trình này. Minh bạch hoá sẽ là phương thức phòng ngừa từ xa.

*Xác định với doanh nghiệp nhiều lao động, nằm ở nhiều địa bàn, trình độ chung ở mức trung bình thấp. Do đó lãng phí sẽ là nguy cơ lớn nhất với Tập đoàn. Tập trung tuyên truyền giáo dục về ý thức tiết kiệm, chống lãng phí trong người lao động là hết sức quan trọng. Cùng với nó là xây dựng hệ thống dữ liệu so sánh chi phí giữa các doanh nghiệp trong Tập đoàn theo thời gian thực để cùng cải thiện theo hướng cải tiến liên tục.

*Tiếp tục tập trung vào các chính sách nâng cao thu nhập, chăm lo cho người lao động cả vật chất và tinh thần. Đảm bảo cuộc sống là tiền đề cơ bản nhất để có thể phòng chống tham nhũng, lãng phí, nhất là tham nhũng vặt. Với mục tiêu thu nhập của người lao động tại từng địa bàn đạt từ 130%-150% GRDP của địa phương.

* Tiếp tục xây dựng văn hoá Vinatex trên cơ sở 3 trụ cột: Công khai – Minh bạch – Dân chủ với 6 giá trị cốt lõi: hiểu nghề – giỏi nghề – yêu nghề – không đổ lỗi – tự hào với thành quả tập thể – cải tiến liên tục.

Các chương trình hành động trên tuy đã được triển khai tại Tập đoàn từ năm 2021, nhưng với tính chất hệ thống – logic cao tiếp thu được từ cuốn "cẩm nang" của đồng chí Tổng Bí thư, Đảng bộ Tập đoàn có được nhìn nhận toàn diện hơn và quyết tâm cao hơn, đẩy nhanh các chương trình công tác đã đặt ra với nhiều nội dung cần bổ sung mới. Thông qua làm tốt công tác phòng chống tham nhũng, tiêu cực, lãng phí sẽ nâng cao được năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong điều kiện thị trường thế giới biến động và cạnh tranh khốc liệt.❑

PV
(Ghi)

TIẾP TỤC XÂY DỰNG VÀ NÂNG CAO

VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP

VINATEX TRONG ĐIỀU KIỆN MỚI

Bài: Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex



Ông LÊ TIẾN TRƯỜNG
Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Vinatex

Với đặc thù phần lớn các doanh nghiệp được thành lập trên 50 năm, Vinatex mang trong mình những "gene" văn hoá riêng biệt và mỗi DN là một tổ chức có tính độc lập cao. Quá trình 28 năm hình thành và phát triển của Tập đoàn Dệt May Việt Nam bên cạnh việc tổ chức, cơ cấu lại hoạt động sản xuất kinh doanh cho tinh gọn, hiệu quả hơn, còn là quá trình cọ sát giữa văn hoá riêng của từng doanh nghiệp, lựa chọn các điểm chung tốt để phát triển cùng với xây dựng những khía cạnh văn hoá mới đáp ứng các yêu cầu của thị trường thay đổi.

Đến nay, với chiến lược được lựa chọn là xây dựng VINATEX - MỘT ĐIỂM ĐẾN CUNG ỨNG GIẢI PHÁP THỜI TRANG XANH TRỌN GÓI đặt ra nhu cầu bức thiết là cần xác định và xây dựng một hệ thống văn hoá doanh nghiệp chung trong toàn Tập đoàn, đảm bảo đáp ứng được chuẩn mực tổng quát của toàn chuỗi cung ứng nội bộ, cung ứng ra thị trường thế giới với một hình ảnh nhận diện chung nhất, hiệu quả nhất. Văn hoá Tập đoàn bao trùm, mang tính phổ quát lên văn hoá các doanh nghiệp thành viên, trong khi vẫn dung hợp các nét văn hoá riêng tích cực của từng doanh nghiệp. Duy trì được bản sắc, tính đặc thù của từng doanh nghiệp mà không đối nghịch giữa các doanh nghiệp với nhau và với văn hoá chung của Tập đoàn.



VĂN HÓA DOANH NGHIỆP SOI ĐƯỜNG CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG ĐI

Tại hội nghị Văn hoá toàn quốc tháng 11/1946, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã chỉ rõ "văn hoá soi đường cho quốc dân đi", tiếp thu và học tập lời dạy của Bác ngay trong doanh nghiệp, trách nhiệm của văn hoá doanh nghiệp cũng sẽ phải là "soi đường cho toàn thể người lao động đi". Xây dựng văn hoá doanh nghiệp là quá trình lâu dài, kiên nhẫn qua nhiều thế hệ, lại liên tục được bổ sung cho phù hợp tình hình mới. Chính vì vậy, việc xác lập một hướng đi, với các giá trị cốt lõi trong văn hoá từng doanh nghiệp và văn hoá Vinatex rất quan trọng, đảm bảo doanh nghiệp không chệch hướng, phải làm đi làm lại, khó khăn cho việc hình thành một cách có hệ thống văn hoá doanh nghiệp khi thiếu sự ổn định, lâu dài.

Bài viết tập trung vào việc làm rõ các giá trị cốt lõi cần quan tâm của văn hoá doanh nghiệp trong Tập đoàn tương ứng với điều kiện hoạt động của chuỗi cung ứng toàn cầu, của xu thế kinh tế tuần hoàn và của hệ thống trách nhiệm ESG (Environment – môi trường, Social – xã hội, Governance - quản trị doanh nghiệp) đang được khuyến khích, tiến tới luật hoá tại các quốc gia phát triển. Đồng thời, giới thiệu các giá trị cơ bản của văn hoá doanh nghiệp Vinatex làm nền tảng cho việc xây dựng văn hoá doanh nghiệp thành viên.

VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP VÀ CÁC ĐẶC ĐIỂM CỦA VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP

- Văn hoá doanh nghiệp là trật tự xã hội được ngầm hiểu trong tổ chức, định hình thái độ và hành vi theo những cách thức phong phú và bền vững.

- Tiêu chuẩn văn hoá chỉ rõ hành vi nào được doanh nghiệp chấp nhận, khuyến khích, hành vi nào cần hạn chế, thậm chí bị ngăn cản, hay gạt bỏ.

- Văn hoá doanh nghiệp phải mang các đặc tính

Phổ biến: được đại đa số người lao động trong doanh nghiệp hiểu rõ và thực hiện một cách tự nguyện, tự giác.

Lan toả: có khả năng lan toả nhanh trong nội bộ, nhất là với các thành viên mới. Nhanh chóng hoà nhập được với tổ chức trên nền tảng văn hoá doanh nghiệp chung.

Bền vững: các giá trị cốt lõi của văn hoá mang tính dài hạn, bền vững, nhân văn phù hợp với quá trình hình thành cần rất nhiều thời gian của văn hoá.

Ngầm định: văn hoá doanh nghiệp là ứng xử tự nhiên trong doanh nghiệp, không thể văn bản hoá, hướng dẫn được hết toàn bộ các hành vi. Chính vì vậy, cơ bản cần đảm bảo có tính ngầm định, chi phối phương thức ứng xử một cách tự nhiên trong nội bộ doanh nghiệp.

- Văn hoá doanh nghiệp có tầng nổi là các mục tiêu, chiến lược, tầm nhìn, kết quả đạt được, cùng với các quy tắc được thể chế như thu nhập, khen thưởng, kỷ luật, quy tắc ứng xử (code of conduct) và tầng chìm chính là các nội dung không được văn bản hoá nhưng bền vững, nằm ở tầm sâu trong suy nghĩ của mỗi nhân viên như chia sẻ niềm tin, sự gắn bó với doanh nghiệp và đồng nghiệp.

SỰ KHÁC BIỆT GIỮA VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP VÀ VĂN HOÁ QUỐC GIA

VĂN HÓA QUỐC GIA	VĂN HÓA TỔ CHỨC
Cốt lõi là tập trung vào giá trị.	Cốt lõi là tập trung vào thực tiễn.
Được thúc đẩy bởi những cảm xúc mạnh mẽ và sự khác biệt trong các giá trị cá nhân.	Được thúc đẩy bởi các thực tại hữu hình và dễ tiếp cận hơn, như thiết lập mục tiêu và chủ thể.
Thay đổi chậm.	Trọng tâm cốt lõi mang tính hữu hình nên có thể thay đổi nhanh hơn.
Phụ thuộc vào cách các cá nhân liên hệ với nhau dựa trên giá trị của họ.	Phụ thuộc vào mối liên hệ của các thành viên trong tổ chức với công việc của họ, với nhau và với thế giới bên ngoài.
Phân biệt cá nhân với nhau.	Phân biệt các tổ chức với nhau.

HAI CHIỀU KÍCH CỦA VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP TƯƠNG ỨNG VỚI ĐẶC ĐIỂM HOẠT ĐỘNG SXKD CỦA DOANH NGHIỆP

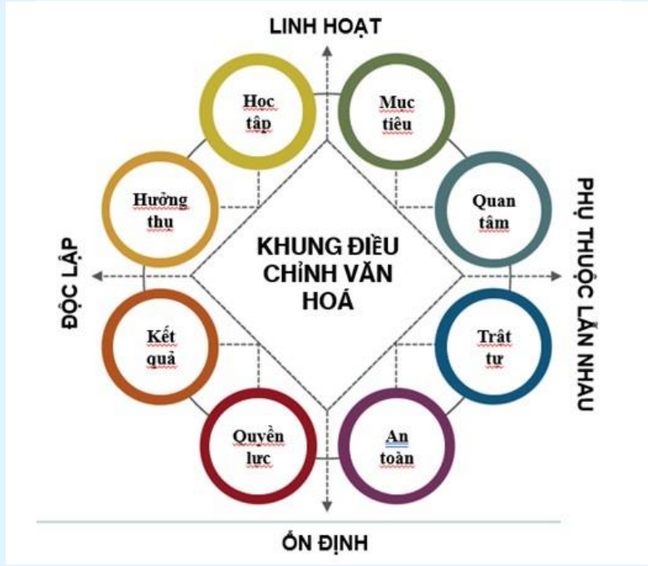
Phụ thuộc vào đặc điểm SXKD mà chiều kích tương tác giữa các nhân viên trong doanh nghiệp mang tính độc lập hay tính phụ thuộc lẫn nhau. Thái cực độc lập nghiêng về tự quản, cá nhân cạnh tranh. Trong khi khía cạnh phụ thuộc nghiêng về quản lý mối quan hệ, phối hợp nhóm, hoà hợp trong nhóm.

Chiều kích tương tác giữa con người trong doanh nghiệp

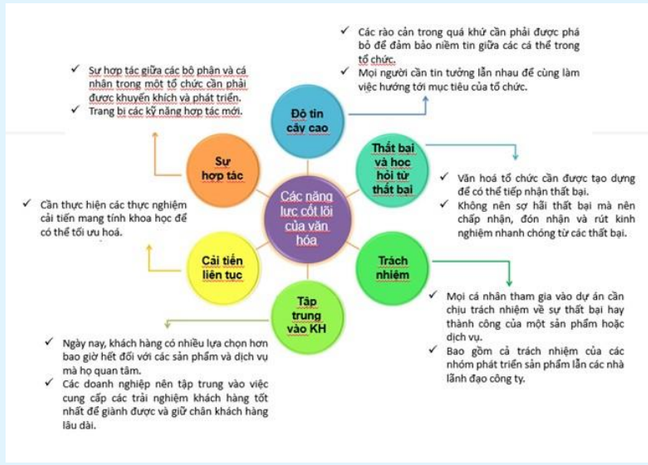
Chạy từ cực ổn định tới linh hoạt. Trong đó ổn định đề cao tính hệ thống quyền lực, quy tắc, cấp bậc, kiểm soát. Còn linh hoạt dựa trên cơ sở khuyến khích sáng tạo, đánh giá trên kết quả, không nặng về thủ tục, quy trình.

Chiều kích về cách ứng xử của doanh nghiệp trước sự thay đổi

Tám nhân tố cần quan tâm khi định vị văn hoá trên trục toạ độ với 2 chiều là tương tác con người và ứng phó với thay đổi. Trong đó hướng về phía trên trục tung, linh hoạt là nhân tố văn hoá "học tập liên tục để đổi mới sáng tạo" và văn hoá "quản trị theo mục tiêu"; về phía gốc trục tung - ổn định đấy chính là nhân tố "an toàn" và "quyền lực". Về phía trục hoành, nếu ở phía độc lập là khía cạnh văn hoá đánh giá theo "kết quả" cá nhân, nhóm và tương ứng là hưởng thụ thì về phía doanh nghiệp có sự phụ thuộc giữa các nhân sự cao lại là "chăm sóc" và "trật tự thực hiện các quy trình". Từ định vị các nhân tố văn hoá cần xây dựng theo 2 chiều kích cho thấy một bài học việc lựa chọn các khía cạnh cốt lõi cần tương ứng với mô hình SXKD, việc lựa chọn văn hoá không phù hợp với kinh doanh, hoặc các nét văn hoá trái ngược nhau để xây dựng thì không thể thành công. Ví dụ, chọn văn hoá hưởng thụ theo kết quả cá nhân trong khi phương thức SXKD lại mang tính phụ thuộc lẫn nhau cao.



CÁC GIÁ TRỊ CỐT LÕI CỦA VĂN HOÁ



Giá trị cốt lõi của văn hoá mỗi doanh nghiệp là khác nhau trong cách thể hiện, nhưng quy tụ chung lại trong điều kiện thị trường cạnh tranh hiện nay bao gồm 6 giá trị cốt lõi chủ yếu:

- Niềm tin tổ chức cao: có thể nói xây dựng niềm tin trong tổ chức trở thành khía cạnh văn hoá chủ đạo là quan trọng nhất, ảnh hưởng lớn nhất, sâu rộng nhất trong toàn bộ quá trình xây dựng và duy trì văn hoá doanh nghiệp. Việc có được niềm tin chiến lược giữa tất cả các cấp trong doanh nghiệp thực sự là năng lực cạnh tranh gốc của doanh nghiệp. Niềm tin xoá đi các rào cản giữa con người, giữa các phòng ban trong tổ chức và đều hướng tới mục tiêu chung của doanh nghiệp.

- Sự hợp tác: hợp tác giữa các cá nhân trong tổ chức, các phần của tổ chức với nhau và với bên ngoài là hoạt động để duy trì sự sống của doanh nghiệp, khía cạnh văn hoá hợp tác được xây dựng sẽ là cơ sở cho hoạt động chung của doanh nghiệp. Đồng thời, cũng cần liên tục trang bị cập nhật kỹ năng hợp tác, làm việc tập thể mới phù hợp với biến đổi của thị trường và công nghệ.

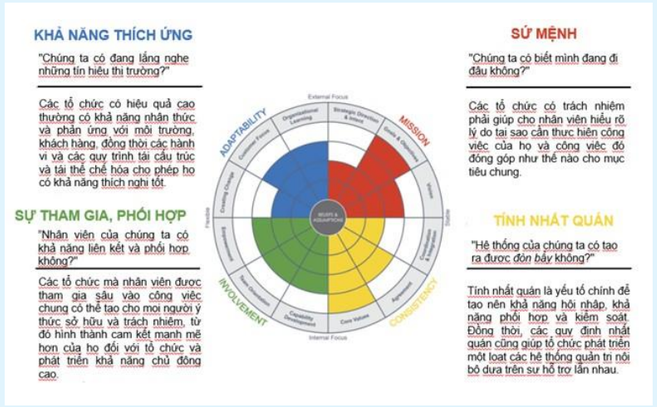
- Cải tiến liên tục: văn hoá để chống bị đào thải trong một thị trường quá năng động, cần thực hiện thường xuyên liên tục để tối ưu hoá các quy trình xử lý công việc cũng như sáng tạo ra các sản phẩm mới.

- Tập trung vào khách hàng hay khách hàng là trung tâm: cạnh tranh tạo điều kiện cho khách hàng có quá nhiều lựa chọn, dễ dàng sử dụng sản phẩm dịch vụ của đối thủ khác nếu trải qua một trải nghiệm không thích thú với sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp. Do đó giá trị cốt lõi tập trung vào khách hàng cũng là một khía cạnh mang tính sống còn với doanh nghiệp.

- Học tập và sửa chữa khắc phục nhanh từ các sai lỗi.



ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ TRƯỞNG THÀNH CỦA CÁC KHÍA CẠNH VĂN HOÁ



Người ta sử dụng một biểu đồ rada với 4 khu vực chính là các mục tiêu tổng quát, tính nhất quán của tổ chức, sự tham gia của các thành viên, và khả năng thích ứng với các thay đổi. Trong 4 khu vực này mỗi khu vực lại có 3 KPIs tổng cộng sơ đồ rada sẽ đánh giá 12 KPIs trong doanh nghiệp về mức độ trưởng thành với các khía cạnh văn hoá cốt lõi. Mười hai khía cạnh đó là:



CÁC TRỤ CỘT VĂN HOÁ VINATEX

Vinatex đang trong quá trình tiếp tục hoàn thiện, điều chỉnh văn hoá của doanh nghiệp phù hợp với điều kiện toàn cầu hoá, cách mạng công nghiệp 4.0, sự sắp xếp lại chuỗi cung ứng sau Covid-19, các khái niệm mới về kinh tế tuần hoàn và các tiêu chuẩn ESG.

Với tính chất là văn hoá phổ quát, có thể ứng dụng chung cho tất cả các đơn vị thành viên, đồng thời sẽ được bổ sung các nội dung đặc thù tại từng doanh nghiệp, văn hoá Vinatex được xây dựng trên nền tảng đặc điểm của doanh nghiệp thâm dụng lao động, trình độ lao động ở mức trung bình, tính chất cạnh tranh khốc liệt với các DN trên toàn thế giới, các đơn vị nằm ở các địa bàn khác nhau về cả điều kiện kinh tế, văn hoá, tôn giáo, sắc tộc.

Do đó, Vinatex lựa chọn 6 trụ cột chính để xây dựng văn hoá của mình gắn với điều kiện sản xuất kinh doanh đó là hiểu việc mình làm, giỏi việc mình làm, yêu việc mình làm, tự hào vì thành quả tập thể, không đổ lỗi và học tập, cải tiến liên tục.

Các trụ cột này phù hợp với tất cả các đơn vị thành viên sản xuất trong chuỗi cung ứng dệt may, đồng thời mỗi thành viên sẽ bổ sung các khía cạnh văn hoá của riêng doanh nghiệp mình. Ví dụ, bên cạnh các trụ cột văn hoá cấp Tập đoàn, thì tại Công ty Mẹ sẽ xây dựng thêm 2 khía cạnh bổ sung đó là Đổi mới sáng tạo và Chấp nhận rủi ro có cân nhắc.



Sơ đồ: 6 trụ cột văn hoá Vinatex

Để xây dựng được văn hoá chung của doanh nghiệp mỗi cá nhân trong doanh nghiệp phải được liên tục thực hành theo 12 nhân tố tạo ra giá trị đích thực cho các cá nhân, đó là:

- CHÍNH TRỰC (INTEGRITY): mỗi nhân sự, toàn tổ chức đều đề cao, tuân thủ sự liêm chính trong hoạt động.
- TRUNG TÍN (LOYALTY): doanh nghiệp thâm dụng lao động, tỷ lệ thay đổi lao động cao, để phát triển bền vững rất cần sự trung thành của mỗi người.
- CỐNG HIẾN (CONTRIBUTION): sẵn sàng cống hiến cho doanh nghiệp.
- CÓ ĐI CÓ LẠI (RECIPROCITY): cung cấp và cũng được tiếp nhận sự giúp đỡ của đồng nghiệp. Xây dựng văn hoá phục vụ lẫn nhau trong tổ chức.
- ƯU TIÊN (PRIORITY): biết phân loại và xác định thứ tự ưu tiên của danh mục công việc, xử lý vấn đề ưu tiên trong điều kiện nguồn lực hạn chế.
- ĐA DẠNG (DIVERSITY): chấp nhận và dung hợp được sự đa dạng trong tổ chức, tạo môi trường cho nhiều luồng ý kiến khác nhau được tồn tại.
- HY SINH BẢN THÂN (PERSONAL SACRIFICE): xác định lợi ích cá nhân sau lợi ích chung của doanh nghiệp.
- HỌC TẬP LIÊN TỤC (CONTINOUS LEARNING): liên tục có ý thức học tập, đổi mới, cập nhật trong mỗi cá nhân.

Một doanh nghiệp phát triển bền vững phải dựa trên một sức mạnh văn hoá doanh nghiệp vừa có những giá trị cốt lõi, vừa tạo được động lực ứng phó với thay đổi của thị trường. Doanh nghiệp vượt qua được thử thách chính là nhờ văn hoá sáng tạo, đổi mới, chịu trách nhiệm, hy sinh cho tập thể và tự hào với thành quả chung. Vinatex kinh doanh trong ngành dệt may là ngành cạnh tranh rất khốc liệt, lại đang đứng trước giai đoạn cần đổi mới nhanh đáp ứng yêu cầu của kinh tế tuần hoàn với các vấn đề mới chưa có tiền lệ. Chính lúc này, chúng ta rất cần một nền tảng văn hoá doanh nghiệp vững vàng, đủ sức và ánh sáng sáng tạo để "soi đường cho doanh nghiệp đi".



Sơ đồ: 7 trụ cột văn hoá Công ty Mẹ Vinatex

- PHỤC VỤ (GIVING OF THE SELF): làm việc với tinh thần phục vụ cao, không chỉ gói gọn trong mô tả công việc.
- RÈN MỚI BẢN THÂN (SELF – RENEWAL): luôn rèn mới, tạo năng lực mới, trải nghiệm mới cho mình.
- TRÁCH NHIỆM (RESPONSIBILITY): dám chịu trách nhiệm với công việc được giao.
- DẠY ĐỂ HỌC (TEACHING FOR LEARNING): tham gia đào tạo thế hệ sau.❑



VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

"TÀI SẢN" VÔ HÌNH CHO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Bài: KIỀU GIANG
(Ghi)

Sự phát triển mạnh mẽ và bền vững của doanh nghiệp không thể không kể tới yếu tố văn hoá doanh nghiệp. Một doanh nghiệp có nền tảng văn hoá mạnh, phù hợp với chiến lược dài hạn sẽ giúp cho nhân viên cảm thấy tự hào và gắn bó với tổ chức của họ. Hiểu được tầm quan trọng và giá trị của văn hoá doanh nghiệp, nhiều đơn vị trong hệ thống Vinatex đã chú trọng xây dựng, duy trì và phát triển để gặt hái được những thành công nhất định.



Ông Nguyễn Đức Trị- Phó Tổng Giám đốc Vinatex, Chủ tịch HĐQT Tổng Công ty CP Dệt May Hòa Thọ:

SỨC MẠNH GIÚP DOANH NGHIỆP VƯỢT QUA SÓNG GIÓ, ĐỨNG VỮNG VÀ TRƯỞNG THÀNH

Dịch bệnh rồi biến động kinh tế, chính trị trên thế giới đã và đang khiến nhiều doanh nghiệp rơi vào khủng hoảng nghiêm trọng. Những lúc này, văn hóa doanh nghiệp chính là sức mạnh giúp doanh nghiệp có thể vượt qua sóng gió, đứng vững và trưởng thành.

Khẩu hiệu của Hòa Thọ là: "Hòa cùng thời đại, Thọ với nhân văn" cũng chính là căn cốt xây dựng văn hóa doanh nghiệp của đơn vị. Trong quá trình xây dựng và phát triển, Hòa Thọ bắt đầu tạo dựng văn hóa doanh nghiệp từ nhận thức và trách nhiệm của đội ngũ quản lý, lãnh đạo. Trước tiên, đội ngũ cán bộ cần phải hiểu đầy đủ về vai trò của mình trong sự nghiệp tạo dựng doanh nghiệp, từ đó xây dựng bản lĩnh chính trị vững vàng, ý chí quyết tâm, nâng cao năng lực, niềm tin và sự tự hào vào tổ chức; quan tâm đến đời sống vật chất, tinh thần của người lao động, có trách nhiệm với cộng đồng và toàn xã hội, chủ động phát triển doanh nghiệp theo hướng bền vững…

Từ đây lan tỏa ra cán bộ nhân viên, người lao động tư duy đổi mới, khát vọng cống hiến, tinh thần sáng tạo, đoàn kết, ý thức tổ chức kỷ luật cao, tuân thủ các qui định, quy chế của đơn vị, tận tụy, trách nhiệm với công việc được giao.

Kiên trì tạo dựng văn hóa doanh nghiệp qua mỗi giai đoạn phát triển, có kế thừa, chọn lọc và tiếp thu, đưa giá trị văn hóa này "thấm" đến từng lĩnh vực, từng con người, Hòa Thọ từ một đơn vị khó khăn ở miền Trung đã vươn lên trở thành một trong những doanh nghiệp hàng đầu của Tập đoàn Dệt May Việt Nam.

Càng "Hòa" vào biển lớn trong xu thế hội nhập toàn cầu, Hòa Thọ càng xác định những giá trị cốt lõi của văn hóa doanh nghiệp. Trong đó, chú trọng vào xây dựng "nhân thuận", đó là tập thể đoàn kết, có định hướng rõ ràng, có chí hướng để thực hiện và mỗi người là một "gia thuận" để đảm bảo yên tâm công tác như lời Chủ tịch HĐQT Vinatex nhắn nhủ khi về chúc Tết 2023 cán bộ nhân viên Hòa Thọ. Chúng tôi cũng sẽ xây dựng văn hóa doanh nghiệp Hòa Thọ là trục chính để các đơn vị trực thuộc linh hoạt xây dựng văn hóa doanh nghiệp riêng của mình. Đó là, xây dựng văn hóa doanh nghiệp dựa trên sự tin cậy cao giữa các thành viên trong tổ chức; xây dựng văn hóa hợp tác và các kỹ năng hợp tác mới; cải tiến liên tục; tập trung vào khách hàng; có trách nhiệm; phát hiện sai và khắc phục nhanh. Trong đó xác định niềm tin tổ chức là giá trị cốt lõi nhất.

Với 12 nhân tố cá nhân cần xây dựng trong quá trình tham gia xây dựng văn hóa doanh nghiệp mà Tập đoàn gợi ý là: Chính trực, cống hiến, ưu tiên, hy sinh bản thân, phục vụ, trách nhiệm, trung tín, có đi có lại, đa dạng, học tập liên tục, rèn mới bản thân và dạy để học, Hòa Thọ thấy bao quát đầy đủ các yếu tố về tín- trí- tâm- tài- tình và sẽ bám sát theo đây để từng bước "xây" văn hóa mới, "dựng" cơ hội và thành công mới theo yêu cầu của chiến lược sản xuất kinh doanh mới.





Bà Phạm Thị Thanh Tâm- Ủy viên BCH Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Chủ tịch CĐ Dệt May Việt Nam:

"TẠO ĐƯỢC NIỀM TIN CỦA ĐOÀN VIÊN, NGƯỜI LAO ĐỘNG VÀO DOANH NGHIỆP VÀ TỔ CHỨC"

Là tổ chức đại diện cho người lao động trong doanh nghiệp, Công đoàn (CĐ) có vai trò quan trọng trong xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp. Việc lựa chọn các điểm chung tốt, cùng doanh nghiệp vun đắp, thúc đẩy để hình thành và nâng dần mức độ trưởng thành của các khía cạnh văn hóa, cũng chính là nhằm xây dựng đội ngũ người lao động và tổ chức CĐ vững mạnh.

Xây dựng văn hóa doanh nghiệp thông qua chức năng tuyên truyền, giáo dục: điểm chung đầu tiên CĐ tham gia, đó là cùng doanh nghiệp xác định, phổ biến tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu của doanh nghiệp, các nguyên tắc ứng xử; vận động người lao động chấp hành kỷ luật lao động, rèn tác phong công nghiệp,... qua đó định hình những vấn đề căn bản của văn hóa doanh nghiệp mà mọi thành viên cần hướng tới và thực hành.

Bên cạnh đó, CĐ cần chủ động tham gia vào quá trình đào tạo trình độ, kỹ năng nghề nghiệp cho người lao động, thúc đẩy ý thức học tập liên tục, rèn mới bản thân, nâng cao năng lực thích ứng cho người lao động, tạo nên sự chuyển biến trong người lao động từ hiểu việc đến giỏi việc và yêu việc mình làm, điều này có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao chất lượng đội ngũ.

Xây dựng văn hóa doanh nghiệp thông qua chức năng tham gia quản lý, tổ chức các phong trào thi đua: Văn hóa doanh nghiệp không là thứ xa vời mà chính là văn hóa ứng xử, quyền và trách nhiệm của mỗi bên trong quan hệ lao động được hiện hữu trong hệ thống văn bản nội bộ của doanh nghiệp, có sự tham gia xây dựng, triển khai và đánh giá thực hiện, đề xuất cải tiến của CĐ. Vì thế, điểm chung thứ hai mà CĐ đồng hành với DN đó là cùng doanh nghiệp xây dựng các nội quy, quy chế, thỏa ước lao động tập thể, tham gia các hội đồng tiền lương, sáng kiến, khen thưởng, kỷ luật,... có ý kiến kịp thời đối với mọi hoạt động của doanh nghiệp liên quan đến người lao động.

Đồng thời, với việc tổ chức các phong trào thi đua, đã hình thành ý thức lao động khẩn trương, nghiêm túc trong CNLĐ; lan tỏa, nhân rộng được các phương pháp hay, cách làm tốt, xây dựng được các điển hình tiên tiến - đây cũng là quá trình tạo động lực, truyền cảm hứng, khích lệ tình yêu nghề, mến nghiệp, hăng say lao động, gắn bó với tổ chức, tự hào với thành quả của tập thể.

Xây dựng văn hóa doanh nghiệp thông qua chức năng chăm lo, đại diện, bảo vệ người lao động: Yếu tố để người lao động thấy gắn kết, ngoài việc tuyên truyền, lan tỏa tới họ những giá trị mang tính biểu tượng, thì điều quan trọng là họ được chăm lo, được bảo vệ, được đền đáp xứng đáng cho những gì mà họ đã nỗ lực cống hiến, và đây cũng chính là ý nghĩa của sự cho đi và nhận lại được định hình trong văn hóa doanh nghiệp.

Điểm chung mà CĐ có thể thực hiện ở khía cạnh này đó là cùng doanh nghiệp chăm lo đầy đủ đời sống vật chất, tinh thần cho người lao động; cải thiện điều kiện làm việc, các chính sách đãi ngộ; là cầu nối để doanh nghiệp và người lao động đối thoại, chia sẻ thông tin, tăng cường hiểu biết, giải quyết kịp thời các bất cập nảy sinh; giúp người lao động yên tâm công tác, gắn bó với nghề.

Những việc làm này góp phần quan trọng trong xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp, từ đó tạo được khả năng thích ứng, sự liên kết và phối hợp giữa các thành viên, tính nhất quán trong thực hành, tạo đòn bẩy kích thích sự sáng tạo, và đặc biệt là tạo được niềm tin của đoàn viên, người lao động vào doanh nghiệp và tổ chức.





Ông Nguyễn Quang Minh- Tổng Giám đốc Tổng Công ty Việt Thắng – CTCP:

"MUỐN CÓ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP THÌ PHẢI CÓ NHỮNG CON NGƯỜI TRONG DOANH NGHIỆP CÓ VĂN HÓA"

Trải qua lịch sử hơn 60 năm hình thành và phát triển, Tổng Công ty Việt Thắng – CTCP đã tạo được nét văn hóa riêng mang tên "Văn hóa Việt Thắng" không lẫn với bất kỳ doanh nghiệp nào khác dù cùng ngành hay khác ngành.

Gắn với những thăng trầm lịch sử, có những giai đoạn tưởng chừng không thể trụ lại với thị trường, nhưng với nét văn hóa riêng, dám hy sinh cái riêng để Việt Thắng tồn tại và phát triển đã tạo dựng được một Việt Thắng có tầm vóc như ngày hôm nay. Với phương châm: "Văn hóa doanh nghiệp soi đường cho người lao động đi", lấy định hướng: "Muốn có văn hóa doanh nghiệp thì phải có những con người trong doanh nghiệp có văn hóa" mà văn hóa của mỗi cá nhân được hình thành từ ý thức của mỗi cá nhân đó, nên Việt Thắng đã sử dụng nhiều kênh khác nhau để hình thành ý thức tốt cho họ như: tuyên truyền, vận động, khuyến khích, nêu gương và kỷ luật... Điều này tác động đến tinh thần, thái độ và động cơ lao động của cán bộ nhân viên, giúp cho đội ngũ trong doanh nghiệp làm việc dựa trên tinh thần hợp tác, tin cậy, gắn bó và kết nối với nhau.

Đối với những nét văn hóa thường không được văn bản hóa nhưng đóng góp nhiều vào sự phát triển bền vững của Việt Thắng như: Các buổi team building tạo sự gắn kết giữa cá nhân với cá nhân, tạo sự đoàn kết gắn bó của cả một tập thể; Công khai các mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp, song song với đó là cam kết để tạo niềm tin và sự gắn bó của người lao động đối với tập thể và với doanh nghiệp…, người lao động luôn cảm nhận được sự quan tâm chia sẻ của doanh nghiệp và họ sẽ thấy được những đóng góp của mình được ghi nhận qua việc thưởng động viên, đột xuất và chăm lo phúc lợi cho người lao động, từ đó người lao động ngày càng gắn bó hơn với doanh nghiệp.

Ngoài ra còn các phong trào đồng hành khác được phổ biến tại Công ty như: Lá lành đùm lá rách, chia sẻ một phần tiền lương hỗ trợ cá nhân gặp nạn, gia cảnh khó khăn; người lao động tự nguyện giảm lương để chia sẻ một phần cho doanh nghiệp trong giai đoạn không đủ đơn hàng; phong trào uống nước nhớ nguồn, ưu tiên có chọn lọc con, em, người thân của người lao động vào làm việc tại Việt Thắng để tạo sự gắn bó lâu dài với Công ty… Tất cả tạo thành "chất keo" gắn kết và tạo sức mạnh nội lực để vượt qua mọi thách thức của Việt Thắng.

Hai chiều kích của văn hóa doanh nghiệp tương ứng với đặc điểm hoạt động SXKD của doanh nghiệp: Ở mỗi thời kỳ khác nhau thì Việt Thắng áp dụng các cực khác nhau để hình thành văn hóa như: Trong giai đoạn quá độ (Giai đoạn khởi động) thì ưu tiên thái cực Ổn định, lấy khía cạnh Quyền lực và An toàn làm trọng tâm. Ngược lại, trong giai đoạn khó khăn (Giai đoạn vượt chướng ngại vật) thì chuyển sang thái cực Linh hoạt với hai khía cạnh Học tập và Mục tiêu làm kim chỉ nam. Với giai đoạn phát triển (Giai đoạn tăng tốc) thì nghiêng về thái cực Phụ thuộc lẫn nhau với hai khía cạnh Quan tâm và Trật tự. Còn khi đã ổn định (Giai đoạn về đích) thì thái cực Độc lập sẽ được lựa chọn với hai khía cạnh Kết quả và Hưởng thụ. Ngoài ra giữa các thái cực sẽ là các khía cạnh giao thoa giữa các giai đoạn khác nhau.

Trong giai đoạn mới, việc áp dụng có chọn lọc những giá trị cốt lõi của văn hóa vào Việt Thắng vẫn đang được thực hiện nghiêm túc và triệt để. Việt Thắng sử dụng 7 trụ cột văn hóa của Công ty mẹ Vinatex làm kim chỉ nam xây dựng văn hóa cho doanh nghiệp mình. Xác định văn hoá là động lực mạnh mẽ góp phần làm nên những thành tích trong lao động sản xuất, chúng tôi luôn luôn tâm niệm, hiểu được giá trị các thế mạnh của Công ty hiện có để kiên trì, quyết tâm theo đuổi; không bằng lòng với hiện tại và luôn suy nghĩ thay đổi để phát triển…

Từ nền tảng văn hóa vững vàng sẽ tạo "lực đẩy" xây dựng Việt Thắng trở thành một doanh nghiệp phát triển vững mạnh toàn diện trong lĩnh vực sợi dệt, doanh nghiệp hàng đầu khu vực phía Nam và cả nước về lĩnh vực vải dệt thoi.



Ông Phạm Tiến Lâm- Tổng Giám đốc Tổng Công ty Đức Giang – CTCP:

"LAN TỎA GIÁ TRỊ CỦA VĂN HÓA DOANH NGHIỆP ĐẾN MỌI LĨNH VỰC SẢN XUẤT KINH DOANH"

Tổng Công ty Đức Giang-CTCP tạo dựng văn hóa doanh nghiệp thể hiện ở các giá trị cốt lõi: sự tận tâm, chuyên nghiệp, trách nhiệm, luôn đổi mới sáng tạo, nỗ lực vượt khó và đoàn kết, tuân thủ cao. Trong đó, đứng trước một việc khó, cán bộ nhân viên, người lao động ở Đức Giang sẽ không nản chí, bỏ cuộc mà cộng hưởng tìm hướng đi phù hợp, hiệu quả.

Cùng với đó, tinh thần đoàn kết rất cao của Đức Giang cũng là một nét văn hóa nổi bật. Khối đoàn kết chính là sức mạnh nội lực để Tổng Công ty vượt qua các giai đoạn khó khăn, từng bước phát triển ổn định, khẳng định uy tín trên thị trường trong nước và quốc tế. Tính tuân thủ cũng là một yếu tố định hình nên văn hóa doanh nghiệp Đức Giang, tất cả các quy định, quy chế đều phải được thực hiện một cách nghiêm túc, công khai nhằm đảm bảo tính chuẩn mực, nguyên tắc trong sản xuất kinh doanh. Giá trị văn hóa ở Đức Giang còn là tinh thần trên dưới đồng lòng, người dưới nhìn người trên để thông suốt nhận thức, cách làm.

Theo đó, khi HĐQT đã ban hành Nghị quyết, đề ra chiến lược thì Ban điều hành bám sát để nỗ lực thực hiện, cùng quyết tâm hoàn thành. Các bộ phận tham mưu, sản xuất kinh doanh cũng theo đó triển khai nhiệm vụ một cách chất lượng, hiệu quả nhất.

Để gây dựng được nét văn hóa này, đòi hỏi bản thân người lãnh đạo, quản lý phải làm gương, từ tác phong chỉ đạo, xử lý công việc, đến cách ứng xử với đồng nghiệp, với người lao động, đối tác, khách hàng… Quan điểm chung của đội ngũ lãnh đạo Đức Giang là qua mỗi đường hướng, kế hoạch hành động đều muốn lực lượng lao động của mình tiến bộ nhanh và cùng phát triển.

Tổng Công ty Đức Giang đưa vào áp dụng Bộ quy tắc ứng xử theo quy định quốc tế, bên cạnh những qui định cứng thì cũng thường xuyên cập nhật các yêu cầu mới theo yêu cầu ngày càng cao của khách hàng Mỹ, Châu Âu... Đây cũng là "kênh" để hiện thực hóa các giá trị văn hóa doanh nghiệp ở đơn vị.

Đức Giang luôn giữ gìn và phát triển văn hóa doanh nghiệp để khẳng định thương hiệu riêng, xây dựng hình ảnh riêng, để rồi văn hóa đó tự lan tỏa đến mỗi người. Sự lan tỏa này tạo niềm tin, sự tự hào của các thế hệ người lao động với thành quả của tập thể và cũng là ưu thế để Đức Giang thu hút nhân tài, nguồn nhân lực chất lượng cao về đảm nhận các vị trí làm việc quan trọng tại đơn vị.





Bà Nguyễn Thị Tố Trang – Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Vinatex Phú Hưng:

"VĂN HÓA PHẢN ÁNH "NỘI LỰC" CỦA DOANH NGHIỆP"

Trong bối cảnh kinh tế cạnh tranh ngày càng khốc liệt và nhiều thách thức như hiện nay, mỗi một doanh nghiệp cần xây dựng cho mình một nền văn hóa phù hợp để có thể tồn tại và phát triển bền vững. Văn hóa doanh nghiệp không đơn thuần là bề nổi được thể hiện qua mục tiêu, chiến lược, quy tắc, khen thưởng, kỷ luật mà quan trọng không kém chính là tầng chìm văn hóa bao gồm các giá trị nội hàm của doanh nghiệp tồn tại sâu trong suy nghĩ, hành động của nhân viên. Nói một cách khác văn hóa doanh nghiệp phản ánh "nội lực" của doanh nghiệp đó. Do đó việc xây dựng một văn hóa đúng, một văn hóa phù hợp với đặc thù của đơn vị là yếu tố quyết định cho sự tồn tại và phát triển trong bối cảnh hiện nay.

Chính đặc thù ngành nghề, con người, vùng miền, tôn giáo… riêng biệt đã góp phần tạo ra một nét văn hóa riêng của từng đơn vị. Vinatex Phú Hưng mang trong mình năm giá trị văn hóa cốt lõi:

1. Trung thực: Là một đơn vị sản xuất sợi, một sản phẩm được sản xuất ra là kết quả lao động mang tính tập thể cao. Thiếu trung thực sẽ dẫn đến tác động tiêu cực trong kết quả kinh doanh và doanh nghiệp mất nhiều thời gian xử lý hậu quả..

2. Không đổ lỗi: Đổ lỗi lẫn nhau làm tăng sự nghi ngờ trong tổ chức, triệt tiêu tính sáng tạo, tư duy của người lao động. Thất bại là điều tất yếu nếu văn hóa đổ lỗi tồn tại trong một tổ chức.

3. Hợp tác và kết nối: Đây là chìa khóa của thành công. Yếu tố này giúp phát huy trí tuệ tập thể tạo nên sức mạnh vượt trội cho đơn vị để giải quyết nhanh và hiệu quả mọi vấn đề cũng như vượt qua những thử thách lớn.

4. Học tập và khắc phục nhanh từ những thất bại: rất khó tránh được việc mắc các sai lầm, nhưng quan trọng hơn là nhận ra sai lầm và quyết tâm khắc phục, sửa chữa nhanh nhất và triệt để giúp cho đơn vị vững mạnh hơn sau thất bại, và nếu không sửa chữa thất bại nhanh chóng có thể đơn vị không còn cơ hội lần thứ 2 để sửa chữa.

5. Đổi mới và cải tiến liên tục: đổi mới và cải tiến liên tục trong quy trình sản xuất cũng như tư duy đổi mới và cải tiến đối với sản phẩm, tiếp cận với những sản phẩm mới để không bị lỗi thời đi chậm nhịp so với bên ngoài cũng như tối ưu hóa giá trị cho đơn vị.

Để xây dựng giá trị văn hóa doanh nghiệp, vai trò của người đứng đầu là vô cùng quan trọng. Mỗi một đơn vị trong hệ thống Vinatex đều có thể nhìn thấy văn hóa của mình thông qua văn hóa của người đứng đầu, đây cũng là yếu tố cốt lõi để tạo ra một "nội lực" vững mạnh. Người đứng đầu cần xác định, phổ biến và tạo điều kiện để người lao động có thể hiểu được giá trị văn hóa mà doanh nghiệp hướng đến. Người lao động cần nhận thức được rằng văn hóa doanh nghiệp phải trải qua nhiều năm hình thành - phát triển để phục vụ cho mục đích cuối cùng là tạo ra giá trị bền vững cho doanh nghiệp và người được hưởng lợi cao nhất của quá trình này chính là họ. Thực thi văn hóa của công ty không chỉ đem tới lợi ích cho công ty mà cao nhất đó chính là tạo ra giá trị, nâng cấp giá trị chính mỗi cá nhân người lao động chứ không phải đơn thuần là của tổ chức. Nhờ đó, mỗi cá nhân sẽ tự hình thành động lực để tự giác thực thi văn hóa mà công ty xây dựng thay vì xem đó như một nhiệm vụ từ lãnh đạo công ty.

Từ văn hóa danh nghiệp có thể nhìn thấy văn hóa của mỗi cá nhân trong đó cũng như thông qua văn hóa của từng cá nhân có thể thấy được văn hóa của doanh nghiệp.

Văn hóa doanh nghiệp là những giá trị tốt đẹp mà người lao động cần nhận thức và tự nguyện thực hiện đúng để tăng thêm giá trị tổ chức. Mỗi người đều đang ở trên chặng đường tự hoàn thiện lấy chính mình và văn hóa doanh nghiệp cũng như vậy. Chặng đường đó không hề đơn giản cũng như không bao giờ có điểm dừng nhưng chừng nào chúng ta hiểu được rằng "văn hóa doanh nghiệp phản chiếu văn hóa cá nhân, phát triển văn hóa doanh nghiệp chính là nâng cấp giá trị bản thân" thì tôi tin rằng mọi nỗ lực xây dựng đều xứng đáng và thực thi văn hóa doanh nghiệp thật tuyệt vời biết bao!❑