

VAI TRÒ CỦA VĂN PHÒNG VÀ ỨNG DỤNG PHÂN TÍCH SWOT TRONG TỔ CHỨC THỰC HIỆN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

Bùi Quỳnh Trang*, Mạch Quý Dương

Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông – ĐH Thái Nguyên

TÓM TẮT

Ngày nay, văn hóa doanh nghiệp đã và đang trở thành công cụ hỗ trợ đắc lực cho sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp. Một trong những yếu tố thành công quan trọng của một doanh nghiệp là xây dựng được văn hóa phù hợp, mang lại tính bản sắc riêng. Điều này đồng thời đòi hỏi doanh nghiệp phải luôn duy trì một nề nếp văn hóa, phát huy được năng lực và thúc đẩy sự đóng góp của tất cả mọi người vào việc đạt được mục tiêu chung của tổ chức. Nhưng vai trò của văn phòng trong việc tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp vẫn chưa được quan tâm nghiên cứu. Qua việc nghiên cứu, khảo sát và phân tích trách nhiệm của văn phòng, bước đầu nhóm tác giả nhận thấy: vai trò đầu tiên đó chính là văn phòng có trách nhiệm tham mưu về chiến lược xây dựng văn hóa doanh nghiệp cho lãnh đạo doanh nghiệp; văn phòng có trách nhiệm tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp; văn phòng có trách nhiệm trực tiếp duy trì một số các giá trị, chuẩn mực văn hóa doanh nghiệp. Cấu trúc phân tích SWOT giúp doanh nghiệp buộc phải suy nghĩ và quan tâm nhiều hơn đến vai trò của văn phòng trong tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp.

Từ khóa: *Quản trị văn phòng; vai trò; văn phòng; văn hóa doanh nghiệp; giá trị cốt lõi; trách nhiệm của văn phòng; phân tích cấu trúc SWOT.*

Ngày nhận bài: 26/5/2020; Ngày hoàn thiện: 29/6/2020; Ngày đăng: 30/6/2020

SWOT ANALYSIS AND A RELATIONSHIP BETWEEN OFFICE'S RESPONSIBILITIES AND FOUNDATION OF CORPORATE CULTURE

Bui Quynh Trang*, Mach Quy Duong

TNU - University of Information and Communication Technology

ABSTRACT

Today, corporate culture has become an effective tool to support the existence and development of businesses. One of the important success factors of a business is building a suitable culture, bringing its own identity. This also requires businesses to maintain a cultural routine, promote their capacity and promote the contribution of all people to achieving the overall goals of the organization. But the role of the office in organizing the implementation of corporate culture has not been paid attention to research. Through researching, surveying and analyzing the responsibilities of the office, the authors initially realized: the first role is the office responsible for advising on the strategy of building corporate culture for business leaders; the office is responsible for organizing the implementation of corporate culture; the office is directly responsible for maintaining a number of corporate culture values and standards. The SWOT analysis structure helps businesses be forced to think and pay more attention to the role of offices in organizing corporate culture.

Keywords: *Office management; roles of office; office; corporate culture; core values; the responsibility of office; SWOT analysis.*

Received: 26/5/2020; Revised: 29/6/2020; Published: 30/6/2020

* Corresponding author. Email: bqtrang@ictu.edu.vn

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, khái niệm luôn thu hút quan tâm đặc biệt của các nhà quản trị doanh nghiệp đó là văn hóa doanh nghiệp (VHDN). Đặc biệt là những doanh nghiệp có quy mô lớn, là một tập hợp những con người khác nhau về trình độ chuyên môn, trình độ văn hóa, mức độ nhận thức, quan hệ xã hội, vùng miền địa lý, tư tưởng văn hóa... chính sự khác nhau này tạo ra một môi trường làm việc đa dạng và phức tạp. Bên cạnh đó, với sự cạnh tranh gay gắt của nền kinh tế thị trường và xu hướng toàn cầu hóa, buộc doanh nghiệp để tồn tại và phát triển phải liên tục tìm tòi những cái mới. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải xây dựng và duy trì một nề nếp văn hóa đặc thù để phát huy năng lực và thúc đẩy sự đóng góp của tất cả mọi người và đạt được mục tiêu chung của tổ chức – đó là Văn hóa doanh nghiệp. Việc xây dựng và phát triển VHDN có vị trí và vai trò rất quan trọng trong sự phát triển của mỗi doanh nghiệp, bởi bất kỳ một doanh nghiệp nào nếu thiếu đi yếu tố văn hóa, ngôn ngữ, tư liệu, thông tin nói chung được gọi là tri thức thì doanh nghiệp đó khó có thể đứng vững và tồn tại được. Nó được thể hiện cụ thể ở 5 khía cạnh sau:

- Văn hóa doanh nghiệp giúp cho doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh

VHDN mạnh mẽ sẽ tạo nên sự thống nhất, giảm thiểu sự rủi ro, tăng cường sự phối hợp giám sát, thúc đẩy động cơ làm việc của mọi thành viên, tăng hiệu suất và hiệu quả của doanh nghiệp, từ đó tăng được sức mạnh cạnh tranh và khả năng thành công của doanh nghiệp trên thị trường.

- Xây dựng văn hóa phù hợp giúp doanh nghiệp tạo khả năng thích ứng cao với môi trường.

Hoạt động của các doanh nghiệp sẽ bị tụt hậu nhiều hơn nữa nếu không tiến hành một cuộc cách mạng cho việc xây dựng và đổi mới văn hóa trong phạm vi doanh nghiệp ngay trong hiện tại.

- Văn hóa doanh nghiệp tạo sự gắn kết, giảm xung đột giữa các thành viên trong doanh nghiệp.

- Văn hóa doanh nghiệp giúp thu hút và giữ chân nhân tài.

- Văn hóa doanh nghiệp giúp tăng cường sự sáng tạo và đổi mới cho nhân viên.

Ở Việt Nam, những vấn đề liên quan đến vai trò của văn phòng trong việc tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp bước đầu được đặt ra để tìm hiểu, nghiên cứu, song kết quả thu được còn nhiều hạn chế. Văn phòng được coi là hình ảnh đại diện của cơ quan, doanh nghiệp [1]. Đối với việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp, văn phòng giữ một vai trò quan trọng trong việc xây dựng, tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp trong quá khứ, duy trì và phát triển văn hóa doanh nghiệp hiện tại và tương lai.

Trong bài báo này, tác giả sẽ tập trung nghiên cứu vai trò của văn phòng trong tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp.

2. Vai trò của văn phòng trong tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp

Văn hóa được thể hiện trong quy chế làm việc, quy tắc đạo đức nghề nghiệp của doanh nghiệp; quy định các hành vi ứng xử, giao tiếp nơi công cộng.

Trách nhiệm xây dựng và thực hiện văn hóa doanh nghiệp được quán triệt sâu sắc lãnh đạo phải quan tâm xây dựng văn hóa trong doanh nghiệp bảo đảm cho sự phát triển văn hóa mạnh mẽ, đúng hướng để văn hóa giữ vai trò nền tảng tinh thần của xã hội; động lực thúc đẩy hoàn thành nhiệm vụ chính trị, sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Lãnh đạo trong việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp phải xác định là người đề xướng, hướng dẫn, xây dựng và tổ chức thực hiện các mục tiêu chiến lược, định hướng phát triển sản xuất, kinh doanh lâu dài của doanh nghiệp; trực tiếp tổ chức tuyên truyền hướng mọi thành viên trong doanh nghiệp suy nghĩ, hành động thực hiện các mục tiêu đó vì lợi ích của doanh nghiệp và lợi ích của chính họ [2], [3].

Vai trò đầu tiên đó chính là văn phòng có trách nhiệm tham mưu về chiến lược xây dựng văn hóa doanh nghiệp cho lãnh đạo doanh nghiệp

Với tư cách là bộ phận tham mưu các vấn đề quản lý, điều hành của doanh nghiệp, văn phòng chính là bộ phận đảm nhận nhiệm vụ

tham mưu cho lãnh đạo doanh nghiệp việc xây dựng các vấn đề nội bộ.

Vấn đề thứ nhất, tham gia với lãnh đạo đặt ra một định hướng và tầm nhìn mang tính chiến lược của doanh nghiệp

Dựa vào các hoạt động của công ty, những điểm mạnh, cơ hội cũng như khó khăn mà công ty đang và sẽ đối mặt để góp ý, tham mưu cho lãnh đạo nên tập trung nguồn lực vào đâu, đầu tư vào đâu, vấn đề đang gặp khó khăn, đề ra chiến lược ngắn hạn, dài hạn, ví dụ: sứ mệnh, giá trị cốt lõi. Cách thức giải quyết vấn đề, triển khai trên thực tiễn, áp dụng các biện pháp quản lý nào để doanh nghiệp có thể phát triển bền vững.

Văn phòng phân tích các nguyên tắc, yêu cầu và biện pháp cụ thể để các doanh nghiệp có thể tổ chức và kiểm soát tốt các vấn đề cơ bản trong hoạt động văn phòng như: xây dựng chương trình, kế hoạch hoạt động; áp dụng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO; tổ chức và quản lý hệ thống thông tin, hệ thống văn bản và các hồ sơ lưu trữ; quản lý tài sản và trang thiết bị văn phòng; tổ chức các cuộc họp, sự kiện; các hoạt động lễ tân, khánh tiết; các giải pháp giảm thiểu và tiết kiệm chi phí văn phòng...

Văn phòng giống như một hệ thống kiểm soát nội bộ vững mạnh, một công cụ tối ưu để xác định hiệu quả điều hành của lãnh đạo doanh nghiệp cũng như hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Hỗ trợ thiết lập công cụ quản lý nghiệp vụ đối với tất cả các hoạt động của từng cá nhân, phòng ban bộ phận trong toàn doanh nghiệp. Văn phòng xây dựng các công cụ để làm căn cứ để tiến hành các thủ tục kiểm soát nội bộ, căn cứ đánh giá tính tuân thủ, trung thực, đúng đắn trong công tác quản lý điều hành các hoạt động của doanh nghiệp [4].

Vấn đề thứ hai, văn phòng tạo dựng hình ảnh của doanh nghiệp - biểu hiện bên ngoài của văn hóa doanh nghiệp

Đó là những thứ dễ nhìn thấy, nghe thấy, cảm nhận được khi tiếp xúc với doanh nghiệp như:

- Kiến trúc công ty, phong cách bài trí và các biểu tượng, logo và khẩu hiệu, ...

- Cách ăn mặc và ứng xử, thái độ hành vi và cách biểu lộ cảm xúc...

Các biểu tượng, logo, khẩu hiệu, tài liệu quảng cáo của doanh nghiệp; ngôn ngữ, cách ăn mặc, phương tiện đi lại, chức danh, cách bộc lộ cảm xúc, hành vi ứng xử thường thấy của các thành viên và các nhóm làm việc trong doanh nghiệp; những câu chuyện và huyền thoại về tổ chức; hình thức mẫu mã của sản phẩm; thái độ và cung cách ứng xử của các thành viên doanh nghiệp.

Để hiểu được ý nghĩa đó họ phải thực sự hoà nhập vào cuộc sống trong doanh nghiệp một thời gian đủ dài và cách tốt nhất là tìm hiểu những giá trị, thông lệ và quy tắc được thừa nhận trong doanh nghiệp, vốn là kim chỉ nam cho hành vi của mọi thành viên của doanh nghiệp đó. Trên cơ sở đó, có thể chia lớp thứ nhất thành các nội dung sau:

1. Cách trang trí doanh nghiệp, đồng phục, các khẩu hiệu, bài ca của doanh nghiệp, tập quán, tôn giáo cũng như các truyền thuyết, giai thoại về các năm tháng gian khổ và vinh quang của doanh nghiệp, về nhân vật anh hùng của doanh nghiệp (nhất là hình tượng người thủ lĩnh khởi nghiệp).
2. Các nếp ứng xử giữa các thành viên trong doanh nghiệp với nhau.
3. Các hành vi giao tiếp đối với khách hàng và đối tác kinh doanh.

Vấn đề thứ ba, văn phòng góp phần cụ thể hóa các giá trị văn hóa doanh nghiệp

Triển khai công tác nghiên cứu tình hình thực tế của công ty, từ đó đề xuất chính sách cho lãnh đạo trong lĩnh vực xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp cũng như đóng vai trò là cầu nối giữa công ty và người lao động. Cốt lõi của văn hóa doanh nghiệp là tinh thần doanh nghiệp và quan điểm giá trị của doanh nghiệp. Bản chất của văn hóa doanh nghiệp là đối nội phải tăng cường tiềm lực, quy tụ được sức sáng tạo của công nhân viên chức, khích lệ họ sáng tạo ra nhiều lợi nhuận cho doanh nghiệp;

đối ngoại phải được xã hội bản địa chấp nhận. Vậy nên muốn điều hành nội bộ của doanh nghiệp thì cần phải có văn hóa doanh nghiệp. Hay có thể nói, văn hóa doanh nghiệp là một sản phẩm và đồng thời là công cụ cho hoạt động điều hành nội bộ của doanh nghiệp.

Một văn phòng làm việc hữu hiệu sẽ giúp lãnh đạo doanh nghiệp giảm bớt tâm trạng bất an về những rủi ro nhất là về con người và tài sản. Giúp lãnh đạo doanh nghiệp giảm tải trong những công việc sự vụ hàng ngày và chỉ để tập trung vào vấn đề chiến lược và ra quyết định và giúp lãnh đạo chuyên nghiệp hóa công tác quản lý điều hành.

Vai trò thứ hai là văn phòng có trách nhiệm tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp

a. Tham mưu xây dựng văn bản về văn hóa doanh nghiệp như Quy chế, Kế hoạch và các văn bản tổ chức thực hiện khác

Văn phòng phải căn cứ vào tình hình thực tiễn của doanh nghiệp, nghiên cứu từ căn cứ cơ sở khoa học hoặc là tham khảo ý kiến của các chuyên gia. Ngoài ra còn một kênh rất quan trọng để tìm kiếm thông tin đó là góp ý từ cán bộ nhân viên trong công ty về quy chế, quy định, nội quy hay kế hoạch của công ty.

Văn phòng cần tham mưu và tham gia cùng lãnh đạo xây dựng quy chế khen thưởng rõ ràng trên cơ sở đánh giá hiệu quả công việc. Khen thưởng ở đây không chỉ là khen thưởng vật chất mà còn bao hàm về cả mặt tinh thần. Đó là khen ngợi chân thành, động viên khích lệ đúng lúc, đúng chỗ của lãnh đạo đối với người lao động.

Môi trường làm việc trong sạch, cởi mở, dân chủ là yếu tố cơ bản của văn hóa doanh nghiệp. Đây chính là nội dung của quy chế dân chủ mà công đoàn tham gia cùng lãnh đạo doanh nghiệp xây dựng và chỉ đạo thực hiện.

Lấy việc nâng cao tổ chất toàn diện của con người làm trung tâm của văn hóa doanh nghiệp nhằm nâng cao trình độ quản lý doanh nghiệp, làm cho quan niệm giá trị của doanh nghiệp thấm sâu vào các tầng chế độ chính sách, từng bước chân hưng, phát triển doanh nghiệp [5].

Chính vì vậy, văn phòng có nhiệm vụ lập kế hoạch bồi dưỡng quan điểm giá trị doanh nghiệp và tinh thần doanh nghiệp để nó trở thành nhận thức chung của đông đảo công nhân, viên chức và trở thành động lực nội tại khích lệ tất cả mọi người phấn đấu; tăng cường đào tạo và phát triển nguồn tài nguyên văn hóa trong doanh nghiệp nhằm tạo ra không khí văn hóa tốt đẹp để nâng cao tổ chất văn hóa và trình độ nghiệp vụ của công nhân viên chức.

b. Tuyên truyền, phổ biến và hướng dẫn thực hiện văn hóa doanh nghiệp

Văn hóa doanh nghiệp không phải là một văn bản đọc là hiểu, không phải là những quy định chỉ cần làm theo là đủ... Để duy trì văn hóa doanh nghiệp cần phải có hệ thống truyền thông nội bộ hiệu quả lặp lại thường xuyên tạo nên thói quen hành xử về lâu dài trong doanh nghiệp [3]. Ví dụ:

- Thực hiện Video pr các phần nội dung văn hóa giao tiếp trong nội bộ doanh nghiệp
- Thực hiện tập huấn văn hóa doanh nghiệp cho tất cả cán bộ nhân viên toàn công ty
- Văn phòng xây dựng phong trào văn hóa doanh nghiệp

c. Kiểm tra, đánh giá văn hóa doanh nghiệp

Sau khi tuyên truyền, phổ biến và hướng dẫn thực hiện văn hóa doanh nghiệp đến toàn thể cán bộ, nhân viên trong công ty, văn phòng tổ chức xây dựng, kiểm tra, đánh giá độ tin cậy, hiệu lực và hiệu quả của hệ thống các tài liệu quản trị, hệ thống quy trình tác nghiệp thực hiện công tác điều hành, tiến hành hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Ví dụ: Khảo sát hiện trạng ứng dụng văn hóa doanh nghiệp, đánh giá ứng dụng văn hóa doanh nghiệp của các phòng ban.

Văn phòng tiếp nhận, thẩm định tính xác thực, độ tin cậy của các thông tin trong công tác quản lý điều hành hoạt động. Giám sát tính tuân thủ luật pháp và các quy định nội bộ.

Để kiểm soát văn hóa doanh nghiệp cần phải có những hoạt động kiểm tra, đánh giá lại để điều chỉnh, định hướng đúng mục tiêu và

những quy trình tuyển dụng rõ ràng để sàng lọc các giá trị nhân sự mới phải phù hợp với doanh nghiệp [5]. Đánh giá văn hóa hiện tại và xác định những yếu tố văn hóa nào cần thay đổi. Sự thay đổi hay xây dựng văn hóa doanh nghiệp thường bắt đầu bằng việc đánh giá xem văn hóa hiện tại như thế nào và kết hợp với chiến lược phát triển doanh nghiệp. Đánh giá văn hóa là một việc cực kỳ khó khăn vì văn hóa thường khó thấy và dễ nhầm lẫn về tiêu chí đánh giá. Ngoài ra, việc kiểm tra, đánh giá còn tạo cơ hội để nhân viên phản hồi về các giá trị của công ty, đánh giá sự phù hợp của chúng với hoạt động hàng ngày và với giá trị của nhân viên. Đó cũng là cách tuyệt vời để văn phòng tìm kiếm thông tin, xác định các vấn đề hiện có hoặc có thể xảy ra trong tổ chức mà lãnh đạo cần được quan tâm và chú ý.

Tiếp tục đánh giá văn hóa doanh nghiệp và thiết lập các chuẩn mực mới về không ngừng học tập và thay đổi. Văn hoá không phải là bất biến vì vậy khi công ty đã xây dựng được một văn hoá phù hợp thì việc quan trọng là liên tục đánh giá và duy trì các giá trị tốt. Truyền bá những giá trị đó cho nhân viên mới.

Vai trò thứ ba văn phòng có trách nhiệm trực tiếp duy trì một số các giá trị, chuẩn mực văn hóa doanh nghiệp

a. Giữ gìn môi trường cảnh quan và các biểu hiện bên ngoài

Trụ sở làm việc là một yếu tố không thể thiếu đối với hoạt động của doanh nghiệp, là nơi tiến hành mọi hoạt động của doanh nghiệp. Ngày nay, khi khoa học công nghệ ngày càng phát triển thì việc đưa khoa học, công nghệ vào doanh nghiệp là việc làm bắt kịp với xu thế phát triển của thời đại. Hơn nữa, môi trường làm việc, cách bài trí không gian làm việc là một trong những yếu tố mang lại thành công trong hoạt động làm việc của doanh nghiệp.

Văn phòng có trách nhiệm xây dựng đồng bộ kế hoạch, thực hiện vệ sinh môi trường làm việc từ khu vực văn phòng cho đến các kho, bãi của đơn vị quản lý.

Mỗi một tổ chức, doanh nghiệp đều có logo, khẩu hiệu, bộ nhận diện thương hiệu được xây dựng dựa trên đặc thù, mục tiêu, sứ mệnh, tầm nhìn của tổ chức, doanh nghiệp đó. Các biểu hiện này giúp chúng ta nhận biết, phân biệt sự khác nhau, tính đặc thù và nhận diện được tổ chức, doanh nghiệp [6].

Văn phòng ban hành cẩm nang văn hóa doanh nghiệp, hướng dẫn các thành viên trong doanh nghiệp theo tiêu chí chuyên nghiệp, đăng tải cẩm nang văn hóa ứng xử trên website nội bộ của tổ chức, triển khai thực hiện các nội dung bộ quy tắc ứng xử văn hóa vào các lĩnh vực chuyên môn và giao tiếp hàng ngày để tạo thói quen cũng như chuẩn hóa các hành vi ứng xử văn hóa cho mọi thành viên trong toàn doanh nghiệp

Ngoài ra, văn hóa doanh nghiệp còn được biểu hiện qua cách bài trí khuôn viên của tổ chức, các nghi thức, lễ tân, khánh tiết trong các hoạt động tập thể... Văn phòng phụ trách công tác phục vụ hậu cần.

b. Tổ chức các sự kiện của doanh nghiệp – Một kênh duy trì các giá trị văn hóa

Đây là yếu tố cấu thành văn hoá bề nổi, phản ánh đời sống, sinh hoạt của công ty. Tuy không trực tiếp ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, nhưng ảnh hưởng của nó đối với mọi hoạt động của doanh nghiệp cũng rất lớn. Nó tuyên truyền phổ biến đường lối, chính sách của công ty, tạo ra sự khác biệt của công ty với bên ngoài, tạo hình ảnh tốt cho công ty trước cộng đồng qua đó góp phần xây dựng thương hiệu... Do vậy, để thực sự tạo ra “cá tính” của doanh nghiệp, tạo ra sức mạnh cạnh tranh cho doanh nghiệp, doanh nhân, cán bộ quản lý cấp cao, các nhà lãnh đạo và quản lý các cấp khác phải nhất thiết tham gia vào quá trình xây dựng văn hoá của tổ chức mình.

Văn phòng phải định hình sự kiện, hình thành ý tưởng sự kiện, làm việc với các bộ phận, phòng ban liên quan, lên chương trình ban đầu. Sau đó, văn phòng lập kế hoạch tổ chức sự kiện, ví dụ: dự toán ngân sách sự kiện, vận động tài trợ, nguồn nhân lực sự kiện, marketing sự kiện, kế hoạch hậu cần cho sự

kiện. Văn phòng phụ trách chính dàn dựng sự kiện và kết thúc sự kiện.

Văn phòng tổ chức các cuộc thi về văn hóa doanh nghiệp hay các giải thưởng ghi nhận công hiến của cá nhân, tập thể cho hành trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp theo định kỳ. Hoặc xây dựng phong trào về văn hóa doanh nghiệp như văn hóa ứng xử nội bộ, phong trào phát triển hình ảnh của doanh nghiệp trong các hội thi, hội thao, lễ kỷ kết...

c. Góp phần thực hiện và duy trì các giá trị cốt lõi

Văn phòng góp phần nâng cao nhận thức của người lao động, quán triệt sâu rộng về vai trò của văn hóa doanh nghiệp trong công ty từ khi thành lập và trong suốt quá trình hoạt động sản xuất, kinh doanh. Bên cạnh đó, văn phòng còn góp phần xây dựng và phát triển nền tảng văn hóa doanh nghiệp Việt Nam gắn với những giá trị truyền thống tốt đẹp của công ty. Phát triển văn hóa doanh nghiệp là yêu cầu cơ bản và cấp thiết để phát triển bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Văn phòng góp phần nâng cao văn hoá tinh thần, tăng cường thể lực cho cán bộ nhân viên và người lao động thông qua xây dựng các thiết chế văn hoá và môi trường làm việc, rà soát các nội dung còn tồn tại chưa thực hiện trong những năm trước để đẩy mạnh thực thi tốt công tác văn hóa doanh nghiệp.

Văn hóa là một cách hay để thiết lập và duy trì định hướng cho nhân viên và nếu thiếu yếu tố này, lãnh đạo sẽ rất khó khăn giữ vững những giá trị cốt lõi của công ty [6]. Giá trị cốt lõi là một phần quan trọng trong nền tảng xây dựng doanh nghiệp mà đội ngũ nhân viên của tổ chức phải biết và hiểu rõ. Mối quan hệ của văn phòng ở đây là phải tuyên truyền để tạo ra được một tác phong làm việc khoa học, một thói quen giao tiếp cởi mở mà mọi người lao động có thể mạnh dạn nói lên suy nghĩ của mình, có thể tham gia góp ý kiến về mọi mặt hoạt động của doanh nghiệp. Điều này sẽ giúp cho doanh nghiệp có được những thông

tin quý giá để phát huy sáng kiến, cải tiến quy trình làm việc và đạt hiệu quả cao nhất trong sản xuất kinh doanh.

Giường cột trong nền tảng doanh nghiệp đó là giá trị cốt lõi của tổ chức. Chúng là những quy tắc gắn kết với sự thành công của sứ mệnh và tầm nhìn của doanh nghiệp. Giá trị cốt lõi đặt kỳ vọng và nhắc nhở nhân viên của tổ chức hành xử đúng đắn trong mọi tình huống. Để giúp các doanh nghiệp cạnh tranh tốt trên sân nhà và vươn ra thị trường quốc tế, văn phòng cần chủ động phối hợp với lãnh đạo doanh nghiệp xây dựng cho được văn hóa của doanh nghiệp. Tạo ra một hình ảnh doanh nghiệp đẹp trong con mắt của người tiêu dùng và đối tác nước ngoài. Đó là cơ sở để doanh nghiệp phát triển bền vững.

Văn phòng đóng góp vai trò quan trọng trong sự thành công của tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp.

3. Đề xuất áp dụng cấu trúc SWOT vào đánh giá về trách nhiệm của văn phòng trong việc tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp tại các doanh nghiệp ở Việt Nam

Cấu trúc phân tích SWOT (hay còn gọi là cấu trúc SWOT, phép phân tích SWOT...) là một mô hình phân tích phổ biến trong công tác tổ chức trên thế giới cũng như tại Việt Nam, đặc biệt là trong lĩnh vực kinh doanh, dự án. SWOT là cụm từ viết tắt bởi bốn chữ cái đầu bằng tiếng Anh - 4 yếu tố then chốt - trong đó, các cơ quan, tổ chức luôn luôn phải xác định các thế mạnh và xu thế phát triển để nắm bắt cơ hội, hoạch định kế hoạch kinh doanh, bao gồm: Điểm mạnh (S - Strengths), Điểm yếu (W - Weaknesses), Cơ hội (O - Opportunities), Nguy cơ (T - Threats). Các yếu tố này được xác định tùy theo từng đơn vị, theo loại hình đối tượng phân tích, một điểm mạnh cũng có thể trở thành một điểm yếu cũng như một cơ hội có thể biến thành một nguy cơ. Mục đích của đánh giá SWOT là tăng cường sức mạnh, khắc phục điểm yếu, tận dụng lợi thế của cơ hội và phòng ngừa nguy cơ rủi ro. Phép phân tích này cho phép đánh giá các dữ liệu được tổ chức theo một

trình tự lô-gíc nhằm giúp chúng ta hiểu rõ vấn đề, từ đó có thể cân nhắc và ra quyết định hợp lý và chính xác nhất.

Khung phân tích SWOT giúp doanh nghiệp đánh giá thực trạng vấn đề một cách chuyên nghiệp và đưa ra quyết định một cách chủ động chứ không chỉ dựa vào các phản ứng nhất thời hay thói quen cảm tính. Ở Việt Nam, trong tình hình hiện nay, cấu trúc SWOT phù hợp với việc phân tích hoạt động không chỉ trong lĩnh vực kinh tế, tài chính, mà còn có thể áp dụng linh hoạt cho các mục tiêu tìm hiểu khác. Bên cạnh đó, mô hình phân tích SWOT được áp dụng trong việc đánh giá một tổ chức kinh tế, một đề xuất hay một ý tưởng trong một cơ quan, doanh nghiệp cụ thể [7]. Vì vậy, cấu trúc này phù hợp cho việc phân tích về trách nhiệm của văn phòng trong việc tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp. Phép phân tích này nên nhấn mạnh giá trị cũng như ý nghĩa của văn phòng trong việc tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp. Dưới góc độ quản trị văn phòng, yếu tố “*Nguy cơ*” không thể hiện sự cạnh tranh thương mại từ vấn đề tài chính hay đối thủ cạnh tranh mà nó thể hiện từ thực tế các hoạt động, từ những định hướng cho hoạt động quản lý – điều hành, hoạt động quản trị văn phòng của các doanh nghiệp....

Tác giả xin đưa ra một số ý kiến tham khảo bằng phân tích SWOT làm ví dụ cho việc đánh giá vai trò của văn phòng trong việc tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp

Điểm mạnh (S)

- Văn phòng tham gia xây dựng nội quy, quy tắc
- Có ý thức đi trước một bước so với các đơn vị khác trong nhiệm vụ đổi mới.
- Tham gia xây dựng tổ chức lễ nghi, lễ hội. Tổ chức tuyên truyền, phổ biến chính sách pháp luật của nhà nước, các quy chế, quy định của doanh nghiệp liên quan đến quyền lợi, trách nhiệm và nghĩa vụ của người lao động.
- Hoạt động đào tạo bồi dưỡng cho cán bộ nhân viên cũng được doanh nghiệp chú trọng, doanh nghiệp đã tổ chức nhiều khóa đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn cho người lao động tham

gia. Nâng cao năng lực và chất lượng đội ngũ cán bộ nhân viên của Văn phòng để tiếp tục hoàn thiện công tác quản trị văn phòng.

- Văn phòng rất quan tâm đến lập kế hoạch về việc đào tạo, bồi dưỡng cho đội ngũ cán bộ nhân viên nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho đội ngũ này khi tiếp cận với các trang thiết bị hiện đại và khai thác của hiệu quả nhằm phục vụ tốt nhất trong quá trình thực thi công vụ của mình.

- Ứng dụng công nghệ thông tin vào trong công tác văn phòng;

- Cơ sở vật chất kỹ thuật, đầu tư trang thiết bị là cơ sở để có văn hóa doanh nghiệp tốt đẹp và phong phú. Một môi trường làm việc sạch đẹp, hiện đại không những thể hiện bộ mặt của doanh nghiệp đối với cách nhìn nhận của xã hội mà còn là động lực, là môi trường giúp cho sự phát triển của mỗi cá nhân trong doanh nghiệp.

Điểm yếu (W)

- Việc tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp vẫn còn mang nặng tính hình thức;
- Kỹ năng công nghệ thông tin của cán bộ còn hạn chế;
- Khối lượng công việc lớn;
- Nhận thức về tầm quan trọng vai trò của văn phòng trong việc tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp;
- Sức ỳ, ngại thay đổi của một bộ phận cán bộ...

Cơ hội (O)

- Xây dựng được văn hóa doanh nghiệp tốt sẽ thu hút được khách hàng và đối tác đến với công ty và dần làm nên thành công cho doanh nghiệp;
- Trao đổi, hợp tác, học hỏi kinh nghiệm doanh nghiệp trong và ngoài nước;
- Áp dụng các giải pháp công nghệ mới vào công tác văn phòng;
- Trách nhiệm của văn phòng trong việc hoàn thiện quy chế văn hóa doanh nghiệp.
- Xác định văn hóa doanh nghiệp phù hợp, văn phòng tham mưu cho lãnh đạo xác định được nhân sự có phẩm chất và năng lực phù hợp với công ty để tuyển dụng, hay đề bạt.

Nguy cơ (T)

- Tổ chức có giá trị “thấp” ảnh hưởng đến thu hút nhân viên tiềm năng.

- Triển khai thiếu đồng bộ

- Công ty có văn hóa doanh nghiệp yếu sẽ làm giảm hiệu suất đầu tư của các nhà tuyển dụng, đối tác...

Tạo lập một cấu trúc SWOT là bước đầu tiên trong việc phân tích thực trạng nhằm mục đích tìm ra giải pháp, xây dựng định hướng phát triển cho một doanh nghiệp. Thực tế đã chứng minh, giải pháp chung cho một cấu trúc SWOT hoàn thiện được đưa ra là khai thác điểm mạnh để tạo thời cơ phát triển; Hạn chế tối đa các điểm yếu và cải thiện các điểm yếu để vượt qua các nguy cơ có thể gặp phải.

- Kết hợp Điểm mạnh với Cơ hội: có thể sử dụng thế mạnh nội bộ để tận dụng những cơ hội. Ví dụ: Văn phòng có ý thức áp dụng các giải pháp công nghệ mới vào trong hoạt động văn phòng.

- Kết hợp Điểm mạnh với Nguy cơ: Có thể dùng thế mạnh của doanh nghiệp để tránh hoặc giảm thiểu nguy cơ.

- Kết hợp Điểm yếu với Cơ hội: Xem xét tận dụng cơ hội để khắc phục điểm yếu. Ví dụ: Khối lượng công việc nhiều, giải pháp phù hợp là bố trí, đào tạo cán bộ phù hợp với vị trí công tác về chuyên môn.

- Kết hợp Điểm yếu với Nguy cơ: cần phải kết hợp công việc để khắc phục điểm yếu và phòng tránh nguy cơ có thể xảy ra. Ví dụ: học hỏi các phương thức quản lý từ đối tác trong và ngoài nước.

Bảng phân tích SWOT với mục đích là chìa khóa cho doanh nghiệp để có giải pháp phát triển tốt nhất [8]. Bên cạnh đó, do phân tích SWOT không định lượng được các tiêu chí nên SWOT cũng có phần hạn chế khi sắp xếp thông tin, nhiều đề mục có thể bị trung hòa

hoặc nhầm lẫn giữa hai thái cực “Điểm mạnh – điểm yếu” và “Cơ hội – Nguy cơ” do quan điểm của người phân tích. Phân tích SWOT là một công cụ thực sự hữu ích để doanh nghiệp có thể đi xa hơn, để đánh giá tình hình hiện tại và đề ra những chiến lược tiếp theo của doanh nghiệp.

4. Kết luận

Trách nhiệm của văn phòng trong tham mưu tổ chức thực hiện văn hóa doanh nghiệp là một yêu cầu thiết yếu trong việc duy trì và phát triển văn hóa doanh nghiệp. Thông qua vai trò tổ chức văn hóa trong doanh nghiệp của văn phòng, chúng ta có thể thấy được những điểm mạnh, điểm yếu, và các nguy cơ trong doanh nghiệp có thể gặp phải. Đặt ra những thách thức cho văn phòng cần phải nghiên cứu để xây dựng và phát huy văn hóa doanh nghiệp trong công ty ngày càng hiệu quả hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1]. Conference Handout, *Office Administration - Theory and practice*. University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University, 2005.
- [2]. T. V. H. Tran, *Corporate culture*. National Economics University Publishing house, 2009.
- [3]. K. T. Ngo, *Corporate governance Curriculum*. National Economics University Publishing house, 2012.
- [4]. H. T. Nguyen, *Office Administration*. Science and Technics Publishing House, 2005.
- [5]. M. Q. Nguyen, *Business Ethics and company culture Curriculum*. National Economics University Publishing house, 2015.
- [6]. T. P. H. Do, *Business culture Curriculum*. Finance Publishing House, 2011.
- [7]. D. T. Dao, and T. L. Nguyen, “The structure of SWOT analysis and the issue of developing electronic document management policies in the activities of Ministry agencies,” *Journal of Vietnam Record management and Archive*, vol. 2, pp. 24-32, 2015.
- [8]. T. T. Hoang, “Economic analysis schemes and their applicability to the library,” *Vietnam Library Journal*, vol. 4, no. 30, pp. 32-38, 2011.