

MỘT SỐ BÀI HỌC TỪ VĂN HÓA CỘNG ĐỒNG, DOANH NGHIỆP NHẬT BẢN

(Bài tham luận tại buổi tọa đàm quốc tế “Văn hóa doanh nghiệp và đạo đức kinh doanh trong bối cảnh toàn cầu hóa: Những vấn đề lý luận và thực tiễn.” tại Liên hiệp các Hội hữu nghị Thành phố Hồ Chí Minh ngày 21 tháng 11 năm 2017)

- Tô Bình Minh

*Phó Viện trưởng, Giám đốc Phân Viện Phát triển Nguồn Nhân lực
Việt Nam- Nhật Bản (VJCC) tại Thành phố Hồ Chí Minh*

Trong nền kinh tế tri thức và hội nhập hiện nay, yếu tố con người càng có vai trò quyết định hơn hết. Văn hóa cộng đồng, doanh nghiệp càng trở thành nguồn lực có giá trị của mỗi quốc gia nói chung và doanh nghiệp nói riêng. Qua tìm hiểu, làm việc với các tổ chức, cá nhân đến từ Nhật Bản, giao lưu, tham quan học hỏi các doanh nghiệp Nhật Bản cùng với các học viên Keieijuku¹ tại VJCC,... tôi hiểu thêm và hiểu rõ hơn những nét đẹp từ văn hóa của cộng đồng, doanh nghiệp Nhật Bản.

Triết lý kinh doanh

Ấn tượng lớn nhất từ các doanh nghiệp Nhật Bản là triết lý kinh doanh. Đây chính là yếu tố quan trọng nhất làm cho các doanh nghiệp Nhật Bản tạo ra sự khác biệt và biến Nhật Bản trở thành nền kinh tế hàng đầu thế giới từ sự đổ nát sau Chiến tranh Thế giới thứ Hai.

Các doanh nhân Nhật Bản nhận thức được tính xã hội hóa ngày càng tăng của hoạt động sản xuất kinh doanh, nên triết lý kinh doanh thể hiện được ý nghĩa của bản sắc doanh nghiệp.

Triết lý kinh doanh của các doanh nghiệp Nhật Bản luôn xuất phát từ chữ TÂM của con người. Mọi định hướng, chiến lược, hành động của doanh nghiệp đều phải xuất phát từ TÂM sáng.

Hoạt động kinh doanh phải mang lại lợi ích cho cộng đồng, nếu không đem lại hoặc tổn hại tới lợi ích cộng đồng thì tuyệt đối không được phép làm. Khi hoạt động kinh doanh mang lại lợi nhuận từ khách hàng, từ cộng đồng xã hội thì lợi

nhuận phải phục vụ lại cho khách hàng, cho cộng đồng xã hội. Nếu kinh doanh không mang lại lợi nhuận, lỗi đầu tiên của doanh nghiệp là không đóng góp được gì cho cộng đồng xã hội.

Tinh thần làm việc

Tinh thần làm việc tại các doanh nghiệp Nhật Bản thực sự đáng kính nể. Mọi người đều cố gắng làm hết việc chứ không phải hết giờ nên một điều hết sức bình thường khi thấy 8-9g00 tối mà trên đường phố vẫn có rất nhiều người mặc đồng phục làm việc đang hối hả đi trên đường về nhà.

Khi làm việc với người Nhật, không nên nghĩ rằng hết giờ làm việc sẽ kết thúc cuộc họp và mình có thể ra về để nghỉ ngơi hay hẹn hò với người này hay người khác. Nếu có cuộc hẹn khác sau giờ làm việc, tốt nhất là hãy thông báo trước cho họ để nếu chưa thể kết thúc thì sẽ tiếp tục vào lần sau.

Trong giờ làm việc, người Nhật cũng tập trung cao độ vào công việc, không dành thời gian để tán chuyện, đùa dỡn hay làm việc riêng.

Bên cạnh tinh thần làm việc không kể giờ giấc, người Nhật còn có tinh thần cải tiến (Kaizen) công việc không ngừng. Chính nhờ vào tinh thần Kaizen mà các doanh nghiệp Nhật Bản có thể tiết kiệm chi phí, giảm thiểu lãng phí và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Tính tập thể

Những thành tích mà các doanh nghiệp Nhật Bản đạt được không phải do có những cá nhân xuất sắc mà do phát huy được sức mạnh của tập thể. Người Nhật quan niệm rằng: "Thành công có được là do nỗ lực của cả tập thể chứ không phải là sự xuất sắc của một vài cá nhân".

Các doanh nghiệp Nhật quan niệm công ty là một gia đình lớn, do vậy không có quan niệm về "ông chủ" hay "người làm thuê". Mọi người trong công ty đều coi mình là thành viên của "đại gia đình" nên đều cố gắng miệt mài làm việc không phải vì mệnh lệnh mà là sự tự nguyện cống hiến để đóng góp cho "đại gia đình". Không một cá nhân nào vì những lợi ích cá nhân mà lại hy sinh lợi ích của "đại gia đình".

Coi trọng nghi thức

Doanh nghiệp Nhật Bản rất coi trọng nghi thức từ trang phục, chào hỏi, trao đổi danh thiếp, tiếp chuyện, tặng quà, chiêu đãi,... cho đến tiễn khách ra về.

Trong các sự kiện, cuộc họp, buổi giao lưu,... trang phục thường rất chỉnh tề chứ không xuề xòa, đại khái. Trang phục phổ biến trong những dịp như vậy là áo vest, quần tây (với nam) hoặc váy (với nữ) và đi giày da.

Khi gặp gỡ, người Nhật thường chào bằng cái cúi rạp người để thể hiện sự tôn trọng. Việc cúi chào không chỉ một lần mà rất nhiều lần trong quá trình giao tiếp.

Khi gặp lần đầu, cần phải trao danh thiếp cho tất cả mọi người với sự kính trọng nhất. Tiễn khách ra về, người Nhật cũng tiễn ra tận xe chứ không chỉ ra đến cửa phòng là xong.

Sạch sẽ và ngăn nắp

Các doanh nghiệp Nhật Bản nổi tiếng trên thế giới với hoạt động 5 Sⁱⁱ và được các doanh nghiệp trên toàn thế giới học hỏi.

Ấn tượng đầu tiên của những người đến Nhật Bản lần đầu là sự sạch sẽ đến kinh ngạc. Khó có thể tìm được một cọng rác trên đường phố hay những nơi công cộng mặc dù rất hiếm thấy thùng rác ở những nơi đó. Mọi người tự ý thức không xả rác và tự bỏ rác vào bịch mang về nhà hoặc công ty bỏ vào thùng rác.

Nhà vệ sinh công cộng cho dù là ở sân bay, khách sạn, siêu thị, nhà hàng, khu du lịch,... hay ở các doanh nghiệp đều sạch sẽ tới mức không có cảm giác đó là nhà vệ sinh.

Tại các điểm tham quan du lịch như chùa Vàng, Lâu đài Nijo Castle,... rất đông khách tham quan nhưng cũng rất sạch sẽ, không thấy rác. Tokyo là thủ đô, Osaka là thành phố cảng lớn nhất Nhật Bản nhưng đường xá sạch sẽ, không ồn ào, không bụi bặm.

Các cửa kính tại các tòa nhà hay xe ô tô đều sạch và trong suốt khiến cho người bên trong nhìn ra có cảm giác như không có kính che.

Nước tại vòi nước trong nhà vệ sinh, nhà bếp hoặc bất cứ chỗ nào đều có thể uống và không sợ bị nhiễm khuẩn. Trong một cuộc họp việc với chính quyền thành phố Kita Kyushu, khách được mời uống những chai nước để trên bàn và được giới thiệu là nước đóng chai từ nguồn nước tự nhiên mà không cần qua xử lý.

Bên cạnh sự sạch sẽ còn là sự ngăn nắp. Các bãi đậu xe ô tô đều kẻ ô, đánh số để mọi người có thể đậu xe thành hàng lối thẳng tắp và dễ dàng tìm ra xe của mình. Các phòng trong khách sạn hay văn phòng làm việc tuy không rộng rãi nhưng rất ngăn nắp và được sắp xếp hợp lý đến từng chi tiết nhỏ.

Thái độ cư xử và sự tận tâm

Khi đến các tổ chức cơ quan, doanh nghiệp, trường học hay khách sạn, siêu thị, nhà hàng,... thậm chí tại ga tàu điện hay bến xe buýt tại Nhật Bản, nhân viên và lãnh đạo luôn cúi gập người chào với nụ cười trên môi. Khi ra về, họ cũng tiến ra tận cổng, cúi chào và vẫy tay cho tới khi khách đi khuất hẳn họ mới quay vào cho dù phải đứng dưới trời nắng gắt.

Tại khách sạn, siêu thị hay nhà hàng, khi cần sự chỉ dẫn, người Nhật luôn nhiệt tình không chỉ đứng tại chỗ hướng dẫn mà còn đưa đến tận nơi với nụ cười tươi tắn trên môi.

Trong một chuyến công tác tại Nhật, đoàn chúng tôi trả phòng tại khách sạn Ở Osaka để bay đến Kyushu vài ngày nhưng vẫn gửi lại hành lý tại khách sạn. Khi chúng tôi di chuyển từ Kyushu về khách sạn ở Osaka là gần 11 đêm, toàn bộ hành lý của từng người trong đoàn gửi lại hôm trước đã được nhân viên khách sạn chuyển sẵn lên từng phòng. Khi làm thủ tục trả phòng, chỉ cần báo cho lễ tân số phòng là sẽ có nhân viên khách sạn đến phòng di chuyển hành lý ra tận xe cho khách.

Xuất phát từ sự tận tâm nên các doanh nghiệp Nhật Bản luôn tìm cái cải tiến sản phẩm hoặc dịch vụ của mình so cho tạo ra sự tiện lợi nhất cho khách hàng.

Các xe buýt luôn có sẵn bậc để cho khách dễ dàng lên xuống. Tại sân bay, các quầy làm thủ tục thiết kế băng cân hành lý thấp ngang với sàn để khách dễ dàng kéo hành lý vào cân. Ở các điểm du lịch, có nhiều chỗ nghỉ chân cho du khách và

có sẵn những dụng cụ sạc điện thoại. Trong siêu thị, luôn có lò vi sóng để làm nóng thức ăn và có bàn ăn ngay tại chỗ.

Tính nhân văn

Tính nhân văn là một thành phần cốt lõi trong văn hóa Nhật Bản. Con người luôn được tôn trọng cho dù là thành phần, cấp bậc hay địa vị xã hội nào. Đối với các doanh nghiệp Nhật Bản, con người được coi là tài sản có giá trị nhất. Tính nhân văn của văn hóa Nhật Bản thể hiện rõ nét trong cách phục vụ, hỗ trợ mọi người.

Các doanh nghiệp lớn của Nhật Bản rất chú trọng đến cảnh quan môi trường tại nơi làm việc sao cho thoáng đãng, hòa hợp với thiên nhiên. Nhà ăn tập thể, nhà ở tập thể, canteen, khu vực nghỉ ngơi, giải trí,... được quan tâm đặc biệt nhằm giúp cho nhân viên có thể thư giãn và phục hồi sức khỏe một cách tốt nhất.

Đối với người khuyết tật cũng được tôn trọng và quan tâm cao nhất. Ở mọi nơi, từ nhà hàng hay khách sạn, siêu thị, xe buýt, toa tàu điện cho tới nhà vệ sinh,... luôn có chỗ dành riêng cho người khuyết tật. Tại các ngã tư, đèn xanh đèn đỏ cũng phát tín hiệu âm thanh để người khiếm thị có thể nhận biết được đèn nào đang bật sáng. Trên vỉa hè dành cho người đi bộ, luôn có làn đường lát gạch có gờ nổi để cho người khiếm thị có thể nhận biết. Trong cầu thang máy, bảng điều khiển cũng có nút bấm với ký tự nổi để người khiếm thị có thể tự bấm lên tầng lầu mà họ muốn. Tại các bến đỗ ga tàu điện, thường có khu vực dành riêng cho người khuyết tật, phụ nữ có thai, người già, phụ nữ.

Thậm chí, có những doanh nghiệp Nhật Bản thành lập ra công ty con để tuyển dụng những người khuyết tật vào làm việc với tỷ lệ 90%. Những người khuyết tật được làm việc tại đây, được trang bị những thiết bị làm việc phù hợp với khả năng, nhận được sự hỗ trợ lẫn nhau để làm việc và họ rất tự hào vì thấy mình vẫn được đóng góp cho xã hội chứ không phải là người vô ích, chỉ sống nhờ vào trợ cấp của xã hội.

Tính đúng giờ

Tính đúng giờ thường bị xem nhẹ ở các nước châu Á, nhưng đây là đặc điểm văn hóa đặc trưng của người Nhật. Mọi chuyến xe, cuộc họp ở bất cứ doanh nghiệp

hay cơ quan nào, đều thấy người Nhật luôn bắt đầu rất đúng giờ. Việc bắt đầu đúng giờ vừa để tránh lãng phí thời gian, vừa thể hiện sự tôn trọng những người khác cùng làm việc với mình.

Tính tiết kiệm

Là nền kinh tế hàng đầu thế giới với thu nhập bình quân đầu người cũng cao hàng đầu thế giới, nhưng người Nhật luôn có ý thức tiết kiệm. Là đất nước không sẵn có về tài nguyên thiên nhiên nên ý thức tiết kiệm được dạy cho học sinh ngay từ nhỏ.

Ở mọi nơi, các vòi nước và đèn điện đều sử dụng cảm ứng tự động mở và tắt. Các cửa ra vào cũng tự động mở ra khi có người đến gần và tự động đóng để tiết kiệm điện.

Người Nhật sử dụng xe ô tô rất nhiều nhưng hầu như chỉ sử dụng các xe loại rất nhỏ gọn để tiết kiệm nhiên liệu, cũng là tiết kiệm tiền, tiết kiệm diện tích đỗ xe và quan trọng hơn nữa là hạn chế khí thải để bảo vệ môi trường.

Việc sử dụng điện mặt trời khá phổ biến ở Nhật. Khi ngồi trên xe chạy trên đường hoặc cầu vượt ở trên cao, nhìn xuống mái các tòa nhà thấy hầu hết mái nhà là những tấm pin năng lượng mặt trời.

Nhiều doanh nghiệp Nhật Bản trước đây qui định nhân viên đi làm phải mặc vest, thắt cravat, khi đó nhiệt độ máy lạnh thường phải để ở mức 18-20 độ C. Để tiết kiệm điện, họ cũng đã nới lỏng qui định này, chỉ mặc vest, thắt cravat trong những dịp trình trọng, vì vậy nhiệt độ máy lạnh có thể để ở mức 27-28 độ C.

Các doanh nghiệp Nhật Bản luôn định hướng phát triển những sản phẩm tiết kiệm nhiên liệu tối đa như xe ô tô, xe gắn máy tiết kiệm xăng, hàng điện tử gia dụng tiết kiệm điện. Việc tiết kiệm này không những giúp người sử dụng tiết kiệm chi phí mà còn giúp cho việc bảo vệ môi trường tốt hơn.

Sự trung thực

Sự trung thực của người Nhật được in đậm nét trong văn hóa. Tại Nhật Bản, rất nhiều “mini shop không người bán”, “cây xăng lớn không người bán” mà khách hàng sẽ tự lấy hàng, tự bơm xăng và tự trả tiền. Tại các cửa hàng, siêu thị khách

hàng cũng không phải gửi túi xách hay ba lô bên ngoài trước khi vào. Nếu siêu thị có quầy thanh toán, thì quầy cũng không đặt ngay cổng ra vào mà đặt ở giữa siêu thị để khách hàng thuận tiện trong việc thanh toán tiền hàng.

Tại nhiều chùa tham quan du lịch, nhân viên soát vé chỉ xem vé xong rồi trả lại cho khách tham quan nguyên vẹn chứ không xé vì muốn khách tham quan giữ tấm vé làm kỷ niệm và coi tấm vé như lá bùa phù hộ cho khách chứ không hề nghi ngờ khách sẽ đưa lại vé cho những người khác vào tham quan tiếp.

Nhiều vùng nông thôn, người dân vừa làm công sở vừa tăng gia nuôi trồng thêm. Khi thu hoạch, họ đóng gói sản phẩm và để thùng tiền bên cạnh. Người mua cứ theo giá niêm yết mà tự bỏ tiền vào thùng.

Giá taxi ở Nhật Bản rất cao, tuy nhiên khách đi taxi có thể yên tâm vì tài xế taxi sẽ báo giá trước với quãng đường mà khách định đi, thậm chí họ sẽ chở đến ga tàu điện gần nhất và chỉ dẫn tuyến tàu điện để khách đi tàu điện cho đỡ tốn kém chi phí.

Tính chuyên nghiệp

Tính chuyên nghiệp trong công việc cũng là nét đẹp trong văn hóa doanh nghiệp Nhật Bản. Khi làm việc với các doanh nghiệp Nhật Bản, chương trình làm việc luôn được in sẵn và thông báo trước với chi tiết cụ thể về thành phần đoàn làm việc, thời gian, địa điểm và nội dung. Biển tên cho từng người cũng được in sẵn để trên bàn họp và đeo vào người. Nhiều doanh nghiệp Nhật Bản còn sử dụng giấy gói quà tặng và chai nước có in sẵn tên và logo của doanh nghiệp.

Tóm lại, quan hệ đối tác chiến lược sâu rộng Việt Nam- Nhật Bản ngày càng được duy trì và phát triển. Văn hóa Việt Nam và Nhật Bản tuy có nhiều điểm tương đồng nhưng vẫn có những khác biệt tạm thời và đó chính là rào cản trong quan hệ thương mại. Tin tưởng rằng, các doanh nghiệp Việt Nam có thể xây dựng văn hóa doanh nghiệp tốt hơn trên cơ sở duy trì những nét đẹp vốn có và học hỏi những nét đẹp từ văn hóa doanh nghiệp và con người Nhật Bản. Từ đó góp phần thúc đẩy quan hệ thương mại Việt Nam- Nhật Bản phát triển thuận lợi và bền vững.

ⁱ Keiejuku là khóa đào tạo kinh doanh cao cấp dành cho các lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp Việt Nam do các chuyên gia Nhật Bản kết hợp với giảng viên Việt Nam hướng dẫn. Khóa học được tài trợ bởi JICA (Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản) kéo dài trong 10 tháng (học 5 ngày/tháng), trong đó có 2 tuần tham quan học hỏi tại Nhật Bản.

ⁱⁱ 5S: chữ viết tắt của 5 từ tiếng Nhật là Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu và Shitsuke tạm dịch ra tiếng Việt là Sàng lọc, Sắp xếp, Sạch sẽ, Săn sóc, Sẵn sàng.