



## VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG HÀ LAN

*Hà Lan là một trong những nền kinh tế phát triển hàng đầu châu Âu, nổi bật với môi trường kinh doanh năng động, minh bạch và cởi mở với quốc tế. Tuy nhiên, để đạt được hiệu quả trong hợp tác và giao thương tại thị trường này, việc hiểu rõ văn hóa và tập quán kinh doanh của người Hà Lan là yếu tố vô cùng quan trọng. Người Hà Lan đề cao tính trung thực, đúng giờ và sự rõ ràng trong giao tiếp; họ coi trọng hiệu quả, sự bình đẳng và tư duy thực tế trong mọi hoạt động.*

*Ngoài ra, phong cách làm việc nhóm, ra quyết định dựa trên sự đồng thuận cũng là đặc trưng đáng chú ý trong văn hóa doanh nghiệp của họ. Việc nắm bắt và tôn trọng những giá trị này không chỉ giúp doanh nghiệp nước ngoài dễ dàng hòa nhập mà còn tạo dựng được niềm tin và mối quan hệ hợp tác bền vững tại thị trường Hà Lan.*



## Văn hóa kinh doanh

Hà Lan từ lâu được biết đến là một trong những quốc gia có ý thức bảo vệ môi trường cao nhất thế giới. Người Hà Lan nổi tiếng với tác phong đúng giờ, đặc biệt trong kinh doanh, đây được xem là một phẩm chất đáng quý và thể hiện sự tôn trọng đối tác. Văn hóa doanh nghiệp Hà Lan phản ánh rõ nét những giá trị đặc trưng của xã hội nước này như tinh thần cởi mở, bình đẳng, thẳng thắn và trung thực. Hệ thống phân cấp trong các tổ chức thường không quá rõ ràng mà được thể hiện một cách tinh tế, nhấn mạnh sự tôn trọng và tin tưởng lẫn nhau trong công việc, hướng đến hiệu quả và kết quả chung.

Một nét đặc trưng nổi bật trong văn hóa kinh doanh Hà Lan là mô hình polder - biểu tượng cho tinh thần hợp tác và thỏa hiệp nhằm đạt được sự đồng thuận. Cách tiếp cận này được áp dụng rộng rãi không chỉ trong kinh doanh mà còn trong chính trị và đời sống xã hội. Các doanh nghiệp Hà Lan thường có cơ cấu tổ chức phẳng, đề cao sự hợp tác và trao quyền cho nhân viên. Quy trình ra quyết định được chia sẻ giữa các cấp bậc, khuyến khích mọi người đóng góp ý kiến và thể hiện tính độc lập, tự chủ trong công việc. Chính điều này tạo nên một môi trường làm việc dân chủ, hiệu quả và sáng tạo - yếu tố then chốt giúp Hà Lan duy trì vị thế vững mạnh trong nền kinh tế toàn cầu.





## Cử chỉ giao tiếp và chào hỏi trong kinh doanh

Trong môi trường kinh doanh tại Hà Lan, cái bắt tay chắc chắn đi kèm lời chào thân thiện như “chào buổi sáng” là hình thức chào hỏi phổ biến và được coi là phép lịch sự cơ bản. Trong các cuộc họp có nhiều người tham dự, việc đi vòng quanh phòng để bắt tay và giới thiệu bản thân bằng tên họ là điều hoàn toàn bình thường. Cách chào hỏi của người Hà Lan thường nồng nhiệt, thân thiện nhưng vẫn giữ sự chừng mực, không quá suồng sã.

Trong những buổi gặp gỡ mang tính xã giao, phụ nữ và những người khác giới đã quen biết có thể chào nhau bằng ba nụ hôn lên má, bắt đầu từ má phải (theo góc nhìn của người hôn). Khi gặp gỡ lần đầu, việc duy trì giao tiếp bằng mắt ở mức vừa phải thể hiện sự tôn trọng và lắng nghe, tuy nhiên tránh nhìn quá lâu vì có thể bị xem là thiếu tế nhị.

Người Hà Lan có phong cách giao tiếp chuyên nghiệp, cởi mở nhưng không quá hình thức. Khi xưng hô, họ thường giới thiệu đầy đủ họ tên; trong các tình huống có sự chênh lệch về tuổi tác hoặc vị thế, cách gọi trang trọng như “meneer” (ông), “mevrouw” (bà) hoặc đại từ “u” được sử dụng để thể hiện sự tôn trọng. Dù cởi mở và thẳng thắn trong lời nói, người Hà Lan lại khá kín đáo trong ngôn ngữ cơ thể. Họ đề cao không gian cá nhân, do đó việc đứng quá gần hoặc chạm vào người khác mà không có lý do chính đáng bị coi là bất lịch sự. Trong giao tiếp, các chủ đề nhẹ nhàng như văn hóa, du lịch hay các sự kiện thời sự được ưa chuộng. Ngược lại, những đề tài nhạy cảm liên quan đến chính trị, tôn giáo hay tài chính cá nhân thường nên tránh để duy trì bầu không khí thoải mái và chuyên nghiệp.



## **Gặp gỡ, đàm phán trong kinh doanh**

Người Hà Lan đặc biệt coi trọng các cuộc họp kinh doanh, xem đây là nền tảng để đạt được sự đồng thuận và thống nhất trong công việc. Mỗi cuộc họp thường được tổ chức có kế hoạch rõ ràng với chương trình nghị sự cụ thể. Thông thường sẽ có một người được giao nhiệm vụ chủ trì để điều phối nội dung, đồng thời có thể có người khác phụ trách đảm bảo cuộc họp diễn ra đúng thời gian đã định.

Tính đúng giờ là một yếu tố quan trọng trong văn hóa làm việc của Hà Lan, vì vậy các cuộc họp thường bắt đầu và kết thúc đúng lịch. Mọi thành viên tham dự, dù ở bất kỳ vị trí nào trong tổ chức, đều được khuyến khích phát biểu ý kiến và chia sẻ quan điểm của mình. Do đó, việc chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi tham gia cuộc họp là điều hết sức cần thiết.

Trong đàm phán kinh doanh, người Hà Lan có xu hướng hợp tác và hướng tới giải pháp đôi bên cùng có lợi. Quá trình đàm phán thường được tiến hành cẩn trọng và có thể kéo dài qua nhiều vòng thảo luận. Phong cách làm việc của họ đề cao sự thẳng thắn, minh bạch và trung thực; do đó, họ cũng mong đợi các đối tác thể hiện cùng tinh thần này để xây dựng mối quan hệ hợp tác bền vững và hiệu quả.





## Ngôn ngữ trong giao tiếp kinh doanh

Tại Hà Lan, tiếng Anh được sử dụng phổ biến và được xem là ngôn ngữ chính trong môi trường kinh doanh, đặc biệt ở các tập đoàn lớn và những lĩnh vực có yếu tố quốc tế. Với hơn 90% dân số nói tiếng Anh thành thạo, việc giao tiếp với đối tác nước ngoài diễn ra rất thuận lợi và hiệu quả.

Tuy nhiên, tiếng Hà Lan vẫn là ngôn ngữ chính thức và được sử dụng rộng rãi trong đời sống hằng ngày cũng như trong nhiều doanh nghiệp địa phương. Vì vậy, việc hiểu và sử dụng tiếng Hà Lan không chỉ giúp tạo ấn tượng tốt, thể hiện sự tôn trọng văn hóa bản địa mà còn nâng cao hiệu quả hợp tác trong công việc.

Đối với những người làm việc tại các công ty vừa và nhỏ hoặc hướng đến thị trường nội địa, khả năng giao tiếp bằng tiếng Hà Lan là một lợi thế quan trọng, giúp mở rộng cơ hội nghề nghiệp và xây dựng mối quan hệ bền vững với đồng nghiệp cũng như đối tác.



## Cách trao danh thiếp

Trong văn hóa kinh doanh Hà Lan, việc trao danh thiếp (kaartjes) được xem là một phần của giao tiếp chuyên nghiệp, nhưng không mang tính nghi thức quá trang trọng như ở một số quốc gia châu Á. Người Hà Lan thường chỉ trao danh thiếp vào cuối buổi trò chuyện hoặc sau khi kết thúc cuộc họp, khi mối quan hệ công việc đã được xác lập ở mức độ nhất định. Trên danh thiếp thường thể hiện họ tên, chức danh, vị trí công tác, và trong một số trường hợp có thể kèm theo địa chỉ hoặc số điện thoại liên hệ. Hành động này mang tính thực tế và hiệu quả, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc liên lạc trong khuôn khổ công việc, chứ không phải để thể hiện địa vị hay sự xã giao hình thức.

Người Hà Lan được biết đến với phong cách làm việc chuyên nghiệp, tôn trọng ranh giới cá nhân và đề cao sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống riêng tư. Vì vậy, khi nhận được danh thiếp từ đối tác, bạn nên tránh liên hệ ngoài giờ làm việc, trừ khi có sự đồng ý trước hoặc trong trường hợp đặc biệt cần thiết. Bên cạnh đó, việc đón nhận danh thiếp bằng thái độ lịch sự, xem qua thông tin với sự quan tâm rồi cất giữ cẩn thận thể hiện sự tôn trọng đối phương. Cách ứng xử tinh tế này không chỉ phản ánh sự am hiểu văn hóa kinh doanh Hà Lan, mà còn góp phần tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp và thúc đẩy mối quan hệ hợp tác bền vững trong môi trường quốc tế.





## Trang phục trong kinh doanh tại Hà Lan

Trong môi trường kinh doanh Hà Lan, trang phục được xem là yếu tố thể hiện sự tôn trọng và tính chuyên nghiệp, dù người Hà Lan không quá cầu kỳ hay hình thức trong cách ăn mặc. Họ thường chọn phong cách gọn gàng, chỉnh tề và thực tế, phù hợp với đặc trưng làm việc hiệu quả và giản dị của mình. Tuy nhiên, tiêu chuẩn trang phục có thể khác nhau tùy vào từng lĩnh vực. Trong các ngành tài chính, ngân hàng hoặc pháp lý, trang phục trang trọng với vest, cà vạt và giày da được coi là chuẩn mực. Ngược lại, ở các lĩnh vực mang tính sáng tạo hoặc công nghệ như công nghệ thông tin, truyền thông hay giải trí, nhân viên thường ăn mặc thoải mái hơn, chẳng hạn áo sơ mi cổ mở, quần jean hoặc áo len đơn giản.

Phần lớn người Hà Lan vẫn có thói quen mặc áo khoác nhẹ hoặc blazer khi đi làm, thể hiện sự chỉn chu mà không quá cứng nhắc. Họ cũng không quá quan trọng về màu sắc trong trang phục; sự phối hợp sáng tạo giữa áo sơ mi và cà vạt nhiều màu sắc khá phổ biến, đặc biệt trong các ngành tiếp thị, truyền thông và dịch vụ. Đối với phụ nữ, đặc biệt là thế hệ trẻ, quần tây, chân váy dài hoặc veston là lựa chọn phổ biến vì vừa thanh lịch vừa thuận tiện khi di chuyển.

Bên cạnh đó, phương tiện đi lại cũng ảnh hưởng đến phong cách ăn mặc của người Hà Lan. Ở các thành phố lớn như Amsterdam, nhiều người lựa chọn xe đạp hoặc xe điện để đi làm, vì vậy họ ưu tiên trang phục tiện lợi, dễ vận động nhưng vẫn lịch sự và chuyên nghiệp. Nhìn chung, phong cách thời trang công sở tại Hà Lan phản ánh rõ nét tính thực tế, giản dị và tinh thần chuyên nghiệp - những giá trị đặc trưng đã định hình văn hóa làm việc của người Hà Lan trong môi trường quốc tế.



## Cách tặng quà cho đối tác trong văn hóa kinh doanh Hà Lan

Trong môi trường kinh doanh Hà Lan, việc tặng quà không phải là một phần quan trọng hay phổ biến trong mối quan hệ giữa các đối tác. Người Hà Lan có xu hướng tránh việc nhận quà vì họ có thể cảm thấy bị ràng buộc hoặc mang nợ tình cảm. Với tính cách thực tế, công bằng và minh bạch, họ tin rằng mọi sự hợp tác hay dịch vụ đều nên được đánh giá dựa trên năng lực và kết quả công việc, thay vì thông qua các hình thức quà tặng. Chính vì vậy, trong đa số trường hợp, việc tặng quà trong kinh doanh không được khuyến khích. Tuy nhiên, nếu bạn cho rằng một món quà là cần thiết - chẳng hạn như sau khi hoàn tất một thỏa thuận hoặc vào dịp đặc biệt - thì món quà nên khiêm tốn, tinh tế và không mang yếu tố quảng cáo. Tránh in logo công ty hoặc gắn danh thiếp lên món quà, vì điều đó có thể bị xem là thiếu tế nhị.

Nếu bạn nhận được quà từ đối tác Hà Lan, hãy mở ngay tại chỗ và bày tỏ lời cảm ơn chân thành, vì hành động này thể hiện sự tôn trọng và lịch sự. Một số doanh nghiệp Hà Lan có truyền thống tặng quà vào cuối năm, chẳng hạn như giỏ quà nhỏ hoặc đặc sản địa phương; trong trường hợp này, bạn nên ghi nhận và gửi lời cảm ơn bằng văn bản hoặc thiếp viết tay vào ngày hôm sau - đây là cử chỉ được đánh giá cao.

Ngoài ra, các quy tắc về tặng hoa cũng tương tự như ở nhiều quốc gia châu Âu khác: không nên tặng hoa cúc hoặc hoa cẩm chướng, vì chúng thường gắn liền với tang lễ hoặc ý nghĩa buồn. Trong trường hợp bạn được mời đến nhà riêng của một đồng nghiệp hoặc đối tác người Hà Lan, hãy mang theo một món quà nhỏ như bánh ngọt, hoa tươi hoặc một chai rượu vang, tuy nhiên chỉ nên chọn rượu khi bạn chắc chắn rằng chủ nhà có uống. Nhìn chung, người Hà Lan đánh giá cao sự chân thành, giản dị và đúng mực hơn là giá trị vật chất của món quà. Một món quà nhỏ, mang ý nghĩa biểu trưng cùng thái độ tôn trọng sẽ luôn để lại ấn tượng tốt đẹp và chuyên nghiệp trong quan hệ hợp tác kinh doanh tại Hà Lan.