



NEWSLETTER

Quý 2

2023

SLEADER TIẾN GẦN ĐẾN THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN LÃNH ĐẠO CHIẾN LƯỢC

Con đường đúng, Tương lai sáng



- Tư vấn xây dựng chiến lược
- Đào tạo và chuyển giao công cụ quản lý hiệu quả
- Xuất bản sách về chiến lược, quản trị doanh nghiệp

☎ 0965 965 368 / 024 3201 1519

✉ www.sleader.vn

🌐 info@sleader.vn

📘 <https://www.facebook.com/sleadervietnam>

📍 Tòa nhà N02T1, khu Ngoại Giao Đoàn, Phường Xuân Tảo, Quận Bắc Từ Liêm, Hà Nội

Ngày 04/04/2023, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) đánh dấu sự kiện đặc biệt kỷ niệm tròn 6 năm đồng hành cùng các doanh nghiệp Việt. Đây chính là dấu mốc quan trọng trên con đường nhằm đạt được Thương hiệu Quốc gia vào năm 2025, ghi nhận những thành công và cống hiến hết mình của cả tập thể SLEADER.

“CON ĐƯỜNG ĐÚNG” CỦA SLEADER

Nhận thức được vai trò quyết định của chiến lược đối với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trong giai đoạn đất nước đã phát triển kinh tế thị trường được hơn 30 năm và hội nhập sâu rộng với thế giới, ngày 04/04/2017, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) đã được thành lập với triết lý rõ ràng, thể hiện qua Slogan: **Con đường đúng, tương lai sáng.**

Theo triết lý đó, Viện SLEADER đã tập trung vào đồng hành và trợ giúp các doanh nghiệp nhằm tìm ra cách thức và con đường phát triển riêng biệt, từ đó đạt được thành tích vượt trội một cách bền vững, góp phần xây dựng đất nước Việt Nam thịnh vượng và hùng cường. Sứ mệnh này không chỉ để dẫn dắt tổ chức đi đúng hướng, kết nối mọi thành viên SLEADER cùng hành động đạt được mục tiêu chung, mà còn được coi là lời “hiệu triệu” để thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, các chuyên gia đầu ngành trong và ngoài nước, các bạn trẻ tốt nghiệp từ các trường Đại học danh tiếng tại Việt Nam và trên thế giới có chung ý chí cùng cộng tác.

Để thực hiện hóa sứ mệnh ấy, SLEADER đã xác định tầm nhìn trở thành thương hiệu quốc gia về tư vấn chiến lược vào năm 2025.

TIN TỨC NỘI BỘ



TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược và TS. Constatin Malik, Giám đốc điều hành Quan hệ và phát triển Toàn cầu của Viện Malik, Thụy Sĩ chụp hình lưu niệm trong buổi lễ ký MOU ngày 25/2/2019

HÀNH TRÌNH 6 NĂM – TIẾN GẦN ĐẾN MỤC TIÊU

Bước đầu của cuộc hành trình

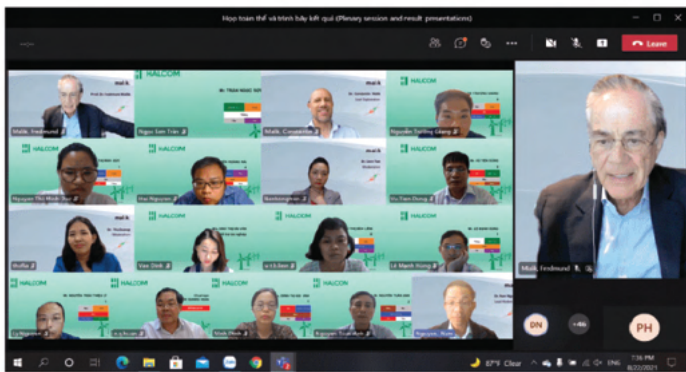
Dù lúc đầu SLEADER đã có định hướng rõ ràng với Slogan: “Con đường đúng, tương lai sáng”, nhưng vẫn phải đối mặt với nhiều khó khăn. TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) đã từng chia sẻ: “Lúc này, danh tiếng chưa có, nhân sự phù hợp rất khó tìm, đào tạo bồi dưỡng nhân sự biết làm việc thì cần quá trình, khách hàng rất khó tính, yêu cầu cao. Nhưng với niềm tin vào sự lựa chọn của mình, SLEADER đã xác định sứ mệnh, tầm nhìn và mục tiêu chiến lược rõ ràng ngay từ đầu, phát triển thương hiệu và văn hoá tổ chức một cách nhất quán, kiên trì với lĩnh vực hoạt động cốt lõi”.

Sau hơn 2 năm tiếp xúc với các tổ chức tư vấn quốc tế để hợp tác và liên kết, SLEADER đã lựa chọn được đối tác chiến lược là Viện Malik, Thụy Sĩ – một tổ chức hàng đầu thế giới về điều khiển học, quản trị và lãnh đạo. Năm 2019, hai bên đã ký kết hợp tác chiến lược.

Được Viện Malik chuyển giao các công cụ quản lý thông minh hiện đại bậc nhất, như: Đồng hợp, Bánh xe quản lý, Hai đường cong chữ S, Hệ thống quản lý tích hợp IMS..., SLEADER đã kết hợp với tư duy minh triết phương Đông để tạo ra những sản phẩm, dịch vụ tư vấn độc đáo, khác biệt cho khách hàng.

Biến thách thức thành cơ hội

Năm 2020, khi dịch bệnh Covid 19 hoành hành, là một tổ chức khoa học công nghệ nghiên cứu về quản trị trong môi trường phức hợp, SLEADER đã chủ động “biến thách thức thành cơ hội”, sử dụng thời gian giãn cách để phát triển thêm các sản phẩm, dịch vụ mới nhằm mang đến những giải pháp tối ưu, trợ giúp các doanh nghiệp thích ứng được trong bối cảnh “bình thường mới”. Một trong số các sản phẩm đó là phần mềm Đánh giá Hệ thống Quản trị (MSA) – công cụ quản trị thông minh cho phép đánh giá tính hệ thống và năng lực quản trị với 24 yếu tố cấu thành, bổ sung và liên quan mật thiết với nhau.



Công ty CP Halcom Việt Nam (2021)



Công ty Cổ phần Tập đoàn GDC (2020)



Công ty Cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông (2022)

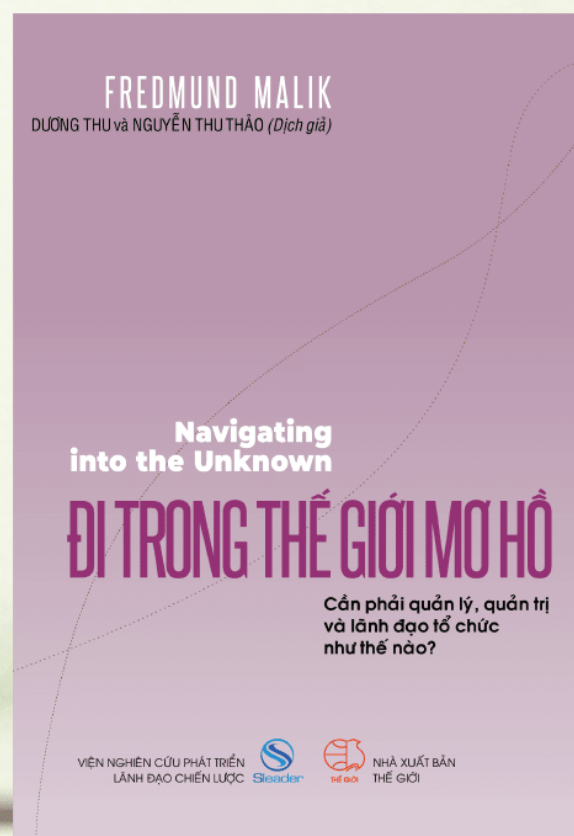
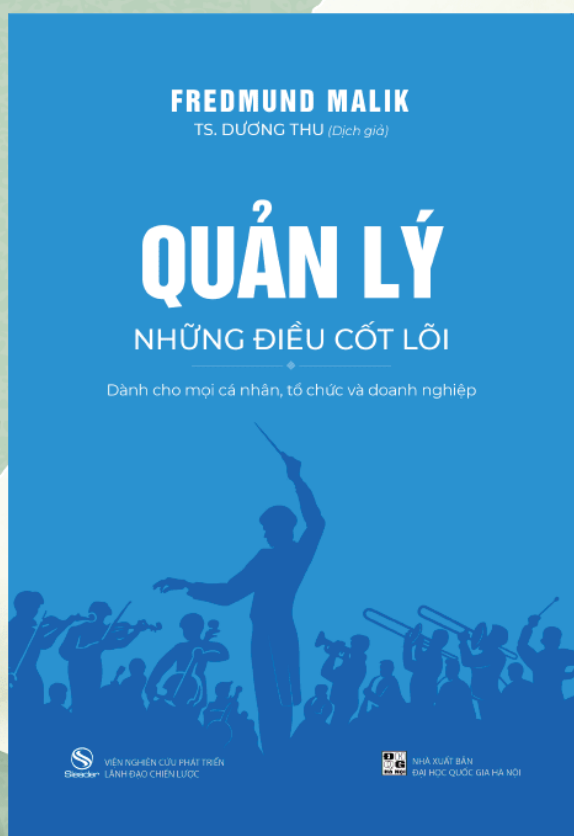


Công ty Cổ phần Xây dựng DIC Holdings (2022)



Trung tâm Đo kiểm và Sửa chữa thiết bị viễn thông Mobifone (2022)

TIN TỨC NỘI BỘ



Vì vậy, ngay trong năm 2022, SLEADER đã thành công trong việc ứng dụng các mô hình và công nghệ quản lý thông minh của Viện Malik Thụy Sĩ vào tư vấn cho các doanh nghiệp ở cả ba miền Bắc, Trung, Nam.

Qua 4 năm đưa Đồng hợp – phương pháp quản lý thông minh giúp tìm ra giải pháp tối ưu cho các vấn đề lớn, phức tạp, liên quan đến nhiều bộ phận, cá nhân trong và ngoài hệ thống chỉ trong vòng 2 đến 3 ngày đến với các doanh nghiệp Việt Nam, 05 Hội nghị Đồng hợp đã được tổ chức và đạt được những kết quả vượt trội tại Công ty Cổ phần Tập đoàn GDC (2020), Công ty CP Halcom Việt Nam (2021), Trung tâm Đo kiểm và Sửa chữa thiết bị viễn thông Mobifone (2022), Công ty Cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông (2022) và Công ty Cổ phần Xây dựng DIC Holdings (2022).

Bằng sự nỗ lực, SLEADER đang dần khẳng định được vị thế trong lĩnh vực tư vấn chiến lược và quản trị hiệu quả. SLEADER đã cung cấp dịch vụ tư vấn, đào tạo và chuyển giao công nghệ quản lý hiệu quả cho hàng trăm doanh nghiệp, tổ chức ở mọi loại hình, quy mô và lĩnh vực hoạt động, trong đó có những tên tuổi lớn như: Tập đoàn Xăng dầu Việt Nam (PETROLIMEX); Công ty TNHH MTV Kỹ thuật máy bay (VAECO), thuộc Vietnam Airlines; Tổng Công ty trực thăng Việt Nam (VNH); Tổng Công ty Đầu tư Phát triển Nhà và Đô thị, Bộ Quốc phòng (MHDII); Thành phố Chí Linh, tỉnh Hải Dương; Công ty Cổ phần Tập đoàn GDC; Tổng Công ty Hóa chất và Dịch vụ Dầu khí (PV Chem); Công ty Cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông; Công ty Cổ phần Ngân Sơn, thuộc Tổng Công ty Thuốc lá Việt Nam; Khu Du lịch sinh thái Thung Nham, Ninh Bình; Công ty Cổ phần Phân lân nung chảy Lào Cai; Trung tâm Đo kiểm và sửa chữa thiết bị viễn thông Mobifone; Công ty Cổ phần Xây dựng DIC Holdings...

Bộ ấn phẩm

“Thực hành Quản lý hiệu quả”

Một điểm khác biệt trong hoạt động của SLEADER, đó là sáng tạo và phổ biến tri thức. Viện không ngừng đúc kết và sáng tạo các tri thức thông qua hoạt động nghiên cứu, tổng kết thực tiễn, điển hình là xuất bản cuốn cẩm nang dành cho mọi cá nhân, tổ chức: “Giải mã Chiến lược Đông Tây” (2020) do TS. Dương Thu và TS. Trần Thị Hồng Liên đồng chủ biên. Cuốn cẩm nang đã giúp mọi người có thể hiểu một cách rõ ràng các nội dung phức tạp trong chiến lược và vận dụng vào công việc và cuộc sống một cách dễ dàng.

Cùng với các ấn phẩm tự xuất bản, việc tiếp nhận các tri thức hiện đại từ bên ngoài cũng được SLEADER thực hiện. Viện đã biên dịch và giới thiệu rộng rãi đến các nhà quản lý bộ sách của Giáo sư Malik về làm chủ sự phức hợp trong thế giới Đại chuyển đổi, trong đó, cuốn sách “Quản lý: Những điều cốt lõi” đứng trong Top 15 cuốn sách hay nhất về quản trị trong năm 2022.

Cuối năm 2022, SLEADER đã tiếp tục biên dịch và cho ra mắt ấn phẩm: “Đi trong thế giới mơ hồ: Cách thức mới để quản lý, quản trị và lãnh đạo tổ chức trong môi trường Đại chuyển đổi”. Cuốn sách thực sự là một GPS (thiết bị định vị dẫn đường) cho các nhà quản lý và doanh nhân Việt để có thể vừa đi nhanh mà không lạc đường.

KHÁC BIỆT CỦA SLEADER

Làm cùng thay vì Làm cho!

Mặc dù đầu tư cho xây dựng chiến lược phù hợp là có tính tiên quyết để trên cơ sở đó, triển khai các hoạt động tác nghiệp cụ thể như: thương mại, nhân lực, tài chính, công nghệ... nhưng trên thực tế, các doanh nghiệp nước ta, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa rất ít quan tâm đến khoản đầu tư này! Trong khi đó các doanh nghiệp lớn, do vị thế có tính độc quyền nên không cần xây dựng chiến lược, hoặc nếu có chiến lược cũng chỉ mang tính hình thức. Một số doanh nghiệp thuê tư vấn chiến lược nhưng lại lâm vào tình trạng “tiền mất, tật mang” do “bốc thuốc một đằng, uống thuốc một nẻo” hoặc rất khó triển khai.

Nhận ra vấn đề và cũng là cơ hội, SLEADER đã chọn một cách làm khác biệt, đó là làm cùng (work with), đi ngược với số đông trên thị trường tư vấn, kể cả Big Four, đang làm theo kiểu làm cho (work for). SLEADER sẽ cùng các thành viên chủ chốt của doanh nghiệp tương tác theo phương pháp Đồng hợp thông minh để tìm ra giải pháp, sau đó, đồng hành cùng các khách hàng triển khai, giám sát thực hiện. Hay nói cách khác, thay vì dừng lại khi bàn giao sản phẩm, SLEADER cam kết đồng hành cùng các doanh nghiệp thực thi các giải pháp tư vấn, trong đó tập trung vào quản trị hệ thống, cũng như triển khai công việc theo hướng phải đạt được các kết quả rõ ràng.

Ba chữ “nhất”

Sự am tường về môi trường và văn hoá kinh doanh của Việt Nam kết hợp với công cụ quản trị thông minh, hiện đại được Viện Malik, Thụy Sỹ chuyển giao đã giúp SLEADER trở thành “độc nhất vô nhị” khi thực hiện các dự án tư vấn. Lợi ích nổi trội mà các dự án tư vấn của SLEADER đem lại cho đối tác, khách hàng được quy tụ ở ba chữ “nhất”:

- (1) Thời gian thực hiện dự án nhanh nhất: Thời gian rút ngắn 5 lần so với cách làm truyền thống.
- (2) Giải pháp thực tiễn và khả thi nhất: Các giải pháp đều do những người làn trực tiếp cùng bàn bạc và thống nhất, 70% giải pháp được thực hiện trong vòng 12 tháng.
- (3) Chi phí hợp lý nhất: chất lượng “quốc tế”, chi phí “nội địa”

SLEADER – TIẾN GẦN ĐẾN THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

Tự đặt mình vào thế khó để tạo sức bật mạnh mẽ, SLEADER đã tìm ra cách làm mới phù hợp với môi trường đang chịu tác động của Đại chuyển đổi, vì vậy, đã từng bước chinh phục được sự tín nhiệm của các công ty, tập đoàn lớn trong tư vấn chiến lược. Thương hiệu và hình ảnh của SLEADER đang dần lan từ Bắc chí Nam, từ khu vực doanh nghiệp sang khu vực công. Tiếp nối bước đi vững chắc và các thành công đến từ sự nỗ lực bền bỉ, có thể tin tưởng rằng, SLEADER sẽ sớm trở thành thương hiệu quốc gia về tư vấn chiến lược trong năm 2025.



ĐỒNG HỢP MALIK XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI CHIẾN LƯỢC PVCFC



Hội nghị Đồng hợp xây dựng và triển khai chiến lược cho Công ty Cổ phần Phân bón Dầu khí Cà Mau (PVCFC, Hose: DCM) diễn ra trong 2.5 ngày, từ 07 đến 09 tháng 04 năm 2023 tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu, đã đạt thành công vượt trên cả kỳ vọng.

Công ty Cổ phần Phân bón Dầu khí Cà Mau (PVCFC) là doanh nghiệp đầu tiên trong ngành dầu khí ứng dụng phương pháp Đồng hợp Malik, cũng là đơn vị đầu tiên ứng dụng Đồng hợp 8 đỉnh tại Việt Nam (thông thường là 6 đỉnh) như là một công nghệ quản lý thông minh để chủ động thích ứng với Cuộc Đại chuyển đổi của thế kỷ 21. PVCFC đặt kỳ vọng vào phương pháp tiên tiến hàng đầu thế giới này cùng với sự hỗ trợ của Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) sẽ hoạch định được chiến lược phát triển đến năm 2030, tầm nhìn 2045 và đặc biệt là thực thi hiệu quả mục tiêu chiến lược kỳ vọng đặt ra trong hội nghị đồng hợp.

Hội nghị Đồng hợp “Ứng dụng phương pháp Đồng hợp Malik trong xây dựng và triển khai chiến lược Công ty Cổ phần Phân bón Dầu khí Cà Mau” đã được tổ chức tại địa điểm tách biệt khỏi nơi làm việc và môi trường thúc đẩy tinh thần sáng tạo trong thời gian 2,5 ngày.

Sau gần 3 ngày tương tác liên tục và đồng thời của 35 cán bộ quản lý chủ chốt của PVCFC cùng sự hướng dẫn của các chuyên gia SLEADER, Hội nghị đã đạt được các kết quả vô cùng ấn tượng: hơn 40 cuộc thảo luận lớn nhỏ, kiến tạo gần 400 ý tưởng và tìm ra 40 giải pháp đột phá, thực tiễn, khả thi để PVCFC đạt được mục tiêu chiến lược năm 2030.

“Không ai có thể hiểu về tổ chức hơn chính những người trong tổ chức”. Với sự đóng góp hết mình, sáng tạo không ngừng của 35 cán bộ quản lý từ cấp trung đến cấp cao, Đồng hợp Malik đã khai thác tối đa trí tuệ của những người tham gia, tạo ra sự siêu tương tác, siêu kết nối và siêu dữ liệu. 35 thành viên PVCFC cùng nhau kiến tạo được những giải pháp cụ thể, phù hợp với thực tiễn, đồng thời đạt được sự đồng thuận cao và sự quyết tâm, trách nhiệm để triển khai những giải pháp mà họ là đồng tác giả.

35 thành viên PVCFC đã cùng nhau kiến tạo được 8 chủ đề mang tính chiến lược, tập trung chủ yếu vào các mảng chính sau: M&A; R&D; Mở rộng kinh doanh quốc tế; Phát triển Thương hiệu; Đầu tư Hệ thống Logistic; Phát triển Khí công nghiệp và Hóa chất; Đa dạng hóa sản phẩm theo chuỗi cung ứng; Phát triển nguồn nhân lực.

Phát biểu trong Lễ tổng kết, ông Trần Ngọc Nguyên – Chủ tịch Hội đồng Quản trị Công ty Cổ phần Phân bón Dầu khí Cà Mau đã bày tỏ sự phấn khởi vì sự thành công vượt lên sự mong đợi của Hội nghị Đồng hợp. Ông nhấn mạnh: “Đồng hợp” cũng chính là đồng tâm, hợp lực, nếu chúng ta cùng nhau thì chúng ta có thể đạt được mọi mục tiêu lớn lao. Tinh thần này cũng là cái cốt lõi làm nên bao chiến công hiển hách của dân tộc ta: “Đoàn kết, đoàn kết, đại đoàn kết – Thành công, thành công, đại thành công”.



Ông Trần Ngọc Nguyên – Chủ tịch HĐQT CTCP Phân bón Dầu khí Cà Mau (PVCFC) chia sẻ

TIN TỨC NỘI BỘ

Ông Văn Tiến Thanh – Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Phân bón Dầu khí Cà Mau nhận định: Phương pháp Đồng hợp là phương pháp thử nghiệm lần đầu tiên với PVCFC, nhưng bằng việc khai thác tối đa trí tuệ tập thể và tăng sự thống nhất trong toàn hệ thống, PVCFC có thể tiếp tục ứng dụng Đồng hợp cho những vấn đề lớn khác của Công ty trong tương lai.

Thay mặt đơn vị tư vấn và các chuyên gia, đội ngũ tác nghiệp, TS Dương Thu – Viện trưởng SLEADER đã phát biểu cảm ơn sự ủng hộ của Ban Lãnh đạo cũng như sự đồng tâm hợp lực của 35 thành viên để có được sự thành công của Hội nghị Đồng hợp, đồng thời cam kết sẽ triển khai đề xuất báo cáo tư vấn Chiến lược phát triển của PVCFC đến năm 2030, tầm nhìn 2045 đúng thời hạn. Bà nhấn mạnh trong thời gian 2.5 ngày làm việc theo quy trình nghiêm ngặt của công nghệ Đồng hợp Malik (Thuy Sỷ), các cán bộ chủ chốt của PVCFC đã có cơ hội hiểu và trải nghiệm ý nghĩa của hai từ “Đồng hợp” – sự đồng bộ và tích hợp về mặt trí tuệ và cảm xúc. Chính sự gắn kết, tinh thần sáng tạo và trí tuệ tập thể sẽ tạo ra bước chuyển mình mạnh mẽ cho PVCFC trong những năm tới và hy vọng khát vọng 2030 sẽ sớm trở thành hiện thực.



**Ông Văn Tiến Thanh – Tổng Giám đốc CTCP
Phân bón Dầu khí Cà Mau (PVCFC) phát biểu tổng kết**



**TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Lãnh đạo Chiến lược
(SLEADER) hướng dẫn các thành viên Công ty Cổ phần
Phân bón Dầu khí Cà Mau (PVCFC)**



**Các thành viên Công ty Cổ phần
Phân bón Dầu khí Cà Mau (PVCFC)
tích cực kiến tạo ý tưởng**



**Trao thưởng các nhóm có ý tưởng
xuất sắc trong Đồng hợp**

HƯỞNG ỨNG NGÀY SÁCH VÀ VĂN HÓA ĐỌC VIỆT NAM

Dù ở bất kỳ thời đại hay quốc gia nào, việc đọc sách vẫn luôn là phương pháp hữu hiệu để tiếp nhận dòng chảy tri thức, để từ đó mỗi cá nhân dần hoàn thiện nhân cách, phát triển tư duy và đóng góp vào sự phát triển chung của xã hội.

Với mục đích đưa sách và văn hóa đọc phát triển lên tầm cao mới, Thủ tướng Chính phủ đã quyết định lựa chọn ngày 21/4 trở thành Ngày Sách và Văn hóa đọc Việt Nam. Đây không chỉ là một sự kiện văn hóa giúp nâng cao tinh thần ham đọc sách của cộng đồng, làm nổi bật ý nghĩa to lớn của việc đọc sách đối với sự phát triển về cả kiến thức, kỹ năng và tư duy mà còn góp phần vào việc xây dựng một nền văn hóa Việt Nam tiên tiến theo từng ngày, bắt nhịp cùng sự phát triển của thế giới nhưng vẫn giữ được nét đẹp dân tộc.

Trong thời đại công nghệ phát triển mạnh mẽ như hiện nay, việc đọc không chỉ giới hạn trong phạm vi của sách và các tài liệu in truyền thống mà còn mở rộng trên các phương tiện nghe, nhìn, nền tảng số.

Chính vì vậy, việc phát triển văn hóa đọc thông qua bất kỳ hình thức nào cũng đều cần hướng đến mục tiêu lan tỏa hiệu ứng tích cực. Văn hóa đọc cần được hình thành trong mỗi cá nhân như một thói quen để phát triển bản thân thay vì chỉ nhất thời tìm đến sách trong những trường hợp bắt buộc.

Năm nay, Bộ Thông tin đã có kế hoạch tổ chức ngày Sách và Văn hóa đọc Việt Nam kéo dài từ ngày 15/04/2023 đến ngày 01/05/2023 với chủ đề **“Sách: Nhận thức – Đổi mới – Sáng tạo” – “Sách cho tôi, cho bạn”**. Tháng 4 cũng là thời điểm diễn ra Ngày Sách và Bản quyền Thế giới (23/04). Việc tổ chức Ngày Sách và Văn hóa đọc Việt Nam vào dịp này thể hiện sự hội nhập của văn hóa đọc Việt Nam với văn hóa nhân loại.

Nhận thức được tầm quan trọng của Sách và Văn hóa đọc, bên cạnh các hoạt động tư vấn và đào tạo, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) cũng tổng hợp các kết quả nghiên cứu của mình thông qua các ấn phẩm được ra mắt độc giả trong suốt những năm gần đây. Các ấn phẩm đó chính là sự kết hợp hoàn hảo để trở thành **Bộ sách Thực hành Quản lý hiệu quả** đồng hành với các tổ chức, cá nhân, xuyên suốt quá trình từ hoạch định chiến lược đến quản lý tổ chức và ứng phó với những biến động khó lường. Bộ sách gồm 03 cuốn:

Cuốn sách **Giải mã chiến lược Đông Tây** cung cấp cho độc giả cách tiếp cận chiến lược sâu sắc của phương Đông và tư duy phân tích mạch lạc của phương Tây cùng với đó là phương thức chuyển dịch sang tư duy quản lý bài bản và có hệ thống. Cuốn sách cũng có thể coi như là cẩm nang về tinh hoa chiến lược, giúp cho các doanh nhân, các nhà quản lý, lãnh đạo có thể sử dụng để tìm ra con đường khác biệt cho doanh nghiệp và tổ chức của mình, từ đó đạt được sự thành công vượt trội và bền vững.



TIN TỨC NỘI BỘ

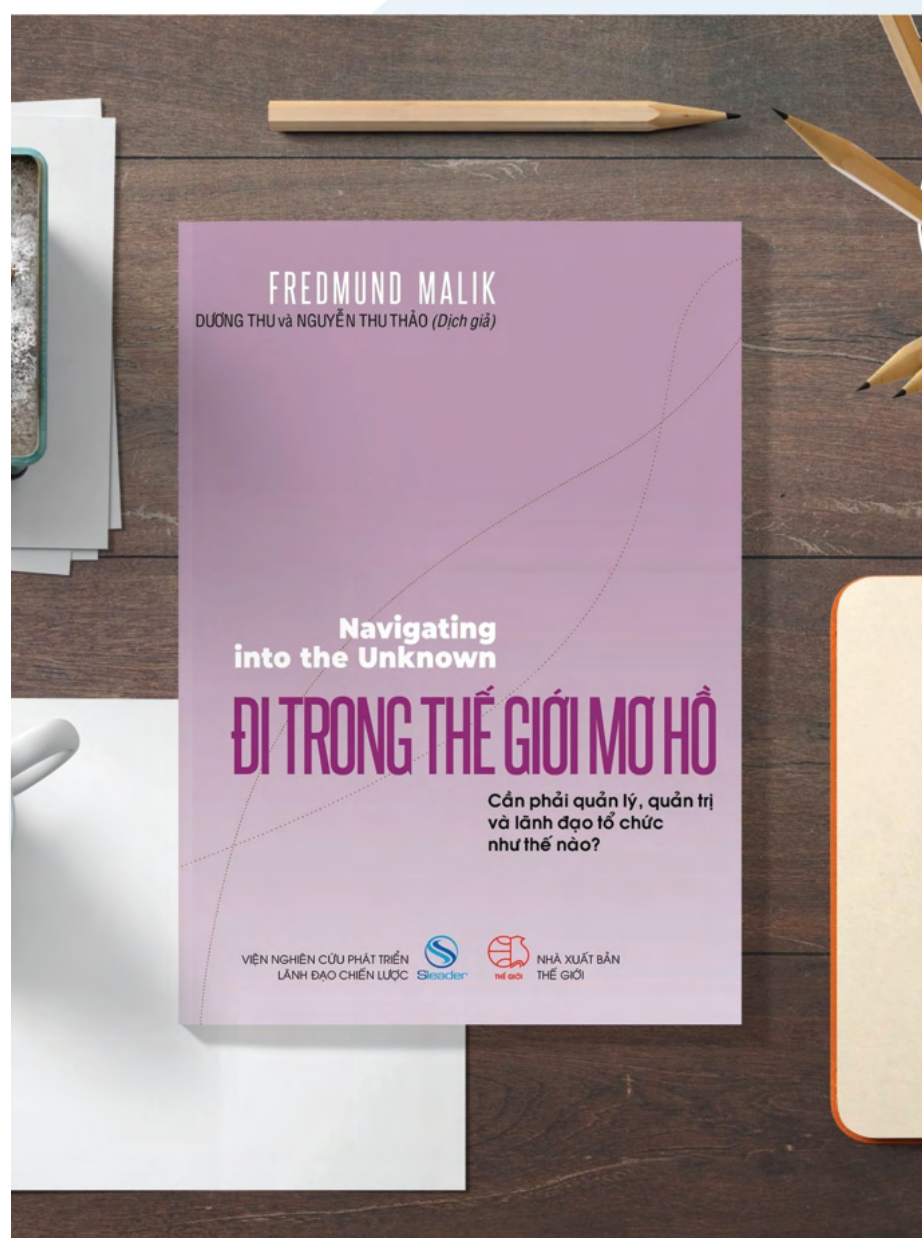


Qua cuốn sách **Quản lý: Những điều cốt lõi** của GS. Fredmund Malik, SLEADER mang đến cho các doanh nghiệp Việt Nam một mô hình hoàn toàn mới đến từ Viện Malik, Thụy Sĩ. Với tiếp cận hệ thống, Giáo sư F. Malik đã diễn giải rất thuyết phục rằng doanh nghiệp chỉ có thể đạt được hiệu quả ổn định khi được vận hành bởi hệ thống quản lý chứ không chỉ bằng các chức vụ quản lý. Cuốn sách cũng đã chỉ ra một điểm rất thú vị, đó là hệ thống quản lý giống như hệ thần kinh của cơ thể sống. Vì vậy, khi doanh nghiệp vận hành không tốt thì nguyên nhân chính là do hệ thống quản lý đang trục trặc, ngược lại, nếu hệ thống quản lý hoạt động thông suốt thì doanh nghiệp sẽ đảm bảo được 02 mục tiêu cốt lõi của quản lý, đó là hiệu quả (quản lý đúng) và hiệu suất (quản lý tốt).

Gần đây nhất, SLEADER đã xuất bản cuốn sách **Đi trong thế giới mơ hồ**: cách thức quản lý, lãnh đạo mới trong môi trường Đại chuyển đổi, một ấn phẩm được Giáo sư F. Malik rất tâm đắc. Cuốn sách đã chỉ ra cách thức để chuyển đổi từ thế giới cũ (ổn định, có thể dự báo) sang thế giới mới (mơ hồ, khó dự báo và thay đổi liên tục). Cách thức định hướng này sẽ bao gồm các nguyên tắc tư duy và quy tắc hành động cần áp dụng để có thể phá vỡ các giới hạn hiện có và vươn tới mục tiêu cao hơn. Cuốn sách này cũng có thể coi như một GPS (công cụ dẫn đường) dành cho các nhà quản lý trong môi trường VUCA hiện nay.

Với những thách thức lớn lao và khó lường của môi trường kinh doanh trong nước cũng như trên toàn cầu, Bộ sách Thực hành quản lý hiệu quả sẽ đóng vai trò hỗ trợ các doanh nhân, nhà quản lý chủ động làm chủ sự phức hợp, từ đó dẫn dắt các doanh nghiệp đạt được mục tiêu vượt trội và hướng tới thành công bền vững.

Hy vọng rằng với hoạt động nghiên cứu và xuất bản sách mà SLEADER đang theo đuổi, SLEADER có thể góp phần hưởng ứng Văn hóa đọc Việt Nam và khích lệ niềm yêu thích đọc sách trong mỗi độc giả.



HANOIBA – KẾT NỐI NÂNG TẦM NHỮNG GIÁ TRỊ

Ngày 20 tháng 4 vừa qua, Ban Chấp hành Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội HANOIBA đã đến thăm Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER).

Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội HANOIBA là cầu nối gắn kết, chia sẻ kinh nghiệm và hợp tác cùng phát triển cho các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Hà Nội. Hướng tới kỷ niệm 30 năm thành lập (1994 – 2024), Hội Doanh nghiệp Trẻ Hà Nội tích cực tổ chức các hoạt động, sự kiện kết nối và thúc đẩy xây dựng cộng đồng Doanh nhân trẻ lớn mạnh, đầy bản sắc và đóng góp vào sự phát triển giàu mạnh của đất nước.

Nằm trong hoạt động đi thăm những doanh nghiệp tiêu biểu, đánh giá cao những đóng góp trong Hội của cá nhân Viện trưởng SLEADER – TS. Dương Thu cũng như tập thể Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER), ngày 20 tháng 4 năm 2023, Ban Chấp hành Hội doanh nghiệp trẻ Hà Nội HANOIBA đã đến thăm và trao đổi với Ban Lãnh đạo SLEADER.

Tại cuộc trò chuyện, Ông Trần Văn Minh, Ủy viên Ủy ban Trung ương Hội Doanh nhân trẻ Việt Nam, Phó Chủ tịch kiêm Tổng thư ký Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội chia sẻ: Cái chất của HANOIBA rất khác biệt, rất bài bản và rất gắn kết theo đúng tôn chỉ hoạt động “Gắn kết doanh nhân – Nâng Tầm Giá Trị”.

Chính vì luôn có những hoạt động ý nghĩa của Hội tổ chức mà tạo nên nhiều cơ hội giao lưu, học hỏi và kinh doanh cho các doanh nghiệp thành viên của HANOIBA. Ông hy vọng rằng, TS. Dương Thu và Viện Lãnh đạo Chiến lược có thể giữ vai trò quan trọng trong các hoạt động đào tạo và hỗ trợ các thành viên của Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội phát triển và bền vững.

Đáp lại sự tin tưởng của Ông Trần Văn Minh cũng như Ban Chấp hành Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội HANOIBA, TS. Dương Thu khẳng định: Ngay từ khi mới thành lập, SLEADER đã xác định sứ mệnh của mình là đồng hành và trợ giúp các doanh nghiệp tìm ra con đường phát triển riêng biệt để đạt được các thành tích vượt trội một cách bền vững, góp phần xây dựng đất nước Việt Nam thịnh vượng và hùng cường. Với các thế mạnh về tư vấn chiến lược và đào tạo quản trị doanh nghiệp cùng các công nghệ tiên tiến được chuyển giao từ Viện Malik, Thụy Sĩ, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược sẽ hỗ trợ hết mình để cùng Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội vững bước tiến lên.

Tiến tới Hội nghị Ban Chấp hành HANOIBA sắp tới cũng như chuỗi hoạt động kỷ niệm 30 năm thành lập Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội, SLEADER chúc Hội sẽ ngày càng phát triển hơn nữa, các doanh nghiệp Hội viên sẽ ngày càng đoàn kết và thành công.



Đại diện BCH Hội doanh nghiệp trẻ Hà Nội HANOIBA chụp cùng BLĐ Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược SLEADER



Đại diện BCH Hội doanh nghiệp trẻ Hà Nội HANOIBA trao đổi với BLĐ Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược SLEADER

SLEADER – AOF HỌC NGÀNH GÌ KHÔNG SỢ THẤT NGHIỆP?

Chiều ngày 24 tháng 4 năm 2023, TS. Dương Thu – Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) đã tham dự tọa đàm “Tư vấn kỹ năng hỗ trợ sinh viên xin việc, định hướng việc làm” với vai trò diễn giả chương trình.

Với tinh thần hỗ trợ cho sự phát triển của sinh viên và đóng góp vào sự phát triển của Thủ đô, Hội Sinh viên Thành phố Hà Nội đã thống nhất ký kết thoả thuận hợp tác với Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội (HANOIBA). Đây là một bước đột phá trong việc tạo nên nền tảng, cơ hội việc làm cho thanh niên, sinh viên Thủ đô.

Để sự hợp tác này đạt hiệu quả tốt nhất, Hội cũng đã tổ chức tọa đàm “Tư vấn kỹ năng hỗ trợ sinh viên xin việc, định hướng việc làm” để giúp sinh viên có thêm kiến thức và kinh nghiệm trong việc tìm kiếm việc làm. Diễn giả của chương trình là những chuyên gia nghiên cứu, đào tạo, doanh nghiệp, nhà tuyển dụng với nhiều năm kinh nghiệm sẽ có những chia sẻ rất cụ thể, thực tiễn nhằm giúp cho các bạn sinh viên định hình về kỹ năng xin việc, nghề nghiệp, việc làm trong tương lai như: TS. Dương Thu – Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược SLEADER, Bà Khanh Trần – CEO VIJA Link, Bà Hạ Phan – Founder doanh nghiệp xã hội HR Companion và Ông Đào Việt Bách – Trưởng phòng Tuyển dụng và thu hút nhân tài, FPT Software Academy.

Với kinh nghiệm nhiều năm tư vấn, định hướng cho các cá nhân/doanh nghiệp của mình, TS. Dương Thu đã mang đến tọa đàm một chủ đề vô cùng “nóng”: “Học ngành gì không sợ thất nghiệp?”. Đặc biệt, TS đã nhấn mạnh về việc thế giới đang thay đổi, môi trường phức hợp không tuân theo bất cứ quy luật nào sẽ tạo ra các tác động không thể dự báo trước được.

Theo nghiên cứu, việc ChatGPT của OpenAI hay Bard của Google ra đời có thể tác động đến khoảng 300 triệu việc làm trên toàn cầu. Trong đó, công việc hành chính tại văn phòng có tỷ lệ được tự động hoá cao nhất với 46%, tiếp theo là 44% cho công việc pháp lý và 37% cho các công việc trong kiến trúc và kỹ thuật. TS. Dương Thu khẳng định: “Công nghệ AI không thể thay thế hoàn toàn và tạo công việc mới mà nó khiến chúng ta phải có cách tiếp cận mới về vấn đề học tập và công việc.” Các kỹ năng phát triển cá nhân cũng đã được TS. Dương Thu chia sẻ một cách chi tiết thông qua các bài học thực tế.

Với những kinh nghiệm và kiến thức được chia sẻ trong tọa đàm, các sinh viên có thể sử dụng như là những kỹ năng quan trọng để tìm kiếm việc làm và định hướng con đường phát triển tương lai của mình.



*Các chuyên gia chia sẻ trong tọa đàm
“Tư vấn kỹ năng, hỗ trợ sinh viên xin việc,
định hướng việc làm”*

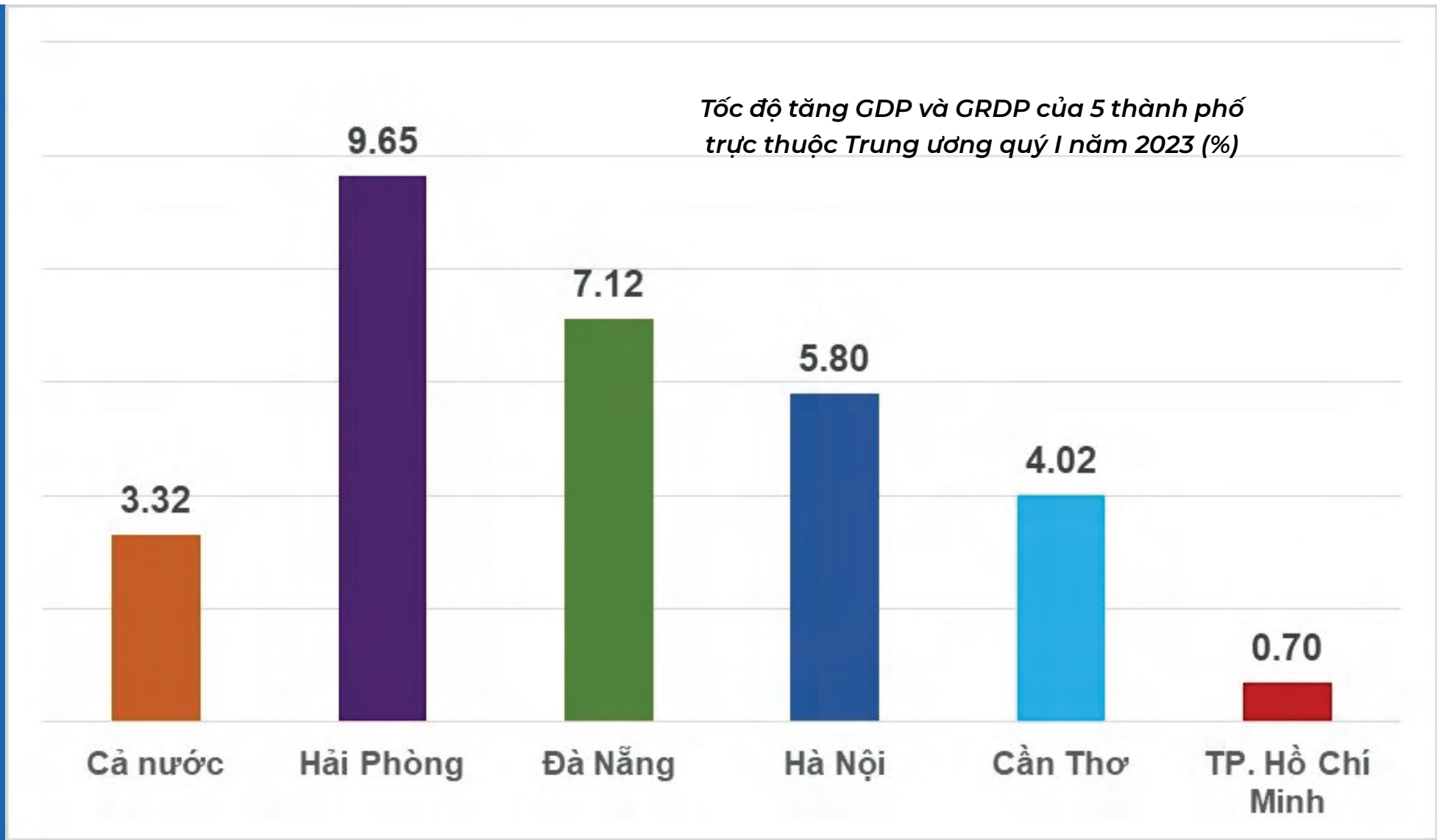


*TS. Dương Thu tham dự tọa đàm
“Tư vấn kỹ năng, hỗ trợ sinh viên xin việc,
định hướng việc làm”
thuộc Festival Sinh viên Thủ đô*



*TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Nghiên cứu
Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER)
chụp ảnh cùng các chuyên gia
tham dự tọa đàm*

ĐỒNG HỢP MALIK ĐÃ ĐẾN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



Sáng ngày 26 tháng 4, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược đã phối hợp với Sở nội vụ Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức Hội nghị: “Ứng dụng Công nghệ Đồng hợp Malik trong Khu vực công”.

Thành phố Hồ Chí Minh – đầu tàu kinh tế của cả nước đang gặp những thách thức chưa từng có trong năm 2023: Quý 1 năm 2023, GRDP (Tổng sản phẩm trên địa bàn) chỉ đạt 0,7%, giải ngân đầu tư công chỉ đạt khoảng 3%, các chỉ số PCI, PAPI sụt giảm, hạ tầng giao thông đô thị quá tải và xuống cấp, thu hút đầu tư nước ngoài chưa xứng tầm... Việc giải quyết những thách thức có tính phức hợp và liên quan đến nhiều lĩnh vực và các đơn vị này đòi hỏi phải có những cách tiếp cận mới, chưa có tiền lệ.

Lãnh đạo thành phố nhận thấy, ngoài việc đề xuất với Trung ương những cơ chế đặc thù cho Thành phố, thì việc phát huy sức mạnh từ nội tại của hệ thống quản lý cũng cần được chú trọng. Với cách tiếp cận đó, Lãnh đạo Thành phố đã phối hợp với Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) tổ chức Hội nghị “Ứng dụng Công nghệ Đồng hợp Malik trong Khu vực công” với sự tham gia của lãnh đạo các sở, ban, ngành, quận, huyện, thành phố trực thuộc.

Đồng hợp Malik (Thụy Sĩ) là một công nghệ quản lý thông minh, tiên tiến bậc nhất thế giới, giúp tìm ra giải pháp tối ưu cho những vấn đề lớn, phức tạp, liên quan đến toàn bộ hệ thống trong một thời gian rất ngắn, chỉ từ 2 đến 3 ngày. Đồng hợp Malik đã được ứng dụng thành công hàng nghìn lần trên thế giới, trong đó có nhiều tổ chức thuộc khu vực công như: Thành phố St. Veit (Áo), Tổng cục đường sắt Áo, Thành phố Fufth (Đức), Bộ Giáo dục và Nghiên cứu Đức, Bệnh viện Đại học Freiburg (Đức), Thành phố Zurich (Thụy Sĩ), Bộ Y tế và Môi trường Thụy Sĩ, Chính quyền Weifang (Trung Quốc)...

Tại Hội nghị, các đại biểu đã được nghe các chuyên gia của SLEADER giới thiệu về cách thức ứng dụng công nghệ Đồng hợp để giải quyết những vấn đề ưu tiên, phức tạp có ảnh hưởng đến nhiều lĩnh vực và liên quan đến nhiều sở, ban, ngành, quận, huyện của Thành phố như: Giao thông đô thị, Đền bù giải phóng mặt bằng, Giải ngân đầu tư công, Vệ sinh an toàn thực phẩm, Môi trường đô thị, Xây dựng đô thị thông minh, Cải thiện chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), Nâng cao chỉ số Quản trị và Hành chính công cấp tỉnh (PAPI) và nhiều thách thức khác.



TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) và ông Nguyễn Duy Tân, Phó Giám đốc Sở Nội vụ đồng chủ trì Hội nghị

Đồng thời, các đại biểu cũng đã đặt ra các câu hỏi và thảo luận về những điều kiện để ứng dụng công nghệ Đồng hợp. Phát biểu tại Hội nghị, TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược bày tỏ: “Với đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm và những công nghệ tiên tiến được Viện Malik Thụy Sĩ chuyển giao, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) mong muốn và sẵn sàng đồng hành với Thành phố giải quyết những vấn đề ưu tiên ngay trong năm 2023. Hy vọng, với truyền thống “tiên phong đổi mới”, thành phố Hồ Chí Minh sẽ là đơn vị đầu tiên trong khu vực công ứng dụng công nghệ Đồng hợp, từ đó lan tỏa đến các địa phương khác trong cả nước, góp phần phục hồi kinh tế và lấy lại đà tăng trưởng”.

Kết luận Hội nghị, ông Nguyễn Duy Tân, Phó Giám đốc Sở Nội vụ Thành phố Hồ Chí Minh nhấn mạnh về tính đột phá của công nghệ Đồng hợp đối với việc tìm ra các giải pháp cho những thách thức lớn của Thành phố. Ông cũng đề nghị Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) đề xuất Đề án ứng dụng thí điểm công nghệ Đồng hợp cho một vấn đề phức tạp, có tính liên quan đến nhiều mặt của đời sống kinh tế xã hội để từ đó tổng kết, rút kinh nghiệm và có thể triển khai trên diện rộng.



**Hội nghị
“Ứng dụng Công nghệ Đồng hợp Malik
trong Khu vực công”**

HỘI NGHỊ BCH HANOIBA LẦN 9 KHÓA VIII

Sáng ngày 06 tháng 05 năm 2023, tại Thành phố Đà Nẵng, Hội nghị BCH HANOIBA lần 9 khoá VIII đã diễn ra thành công tốt đẹp. TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) được bầu vào Ban chấp hành nhiệm kỳ 2021 – 2024.

Hội nghị được tổ chức theo hình thức trực tiếp và trực tuyến. Tham dự Hội nghị, về phía Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội (HANOIBA) có Ông Trần Đăng Nam – Chủ tịch Hội, 08 Phó Chủ tịch, 38 thành viên BCH và các Hội viên của HANOIBA. Về phía Hội LHTN Việt Nam TP. Hà Nội có sự tham dự của Bà Nguyễn Phương Thảo, PCT Hội LHTN Việt Nam Thành phố Hà Nội.

Hội nghị đã diễn ra sôi nổi, tiếp thu được những ý kiến đóng góp của toàn thể BCH về những kế hoạch, đề án cũng như công tác nhân sự của HANOIBA. Đặc biệt, Hội nghị đã thông qua quyết định miễn nhiệm 07 thành viên và kiện toàn bổ sung 07 Ủy viên BCH HANOIBA.

TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) là 01 trong 07 gương mặt tiêu biểu được bầu vào vị trí Ủy viên BCH HANOIBA thông qua kết quả của quy trình biểu quyết tại Hội nghị.



**TS. Dương Thu, Viện trưởng
Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược,
Ủy viên BCH HANOIBA**



**Các thành viên Ban Chấp hành
Hội doanh nghiệp trẻ Hà Nội lần 9, khóa VIII,
nhiệm kỳ 2021 – 2024**

Trong suốt gần 1 năm hoạt động tại Hội Doanh nghiệp trẻ Hà Nội, với vai trò Thành viên Hội đồng cố vấn chương trình CEO Mentoring, TS. Dương Thu đã tham gia tư vấn cho 9 doanh nghiệp, trong đó tập trung vào việc đánh giá một cách tổng thể về những vướng mắc trong hệ thống quản trị, xác định rõ những vấn đề cần ưu tiên giải quyết ngay ở thời điểm hiện tại, hỗ trợ xây dựng chương trình, hành động. Bên cạnh việc tham gia các chương trình mang tính chuyên môn tư vấn doanh nghiệp, TS. Dương Thu còn tích cực kết nối, lan tỏa những điều tích cực đến các doanh nghiệp và rộng hơn là xã hội thông qua các hoạt động cộng đồng “Tết trồng cây” và khởi công “Nhà nhân ái”, “Xuân Đoàn Viên 2023”, “Định hướng nghề nghiệp cho sinh viên thành phố Hà Nội” và nhiều sự kiện khác.

Đáp lại sự tin tưởng của Hội, cá nhân Viện trưởng Dương Thu khẳng định bằng kiến thức và kinh nghiệm của mình sẽ tiếp tục tham gia vào các chương trình Mentoring, đào tạo và mang đến thêm nhiều giá trị cho các Hội viên HANOIBA.

HOÀN THÀNH CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CHUYỂN GIAO TẠI TRUNG TÂM ĐO KIỂM VÀ SỬ CHỮA THIẾT BỊ VIỄN THÔNG MOBIFONE

Để tăng năng lực của cán bộ chủ chốt nhằm thích ứng được với đòi hỏi của môi trường kinh doanh ngày càng biến động khó lường, Lãnh đạo Trung tâm Đo kiểm và sửa chữa thiết bị viễn thông MobiFone (TMC) đã triển khai Chương trình đào tạo chuyển giao “Kỹ năng thực hành quản lý” với sự đồng hành của Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER). Khóa học được tổ chức theo phương thức “học kết hợp với hành (learning by doing)”, tập trung vào ba chuyên đề thiết thực với mỗi một cán bộ chủ chốt, đó là: (1) Đổi mới sáng tạo theo tiếp cận Malik; (2) Thực hành quản lý chuyên nghiệp theo mô hình Malik, Thụy Sĩ; (3) Kỹ năng giải quyết vấn đề theo tư duy hệ thống. Điểm mới của khóa học là nội dung được thiết kế theo mô hình hệ thống quản lý hiệu quả do Giáo sư Malik phát kiến cộng với sự trợ giúp của các chuyên gia – giảng viên của SLEADER trong việc hướng dẫn ứng dụng vào công việc thực tiễn của từng học viên, đánh giá, giám sát quá trình thực hành qua các tọa đàm kết hợp trực tuyến và trực tiếp. Khóa học được bắt đầu từ tháng 08 năm 2022, kết thúc vào tháng 4/2023. Kết quả thu được từ khóa học được Ban Lãnh đạo Trung tâm và các học viên rất hài lòng và đánh giá cao.

Thông qua chương trình đào tạo, các học viên được tiếp cận với các kiến thức và kỹ năng mới của hệ thống quản lý Malik, sau đó ứng dụng ngay vào công việc

thực tiễn của mỗi cá nhân. Hơn nữa, các học viên còn có cơ hội trao đổi và tương tác cùng giảng viên cũng như các đồng nghiệp một cách dân chủ, cởi mở. Trên cơ sở đó, mỗi người sẽ nhìn nhận các vấn đề dưới góc nhìn bao quát hơn, đưa ra giải pháp có tính hệ thống hơn, từ đó không chỉ nâng cao năng suất của đội nhóm, mà còn đóng góp vào kết quả chung của toàn Trung tâm.

Khác với các phương thức đào tạo thông thường, chương trình đào tạo chuyển giao “Kỹ năng thực hành quản lý” đã giúp học viên gắn kiến thức và kỹ năng với mục tiêu cá nhân ngay từ đầu và thực hành trong công việc một cách tự giác và liên tục, từ đó trở nên thành thục. Bên cạnh đó, sự “chăm sóc đặc biệt” của các giảng viên ở suốt giai đoạn chuyển giao đã giúp học viên có thể áp dụng các tri thức đúc kết được một cách hiệu quả trong mọi hoàn cảnh, cả trong công việc cũng như cuộc sống.

Chương trình đào tạo chuyển giao không chỉ cung cấp những kiến thức, kỹ năng cho các học viên mà còn tạo cơ hội thảo luận và chia sẻ cũng như các phương pháp làm việc mới nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của Trung tâm. Điểm mới này đã thu hút sự tham gia nhiệt tình, tích cực của học viên Trung tâm trong suốt thời gian SLEADER đồng hành cùng Chương trình đào tạo.



*TS. Dương Thu và Ông Nguyễn Quang Vinh –
Phó Giám đốc Trung Tâm trao đổi tại buổi đào tạo*



*Các học viên thảo luận sôi nổi trong buổi đào tạo
“Thực hành quản lý chuyên nghiệp”*

HỘI THẢO BÁO CÁO CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN PVCFC ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN 2045



TS. Dương Thu, Viện Trưởng Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) phát biểu tại Hội Thảo

Ngày 24 tháng 05, tại Thành phố Hồ Chí Minh, Công ty Cổ phần Phân bón Dầu khí Cà Mau (PVCFC) phối hợp với Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) tổ chức thành công Hội thảo Chiến lược phát triển Công ty đến năm 2030, tầm nhìn 2045, với sự tham gia và đóng góp ý kiến của hơn 60 nhân sự chủ chốt đến từ các Phòng, Ban, Đơn vị của PVCFC.

Phát biểu tại Hội thảo, TS. Dương Thu đã nhấn mạnh về phương pháp tư vấn khác biệt “work with” của SLEADER được áp dụng trong suốt quá trình xây dựng chiến lược phát triển PVCFC. Bằng việc ứng dụng mô hình, công cụ hiện đại như: Phần mềm Đánh giá hệ thống quản trị doanh nghiệp MSA, Mô hình 2 đường cong chữ S, đặc biệt là công nghệ Đồng hợp Malik, Chiến lược phát triển PVCFC đến năm 2030, tầm nhìn 2045 được hoàn thành trong thời gian ngắn kỷ lục, chỉ gần 2 tháng làm việc

Báo cáo chiến lược phát triển PVCFC đến năm 2030, tầm nhìn 2045 được xây dựng dựa trên việc phân tích năng lực cốt lõi của PVCFC, xu hướng phát triển và những yếu tố ảnh hưởng đến ngành phân bón Việt Nam và thế giới. Các nội dung chính của Chiến lược như: Sứ mệnh, Tầm nhìn, Mục tiêu chiến lược, Chiến lược tổng thể, Chiến lược chức năng, Giải pháp chiến lược và Lộ trình triển khai cụ thể được xây dựng dựa trên ý kiến đóng góp của các thành viên tham gia Hội nghị Đồng hợp. Sự gắn kết, tinh thần sáng tạo và trí tuệ tập thể sẽ tạo ra bước chuyển mình mạnh mẽ cho PVCFC trong những năm tới và mục tiêu chiến lược 2030 sẽ sớm trở thành hiện thực.

Là một trong số các chuyên gia của dự án tư vấn chiến lược, TS. Trần Thị Hồng Liên chia sẻ, sức mạnh từ bên trong PVCFC được hình thành từ sự tâm huyết của Ban lãnh đạo, trình độ và kinh nghiệm của đội ngũ kỹ thuật đã được rèn luyện qua nhiều dự án khó, hiện nay vận hành hiệu quả nhà máy có công nghệ tiên tiến, top đầu thế giới. Văn hóa tiên phong tạo nền tảng cho PVCFC mạnh dạn thực hiện chuyển đổi mô hình và chiến lược kinh doanh trong giai đoạn tới.

Các thành viên HĐQT, Ban Tổng Giám đốc và đại biểu tham dự hội thảo vô cùng ấn tượng về hiệu quả của Công nghệ Đồng hợp Malik cũng như đồng ý với các nội dung trong báo cáo chiến lược do SLEADER trình bày. Tuy nhiên, nhiều đại biểu cũng đề cập những rủi ro, những khó khăn, thách thức khi thực hiện các giải pháp chiến lược, đề xuất những giải pháp ưu tiên, mang tính đòn bẩy để thực hiện trước nhằm tối ưu nguồn lực.

Phát biểu kết luận tại Hội thảo, ông Văn Tiến Thanh, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Phân bón Dầu khí Cà Mau (PVCFC) nhấn mạnh rằng, với bản báo cáo chiến lược này, các cá nhân và bộ phận của Công ty cần quyết tâm và kiên trì trong quá trình thực thi để có thể đạt được những mục tiêu mà Công ty đã cùng nhau xây dựng. Ngoài ra, ông đã tin tưởng và mong rằng sẽ có sự đồng hành của đơn vị tư vấn – Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) trong quá trình hiện thực hóa mục tiêu chiến lược của Công ty.

NÂNG CAO KỸ NĂNG VIẾT BÁO CÁO VÀ THUYẾT TRÌNH CHO T5G BỘ Y TẾ

Trong hai ngày, 30 – 31/5/2023, các cán bộ của Trung tâm Truyền thông Giáo dục sức khỏe Trung ương (T5G) đã tham gia Khóa tập huấn “Nâng cao kỹ năng viết và thuyết trình hiệu quả” với sự đồng hành trực tiếp của các giảng viên Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER).

Trung tâm Truyền thông Giáo dục sức khỏe Trung ương tiền thân là Nhà Tuyên truyền Bảo vệ sức khỏe (1980 – 1985) và sau đó đổi thành Trung tâm Tuyên truyền Bảo vệ sức khỏe (1985 – 1999). Đây là một cơ quan hành chính sự nghiệp trực thuộc Bộ Y Tế, có chức năng truyền thông giáo dục sức khỏe (GDSK); nghiên cứu khoa học, áp dụng các khoa học chuyên ngành truyền thông; chỉ đạo tuyến; đào tạo, hợp tác quốc tế và triển khai thực hiện các dịch vụ khoa học kỹ thuật chuyên ngành truyền thông giáo dục sức khỏe.

Với mục tiêu nâng cao kỹ năng viết báo cáo chuyên nghiệp, trình bày bài thuyết trình ấn tượng cũng như kỹ năng thiết kế, trình bày slide sinh động, Trung tâm Truyền thông Giáo dục sức khỏe Trung ương đã phối hợp với Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) tổ chức Khóa tập huấn “Nâng cao kỹ năng viết và thuyết trình hiệu quả” cho gần 30 cán bộ chủ chốt của các phòng ban thuộc Trung tâm.

Các giảng viên của SLEADER đã áp dụng các phương pháp giảng dạy hiện đại, học đi đôi với hành (learning by doing) kết hợp tình huống thực tiễn, hoạt động để tạo ra hiệu quả ngay trên lớp bằng sự say mê, hứng khởi tham gia của các học viên. Kết thúc các chuyên đề, học viên đã nắm được các nguyên tắc để viết báo cáo một cách chuyên nghiệp, các bước để thực hiện bài thuyết trình gây ấn tượng và kỹ năng trình bày báo cáo sinh động bằng PowerPoint. Các thành viên của Trung tâm đã chứng minh sự tiến bộ của bản thân thông qua các bài thu hoạch cá nhân, bài tập nhóm.

Sau 2 ngày học tập, các học viên và BLĐ Trung tâm đánh giá cao chuyên môn cũng như kỹ năng giảng dạy của chuyên gia SLEADER, đồng thời cũng mong muốn, trong thời gian tới, Trung tâm Truyền thông Giáo dục sức khỏe Trung ương và Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) sẽ tiếp tục triển khai các chương trình đào tạo thiết thực và hiệu quả tương tự.



Ông Vũ Mạnh Cường, Giám đốc Trung tâm Truyền thông Giáo dục sức khỏe Trung ương phát biểu khai mạc chương trình tập huấn

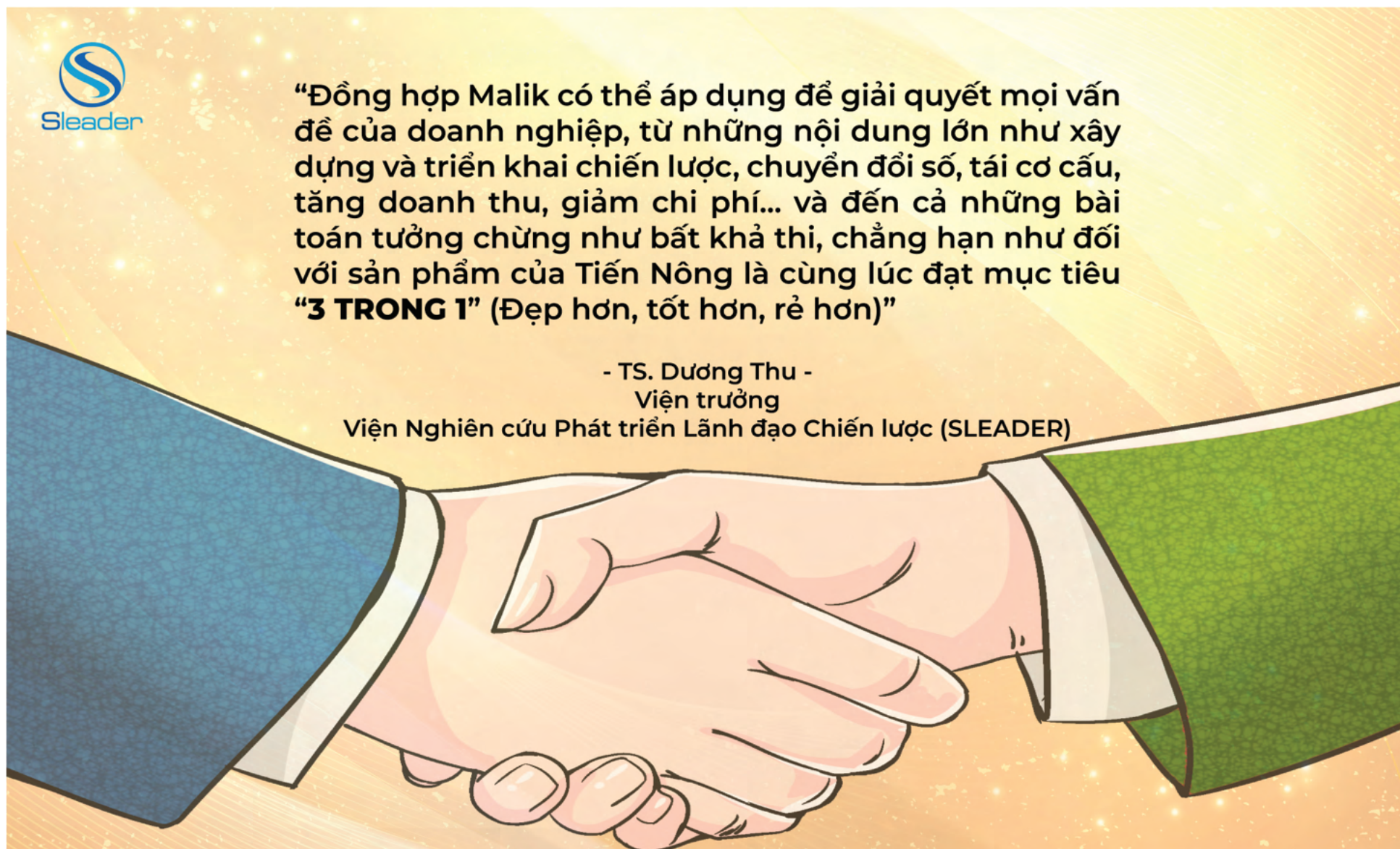


Giảng viên SLEADER hướng dẫn các thành viên trong chương trình tập huấn



TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) đã tặng sách do Viện xuất bản cho ông Vũ Mạnh Cường, Giám đốc Trung tâm Truyền thông Giáo dục sức khỏe Trung ương

KẾT QUẢ VƯỢT TRỘI CỦA TIẾN NÔNG SAU MỘT NĂM THỰC HIỆN ĐỒNG HỢP



Năm 2022 được đánh giá là năm “vượt giông bão” của Công ty Cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông. Để duy trì và phát triển, tiến tới mục tiêu trở thành đơn vị sáng tạo dẫn đầu trong lĩnh vực dinh dưỡng cây trồng tại Việt Nam, Tiến Nông đã và đang tích cực triển khai các giải pháp chiến lược đã đề ra với sự tư vấn của SLEADER.

SLEADER và Tiến Nông, chung tay giải quyết bài toán “bất khả thi”

Đại dịch Covid-19 đã làm cho cả thế giới lao đao, kinh doanh ngưng trệ nhưng lại thôi thúc Tiến Nông tiếp tục đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp lần 2. Sau khi tìm hiểu về mô hình tiên tiến trên thế giới, ông Nguyễn Hồng Phong, Tổng Giám đốc Tiến Nông đã quyết định sử dụng Đồng hợp – một công nghệ quản lý thông minh bậc nhất châu Âu của Viện Malik, Thụy Sĩ.

Ban Lãnh đạo Tiến Nông đã hợp tác với Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) – đối tác duy nhất của Viện Malik tại Việt Nam, triển khai

Hội nghị Đồng hợp cho toàn bộ khối sản xuất, những người trực tiếp làm việc tại các nhà máy của Công ty.

Hội nghị Đồng hợp của Công ty Tiến Nông diễn ra trong 2 ngày 26 – 27/4/2022 với sự tham gia của 24 cán bộ nhân viên. Những giải pháp mang tính khả thi, phù hợp với thực tiễn đã được kiến tạo nhằm tạo ra những sản phẩm đạt được cùng lúc cả 3 mục tiêu “đẹp hơn, tốt hơn, rẻ hơn”. Đồng thời, cũng thông qua Đồng hợp, các thành viên hiểu rõ hơn về sứ mệnh của Tiến Nông cũng như vai trò của bản thân trong việc phát triển Công ty, từ đó cam kết và quyết tâm đưa Công ty lên một tầm cao mới trong giai đoạn khởi nghiệp lần 2.

SLEADER và Tiến Nông, đồng hành triển khai chiến lược

Không chỉ đơn thuần là bàn giao một bản chiến lược cho khách hàng, với phương châm “làm cùng”, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) đã đồng hành cùng Công ty Cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông triển khai các giải pháp một cách hiệu quả trong 1 năm qua thông qua các chương trình đào tạo, huấn luyện thực hành và đánh giá việc thực thi chiến lược.



**TS. Dương Thu, Viện trưởng Viện Lãnh đạo Chiến lược SLEADER
và Ông Nguyễn Hồng Phong, TGD Công ty Cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông
chụp ảnh lưu niệm cùng các thành viên tại Hội nghị Đồng hợp**

Kết quả triển khai Chiến lược

“Ở Thanh Hóa, Công ty Cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông là doanh nghiệp đi đầu trong lĩnh vực sản xuất phân bón. Sản phẩm phân bón Tiến Nông không chỉ được bà con trong tỉnh ghi nhận mà còn khẳng định được chất lượng, thương hiệu ở các tỉnh bạn và trong phạm vi cả nước” – ông Lại Thế Nguyên, Phó Bí thư Thường trực Tỉnh ủy Thanh Hóa.

Năm 2022, trước bối cảnh tình hình chính trị, kinh tế thế giới biến động bất thường với nhiều khó khăn, thách thức,

Tiến Nông với sự quyết tâm cao và tinh thần khởi nghiệp lần 2 đã triển khai một cách hiệu quả các giải pháp chiến lược do SLEADER đề xuất và đạt kết quả kinh doanh đầy ấn tượng.

Năm 2022 sản lượng tiêu thụ phân bón của Tiến Nông đạt 129.000 tấn; tổng doanh thu đạt 1.370 tỷ đồng, tăng 28%; nộp NSNN 7,96 tỷ đồng. Công ty tạo công ăn việc làm ổn định cho 531 lao động với mức thu nhập bình quân đạt 10 triệu đồng/người/tháng. Tất cả chế độ phúc lợi cho người lao động được đảm bảo, hoạt động đầu tư mới vẫn tiếp tục triển khai, môi trường lao động được cải thiện rõ nét với quan điểm nhà máy như công viên.

Với mục tiêu trở thành đơn vị sáng tạo dẫn đầu trong lĩnh vực dinh dưỡng cây trồng tại Việt Nam, Công ty triển khai chiến lược đi theo mô hình doanh nghiệp Khoa học Công nghệ với ba đặc trưng: “Nghiên cứu chuyên sâu – Sản xuất tinh gọn – Phục vụ hiệu quả”. Ông Nguyễn Hồng Phong, TGD Công ty Cổ phần Công Nông nghiệp Tiến Nông chia sẻ: “Doanh nghiệp sẽ đầu tư mạnh mẽ cho công tác nghiên cứu phát triển khoa học công nghệ, trong năm 2023 hoàn thành việc đầu tư và đưa vào sử dụng Viện nghiên cứu phát triển Nông nghiệp, đóng góp tích cực và có chiều sâu vào sự phát triển của ngành nông nghiệp đất nước cũng như tỉnh nhà”.

VĂN HÓA SLEADER – ĐỌC VÀ CHIA SẺ TRI THỨC

Văn hóa doanh nghiệp thường được nhắc đến như một khái niệm tương đối trừu tượng và khó để có thể hình dung chính xác. Trên thực tế đây là một trong những yếu tố quan trọng nhất trong hệ thống quản lý tổng thể của mỗi một tổ chức/doanh nghiệp, đồng thời giúp các nhà quản lý tạo dựng một môi trường làm việc tích cực để nhân viên phát huy năng lực và tận lực cống hiến. Với quan điểm đó, cùng với các hoạt động thúc đẩy văn hóa khác, chương trình “Đọc và chia sẻ tri thức” đã trở thành một nét văn hóa đặc trưng của Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER), được duy trì kể từ những ngày đầu thành lập.

Chương trình “Đọc và chia sẻ tri thức” là một trong những hoạt động quan trọng, không thể thiếu trong văn hoá SLEADER. Không giống như các buổi đào tạo truyền thống, với tiêu chí “sáng tạo” và “hiệu quả” – cũng chính là giá trị cốt lõi của SLEADER, chương trình này đặc biệt chú trọng đến sự tương tác và cởi mở thông tin giữa các thành viên. Với các thông tin liên tục được cập nhật chia sẻ có tính đa dạng từ các nguồn sách, báo, phim ảnh và kinh nghiệm thực tế,... các thành viên SLEADER sẽ cùng nhau tiếp cận và học hỏi những kiến thức mới, mở rộng góc nhìn và kỹ năng giải quyết các vấn đề một cách hệ thống.

Bằng cách tập trung vào việc truyền đạt kiến thức đã được bản thân đúc kết một cách sinh động và rõ ràng, người thuyết trình sẽ rèn luyện được các kỹ năng tổng hợp nội dung, thiết kế PowerPoint và biểu đạt ý kiến một cách logic và tự tin hơn khi thể hiện trước đám đông. Còn đối với những người tham gia, các thành viên sẽ được tiếp cận với những công nghệ và kiến thức thiết thực, cập nhật nhất, giúp họ mở rộng hiểu biết về nhiều lĩnh vực có tính bổ trợ cho công việc, từ đó từng bước vươn tới mục tiêu cao hơn trong sự nghiệp và thành công cá nhân.

Bên cạnh đó, sau mỗi bài trình bày, các thành viên sẽ có thời gian thảo luận, hỏi đáp và thực hành áp dụng kiến thức liên quan đến thực tiễn. Qua việc thảo luận và trao đổi ý kiến, các thành viên sẽ đưa ra các góc nhìn khác nhau để áp dụng kiến thức vừa nghe vào thực tế một cách linh hoạt.



Các thành viên SLEADER tích cực trao đổi, thảo luận trong buổi Review



Các thành viên SLEADER luân phiên trở thành diễn giả của buổi Review

Qua 6 năm duy trì liên tục, “Đọc và chia sẻ tri thức” đã trở thành văn hoá bản sắc của Viện nói chung và các thành viên nói riêng, giúp SLEADER phát huy hiệu quả các giá trị cốt lõi và phát triển văn hóa tổ chức. Hơn thế nữa, đối với các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực đào tạo, nghiên cứu và tư vấn, có thể xem đây là một công cụ quản lý nhân sự hiệu quả. Suy rộng ra, trong xu hướng xây dựng tổ chức học hỏi (learning organization), các doanh nghiệp có thể áp dụng văn hóa này nhằm giúp đội ngũ nhân lực cập nhật và thông thạo hơn về các vấn đề chuyên môn, đồng thời cũng giúp họ có thêm động lực và niềm đam mê trong công việc của mình. Từ đó, cải thiện năng suất và tăng cường trình độ nghiệp vụ, nâng cao chất lượng và sự phát triển của các cán bộ, nhân viên, đồng thời đóng góp cho sự thành công của doanh nghiệp.

SLEADER ĐỒNG HÀNH CÙNG GDC TRONG CHUYỂN HƯỚNG CHIẾN LƯỢC



Là nhà thầu chuyên nghiệp trong xây dựng hạ tầng, cảnh quan và xây dựng dân dụng, trong suốt 10 năm qua, Công ty Cổ phần Tập đoàn GDC (GDC Group) đã ghi dấu tên tuổi của mình trên các công trình lớn trải dài khắp cả nước. Một trong số đó phải kể đến như Sân Golf Legend Hill, Khách sạn Sheraton (Đà Nẵng), Đại học Quốc tế Anh Việt, Cao tốc Hà Nội- Hải Phòng, Dự án hạ tầng Khu Công nghệ cao Hoà Lạc, dự án Light House – Ecorivers Hải Dương, Dự án ParkCity Hanoi,...

SLEADER đồng hành cùng GDC Group xây dựng chiến lược bằng Công nghệ Đồng hợp Malik

Sau một thập kỷ hoạt động không ngừng nghỉ, GDC Group đang dần khẳng định vị thế của mình trong lĩnh vực xây dựng. Vào giai đoạn khó khăn nhất đối với không chỉ GDC mà tất cả các doanh nghiệp – giai đoạn của đại dịch COVID-19, Ban Lãnh đạo công ty đã nhạy bén nắm bắt thời điểm này để đánh giá lại những điểm mạnh và xác định hướng đi mới, tạo sự bứt phá và thành công dài hạn. Trong số các đơn vị tư vấn trong nước và quốc tế trên thị trường, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (SLEADER) vinh dự khi được lựa chọn đồng hành cùng GDC trong việc xây dựng chiến lược phát triển đến năm 2025, tầm nhìn 2035 bằng Công nghệ Đồng hợp Malik. Đây là lần đầu tiên Công nghệ Đồng hợp Malik được ứng dụng tại Việt Nam và cũng được coi là bước ngoặt chuyển mình của GDC trên con đường đạt được thành tựu như hiện tại.

Chiến lược được hình thành sau khi ứng dụng Công nghệ Đồng hợp Malik

GDC Group đã xác định cho mình sứ mệnh đó là tạo ra các sản phẩm thông minh có giá trị vượt trội hài hòa, với hệ sinh thái tự nhiên và xã hội, đem lại văn minh cùng tiện ích cho người sử dụng, góp phần xây dựng đất nước Việt Nam tươi đẹp phồn vinh. Cùng với đó, mọi hoạt động của GDC cũng tập trung theo Slogan “Kiến tạo giá trị thông minh”.

Nhằm hiện thực hóa tầm nhìn trở thành doanh nghiệp có thương hiệu quốc gia trong lĩnh vực đầu tư và xây dựng các công trình thông minh, GDC đã nỗ lực không ngừng, từng bước thực hiện các giải pháp chiến lược, và ngày càng phát triển vượt trội.





TS. Dương Thu đại diện SLEADER bàn giao chiến lược cho GDC năm 2021

Kết quả triển khai chiến lược của GDC

Từ những ngày đầu thành lập với vốn chủ sở hữu là 6 tỷ trong năm 2013, GDC đã chứng kiến sự tăng trưởng khi con số này đạt mức 250 tỷ trong năm 2023. Bên cạnh đó, GDC cũng đã đặt mục tiêu doanh thu 1036 tỷ trong năm 2023 và dự kiến đạt 4500 tỷ vào năm 2027. Về danh tiếng trên phương tiện truyền thông, chỉ trong một năm, GDC đã nâng thứ hạng từ 785 lên 419 trong danh mục các công ty trong lĩnh vực xây dựng tại Việt Nam.

Để có thể sở hữu một đội ngũ nhân sự đảm bảo về cả chất lượng và số lượng, GDC luôn duy trì một văn hoá doanh nghiệp với những giá trị cốt lõi: “Cầu tiến, Trách nhiệm, Đoàn kết, Chuyên nghiệp, Sáng tạo”, tạo môi trường làm việc để nhân viên có không gian

phát triển, phấn đấu và quan trọng hơn hết là gắn bó trở thành những cán bộ quản lý chủ chốt. GDC sẵn sàng đào tạo, huấn luyện, bổ nhiệm các cán bộ kỹ thuật, nhân viên có trình độ xuất sắc có thể trở thành cán bộ quản lý. Với sự nỗ lực không ngừng đó, đội ngũ nhân sự của GDC đang ngày càng lớn mạnh với 400 nhân sự có trình độ Kỹ sư, Thạc sĩ, Tiến sĩ, và từng bước khẳng định niềm tin với hàng vạn khách hàng trên khắp cả nước.

Với tinh thần khởi nghiệp luôn thường trực trong mỗi thành viên, GDC đã và đang triển khai những công trình chất lượng từ cảnh quan hạ tầng đến cao tầng có quy mô tầm cỡ. Chúc cho GDC Group sẽ ngày càng vững mạnh để chinh phục những đỉnh cao mới.



NGÔI SAO THÁNG 4

LÊ THỊ HOA MAI

Bộ phận Hành chính - Nhân sự



NGÔI SAO THÁNG 5

ĐẶNG THỊ HƯƠNG THẢO

Giám đốc Trung tâm Đồng hợp



NGÔI SAO THÁNG 6

NGÔ THỊ THU THẢO

Trợ lý chuyên gia

CHIẾN LƯỢC LÀ NHỮNG GÌ BẠN KHÔNG LÀM



Chiến lược không phải là những gì bạn sẽ làm mà là những gì bạn quyết định không làm trong khi người khác vẫn làm.

Biết từ bỏ để tập trung năng lực cho những gì đem lại hiệu quả

Theo tiếp cận thông thường, chiến lược được hiểu là những gì phải làm trong hiện tại để tạo nên tương lai. Tuy nhiên, có một cách khác để có được chiến lược, đó là bỏ bớt những việc không hiệu quả để tập trung chỉ làm những việc mang lại hiệu quả cao nhất. Đó cũng là khẳng định của Giáo sư. M. Porter thuộc Đại học Havard, Hoa Kỳ. Ông cho rằng, cần phải từ bỏ một số lĩnh vực, ngành nghề để tập trung đầu tư cho những sản phẩm mang lại sự khác biệt và đạt hiệu quả cao. Điều này càng quan trọng hơn khi doanh nghiệp đang ở quy mô nhỏ và vừa hoặc đang trong quá trình khởi nghiệp.

Theo Giáo sư M. Porter, doanh nghiệp cần phải biết “đánh đổi”, từ bỏ một số lợi ích nhỏ. Thay vì làm dàn trải, chúng ta cần tập trung sức lực chăm sóc đối tượng khách hàng mục tiêu. Đây chính là sự đánh đổi mang tính chiến lược để doanh nghiệp trở nên “độc nhất vô nhị” trên thị trường.

Doanh nghiệp cũng cần biết sự khác biệt giữa những gì thực sự rất quan trọng và những gì không quan trọng; giữa những điều không bao giờ thay đổi và những điều nên để ngỏ cho sự thay đổi; giữa những gì “cam kết thực hiện” và “chính thức thực hiện”.

Đồng quan điểm với GS. M. Porter, GS. Trương Nguyễn Thành (Đại học Utah, Hoa Kỳ và Đại học Văn Lang, Việt Nam) khuyến nghị rằng, các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam nên từ bỏ cám dỗ theo đuổi chiến lược đa dạng hóa vì ba giới hạn liên quan đến: (1) nguồn vốn; (2) nguồn nhân lực; (3) cơ sở vật chất.

Tương tự, GS. Fredmund Malik, Viện Malik, Thụy Sĩ cũng khuyên các nhà quản trị cần tập trung vào một số việc, không nên phân tán lực lượng. Theo Ông, môi trường kinh doanh ngày càng phức hợp, liên đới và đan xen, vì vậy chúng ta cần phải đối phó với nhiều thách thức khác nhau. Tuy nhiên, chúng ta không thể thành công trong nhiều lĩnh vực khác nhau cùng một lúc. Biết lược bớt là điều rất quan trọng.



ĐIỂM MẠNH



ĐIỂM YẾU

Bỏ qua điểm yếu để khai thác điểm mạnh một cách triệt để

Khi xây dựng chiến lược, chúng ta luôn phải xem xét những điểm yếu hiện có của doanh nghiệp, thậm chí có thể có những trường hợp mà việc loại bỏ các điểm yếu rất quan trọng để thành công. Tuy nhiên, trên thực tế, thành công đến từ việc sử dụng và khai thác một thế mạnh cụ thể mà doanh nghiệp hiện đang có, không phải là thế mạnh mà công ty dự định xây dựng trong tương lai trong vòng 5 – 10 năm. Trong kinh doanh không ai có nhiều thời gian như vậy.

Điểm yếu thì ai cũng dễ nhận ra vì nó thường gây hổng việc, vì thế từ tổ chức cho đến cá nhân đều muốn khắc phục điểm yếu. Tuy nhiên, việc khắc phục điểm yếu sẽ tốn nhiều thời gian và nguồn lực, nhưng ngay cả khi điểm yếu được loại bỏ thì doanh nghiệp cũng chỉ đạt đến kết quả trung bình, trong khi mục tiêu của chiến lược là nhằm vào kết quả vượt trội.

Điều này có nghĩa là, chỉ loại bỏ các điểm yếu không đủ để mang lại thành công hoặc tạo nền tảng cho thành công. Khi xây dựng chiến lược, chúng ta trước tiên và chủ yếu phải tập trung vào việc xác định điểm mạnh. Nhưng xác định điểm mạnh thực sự của doanh nghiệp luôn là việc khó, đòi hỏi phải có khả năng nhìn sâu vào bên trong cũng như chọn lựa hệ quy chiếu đúng đắn từ bên ngoài. Giáo sư F. Malik nhấn mạnh rằng, khám phá thế mạnh của một tổ chức có giá trị giống với bất kỳ khoản tư vấn nào và công việc ưu tiên của Ông trong lĩnh vực tư vấn là giúp các công ty và tổ chức tìm ra điểm mạnh của họ.

Nói tóm lại, về nguyên tắc, các công ty vừa và nhỏ nên tập trung vào những gì được coi là thế mạnh, tránh xa việc đa dạng hóa. Điều này không có nghĩa là doanh nghiệp vừa và nhỏ không thể thực hiện đa dạng hóa. Tuy nhiên, sẽ là rất khó khăn và rủi ro để một công ty thực hiện đa dạng hoá khi họ thiếu 2 điều kiện tiên quyết quan trọng, đó là vốn và năng lực quản lý.

LÀM THẾ NÀO ĐỂ SỐNG SÓT SAU SUY THOÁI VÀ PHÁT TRIỂN VƯỢT TRỘI?

Tóm lược: Trong các cuộc suy thoái năm 1980, 1990 và 2000, 17% trong số 4.700 công ty đại chúng được nghiên cứu hoạt động rất tệ: họ bị phá sản, bị tư nhân hóa hoặc bị mua lại; nhưng cũng có 9% trong số đó phát triển mạnh mẽ, vượt trội hơn ít nhất 10% về doanh thu và lợi nhuận so với các đối thủ cạnh tranh. Vậy, các công ty nên chuẩn bị như thế nào trước một cuộc suy thoái và họ nên làm gì khi suy thoái xảy ra? Bài này sẽ mang đến những lời khuyên cho bốn lĩnh vực: nợ, ra quyết định, quản lý lực lượng lao động và chuyển đổi kỹ thuật số.

Đầu năm 2000, công ty kinh doanh sách trực tuyến Amazon.com chỉ mới 5 tuổi đã bán ra 672 triệu đô la trái phiếu chuyển đổi nhằm củng cố tình hình tài chính. Một tháng sau, bong bóng dot-com bùng nổ. Vài năm sau đó, hơn một nửa số công ty kỹ thuật số khởi nghiệp đã ngừng hoạt động – gồm rất nhiều đối thủ của Amazon trong lĩnh vực thương mại điện tử lúc bấy giờ.

Suy thoái – được định nghĩa là tăng trưởng kinh tế âm trong hai quý liên tiếp – có thể do các cú sốc kinh tế (chẳng hạn như giá dầu tăng đột biến), khủng hoảng tài chính (như khủng hoảng xảy ra trước cuộc Đại suy thoái 2009), hay những thay đổi nhanh chóng của kỳ vọng kinh tế (nguyên nhân khiến bong bóng dot-com tan vỡ), hoặc một sự kết hợp nào đó của cả ba. Hầu hết các công ty đều bị ảnh hưởng trong thời kỳ suy thoái. Nguyên nhân chủ yếu là do nhu cầu (và doanh thu) giảm trong khi sự mơ hồ về tương lai gia tăng. Nhưng nghiên cứu cũng cho thấy có nhiều cách để giảm thiểu thiệt hại.

“Suy thoái kinh tế là một bài tập đầy áp lực trong quản lý sự thay đổi. Để định hướng thành công trong một cuộc suy thoái, một công ty cần phải linh hoạt và sẵn sàng thích ứng.”

1. Giảm nợ trước suy thoái

Điều đầu tiên và quan trọng nhất là đừng để cạn tiền. Suy thoái kinh tế thường dẫn tới doanh thu giảm và do đó khoản tiền để chi trả cho các hoạt động cũng sẽ giảm. Nếu Amazon không huy động được một khoản tiền trước khi vụ phá sản dot-com xảy ra, cơ hội lựa chọn của công ty sẽ bị thu hẹp hơn rất nhiều. Chính nhờ số tiền thu được từ trái phiếu, phần lỗ trong các khoản đầu tư đã được bù đắp và Amazon Marketplace, nền tảng dành cho người bán bên thứ ba của Amazone ra đời. Thậm chí, trong và sau suy thoái, Amazon đã có thể mở rộng sang các phân khúc mới như nhà bếp, du lịch, may mặc và vào thị trường Canada.

Nợ nần càng lớn, bạn càng cần nhiều tiền lưu động để trả gốc và lãi. Khi một cuộc suy thoái xảy ra và lượng tiền để quay vòng cạn kiệt, bạn sẽ đứng trước nguy cơ vỡ nợ. Trước sức ép từ những khoản nợ phải trả, các công ty sẽ buộc phải cắt giảm chi phí, thường là bằng cách sa thải nhân viên. Kéo theo đó, năng suất sẽ giảm và cơ hội để bắt đầu các khoản đầu tư mới cũng không còn.

Nếu dự liệu rằng sắp tới sẽ có một cuộc suy thoái, công ty nên cân nhắc việc giảm nợ. Bạn cần xem xét kỹ danh mục đầu tư của mình, có thể chọn bán bớt tài sản để giảm nợ chứ không nhất thiết phải cắt giảm các hoạt động cốt lõi của công ty.



| GÓC NHÌN

2. Tập trung vào việc ra quyết định

Khảo sát về quyền tự quyết cho thấy các công ty nơi mà quản lý nhà máy có ít quyền quyết định trong vấn đề đầu tư, ra mắt sản phẩm mới, bán hàng và marketing được coi là có mức độ tập quyền cao. Khi thu thập dữ liệu về những ngành bị ảnh hưởng nặng nề nhất bởi cuộc Đại suy thoái, các nhà nghiên cứu thông tin: “Việc phân quyền giúp các công ty/tổ chức hiệu quả hơn khi đối mặt với hoàn cảnh khắc nghiệt nhất trong khủng hoảng”. Tuy nhiên, họ cũng phát hiện ra rằng, lợi ích của việc phân quyền giảm dần đi khi điều kiện kinh tế được cải thiện.

Điều này cho thấy, trong những thời điểm không rõ ràng, việc ủy quyền ra quyết định đặc biệt có giá trị. Những công ty phân quyền thực hiện trao quyền quyết định cho các cấp thấp hơn sẽ có khả năng thích ứng tốt hơn với các điều kiện thay đổi, chẳng hạn như điều chỉnh sản phẩm để đáp ứng nhu cầu mới.

Trong thời kỳ suy thoái, các công ty dễ rơi vào bẫy tập trung quyền lực. Nhưng tính chất mơ hồ của một cuộc suy thoái đòi hỏi phải thử nghiệm đối với việc ra quyết định trong toàn tổ chức. Ngay cả khi các công ty quyết định không phân quyền thì họ vẫn có thể thu thập thông tin đầu vào từ nhân sự ở tất cả các cấp để đưa ra những quyết định quan trọng.

3. Đừng chỉ chăm chăm vào cắt giảm nhân sự

Cắt giảm nhân sự là điều không thể tránh khỏi trong thời kỳ suy thoái. Trong cuộc Đại suy thoái, chỉ riêng năm 2009 đã có 2,1 triệu người Mỹ bị mất việc làm. Tuy nhiên, các công ty nổi lên mạnh mẽ nhất từ cuộc khủng hoảng lại ít dựa vào việc sa thải nhân viên để cắt giảm chi phí, mà dựa nhiều hơn vào việc nâng cao hiệu suất lao động.

Đó là bởi, sa thải không chỉ gây hại đến người lao động mà còn gây tổn kém cho các công ty. May mắn thay, sa thải không phải là cách duy nhất để cắt giảm chi phí lao động. Các công ty nên xem xét các phương án giảm giờ làm, cho nghỉ luân phiên và trả lương theo hiệu suất.

Một điểm hấp dẫn của việc giảm giờ làm và cho nghỉ luân phiên là, tương tự như cắt giảm nhân sự, các công ty vẫn có toàn quyền quyết định người lao động nào bị ảnh hưởng. Trong khi đó, việc cắt giảm lương toàn diện hoặc ngừng sử dụng lao động mà không xem xét đến năng suất của nhân viên có thể gây phản tác dụng, làm tổn hại tinh thần của cả công ty và đẩy những nhân viên hiệu quả nhất rời đi. Đến khi suy thoái qua đi, việc tuyển dụng và đào tạo nhân viên mới trở nên khó khăn và rất tốn kém, dẫn đến cơ hội tồn tại sau đó của các công ty giảm sút nghiêm trọng.

Ngoài ra, trả lương theo hiệu suất, hay trả thù lao dựa trên một số thước đo về hiệu suất lao động hoặc kết quả kinh doanh, cũng là một cách khác để kiểm soát chi phí lao động mà không làm ảnh hưởng đến năng suất chung. Với việc trả lương theo hiệu suất, người lao động được khuyến khích để thích ứng với các điều kiện thay đổi và các công ty cũng trở nên linh hoạt hơn trong thời kỳ khó khăn.





4. Đầu tư vào công nghệ

Suy thoái xuất hiện là để khuyến khích việc áp dụng các công nghệ mới. Số liệu thống kê cho thấy, ở những khu vực bị ảnh hưởng nặng nề bởi cuộc Đại suy thoái tại Hoa Kỳ, các công ty đã tăng cường đầu tư vào công nghệ thông tin và tăng yêu cầu về kỹ năng CNTT trong thông tin tuyển dụng.

Có thể là vì việc áp dụng công nghệ sẽ tốn ít chi phí hơn trong thời kỳ suy thoái. Khi nền kinh tế đang trong tình trạng tốt, một công ty sẽ dồn hết cho việc đẩy mạnh sản xuất và kinh doanh. Nhưng khi số lượng người sẵn sàng mua hàng giảm đi, các hoạt động không cần phải duy trì ở mức tối đa, ngân sách hoạt động được giải phóng để đầu tư vào các sáng kiến CNTT mà không làm giảm doanh số bán hàng.

Hơn nữa, về thực tế quản lý, công nghệ có thể làm cho doanh nghiệp của bạn minh bạch hơn, linh hoạt hơn và hiệu quả hơn, giúp bạn quản lý hiểu rõ hơn về doanh nghiệp, mức độ ảnh hưởng của suy thoái và tìm thấy tiềm năng cải thiện hoạt động.

Như chúng ta đã thấy, suy thoái kinh tế có thể tạo ra khoảng cách hiệu suất lớn và lâu dài giữa các công ty. Công nghệ kỹ thuật số cũng có thể làm điều tương tự. Sẽ đến lúc các công ty bỏ qua quá trình chuyển đổi kỹ thuật số nhận ra rằng những khoảng cách đó là không thể vượt qua trong cuộc suy thoái kế tiếp.

BA TRỤ CỘT TẠO NÊN SỨ MỆNH DOANH NGHIỆP

Một trong những câu hỏi chính đặt ra với các nhà quản trị là làm thế nào để xác định hướng đi cơ bản cho một doanh nghiệp – mục đích, chính sách và nguyên tắc hoạt động mà doanh nghiệp cần có là gì. Những định hướng cơ bản này có thuật ngữ chung là “sứ mệnh”, không chỉ có thể áp dụng cho doanh nghiệp mà cho mọi thể chế và tổ chức. Để phát triển một sứ mệnh cho công ty, chắc chắn không thể bắt đầu bằng việc trau chuốt ngôn từ, cũng không bằng việc tìm một khẩu hiệu hay ho, hấp dẫn. Để có được sứ mệnh, lãnh đạo doanh nghiệp cần xác định ba yếu tố cơ bản được thể hiện ở ba câu hỏi mà bất kỳ tổ chức nào cũng cần phải tập trung, đó là:

1) Thị trường cần gì? hay: Khách hàng trả tiền cho bạn vì điều gì?

2) Điểm vượt trội của doanh nghiệp bạn là gì? hay: Những gì bạn có thể làm tốt hơn đối thủ cạnh tranh?

3) Từ đâu mà doanh nghiệp bạn có sức mạnh nội tại? hay: Mọi người trong doanh nghiệp bạn tin tưởng vào điều gì?

Bài viết này sẽ đề cập đến ba trụ cột của một sứ mệnh, đó là nhu cầu, điểm mạnh và niềm tin và phân tích sự tương tác giữa ba yếu tố đó.



1. Nhu cầu

Nhu cầu, hay câu hỏi “Thị trường cần gì?” hướng sự chú ý ra bên ngoài, hướng đến xã hội, nền kinh tế, thị trường và cụ thể là đến khách hàng. Nhu cầu ở đây (need) không phải là mong muốn (want) hay thậm chí là nhu cầu có khả năng chi trả (demand). Đôi khi nhu cầu của khách hàng tương đồng với mong muốn; đôi khi mong muốn phải nảy sinh từ nhu cầu khách quan. Không phải tất cả các nhu cầu đều được đáp ứng. Việc có trở thành nhu cầu có khả năng chi trả hay không còn phụ thuộc vào thu nhập khả dụng của khách hàng. Điều đó dẫn tới các câu hỏi: Khách hàng trả tiền cho bạn vì cái gì? Họ thực sự trả tiền vì điều gì? Những khách hàng khác đang ở đâu và họ đang mua gì?

Khi nắm giữ được 30% thị phần, bạn hoàn toàn có thể tự hào về thành tích hoành tráng đã đạt được. Tuy nhiên, chiếm được 30% thị phần cũng có nghĩa là đã để mất 70% thị trường. Vậy tại sao 70% còn lại không phải là khách hàng của bạn?

Điểm cốt yếu trong việc xác định yếu tố đầu tiên của sứ mệnh là nhìn ra bên ngoài để nhận biết nhu cầu khách hàng, những cơ hội và những nguy cơ thực sự đang phải đối mặt.

2. Điểm mạnh

Yếu tố thứ hai của sứ mệnh là câu hỏi: Điểm mạnh của doanh nghiệp bạn là gì? Bạn có thể làm việc gì tốt hơn đối thủ cạnh tranh? Sự vượt trội của doanh nghiệp bạn đến từ đâu? Câu hỏi này kéo sự chú ý khỏi thế giới bên ngoài để hướng vào bên trong công ty, nhưng luôn trong mối tương quan so sánh với những công ty khác.

Việc tìm ra sự thiếu hụt và có hành động để bù đắp chỉ là một phần công việc đơn giản và ít quan trọng. Điều khó thực hiện hơn và cũng quan trọng hơn là phải xác định được thế mạnh của doanh nghiệp. Bởi, điểm mạnh của công ty mới là những thứ mà khách hàng có thể cảm nhận được và thúc đẩy họ mua hàng của bạn chứ không phải của những người khác.

Việc tốt hơn một chút so với những công ty khác có ý nghĩa rất lớn và mọi nhà quản lý có kinh nghiệm đều biết rằng cần phải sử dụng tất cả sức mạnh sẵn có để duy trì một vị trí dẫn đầu nhỏ, chứ chưa nói đến việc tiến xa hơn.



3. Niềm tin

Trụ cột thứ ba của một sứ mệnh liên quan đến câu hỏi: Điều gì thực sự khiến mọi người xúc động sâu sắc? Điều gì có thể thôi thúc được năng lực hành động của mỗi cá nhân, và hơn cả là năng lực còn tiềm ẩn của họ? Sức mạnh để các cá nhân và tổ chức vượt qua khó khăn từ đâu mà có? Điều đang nói đến ở đây không chỉ là khái niệm “động lực” thông thường. Đó là thứ sức mạnh mà dựa vào đó, mọi người vẫn có thể làm chủ ngay cả khi rơi vào những tình huống vô vọng, khi động lực “bình thường” đã hết mà vẫn chưa đạt được mục tiêu, khi thách thức quá lớn cần phải có những nỗ lực lớn lao thậm chí là hy sinh, khi phải huy động đến những nguồn lực dự trữ cuối cùng.

Các doanh nghiệp cần tạo cho nhân viên những lý do chính đáng để họ tự nguyện làm việc vượt hơn cả những động lực thông thường và tiền bạc, trong đó tấm gương từ cấp trên và văn hóa doanh nghiệp được coi một trong những yếu tố cốt lõi.

4. Tương tác giữa các yếu tố

Chỉ có sự tương tác giữa ba yếu tố (nhu cầu, điểm mạnh, niềm tin) mới tạo ra một sứ mệnh tổng thể được mô hình hóa như trên. Ngoài ra, còn có ba yếu tố khác bắt nguồn từ ba yếu tố đầu tiên. Đó là: giá trị, sự tự tôn và ý nghĩa.

Nguồn gốc của giá trị

Khi thế mạnh của một công ty không đáp ứng được nhu cầu hiện tại thì sẽ không xuất hiện giá trị. Tương tự, giá trị sẽ không có khi một công ty có năng lực nhưng lại không tìm ra nhu cầu của thị trường. Chỉ có sự tương tác giữa nhu cầu và điểm mạnh mới có thể tạo ra giá trị, cụ thể là giá trị khách hàng.

Nguồn gốc của sự tự tôn

Người ta không thể tự hào vì một thứ mà công ty của họ không có khả năng làm, do vậy cũng sẽ không có niềm tin vào khả năng đó. Sự tương tác giữa điểm mạnh và niềm tin dẫn tới niềm tự hào về công ty và kết quả phái sinh từ đó là sự tự tôn và sự tự tin.

Nguồn gốc của ý nghĩa

Cuối cùng, sự tương tác giữa niềm tin và nhu cầu tạo ra ý nghĩa. Đó là ý nghĩa mà ta tìm thấy khi cống hiến hết mình cho một công việc hoặc nhiệm vụ. Như lời của Nietzsche: Người có mục đích sống có thể làm được tất cả.

Một sứ mệnh càng truyền cảm hứng thì sẽ càng thôi thúc doanh nghiệp phải tạo ra được sự khác biệt so với những doanh nghiệp khác. Sao chép người khác chỉ được coi là một chiến lược hữu ích nếu bạn có thể làm tốt hơn nhiều so với họ. Theo đó, sứ mệnh là điều kiện tiên quyết và là cơ sở cho việc phát triển một thương hiệu vững mạnh và trường tồn.

VIỆN NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN LÃNH ĐẠO CHIẾN LƯỢC



266 Lạc Long Quân, phường Bưởi, quận Tây Hồ, Hà Nội



sleader.vn



facebook.com/sleadervietnam



info@sleader.vn



0965 965 368 / 024 3201 1519