


 sleader.vn
 info@sleader.vn
 0965 965 368 / 024 3201 1519
 Phòng 1102, tòa nhà N02T1,
Ngoại Giao Đoàn,
Bắc Từ Liêm, Hà Nội

Thực hiện bởi

Tin bài và ảnh:
Viện Nghiên cứu Phát triển
Lãnh đạo Chiến lược (Sleader)

Thiết kế:
Chu Đỗ Hoàng Sơn

Chỉ đạo nội dung:
TS. Dương Thị Thu

Biên tập:
Đặng Thị Hương Thảo
Đỗ Quỳnh Anh

Sleader

REVIEW

Quý I/2021 - Ngày 20/04/2021

Sleader đã khởi động
năm 2021 như thế nào?

Thông điệp Viện trưởng

Với triết lý **Con đường đúng, tương lai sáng**, Viện Nghiên cứu Phát triển Lãnh đạo Chiến lược (Sleader) được thành lập với sứ mệnh đồng hành và giúp các doanh nghiệp tìm ra con đường phát triển riêng biệt để đạt được các thành tích vượt trội một cách bền vững. Sự khác biệt trong các dịch vụ tư vấn của Sleader chính là cung cấp các giải pháp mang **tính khả thi, thực tiễn và hiệu quả** cho khách hàng. Để khẳng định sự khác biệt đó, Sleader sở hữu một năng lực cốt lõi với 3 đặc trưng, đó là: (1) **Mô hình và công cụ quản trị mang đẳng cấp quốc tế** do Viện Malik, Thụy Sĩ chuyển giao như: Đông hợp, Sensimod, phần mềm MSA... (2) **Bí quyết công nghệ được nghiên cứu và thẩm định trên thực tiễn ở Việt Nam** bằng cách giải mã được các nghịch lý về kết hợp quản trị Đông – Tây, một phần các bí quyết đó đã được xuất bản thành Cẩm nang Giải mã chiến lược Đông – Tây; (3) **Phong cách chuyên nghiệp và văn minh trong công việc** được thể hiện và bắt đầu từ những việc rất nhỏ, luôn coi trọng quyền lợi của đối tác khách hàng bằng cách mang đến cho họ các sản phẩm dịch vụ tư vấn

chất lượng mang tính đồng bộ nhất quán và toàn vẹn. Tinh thần Win – Win luôn được đề cao trong mọi mối quan hệ và sự hợp tác mà Sleader tham dự.

Chính sự khác biệt nói trên, dù thời gian hoạt động chính thức chưa dài nhưng Viện đã được các đối tác có thương hiệu lớn lựa chọn hợp tác và sau khi triển khai các giải pháp mà Sleader tư vấn, kết quả hoạt động của các doanh nghiệp đã tăng lên vượt bậc, có công ty đang trên bờ vực của sự thua lỗ và bế tắc đã vươn lên trong top 10 của Tập đoàn, dù là bị ảnh hưởng của Covid – 19.

Thế kỷ 21 với đặc trưng là sự phức hợp, môi trường kinh doanh VUCA, tin tưởng rằng, với sự hỗ trợ của Viện Malik, Thụy Sĩ - một tổ chức tư vấn hàng đầu châu Âu về quản trị và lãnh đạo hiệu quả, Viện Sleader sẽ cung cấp được nhiều dịch vụ tư vấn hữu ích cho cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam và qua đó góp phần hiện thực hóa khát vọng 2045 của cả dân tộc

MỤC LỤC

Tin tức	02
Văn hóa Sleader	08
Góc nhìn Sleader	10
Cẩm nang đời sống	15



Tin tức nội bộ

Giải mã Chiến lược Đông Tây – Tương lai của doanh nghiệp Việt

Vào ngày 17 tháng 1 năm 2021, Viện Lãnh đạo Chiến lược (Sleader) đã tổ chức thành công buổi mạn đàm ra mắt cuốn sách "Giải mã Chiến lược Đông Tây" tại Salon văn hóa Cà Phê Thứ Bảy, Hà Nội. Buổi mạn đàm đã thu hút được sự quan tâm của đông đảo chủ doanh nghiệp lớn nhỏ, các nhà quản lý và các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực quản trị.



Trong buổi mạn đàm "Kết hợp văn hóa Đông Tây trong phát triển doanh nghiệp", hai diễn giả – TS. Dương Thị Thu và TS. Trần Thị Hồng Liên – đã chia sẻ các khía cạnh đối lập cùng những điểm hội tụ giữa văn hóa phương Đông và phương Tây dựa trên những kinh nghiệm và trải nghiệm thực tế. Chính sự tương đồng và hội tụ đó đã thôi thúc các diễn giả, đồng thời là tác giả, đưa ra những nhận định độc đáo để áp dụng tư duy Đông Tây trong điều hành tổ chức, doanh nghiệp. Ví dụ như: Thế và thời trong phân tích chiến lược; Không chỉ nên làm những gì mình giỏi; Cải biến văn hóa để thực thi chiến lược thành công. Cuốn sách nhấn mạnh vào việc kết hợp hài hòa giữa tính linh hoạt và khả



năng ứng phó tốt với nghịch cảnh của phương Đông và công nghệ, quy trình mạch lạc của phương Tây trong quản trị doanh nghiệp.

"Giải mã Chiến lược Đông Tây" – Bài học vô giá cho người khởi nghiệp

"Sứ mệnh, tầm nhìn là đặc biệt quan trọng. Khởi nghiệp mà không có chiến lược thì như đi trên sa mạc mà không có la bàn. Tôi hiểu rõ hơn ai hết con đường dẫn tới thành công không phải là con đường thẳng, hơn thế nữa, quan trọng là tìm ra đúng con đường. Chính vì vậy, tôi đề cao nội dung cuốn sách Giải mã Chiến lược Đông Tây vì vừa truyền đạt được những bài học chiến lược đúng đắn nhất cho những người khởi nghiệp, vừa cả cho những doanh nhân lâu năm trong nghề."

"Đây đều là những kiến thức mà tôi mò mẫm mà ra trong quá trình trưởng thành cùng doanh nghiệp. Giờ khi đã vững mạnh, nhìn lại, tôi mừng vì chúng tôi đã đi đúng hướng. Nhưng giá mà tôi được đọc cuốn sách Giải mã Chiến lược Đông Tây sớm hơn thì có thể chúng tôi đã thành công hơn nữa."

Tinh hoa Đông Tây được cô đọng trong từng trang sách

Đối với các nhà quản trị, tri thức chính là nền tảng để tạo dựng đế chế doanh nghiệp hưng thịnh. Việc tích lũy kiến thức có thể được thực hiện bằng một trong hai cách: qua kinh nghiệm thực tiễn hoặc qua học hỏi từ những người đi trước. Kinh nghiệm là nguồn học tập tốt, nhưng thường tốn rất nhiều thời gian và thử nghiệm để tạo dựng một nền tảng vững chắc. Trong khi đó, tài liệu học hỏi luôn có sẵn và dễ dàng tiếp cận nhất là "sách". Ông Trần Văn Lê cho rằng cuốn sách Giải mã Chiến lược Đông Tây là một nguồn tài liệu vô giá bởi nó kết hợp được những tinh hoa của cả phương Đông và phương Tây trong những bài học chiến lược, với những ví dụ thực tiễn được cô đọng và hệ thống hóa một cách bài bản và dễ áp dụng vào thực tế.

Hai diễn giả TS. Dương Thị Thu và TS. Trần Thị Hồng Liên thuyết trình tại mạn đàm

Giải mã Chiến lược Đông Tây – Tương lai của doanh nghiệp Việt

Bên cạnh đó, trong phiên thảo luận, những doanh nhân với nhiều kinh nghiệm làm việc tại các nước phương Tây và đang phát triển doanh nghiệp tại Việt Nam đều đồng tình rằng việc kết hợp văn hóa và tư duy Đông Tây là đặc biệt cần thiết trong quản trị doanh nghiệp khi mà hiện nay đại dịch COVID-19 đang gây ra những biến đổi khó đoán định trong môi trường kinh doanh



Độc giả đọc sách Giải mã Chiến lược Đông Tây

Kết hợp tư duy Đông Tây là con đường cho doanh nghiệp trong kỷ nguyên của châu Á

Thế kỷ 21 là khởi đầu cho thời đại của các xã hội và nền kinh tế Á Châu khi những quốc gia nơi đây đã phát triển tới một trình độ, quy mô lớn để trở thành “thế lực” trong sân chơi toàn cầu. Người phương Tây đang phải học hỏi để kinh doanh với châu Á, vì vậy doanh nhân Việt càng phải biết khai thác giá trị vốn có của mình. Những giá trị truyền thống Á Đông tốt đẹp nên được lưu giữ, nhưng nhà quản trị cần phải chú ý kết hợp những tinh hoa và phẩm chất phương Tây để học hỏi theo nếu muốn doanh nghiệp vững mạnh hơn nữa. Đó chính là mục đích truyền tải của cuốn sách Giải mã Chiến lược Đông Tây – một cuốn cẩm nang dành cho những nhà quản trị mong muốn đưa doanh nghiệp lên một tầm cao mới bằng việc kết hợp tinh hoa Đông – Tây.

Phần mềm MSA – Giải pháp tối ưu trong đánh giá hệ thống quản trị doanh nghiệp

Tại Việt Nam, COVID-19 đã để lại tàn dư không nhỏ: Nhiều doanh nghiệp lớn phải đóng cửa chi nhánh, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng lần lượt rút khỏi thị trường – chỉ trong năm 2020 ở nước ta, đã có 70,000 doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động và đóng cửa. Có thể nói, cơn lốc đại dịch đã làm bộc lộ những điểm yếu chết người trong bộ máy quản trị của nhiều doanh nghiệp. Trong thời kì hậu COVID-19, nền kinh tế nói chung rất cần được vực dậy nhanh chóng. Quá trình này bắt đầu bằng việc đánh giá vị thế cũng như hệ thống quản trị của doanh nghiệp; tuy nhiên nhiều doanh nghiệp chưa sở hữu đúng công cụ để hoàn thành công việc này một cách chính xác và hiệu quả.



cách tổng quát hơn và khách quan hơn nhiều so với quy trình đánh giá thông thường.

Tại sao doanh nghiệp nên sử dụng MSA?

Việc điều hành một doanh nghiệp trong một thị trường mới và phát triển nhanh như Việt Nam không phải chỉ dựa vào nguồn nhân lực mà bắt buộc phải có sự tham gia của các phần mềm và hệ thống tự động. Tuy nhiên các phần mềm này chỉ đảm nhận những bộ phận riêng lẻ và không thể đưa ra một bức tranh toàn cảnh về hệ thống quản trị của doanh nghiệp. Trong khi đó, MSA là một phần mềm tích hợp cho phép doanh nghiệp đánh giá tất cả các phương diện từ quản trị, chiến lược, nhân sự,... Sau khi các thành viên trong doanh nghiệp tham gia đánh giá, phần mềm sẽ đưa ra một bức tranh tổng thể về hiện trạng của doanh nghiệp, hệ thống hóa các dữ liệu về cách vận hành của mỗi yếu tố bằng sơ đồ, hình ảnh trực quan. Với những kết quả này, nhà quản trị có thể tự nhìn ra những điểm mấu chốt trong bộ máy vận hành của doanh nghiệp và tự đưa ra những giải pháp tối ưu. Việc đánh giá doanh nghiệp từng tiêu tốn rất nhiều chi phí và thời gian, giờ đã có thể hoàn thành chỉ trong vòng 1 ngày với phần mềm MSA. Đặc biệt, phần mềm MSA có thể được sử dụng bởi nhiều quy mô doanh nghiệp khác nhau. Hiện nay Sleader cung cấp các gói dịch vụ theo số lượng người đánh giá: 15, 30, hoặc 45 người.

Trong bối cảnh đó, Sleader cùng Viện Malik, Thụy Sĩ và Công ty TMA Solutions đã tạo nên công cụ đánh giá doanh nghiệp tích hợp – Phần mềm MSA (Malik Management Assessment). Phần mềm MSA sử dụng bí quyết công nghệ của Viện Malik, Thụy Sĩ đó là hệ thống 24 yếu tố cốt lõi. Hệ thống này đã được sử dụng để tư vấn cho nhiều doanh nghiệp châu Âu và trên thế giới.

Đánh giá hiện trạng doanh nghiệp không phải là việc của riêng ai

Trước đây trong đánh giá doanh nghiệp, ban quản trị thường phải đi qua nhiều bước đánh giá, phỏng vấn, khảo sát,... tốn rất nhiều thời gian và chi phí. Hơn nữa, quá trình này thường chỉ tập trung vào ban lãnh đạo và cấp quản lý nhưng không lấy được ý kiến của phần lớn cán bộ nhân viên. Đội ngũ phát triển phần mềm MSA tin rằng sức mạnh của tổ chức đến từ số đông, chứ không phải từ cấp bậc hay chức vụ cao. Vì vậy, MSA được thiết kế để doanh nghiệp đánh giá bộ máy quản trị một cách chính xác hơn, và trên một quy mô rộng hơn. Với hướng tiếp cận này, ý kiến của mọi nhân viên ở mọi phòng ban đều có trọng số ngang nhau và ngang với ban quản trị, điều này khiến cho phần mềm có thể xử lý thông tin một



Phần mềm MSA – Giải pháp tối ưu trong đánh giá hệ thống quản trị doanh nghiệp

Các cấp độ dịch vụ của phần mềm MSA

Khi đăng ký sử dụng phần mềm MSA, doanh nghiệp có thể đăng ký 1 trong 3 cấp độ dịch vụ sau để đạt được kết quả tốt nhất:

Cấp độ 1: Tự đánh giá về Hệ thống quản trị doanh nghiệp

- Kết quả: Tự phân tích được bức tranh đánh giá tổng thể hệ thống quản trị doanh nghiệp

Cấp độ 2: Đánh giá chi tiết về hệ thống quản trị doanh nghiệp

- Kết quả: Bức tranh đánh giá tổng thể hệ thống quản trị doanh nghiệp
- Nhận những phân tích, đánh giá của các chuyên gia sau khi nghiên cứu bức tranh tổng thể

Cấp độ 3: Tư vấn chuyên sâu 1-2-1 cho từng doanh nghiệp

- Kết quả: Bức tranh đánh giá tổng thể hệ thống quản trị doanh nghiệp
- Nhận những phân tích, đánh giá của các chuyên gia sau khi nghiên cứu bức tranh tổng thể
- Nhận đề xuất giải pháp cụ thể dựa trên đánh giá của các chuyên gia và phần mềm
- Được Sleader hỗ trợ thực thi giải pháp

Doanh nghiệp sẽ nhận được gì khi sử dụng phần mềm MSA?

01 ĐÁNH GIÁ TOÀN DIỆN

Phần mềm MSA đánh giá được các vấn đề cốt lõi, phân tích được tác động giữa các yếu tố trong hệ thống, giúp nhà quản trị có góc nhìn toàn diện về doanh nghiệp

RÚT NGẮN THỜI GIAN 02

Nhà quản trị có thể nắm được bức tranh tổng thể về doanh nghiệp chỉ trong vòng 30 phút

03 TIẾT KIỆM CHI PHÍ

Chỉ từ 3 triệu đồng, doanh nghiệp có thể tham gia đánh giá toàn bộ hệ thống.

GIẢI PHÁP TỐI ƯU 04

Dựa vào kết quả đánh giá, doanh nghiệp có thể chủ động tìm ra giải pháp để tối ưu hóa bộ máy vận hành của doanh nghiệp



Thay đổi bộ nhận diện thương hiệu Khởi đầu mới cho Sleader

Trên hành trình vươn ra biển lớn, Viện Lãnh Đạo Chiến lược (Sleader) đã sử dụng phương pháp Đồng hợp Malik để tìm ra các giải pháp nhằm đạt mục tiêu trở thành nhà tư vấn chiến lược có thương hiệu quốc gia vào năm 2025. Một trong các giải pháp đã được triển khai đó là đổi mới bộ nhận diện thương hiệu, đánh dấu sự mở đầu của một năm mới với những đổi thay và đột phá. Logo mới của Sleader vừa đơn giản, hiện đại, vừa bao hàm triết lý sâu sắc và thông điệp đầy ý nghĩa.

Vòng tròn và đường cong chữ S ở trung tâm Logo còn gợi đến đường lưỡng

Giá trị hài hòa Đông Tây

ngi âm dương. Trong văn hóa phương Đông, biểu tượng âm dương thể hiện sự toàn diện và hài hòa trong mọi việc – trong cơ hội có thách thức và trong thách thức có cơ hội. Sắc xanh và phong cách tối giản trong thiết kế thể hiện sự tươi trẻ, sáng tạo, chuyên nghiệp, và đáng tin cậy trong văn hóa doanh nghiệp. Sự kết hợp hài hòa giữa văn hóa Đông – Tây trong logo mới đã nhấn mạnh sự khác biệt của Sleader trong việc thực hiện dự án, đó là kết hợp những giá trị nhân bản của phương Đông và tinh hoa công nghệ phương Tây để hỗ trợ doanh nghiệp phát triển bền vững và thịnh vượng.

Tên viết tắt của Viện là Sleader, chính là sự kết hợp của hai từ Strategic và Leader-

Con đường dẫn lối đến thành công

ship, thể hiện rõ thế mạnh chuyên môn. Ngoài ra, chữ S là Strong – mạnh mẽ để vươn xa – đó cũng chính là mục tiêu tư vấn của Sleader khi đồng hành cùng doanh nghiệp. Trong thiết kế logo mới này, chữ S được chọn làm biểu tượng trung tâm của thương hiệu. Chữ S đã được cách điệu nhìn giống như một con đường tượng trưng cho slogan “Con đường đúng; tương lai sáng”. Con đường đặt ở trung tâm cũng gợi đến sự cân đối và phát triển bền vững. Đó chính là sứ mệnh của Sleader: hỗ trợ các tổ chức và doanh nghiệp tìm kiếm và xác lập con đường đi riêng biệt, quản trị hiệu quả để thành công bền vững.

Khát vọng của Sleader sẽ không chỉ dừng lại ở quy mô quốc gia. Nếu xem hình

Đồng hành để vươn ra biển lớn

tròn tổng thể của Logo như hình cầu của trái đất, thì chữ S ở trung tâm chính là biểu tượng của đất nước Việt Nam. Một dải đất hình chữ S nằm giữa lòng thế giới đang vươn mình đứng dậy, kết nối và vươn tới văn minh nhân loại. Sleader là người bạn đồng hành cùng doanh nghiệp Việt trên con đường vươn ra biển lớn, tham gia vào sân chơi toàn cầu, là cầu nối giữa giá trị Việt và công nghệ phương Tây, giúp các doanh nghiệp có được những công cụ quản trị tiên tiến để nâng tầm năng lực của cả hệ thống.

Điều gì đang chờ đợi phía trước?

Trong năm 2020, không những Sleader đã không chững lại trước ngoại cảnh mà còn tiến bước mạnh mẽ hơn với một loạt những sản phẩm, dịch vụ mới. Tất cả những thành công đó đều là những dấu ấn đáng nhớ của Sleader trong năm 2020, tạo đà cho những bước tiến mới trong năm 2021. Trung thành và lan tỏa những giá trị cốt lõi “Văn minh”, “Sáng tạo”, “Hiệu quả”, Sleader đang dẫn đầu định thương hiệu và vị thế của mình trong lĩnh vực tư vấn chiến lược. Năm 2021, với một “diện mạo mới” và “tinh thần tiên phong”, Sleader sẽ đem đến những sản phẩm mới, giá trị gia tăng vượt trội, và đồng hành cùng các tổ chức và doanh nghiệp Việt tìm ra những hướng đi và vươn đến những chân trời mới.



Viện Sleader bàn giao văn bản chiến lược phát triển cho Tập đoàn GDC

Hà Nội – Ngày 24 tháng 3 năm 2021, Công ty Cổ phần Tập đoàn GDC đã tổ chức buổi lễ công bố nhận diện thương hiệu và Chiến lược phát triển đến năm 2025, tầm nhìn 2035. Dự án xây dựng Chiến lược phát triển Tập đoàn GDC đã chính thức hoàn thành chỉ trong hơn 4 tháng nhờ sự nỗ lực rất cao của các chuyên gia Viện Lãnh đạo Chiến lược và đội ngũ cán bộ quản lý chủ chốt GDC bằng công nghệ Đồng hợp lần đầu tiên được áp dụng tại Việt Nam.

Lần đầu tiên ở Việt Nam, một bản chiến lược đầy đủ, từ tổng thể đến cấu phần, kèm theo đó là lộ trình chi tiết và các giải pháp triển khai cụ thể đã được hoạch định trong một thời gian ngắn kỷ lục. Để làm được điều đó, Viện Lãnh đạo Chiến lược đã sử dụng công nghệ Đồng hợp do Viện Malik, Thụy Sĩ, một tổ chức tư vấn hàng đầu châu Âu về tư duy hệ thống, lãnh đạo và quản trị, chuyển giao cho phép sử dụng độc quyền tại Việt Nam và khu vực Đông Nam Á. Tại Việt Nam, Tập đoàn GDC là doanh nghiệp đầu tiên được áp dụng công nghệ Đồng hợp để xây dựng và triển khai chiến lược.

Tại buổi lễ bàn giao chiến lược, ông Nguyễn Văn Khoa, Chủ tịch HĐQT Tập đoàn GDC, đã chia sẻ: “Mặc dù năm 2020 là rất khó khăn vì ảnh hưởng của dịch COVID-19, nhưng để đảm bảo sự phát triển bền vững trong thời kỳ “bình thường mới”, Tập đoàn GDC đã quyết định hợp tác với Sleader để xây dựng chiến lược phát triển theo một cách thức thật sự khác biệt, chưa có tiền lệ: Đồng Tây kết hợp. Chiến lược đã phản ánh tầm nhìn và khát vọng của Ban Lãnh đạo, sự quyết tâm và trí tuệ cộng hưởng của đội ngũ cán bộ chủ chốt, đang dần được lan toả đến từng thành viên của “Gia đình chung” GDC.”



Ông Nguyễn Văn Khoa, Chủ tịch HĐQT, phát biểu trong buổi lễ công bố chiến lược

Ông Nguyễn Ngọc Hoàng, Tổng Giám đốc Tập đoàn GDC, khẳng định: “Chiến lược đã chỉ ra hướng đi và tạo dựng niềm tin, trước hết cho đội ngũ chủ chốt, sau nữa là đồng đảo nhân viên của Công ty. Tuy nhiên, định hướng chiến lược mới chỉ là bước đầu, thành công sẽ còn phụ thuộc vào

năng lực thực thi của con người GDC. Giờ đây việc thực thi chiến lược không chỉ còn là việc của Ban Lãnh đạo, mà phải trở thành động lực làm việc hàng ngày của cán bộ, nhân viên GDC. Đây cũng chính là một kết quả mà công nghệ Đồng hợp mang lại cho GDC: tinh thần tự nguyện, gắn kết, cống hiến và tự tin vào giải pháp được đưa ra.”

Thay mặt đơn vị tư vấn, TS. Dương Thị Thu, Viện trưởng Sleader nhấn mạnh: “Công nghệ Đồng hợp Malik đã giải quyết được bài toán tìm giải pháp bằng trí tuệ của tập thể, lâu nay vốn vẫn là hóc búa đối với các doanh nghiệp và tổ chức ở Việt Nam. Sleader tin tưởng rằng, GDC sẽ hoàn thành mục tiêu chiến lược trước thời hạn bởi toàn thể đội ngũ cán bộ chủ chốt của GDC đều tham gia vào quá trình xây dựng chiến lược, tập trung suy nghĩ, kiến tạo giải pháp, phản biện và tranh luận bình đẳng thông qua Đồng hợp. Chiến lược đã trở thành kết tinh của trí tuệ tập thể, là cam kết của đội ngũ cán bộ chủ chốt đối với việc thực thi thành công những giải pháp đã được tự mình tham gia hoạch định”.



TS. Dương Thị Thu, Viện trưởng Sleader, phát biểu tại buổi lễ công bố Chiến lược phát triển Tập đoàn GDC

Có chiến lược trong tay, Tập đoàn GDC đã như được củng cố thêm niềm tin vào con đường mình đã lựa chọn. Mọi thành viên GDC đã hành động, triển khai những bước đi rất cụ thể và đạt được những con số ấn tượng. Đó là, doanh thu hợp nhất năm 2020 đạt 899 tỷ, lợi nhuận hơn 35,6 tỷ đồng và trả cổ tức 22,5%. Kết quả này chứng minh rằng một khi đội ngũ GDC đã đồng lòng, hợp sức và quyết tâm cho sự phát triển chung của doanh nghiệp, thì mục tiêu doanh thu 5.000 tỷ và top 10 doanh nghiệp xây dựng Việt Nam vào năm 2025 cũng không còn xa với nữa.



Viện trưởng Sleader trao văn bản chiến lược cho Chủ tịch HĐQT Tập đoàn GDC

Văn hóa Sleader Những gương mặt nổi bật – Ngôi sao quý I/2021

Văn hóa Sleader đề cao những cá nhân luôn nỗ lực trong công việc và đem lại nhiều giá trị cho tổ chức cũng như khách hàng. Giải thưởng Ngôi sao Tháng không chỉ vinh danh gương mặt có những đóng góp xuất sắc, mà còn giúp tạo động lực cho các thành viên, khuyến khích họ luôn tiến xa hơn nữa trong công việc, tạo nên đột phá cho bản thân và tổ chức.

Tháng 1/2021 – Chị Phùng Hương

Người vinh dự được nhận Ngôi sao đầu tiên của năm 2021 là Chánh văn phòng Phùng Hương. Tháng 1 vừa qua là thời điểm Sleader thay đổi bộ nhận diện thương hiệu, chị Phùng Hương đã có nhiều sáng tạo vượt trội, góp phần tạo ra bộ sản phẩm đẹp và chuyên nghiệp. Bên cạnh đó, những dự án chị tham gia điều phối đều hoàn thành đúng hạn và tiết kiệm chi phí so với dự kiến ban đầu. Chị đã nỗ lực không ngừng, không quản khó khăn để gỡ gạc và tạo dựng những mối quan hệ tốt với khách hàng, đối tác. Đặc biệt, với năng khiếu về thiết kế hình ảnh, chị đã hoàn thành bộ quà tặng đặc biệt mang dấu ấn thương hiệu của Sleader để gửi tới đối tác và khách hàng nhân dịp Tết Tân Sửu 2021.



Ngôi sao Tháng 1 Chị Phùng Hương



Ngôi sao Tháng 2 Chị Lê Hồng

Tháng 2/2021 – Chị Lê Hồng

Trưởng phòng Quản lý dự án Lê Hồng đã xuất sắc đạt danh hiệu Ngôi sao Tháng 2 năm 2021. Trong tháng 2, Sleader đã ký kết hợp tác triển khai dự án tư vấn “Xây dựng hệ thống Kế toán quản trị” cho Công ty TNHH MTV Kỹ thuật máy bay (VAECO). Với dự án này, chị Lê Hồng dành rất nhiều thời gian nghiên cứu các yêu cầu khắt khe về nội dung tư vấn, từng bước cùng đội ngũ Sleader hoàn thiện hồ sơ thầu, xuất sắc vượt qua nhiều nhà thầu trong và ngoài nước để được VAECO lựa chọn. Trong 3 năm làm việc tại Sleader, chị Lê Hồng đã dẫn dắt đội nhóm triển khai nhiều dự án quan trọng đạt hiệu quả cao nhất. Với tinh thần học hỏi và nỗ lực không ngừng, chị Hồng đã từng bước chinh phục những dự án đầy thách thức tại Sleader, góp phần tạo dựng hình ảnh Sleader văn minh, sáng tạo và hiệu quả.



Ngôi sao Tháng 3 Chị Cao Cẩm Anh

Tháng 3/2021 – Chị Cao Cẩm Anh

Điều phối viên Cao Cẩm Anh đã vinh dự nhận được giải thưởng Ngôi sao Tháng 3/2021. Chị luôn thể hiện tinh thần trách nhiệm cao, sự sáng tạo và hiệu quả trong công việc. Trong tháng 3, chị đã xuất sắc hoàn thành dự án tư vấn và triển khai chiến lược cho Công ty Du lịch Doanh Sinh đúng thời hạn, đem lại nhiều thay đổi vượt bậc cho Khu du lịch Thung Nham, Ninh Bình. Đặc biệt, với kỹ năng giao tiếp xuất sắc, chị đã được tin tưởng giao nhiệm vụ Trưởng bộ phận kinh doanh cho dự án sách “Giải mã Chiến lược Đông Tây”. Vì đây là ấn phẩm đầu tiên của Sleader nên việc thâm nhập thị trường còn gặp nhiều khó khăn. Mặc dù vậy, chị đã nỗ lực tìm cách tiếp cận từng đối tượng khách hàng, và đưa sách lên các kênh phân phối trên toàn quốc. Sau 3 tháng ra mắt, sự nỗ lực của chị Cẩm Anh được đền đáp khi “Giải mã Chiến lược Đông Tây” đã đến tay gần 1000 bạn đọc cả nước.

Chuyến du xuân chung tay tiếp nối truyền thống và giữ gìn bản sắc văn hóa Việt

Sleader luôn nỗ lực xây dựng văn hóa doanh nghiệp và tạo lập môi trường để đội ngũ nhân viên được trải nghiệm, lĩnh hội thêm những kiến thức mới trong nhiều lĩnh vực, đặc biệt là văn hóa truyền thống và lịch sử dân tộc. Đây chính là đích đến trong chuyến du xuân đầu năm của Sleader tại cố đô Hoa Lư, Ninh Bình.

Dâng hương tại đền Gối Đai – Trung tâm tâm linh của Thung Nham

Điểm dừng chân đầu tiên của Sleader Team là đền Gối Đai linh thiêng nằm ở Trung tâm khu du lịch Thung Nham, phía Tây thành cổ Hoa Lư. Đây là ngôi đền cổ được vua Đinh Tiên Hoàng cho xây dựng để đời sau nhớ đến công lao trấn giữ của phía Tây Hoa Lư xưa của Việt Thắng Đại Vương. Cái tên Gối Đai có nghĩa là “nối tiếp triều đại này đến triều đại khác” – mong muốn đời sau luôn luôn tiếp nối truyền thống và ghi nhớ công ơn cha ông đã dựng nước, giữ nước. Tại đây mọc lên một cây đa kỳ lạ mà dân Ninh Bình thường gọi là “cây đa di chuyển”. Trong suốt một nghìn năm, cây đa đã “đi” được 3 bước xung quanh khu vực đền; nhưng điều kỳ lạ nhất là bước đi cuối của cây đa, thay vì tiến ra phía hồ nước theo đúng quy luật tự nhiên thì lại dịch chuyển về phía ngôi đền – như thể một bức bình phong thiên tạo để bảo vệ đền Gối Đai!

Tại đây, mọi người đã cùng nhau chiêm ngưỡng vẻ đẹp của ngôi đền và gốc cây đa đại cổ thụ, bày tỏ lòng thành kính tới những vị thần linh trông coi ngôi đền. Hòa với cảnh non nước hữu tình, các thành viên Sleader đã cùng cầu mong các vị thánh thần phù hộ cho quốc thái, dân an, phù trợ cho Viện phát kiến được các giải pháp sáng tạo hơn nữa, góp phần thực hiện sứ mệnh đồng hành cùng các doanh nghiệp vì một Việt Nam hùng cường.



Hòa cùng bản giao hưởng mùa Xuân tại Thung Nham, Ninh Bình

Trải nghiệm lịch sử qua cổ phục Việt



Đội ngũ Sleader trong cổ phục Việt thời Nguyễn (áo Nhật Bình và áo tấc)

Phong trào tìm về cổ phục Việt là một dấu hiệu thành công rực rỡ trong việc phục dựng những nét đẹp trong văn hóa cổ xưa và một bước tiến lớn trong việc tiếp nối hai thời đại, cũng như góp phần lan tỏa rộng rãi hơn những giá trị văn hoá Việt tới bạn bè năm châu. Trong chuyến du xuân năm nay, các thành viên Sleader đã được trải nghiệm một nét đẹp của văn hóa Việt qua những bộ áo Nhật Bình và áo tấc, cùng với những kiến thức mới vô cùng thú vị về những trang phục đặc biệt này.

Lần đầu được khoác trên người những bộ trang phục truyền thống, các thành viên Sleader đều cảm thấy rất vui và tự hào khi được chung tay tiếp nối truyền thống, lan tỏa lịch sử và văn hóa Việt đến với cuộc sống hiện đại. Chuyến du xuân của Sleader không chỉ có những kỉ niệm vui và thú vị mà còn là một trải nghiệm vô giá khi lần đầu được hóa thân thành những người Việt xưa giữa phong cảnh sơn thủy hữu tình với ngôi Đền cổ kính linh thiêng. Đồng thời, Sleader còn được tham quan và chiêm ngưỡng vẻ đẹp thiên nhiên tại đảo hoa, công trời, thưởng thức những món đặc sản tươi sạch đến từ nông trại hữu cơ của Thung Nham. Hy vọng, Xuân Tân Sửu sẽ đem lại góc nhìn mới về giá trị văn hóa Đông Tây cho các thành viên Sleader, gắn kết tinh thần của toàn thể đội ngũ và sẵn sàng cho sự đột phá của năm 2021!

Sleader Team hoan hỷ sau lễ dâng hương tại đền Gối Đai



Góc nhìn Sleader Không nên chỉ làm những gì mình giỏi

“Không nên chỉ làm những gì mình giỏi” – Một lời gợi ý không giống như suy nghĩ của mọi người, nhưng lại là một hướng đi mà ít cá nhân hay doanh nghiệp nghĩ tới để tạo được sự bất phá. Như Giáo sư Michael Porter của Đại học Harvard danh tiếng đã khuyên mọi người: “Chỉ tập trung vào các nguồn lực hay các kiến thức và bỏ đi vị trí cạnh tranh thì có nguy cơ biến thành ếch ngồi đáy giếng”. Vậy tại sao không nên chỉ làm những gì mình giỏi?



Thay bằng việc trở thành giỏi nhất, hãy trở thành

Chân lý “Núi cao còn có núi cao hơn”

KHÁC BIỆT

Đây là một triết lý kinh doanh đã được khẳng định bởi Giáo sư Michael Porter trong hoạch định chiến lược. “Thương trường như chiến trường”, việc cạnh tranh luôn luôn rất khốc liệt, vì vậy, việc định vị một lối đi khác biệt trên thị trường sẽ giúp các doanh nghiệp tạo được lợi thế cạnh tranh và phát triển vượt trội. Các doanh nghiệp cần tìm cho mình một “khoảng trống” trong thị trường, nơi những nhu cầu của một nhóm khách hàng chưa được đáp ứng. Điều này sẽ giúp giảm sự cạnh tranh trực tiếp, mang lại những lợi thế cho doanh nghiệp như tạo ra lượng khách hàng trung thành, gia tăng biên lợi nhuận, nhờ vậy đạt được thành công dài hạn. Apple chính là ví dụ minh chứng cho việc thực hiện thành công chiến lược khác biệt hóa với câu slogan quen thuộc: Think different. Rất nhiều sản phẩm của Apple đều tạo nên những trào lưu, xu hướng mới như iPod, iPhone, Airpod, giúp công ty sở hữu lượng fan trung thành khổng lồ và khiến giới yêu công nghệ luôn chờ đón mỗi khi sản phẩm mới được ra mắt.

Chân lý này nhằm khẳng định việc một người dù rất giỏi ở một lĩnh vực nhưng sẽ có rất nhiều người khác xuất chúng hơn tại lĩnh vực đó. Lấy Bill Gates làm một ví dụ: Ông rất giỏi toán khi học phổ thông và ông đã quyết định học toán ở Đại học Harvard, sau một năm, ông phát hiện ra một điều quan trọng, đó là nếu tiếp tục học toán thì sẽ không thể đứng số 1 được vì đồng môn của Bill có một số là thiên tài về toán. Vì vậy, Bill Gates quyết định chuyển sang học tin học với hy vọng đây là ngành mới nên có thể trở thành số 1 trong lĩnh vực này. Tuy không dành nhiều thời gian trên giảng đường, mà thay vào đó là thành lập công ty riêng, nhưng hướng đi sang lĩnh vực Tin học của Bill Gates đã giúp ông đạt được thành công vượt trội bằng việc sở hữu đế chế Microsoft hùng mạnh và đưa ông trở thành một trong những người giàu nhất thế giới.

Để tập trung vào việc xây dựng một lợi thế cạnh tranh khác biệt, Giáo sư Michael Porter đã khuyên 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. Ví dụ, Công ty Nokia từng kinh doanh trong nhiều ngành công nghiệp khác nhau, trong đó phải kể đến sản xuất xe hơi, lốp xe đạp, giày dép (bao gồm cả ủng cao su), cáp thông tin, truyền hình máy tính cá nhân, thông tin liên lạc. Tuy nhiên, trong thập niên 90, công ty đã gạt bỏ những ngành nghề khác và tập trung để đưa điện thoại Nokia trở thành thống lĩnh thị trường lúc bấy giờ. Có thể thấy, việc “Không nên chỉ làm những gì mình giỏi” tuy là một cách tiếp cận mới nhưng trên thực tế đã nhiều lần được ứng dụng thành công. Trên bình diện cá nhân hoặc doanh nghiệp, thậm chí là quốc gia, cần phải làm những việc mà các đối thủ cạnh tranh không làm được hoặc làm không tốt bằng chứ không hẳn là làm những gì mình giỏi, để có thể giảm thiểu sự cạnh tranh và đạt được thành công vượt trội.

Hướng đi quan trọng hơn tốc độ

Cô chủ tiệm cà phê và thực trạng của đa số người khởi nghiệp

“Quán cà phê một buổi chiều chủ nhật, chỉ có cô chủ và một vị khách duy nhất. Làn sóng thứ 3 của Đại dịch COVID lại vừa tràn tới Hà Nội, làm quán càng thêm vắng. Vị khách thành thoi nhấm nháp vị cà phê ngọt lịm đầu năm. Trong không gian vắng vẻ, hai người ngồi trao nhau vài câu chuyện năm mới. Cô chủ quán bộc lộ rằng mình đã mở quán hai tháng rồi, nhưng rất ít khách, nay lại vướng dịch COVID nên càng ít người ghé thăm. Cô đang rất lo về những về những khó khăn của mình và làm sao để trả tiền thuê mặt bằng hàng tháng, thì bất chợt bị giật mình bởi câu hỏi của vị khách:

– Em có biết vì sao người ta thích ngồi quán cà phê không?

Cô hơi căng thẳng; cô ngỡ rằng đây là một câu hỏi mẹo, vì “để đi uống cà phê” thì lại là một câu trả lời quá rõ ràng. Vị khách lại hỏi tiếp: “Em có biết cà phê Starbucks không?”. Lần này, cô lắc đầu. Mới làm ăn chưa lâu, cô ít khi có thời gian thăm thú mà chỉ tập trung được vào quán cà phê nhỏ của mình. Vị khách nói tiếp:

– Đó là chuỗi cửa hàng cà phê nổi tiếng của Mỹ, cà phê có thể không ngon như cà phê ở đây nhưng rất đông khách, em có biết tại sao không?

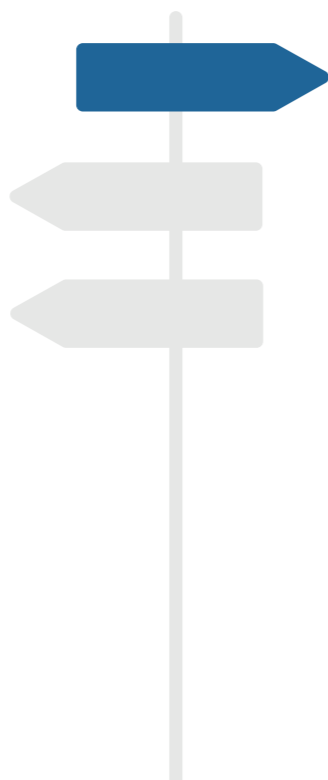
“Tại sao nhỉ?” cô nghĩ, trên gương mặt lộ rõ vẻ tò mò. Từ ngày mở quán đến giờ, cô rất chăm chút cho công thức pha chế của mình, khách đến quán cô tuy không nhiều nhưng ai cũng khen đồ uống rất ngon. Vậy quán Starbucks kia làm gì mà lại đông khách đến thế, lại còn là một chuỗi cửa hàng nữa chứ?

– Phải học người Mỹ về khởi nghiệp kinh doanh, để thành công, người sáng lập Starbucks đã tìm hiểu kỹ thị trường để đưa ra cách thức kinh doanh độc đáo. Đến với Starbucks là đến với “ngôi nhà thứ ba” (ngôi nhà thứ nhất là nhà mình, ngôi nhà thứ hai là nơi làm việc).

Vị khách tiếp tục hỏi cô chủ:

– Slogan của cửa hàng em là “Chia sẻ cảm xúc”. Vậy em định chia sẻ cho khách hàng cảm xúc gì?

Vị khách chốt lại, còn cô chủ quán bối rối hoàn toàn.”



Hướng đi quan trọng hơn tốc độ



Starbucks thành công trở thành thương hiệu toàn cầu nhờ những chiến lược rõ ràng và quá trình thực thi đồng bộ.

Những câu chuyện thành công khi tập trung vào hướng đi

Chuỗi cà phê Starbucks nổi tiếng toàn thế giới, với hơn 31,000 cửa hàng tại gần 80 quốc gia. Quán Starbucks đầu tiên ra đời vào năm 1971 và được Howard Schultz mua lại và bắt đầu mở rộng vào năm 1987. Điều làm cho CEO Howard Schultz yêu mến nơi này và lựa chọn gắn bó với Starbucks không chỉ là hương vị cà phê thơm ngon mà còn là giá trị cốt lõi của Starbucks từ những ngày đầu tiên: Ông muốn biến Starbucks trở thành một nơi thân thuộc như ngôi nhà thứ ba của mỗi khách hàng. Khi trở thành người chủ chính thức của Starbucks, Schultz đã mở rộng thương hiệu này ra toàn thế giới, khiến nó trở thành một cái tên quen thuộc với tất cả mọi người. Chiến lược thương hiệu này được thể hiện ở mọi phương diện của Starbucks: Từ những chỗ ngồi êm ái và thoải mái, nhiều ổ cắm điện tiện lợi cho người làm việc, đến không gian ấm cúng, nhân viên thân thiện gọi bạn bằng tên riêng, phù hợp cho mọi cuộc ghé thăm. Chiến lược này đã biến Starbucks trở thành một trải nghiệm: Người ta không đi uống cà phê, họ đi uống Starbucks.

Một khi đã định hướng rõ ràng con đường đi cho Starbucks, ông luôn quyết tâm giữ vững niềm tin và dẫn dắt đội ngũ đi theo con đường đã chọn. Chỉ mất 2 năm để ông mở ra 46 cửa hàng khắp nước Mỹ, và khoảng 30 năm để đưa con số này lên đến hàng chục nghìn. Trong khoảng thời gian này, Schultz không ngừng tìm hiểu những giống cà phê mới, đầu tư hẳn một đội ngũ nghiên cứu phát triển về cà phê, nâng cấp những phương thức mới để nâng cao trải nghiệm khách hàng, và đặc biệt là đồng bộ hóa chất lượng của cả chuỗi qua những văn hóa doanh nghiệp rõ ràng. Đây cũng là công thức chung để có được thương hiệu nổi bật của rất nhiều tập đoàn lớn trên thế giới như IKEA, Apple, hay RyanAir. Đây đều là những ví dụ điển hình trong những bài học về chiến lược, xác định rõ định hướng tương lai, sứ mệnh cũng như giá trị cốt lõi, từ đó đưa những giá trị đó vào mọi phương diện kinh doanh của doanh nghiệp.



Hướng đi quan trọng hơn tốc độ

Bắt đầu tìm hướng đi từ đâu?

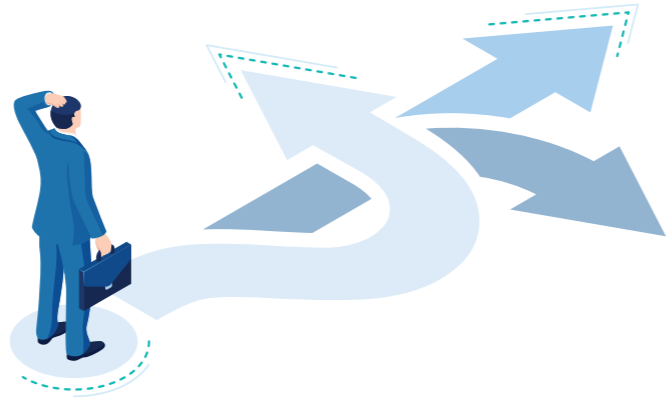


Tuy nhiên, không phải doanh nghiệp nào cũng có khả năng đầu tư hàng trăm tỷ vào việc xây dựng thương hiệu toàn thế giới, đặc biệt là trong bối cảnh suy thoái kinh tế như hiện nay.

Trong hoàn cảnh này, một nhà hàng Việt tại Châu Âu đã vực dậy với những ý tưởng sáng tạo dựa trên giá trị cốt lõi. Nhà hàng An Nam tại thành phố Uppsala, Thụy Điển, là một nhà hàng đậm chất Việt, với cách bài trí nhà hàng tựa như một góc Hà Nội xưa và thực đơn lấy cảm hứng từ các tác phẩm văn học Việt. Giữa đỉnh điểm dịch bệnh tại Châu Âu, cũng như nhiều doanh nghiệp khác, nhà hàng cũng trải qua một giai đoạn chên vênh vì doanh thu xuống quá thấp, thậm chí đã đứng trên bờ vực phá sản. Đến tháng 8/2020, nhà hàng bất ngờ trở nên nổi tiếng và trở thành hiện tượng thú vị với ý tưởng mới “Bữa tối yên lặng – Silent dinner”, xuất hiện trên cả các trang tin tức địa phương và quốc tế, và luôn kín chỗ mỗi đêm. Ý tưởng “silent dinner” được nhà văn Nguyễn Tư Phong (chủ nhà hàng An Nam) lấy cảm hứng từ bữa ăn chánh niệm trong đạo Phật. Ông đã kết hợp giá trị đặc sắc từ hai nền văn hóa Đông – Tây bao gồm sự đồng điệu giữa ẩm thực Việt Nam và phong cách ăn uống của người Bắc Âu, nhà hàng đã nhanh chóng vực dậy khỏi số phận chung của đa số doanh nghiệp nhỏ trong thời kỳ COVID này.

Thành công của nhà hàng An Nam tại Thụy Điển nhờ “Silent Dinner” – ý tưởng sáng tạo dựa trên giá trị cốt lõi của nhà hàng

Nhiều bạn trẻ chỉ đọc những dòng khơi gợi cảm hứng về khởi nghiệp, hăm hở hành động ngay lập tức trước khi đầu tư thời gian, công sức để tìm ra hướng đi và hoạch định chiến lược, để rồi việc khởi sự đi vào ngõ cụt, diễn hình như cô chủ quán cafe trong câu chuyện trên. Như vậy thì khác gì cứ hăng hái đi mà không nhìn thấy đường. Những diễn hình thành công trong việc đứng vững và vươn xa trong kinh doanh luôn là các doanh nghiệp có sự đầu tư, chú trọng đúng mức vào việc xây dựng và thực thi chiến lược. Khi đã có hướng đi, tốc độ không còn là vấn đề đáng lo ngại nữa.



Doanh nghiệp cần làm gì trong làn sóng COVID-19 lần thứ 3?

Đại dịch COVID-19 đã tác động và làm thay đổi người tiêu dùng trên phạm vi toàn cầu: từ quan điểm về giá trị, hành vi, cách thức mua sắm và lựa chọn sản phẩm, dịch vụ. Những thay đổi này chắc chắn đã và sẽ ảnh hưởng sâu rộng đến hoạt động của các doanh nghiệp. Trong buổi chia sẻ với chương trình Góc nhìn công thương của VTV2, Viện trưởng Sleader – TS. Dương Thị Thu – đã chia sẻ những suy nghĩ của mình về sự chuyển mình liên tục của môi trường kinh doanh hiện tại và những việc mà các lãnh đạo doanh nghiệp cần thực hiện để nhanh chóng thích ứng để phát triển bền vững, bất chấp đại dịch.



PV: Theo bà, lãnh đạo doanh nghiệp cần làm gì để thích ứng với môi trường kinh doanh mới?

Trước hết, có một cụm từ mà tôi muốn các doanh nghiệp nhỏ và vừa lựa chọn làm phương châm hành động sau ba làn sóng dịch COVID-19, đó là CHỦ ĐỘNG CHUYỂN ĐỔI. Đừng mong chờ thế giới cũ quay lại, doanh nghiệp phải nhận ra được đây là cơ hội cho mình và nhanh chóng ra quyết định. Tuy nhiên, việc chuyển đổi phải được thực hiện theo một lộ trình do chính các lãnh đạo doanh nghiệp vạch ra. Điều đáng lưu ý là không được bắt chước nhau, mà phải dựa trên năng lực cốt lõi của mình thì mới có thể tạo dựng được vị thế riêng và duy trì các giá trị lâu dài. Sau đây là một số gợi ý mà tôi cho rằng các doanh nghiệp có thể áp dụng trong quá trình chuyển đổi

PV: Vậy bà có thể gợi ý các doanh nghiệp cần làm gì để thay đổi?

Trước hết, doanh nghiệp cần phải thích ứng và duy trì hoạt động hiện có để giữ khách hàng và tạo được doanh thu. Sau đó, cần phải xem xét lại chiến lược và mô hình kinh doanh; Chuyển dịch nguồn lực và năng lực sang mô hình kinh doanh mới; Tận dụng các thành tựu của công nghệ 4.0 như: thương mại điện tử, kết nối với hệ sinh thái kinh doanh để hỗ trợ và tạo chuỗi cung ứng hiệu quả hơn, sử dụng công cụ thông minh hỗ trợ quản trị; phần mềm quản trị, tương tác số... Tiếp đó là đánh giá, sắp xếp lại nhân sự gắn với mô hình kinh doanh mới, trong đó tập trung vào việc phát huy điểm mạnh của từng thành viên trong tổ chức. Sau cùng, đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa cần chú ý đến các đặc tính tích cực của văn hóa Việt kết hợp với việc ứng dụng các công nghệ chuẩn mực của phương Tây trong quản trị.

PV: Trong bối cảnh mới, bà cho rằng lãnh đạo cần cập nhật tư duy như thế nào để nâng cao năng suất lao động?

Trong thời đại mới, khái niệm năng suất lao động cần được hiểu và tiếp cận theo tư duy hệ thống. Có nghĩa là năng suất lao động được xem xét trong mối quan hệ tổng thể với những yếu tố khác trong doanh nghiệp như chiến lược, chất lượng đội ngũ nhân sự, việc phân bổ nguồn lực, ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất. Do đó, để nâng cao năng suất lao động, các lãnh đạo doanh nghiệp cần tập trung vào các nội dung sau đây:

Trước hết: Các lãnh đạo doanh nghiệp phải đổi mới tư duy, hành động một cách mạnh mẽ, tránh theo lối mòn cũ, đã không còn phù hợp trong môi trường kinh doanh số và kết nối vạn vật. Tiếp đó, thay đổi mô hình kinh doanh để thích ứng với trạng thái bình thường mới; đồng thời từ bỏ cách thức quản trị truyền thống sang quản trị hiện đại; trong đó sử dụng các công cụ thông minh để hỗ trợ hoạt động quản trị doanh nghiệp. Cuối cùng, chính các nhà lãnh đạo phải biết tối ưu hoá sức mạnh của trí tuệ tập thể bằng cách sử dụng phương pháp Đồng hợp. Phương pháp Đồng hợp vốn được ví như là điện thoại thông minh trong lĩnh vực quản trị, sử dụng phương pháp này sẽ vừa kết hợp được trí tuệ của nhiều người nhưng lại tốn ít thời gian mà vẫn đạt hiệu quả cao.

Cẩm nang đời sống

Công thức nước ép tăng cường sức khỏe mùa COVID



Công thức nước ép tăng cường sức khỏe mùa COVID

NỤ MẶT TRỜI

Gừng là một trong những loại gia vị hàng đầu trong căn bếp người Việt, và cũng là thực phẩm hàng đầu về tác dụng kháng viêm và chống oxy hóa. Ngoài việc làm ấm cho cơ thể, phòng chống cúm, ho, trị xây xẩm chóng mặt, một số nghiên cứu cho thấy gừng có hiệu quả trong việc giảm các triệu chứng viêm xương khớp, làm giảm lượng đường trong máu và giảm nguy cơ bệnh tim khác nhau ở những bệnh nhân tiểu đường tuýp 2. Gừng ngoài ra còn hỗ trợ tiêu hóa, tăng tốc độ dạ dày tiêu hóa thức ăn, vì vậy có lợi cho những người hay bị khó tiêu.

Sả được sử dụng để điều trị co thắt đường tiêu hóa, đau bụng cao huyết áp, co giật, nôn, ho, đau khớp (thấp khớp), cảm thường và mệt mỏi. Sả cũng được sử dụng với đặc tính kháng khuẩn, ngăn chặn nấm men, giảm đau, giảm sốt và có đặc tính chống oxy hóa.

Nguyên liệu

(cho khoảng 400ml)

2 quả cam
2 củ cà rốt
1cm gừng
1cm sả

Cách làm

Cam có hạt thì vắt riêng lấy nước, sau đó trộn cùng nước ép của các nguyên liệu còn lại. Cam không hạt thì gọt phần vỏ và cắt miếng để ép cùng các nguyên liệu khác.

Cà rốt chà rửa sạch, nếu là cà rốt hữu cơ hãy giữ cả vỏ để ép.

Gừng chà rửa sạch, nên dùng cả vỏ, thái lát.

Sả rửa sạch, thái lát mỏng (vì sả rất nhiều xơ dễ gây tắc ứ máy).

Ép xen kẽ cà rốt cùng gừng và sả để bã cà rốt đẩy bã gừng, sả ra tốt hơn. Trộn cùng nước cam vắt, uống liền.

Trong công thức này, vị của cam sẽ quyết định rất nhiều. Cam ngon ngọt thơm hay chua đắng nhạt nhẽo sẽ ảnh hưởng đến thành phẩm cuối cùng.

Cẩm nang đời sống

Công thức nước ép tăng cường sức khỏe mùa COVID

RUBY CHO HỆ MIỄN DỊCH KHỎE MẠNH

Tía tô được mệnh danh là kháng sinh tự nhiên. Là loại rau gia vị có tính ấm. Lá khi nấu lên là vị thuốc dân gian để trừ cảm mạo và xông người. Lá tía tô giã lấy nước cốt uống theo bài thuốc dân gian để trị nổi mẩn (dị ứng và mụn cóc), bã đem xoa ngoài da nơi bị mẩn ngứa.

Nguyên liệu (cho khoảng 400ml)

½ củ dền
3 củ cà rốt
½ quả dưa
2 quả dưa chuột
2cm gừng tươi
Vài lá rau tía tô

Cách làm

Rửa sạch các nguyên liệu, cắt miếng vừa miệng máy ép.

Ép lần lượt các nguyên liệu. Chú ý xen kẽ gừng và rau tía tô, theo sau bởi các nguyên liệu cứng hơn để đẩy bã tốt hơn.

Uống liền.



Công thức nước ép tăng cường sức khỏe mùa COVID

MĂNG TÂY KIỂM HÓA CƠ THỂ

Măng tây là nguồn axit folic tuyệt vời, rất quan trọng cho sự phát triển của bào thai (vì vậy các bạn đang mang bầu nên bổ sung thêm măng tây trong thực đơn của mình). Măng tây có lượng chất chống oxy hóa cao, đã được chứng minh giúp lão hóa và làm chậm sự suy giảm nhận thức. Măng tây cũng chứa chất xơ, vitamin A, C, E và K.

Nguyên liệu (cho khoảng 350ml)

10 nhánh măng tây
1 quả táo xanh
2 nhánh cần tây
1 quả dưa chuột
1 nhánh súp lơ xanh (bông cải xanh, khoảng 100g)
½ quả chanh xanh

Cách làm

Măng tây rửa sạch, dùng toàn bộ không cần bỏ đi phần nào.

Cần tây bỏ bớt lá xanh, ép chủ yếu phần bẹ nhiều nước.

Súp lơ xanh dùng toàn bộ phần bông và cuống. Ép xen kẽ các loại rau và củ, vắt nước cốt chanh sau cùng.

Uống liền.

