TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

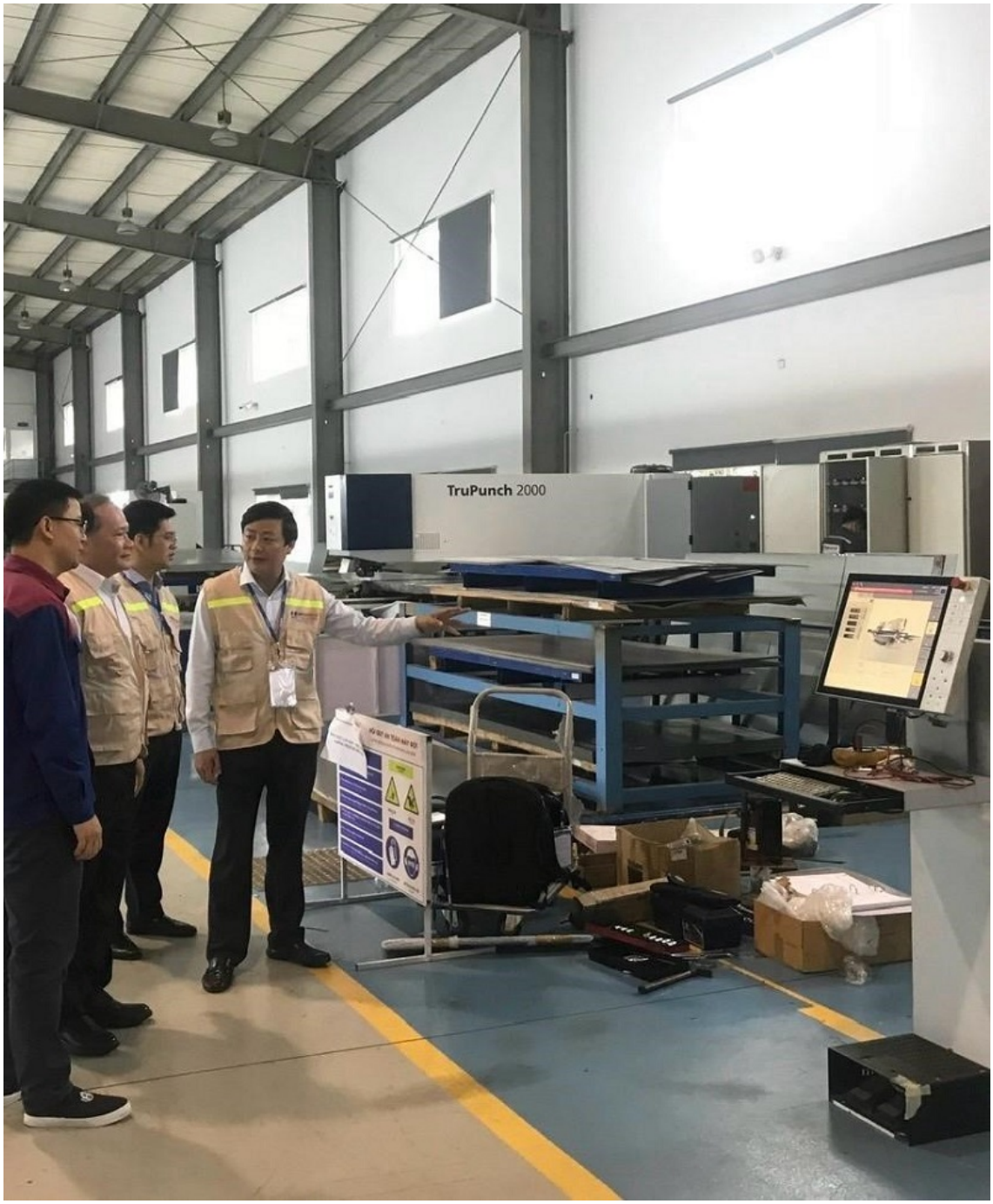
Giải pháp nào vực dậy một doanh nghiệp?

10:03 19/01/2024

Làm thế nào để vực dậy một doanh nghiệp vượt qua khó khăn trong giai đoạn hiện nay - đây là vấn đề nan giải mà các nhà quản lý phải đi tìm giải pháp.

Doanh nghiệp muốn vực dậy được thì phải nâng cao sức cạnh tranh. Trong thời chiến tranh thì đó gọi là nâng cao khả năng chiến đấu, kỹ năng tồn tại, khả năng sinh tồn. Ngày nay, trong tiến trình toàn câu hóa, mọi hoạt động của bất kể nhà quản lý nào cũng phải biết cải cách. Điều quan trọng là khả năng thích ứng, chuyển mình của doanh nghiệp với xu hướng và bối cảnh toàn câu. Làm sao để doanh nghiệp có sức cạnh tranh thật mạnh và có lẽ điều quan trọng hơn là làm sao tiếp tục duy trì sức cạnh tranh mạnh đó.

Thực tế khắc nghiệt của hoạt động kinh doanh là: Cái hiện hữu hôm nay có thể sẽ không còn sức mạnh trong ngày mai. Các đối thủ xung quanh bạn, quan sát bạn, chỉ chờ bạn sơ sẩy trong tích tắc sẽ loại bỏ bạn hoặc thôn tính bạn. Điều quan trọng trong kinh doanh là phải xuất sắc và khác biệt hoặc vượt trội; luôn phải thận trọng và ra sức làm việc chăm chỉ khi đã thành công cũng như khi chưa thành công.



Xử lý nút thắt trong doanh nghiệp tốt sẽ giúp doanh nghiệp hoạt động hiệu quả

Việc kinh doanh sẽ thuận lợi nếu có được bốn nguyên tắc cơ bản như sau:

Có một đội ngũ quản trị viên tốt, phát triển một nhóm nòng cốt, đánh giá nhanh khả năng của quản trị và nhân viên.

Tối ưu chi phí, chắt chiu tiền bạc.

Tập trung vào ngành nghề sở trường, luôn đặt câu hỏi mình đang làm trong ngành nào, nên làm ăn trong ngành nào và khi đã có câu trả lời thì dồn toàn lực vào lĩnh vực sở trường đó.

Vạch ra được một chiến lược thiết thực, phải có một chiến lươc thực sự có nghĩa là bạn phải hình dung được tương lai và vạch được đường để đi tới.

Phải tập trung cao độ chăm lo cho sản phẩm (hàng hóa, dịch vụ). Thanh lọc những cấp quản lý trung gian nhưng không tạo ra hiệu quả vì đây là đội ngũ tiêu tốn chi phí cao.

Bất kể doanh nghiệp nào thì nhân vật quan trọng nhất vẫn và cổ đông, là người mua cổ phiếu của công ty để kỳ vọng tương lai, nếu bạn làm công việc quản trị kinh doanh, bạn phải nhớ chính xác mục tiêu của bạn là bạn phải tạo ra lợi nhuận cho chủ nhân của công ty tức là các cổ đông góp vốn. Mỗi hành động của bạn đều có ảnh hưởng đến tiền bạc của họ.

Công ty phải thấu hiểu vấn đề tiếp thị, chiến lược tiếp thị, vì nó luôn biến động, nếu như không hiểu rõ thì công ty sẽ gặp rắc rối; không phức tạp vấn đề kinh doanh, tập trung, tập trung và tập trung vào đích lựa chọn.

Xây dựng đội nhóm đoàn kết, nhiệt huyết và thấu hiểu được chiến lược của doanh nghiệp. Cố găng tối đa việc sử dụng nguồn lực là nội lực.

Chế độ khen thưởng cần kịp thời, hãy thưởng cho các cấp chỉ huy, quản lý, bất kể cấp nào làm việc tốt.

Nếu bạn là người quản lý điều hành, hãy mua cổ phần của công ty nơi mà bạn đang thử thách uy tín của bạn, và hãy tin tưởng chắc chắn vào khả năng của bạn.

Hãy chọn trọng tâm cẩn thận, và sẵn sàng nhận trách nhiệm kể cả lời phê bình.



Doanh nghiệp muốn vực dậy được thì phải nâng cao sức cạnh tranh và duy trì sức cạnh tranh đó.

Tăng trưởng kinh tế rất quan trọng, vừa là tiêu chuẩn để đo lường sự thành công và vừa đóng vai trò làm động lực thúc đẩy tiến trình phát triển của doanh nghiệp. Về nguyên tắc một doanh nghiệp càng phát triển thì càng khai thác tốt hơn tiềm năng của doanh nghiệp đó về kinh tế và con người. Do đó các lãnh đạo các nhà quản lý doanh nghiệp đều đang bị đặt dưới áp lực là phải tạo ra lợi nhuận, tạo ra sự tăng trưởng phát triển của doanh nghiệp nhanh và mạnh mẽ.

Trong những năm tới sẽ có nhiều biến động làm ảnh hưởng đến nền kinh tế mà chúng ta phải đối mặt, nhưng vẫn có nhiều lý do để hy vọng về tương lai, có một câu nói là: “Chỉ có khủng hoảng mới buộc chúng ta hành động” đó cũng là nhu cầu cấp thiết để xây dựng doanh nghiệp bền vững, các doanh nghiệp đứng giữa quá trình tái sáng tạo và định hướng lại cách vận hành.

Với bất cứ ai quen bài thơ “Cây sồi và cây lau” đều biết, sự kiên cường khác với mạnh mẽ. Nó không đồng nghĩa với việc vượt qua một cơn bão và phục hồi sau cơn bão đó. Trong câu chuyên ngụ ngôn vào thế kỷ XVII này, nhà thơ người Pháp Jean de La Fontaine đã so sánh sự chắc chắn của cây sồi và sự mỏng manh của cây lau. Cây sồi tự hào về sức mạnh bền bỉ của nó có thể chống chọi với các sức mạnh khác từ tự nhiên. Nó chế giễu cây sậy thấp hèn mọc bên dưới

nó đung đưa qua lại theo từng cơn gió.

Nhưng ở cuối bài thơ, cơn gió dữ dội đến nỗi cây sồi bị bật gốc trong khi cây lau tạm thời bị san phẳng, sau đó lại mọc lại trở lại: “Tôi uốn cong nhưng không gãy”. Điểm đặc sắc của câu chuyện này là cây lau thể hiện sự kiên cường mềm dẻo khi đối mặt với nghịch cảnh và tồn tại; Cây sồi rất chắc chắn nhưng một khi gặp phải cú va chạm lớn làm nó vỡ, thiệt hại là không thể phục hồi. Các cá nhân và doanh nghiệp đối mặt với rủi ro không thể lường trước hoặc quá khó để giảm thiểu thiệt hại và đạt đến ngưỡng không thể phục hồi, hoặc từ đó có thể phục hồi nhưng rất khó khăn.

Giải pháp để xây dựng khả năng phục hồi đó là vạch ra chiến lược áp dụng cho hệ thống và chuỗi cung ứng toàn cầu hoặc các thị trường tài chính, tạo ra các dự phòng cho các chuỗi cung ứng. HĐQT, CEO cũng phải cung cấp kiến thức của riêng mình cho cộng đồng và doanh nghiệp.

Khoa Phạm