

**Harvard
Business
Review**

Ronald A. Heifetz
Marty Linsky

Chỉ dẫn sống còn
cho các nhà
lãnh đạo .97

Robert Kegan
Lisa Laskow Lahey

Những lý do thực
sự khiến con người
không thay đổi .117

Michael Beer
Nitin Nohria

Phá vỡ quy tắc
sự thay đổi .135

ON CHANGE MANAGEMENT

HBR.ORG.VN

SELECTED ARTICLES FROM HBR

QUẢN LÝ SỰ THAY ĐỔI

Quế Khanh dịch

John P. Kotter

TAI SAO CÁC
NỖ LỰC
THAY ĐỔI
LẠI
THẤT BẠI?

Tr. 09



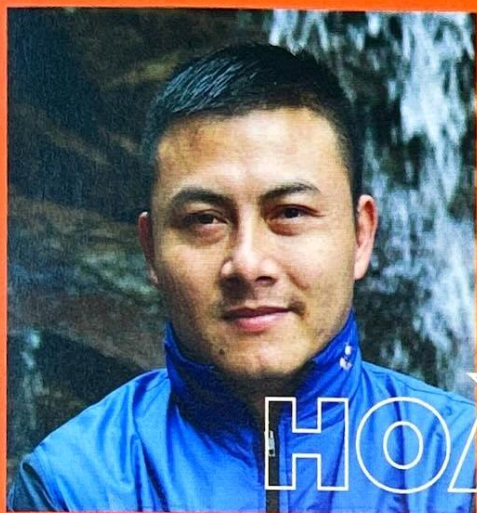
HARVARD BUSINESS REVIEW PRESS

alphabooks®
KNOWLEDGE IS POWER



NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

KOOLS[®] REVIEW



Cầm trên tay bộ ấn phẩm *Harvard Business Review* của Alpha Books mà lòng băng khuâng. Rốt cuộc thì những giá trị tri thức tinh hoa vẫn sẽ là ngọn cờ dẫn dắt thôi. *Harvard Business Review* thực sự là ấn phẩm uy tín hàng đầu cho doanh nhân và các nhà lãnh đạo.

Nhà sáng lập VietnamFinance

HOÀNG ANH MINH

Người Việt nói chung và doanh nghiệp Việt nói riêng có lẽ cần phải quên đi cách tiếp cận kiểu “tôi quá giỏi, chả cần học ai” hay “đi tắt, đón đầu”, cần học bài bản và nên học chính từ những người giỏi nhất. Ấn phẩm này chắc chắn rất có ích cho những ai suy nghĩ như vậy.

ĐẬU ANH TUẤN

Trưởng Phòng Pháp chế VCCI



Mọi thứ trên thế giới này đáng yêu nhiều khi vì sự thay đổi. Thật may cho những ai bằng lòng, yêu thích sự “thay đổi”, vì chính điều đó tạo ra những phát minh vĩ đại, những con người vĩ đại. Thật buồn cho những ai không chấp nhận sự “thay đổi”, họ sẽ sống trong phiền muộn, âu lo và không hạnh phúc. Đọc cuốn sách này sẽ cho ta góc nhìn, ứng phó tích cực với “thay đổi”. Hỡi các bạn yêu quý của tôi: “Hãy đọc và thay đổi!”

SHARK NGUYỄN THANH VIỆT

Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Đầu tư Xây dựng Hạ tầng và Giao thông (Intracom)

**Harvard
Business
Review**

Ronald A. Heifetz
Marty Linsky

Chỉ dẫn sống còn
cho các nhà
lãnh đạo .97

Robert Kegan
Lisa Laskow Lahey

Những lý do thực
sự khiến con người
không thay đổi .117

Michael Beer
Nitin Nohria

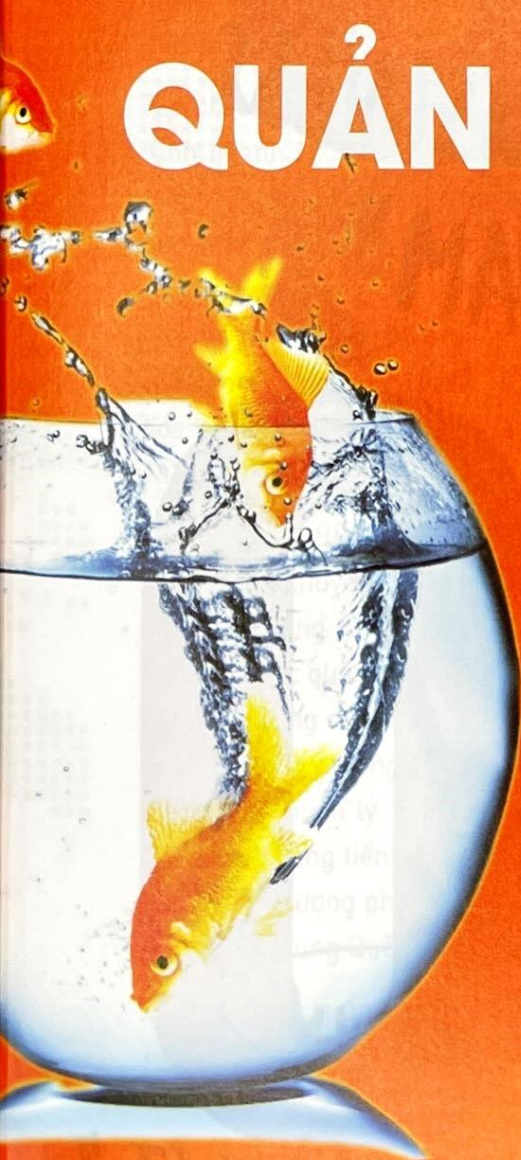
Phá vỡ quy tắc của
sự thay đổi .135

ON CHANGE MANAGEMENT

QUẢN LÝ SỰ THAY ĐỔI

Quế Khanh dịch

John P. Kotter



TẠI SAO CÁC
NỖ LỰC
THAY ĐỔI
LẠI
THẤT BẠI?

NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

Các bạn độc giả thân mến!

Chúng tôi rất vui mừng khi bạn đang cầm trên tay một trong những ấn phẩm đầu tiên tập hợp các bài nghiên cứu đặc sắc theo chủ đề của *Tạp chí Kinh doanh Harvard (Harvard Business Review, HBR)*.

Là đơn vị khởi xướng và chủ trì việc đưa những bài nghiên cứu giá trị này tới với bạn đọc, chúng tôi muốn giới thiệu rõ hơn về loạt ấn phẩm này và những dự án với HBR tại Việt Nam.

Đại học Harvard (Harvard University) được thành lập năm 1636, là Trường Đại học lâu đời nhất nước Mỹ. Trường cũng là cái nôi đào tạo và bồi dưỡng các cá nhân kiệt xuất và tài năng với 48 nhà khoa học đạt giải Nobel, 48 người nhận giải Pulitzer, 32 cựu sinh viên đang hoặc từng là tổng thống, thống đốc bang và lãnh đạo các cơ quan quyền lực của Mỹ, cùng rất nhiều tỷ phú nổi danh như Bill Gates, Mark Zuckerberg...

Tạp chí HBR là ấn phẩm định kỳ của Nhà xuất bản Kinh doanh Harvard (Harvard Business Publishing) thuộc Đại học Harvard. Ngay từ khi phát hành vào năm 1922, *HBR* đã trở thành tạp chí về quản trị kinh doanh uy tín hàng đầu thế giới. Rất nhiều thuật ngữ và khái niệm về quản trị kinh doanh như "Thẻ điểm cân bằng", "Năng lực cốt lõi", "Tái cơ cấu", "Toàn cầu hóa"... xuất hiện lần đầu tiên là trong các bài viết trên *Tạp chí HBR*.

Độc giả của *HBR* là các nhà lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp hay chuyên gia tư vấn cấp cao trên toàn cầu, và đã mở rộng tới toàn thể cộng đồng những người làm công tác quản trị trong mọi ngành nghề bởi HBR là nguồn cung cấp chất lượng cao những nghiên cứu mới và những ý tưởng đột phá về chiến lược, lãnh đạo, đổi mới và quản lý. Hiện nay tổng lượng phát hành hàng năm bằng tiếng Anh của tạp chí là 300.000 bản chưa kể số lượng phát hành bằng 12 ngôn ngữ khác như tiếng Trung Quốc, tiếng Đức, tiếng Nhật...

Vì vậy, việc đưa ấn phẩm *HBR* về Việt Nam là mong muốn của đông đảo doanh nhân, nhà nghiên cứu

kinh tế, các chuyên gia tư vấn, cộng đồng những người trong ngành quản trị - kinh doanh, và của chính chúng tôi - một trong những đơn vị hàng đầu Việt Nam về xuất bản các ấn phẩm quản trị kinh doanh.

Sau hơn 10 năm xây dựng mối quan hệ hợp tác chặt chẽ, hiệu quả với Nhà xuất bản Kinh doanh Harvard và Nhà xuất bản Đại học Harvard, đưa được rất nhiều đầu sách giá trị như *Chiến lược đại dương xanh, 90 ngày đầu tiên làm sếp, Dẫn dắt sự thay đổi...* từ các đơn vị này đến tay độc giả Việt Nam, chúng tôi đã tích lũy đủ tiềm lực và tự tin hướng tới việc mở rộng hợp tác với HBR.

Nằm trong hướng mở rộng hợp tác, Alpha Books sẽ lần lượt giới thiệu loạt ấn phẩm HBR On Point - chuyên đề chất lượng cao tập hợp những bài viết xuất sắc theo từng chủ đề quan trọng. Tháng 9/2018, loạt ấn phẩm *HBR* đầu tiên đã ra mắt bạn đọc gồm: *Chiến lược, Lãnh đạo, Đổi mới sáng tạo, Marketing chiến lược, Truyền thông giao tiếp*. Tiếp nối dòng sản phẩm này, chúng tôi hân hạnh mang tới cho độc giả 4 chuyên đề tiếp theo bao gồm: *Quản lý sự thay đổi, Ra quyết định thông minh, Quản lý bản thân và Quản lý nhóm*.

Chúng tôi tin rằng những nội dung giá trị trong loạt ấn phẩm HBR On Point đã đóng góp không nhỏ vào sự phát triển của doanh nghiệp, tư duy quản trị và nền kinh tế thế giới này sẽ được các bạn tiếp tục đón nhận nhiệt tình.

Trân trọng,

ALPHA BOOKS

MỤC LỤC

DẪN 09

DẮT SỰ

THAY

ĐỔI

HBR ON POINT



27

THAY ĐỔI THÔNG QUA
SỰ THUYẾT PHỤC

43

DẪN DẮT SỰ THAY ĐỔI KHI
KINH DOANH THUẬN LỢI

61

THAY ĐỔI CĂN BẢN
THEO CÁCH THỨC ÔN HÒA

79

LÃNH ĐẠO
ĐIỂM BÙNG PHÁT

**CHỈ DẪN
SỐNG
CÒN CHO
CÁC NHÀ
LÃNH ĐẠO**

97

117

**NHỮNG LÝ DO THỰC SỰ KHIẾN
CON NGƯỜI KHÔNG THAY ĐỔI**

135

PHÁ VỠ QUY TẮC
CỦA SỰ THAY ĐỔI

151

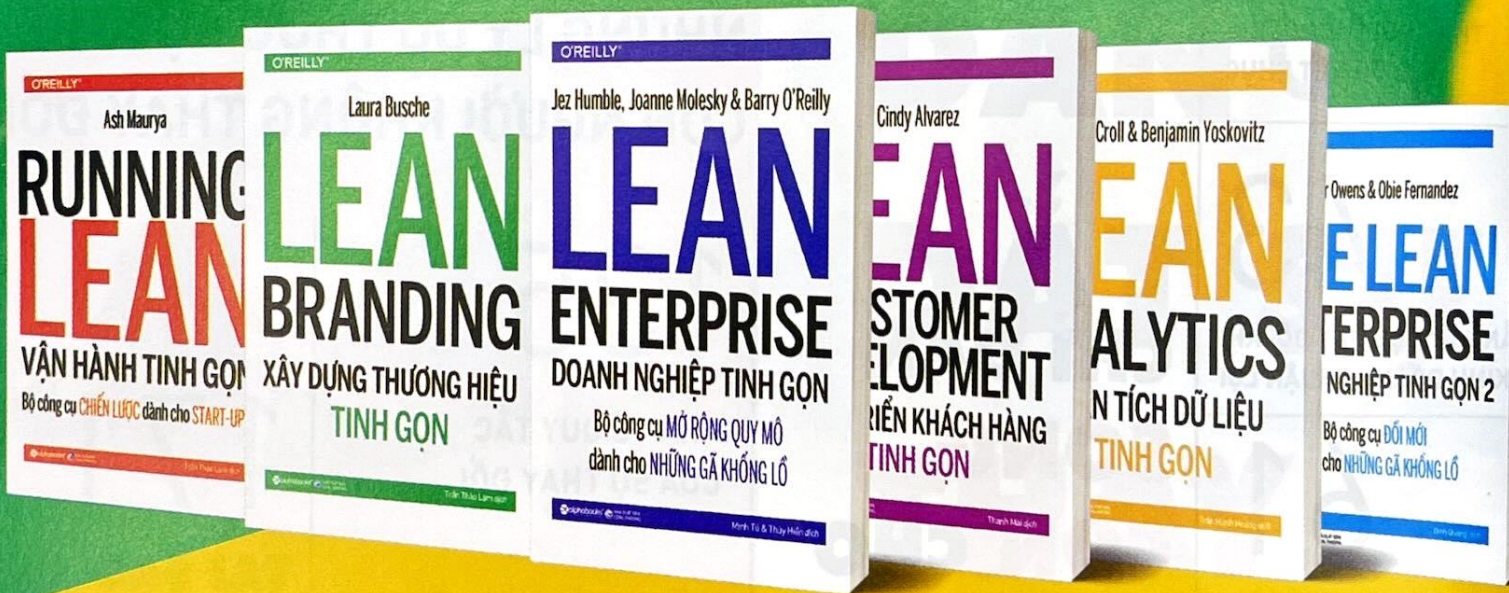
KHÍA CẠNH CỨNG CỦA
QUẢN LÝ SỰ THAY ĐỔI

171

**TẠI SAO CÁC
CHƯƠNG
TRÌNH THAY
ĐỔI KHÔNG
TẠO NÊN
THAY ĐỔI?**



BỘ CÔNG CỤ
CẢI TIẾN
DOANH
NGHIỆP



VỚI BỘ SÁCH NÀY, BẠN SẼ NẮM ĐƯỢC:

- Cách thức để cải tiến, đổi mới hoạt động của doanh nghiệp.
- Cách thức tạo ra lợi thế cạnh tranh thông qua công nghệ.
- Các công cụ và phương pháp mà những doanh nghiệp lớn cần để cạnh tranh với một thế hệ doanh nhân mới có năng lực cao.
- Phương pháp tiếp cận toàn diện, thực tiễn để phát triển các sản phẩm hấp dẫn và mở ra nhiều thị trường rất lớn mới.

