



Chìa Khóa đến với các

Chỉ Số Hiệu Suất Chính (KPI)



Mục lục

Tóm tắt tổng quan **3**

Tại sao chúng ta lại đo lường hiệu suất và các điểm cần lưu ý **3**

Chỉ số đo lường hiệu suất chính (KPI) là gì và không phải là gì? **4**

Hướng dẫn thiết kế KPI **5**

Đánh giá và báo cáo các KPI **7**

Kết luận **10**

VỀ TRG **10**



Tóm tắt tổng quan

Quay trở lại thời học sinh, làm sao chúng ta biết được mình đang học tập tốt hay không? Thông qua sổ liên lạc hay các phiếu điểm, chúng ta cũng như cha mẹ có thể hiểu rõ hơn về hiệu suất học tập và xác định được điểm nào cần phải cải thiện. Ý tưởng tương tự như thế được áp dụng vào việc đo lường hiệu suất doanh nghiệp. Các biện pháp đo lường hiệu suất tồn tại để giúp các công ty nhận ra độ hiệu quả của các chiến lược và hành động của họ. Tuy nhiên, thật đáng buồn là, “rất nhiều các công ty đang sử dụng những thước đo sai lệch, hàng loạt trong số đó đều bị tưởng nhầm là những chỉ số đo lường hiệu suất chính.

Chỉ có một số ít các doanh nghiệp giám sát những chỉ số KPIs thực thụ, số còn lại thậm chí còn chẳng biết định nghĩa KPI như thế nào” (David Parmenter, Tạp chí CGMA, 2012). Có lẽ điều này là hậu quả của việc thiếu thốn nhận thức và hướng dẫn. Tài liệu này, vì lẽ đó, sẽ trang bị cho các doanh nghiệp quan tâm những kiến thức cần thiết để tận dụng được hết các thước đo hiệu suất. Những nhận thức sai phổ biến, những tư vấn hữu dụng để phát triển và báo cáo các KPI cũng sẽ được bàn luận.

Tại sao chúng ta đo lường hiệu suất và điểm cần lưu ý

Như đã nhắc đến, các công ty thường đo lường hiệu suất làm việc để cơ bản nắm bắt được họ đang làm được những gì để đạt được mục tiêu đề ra. Đo lường hiệu suất do đó thường bao gồm việc xác định thứ cần đánh giá và thu thập dữ liệu, với mục tiêu cuối cùng là để:

- Góp nhặt những bài học hữu ích, từ đó cải thiện hiệu suất
- Tuân thủ các yêu cầu báo cáo trong nội bộ và bên ngoài
- Kiểm soát và thúc đẩy mọi người

Đo lường để rút kinh nghiệm và cải thiện là mục đích cơ bản nhất. Mục tiêu là để cung cấp cho các nhân viên những thông tin họ cần để họ đưa ra những quyết định chính xác hơn, từ đó dẫn đến cải thiện hiệu suất. Như vậy, đo lường hiệu suất được sử dụng trong nội bộ như một cơ sở để đưa ra các quyết định quản lý và để thử thách những giả định chiến lược.

Một lý do khác để đo lường hiệu suất là để thông báo cho các bên liên quan, các cơ quan quản lý và cả công chúng về hoạt động đang diễn ra bên trong công ty. Những báo cáo như thế có thể được tạo ra một là, trên cơ sở bắt buộc như dưới dạng báo cáo tài chính thường niên, báo cáo hiệu suất cho đơn vị quản lý; hai là, trên cơ sở tự nguyện như là các báo cáo về tác động lên môi trường.

Cuối cùng, các biện pháp đo lường hiệu suất được dùng để chỉ đạo mọi người đến một hướng đi nhất định theo mong muốn. Điều này có nghĩa là mục đích của việc đo lường hiệu suất là để loại bỏ các mâu thuẫn và cải thiện sự tuân thủ nội bộ. Do đó, các biện pháp đo lường thường được liên kết chặt chẽ với các cơ cấu khen thưởng và công nhận thành tích.

Tuy nhiên, trên thực tế, đo lường hiệu suất có thể gây phản tác dụng bởi 2 lý do chủ yếu. Thứ nhất, quá trình đo lường có thể bị thiếu sót ngay từ bước đầu tiên. Đó có thể là:

- Phương pháp sai, ví dụ như tính số hoạt động không phải đo lường hiệu suất
- Các đối tượng được chọn để đo lường không đúng

Điểm này có thể được tóm tắt bởi một trong những lỗi quản lý (2006) nêu ra



bởi Russel Ackoff: “Những người quản lý mà không biết phải làm thế nào để đo lường cái họ muốn sẽ quay sang chấp nhận những cái mà họ có thể đo lường.”

Lý do thứ hai có thể dẫn đến thất bại của các biện pháp đo lường hiệu suất là ở yếu tố con người. “Hãy nói cho tôi biết bạn muốn đo lường cái gì; tôi sẽ nói cho bạn biết tôi sẽ xử sự ra sao” – đây có thể là cách mà các nhân viên phản ứng đối với các biện pháp đo lường hiệu suất. Triển khai chúng không hiệu quả có thể dẫn tới một văn hóa làm việc không lành mạnh; ở đó, mọi người chỉ chú tâm vào việc đạt chỉ tiêu chứ không phải tăng hiệu suất, tức là đạt được mục tiêu nhưng lại bỏ qua cốt lõi vấn đề.

Chỉ Số Đo Lường Hiệu Suất Chính (KPI) là gì và không phải là gì?

KPIs đã trở thành một nguồn thông tin về hiệu suất làm việc quan trọng nhất để hướng dẫn các doanh nghiệp đi đúng hướng. Tuy nhiên, có rất nhiều công ty lại vấp ngã ngay ở bước đi đầu tiên, đó là hiểu rõ KPI là gì.

Trước hết, rất nhiều doanh nghiệp có thể quá háo hức cho rằng mọi khía cạnh đo lường được đều là KPI. Trên thực tế, họ lại có thể đang nhìn vào các Chỉ Số Kết Quả (RI) hay các Chỉ Số Kết Quả Chủ Yếu (KRI) thay vì KPI. Có 4 loại thước đo lường hiệu suất:

- RI (Result Indicators): trình bày tóm tắt hiệu suất làm việc trong một khu vực cụ thể, ví dụ như số lượng bán hàng của một bộ phận
- KRI (Key Result Indicators): trình bày tổng quan hiệu suất của một doanh nghiệp trong quá khứ
- PI (Performance Indicators): trình bày các mục tiêu đo lường để cải thiện hiệu suất
- KPI (Key Performance Indicators): trình bày các mục tiêu đo lường để cải thiện hiệu suất đáng kể

Như vậy, KPI hướng tới tương lai hơn, liên kết chặt chẽ hơn với các mục tiêu chiến lược và mang tính hành động rõ ràng hơn. Một cách khác để phân biệt KPI với các thước đo lường khác đó là đặt ra những câu hỏi liệu những số liệu được đưa ra là mang tính chiến lược hay vận hành. Với KPI, ưu tiên không phải là để tiến gần với đo lường trong thời gian thực bởi vì KPI tập trung hơn vào chiến lược. Do đó, trong khi các chỉ số đo lường hoạt động cần phải được giám sát giờ này qua giờ khác, ngày này qua ngày khác hoặc phải được điều chỉnh thường xuyên, KPI lại không thay đổi nhiều.

Thứ hai, KPI có thể định lượng được nhưng lại không nhất thiết phải được trình bày dưới dạng tiền tệ. Nghĩa là, có loại KPI tài chính và phi tài chính. Thời gian gần đây, sự tích hợp của cả 2 loại KPI này nhờ sử dụng khuôn khổ Thẻ điểm cân bằng (Balanced Scorecard) đang dần trở nên phổ biến. “Cách tiếp cận này kết hợp giữa những thước đo nhìn về quá khứ truyền thống với các thông tin về những việc đang diễn ra trong kinh doanh, thông thường sử dụng các dữ liệu định lượng nhưng lại phi tiền tệ” (CGMA, 2012). Dựa theo cách thức Balanced Scoreboard của Kaplan và Norton, có 4 khía cạnh trong một doanh nghiệp mà KPI có thể được hình thành:

- Tài chính: ví dụ như tăng trưởng doanh số bán hàng, tỷ lệ hoàn vốn đầu tư
- Khách hàng: ví dụ như thị phần, sự hài lòng của khách hàng
- Quy trình kinh doanh nội bộ: như hiệu quả lao động, doanh thu tài sản vật chất
- Việc học tập và phát triển của nhân viên: sự hài lòng của nhân viên, đầu tư đổi mới và nghiên cứu

Hướng dẫn thiết kế KPI

Bản đồ chiến lược

Những chỉ số hiệu suất chính hiệu quả là những chỉ số liên kết trực tiếp đến các chiến lược công ty. Vì vậy, bước hợp lý đầu tiên là phải xác định được những chiến lược đó là gì. Ngày nay, có rất nhiều các công ty hàng đầu đã đưa vào sử dụng các công cụ như Strategy map (bản đồ chiến lược) hay bản đồ tạo giá trị để có thể vạch ra một hướng hành động hiệu quả nhằm giúp đạt được các tuyên bố về giá trị (phân phối đầu ra).

Hình 1: dưới đây chỉ ra làm thế nào mà một bản đồ chiến lược có thể giúp doanh nghiệp xác định KPI:

Cấp độ 1	Tuyên bố giá trị (Vận hành xuất sắc/Dẫn đầu về sản phẩm/Độ thân thiết với khách hàng)			
Cấp độ 2	Chiến lược tài chính	Chiến lược khách hàng	Chiến lược các quan điểm nội bộ	Chiến lược học hỏi và tăng trưởng
Cấp độ 3	Tăng trưởng doanh thu	Duy trì/ tăng thêm khách hàng	Hiệu quả quy trình làm việc nội bộ	Nguồn vốn nhân lực
	Năng suất	Tăng doanh thu trên mỗi khách hàng	Quy trình đổi mới	Nguồn vốn thông tin
	Tận dụng tài sản	Giảm chi phí trên từng khách hàng	Quy trình quản lý khách hàng	Nguồn vốn tổ chức
Cấp độ 4	KPI	KPI	KPI	KPI

Tùy thuộc vào tuyên bố giá trị, mỗi công ty có thể xác định được hạng mục Cấp độ 3 (tác nhân thúc đẩy giá trị) nào là quan trọng hơn cả. Ví dụ, một công ty đi theo tuyên bố giá trị để “vận hành xuất sắc” phải đặt ưu tiên hàng đầu lên các hoạt động nội bộ, do đó cần nhấn mạnh “hiệu quả làm việc nội bộ” và sẽ có thêm nhiều KPI cho khía cạnh đó.

Các câu hỏi về hiệu suất chính (Key Performance Question - KPQ)

Để thu hẹp danh sách các chỉ số đo lường xuống đến mức súc tích và có ý nghĩa nhất, đặt ra các KPQ là một giải pháp. Nói cách khác, để có được câu trả lời, bạn cần phải bắt đầu bằng 1 câu hỏi. Nếu không có câu hỏi nào cần phải trả lời thì không cần một phép đo lường nào cả.

Dưới đây là một vài lời khuyên để đề ra các KPQ:

Đảm bảo chúng liên quan mật thiết đến doanh nghiệp

Rất nhiều công ty đã phạm sai lầm khi sử dụng lại KPQ và cuối cùng rút ra KPI từ những công ty khác. Tuy nhiên, mỗi doanh nghiệp là duy nhất và việc xác định điều gì là quan trọng nhất đối với tiêu chí của công ty bạn là rất cần thiết.

Kết nối càng nhiều người càng tốt

Bằng cách cho phép nhân viên cũng như những bên liên quan tham gia vào việc đưa ra ý kiến, các doanh nghiệp sẽ có thể đảm bảo được tính thích đáng và nhất quán. Sau cùng thì, cả KPQ lẫn KPI đều phục vụ trong việc chỉ đạo mọi người đi theo một hướng đi nhất định, do đó, càng nhiều người hiểu và đồng tình với những câu hỏi thì càng tốt.

Đảm bảo tính chính xác của KPQ

Với từng tác nhân thúc đẩy giá trị, cần phải có từ 1 cho đến 2 KPQ để tránh trường hợp đo lường không có mục đích. Câu hỏi cần phải ngắn gọn, rõ ràng và không dùng thuật ngữ.

Sử dụng câu hỏi mở

Vì KPQ cung cấp bối cảnh cho KPI để đưa ra được câu trả lời, chúng cần phải được xây dựng trên hình thức câu hỏi mở nhằm gợi lên sự suy nghĩ, giải thích và thảo luận. Đôi khi người ta lại quên mất mục đích của việc đo lường là để sau cùng có thể cải thiện được hiệu suất. Vì vậy, chỉ những câu trả lời Có/Không là không đủ.

Tập trung vào hiện tại và tương lai

KPQ nên dẫn dắt được chúng ta đến tương lai để bắt đầu cải thiện. Việc hỏi những câu hỏi như “Chúng ta đã làm được việc XYZ chưa?” là tự đi vào ngõ cụt. Thay vào đó, các KPQ nên là “Chúng ta đã thực hiện việc XYZ tốt đến đâu?”

Sàng lọc KPQ trong quá trình sử dụng

Một khi KPQ được hình thành, câu trả lời của chúng cần được sử dụng để đánh giá sự hiệu quả của các KPI, thông qua việc trả lời được những câu hỏi đó và giúp chúng ta đưa ra những quyết định sáng suốt hơn. Các doanh nghiệp cần phải luôn luôn điều chỉnh KPQ để đảm bảo tính phù hợp qua thời gian.

Hình 2: các ví dụ về KPQ

Tốt	Xấu
Chúng ta đang tạo lợi nhuận hiệu quả đến mức nào?	Tỷ suất lợi nhuận sau thuế có cao không?
Chúng ta đang quản lý ngân sách tốt đến đâu?	Chúng ta đạt được ngân sách mong đợi chưa?
Chúng ta đang thu hút nhân tài đến mức độ nào?	Chúng ta đã thu hút được tài năng nào chưa?
Các nhân viên có động lực mạnh mẽ đến đâu?	Các nhân viên có động lực làm việc không?

Cơ bản về KPI

Bây giờ, chúng ta sẽ đi đến quá trình viết xuống tất cả những chỉ số hiệu suất chính KPI sau khi đã xem xét toàn bộ các bước ở trên. Với mỗi KPI, cần phải có:

Số nhận diện KPI

Số nhận dạng độc nhất này sẽ giúp theo dõi mọi chỉ số và tạo điều kiện dễ dàng cho các hệ thống tự động hóa

Tên các chỉ số

Đây là tên gọi ngắn giải thích rõ ý chính của chỉ số

Chủ sở hữu KPI

Xác định người/bộ phận có trách nhiệm trong việc thực hiện hiệu suất hoạt động

Thu thập dữ liệu

Đây là một khía cạnh mang tính kỹ thuật hơn trong việc xây dựng các KPI. Các doanh nghiệp cần phải đánh giá một cách cẩn thận các thể mạnh và cả điểm yếu của các loại công cụ đo lường khác nhau và chọn ra loại nào thích hợp nhất. Các khía cạnh dưới đây cần phải được xem xét: :

Phương thức thu thập dữ liệu

Tùy thuộc vào bản chất của các tác nhân thúc đẩy giá trị mà bạn xác định cho KPI, bạn có thể dùng phương pháp mang lại nhiều dữ liệu định tính hơn so với những cách khác. Mặc dù các dữ liệu định lượng có thể dễ dàng đo lường, các dữ liệu định tính phong phú lại có thể tạo ra những cái nhìn và bối cảnh vô giá.

Một số các phương pháp phổ biến là: hệ thống theo dõi và thu thập dữ liệu, khảo sát, phỏng vấn chuyên sâu, các nhóm tập trung, đánh giá bởi người bên ngoài, quan sát, đánh giá ngang nhau.

Nguồn dữ liệu

Các doanh nghiệp cần phải xác định được liệu các dữ liệu đã có sẵn để thu thập hay chưa và liệu các nguồn có đáng tin hay không. Trong trường hợp có nhiều rào cản thách thức tính chính xác của dữ liệu, bạn có thể cân nhắc một phương pháp khác hay kết hợp nhiều phương pháp cùng lúc.

Công thức/Thang điểm/Phương pháp đánh giá

Điều này quyết định các mức độ hiệu suất được định nghĩa thế nào hay cách thu thập dữ liệu. Đối với các dữ liệu định lượng, có thể áp dụng các công thức tính (vd: lợi nhuận biên hay ROI) hoặc các thang điểm; trong khi đó, đối với các dữ liệu định tính, bạn cần xác định được các tiêu chí đánh giá.

Một số thang điểm phổ biến được sử dụng bao gồm Danh nghĩa (Nominal), Thứ tự (Ordinal), Nội bộ (Internal) và Tỷ lệ (Ratio). Thêm vào đó, thang điểm Likert đo lường mức độ mà người trả lời đồng ý hay không đồng ý với các điều đưa ra cũng rất phổ biến.

Tần suất

Bạn cần phải nghĩ đến mức độ thường xuyên để thu thập các KPI, và điều này lại phụ thuộc vào bản chất của mỗi KPI. Ví dụ, các KP nội bộ thường được đo lường thường xuyên hơn trong khi các KPI bên ngoài (như xếp hạng thương hiệu) lại chỉ có thể đo



một hoặc 2 lần một năm. Cũng rất quan trọng để cân nhắc tần suất nào sản sinh ra đủ dữ liệu để trả lời cho các KPQ.

Các ngưỡng mục tiêu/hiệu suất

Lý do quan trọng nhất đằng sau sự tồn tại của các KPI đó là chúng sẽ dẫn dắt doanh nghiệp đạt được các mục tiêu đề ra. Do đó, bạn không thể cứ đơn giản xác định bạn muốn đo lường cái gì và đo như thế nào, làm thế nào để thu thập được các chỉ số hiệu suất mà không nói gì đến nơi mà bạn muốn đến. Đây là bước mà bạn chỉ ra được mức độ hiệu suất mà bạn mong muốn đạt được trong một khoảng thời gian cố định. Một mục tiêu tốt sẽ:

- Cụ thể và có giới hạn thời gian
- Mang tính tham vọng nhưng có thể đạt được
- Dựa vào các thông tin chất lượng

Các mục tiêu có thể được thiết lập một cách tuyệt đối (ví dụ, tăng lên đến 100), thiết lập theo tỉ lệ (như tăng lên 20%), gắn liền với điểm chuẩn (ví dụ như lọt vào top 100 trong lĩnh vực), liên quan đến chi phí/ngân sách (như giảm 10% ngân sách).

Một số lời khuyên cho việc thiết lập mục tiêu:

- Đánh giá các dữ liệu lịch sử và các xu hướng
- Cân nhắc các biến động trong hiệu suất, ví dụ như đỉnh, đoạn trũng, thời vụ
- Cân nhắc các mối quan hệ nhân-quả
- Xem xét mọi sự lệ thuộc vào các yếu tố khác

Khi một KPI đạt hay không đạt được mục tiêu đề ra, chúng được hiện thị sử dụng các màu sắc, được gọi là “tín hiệu đèn giao thông” để chỉ mức độ hiệu suất. Do vậy, các nhà thiết kế KPI cũng xác định rõ các ngưỡng cho hiệu suất thấp (Đỏ), hiệu suất trung bình (Vàng), hiệu suất tốt (Xanh lá) và thậm chí là đạt trên chỉ tiêu hiệu suất (Xanh dương).

Đánh giá và báo cáo KPI

Bạn đã hoàn thành giai đoạn đầu của thiết kế KPI, bây giờ là lúc đánh giá tính hợp lệ của chúng và đưa ra câu hỏi “Chúng đang đo lường hiệu suất làm việc tốt đến đâu?” Một lần nữa, cũng tương tự quá trình thiết kế KPQ, bước này sẽ liên quan đến rất nhiều người trong doanh nghiệp, những người trực tiếp đối mặt với các KPI.

Đánh giá

Đối với hoạt động tài chính, thường thì hệ số tin cậy khá cao do có các công cụ đo lường được thành lập lâu đời. Đối với nhiều khía cạnh phi vật thể, có lẽ hệ số tin cậy thấp hơn. Do đó, sẽ rất hữu ích nếu bạn ghi chú lại các ý kiến hay đề nghị. Cũng cần phải có một ngày hết hạn cho mỗi KPI, cũng là ngày để sửa đổi.

Một tiêu chí đánh giá khác chính là bài kiểm tra chi phí – lợi ích. Nói cách khác, bạn nên xem xét về các chi phí và nỗ lực để giới thiệu và duy trì KPI. Các doanh nghiệp có thể sẽ hiểu sai lệch đi rằng việc đo lường không phải tốn tiền bạc hay thời gian. Tuy nhiên, một vài chỉ số có thể sẽ rất tốn kém để đo đạc để đảm bảo tính hợp lệ và phù hợp, ví dụ như chi phí hành chính, gia công, phân tích và báo cáo.

Hành vi không lành mạnh

Đôi khi, các nhân viên sẽ có những ấn tượng sai về KPI. Họ có thể sẽ gắn chúng với tiền thưởng và lợi ích nên, sẽ cố gắng hết sức để “đạt mục tiêu nhưng bỏ qua cốt lõi vấn đề”. Vì vậy, những người thiết kế KPI cần phải suy nghĩ về những cách thức tiềm năng để phát hiện ra được những hành vi sai trái và không trung thực, để từ đó thực thi các biện pháp thích hợp nhằm giảm thiểu chúng.



Dưới đây là một số các hành vi không lành mạnh hay gặp và cách vượt qua chúng:

Quá nhấn mạnh vào các dữ liệu định lượng

Điều này có thể dẫn đến sự bỏ sót các dữ liệu định tính hợp lệ. Cách giải quyết là kết hợp các dữ liệu định tính vào hệ thống đo lường hiệu suất và nhắc nhở mọi người rằng còn rất nhiều thứ khác đằng sau những con số.

Đạt được mục tiêu nhưng bỏ qua cốt lõi

Điều này có nghĩa là sai lầm tập trung vào KPI thay vì vào các mục tiêu chiến lược, và sau cùng sẽ có thể dẫn đến sự thiếu sót một hướng đi chiến lược. Sự kết hợp tuyên bố nhiệm vụ và mục tiêu chiến lược vào trong các báo cáo và hệ thống theo dõi hiệu suất, cũng như là trong các buổi xét duyệt KPI sẽ giúp nhắc nhở mọi người tập trung vào bức tranh lớn toàn cảnh.

Thao túng dữ liệu

Các dữ liệu phi tài chính có thể sẽ bị bóp méo và do đó thể hiện một bức tranh không đúng về kết quả hiệu suất thực tế. Để ngăn chặn các dữ liệu bất thường bị cho qua, cần có một sự hiểu biết sâu rộng về các hoạt động và số liệu thống kê.

Dữ liệu không đồng nhất

KPI cho mỗi khía cạnh của Balanced Scoreboard có thể sẽ không cùng hướng đến một tuyên bố giá trị. Trong trường hợp này, phải có một cách tiếp cận toàn diện hơn cùng với sự hợp tác từ các chủ sở hữu KPI khác nhau để đảm bảo sự vận hành nhất quán với chiến lược tổng thể.

Báo cáo

Đây là bước cuối cùng, lúc các nhà thiết kế KPI xác định cách mà KPI sẽ được truyền đạt, cho dù là trong nội bộ hay đưa ra bên ngoài.

Người đọc và truy cập

Rất quan trọng để xác định trước ai sẽ nhận được các thông tin về KPI và phân loại họ để phân bổ cách truy cập phù hợp. Người đọc chủ đạo ở đây là những người trực tiếp liên quan đến việc quản lý và đưa ra quyết định dựa trên những KPI đã có. Người đọc thứ cấp là những người ở các bộ phận khác mà có thể hưởng lợi từ các dữ liệu KPI. Người đọc cấp thứ ba là những người thuộc các bên liên quan từ bên ngoài.

Tần suất báo cáo

Tùy thuộc vào mục đích sử dụng của từng nhóm người đọc, KPI sẽ được báo cáo theo một hướng riêng dành cho từng nhóm. Ví dụ, nếu một KPI được sử dụng để giúp đưa ra quyết định, nó phải được cung cấp thường xuyên hơn; trong khi nếu KPI đó phải có trong bản báo cáo thường niên, nó chỉ cần được truyền đạt 1 lần.

Kênh báo cáo

Đây là những kênh được dùng để truyền đạt KPI. Ví dụ, bản báo cáo hiệu suất tháng, bản tin về hoạt động nội bộ, trang web của công ty, báo cáo cho các bên liên quan theo từng quý, v.v...

Định dạng báo cáo

Đây là các cách trình bày hiệu suất: theo dạng số, đồ thị và bài tường thuật. Thông thường, để đạt được hiệu quả tối đa, bạn nên kết hợp nhiều định dạng với nhau. Các dạng trình bày trực quan thường có xu hướng giúp cho các thông tin trở nên dễ dàng nắm bắt và tiếp thu hơn, ví dụ như các loại biểu đồ, đồ thị, kiểu đèn giao thông, mặt công tơ mét.

Hình 3: mẫu thiết kế KPI

1	Mục tiêu chiến lược Chỉ số này có liên hệ với mục tiêu chiến lược nào?	
2	Câu hỏi về hiệu suất làm việc chính (KPQ): Bạn muốn biết câu trả lời cho câu hỏi nào? Chúng ta có những nhu cầu về thông tin nào?	
3	Ai đang hỏi câu hỏi này? Ai là người sử dụng thông tin?	
4	Họ sẽ làm gì với thông tin nhận được? Họ hỏi để làm gì?	
Những điều cơ bản về chỉ số hiệu suất:		
5	Số nhận diện KPI	
6	Tên	
7	Chủ sở hữu	
Thu thập dữ liệu		
8	Cách thu thập dữ liệu là gì?	
9	Nguồn của dữ liệu ở đâu?	
10	Các công thức/thước đo/ phương pháp đánh giá?	
11	Chúng ta thu thập dữ liệu ở tần suất nào, khi nào và trong bao lâu?	
12	Ai thu thập các dữ liệu?	
Chuẩn mực		
13	Mục tiêu hay (các) ngưỡng hiệu suất là gì?	
Đánh giá		
14	Các chỉ số đo lường hiệu suất tốt đến đâu?	
15	Chi phí cho việc thu thập dữ liệu là gì? Hợp lý không?	
16	Chỉ số này có thể kích hoạt những rối loạn hành vi nào?	
Báo cáo		
17	Đối tượng khán giả sơ cấp và thứ cấp của chỉ số này là ai?	
18	Tần suất báo cáo (khi vào và khoảng bao lâu thì phải báo cáo về chỉ số)	
19	Kênh báo cáo (kênh nào sẽ được dùng để báo cáo chỉ số này?)	
20	Định dạng báo cáo (các thông tin sẽ được báo cáo dưới định dạng nào?)	



Kết luận

KPI có thể được so sánh như một con dao 2 lưỡi. Nếu được sử dụng đúng, chúng sẽ trở thành một trong những công cụ hữu hiệu nhất nhằm giúp các doanh nghiệp thúc đẩy hiệu suất làm việc của họ đáng kể. Bản thân quy trình thiết kế KPI cần có sự liên kết chặt chẽ với các mục tiêu của doanh nghiệp và sự phối hợp của toàn công ty, điều mà sẽ dẫn đến sự tiến bộ đồng bộ qua thời gian.

Mặt khác, nếu có sai sót xảy ra ngay từ những bước đầu, như là chọn sai KPI hoặc sử dụng không đúng cách, dẫn đến các hành vi không lành mạnh, thì KPI sẽ chống lại bạn. Chúng tôi hi vọng rằng với sự giúp sức của tài liệu này, bạn sẽ có thể có được một cách tiếp cận có hệ thống để nâng cao hiệu suất doanh nghiệp của bạn.

VỀ TRG

TRG là doanh nghiệp quốc tế dẫn đầu thị trường trong mảng cung cấp các dịch vụ kỹ thuật. TRG gia tăng giá trị trong thị trường đầy thách thức và năng động bằng cách mang đến những giải pháp (hệ thống) phù hợp, làm việc thầm lặng và xuất sắc phía sau khách hàng để hỗ trợ khách hàng tập trung vào lĩnh vực trọng tâm của họ.

Chúng tôi làm được điều này bằng cách tuyển dụng những nhân sự mà chúng tôi tin tưởng và có cùng niềm tin với chúng tôi, từ đó hỗ trợ họ các kỹ năng và quy trình cần thiết để vượt lên trên đối thủ và cung cấp những giải pháp tốt nhất đến khách hàng. Chúng tôi là những chuyên gia tư vấn cũng như đối tác thật sự hiểu được thách thức mà khách hàng gặp phải và luôn luôn sẵn sàng làm hết sức để mang đến giải pháp phù hợp nhất. Điều quan trọng không phải là ở những dịch vụ chúng tôi cung cấp, mà là ở cách tư duy của chúng tôi.

Giải pháp của chúng tôi bao gồm: Quản trị tài chính, Quản trị hoạt động doanh nghiệp, Quản lý bán lẻ, Ảo hóa, Nhà hàng khách sạn và Đánh giá nhân sự.

Để hiểu thêm về TRG, vui lòng truy cập

<http://trginternational.com>

Kết nối với chúng tôi

