

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING
VIỆN NGHIÊN CỨU KINH TẾ ỨNG DỤNG

TẬP BÀI GIẢNG

**KỸ NĂNG KHÁM PHÁ BẢN THÂN VÀ LẬP
KẾ HOẠCH NGHỀ NGHIỆP**

Chủ biên: TS. Bảo Trung

Thành viên biên soạn:

TS. Nguyễn Thị Vân Thanh

ThS. Trần Hữu Trần Huy

ThS. Nguyễn thị Trường Hân

ThS. Nguyễn Đông Triều

ThS. Trần Lương Thuận

Thành phố Hồ Chí Minh – 2016

LỜI NÓI ĐẦU

Trong những năm gần đây, thực trạng sinh viên sau khi rời trường đại học bước vào thị trường lao động bị mất định hướng và thất vọng với thực tế cuộc sống ngày càng trở nên phổ biến. Vấn đề này xuất phát từ nhiều nguyên nhân, nhưng một lý do khá quan trọng là các bạn cảm thấy mình đã chọn sai nghề, dẫn đến mất động lực phấn đấu trong công việc. Thậm chí có một số không nhỏ phải thay đổi nghề nghiệp của mình và bắt đầu lại từ con số không. Điều này gây ra không ít sự lãng phí, mất mát cho chính bản thân các bạn cũng như gia đình và xã hội. Thấu hiểu điều đó, chúng tôi đã tập trung biên soạn và đưa vào giảng dạy Kỹ năng khám phá bản thân và lập kế hoạch nghề nghiệp, với mong muốn mang lại cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng cần thiết để có thể vận dụng tốt các nguồn lực trên con đường sự nghiệp của mình.

Tập bài giảng này chia sẻ những nội dung cốt lõi của Kỹ năng khám phá bản thân và lập kế hoạch nghề nghiệp, từ các vấn đề lý luận căn bản đến những hướng dẫn cụ thể để hình thành và phát triển những kỹ năng cần thiết. Qua đó, các bạn cũng sẽ tìm thấy động lực trong việc phấn đấu lao động và học tập.

Để học tốt và ứng dụng được những kiến thức này, bên cạnh việc tham gia đầy đủ và tích cực các hoạt động tại lớp, sự tự học và tham khảo của sinh viên để hoàn tất các bài tập tình huống được đưa ra trong tài liệu là một yêu cầu không thể thiếu.

Dựa trên nhiều nguồn tham khảo đáng tin cậy, chúng tôi đã cố gắng tìm ra cách tiếp cận mới để tập bài giảng không rơi vào “lỗi mòn”. Tuy nhiên, do có nhiều quan điểm khác nhau về cấu trúc cũng như nội dung của Kỹ năng khám phá bản thân và lập kế hoạch nghề nghiệp, và do lần đầu ra mắt nên tài liệu khó tránh khỏi những thiếu sót. Vì vậy, chúng tôi rất mong nhận những ý kiến đóng góp quý báu của quý thầy cô, các bạn sinh viên và bạn đọc nói chung để tài liệu này được hoàn thiện hơn trong những lần cập nhật sau.

Việc biên soạn bài giảng được phân công như sau:

Chương 1: TS. Bảo Trung (chủ biên)

Chương 2: TS. Nguyễn Thị Vân Thanh, ThS. Nguyễn Đông Triều

Chương 3: ThS. Trần Hữu Trần Huy, ThS. Nguyễn Thị Trường Hân, ThS. Trần Lương Thuận.

Mọi thư từ góp ý xin được gửi về: Bộ môn Kỹ năng mềm - Viện Nghiên cứu Kinh tế ứng dụng – Trường Đại học Tài chính Marketing.

Thành phố Hồ Chí Minh, tháng 7 năm 2016

Nhóm biên soạn tài liệu

Tailieu.vn

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN VỀ KỸ NĂNG KHÁM PHÁ BẢN THÂN VÀ LẬP KẾ HOẠCH NGHỀ NGHIỆP

A. MỤC TIÊU

Sau khi học xong phần này, sinh viên có thể:

- Hiểu được khái niệm và tầm quan trọng của việc khám phá bản thân.
- Nhận thức được vai trò của việc khám phá bản thân để ứng dụng trong học tập, trong công việc cũng như trong cuộc sống.
- Nắm được một số quan điểm khoa học về khám phá bản thân.
- Hiểu được những yếu tố thúc đẩy con người hành động trong cuộc sống để từ đó vận dụng tốt những khả năng của bản thân.

B. NỘI DUNG

1.1. Khái niệm

1.1.1. Khám phá bản thân

Tổng thống Pháp Charles De Gaulle đã nói: *“Sẽ chẳng có điều gì vĩ đại được thực hiện nếu không có những con người vĩ đại, và con người chỉ vĩ đại khi họ quyết tâm trở nên vĩ đại”*.

Những điều chúng ta có thể làm hay không thể làm, những điều khả thi hay không khả thi hiếm khi xuất phát từ khả năng thực sự của chúng ta. Nó liên quan nhiều đến niềm tin “Tôi là ai” hơn. Khi gặp một vấn đề mà bản thân “cảm thấy” rằng không thể làm được là chúng ta xây dựng “rào chắn” – nhân dạng hay hình ảnh hạn chế, yếu kém của bản thân.

Nhân dạng bản thân thực sự là gì? Đó đơn giản là niềm tin mà chúng ta xác định rằng chúng ta có những cái khác biệt so với người khác. Khả năng thì không đổi nhưng

việc chúng ta sử dụng bao nhiêu năng lực của mình có hoàn toàn phụ thuộc vào cách bạn định dạng bản thân. Vậy “Tôi là ai?”.

Có nhiều cách để mô tả bản thân - thông qua trạng thái cảm xúc, nghề nghiệp, địa vị, thu nhập, vai trò, hành vi, những vật sở hữu, tín ngưỡng, vẻ bề ngoài, quá khứ, thậm chí qua những gì mà chúng ta không phải thế.

Nhận dạng của bạn bè cũng có xu hướng ảnh hưởng đến chúng ta. Thường thì khi bạn tin họ là người như thế nào, đó cũng là sự phản ánh niềm tin của bạn về chính mình.

Khám phá ra bản thân là phải nhận dạng bản thân mình, xác định được “Tôi là ai”. Ngoài ra việc khám phá ra bản thân còn phải quản lý được bản thân mình. Việc quản lý bản thân phải theo sự tiến triển của nhận dạng bản thân và phải luôn luôn xác định lại bản thân trong một thế giới năng động và cởi mở ngày nay.

Trong cuộc sống hàng ngày, chúng ta luôn luôn phải trả lời nhiều câu hỏi trong tương lai như:

- (1) Hy vọng và ước mơ của bạn là gì?
- (2) Bạn sẽ ở đâu trong 10 hay 15 năm tới?
- (3) Bạn sẽ sống 10 năm tiếp theo như thế nào?
- (4) Hiện tại bạn sống như thế nào để có thể tạo dựng nên tương lai như mong muốn?
- (5) Trong hiện tại và về lâu dài, điều gì là quan trọng nhất đối với bạn?
- (6) Bạn có thể làm gì để định hình nên vận mệnh cuộc đời mình?

Muốn trả lời những câu hỏi trên đòi hỏi chúng ta phải hiểu được bản thân mình và quản lý được bản thân mình. Boris Pasternak từng nói: “Chúng ta sinh ra để sống chứ không phải để chuẩn bị sống”. Do vậy, chúng ta cần phải biết mình là ai trong cuộc đời này. Đó chính là khám phá ra bản thân mình.

1.1.2. Lập kế hoạch nghề nghiệp

Thế nào là “một công việc tốt?” Đã từng có thời, việc đầu quân cho một công ty lớn hay trở thành công chức, viên chức nhà nước, hàng ngày mặc áo sơ mi trắng đến công sở

làm những “công việc bàn giấy” được coi là công việc tốt. Ngay cả những kỹ sư, tốt nghiệp các ngành kỹ thuật cũng chỉ muốn “làm việc văn phòng”.

Làm thế nào để tìm ra hướng đi riêng cho mình trong dòng chảy biến động mạnh mẽ của xu hướng việc làm toàn cầu? Nói cách cụ thể hơn là phải chuẩn bị những gì và làm thế nào để thay đổi định kiến xã hội? Trong thời điểm hiện nay chúng ta cần phải có phương thức tư duy chiến lược để định hướng công việc, sự nghiệp tương lai bản thân. Lập kế hoạch nghề nghiệp trong tương lai là phải tìm kiếm công việc phù hợp với bản thân. Tìm kiếm công việc phù hợp với bản thân có thể tóm tắt qua 5 chiến lược sau:

1.1.2.1. Chiến lược tạo sự phù hợp giữa người tìm việc và việc tìm người:

Hàng năm cứ đến mùa hè hầu hết các trường đại học đều tổ chức ngày hội việc làm. Có rất nhiều nhà tuyển dụng muốn tìm được nhân tài và vô số sinh viên vừa tốt nghiệp đều khao khát lấp đầy vị trí đó. Tuy nhiên, rất khó để tìm thấy sự kết hợp hoàn hảo giữa nhà tuyển dụng và người lao động. Xét về khía cạnh này thì hoạt động việc tìm người và người tìm việc giống như một cuộc hôn phối. Dù có rất nhiều nam thanh, nữ tú trên đời nhưng mỗi người vẫn không dễ tìm được bạn đời phù hợp cho mình. Điều này cũng xảy ra đối với doanh nghiệp khi họ luôn bất mãn vì tìm gặp khó khăn trong tìm kiếm nhân tài. Trong khi đó thì người tìm việc than thở rằng không có doanh nghiệp nào cần tới họ. Cả người tìm việc và doanh nghiệp cứ loay hoay tìm kiếm đối tượng, đó chính là “lệch pha” của thị trường việc làm. “Lệch pha” là một trong số những từ khóa trọng tâm của vấn nạn việc làm ngày nay. Điều này đặt ra cho xã hội một nhiệm vụ cấp thiết, đó là phải nhanh chóng tìm ra giải pháp mới – chìa khóa giải quyết vấn đề “lệch pha” trong thị trường lao động.

Ngày 26/5/2016, tại Hội thảo “Đổi mới công tác đào tạo nhân lực cho các khu công nghiệp và khu chế xuất ở Việt Nam” do Ban Tuyên giáo Trung ương phối hợp Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Chương trình đổi mới đào tạo nghề tại Việt Nam (GIZ) tổ chức, đã thống kê Quý 1/2016 cả nước có 225.000 người có trình độ cử nhân, thạc sĩ thất nghiệp. Đây là con số báo động mạnh mà nhiều chuyên gia đã phản ánh. Tuy nhiên, tình trạng này có nhiều nguyên nhân, dưới góc độ chuyên gia

giáo dục trong và ngoài nước đều cho rằng “50% sinh viên học đối phó và lười học”. Về thực trạng của sinh viên hiện nay kỹ năng mềm còn hạn chế, kiến thức cơ bản chưa vững. Do vậy chất lượng của sinh viên có thể chia thành 3 nhóm: Nhóm thứ nhất khoảng 20% là các sinh viên tích cực, chăm chỉ trong học tập và có thái độ nghiêm túc; Nhóm thứ 2 khoảng 30% là các sinh viên học bình thường; Nhóm thứ 3 khoảng 50% là sinh viên học đối phó và lười học. Chính điều này đã dẫn đến sự “lệch pha” giữa nhà tuyển dụng và người tìm việc.

Một thực trạng cũng đáng quan tâm mà các chuyên gia cũng có nhiều ý kiến bàn thảo là số sinh viên, học viên chỉ quan tâm đến có bằng đại học, bằng thạc sỹ hơn là học thực chất. Hầu hết các trường đều xây dựng chuẩn đầu ra ngoại ngữ, tin học và kỹ năng mềm nhưng có bao nhiêu sinh viên, học viên có chứng chỉ mà có thể vận dụng vào trong thực tiễn. Đây là điều đáng lo. Ngoài ra một điều đáng lo nữa là đội ngũ giảng viên các trường đại học. Hiện nay cả nước có 412 trường đại học, cao đẳng tính bình quân mỗi tỉnh, thành phố có khoảng 6,6 trường đại học, cao đẳng; cả nước có khoảng 2,2 triệu sinh viên nhưng số giảng viên giảng dạy bậc đại học có trình độ tiến sỹ chỉ xoay quanh con số 9.000. Số còn lại là thạc sỹ và thậm chí chủ yếu là cử nhân. Ngay cả những giảng viên học hành không nghiêm túc thì đừng nói chi là sinh viên. Rất nhiều giảng viên lo “chạy bằng”, “chạy chứng chỉ” là chủ yếu. Đi học cũng thiếu nghiêm túc thì sao đào tạo ra thế hệ sinh viên nghiêm túc được. Chính điều này đã dẫn đến “lệch pha” giữa nhà tuyển dụng và người tìm việc.

Như vậy, nếu bản thân sinh viên không có chiến lược làm cho bản thân mình phù hợp với yêu cầu nhà tuyển dụng thì chắc chắn còn thất nghiệp lâu dài.

1.1.2.2. Tạo nên thương hiệu cá nhân

Các bạn hãy cho biết ở Việt Nam hiện nay có bao nhiêu nghề nghiệp và các trường từ sơ cấp nghề đến đại học đào tạo ra bao nhiêu nghề? 100-200 hay hơn. Thực sự trong xã hội có rất nhiều nghề có thể lên đến vài chục ngàn nhưng do định kiến xã hội mà chúng ta chỉ nhận thức được 1% nghề nghiệp có trong xã hội còn 99% nghề nghiệp khác bị bỏ quên. Ví dụ “bán vé số” có phải là một nghề không?

Khi nói đến thương hiệu tức nói đến “sự khác biệt”, tại sao chúng ta cứ chen chân vào 1% nghề mà xã hội đều biết và ưa chuộng. Điều này cũng giống như chúng ta không muốn tách ra khỏi xã hội và cùng với mọi người mặc chung 01 chiếc áo với cùng thương hiệu giống y hệt nhau.

Thương hiệu cá nhân không chỉ đơn thuần là gây dựng một hình ảnh ra thế giới bên ngoài mà nó còn là sự tự nhận thức về các điểm mạnh, điểm yếu, kỹ năng, xúc cảm,... cũng như cách sử dụng các yếu tố đó để tạo nên sự khác biệt cho bản thân và định hướng cho các quyết định của cá nhân đó. Ngày nay, thương hiệu cá nhân đã và đang trở thành một yếu tố thiết yếu để đạt tới một sự thành công.

Xây dựng thương hiệu cá nhân là cách làm cho người khác chú ý đến chúng ta nhiều hơn. Với chúng ta, một thương hiệu cá nhân là sự phản ánh tích cách và năng lực. Việc xây dựng thương hiệu cá nhân có thể thay đổi bản thân chúng ta, nhưng điều đó không có nghĩa đánh mất mình, biến mình thành người khác mà chỉ đơn giản là định hình với nhóm công chúng đang hướng tới.

Một cách tổng quát có thể hiểu: “Thương hiệu cá nhân là giá trị của một cá nhân nhờ các nguồn lực sẵn có: giá trị bản thân, năng lực, các thành tích về kinh tế, xã hội... xây dựng lên. Những giá trị này giúp cộng đồng phân biệt được cá nhân này với những cá nhân khác trong xã hội”.

Như vậy, điều quan trọng là mỗi cá nhân cần hiểu rõ bản thân mình hơn, hiểu rõ điểm mạnh, điểm yếu, rèn luyện phương pháp làm cho người khác (nhóm công chúng mục tiêu của mình) tiếp nhận các điểm mạnh, giá trị cá nhân của bạn. Điều đó sẽ làm cho hình ảnh của chúng ta trong tâm trí người khác có giá trị hơn.

1.1.2.3. Không ngừng học tập, tích lũy kiến thức và kinh nghiệm làm việc

“Nghề nghiệp là tài sản lớn nhất của con người. Thay vì mua nhà, hãy đầu tư cho đào tạo nghề nghiệp”. Gần đây tạp chí Time đã thực hiện cuộc điều tra thú vị về đào tạo nghề nghiệp và thấy rằng đào tạo nghề nghiệp là lĩnh vực đầu tư hiệu quả nhất hơn cả bất động sản hay chứng khoán. Trong bảng thông điệp Liên bang đầu năm nhiệm kỳ thứ hai,

Tổng thống Obama đã nhấn mạnh đến vấn đề đào tạo nghề nghiệp. Các trường đại học là cái nôi của những ý tưởng độc đáo, sáng tạo. Trên thực tế, Facebook đã ra đời từ ký túc xá của Đại học Harvard và ký túc xá của Stanford là nơi sản sinh ra ý tưởng Google. Tuy nhiên đào tạo nghề nghiệp ở bậc đại học cho “sinh viên biết rằng cuộc sống có rất nhiều nghề nghiệp tốt”, thay vì “đưa sinh viên đến những nơi làm việc tốt”. Điều đó đồng nghĩa với việc sinh viên biết rằng họ có thể thay đổi công việc nhiều lần trong suốt cuộc đời của mình và giải thoát họ ra khỏi suy nghĩ ám ảnh rằng chỉ một công việc phù hợp ngay sau khi tốt nghiệp mới có thể đảm bảo cho họ một tương lai ổn định. Trường đại học không chỉ là nơi mang đến cho sinh viên tấm bằng tốt nghiệp. Trường học phải là môi trường mang lại cho sinh viên cơ hội để khám phá và tìm ra đam mê của bản thân. Đào tạo nên những con người có cách nhìn nhận đa chiều về nghề nghiệp, đó mới là nhiệm vụ của các trường đại học. Chính vì lý do đó mà sinh viên phải luôn duy trì và không ngừng nghỉ hành trình khám phá nghề nghiệp bản thân. Nhận thức chính xác bản thân, “biết địch, biết ta trăm trận trăm thắng” và “có công mài sắt có ngày nên kim”. Phải luôn học hỏi để hoàn thiện bản thân và xem việc học tập là niềm vui bất cứ học cái gì cũng có giá trị của nó ngoài bằng cấp ra. Điều này đòi hỏi mỗi chúng ta phải học hỏi không ngừng nghỉ. Người Việt Nam nói chung và sinh viên Việt Nam sau khi tốt nghiệp đại học nói riêng còn một hạn chế rất lớn mà Viện Xã hội học Hoa Kỳ đã từng đánh giá: “Người Việt Nam, nhỏ học vì cha mẹ, lớn lên vì công ăn việc làm, ít có ai học vì chí khí đam mê”. Do vậy, người Việt Nam thường tham gia các lớp học không cần kiến thức, không có học hỏi gì, chủ yếu có một bằng cấp hay chứng chỉ nào đó. TS. Mark A. Ashwill - nguyên giám đốc Viện Giáo dục quốc tế Hoa Kỳ đã từng phát biểu chính vì chạy theo bằng cấp mà 21 Trường Đại học ở Mỹ, không có trụ sở, không đăng ký, không được kiểm định sang Việt Nam vẫn bán bằng được mà trong số đó rất nhiều giảng viên đại học, họ mua tới cả bằng Tiến sĩ để giảng dạy.

Nghề nghiệp bản thân không thể hiện qua bằng cấp mà người đó đạt được mà quan trọng hơn đó là quá trình không ngừng học tập, tích lũy kiến thức và kinh nghiệm làm việc.

1.1.2.4. Hướng đến thị trường lao động toàn cầu

Việt Nam đã tham gia Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương – TPP và trong đó có quy định về mở cửa thị trường lao động việc làm. Do vậy, sinh viên Việt Nam ngày nay phải chuẩn bị tâm thế để tham gia cạnh tranh trên thị trường toàn cầu. Chuyển di cư vượt qua mọi ranh giới của những con người tài năng đã bắt đầu. Ngày nay, cùng với việc ngưỡng cửa của thị trường việc làm nước ngoài đang dần được hạ xuống, thì ngày càng nhiều bạn trẻ có ý định tìm kiếm việc làm ở các thị trường nước ngoài. Việc tìm nguồn cung ứng nhân lực trên toàn thế giới vốn chỉ được giới hạn ở vài nước phát triển nay đang mở rộng sang các nước đang phát triển.

1.1.2.5. Luôn hướng tới mục tiêu cuối cùng là niềm vui lao động mỗi ngày

“Đừng làm việc vì tiền, hãy làm việc vì hạnh phúc của chính mình”. Người tạo nên huyền thoại Apple – Steven Jobs từng nói: “Nếu như trở thành người giàu nhất thế giới rồi cuối cùng kết thúc bằng việc được chôn trong nghĩa địa thì chẳng có ý nghĩa gì với tôi. Điều quan trọng là mỗi đêm trước khi đi ngủ, bạn có thể nói mình đã làm được một việc gì đó tuyệt vời. Đừng làm việc vì tiền bạc. Hãy làm một việc gì đó mà bạn có thể tự hào rằng ngày hôm qua mình đã làm được những điều tuyệt vời có thể thay đổi thế giới”.

“Đừng làm việc vì tiền” một câu nói nghe có vẻ “sáo rỗng” và không phù hợp với thực tế. Tuy nhiên, chúng ta phải thấy rằng thế hệ trẻ ngày nay không chỉ quan tâm đến nhu cầu vật chất mà còn nhu cầu tinh thần. Khi công việc không thể hòa hợp với cuộc sống, khi nó luôn khiến bạn cảm thấy mệt mỏi và mâu thuẫn với chính mình thì có lẽ đó không phải là công việc thực sự dành cho bạn. Một công việc như vậy sẽ chỉ luôn biến bản thân nó và hạnh phúc cá nhân của bạn thành sự căng thẳng, mệt mỏi. Xã hội hiện đại ngày nay là một xã hội đa nguyên hóa. Cho dù ở bất cứ lĩnh vực nào, chỉ cần bước lên đỉnh cao thì sự đền đáp về mặt vật chất chắc chắn sẽ tự động tăng lên cấp số nhân. Từ đó, ta có thể thấy tiền tài và hạnh phúc không phải là hai lựa chọn mà chúng ta phải chọn lấy một. Giờ đây, điều chúng ta cần phải thấy là không phải chia “phú quý hay bần hàn” trong nghề nghiệp, mà cần phải cảm nhận được “cảm thấy thích và không thích” trong nghề nghiệp. Cần chắc chắn rằng đó là sự lựa chọn xuất phát từ chính sở thích cá nhân

thay vì hành động theo sự lựa chọn của người khác. Hãy nhớ rằng, nghề nghiệp mơ ước không phải là một món quà gói ghém cẩn thận, đẹp đẽ và gửi tới bạn. Nghề nghiệp mơ ước là thành quả thu được từ nỗ lực của bản thân.

Hỡi các em sinh viên, hãy làm công việc có thể mang lại hạnh phúc cho chính mình!

1.2. Tầm quan trọng của việc thấu hiểu bản thân và lập kế hoạch nghề nghiệp đúng đắn

Hiểu rõ bản thân không những giúp chúng ta kiểm soát những cảm xúc tiêu cực mà còn giúp chúng ta nhận ra điểm mạnh, điểm yếu của bản thân. Khi hiểu rõ bản thân thì chúng ta mới có kế hoạch nghề nghiệp đúng đắn.

Để được thành công, hạnh phúc trong cuộc đời thì việc đầu tiên và vô cùng quan trọng đó là phải thấu hiểu bản thân. Thấu hiểu chính bản thân mình là cả một quá trình nỗ lực liên tục chứ không hề đơn giản. Khả năng nhận thức và khả năng lắng nghe hỗ trợ rất nhiều trong việc thấu hiểu bản thân.

Hàng năm có hàng ngàn tân sinh viên nhập học ngành học mình không mong muốn, hoặc không biết sau này mình sẽ ra làm nghề gì. Cũng số lượng đó, 70% tân cử nhân ra trường làm trái ngành nghề hoặc thất nghiệp một thời gian dài vì không tìm được công việc phù hợp cho mình. Một trong những nguyên nhân của thực trạng này là các bạn sinh viên thường không hiểu bản thân mình có gì và mình muốn gì ở cuộc đời này. Khi được hỏi, rất nhiều người không xác định được dự định của bản thân trong vòng 2-5 năm tới, và hoặc có ước mơ chung chung như “muốn có việc làm lương cao, ổn định, gia đình hạnh phúc”. Nhưng làm thế nào để đạt được ước mơ đó, rất ít người trả lời được.

Như vậy, thấu hiểu bản thân và lập kế hoạch nghề nghiệp đúng đắn rất quan trọng.

1.3. Một số quan điểm khoa học về khám phá bản thân

Muốn quản lý người khác, trước hết chúng ta phải có khả năng quản lý chính mình. Theo Peter Drucker, khám phá bản thân hay quản lý bản thân có nghĩa là học cách phát triển chính bản thân chúng ta. Chúng ta phải định vị bản thân tại nơi mà chúng ta có thể

đóng góp nhiều nhất cho tổ chức và cộng đồng. Lịch sử thuộc về những người thành công - một Napoleon, một De Vinci, một Mozart - họ luôn biết cách quản lý bản thân. Nói chung, chính điều đó đã khiến họ trở thành những người thành công vĩ đại.

Thành công trong nền kinh tế tri thức chỉ đến với những người biết rõ bản thân họ - những mặt mạnh, những giá trị của họ và cách tốt nhất mà họ có thể làm việc. Chúng ta đang sống trong một kỷ nguyên của những cơ hội chưa từng có trong lịch sử. Nhưng cơ hội đi kèm với trách nhiệm. Các công ty trong thời đại ngày nay không quản lý công việc của nhân viên. Những công nhân trí thức phải biết cách trở thành nhà quản lý của chính mình một cách hiệu quả.

Hầu hết chúng ta, kể cả những người có khả năng khiêm tốn nhất, đều phải học cách quản lý bản thân. Để quản lý bản thân trước hết phải xác định những điểm mạnh của mình.

1.3.1. Xác định đúng những điểm mạnh của bản thân

Hầu hết mọi người đều nghĩ rằng họ biết mình có khả năng làm tốt cái gì. Họ thường xuyên sai lầm. Thường thì mọi người biết họ giỏi ở cái gì và thậm chí sau đó nhiều người sai hơn là đúng. Một người chỉ có thể thực hiện từ điểm mạnh của mình. Họ không thể xây dựng cách thực hiện từ những điểm yếu. Trong lịch sử, con người có ít nhu cầu biết về điểm mạnh của họ. Một người khi sinh ra đã được sắp sẵn một vị trí và vị trí đó trong chuỗi dây chuyền lao động: con của một người nông dân thì sẽ là một nông dân; con gái của một thợ thủ công sẽ là vợ của một thợ thủ công và cứ thế tiếp diễn. Nhưng thời đại ngày nay con người có nhiều sự lựa chọn. Chúng ta biết những mặt mạnh của mình để có thể nhận thức được chúng ta thuộc về nơi nào.

Thứ nhất, cách để khám phá sức mạnh của mình là qua phân tích những thông tin phản hồi. Bất cứ khi nào chúng ta phải ra một quyết định hay một hành động quan trọng, hãy viết ra những gì mình mong muốn sẽ xảy ra. Chín hay mười hai tháng sau, so sánh kết quả thực sự so với mong muốn trong quá khứ.

Hãy thực hành bền bỉ, phương pháp đơn giản này sẽ chỉ cho chúng ta thấy đâu là những điểm mạnh của mình chỉ trong khoảng thời gian 2 hoặc 3 năm. Đây chính là điều quan trọng nhất mà chúng ta nên biết. Phương pháp này sẽ chỉ cho chúng ta rằng họ đang làm cái gì và thất bại khi làm, cái gì đã ngăn cản họ có được những ích lợi cao nhất trong khả năng. Biện pháp này cũng chỉ ra cho thấy chúng ta đặc biệt không có khả năng ở lĩnh vực nào, lĩnh vực nào họ chẳng có khả năng và do đó không thể tiếp tục với lĩnh vực đó. Một vài gợi ý hành động sau khi quá trình phân tích thông tin phản hồi. Đầu tiên và quan trọng nhất là hãy tập trung vào những mặt mạnh của mình. Hãy đặt bản thân vào những nơi có thể phát huy tối đa kết quả.

Thứ hai, hãy làm việc để cải thiện những điểm mạnh của mình hơn nữa. Những phân tích sẽ nhanh chóng cho biết chỗ nào chúng ta cần cải thiện các kỹ năng hoặc đòi hỏi thêm các kỹ năng mới. Biện pháp này còn chỉ ra những thiếu sót trong kiến thức của chúng ta và những kiến thức đó thường có thể tiếp tục được bổ sung thêm.

Thứ ba, hãy tìm ra nơi nào mà sự tự mãn về tri thức đang khiến bạn không thể nhận ra sự ngu dốt của mình và hãy vượt qua sự tự mãn đó. Có quá nhiều người - đặc biệt là những chuyên gia trong lĩnh vực của mình - coi thường những tri thức thuộc ngành khác hoặc họ tin rằng kiến thức uyên thâm trong một lĩnh vực có thể thay thế cho tri thức ở các lĩnh vực khác. Ví dụ như những kỹ sư hàng đầu có xu hướng tự hào khi mình chẳng biết một chút nào về kế toán. Nhưng tự hào về sự ngu dốt của mình là tự lừa phỉnh mình mà thôi. Hãy tích lũy những kỹ năng và kiến thức chúng ta cần để nhận thức một cách đầy đủ nhất những điểm mạnh của mình.

Thứ tư, phát hiện những thói quen xấu. Việc sửa chữa những thói quen xấu của mình - những việc làm hoặc làm nhưng thất bại dần ngăn cản sự hiệu quả và thành công của chúng ta - cũng quan trọng không kém. Những thói quen xấu này sẽ nhanh chóng bị phát hiện trong thông tin phản hồi. Đồng thời, phân tích thông tin phản hồi cũng cho thấy khi nào vấn đề này thiếu một cách thức ứng xử thích hợp để xử lý. Cách thức ứng xử là dầu bôi trơn cho cả một tổ chức. Cách ứng xử - đơn giản như nói “làm ơn” và “cảm ơn” và việc nhớ tên một người hay hỏi thăm gia đình người đó – làm cho hai người có thể

làm việc chung với nhau và liệu rằng họ có ưa người kia hay không. Những cá nhân xuất sắc, đặc biệt là những cá nhân trẻ xuất sắc, thường không hiểu điều này. Nếu như các phân tích chỉ ra rằng khi công việc đòi hỏi sự hợp tác với người khác, ai đó xuất sắc nhưng thất bại: hết lần này đến lần khác, thì rất có thể đâu đó thiếu đi sự nhã nhặn, thiếu đi một cách ứng xử đúng mực.

Việc so sánh mục tiêu hy vọng với kết quả thực tế cũng chỉ ra cái gì không nên làm. Chúng ta đều có vô số những lĩnh vực mà chúng ta không có khả năng hay kỹ năng hoặc thậm chí chẳng có cơ hội trở thành một nữa: trung bình trong lĩnh vực đó. Trong những lĩnh vực này, một cá nhân – đặc biệt trong trường hợp một công nhân tri thức - không nên nhận làm. Một người nên nỗ lực càng ít càng tốt khi cố cải thiện những lĩnh vực mà mình chẳng có khả năng. Việc cải thiện từ yếu kém lên hạng trung bình làm tiêu tốn nhiều năng lượng và khối lượng công việc lớn hơn nhiều việc cải thiện khả năng làm việc tốt nhất của mình lên hạng xuất sắc. Tuy nhiên, vẫn có nhiều người - đặc biệt là hầu hết các giáo viên và hầu hết các tổ chức - tập trung vào biến những người hạng yếu kém trong một lĩnh vực nào đó lên hạng trung bình. Thay vào đó năng lượng, các nguồn lực và thời gian nên được đầu tư biến một người có khả năng bản thân thành một ngôi sao chói sáng trong lĩnh vực của họ.

1.3.2. Nhận diện cách thức làm việc của bản thân

Điều ngạc nhiên là hầu như không ai biết cách thức họ làm việc. Thực tế, hầu hết chúng ta thậm chí còn không biết rằng những người khác nhau thì cách họ thực thi công việc cũng khác nhau. Quá nhiều người làm việc theo cách không phải của họ và điều đó hầu như chắc chắn không mang lại kết quả cao. “Tôi thực hiện bằng cách nào?” có lẽ còn quan trọng hơn cả câu hỏi “điểm mạnh của tôi là gì?”

Thứ nhất, tôi thực hiện bằng cách nào? Cũng giống như những điểm mạnh của một cá nhân, cách thức mà một cá nhân thực hiện cũng là độc nhất vô nhị. Đó là vấn đề cá tính. Liệu rằng cá tính có được do tự nhiên hay do nuôi dạy, thì ta đều có thể chắc chắn rằng cá tính cũng đã được hình thành rất lâu trước khi chúng ta bắt đầu làm việc. Và cách thức cá nhân hành động cũng giống như việc cá nhân có khả năng hay không có khả năng

làm gì đã được xác định từ trước. Cách thức một người hành động có thể thay đổi đôi chút nhưng cách thức đó không có khả năng thay đổi hoàn toàn một cách dễ dàng. Giống như việc con người đạt được thành công khi họ làm cái mà họ có thể làm tốt, họ cũng sẽ thành công khi làm việc theo cách mà họ có thể hành động tốt nhất. Một vài đặc điểm tính cách thông thường sẽ quyết định cách thức một người hành động.

Thứ hai, để biết cách một người hành động là tìm hiểu cách họ học tập. Rất nhiều học giả hàng đầu - Winston Churchill là một ví dụ điển hình về việc học hành kém cỏi ở trường. Những người như vậy thường có ký ức trường học là nơi tra tấn. Tuy nhiên, rất ít người đồng trang lứa với họ suy nghĩ như vậy. Họ có thể không thích trường học lắm. Nhưng điều tồi tệ nhất mà họ phải chịu đựng là sự buồn chán. Điều này được giải thích theo một quy luật những học giả này không học bằng cách lắng nghe và đọc. Họ học bằng cách viết. Bởi vì trường học không cho phép họ học theo cách này nên họ bị điểm kém.

Người ta tổ chức trường học khắp mọi nơi trên một giả thiết là chỉ có một cách duy nhất để học và đó là cách chung cho tất cả mọi người. Việc bị bắt học theo cách mà trường học dạy là địa ngục cho những sinh viên học theo cách khác cách mà họ được dạy. Trên thực tế, có rất nhiều cách học khác nhau, đặc biệt là trong lĩnh vực kinh doanh. Có những người giống như Churchill học bằng cách viết ra. Một số người học bằng những ký tự phong phú. Một vài người học bằng cách hành động, một số khác lại học bằng cách tự lắng nghe bản thân mình nói.

Trong tất cả các mảng của vấn đề tự học, việc hiểu cách thức học tập của bản thân là việc dễ tìm ra nhất. Khi hỏi mọi người "Anh, chị học như thế nào?" hầu hết họ đều trả lời được. Nhưng khi hỏi "Anh, chị có thực hành dựa trên cách học của mình không?" thì rất hiếm người trả lời có. Mặc dù việc thực hành dựa trên cách học là yếu tố quan trọng để đạt thành công, hay ngược lại, đi trái lại với cách học của mình, mọi người sẽ thường thất bại.

Thứ ba, tôi là người học theo phương pháp đọc hay nghe? Và tôi học theo phương pháp nào? Đó là những câu hỏi đầu tiên được đặt ra cho bản thân. Nhưng các câu hỏi này

không phải là những câu hỏi duy nhất. Để quản lý bản thân một cách hiệu quả, bản thân cũng phải tự hỏi, tôi làm việc tốt với những người thế nào, hay tôi thích làm việc đơn độc? Và nếu tự nhận thấy mình làm việc tốt với người khác, câu hỏi tiếp theo cần đặt ra là, mình làm tốt điều đó trong những mối quan hệ như thế nào?

Một vài người làm tốt nhất khi họ làm trợ lý cho người khác. Tướng George Patton, anh hùng quân đội của nước Mỹ những năm chiến tranh thế giới thứ II, là một ví dụ điển hình. Patton là chỉ huy quân đội cao nhất của Mỹ. Tuy nhiên, khi ông được giao nhiệm vụ là một chỉ huy độc lập, Tướng George Marshall, đại tư lệnh - và có lẽ là người có tài nhìn người nhất trong lịch sử nước Mỹ - đã nhận định "Patton là trợ lý tốt nhất mà lực lượng quân đội Mỹ từng đào tạo, nhưng ông ta sẽ là vị chỉ huy kém cỏi nhất".

Một vài người làm việc hiệu quả nhất khi hoạt động theo nhóm. Một số khác lại làm tốt nhất khi làm việc một mình. Một số người ngoại lệ lại có tài chỉ huy hay dẫn dụ người khác, số khác thì không phù hợp với việc chỉ huy.

Một câu hỏi quan trọng khác là tôi sẽ hành động tốt nhất trong tư cách là người ra quyết định hay một nhà tư vấn? Một số cá nhân xuất sắc có thể làm tốt vai trò của một "quân sư" nhưng không thể chịu được áp lực và gánh nặng trong vai trò của một người ra quyết định. Ngược lại, đa số người khác lại cần một nhà tư vấn để hồi thúc họ phải suy nghĩ, sau đó họ có thể đưa ra quyết định và hành động nhanh chóng một cách tự tin và dũng cảm.

Đó cũng là một lý do tại sao những người đứng vị trí thứ hai trong một tổ chức thường thất bại khi được đề bạt lên vị trí đứng đầu. Vị trí đứng đầu cần một người biết ra quyết định. Những người có thể ra quyết định mạnh mẽ thường cần một người họ tin cậy đứng vào vị trí thứ hai để tư vấn cho họ - và ở vị trí này, người thứ hai toả sáng. Nhưng trong vị trí của người đứng đầu, họ lại thất bại. Anh ta biết lựa chọn nào thì đúng nhưng lại không thể chịu được những trách nhiệm khi phải thực hiện lựa chọn đó. Một số câu hỏi quan trọng khác gồm, tôi có hành động tốt khi phải chịu nhiều áp lực hay tôi có cần một môi trường hoạt động đã được thiết kế sẵn và có khả năng dự đoán được? Tôi thực thi nhiệm vụ tốt nhất trong một tổ chức quy mô lớn hay nhỏ? Số người làm việc tốt trong

tất cả các loại môi trường rất hiếm hoi. Nhiều người đã từng thành công lẫy lừng trong các tổ chức lớn nhưng lại thất bại thảm hại khi họ chuyển sang những tổ chức nhỏ hơn. Điều ngược lại cũng đúng.

Đừng cố gắng thay đổi bản thân mình - vì thường không thành công. Nhưng hãy chú tâm vào cải thiện cách mà mình có thể hành động. Đừng cố nhận những công việc mà chúng ta không thể thực hiện hoặc sẽ làm rất dở trong những lĩnh vực đó.

1.3.3. Định vị bản thân

Quản lý bản thân có nghĩa là học cách phát triển chính bản thân chúng ta, trong đó việc xác định được "tôi là ai" vô cùng quan trọng.

Những giá trị của tôi là gì?

Để quản lý bản thân, cuối cùng chúng ta sẽ phải thắc mắc, những giá trị của tôi là gì? Đây hoàn toàn không phải là một câu hỏi về đạo đức. Xét trên khía cạnh đạo đức, quy tắc là chung cho tất cả mọi người và câu hỏi được trả lời một cách dễ dàng. Đạo đức đòi hỏi chúng ta hãy tự hỏi bản thân mình, muốn mình như thế nào? Cái gì là chuẩn mực đạo đức trong một tổ chức này thì cũng đúng cho các tổ chức khác. Nhưng đạo đức chỉ là một phần của hệ thống giá trị.

Một người có thể gặp bế tắc hoặc không thể hành động khi làm việc trong một tổ chức có hệ giá trị không thể chấp nhận hoặc không tương thích với hệ giá trị của riêng anh ta.

Những giá trị của cá nhân phải phù hợp với giá trị của tổ chức để cá nhân đó có thể làm việc hữu ích trong tổ chức. Những hệ giá trị đó không cần phải trùng khít lên nhau, nhưng nên đủ tương đồng để cùng tồn tại nếu không cá nhân sẽ lâm vào bế tắc và cũng chẳng làm được thành tựu gì.

Những điểm mạnh của một cá nhân và cách thức cá nhân đó hành động hiếm khi xung đột với nhau; chúng bổ sung cho nhau. Nhưng đôi khi có sự xung đột giữa hệ giá trị của cá nhân và những điểm mạnh của anh ta. Những việc mà một người làm tốt, thậm chí làm xuất sắc và rất thành công có thể lại không tương thích với hệ giá trị của anh ta.

Trong trường hợp đó, công việc đó có vẻ như chẳng đáng để anh ta cống hiến cả đời (hay ít nhất là phần lớn cuộc đời).

Tôi thuộc về nơi nào?

Rất ít người biết ngay từ đầu nơi mà họ thuộc về. Những nhà toán học, nhạc sĩ, đầu bếp thường xuyên là nhà toán học, nhạc sĩ hay đầu bếp từ khi họ bốn hay năm tuổi. Những nhà vật lý thường quyết định nghề nghiệp tương lai khi họ là thiếu niên, thậm chí còn sớm hơn. Nhưng hầu hết mọi người, đặc biệt là những người có khả năng thiên phú, không thực sự biết họ thuộc về nơi nào cho đến khi họ đã đi qua cái tuổi 25. Tuy nhiên, ở cái tuổi đó, họ nên biết câu trả lời của mình cho ba câu hỏi: Những mặt mạnh của tôi là gì? Tôi hành động theo cách thức nào? Và hệ giá trị của tôi là gì? Và sau đó họ có thể quyết định và nên quyết định vị trí của họ.

Cũng tương tự như vậy, con người nên biết cách tự quyết định họ không thuộc về nơi nào. Khi một cá nhân nhận ra anh ta không thể hoàn thành tốt trong một tổ chức lớn thì anh ta cũng nên học cách từ chối vị trí đó. Một người hiểu rằng anh ta không phải là người có thể chịu trách nhiệm với các quyết định thì anh ta cũng nên học cách từ chối được bổ nhiệm vào vị trí của người đưa ra các quyết định.

Việc biết câu trả lời cho những câu hỏi trên giúp một cá nhân có thể đồng ý với một cơ hội, một lời đề nghị hoặc một bổ nhiệm, là việc quan trọng không kém, vâng, tôi sẽ làm việc đó. Nhưng tôi sẽ làm việc đó theo cách của mình. Đó là cách mà công việc sẽ được thiết kế. Đó là cách các mối quan hệ được thiết lập. Đó là những kết quả mà ông nên kỳ vọng ở tôi trong giai đoạn này, bởi vì đó là con người tôi. Một sự nghiệp thành công không được lên kế hoạch trước. Mà sự nghiệp đó thành công khi con người ta biết chuẩn bị cho những cơ hội bởi vì họ biết sức mạnh, phương pháp làm việc và hệ giá trị của mình. Việc nhận thức ra nơi anh, chị thuộc về có thể sẽ biến một con người bình thường - chăm chỉ làm việc và có năng lực trung bình – trở thành một người thành công xuất sắc.

Tôi nên đóng góp cái gì?

Xuyên suốt lịch sử, phần lớn con người chẳng bao giờ hỏi “Tôi nên đóng góp cái gì?”. Người khác bảo họ nên đóng góp cái gì và nhiệm vụ của họ là cống hiến cho công việc hoặc chứng minh kỹ năng hoàn hảo của mình - đối với các nghệ nhân - làm việc giống như những người phụ thuộc. Cho đến tận ngày nay, hầu hết mọi người đều cho rằng việc mình là trợ lý và làm những gì mình được phân công là điều hiển nhiên. Thậm chí đến những năm 1950 và 1960, những công nhân trí thức mới vẫn phụ thuộc vào bộ phận nhân sự lên kế hoạch cho công việc của họ. Cuối những năm 60, không ai muốn bị sai bảo phải làm gì nữa. Những con người mới bắt đầu đặt ra câu hỏi, tôi muốn làm gì? Và câu trả lời họ tìm thấy cho phương thức để cống hiến là “làm việc của chính mình”. Nhưng giải pháp này cũng sai lầm như chính những chúng ta đã từng sai lầm. Rất ít người tin rằng làm việc của chính mình sẽ đóng góp cho doanh nghiệp đạt được thành công.

Nhưng chúng ta vẫn chưa có kết quả cho cách trả lời cũ là chấp nhận làm những gì được phân công. Chúng ta phải học cách hỏi những câu hỏi chưa ai hỏi trước đó: “Tôi nên cống hiến cái gì?”. Để trả lời câu hỏi này, họ nên chú tâm vào ba yếu tố cơ bản: “Tình huống này yêu cầu những gì?”, “Với những sở trường, cách thức làm việc và những giá trị của tôi, tôi có thể đóng góp cho cái gì nhiều nhất và tôi cần làm gì?”. Cuối cùng, “Tôi cần đạt những kết quả thể nào để có sự khác biệt?”.

Vì thế, câu hỏi trong tất cả các trường hợp nên là, nơi nào và làm như thế nào để tôi có thể đạt kết quả, làm nên sự khác biệt trong vòng một năm rưỡi? Câu trả lời nên cân bằng một vài yếu tố. Đầu tiên, mục tiêu đạt được nên khó khăn để thực hiện - theo cách nói thời thượng bây giờ, các mục tiêu này cần được đặt ra ở mức cao hơn một chút. Nhưng chúng cũng cần có tính khả thi. Hướng vào những mục tiêu mà không thể hoàn thành - hoặc trong những trường hợp hầu như không tưởng - thì không phải là hoài bão mà chỉ là một sự ngu ngốc. Thứ hai, các mục tiêu cần đạt tới nên có ý nghĩa nào đó. Các mục tiêu này làm nên sự khác biệt. Cuối cùng, kết quả nên nhìn thấy được và nếu có thể thì nên đo lường được. Từ những mong muốn trên, ta có một chuỗi các hành động: “Tôi

phải làm gì, tôi nên bắt đầu từ đâu và bắt đầu như thế nào và những mục tiêu và hạn chót để hoàn thành mục tiêu là khi nào?”.

1.4. Tìm hiểu những yếu tố thúc đẩy con người hành động trong cuộc sống

1.4.1. Nhu cầu

Nhu cầu là trạng thái thiếu hụt mà chưa được thỏa mãn. Ví dụ, cơ thể thiếu nước, chúng ta có cảm giác khát nên có nhu cầu uống nước.

Thuyết nhu cầu của A. Maslow là thuyết đạt tới đỉnh cao trong việc nhận dạng các nhu cầu tự nhiên của con người nói chung. Cho đến nay, chưa có thuyết nào thay thế tốt hơn thuyết này mặc dù cũng có khá nhiều “ứng cử viên” có ý định thay thế.

Theo thuyết A. Maslow, nhu cầu tự nhiên của con người được chia thành các thang bậc khác nhau từ “đáy” lên tới “đỉnh”, phản ánh mức độ “cơ bản” của nó đối với sự tồn tại và phát triển của con người vừa là một sinh vật tự nhiên, vừa là một thực thể xã hội.

Việc sắp xếp nhu cầu theo thang bậc từ thấp đến cao cho thấy độ “dã man” của con người giảm dần và độ “văn minh” của con người tăng dần.

Theo Maslow, con người làm việc để thỏa mãn những nhu cầu của chính họ. Nhu cầu tự nhiên của con người được chia thành 5 thang bậc khác nhau từ “đáy” lên tới “đỉnh”.

Nguyên tắc hoạt động của kim tự tháp này là: cho đến khi nào nhu cầu ở phía dưới còn chưa được thỏa mãn thì thật khó mà tiếp tục lên các nhu cầu ở cấp cao hơn.