



BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
ỦY BAN TIÊU CHUẨN ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA



THÔNG TIN CHUNG
Giải thưởng Chất lượng Quốc gia

I. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA

1. Quá trình hình thành:

Tháng 8/1995, tại Hội nghị Chất lượng Việt Nam lần thứ nhất tại Hà Nội, Phó Chủ tịch nước Nguyễn Thị Bình đã công bố việc khởi xướng Phong trào Nâng suất Chất lượng trong Thập niên Chất lượng Việt Nam lần thứ nhất (1996 - 2005) theo sáng kiến của Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng (nay là Ủy ban Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng Quốc gia) thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường (nay là Bộ Khoa học và Công nghệ). Cũng tại Hội nghị đó, Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường đã thông báo về việc thiết lập một giải thưởng trong lĩnh vực chất lượng: Giải thưởng Chất lượng Việt Nam. Giải thưởng chính thức triển khai từ năm 1996.

Giải thưởng Chất lượng Quốc gia được xây dựng và triển khai trên thành công của 13 năm hoạt động Giải thưởng Chất lượng Việt Nam (1996 - 2008) được quy định tại Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hoá, Nghị định số 132/2008/NĐ-CP ngày 31/12/2008 quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hoá và Nghị định số 74/2018/NĐ-CP ngày 15/5/2018 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 132/2008/NĐ-CP. Sự hình thành Giải thưởng Chất lượng Quốc gia đánh dấu một bước phát triển mới cho hoạt động Giải thưởng Chất lượng của Việt Nam nói riêng và phong trào nâng suất - chất lượng tại Việt Nam nói chung, đồng thời khẳng định vai trò và vị thế của Giải thưởng Chất lượng đối với cộng đồng doanh nghiệp và xã hội.

Giải thưởng Chất lượng Quốc gia của Việt Nam nằm trong hệ thống Giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương (Global Performance Excellence Award - GPEA) của Tổ chức Chất lượng Châu Á - Thái Bình Dương (Asia Pacific Quality Organization - APQO). Giải thưởng Chất lượng Quốc gia được thiết lập, triển khai trên cơ sở chấp nhận mô hình và các tiêu chí Giải thưởng Chất lượng của các quốc gia tiên tiến. Giải thưởng Chất lượng Quốc gia được trao giải hằng năm và giao cho Ủy ban Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng Quốc gia, đơn vị trực thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ chủ trì thực hiện.

Qua gần 30 năm hình thành và phát triển, Giải thưởng đã thu hút được sự quan tâm đặc biệt và tạo được uy tín đối với các doanh nghiệp, cơ quan quản lý cũng như người tiêu dùng trong xã hội; tôn vinh xứng đáng những doanh nghiệp đạt thành tích xuất sắc trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ, năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động, hội nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới.

2. Điều kiện tham dự

Tổ chức, doanh nghiệp tham dự Giải thưởng Chất lượng Quốc gia phải đáp ứng điều kiện: là các tổ chức, doanh nghiệp có tư cách pháp nhân đã hoạt động sản xuất, kinh doanh và dịch vụ liên tục tại Việt Nam và không vi phạm các quy định của pháp luật trong thời gian ít nhất 36 tháng, tính đến thời điểm đăng ký tham dự.

3. Loại hình doanh nghiệp tham dự

Việc đăng ký tham dự và đánh giá, xét chọn trao Giải thưởng Chất lượng Quốc gia căn cứ vào 4 loại hình tổ chức, doanh nghiệp tham dự sau:

- a) Sản xuất lớn: sử dụng trên 250 lao động chính thức (hợp đồng lao động từ 01 năm trở lên);
- b) Sản xuất vừa và nhỏ: sử dụng đến 250 lao động chính thức (hợp đồng lao động từ 01 năm trở lên);
- c) Dịch vụ lớn: sử dụng trên 250 lao động chính thức (hợp đồng lao động từ 01 năm trở lên);
- d) Dịch vụ vừa và nhỏ: sử dụng đến 250 lao động chính thức (hợp đồng lao động từ 01 năm trở lên).

4. Các tiêu chí Giải thưởng Chất lượng Quốc gia bao gồm:

- 1) Vai trò của lãnh đạo (120 điểm);
- 2) Hoạch định chiến lược (85 điểm);
- 3) Định hướng vào khách hàng và thị trường (85 điểm);
- 4) Đo lường, phân tích và quản lý tri thức (90 điểm);
- 5) Quản lý, phát triển nguồn nhân lực (85 điểm);
- 6) Quản lý quá trình hoạt động (85 điểm);
- 7) Kết quả hoạt động (450 điểm).

5. Hồ sơ tham dự

Tổ chức, doanh nghiệp đăng ký và nộp hồ sơ tham dự Giải thưởng Chất lượng Quốc gia tại Hội đồng sơ tuyển GTCLQG tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (thông qua Sở Khoa học và Công nghệ các tỉnh, thành phố) nơi tổ chức, doanh nghiệp đăng ký hoạt động sản xuất, kinh doanh. Trường hợp tổ chức, doanh nghiệp thuộc lĩnh vực quản lý chuyên ngành của các bộ, ngành, có thể đăng ký tham dự GTCLQG tại Hội đồng sơ tuyển cấp Bộ, ngành.

Hồ sơ bao gồm: Bản đăng ký tham dự GTCLQG; Báo cáo giới thiệu chung về tổ chức, doanh nghiệp; Báo cáo tự đánh giá theo 07 tiêu chí của GTCLQG; Tài liệu chứng minh về việc áp dụng hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến (chứng chỉ hoặc tài liệu liên quan); Tài liệu chứng minh về sự phù hợp của sản phẩm, hàng hóa chính với các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật tương ứng; Báo cáo đánh giá tác động môi trường hoặc bản cam kết bảo vệ môi trường được phê duyệt và các kết quả quan trắc hằng

năm theo quy định của pháp luật trong 03 năm gần nhất; Xác nhận kết quả thực hiện nghĩa vụ thuế với Nhà nước và thực hiện chế độ bảo hiểm xã hội đối với người lao động hằng năm trong 03 năm gần nhất; Các tài liệu chứng minh khác về kết quả hoạt động sản xuất, kinh doanh của tổ chức, doanh nghiệp trong 3 năm gần nhất (nếu có).

6. Cơ cấu giải thưởng

- Giải thưởng Chất lượng Quốc gia: được trao tặng cho các tổ chức, doanh nghiệp đạt từ 600 điểm trở lên.

- Giải Vàng Chất lượng Quốc gia: được trao tặng cho các tổ chức, doanh nghiệp đạt từ 800 điểm trở lên và được đánh giá là xuất sắc nhất trong số các tổ chức, doanh nghiệp đạt GTCLQG.

Tổ chức, doanh nghiệp đạt GTCLQG được nhận Cúp và Giấy chứng nhận.

Tổ chức, doanh nghiệp đạt Giải Vàng Chất lượng Quốc gia của 01 trong 02 năm gần nhất được xem xét, lựa chọn đề cử tham dự Giải thưởng Chất lượng Quốc tế Quốc tế Châu Á – Thái Bình Dương (GPEA).

7. Phương pháp đánh giá giải thưởng

Hoạt động đánh giá do các chuyên gia đánh giá và nhóm chuyên gia đánh giá thực hiện và được chia thành các giai đoạn sau:

- *Đánh giá trên hồ sơ*: Do chuyên gia đánh giá thực hiện một cách độc lập trên cơ sở xem xét hồ sơ tham dự Giải thưởng Chất lượng Quốc gia.

- *Đánh giá tại chỗ*: Do chuyên gia đánh giá thực hiện theo yêu cầu của Hội đồng giải thưởng tương ứng và được tiến hành tại tổ chức, doanh nghiệp.

8. Hội đồng giải thưởng các cấp

Quá trình tuyển chọn GTCLQG được tiến hành theo 2 cấp Hội đồng giải thưởng:

- *Hội đồng sơ tuyển*: bao gồm Hội đồng sơ tuyển cấp địa phương do Ủy ban Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng Quốc gia thành lập trên cơ sở đề nghị của Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh, thành phố; Hội đồng sơ tuyển cấp bộ, ngành do các bộ, ngành thành lập, có sự thống nhất của Bộ Khoa học và Công nghệ.

Hội đồng sơ tuyển tiến hành tiếp nhận hồ sơ tham dự GTCLQG, xem xét, đánh giá và đề xuất với Hội đồng quốc gia danh sách các tổ chức, doanh nghiệp được đề nghị trao tặng GTCLQG

- *Hội đồng quốc gia*: do Bộ Khoa học và Công nghệ thành lập trên cơ sở đề nghị của Ủy ban Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng Quốc gia.

Hội đồng quốc gia tiến hành xem xét, thẩm định các tổ chức, doanh nghiệp và đề nghị Bộ Khoa học và Công nghệ trình Thủ tướng Chính phủ tặng GTCLQG.

9. Các giá trị cốt lõi của Giải thưởng:

Bộ Tiêu chí Giải thưởng Chất lượng Quốc gia được xây dựng trên tập hợp các giá trị cốt lõi được tìm thấy tại các tổ chức, doanh nghiệp hàng đầu trên thế giới hiện nay. Bao gồm: Quan điểm hệ thống; Lãnh đạo có tầm nhìn xa; Xuất sắc trong tập trung vào khách hàng; Coi trọng con người; Nhạy bén và phục hồi; Tổ chức học hỏi; Tập trung vào thành công và đổi mới; Quản lý theo thực tế; Đóng góp xã hội; Đạo đức và minh bạch; Mang lại giá trị và kết quả.

Cụ thể:

+ Quan điểm hệ thống

Quan điểm hệ thống có nghĩa là quản lý tất cả các thành phần trong tổ chức, doanh nghiệp như một thể thống nhất để đạt được sứ mệnh, thành công liên tục và hiệu suất xuất sắc. Quan điểm hệ thống cũng có nghĩa là quản lý tổ chức, doanh nghiệp trong bối cảnh hệ sinh thái, nơi các tổ chức, doanh nghiệp được kết nối với nhau mang đến cơ hội cho các mối quan hệ mới và có thể đổi mới.

Quản lý thành công hiệu suất tổng thể của tổ chức đòi hỏi phải nhận thức tổ chức như một hệ thống với các hoạt động phụ thuộc lẫn nhau. Tổng hợp, liên kết và tích hợp theo từng tổ chức cụ thể làm cho hệ thống nội bộ thành công. Tổng hợp có nghĩa là hiểu tổ chức một cách tổng thể. Nó kết hợp các thuộc tính kinh doanh chính, bao gồm năng lực cốt lõi, mục tiêu chiến lược, kế hoạch hành động, hệ thống làm việc, yêu cầu và kỳ vọng của lực lượng lao động. Sự liên kết có nghĩa là sử dụng các liên kết chính của tổ chức để đảm bảo tính nhất quán của các kế hoạch, quá trình, thước đo và hành động. Tích hợp được xây dựng dựa trên sự liên kết, sao cho các thành phần riêng lẻ trong hệ thống quản lý hiệu suất của tổ chức hoạt động theo cách hoàn toàn kết nối với nhau, thống nhất và cùng có lợi để mang lại kết quả như mong đợi.

Ngoài ra, tổ chức, doanh nghiệp tồn tại trong một hệ sinh thái kinh doanh - một mạng lưới các tổ chức, bao gồm các đối tác, nhà cung cấp, cộng tác viên, đối thủ cạnh tranh, khách hàng, cộng đồng và các tổ chức có liên quan khác trong và ngoài lĩnh vực hoặc ngành của mình. Trong hệ thống lớn hơn này, vai trò giữa các tổ chức có thể thay đổi khi có cơ hội và nhu cầu. Đối với hệ sinh thái kinh doanh của tổ chức, tổng hợp có nghĩa là hiểu tổ chức của mình như một phần của tổng thể lớn hơn. Nó kết hợp các thuộc tính chính mà tổ chức đóng góp và cần từ các đối tác, cộng tác viên, đối thủ cạnh tranh, khách hàng, cộng đồng và các tổ chức có liên quan khác, bao gồm cả những tổ chức không được coi là cộng tác viên theo cách truyền thống.

Khi tổ chức, doanh nghiệp có quan điểm hệ thống, các nhà lãnh đạo cấp cao của tổ chức tập trung vào các định hướng chiến lược và khách hàng. Các nhà lãnh đạo cấp cao theo dõi, phản hồi và quản lý hiệu suất dựa trên kết quả của tổ chức, doanh nghiệp. Với quan điểm hệ thống, tổ chức sử dụng các thước đo, chỉ số, năng lực cốt lõi và tri thức tổ chức, doanh nghiệp của mình để xây dựng các chiến lược chính, liên kết các chiến lược này với hệ thống công việc và các quá trình chính, quản lý rủi ro và sắp xếp các nguồn lực để cải thiện hiệu suất tổng thể cũng như sự tập trung của tổ chức vào khách hàng và các bên liên quan. Các khái niệm và giá trị cốt lõi, 07 Tiêu chí và nguyên tắc châm điểm là các khối xây dựng và cơ chế tích hợp của hệ thống.

+ Lãnh đạo có tầm nhìn xa

Các nhà lãnh đạo cấp cao nên thiết lập tầm nhìn cho tổ chức, doanh nghiệp, tập trung vào khách hàng, thể hiện các giá trị và đạo đức tổ chức rõ ràng và hiện hữu, đồng thời đặt kỳ vọng cao cho lực lượng lao động. Tầm nhìn, giá trị và kỳ vọng phải cân bằng nhu cầu của tất cả các bên liên quan. Các nhà lãnh đạo của tổ chức, doanh nghiệp cũng nên đảm bảo thiết lập các chiến lược, hệ thống và phương pháp để xây dựng tri thức và năng lực, trao quyền cho lực lượng lao động, thúc đẩy và tận dụng sự đa dạng, khuyến khích đổi mới, quản lý rủi ro, đảm bảo khả năng phục hồi, yêu cầu chịu trách nhiệm và đạt được hiệu suất xuất sắc, từ đó đảm bảo thành công của tổ chức, doanh nghiệp hiện tại và trong tương lai.

Các giá trị và chiến lược mà các nhà lãnh đạo xác định phải giúp dẫn hướng tất cả các hoạt động và quyết định của tổ chức, doanh nghiệp. Các nhà lãnh đạo cấp cao nên truyền cảm hứng và khuyến khích toàn bộ lực lượng lao động của tổ chức, doanh nghiệp đóng góp, phát triển và học hỏi, đổi mới và đón nhận sự thay đổi có ý nghĩa. Các nhà lãnh đạo cấp cao phải chịu trách nhiệm trước cơ quan quản trị của tổ chức về các hành động và hiệu suất của họ, và cơ quan quản trị phải chịu trách nhiệm cuối cùng trước tất cả các bên liên quan về đạo đức, hành động và hiệu suất của tổ chức và các nhà lãnh đạo cấp cao.

Các nhà lãnh đạo cấp cao nên đóng vai trò là hình mẫu thông qua hành vi đạo đức và sự tham gia cá nhân của họ vào việc lập kế hoạch, cung cấp một môi trường hỗ trợ cho sự đổi mới, giao tiếp, huấn luyện và động viên lực lượng lao động, phát triển các nhà lãnh đạo tương lai, công nhận các thành viên lực lượng lao động, thúc đẩy sự bình đẳng và hòa nhập, và xem xét hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp. Các nhà lãnh đạo cấp cao nên chứng minh tính xác thực và thừa nhận những sai lầm cũng như cơ hội cải tiến của họ. Là hình mẫu, họ có thể củng cố đạo đức, các giá trị và kỳ vọng đồng thời xây dựng khả năng lãnh đạo, cam kết và sáng kiến trong toàn tổ chức.

+ Xuất sắc trong tập trung vào khách hàng

Khách hàng là những người đánh giá cuối cùng về hiệu suất cũng như chất lượng sản phẩm và dịch vụ của tổ chức. Do đó, tổ chức, doanh nghiệp phải xem xét tất cả các tính năng và đặc điểm của sản phẩm và dịch vụ, tất cả các phương thức tiếp cận và hỗ trợ khách hàng cũng như tất cả các giá trị và hành vi của mình mang lại giá trị cho khách hàng. Hành vi như vậy dẫn đến việc thu hút, hài lòng, ưa thích, tin tưởng và trung thành của khách hàng; giới thiệu tích cực; và cuối cùng là sự thành công liên tục của tổ chức. Sự xuất sắc tập trung vào khách hàng có cả các yếu tố hiện tại và tương lai: hiểu mong muốn của khách hàng hiện tại và dự đoán mong muốn của khách hàng trong tương lai và tiềm năng thị trường.

Nhiều yếu tố có thể ảnh hưởng đến giá trị và sự hài lòng trong quá trình trải nghiệm của khách hàng với tổ chức, doanh nghiệp. Những yếu tố này bao gồm quản lý quan hệ khách hàng của tổ chức, doanh nghiệp, giúp xây dựng lòng tin, sự tự tin và lòng trung thành.

Xuất sắc trong tập trung vào khách hàng có ý nghĩa nhiều hơn là giảm các khiếm khuyết và sai sót, chỉ đáp ứng các thông số kỹ thuật hoặc giảm sự không hài lòng và khiếu nại. Tuy nhiên, những yếu tố trên cũng góp phần vào cách nhìn của khách hàng về tổ chức, doanh nghiệp và do đó cũng là những phần quan trọng của sự xuất sắc trong tập trung vào khách hàng. Ngoài ra, thành công của tổ chức, doanh nghiệp trong việc khắc phục các khiếm khuyết, lỗi dịch vụ và sai sót; thúc đẩy công bằng và hòa nhập; thích nghi với sự gián đoạn; và bảo vệ thông tin khách hàng là rất quan trọng để giữ chân khách hàng và thu hút họ lâu dài.

Một tổ chức, doanh nghiệp tập trung vào khách hàng không chỉ giải quyết các đặc điểm của sản phẩm và dịch vụ đáp ứng các yêu cầu cơ bản của khách hàng mà còn cả những tính năng và đặc điểm riêng giúp phân biệt tổ chức, doanh nghiệp với các đối thủ cạnh tranh. Sự khác biệt này có thể dựa trên sự phát triển sản phẩm nhanh chóng, các dịch vụ sáng tạo hoặc linh hoạt hoặc trải nghiệm của khách hàng, sự kết hợp giữa các dịch vụ và sản phẩm, giá cả, đóng góp xã hội hoặc các mối quan hệ đặc biệt.

Những nội dung trên có thể bao gồm việc tham gia vào các liên minh hoặc mạng lưới hợp tác, đa phương (hệ sinh thái) của các tổ chức thúc đẩy hiệu suất, hiệu quả và đổi mới.

Do đó, sự xuất sắc trong tập trung vào khách hàng là một khái niệm chiến lược. Nó hướng tới việc thu hút, duy trì và trung thành của khách hàng, nhận diện thương hiệu mạnh hơn, giành thị phần và tăng trưởng. Nó đòi hỏi sự nhạy cảm liên tục đối với các yêu cầu thị trường và khách hàng đang thay đổi và mới nổi cũng như các yếu tố thúc đẩy sự tham gia của khách hàng. Nó đòi hỏi sự chú ý chặt chẽ đến ý kiến của khách hàng. Nó đòi hỏi những thay đổi dự đoán trên thị trường. Do đó, sự xuất sắc trong tập trung vào khách hàng đòi hỏi một nền văn hóa tập trung vào khách hàng và sự nhạy bén của tổ chức, doanh nghiệp.

+ Coi trọng con người

Thành công của tổ chức, doanh nghiệp phụ thuộc vào một lực lượng lao động gắn kết được hưởng lợi từ công việc có ý nghĩa, sự định hướng rõ ràng của tổ chức, cơ hội học hỏi và chịu trách nhiệm về hiệu suất. Lực lượng lao động phải có một môi trường an toàn, đáng tin cậy và hợp tác. Tổ chức, doanh nghiệp thành công có văn hóa bình đẳng và hòa nhập, tận dụng nền tảng và đặc điểm, kiến thức, kỹ năng, sự sáng tạo và động lực đa dạng của lực lượng lao động, đối tác và cộng tác viên. Thúc đẩy sự công bằng có nghĩa là thúc đẩy sự đối xử công bằng với tất cả khách hàng và người lao động. Thúc đẩy sự công bằng cũng hỗ trợ khả năng phát huy hết tiềm năng của người lao động. Hòa nhập đề cập đến việc trao quyền tham gia và thúc đẩy cảm giác thân thuộc. Tổ chức, doanh nghiệp thành công cũng đánh giá cao tất cả những người có quyền lợi liên quan, bao gồm khách hàng, thành viên cộng đồng, cổ đông và những người khác bị ảnh hưởng bởi hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp.

Coi trọng con người trong lực lượng lao động của tổ chức, doanh nghiệp có nghĩa là cam kết gắn kết, phát triển và hạnh phúc của họ. Những thách thức lớn trong việc coi trọng các thành viên trong lực lượng lao động của tổ chức, doanh nghiệp bao gồm (1) thể hiện cam kết của các nhà lãnh đạo đối với thành công của họ; (2) cung cấp động lực và sự công nhận vượt ra ngoài hệ thống lương thưởng thông thường; (3) hỗ trợ cân bằng giữa công việc và cuộc sống thông qua thực hành công việc linh hoạt phù hợp với nhu cầu cuộc sống và nơi làm việc khác nhau; (4) tạo ra một môi trường hòa nhập, bình đẳng cho lực lượng lao động đa dạng; (5) cung cấp sự phát triển và tiến bộ trong tổ chức, doanh nghiệp; (6) cung cấp hỗ trợ trong thời gian gián đoạn và chuyển tiếp; (7) chia sẻ tri thức của tổ chức để lực lượng lao động của mình có thể phục vụ khách hàng tốt hơn và góp phần đạt được các mục tiêu chiến lược của tổ chức, doanh nghiệp; (8) tạo ra một môi trường khuyến khích chấp nhận rủi ro một cách thông minh để đạt được sự đổi mới; và (9) phát triển hệ thống lực lượng lao động và chịu trách nhiệm đối với hiệu suất hoạt động. Với xu hướng thực hiện công việc từ xa và kết hợp (giữa làm việc từ xa và tại chỗ) ngày càng tăng, một thách thức nữa là đảm bảo rằng lực lượng lao động phân tán về mặt địa lý được hưởng lợi từ công nghệ và hỗ trợ các nguồn lực khác, công việc có ý nghĩa, định hướng tổ chức rõ ràng, cơ hội học hỏi và chịu trách nhiệm về hiệu suất.

Thành công của các thành viên lực lượng lao động của tổ chức, doanh nghiệp - bao gồm cả các nhà lãnh đạo - phụ thuộc vào việc họ có cơ hội học hỏi. Quá trình học

hỏi này bao gồm việc chuẩn bị cho mọi người những năng lực cốt lõi của tổ chức, doanh nghiệp trong tương lai. Đào tạo tại chỗ cung cấp một cách hiệu quả về chi phí để đào tạo chéo và liên kết đào tạo chặt chẽ hơn với các ưu tiên và nhu cầu về năng lực của tổ chức, doanh nghiệp. Nếu tổ chức, doanh nghiệp dựa vào các tình nguyện viên để thực hiện công việc cốt lõi, thì việc học hỏi và phát triển cá nhân của họ cũng rất quan trọng và cần xem xét.

Để hoàn thành các mục tiêu tổng thể của mình, các tổ chức, doanh nghiệp thành công xây dựng và tạo giá trị cho các hệ sinh thái của các mối quan hệ đối tác bên trong và bên ngoài cũng như các liên minh hợp tác, đa phương. Quan hệ đối tác nội bộ có thể bao gồm sự hợp tác giữa lao động và quản lý. Hình thành quan hệ đối tác nội bộ cũng có thể liên quan đến việc tạo mối quan hệ mạng lưới và cộng tác giữa mọi người trong các bộ phận, đơn vị và địa điểm làm việc, hoặc giữa nhân viên và tình nguyện viên để cải thiện tính linh hoạt, khả năng đáp ứng, học hỏi và chia sẻ kiến thức. Khi các sản phẩm và dịch vụ ngày càng trở nên đa ngành, các tổ chức, doanh nghiệp có thể cần các mô hình kinh doanh và hệ sinh thái mới, bao gồm quan hệ đối tác phi truyền thống với các đối thủ cạnh tranh hoặc tổ chức bên ngoài ngành, liên minh, tập đoàn và mạng lưới giá trị.

+ Nhảy bèn và phục hồi

Ngày nay, thành công trong môi trường luôn thay đổi và cạnh tranh toàn cầu đòi hỏi sự nhảy bèn và khả năng phục hồi của tổ chức, doanh nghiệp. Sự nhảy bèn đòi hỏi khả năng thay đổi nhanh chóng và linh hoạt trong hoạt động. Khả năng phục hồi là khả năng dự đoán, chuẩn bị và phục hồi sau thảm họa, trường hợp khẩn cấp và các sự gián đoạn khác, và - khi sự gián đoạn xảy ra - để bảo vệ và tăng cường lực lượng lao động và sự gắn kết của khách hàng, mạng lưới cung ứng và hiệu quả tài chính, năng suất của tổ chức, doanh nghiệp và sự thịnh vượng của cộng đồng. Khả năng phục hồi bao gồm sự nhanh nhẹn để sửa đổi các kế hoạch, quá trình và các mối quan hệ bất cứ khi nào hoàn cảnh cho phép.

Các tổ chức, doanh nghiệp phải đối mặt với các chu kỳ ngày càng ngắn hơn để giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ mới hoặc được cải tiến và để phản hồi nhanh chóng các vấn đề mới hoặc đang nổi lên. Các tổ chức, doanh nghiệp phải có khả năng quản lý rủi ro và thực hiện các thay đổi trong thời gian chu kỳ ngắn hơn bao giờ hết. Những cải tiến lớn về thời gian phản hồi thường yêu cầu các hệ thống làm việc mới; ra quyết định nhanh chóng; giảm quan liêu; đơn giản hóa quá trình hoạt động; mạng lưới đối tác và nhà cung cấp nhảy bèn, hiệu quả; trao đổi thông tin hiệu lực, hiệu quả với lực lượng lao động, đối tác và nhà cung cấp; và khả năng chuyển đổi nhanh chóng từ một quá trình hoặc vị trí này sang quá trình hoặc vị trí khác.

Tất cả các khía cạnh của hiệu suất thời gian giờ đây trở nên quan trọng hơn và thời gian chu kỳ là thước đo quá trình chính. Những lợi ích quan trọng khác có thể thu được từ việc tập trung vào thời gian này; các cải tiến về thời gian thường thúc đẩy đồng thời các cải tiến hoặc thay đổi trong hệ thống làm việc, tổ chức, chất lượng, chi phí, tích hợp mạng lưới cung ứng, năng suất và thành công liên tục của tổ chức, doanh nghiệp, trong một nền kinh tế đầy thách thức. Yếu tố thành công chính trong việc đáp ứng các thách thức cạnh tranh là thời gian từ thiết kế đến khi giới thiệu sản phẩm, dịch vụ (thời gian cần thiết để bắt đầu một tính năng sản phẩm hoặc dịch vụ) hoặc thời gian

chu kỳ đổi mới. Để đáp ứng nhu cầu của thị trường thay đổi nhanh chóng, tổ chức, doanh nghiệp cần thực hiện tích hợp các hoạt động theo từng giai đoạn từ nghiên cứu hoặc ý tưởng đến thương mại hóa hoặc triển khai.

Các sự kiện gây ra gián đoạn đang xảy ra thường xuyên hơn do những biến động hoặc căng thẳng về kinh tế hoặc chính trị, các thay đổi lớn về thời tiết hoặc sức khỏe, nhu cầu xã hội, hoặc ra đời các công nghệ mới, sản phẩm mới. Để một tổ chức, doanh nghiệp có khả năng phục hồi, các nhà lãnh đạo phải trau dồi sự nhạy bén để dự đoán các cơ hội và mối đe dọa, điều chỉnh các chiến lược để thay đổi hoàn cảnh và quản trị mạnh mẽ với văn hóa tin cậy. Các tổ chức, doanh nghiệp phải nắm lấy các quá trình suy nghĩ giàu dữ liệu và trang bị cho nhân viên của họ việc học hỏi liên tục các kỹ năng mới.

Nhạy bén và khả năng phục hồi cũng có thể đạt được thông qua hệ sinh thái kinh doanh của tổ chức, doanh nghiệp, trong đó sự cộng tác, quan hệ đối tác chiến lược hoặc liên minh có thể mang lại năng lực cốt lõi bổ sung cho phép phản ứng nhanh chóng với sự gián đoạn, thâm nhập thị trường mới hoặc cân nhắc lại các dịch vụ của khách hàng trong bối cảnh rộng lớn hơn. Hệ sinh thái của tổ chức, doanh nghiệp cũng có thể cho phép giải quyết các vấn đề chung một cách nhanh chóng bằng cách kết hợp các năng lực cốt lõi hoặc năng lực lãnh đạo của tổ chức, doanh nghiệp với các thế mạnh và năng lực bổ sung của các tổ chức khác, tạo ra một nguồn lợi thế chiến lược mới. Kết quả có thể là các hệ sinh thái nhạy bén, phụ thuộc lẫn nhau, rộng lớn bao gồm các đối tác và cộng tác viên truyền thống, cũng như các nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh, khách hàng, cộng đồng và tổ chức bên ngoài lĩnh vực hoặc ngành của tổ chức, doanh nghiệp.

+ Tổ chức học hỏi

Để đạt được mức hiệu suất cao nhất đòi hỏi một cách tiếp cận được thực hiện tốt đối với việc học hỏi của tổ chức, bao gồm chia sẻ tri thức thông qua các quá trình có hệ thống. Trong môi trường đòi hỏi khắt khe ngày nay, lực lượng lao động được đào tạo chéo và trao quyền cũng như quản lý hiệu quả, cập nhật tri thức của tổ chức, doanh nghiệp là những tài sản quan trọng. Học hỏi của tổ chức, doanh nghiệp bao gồm cải tiến liên tục các cách tiếp cận hiện có; áp dụng các thực hành tốt và đổi mới; và những thay đổi không liên tục hoặc đổi mới đáng kể, dẫn dắt cho các đích, cách tiếp cận, sản phẩm và thị trường mới.

Việc học hỏi cần được nhúng vào cách hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp. Điều này có nghĩa là việc học hỏi (1) là một phần công việc thường xuyên hàng ngày; (2) kết quả giải quyết vấn đề tận gốc (nguyên nhân gốc rễ); (3) tập trung vào việc xây dựng và chia sẻ tri thức trong bộ toàn tổ chức, doanh nghiệp và hệ sinh thái kinh doanh của mình; và (4) được thúc đẩy bởi các cơ hội để tạo ra sự thay đổi quan trọng, có ý nghĩa và đổi mới. Các nguồn để học hỏi bao gồm ý tưởng, nghiên cứu và phát triển của nhân viên và tình nguyện viên, đầu vào của khách hàng, chia sẻ thực hành tốt, hiệu suất của đối thủ cạnh tranh và chuẩn so sánh (Benchmarking). Hệ sinh thái kinh doanh của tổ chức, doanh nghiệp là một nguồn học hỏi khác.

Học hỏi của tổ chức, doanh nghiệp có thể dẫn đến (1) nâng cao giá trị cho khách hàng thông qua các sản phẩm và dịch vụ mới và cải tiến; (2) phát triển các cơ hội kinh doanh mới; (3) phát triển các quá trình hoặc mô hình kinh doanh mới và cải tiến; (4)

giảm lỗi, khuyết tật, lãng phí và các chi phí liên quan; (5) tăng năng suất và hiệu quả trong việc sử dụng tất cả các nguồn lực của tổ chức, doanh nghiệp; (6) nâng cao hiệu quả đóng góp cho xã hội; và (7) nhạy bén hơn trong việc quản lý sự thay đổi và gián đoạn.

+ Tập trung vào thành công và đổi mới

Đảm bảo sự thành công hiện tại và trong tương lai đòi hỏi sự hiểu biết về các yếu tố ngắn hạn và dài hạn ảnh hưởng đến tổ chức, doanh nghiệp và môi trường làm việc. Việc này cũng đòi hỏi khả năng thúc đẩy sự đổi mới của tổ chức, doanh nghiệp. Thành công bền vững đòi hỏi phải quản lý sự không chắc chắn trong môi trường, cũng như cân bằng nhu cầu ngắn hạn của một số bên liên quan với nhu cầu đầu tư dài hạn vào thành công. Việc theo đuổi tăng trưởng bền vững và dẫn đầu về hiệu suất đòi hỏi phải có định hướng tương lai rõ ràng và sẵn sàng thực hiện các cam kết lâu dài với các bên liên quan chính - khách hàng, lực lượng lao động, nhà cung cấp, đối tác và cổ đông; cộng đồng; và cộng đồng của tổ chức, doanh nghiệp. Ngoài ra, cũng đòi hỏi sự nhạy bén để sửa đổi các kế hoạch, quá trình và mối quan hệ bất cứ khi nào hoàn cảnh cho phép, điều này có thể dẫn đến chuyển đổi kinh doanh.

Việc lập kế hoạch và phân bổ nguồn lực của tổ chức, doanh nghiệp nên lường trước nhiều yếu tố, chẳng hạn như kỳ vọng ngắn hạn và dài hạn của khách hàng; các mô hình kinh doanh mới và các cơ hội cộng tác hoặc hợp tác; các cuộc khủng hoảng tiềm ẩn, bao gồm các sự kiện làm gián đoạn các điều kiện kinh tế và xã hội; phát triển công nghệ; năng lực và nhu cầu năng lực của lực lượng lao động; kỳ vọng và nhu cầu của cộng đồng và xã hội; thị trường cạnh tranh của tổ chức, doanh nghiệp; rủi ro an ninh và an ninh mạng; các yêu cầu về pháp luật đang được xây dựng; và các động thái chiến lược của các đối thủ cạnh tranh. Các mục tiêu chiến lược và phân bổ nguồn lực của tổ chức, doanh nghiệp cần phải phù hợp với những ảnh hưởng này.

Tập trung vào thành công bao gồm đảm bảo khả năng phục hồi; phát triển các nhà lãnh đạo, lực lượng lao động và nhà cung cấp của tổ chức, doanh nghiệp; thực hiện hoạch định kế nhiệm hiệu quả; và dự kiến các lĩnh vực cần đóng góp và quan tâm của xã hội. Tập trung vào thành công cũng bao gồm tập trung vào đổi mới - tạo ra thay đổi có ý nghĩa để cải thiện sản phẩm, dịch vụ, chương trình, quá trình, hoạt động, mô hình kinh doanh hoặc phúc lợi xã hội, với mục đích tạo ra giá trị mới cho các bên liên quan. Sự đổi mới sẽ đưa tổ chức, doanh nghiệp đến những khía cạnh mới về hiệu suất và thành công. Sự đổi mới có thể hiện diện trong các tổ chức, doanh nghiệp thuộc mọi quy mô, lĩnh vực và mức độ trưởng thành; trong một số trường hợp, nguồn gốc của một tổ chức, doanh nghiệp là một sự đổi mới, với các hệ thống làm việc và quá trình hoạt động sẽ được phát triển khi tổ chức trưởng thành.

Đổi mới là quan trọng đối với tất cả các khía cạnh hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp và tất cả các hệ thống làm việc và quá trình hoạt động. Đổi mới được hưởng lợi từ một môi trường hỗ trợ, một quá trình xác định các cơ hội chiến lược và theo đuổi các rủi ro thông minh. Đổi mới và cải tiến liên tục là các khái niệm khác nhau, nhưng bổ sung cho nhau. Các tổ chức, doanh nghiệp thành công sử dụng cả hai phương pháp để cải thiện hiệu suất. tổ chức, doanh nghiệp nên được lãnh đạo và quản lý sao cho việc xác định các cơ hội chiến lược và chấp nhận rủi ro một cách thông minh trở thành một phần của văn hóa học hỏi. Đổi mới nên được tích hợp vào công việc hàng ngày và

được hỗ trợ bởi hệ thống cải thiện hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp. Các quá trình có hệ thống để xác định các cơ hội chiến lược nên được áp dụng trong toàn bộ tổ chức, doanh nghiệp và nên thử nghiệm các liên minh chiến lược mới với các tổ chức, doanh nghiệp khác và với các tổ chức, doanh nghiệp mới nằm ngoài hệ sinh thái hiện có của mình.

Đổi mới có thể phát sinh từ việc áp dụng những đổi mới trong các ngành khác để đạt được bước đột phá trong ngành của tổ chức, doanh nghiệp. Việc này được xây dựng dựa trên kiến thức tích lũy được về tổ chức, doanh nghiệp và con người của tổ chức, doanh nghiệp cũng như những đổi mới của các đối tác, cộng tác viên, đối thủ cạnh tranh, khách hàng và các tổ chức, doanh nghiệp có liên quan khác, bao gồm cả những tổ chức, doanh nghiệp bên ngoài lĩnh vực. Đổi mới cũng có thể liên quan đến sự hợp tác giữa những người thường không làm việc cùng nhau và ở các bộ phận khác nhau của tổ chức, doanh nghiệp. Điều này có thể dẫn đến việc tối đa hóa việc học hỏi thông qua thông tin được chia sẻ và sẵn sàng sử dụng các khái niệm từ bên ngoài tổ chức, doanh nghiệp như những người tạo ra ý tưởng. Do đó, khả năng phổ biến nhanh chóng và tận dụng tri thức mới và tích lũy là rất quan trọng để thúc đẩy sự đổi mới và thành công của tổ chức, doanh nghiệp.

+ Quản lý theo thực tế

Quản lý theo thực tế đòi hỏi tổ chức, doanh nghiệp phải đo lường và phân tích hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp, cả bên trong và trong môi trường cạnh tranh của mình. Việc đo lường phải xuất phát từ nhu cầu và chiến lược kinh doanh, đồng thời chúng phải cung cấp dữ liệu và thông tin quan trọng về các quá trình chính, đầu ra, kết quả cuối cùng, kết quả tổng hợp cũng như hiệu suất của đối thủ cạnh tranh và ngành. Các tổ chức, doanh nghiệp cần nhiều loại dữ liệu và thông tin để quản lý hiệu quả hiệu suất của mình. Dữ liệu và thông tin có thể ở nhiều dạng, chẳng hạn như số, đồ họa hoặc định tính, và từ nhiều nguồn, bao gồm các quá trình nội bộ, khảo sát và Internet (bao gồm cả phương tiện truyền thông xã hội). Đo lường hiệu suất nên bao gồm đo lường hiệu suất của khách hàng, sản phẩm và quá trình; so sánh hiệu suất hoạt động, thị trường và cạnh tranh; nhà cung cấp, lực lượng lao động, đối tác, chi phí và hiệu quả tài chính; kết quả quản trị và tuân thủ; và việc hoàn thành các mục tiêu chiến lược.

Một cân nhắc chính trong cải thiện hiệu suất và quản lý thay đổi là lựa chọn và sử dụng các thước đo hoặc chỉ số hiệu suất. Các thước đo hoặc chỉ số mà tổ chức, doanh nghiệp chọn phải đại diện tốt nhất cho các yếu tố dẫn đến việc cải thiện hiệu suất về khách hàng, hoạt động, tài chính, thị trường và xã hội. Một tập hợp các thước đo hoặc chỉ số toàn diện nhưng được chọn lọc cẩn thận gắn liền với các yêu cầu về hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp và khách hàng sẽ cung cấp cơ sở rõ ràng để điều chỉnh tất cả các quá trình với các mục tiêu của tổ chức, doanh nghiệp. Các thước đo và chỉ số giúp tổ chức, doanh nghiệp đưa ra quyết định trong một môi trường thay đổi nhanh chóng. Bằng cách phân tích dữ liệu từ các quá trình theo dõi của mình, tổ chức, doanh nghiệp có thể tự đánh giá các thước đo hoặc chỉ số và thay đổi chúng để hỗ trợ tốt hơn cho các mục tiêu của mình.

Phân tích có nghĩa là việc rút ra ý nghĩa lớn hơn từ dữ liệu và thông tin để hỗ trợ đánh giá, ra quyết định, cải tiến và đổi mới. Phân tích đòi hỏi phải sử dụng dữ liệu để xác định xu hướng, dự báo và mối quan hệ nhân quả (có thể không rõ ràng). Phân tích

hỗ trợ nhiều mục đích khác nhau, chẳng hạn như lập kế hoạch, xem xét hiệu suất tổng thể của tổ chức, doanh nghiệp, cải thiện hoạt động, so sánh hiệu suất với đối thủ cạnh tranh hoặc với các thực hành tốt, dự đoán hiệu suất trong tương lai và quản lý thay đổi. Đề thuận tiện cho việc phân tích, dữ liệu có thể cần được tổng hợp từ nhiều nguồn khác nhau. Ví dụ, dữ liệu cũng có thể cần được phân nhóm theo thị trường, dòng sản phẩm và nhóm lực lượng lao động để tổ chức, doanh nghiệp có thể hiểu sâu hơn về những khác biệt đáng kể.

+ Đóng góp xã hội

Các nhà lãnh đạo tổ chức, doanh nghiệp nên nhấn mạnh đến những đóng góp cho cộng đồng và việc xem xét lợi ích và phúc lợi xã hội. Các nhà lãnh đạo phải là hình mẫu cho tổ chức, doanh nghiệp và lực lượng lao động của mình trong việc bảo vệ đối với sức khỏe, an toàn và môi trường công cộng. Việc bảo vệ này áp dụng cho bất kỳ tác động nào từ hoạt động cũng như vòng đời sản phẩm của tổ chức, doanh nghiệp. Ngoài ra, tổ chức, doanh nghiệp nên nhấn mạnh việc bảo tồn tài nguyên, tái chế và giảm lãng phí tại nguồn. Khi lập kế hoạch, tổ chức, doanh nghiệp nên lường trước các tác động bất lợi từ việc sản xuất, phân phối, vận chuyển, sử dụng và thải bỏ các sản phẩm của mình. Lập kế hoạch hiệu quả nên giảm thiểu hoặc ngăn ngừa các vấn đề; cung cấp phản hồi thẳng thắn nếu có vấn đề xảy ra; và cung cấp thông tin cũng như hỗ trợ cần thiết để duy trì nhận thức, sự an toàn và niềm tin của công chúng.

Tổ chức, doanh nghiệp phải đáp ứng tất cả các yêu cầu của pháp luật và quy định khác, nếu có, của địa phương và đồng thời cũng nên coi việc đáp ứng những yêu cầu này và các yêu cầu liên quan là cơ hội để vượt trội hơn mục tuân thủ tối thiểu.

Xem xét lợi ích và phúc lợi xã hội có nghĩa là tổ chức, doanh nghiệp dẫn dắt và hỗ trợ - trong giới hạn nguồn lực - các hệ thống môi trường, xã hội và kinh tế trong phạm vi ảnh hưởng của mình. Sự dẫn dắt và hỗ trợ đó có thể bao gồm cải thiện giáo dục, chăm sóc sức khỏe và các hoạt động khác trong cộng đồng địa phương của tổ chức, doanh nghiệp và/hoặc rộng hơn nữa; theo đuổi sự xuất sắc về môi trường; là một điển hình về giải quyết các vấn đề quan trọng về mặt xã hội, chẳng hạn như sự đa dạng, công bằng và hòa nhập; thực hành bảo tồn tài nguyên; giảm lượng khí thải carbon của tổ chức, doanh nghiệp; thực hiện các hoạt động phục vụ cộng đồng và từ thiện; cải thiện hoạt động sản xuất và kinh doanh; và chia sẻ thông tin không độc quyền. Ngày nay, những đóng góp xã hội như vậy càng trở thành yêu cầu của khách hàng hoặc các bên liên quan.

Dẫn dắt trong lĩnh vực này có thể đòi hỏi phải gây ảnh hưởng đến các tổ chức, doanh nghiệp khác, cá nhân và cộng đồng, để hợp tác vì những mục đích này. Quản lý đóng góp xã hội yêu cầu tổ chức, doanh nghiệp sử dụng các thước đo thích hợp và các nhà lãnh đạo của tổ chức, doanh nghiệp chịu trách nhiệm về các thước đo đó.

+ Đạo đức và Minh bạch

Tổ chức, doanh nghiệp nên nhấn mạnh hành vi đạo đức trong tất cả các giao dịch và tương tác với các bên liên quan. Cơ quan quản trị của tổ chức, doanh nghiệp nên yêu cầu hành vi có đạo đức cao và giám sát tất cả các hành vi phù hợp. Các nhà lãnh đạo cấp cao của tổ chức, doanh nghiệp phải là những tấm gương về hành vi đạo đức và thể hiện rõ ràng những kỳ vọng của họ đối với lực lượng lao động.

Các nguyên tắc đạo đức của tổ chức, doanh nghiệp là nền tảng cho văn hóa và các giá trị của tổ chức, doanh nghiệp đó. Chúng xác định đúng, sai. Các nguyên tắc đạo đức được trình bày rõ ràng, cùng với các giá trị của tổ chức, doanh nghiệp, trao quyền cho nhân viên sẽ đem lại các quyết định hiệu quả và có thể đóng vai trò là chuẩn mực để xác định các quy tắc và những điều không được làm của tổ chức, doanh nghiệp. Tính minh bạch được thể hiện bằng trao đổi thông tin một cách thẳng thắn và cởi mở, trách nhiệm giải trình và chia sẻ thông tin rõ ràng và chính xác của lãnh đạo và quản lý. Những lợi ích của tính minh bạch rất đa dạng. Tính minh bạch là một yếu tố quan trọng trong sự tham gia của lực lượng lao động và cho phép mọi người biết lý do tại sao các hành động được thực hiện và cách họ có thể đóng góp. Tính minh bạch và trách nhiệm giải trình cũng rất quan trọng trong tương tác với khách hàng và các bên liên quan khác, mang lại cho họ cảm giác được tham gia, gắn bó và tin tưởng vào tổ chức, doanh nghiệp.

Hành vi có đạo đức và tính minh bạch xây dựng niềm tin vào tổ chức và các nhà lãnh đạo, đồng thời tạo niềm tin vào sự công bằng và liêm chính của tổ chức, doanh nghiệp được tất cả các bên liên quan chính đánh giá cao.

+ Mang lại giá trị và kết quả

Bằng cách cung cấp và cân bằng giá trị cho các bên liên quan chính, tổ chức, doanh nghiệp xây dựng lòng trung thành, góp phần phát triển nền kinh tế và đóng góp cho xã hội. Để đáp ứng các mục tiêu, đôi khi mâu thuẫn và thay đổi, mà việc cân bằng giá trị yêu cầu, chiến lược của tổ chức, doanh nghiệp nên bao gồm rõ ràng các yêu cầu của các bên liên quan chính. Điều này sẽ giúp đảm bảo rằng các kế hoạch và hành động đáp ứng các nhu cầu khác nhau của các bên liên quan và tránh tác động bất lợi đến bất kỳ bên liên quan nào. Sự kết hợp cân bằng giữa các thước đo hiệu suất dẫn và hiệu suất trễ là một phương tiện hiệu quả để truyền đạt các ưu tiên ngắn hạn và dài hạn, giám sát hiệu suất thực tế và cung cấp cơ sở rõ ràng để cải thiện kết quả.

Các phép đo hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp cần tập trung vào các kết quả chính. Kết quả nên được sử dụng để phân phối và cân bằng giá trị cho các bên liên quan chính của tổ chức, doanh nghiệp: khách hàng, lực lượng lao động, cổ đông, nhà cung cấp, đối tác và cộng tác viên; xã hội; và cộng đồng của tổ chức, doanh nghiệp. Vì vậy, các kết quả cần phải là tổng hợp của các thước đo, không chỉ bao gồm các kết quả về tài chính và thị trường mà còn cả các kết quả về sản phẩm và quá trình; sự hài lòng của khách hàng và lực lượng lao động và kết quả cam kết; kết quả về lãnh đạo, chiến lược, và hiệu suất mang tính xã hội.

10. Căn cứ pháp lý để triển khai hoạt động GTCLQG:

+ Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hoá được Quốc hội khoá 12 thông qua ngày 21/11/2007;

+ Nghị định 132/2008/NĐ-CP ngày 31/12/2008 quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa về quản lý chất lượng sản phẩm, hàng hóa; tổ chức kiểm tra chất lượng sản phẩm, hàng hóa; giải thưởng chất lượng quốc gia; trách nhiệm quản lý nhà nước về chất lượng sản phẩm, hàng hóa.

+ Nghị định số 74/2018/NĐ-CP ngày 15/5/2018 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 132/2008/NĐ-CP.

+ Thông tư 27/2019/TT-BKHCN ngày 26/12/2019 quy định chi tiết thi hành một số điều Nghị định số 132/2008/NĐ-CP và Nghị định số 74/2018/NĐ-CP về Giải thưởng chất lượng quốc gia.

II. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG (1996 – đến nay)

Năm	Tổng số giải thưởng	Giải Vàng Chất lượng Quốc gia	Giải thưởng Chất lượng Quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương (GPEA)
1996	32	1	
1997	50	4	
1998	66	10	
1999	93	11	3
2000	70	13	
2001	45	4	2
2002	58	4	
2003	81	4	4
2004	95	5	2
2005	132	5	2
2006	128	6	2
2007	131	6	2
2008	117	6	2
2009	108	11	2
2010	96	11	3
2011	96	11	2
2012	67	17	3
2013	82	20	2
2014	65	19	3
2015	77	20	3
2016	77	15	3
2017	73	15	4
2018	75	22	2
2019	61	21	4
2020	55	19	2
2021	42	19	
2022	27	22	
2023	23	11	3
Cộng	2.163	332	55

Ghi chú: Từ năm 1999, Việt Nam chính thức đề cử doanh nghiệp đạt Giải Vàng Chất lượng Quốc gia tham dự Giải thưởng Chất lượng Châu Á Thái Bình Dương