



Hiệu quả kinh tế và vai trò của việc nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Bởi:

truonghoabinh

vothituyet

Khái niệm, bản chất của hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh.

Khái niệm

“Hiệu quả kinh tế của một hiện tượng (hoặc quá trình) kinh tế là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (nhân lực, tài lực, vật lực, tiền vốn) để đạt được mục tiêu xác định”. Từ khái niệm khái quát này, có thể hình thành công thức biểu diễn khái quát phạm trù hiệu quả kinh tế như sau:

$$H = K/C \quad (1)$$

Với H là hiệu quả kinh tế của một hiện tượng (quá trình kinh tế) nào đó; K là kết quả thu được từ hiện tượng (quá trình) kinh tế đó và C là chi phí toàn bộ để đạt được kết quả đó. Và như thế cũng có thể khái niệm ngắn gọn: hiệu quả kinh tế phản ánh chất lượng hoạt động kinh tế và được xác định bởi tỷ số giữa kết quả đạt được với chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó.

Quan điểm này đã đánh giá được tốt nhất trình độ sử dụng các nguồn lực ở mọi điều kiện “động” của hoạt động kinh tế. Theo quan niệm như thế hoàn toàn có thể tính toán được hiệu quả kinh tế trong sự vận động và biến đổi không ngừng của các hoạt động kinh tế, không phụ thuộc vào quy mô và tốc độ biến động khác nhau của chúng.

Từ định nghĩa về hiệu quả kinh tế như đã trình bày ở trên, chúng ta có thể hiểu hiệu quả kinh tế của hoạt động sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử

Hiệu quả kinh tế và vai trò của việc nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

dùng các nguồn lực (lao động, máy móc, thiết bị, nguyên vật liệu và tiền vốn) nhằm đạt được mục tiêu mà doanh nghiệp đã xác định.

Bản chất của hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh

Thực chất khái niệm hiệu quả kinh tế nói chung và hiệu quả kinh tế của hoạt động sản xuất kinh doanh nói riêng đã khẳng định bản chất của hiệu quả kinh tế trong hoạt động sản xuất kinh doanh là phản ánh mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh, phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (lao động, thiết bị máy móc, nguyên nhiên vật liệu và tiền vốn) để đạt được mục tiêu cuối cùng của mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp – mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận.

Tuy nhiên, để hiểu rõ bản chất của phạm trù hiệu quả kinh tế của hoạt động sản xuất kinh doanh, cũng cần phân biệt ranh giới giữa hai khái niệm hiệu quả và kết quả của hoạt động sản xuất kinh doanh. Hiệu kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là những gì mà doanh nghiệp đạt được sau một quá trình sản xuất kinh doanh nhất định, kết quả cần đạt cũng là mục tiêu cần thiết của doanh nghiệp. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của một doanh nghiệp có thể là những đại lượng cân đong đo đếm được như số sản phẩm tiêu thụ mỗi loại, doanh thu, lợi nhuận, thị phần, ... và cũng có thể là các đại lượng chỉ phản ánh mặt chất lượng hoàn toàn có tính chất định tính như uy tín của doanh nghiệp, là chất lượng sản phẩm, ... Như thế, kết quả bao giờ cũng là mục tiêu của doanh nghiệp. Trong khi đó, công thức (1) lại cho thấy trong khái niệm về hiệu quả sản xuất kinh doanh người ta đã sử dụng cả hai chỉ tiêu là kết quả (đầu ra) và chi phí (các nguồn lực đầu vào) để đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh. Trong lý thuyết và thực tế quản trị kinh doanh cả hai chỉ tiêu kết quả và chi phí đều có thể được xác định bằng đơn vị hiện vật và đơn vị giá trị. Tuy nhiên, sử dụng đơn vị hiện vật để xác định hiệu quả kinh tế sẽ vấp phải khó khăn là giữa “đầu vào” và “đầu ra” không có cùng một đơn vị đo lường còn việc sử dụng đơn vị giá trị luôn luôn đưa các đại lượng khác nhau về cùng một đơn vị đo lường – tiền tệ. Vấn đề được đặt ra là: hiệu quả kinh tế nói chung và hiệu quả kinh tế của sản xuất kinh doanh nói riêng là mục tiêu hay phương tiện của kinh doanh? Trong thực tế, nhiều lúc người ta sử dụng các chỉ tiêu hiệu quả như mục tiêu cần đạt và trong nhiều trường hợp khác người ta lại sử dụng chúng như công cụ để nhận biết “khả năng” tiến tới mục tiêu cần đạt là kết quả.

Phân biệt các loại hiệu quả.

Thực tế cho thấy các loại hiệu quả là một phạm trù được sử dụng rộng rãi trong tất cả các lĩnh vực kinh tế, kỹ thuật, xã hội. Ở chương này chúng ta chỉ giới hạn thuật ngữ hiệu quả ở góc độ kinh tế - xã hội. Xét trên phương diện này, có thể phân biệt giữa hiệu quả kinh tế, hiệu quả xã hội và hiệu quả kinh tế xã hội.

Hiệu quả xã hội phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực nhằm đạt được các mục tiêu xã hội nhất định. Các mục tiêu xã hội thường thấy là : giải quyết công ăn việc làm trong

Hiệu quả kinh tế và vai trò của việc nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

phạm vi toàn xã hội hoặc từng khu vực kinh tế ; giảm số người thất nghiệp; nâng cao trình độ và đời sống văn hóa, tinh thần cho người lao động, đảm bảo mức sống tối thiểu cho người lao động, nâng cao mức sống cho các tầng lớp nhân dân trên cơ sở giải quyết tốt các quan hệ trong phân phối, đảm bảo và nâng cao sức khỏe; đảm bảo vệ sinh môi trường;... Nếu xem xét hiệu quả xã hội, người ta xem xét mức tương quan giữa các kết quả (mục tiêu) đạt được về mặt xã hội (cải thiện điều kiện lao động, nâng cao đời sống văn hóa và tinh thần, giải quyết công ăn việc làm...) và chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó. Thông thường các mục tiêu kinh tế- xã hội phải được chú ý giải quyết trên giác độ vĩ mô nên hiệu quả xã hội cũng thường được quan tâm nghiên cứu ở phạm vi quản lý vĩ mô.

Hiệu quả kinh tế như đã được khái niệm ở phần trên; với bản chất của nó, hiệu quả kinh tế là phạm trù phải được quan tâm nghiên cứu ở các hai giác độ vĩ mô và vi mô. Cũng vì vậy, nếu xét ở phạm vi nghiên cứu, chúng ta có hiệu quả kinh tế của toàn bộ nền kinh tế quốc dân, hiệu quả kinh tế ngành, hiệu quả kinh tế vùng lãnh thổ và hiệu quả kinh tế hoạt động sản xuất kinh doanh. Muốn đạt được hiệu quả kinh tế quốc dân, hiệu quả kinh tế ngành cũng như hiệu quả kinh tế vùng lãnh thổ cao, vai trò điều tiết vĩ mô là cực kỳ quan trọng. Trong phạm vi nghiên cứu ở chương này, chúng ta chỉ quan tâm tới hiệu quả kinh tế của hoạt động sản xuất kinh doanh .

Kinh doanh có hiệu quả - Điều kiện sống còn của mọi doanh nghiệp

Hiệu quả kinh doanh là công cụ quản trị kinh doanh

Để tiến hành bất kỳ một hoạt động sản xuất kinh doanh nào cũng đều phải tập hợp các phương tiện vật chất cũng như con người và thực hiện sự kết hợp giữa lao động với các yếu tố vật chất để tạo ra kết quả phù hợp với ý đồ của doanh nghiệp và từ đó có thể tạo ra lợi nhuận. Như vậy, mục tiêu bao trùm lâu dài của kinh doanh là tạo ra lợi nhuận, tối đa hóa lợi nhuận trên cơ sở những nguồn lực sản xuất sẵn có. Để đạt được mục tiêu này, quản trị doanh nghiệp phải sử dụng nhiều phương pháp khác nhau. Hiệu quả kinh doanh là một trong các công cụ để các nhà quản trị thực hiện chức năng quản trị của mình. Việc xem xét và tính toán hiệu quả kinh doanh không những chỉ cho biết việc sản xuất đạt được ở trình độ nào mà còn cho phép các nhà quản trị phân tích, tìm ra các nhân tố để đưa ra các biện pháp thích hợp trên cả hai phương diện tăng kết quả và giảm chi phí kinh doanh, nhằm nâng cao hiệu quả. Bản chất của phạm trù hiệu quả đã chỉ rõ trình độ sử dụng các nguồn lực sản xuất: trình độ sử dụng các nguồn lực sản xuất càng cao, doanh nghiệp càng có khả năng tạo ra kết quả cao trong cùng một nguồn lực đầu vào hoặc tốc độ tăng kết quả lớn hơn so với tốc độ tăng việc sử dụng các nguồn lực đầu vào. Đây là điều kiện tiên quyết để doanh nghiệp đạt mục tiêu lợi nhuận tối đa. Do đó xét trên phương diện lý luận và thực tiễn, phạm trù hiệu quả sản xuất kinh doanh đóng vai trò rất quan trọng việc đánh giá, so sánh, phân tích kinh tế nhằm tìm ra một giải pháp tối ưu nhất, đưa ra phương pháp đúng đắn nhất để đạt mục tiêu lợi nhuận tối đa. Với tư cách một công cụ đánh giá và phân tích kinh tế, phạm trù hiệu quả không chỉ được sử

Hiệu quả kinh tế và vai trò của việc nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

dụng ở giác độ tổng hợp, đánh giá chung trình độ sử dụng tổng hợp các nguồn lực đầu vào trong phạm vi hoạt động của toàn doanh nghiệp, mà còn được sử dụng để đánh giá trình độ sử dụng từng yếu tố đầu vào ở phạm vi toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cũng như ở từng bộ phận cấu thành của doanh nghiệp. Và như đã lưu ý, do phạm trù hiệu quả có tầm quan trọng đặc biệt nên trong nhiều trường hợp người ta coi nó không phải chỉ như phương tiện để đạt kết quả cao mà còn như chính mục tiêu cần đạt.

Sự cần thiết nâng cao hiệu quả kinh doanh

Sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào, sản xuất cho ai sẽ không thành vấn đề bàn cãi nếu nguồn tài nguyên không hạn chế. Người ta có thể sản xuất vô tận hàng hóa, sử dụng thiết bị máy móc, nguyên vật liệu, lao động một cách không khôn ngoan cũng chẳng sao nếu nguồn tài nguyên là vô tận. Nhưng thực tế, mọi nguồn tài nguyên trên trái đất như đất đai, khoáng sản, hải sản, lâm sản, ... là một phạm trù hữu hạn và ngày càng khan hiếm và cạn kiệt do con người khai thác và sử dụng chúng. Trong khi đó một mặt, dân cư ở từng vùng, từng quốc gia và toàn thế giới ngày càng tăng và tốc độ tăng dân số cao làm cho sự tăng dân số rất lớn và mặt khác, nhu cầu tiêu dùng vật phẩm của con người lại là phạm trù không có giới hạn: không có giới hạn ở sự phát triển các loại cầu và ở từng loại cầu thì cũng không có giới hạn – càng nhiều, càng phong phú, càng có chất lượng cao càng tốt. Do vậy, của cải đã khan hiếm lại càng khan hiếm và ngày càng khan hiếm theo cả nghĩa tuyệt đối và tương đối của nó. Khan hiếm đòi hỏi và bắt buộc con người phải nghĩ đến việc lựa chọn kinh tế, khan hiếm tăng lên dẫn đến vấn đề lựa chọn kinh tế tối ưu ngày càng phải đặt ra nghiêm túc, gay gắt. Thực ra, khan hiếm mới chỉ là điều kiện cần của sự lựa chọn kinh tế, nó buộc con người “phải” lựa chọn kinh tế vì lúc đó dân cư còn ít mà của cải trên trái đất lại rất phong phú, chưa bị cạn kiệt vì khai thác, sử dụng. Khi đó, loài người chỉ chú ý phát triển kinh tế theo chiều rộng: tăng trưởng kết quả sản xuất trên cơ sở gia tăng các yếu tố sản xuất: tư liệu sản xuất, đất đai,...

Điều kiện đủ cho sự lựa chọn kinh tế là cùng với sự phát triển của kỹ thuật sản xuất thì càng ngày người ta càng tìm ra nhiều phương pháp khác nhau để chế tạo sản phẩm. Kỹ thuật sản xuất phát triển cho phép với cùng những nguồn lực đầu vào nhất định người ta có thể tạo ra rất nhiều loại sản phẩm khác nhau. Điều này cho phép các doanh nghiệp có khả năng lựa chọn kinh tế: lựa chọn sản xuất kinh doanh sản phẩm (cơ cấu sản phẩm) tối ưu. Sự lựa chọn đúng đắn sẽ mang lại cho doanh nghiệp hiệu quả kinh doanh cao nhất, thu được nhiều lợi ích nhất. Giai đoạn phát triển kinh tế theo chiều rộng kết thúc và nhường chỗ cho sự phát triển kinh tế theo chiều sâu: sự tăng trưởng kết quả kinh tế của sản xuất chủ yếu nhờ vào việc cải tiến các yếu tố sản xuất về mặt chất lượng, ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật mới, công nghệ mới, hoàn thiện công tác quản trị và cơ cấu kinh tế..., nâng cao chất lượng các hoạt động kinh tế. Nói một cách khái quát là nhờ vào sự nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Hiệu quả kinh tế và vai trò của việc nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Như vậy, nâng cao hiệu quả kinh doanh tức là đã nâng cao khả năng sử dụng các nguồn lực có hạn trong sản xuất, đạt được sự lựa chọn tối ưu. Trong điều kiện khan hiếm các nguồn lực sản xuất thì nâng cao hiệu quả kinh doanh là điều kiện không thể không đặt ra đối với bất kỳ hoạt động sản xuất kinh doanh nào.

Tuy nhiên sự lựa chọn kinh tế của các doanh nghiệp trong các cơ chế kinh tế khác nhau là không giống nhau. Trong cơ chế kế hoạch hóa tập trung, việc lựa chọn kinh tế thường không đặt ra cho cấp doanh nghiệp. Mọi quyết định kinh tế: sản xuất cái gì? sản xuất như thế nào? và sản xuất cho ai? đều được giải quyết từ một trung tâm duy nhất. Doanh nghiệp tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của mình theo sự chỉ đạo từ trung tâm đó và vì thế mục tiêu cao nhất của doanh nghiệp là hoàn thành kế hoạch nhà nước giao. Do những hạn chế nhất định của cơ chế kế hoạch hóa tập trung mà không phải chỉ là vấn đề các doanh nghiệp ít quan tâm tới hiệu quả hoạt động kinh tế của mình mà trong nhiều trường hợp các doanh nghiệp hoàn thành kế hoạch bằng mọi giá.

Hoạt động kinh doanh trong cơ chế kinh tế thị trường, môi trường cạnh tranh gay gắt, nâng cao hiệu quả kinh doanh của hoạt động sản xuất là điều kiện tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp.

Trong cơ chế kinh tế thị trường, việc giải quyết ba vấn đề kinh tế cơ bản: sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào, sản xuất cho ai dựa trên quan hệ cung cầu, giá cả thị trường, cạnh tranh và hợp tác. Các doanh nghiệp phải tự ra các quyết định kinh doanh của mình, tự hạch toán lỗ lãi, lãi nhiều hưởng nhiều, lãi ít hưởng ít, không có lại sẽ đi đến phá sản. Lúc này, mục tiêu lợi nhuận trở thành một trong những mục tiêu quan trọng nhất, mang tính chất sống còn của sản xuất kinh doanh.

Mặt khác, trong nền kinh tế thị trường thì các doanh nghiệp phải cạnh tranh để tồn tại và phát triển. Môi trường cạnh tranh này ngày càng gay gắt, trong cuộc cạnh tranh đó có nhiều doanh nghiệp trụ vững, phát triển sản xuất, nhưng không ít doanh nghiệp đã thua lỗ, giải thể, phá sản. Để có thể trụ lại trong cơ chế thị trường, các doanh nghiệp luôn phải nâng cao chất lượng hàng hóa, giảm chi phí sản xuất, nâng cao uy tín... nhằm tới mục tiêu tối đa lợi nhuận. Các doanh nghiệp phải có được lợi nhuận và đạt được lợi nhuận càng cao càng tốt. Do vậy, đạt hiệu quả kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh luôn là vấn đề được quan tâm của doanh nghiệp và trở thành điều kiện sống còn để doanh nghiệp có thể tồn tại và phát triển trong nền kinh tế thị trường.