



Các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế của sản xuất kinh doanh

Bởi:

truonghoabinh

vothituyet

Các biện pháp

Muốn nâng cao hiệu quả kinh doanh, bản thân các doanh nghiệp phải chủ động sáng tạo, hạn chế những khó khăn, phát triển những thuận lợi để tạo ra môi trường hoạt động có lợi cho mình. Bản thân doanh nghiệp có vai trò quyết định trong sự tồn tại, phát triển hay suy vong của hoạt động kinh doanh của mình. Vai trò quyết định của doanh nghiệp thể hiện trên 2 mặt: *thứ nhất*, biết khai thác và tận dụng những điều kiện và yếu tố thuận lợi của môi trường bên ngoài và *thứ hai*, doanh nghiệp phải chủ động tạo ra những điều kiện, yếu tố cho chính bản thân mình để phát triển. Cả hai mặt này cần phải được phối hợp đồng bộ thì mới tận dụng được tối đa các nguồn lực, kinh doanh mới đạt được hiệu quả tối ưu. Hiệu quả kinh tế của hoạt động sản xuất kinh doanh là phạm trù tổng hợp. Muốn nâng cao hiệu quả kinh tế của hoạt động sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp phải sử dụng tổng hợp các biện pháp từ nâng cao năng lực quản trị, điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đến việc tăng cường và cải thiện mọi hoạt động bên trong doanh nghiệp, biết làm cho doanh nghiệp luôn luôn thích ứng với những biến động của thị trường, ... Tuy nhiên, dưới đây có thể đề cập đến một số biện pháp chủ yếu:

Tăng cường quản trị chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp

Kinh tế thị trường luôn biến động, muốn tồn tại và phát triển đòi hỏi doanh nghiệp phải thích ứng với sự biến động đó. Quản trị kinh doanh hiện đại cho rằng không thể chống đỡ được với những thay đổi thị trường nếu doanh nghiệp không có một chiến lược kinh doanh và phát triển thể hiện tính chất động và tấn công. Chỉ có trên cơ sở đó, doanh nghiệp mới phát hiện được những thời cơ cần tận dụng hoặc những đe dọa có thể xảy ra để có đối sách thích hợp. Toàn bộ tư tưởng chiến lược và quản trị chiến lược sẽ được trình bày sâu ở môn chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp. Phần này

Các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế của sản xuất kinh doanh

Chỉ lưu ý rằng thiếu một chiến lược kinh doanh đúng đắn thể hiện tính chủ động và tấn công, thiếu sự chăm lo xây dựng và phát triển chiến lược doanh nghiệp không thể hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả kinh tế được và thậm chí trong nhiều trường hợp còn dẫn đến sự phá sản.

Trong xây dựng chiến lược kinh doanh cần phải chú ý các điểm sau:

- *Chiến lược kinh doanh phải gắn với thị trường:*

+ Các doanh nghiệp xây dựng chiến lược kinh doanh trên cơ sở điều tra, nghiên cứu nhu cầu thị trường và khai thác tối đa các thời cơ, các thuận lợi, các nguồn lực để sản xuất ra các sản phẩm với số lượng, chất lượng, chủng loại và thời hạn thích hợp. Có thể coi “chiến lược phải thể hiện tính làm chủ thị trường của doanh nghiệp” là phương châm, là nguyên tắc quản trị chiến lược của doanh nghiệp.

+ Việc xây dựng chiến lược kinh doanh phải làm tăng được thế mạnh của doanh nghiệp, giành ưu thế cạnh tranh trên thị trường.

+ Chiến lược phải thể hiện tính linh hoạt cao và vì thế xây dựng chiến lược chỉ đề cập những vấn đề khái quát, không cụ thể.

- Khi xây dựng chiến lược kinh doanh phải tính đến vùng an toàn trong kinh doanh, hạn chế rủi ro tới mức tối thiểu

- Trong chiến lược kinh doanh cần xác định mục tiêu then chốt, vùng kinh doanh chiến lược và những điều kiện cơ bản để đạt được mục tiêu đó.

- Chiến lược kinh doanh phải thể hiện sự kết hợp hài hòa giữa hai loại chiến lược: chiến lược kinh doanh chung (những vấn đề tổng quát bao trùm, có tính chất quyết định nhất) và chiến lược kinh doanh bộ phận (những vấn đề mang tính chất bộ phận như chiến lược sản phẩm, chiến lược giá cả, chiến lược tiếp thị, chiến lược giao tiếp khuyến khích, ...).

- Chiến lược kinh doanh không phải là bản thuyết trình chung chung mà phải thể hiện bằng những mục tiêu cụ thể, có tính khả thi với mục đích đạt hiệu quả tối đa trong sản xuất kinh doanh.

Một vấn đề hết sức quan trọng là nếu doanh nghiệp chỉ xây dựng chiến lược thì chưa đủ, vì dù cho chiến lược xây dựng có hoàn hảo đến đâu nếu không triển khai tốt, không biến nó thành các chương trình, chính sách kinh doanh phù hợp với từng giai đoạn phát triển cũng sẽ trở thành vô ích, hoàn toàn không có giá trị làm tăng hiệu quả kinh doanh mà vẫn phải chịu chi phí kinh doanh cho công tác này.

Các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế của sản xuất kinh doanh

Lựa chọn quyết định sản xuất kinh doanh có hiệu quả.

Quyết định sản lượng sản xuất và sự tham gia của các yếu tố đầu vào tối ưu

Đối với bất kỳ một doanh nghiệp sản xuất kinh doanh nào (trừ các doanh nghiệp nhà nước hoạt động công ích), khi tiến hành một quyết định sản xuất kinh doanh đều quan tâm đến lợi nhuận mà họ có thể đạt được từ hoạt động đó và đều quyết định tiến hành sản xuất theo mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Quy tắc chung tối đa hóa lợi nhuận là doanh nghiệp sẽ tăng sản lượng cho tới chừng nào doanh thu cận biên (MR) còn vượt quá chi phí cận biên (MC). Trong đó, chi phí cận biên (MC) là chi phí tăng thêm khi sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm. Doanh thu biên (MR) là doanh thu tăng thêm chi bán thêm một đơn vị sản phẩm.

Doanh nghiệp sẽ đạt mức lợi nhuận tối đa ở mức sản lượng mà ở đó doanh thu biên bằng chi phí cận biên ($MR = MC$). Tại điểm này mức sản lượng Q^* đạt được đảm bảo cho hiệu quả tối đa.

Mặt khác, để giảm thiểu chi phí kinh doanh nguyên tắc sử dụng các yếu tố đầu vào là doanh thu biên do một yếu tố đầu vào bất kỳ tạo ra (MRP) bằng với chi phí biên sử dụng yếu tố đầu vào đó (MC), tức là $MRP = MC$. Nguyên tắc này có nghĩa là doanh nghiệp còn có thể sử dụng tăng thêm các yếu tố đầu vào khi $MRP > MC$ và hiệu quả sẽ đạt tối đa khi $MRP = MC$.

Xác định điểm hòa vốn của sản xuất

Kinh doanh trong cơ chế thị trường các doanh nghiệp đều rất chú ý đến hiệu quả của chi phí lao động, vật tư, tiền vốn. Để sản xuất một loại sản phẩm nào đó, doanh nghiệp phải tính toán, xây dựng mối quan hệ tối ưu giữa chi phí và thu nhập. Sản xuất bao nhiêu sản phẩm và bán với giá nào thì đảm bảo hòa vốn bỏ ra, và bao nhiêu sản phẩm tiêu thụ trên mức đó để mang lại lợi nhuận. Điều đó đặt ra yêu cầu việc nghiên cứu điểm hòa vốn và phân tích hòa vốn.

Phân tích điểm hòa vốn là xác lập và phân tích mối quan hệ tối ưu giữa chi phí doanh thu, sản lượng và giá bán. Điểm mấu chốt để xác định chính xác điểm hòa vốn là phải phân biệt các loại chi phí kinh doanh thành chi phí biến đổi và chi phí cố định. Cần chú ý là điểm hòa vốn được xác định cho một khoảng thời gian nào đó.

Phát triển trình độ đội ngũ lao động và tạo động lực cho tập thể và cá nhân người lao động

Lao động sáng tạo của con người là nhân tố quyết định đến hiệu quả hoạt động kinh doanh. Các doanh nghiệp cần đầu tư thỏa đáng để phát triển quy mô bồi dưỡng lại và đào tạo mới lực lượng lao động, đội ngũ trí thức có chất lượng cao trong các doanh nghiệp. Nâng cao nghiệp vụ kinh doanh, trình độ tay nghề của đội ngũ cán bộ khoa học,

kỹ sư, công nhân kỹ thuật để khai thác tối ưu nguyên vật liệu, năng suất máy móc, thiết bị công nghệ tiên tiến,...

Đặc biệt là cán bộ quản trị, giám đốc phải được tuyển chọn kỹ càng, có trình độ hiểu biết cao. Giám đốc là nhà lãnh đạo kinh doanh, đảm bảo cho hoạt động kinh doanh có hiệu quả nên giám đốc phải có kiến thức về công nghệ, khoa học, về giao tiếp xã hội, về tâm lý, kinh tế,... tổng hợp những tri thức của cuộc sống và phải biết vận dụng kiến thức vào tổ chức, ra quyết định những công việc trong thực tiễn hoạt động của doanh nghiệp.

Về công tác quản trị nhân sự, doanh nghiệp phải hình thành nên cơ cấu lao động tối ưu, phải bảo đảm đủ việc làm trên cơ sở phân công và bố trí lao động hợp lý, sao cho phù hợp với năng lực, sở trường và nguyện vọng của mỗi người. Trước khi phân công bố trí hoặc đề bạt cán bộ đều phải qua kiểm tra tay nghề. Khi giao việc cần xác định rõ chức năng, quyền hạn, nhiệm vụ, trách nhiệm. Đặc biệt công tác trả lương, thưởng, khuyến khích lợi ích vật chất đối với người lao động luôn là vấn đề hết sức quan trọng.

Động lực tập thể và cá nhân người lao động là yếu tố quyết định tới hiệu quả kinh tế. Động lực cũng là yếu tố để tập hợp, cố kết người lao động lại. Trong doanh nghiệp, động lực cho tập thể và cá nhân người lao động chính là lợi ích, là lợi nhuận thu được từ sản xuất có hiệu quả hơn. Các doanh nghiệp cần phân phối lợi nhuận thỏa đáng, đảm bảo công bằng, hợp lý, thưởng phạt nghiêm minh. Đặc biệt cần có chế độ đãi ngộ thỏa đáng với những nhân viên giỏi, trình độ tay nghề cao hoặc có thành tích, có sáng kiến,... Đồng thời cũng cần nghiêm khắc xử lý những trường hợp vi phạm. Trong kinh doanh hiện đại, ở nhiều doanh nghiệp hình thức bán cổ phần cho người lao động và người lao động sẽ nhận được ngoài tiền lương và thưởng là số lãi chia theo cổ phần cũng là một trong những giải pháp gắn người lao động với doanh nghiệp bởi lẽ cùng với việc mua cổ phần người lao động không chỉ có thêm nguồn thu nhập từ doanh nghiệp mà còn có quyền nhiều hơn trong việc tham gia vào các công việc của doanh nghiệp.

Công tác quản trị và tổ chức sản xuất

Tổ chức sao cho doanh nghiệp có bộ máy gọn, nhẹ, năng động, linh hoạt trước thay đổi của thị trường. Cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp phải thích ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh. Những nội dung này đã được trình bày ở chương tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp. Một điều cần chú ý là cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp phải được xây dựng phù hợp với các đặc điểm của doanh nghiệp (qui mô, ngành nghề kinh doanh, đặc điểm quá trình tạo ra kết quả,...) thì mới đảm bảo cho việc quản trị doanh nghiệp có hiệu quả được.

Xác định rõ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, chế độ trách nhiệm, quan hệ giữa các bộ phận với nhau, đưa hoạt động của doanh nghiệp đi vào nề nếp, tránh sự chồng chéo giữa chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận. Doanh nghiệp phải thường xuyên duy trì và đảm bảo sự cân đối tăng cường quan hệ giữa các khâu, các bộ phận trong quá trình sản

Các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế của sản xuất kinh doanh

xuất,... mới có thể nâng cao tinh thần trách nhiệm của mỗi người, nâng cao tính chủ động sáng tạo trong sản xuất.

Hệ thống thông tin bao gồm những yếu tố có liên quan mật thiết với nhau, tác động qua lại với nhau trong việc thu nhập, xử lý, bảo quản và phân phối thông tin nhằm hỗ trợ cho các hoạt động phân tích và đánh giá kiểm tra thực trạng và ra quyết định về các vấn đề có liên quan đến hoạt động của một tổ chức. Việc thiết lập hệ thống thông tin phải đáp ứng các yêu cầu sau:

- Hệ thống thông tin phải đáp ứng được nhu cầu sử dụng, được thiết lập với đầy đủ các nội dung, các vấn đề mà doanh nghiệp quan tâm.
- Hệ thống thông tin phải là hệ thống thông tin thường xuyên được cập nhật bổ sung;
- Hệ thống cần phải được bố trí phù hợp với khả năng sử dụng, khai thác của doanh nghiệp;
- Đảm bảo việc khai thác được thực hiện với chi phí thấp nhất.

Công tác quản trị và tổ chức sản xuất

Một trong những lý do làm hiệu quả kinh tế ở các doanh nghiệp thấp là do thiếu kỹ thuật, công nghệ hiện đại. Do vậy vấn đề nâng cao kỹ thuật, đổi mới công nghệ là vấn đề luôn được quan tâm ở các doanh nghiệp. Tùy thuộc vào loại hình kinh doanh, đặc điểm ngành kinh doanh, mục tiêu kinh doanh mà doanh nghiệp có chính sách đầu tư công nghệ thích đáng. Tuy nhiên, việc phát triển kỹ thuật công nghệ đòi hỏi phải có đầu tư lớn, phải có thời gian dài và phải được xem xét kỹ lưỡng 3 vấn đề:

- Dự đoán đúng cầu của thị trường và cầu của doanh nghiệp về loại sản phẩm doanh nghiệp có ý định đầu tư phát triển. Dựa trên cầu dự đoán này doanh nghiệp mới có những mục tiêu cụ thể trong đổi mới công nghệ
- Lựa chọn công nghệ phù hợp. Các doanh nghiệp trên cơ sở mục tiêu của sản xuất đã đề ra có những biện pháp đổi mới công nghệ phù hợp. Cần tránh việc nhập công nghệ lạc hậu, lỗi thời, tân trang lại, gây ô nhiễm môi trường,...
- Có giải pháp đúng về huy động và sử dụng vốn hiện nay, đặc biệt là vốn cho đổi mới công nghệ, các doanh nghiệp muốn hoạt động có hiệu quả thì cần sử dụng vốn có hiệu quả, đúng mục tiêu nguồn vốn đầu tư công nghệ.

Rút ngắn thời gian xây dựng để nhanh chóng đưa dự án đầu tư vào hoạt động luôn là nhân tố ảnh hưởng mạnh mẽ đến việc nâng cao hiệu quả kinh tế của đầu tư kỹ thuật công nghệ.

Trong đổi mới công nghệ không thể không quan tâm đến nghiên cứu sử dụng vật liệu mới và vật liệu thay thế vì giá trị nguyên vật liệu thường chiếm tỷ trọng cao trong giá thành của nhiều loại sản phẩm, dịch vụ. Hơn nữa, việc sử dụng nguyên vật liệu mới thay thế trong nhiều trường hợp còn có ý nghĩa rất lớn trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm.

Máy móc thiết bị luôn là nhân tố quyết định năng suất, chất lượng và hiệu quả. Trong công tác quản trị kỹ thuật công nghệ, việc thường xuyên nghiên cứu, phát triển kỹ thuật đóng vai trò quyết định. Bên cạnh đó, công tác bảo quản máy móc thiết bị, đảm bảo cho máy móc luôn hoạt động đúng kế hoạch và tận dụng công suất của thiết bị máy móc cũng đóng vai trò không nhỏ vào việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh nói chung. Để đảm bảo đánh giá chính xác chất lượng hoạt động của máy móc thiết bị, trong tính chi phí kinh doanh và phân tích kinh tế cần sử dụng khái niệm chi phí kinh doanh “không tải” để chỉ chi phí kinh doanh về sử dụng máy móc thiết bị bị mất đi mà không được sử dụng vào mục đích gì.

Tăng cường mở rộng quan hệ cầu nối giữa doanh nghiệp với xã hội

Đổi mới công nghệ phải đảm bảo và nâng cao chất lượng sản phẩm, thực hiện tốt công tác kiểm tra kỹ thuật và nghiệm thu sản phẩm, tránh để cho những sản phẩm chất lượng kém ra tiêu thụ trên thị trường.

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế hàng hóa, sản xuất của các doanh nghiệp mở rộng theo hướng sản xuất lớn, xã hội hóa và mở cửa làm cho mối quan hệ lẫn nhau trong xã hội ngày càng chặt chẽ. Doanh nghiệp nào biết sử dụng mối quan hệ sẽ khai thác được nhiều đơn hàng, tiêu thụ tốt. Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp muốn đạt hiệu quả cao cần tranh thủ tận dụng các lợi thế, hạn chế khó khăn của môi trường kinh doanh bên ngoài. Đó là:

- Giải quyết tốt mối quan hệ với khách hàng: là mục đích ý đồ chủ yếu trong kinh doanh, vì khách hàng là người tiếp nhận sản phẩm, người tiêu dùng sản phẩm của doanh nghiệp. Khách hàng có được thỏa mãn thì sản phẩm mới được tiêu thụ.
- Tạo ra sự tín nhiệm, uy tín trên thị trường đối với doanh nghiệp về chất lượng sản phẩm, tác phong kinh doanh, tinh thần phục vụ,... bất cứ doanh nghiệp nào muốn có chỗ đứng trên thị trường đều phải gây dựng sự tín nhiệm. Đó là quy luật bất di bất dịch để tồn tại trong cạnh tranh trên thương trường.
- Giải quyết tốt mối quan hệ với các đơn vị tiêu thụ, đơn vị cung ứng.
- Giải quyết tốt mối quan hệ với các tổ chức quảng cáo, các cơ quan lãnh đạo doanh nghiệp,... thông qua các tổ chức này để mở rộng ảnh hưởng của doanh nghiệp, tạo

Các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế của sản xuất kinh doanh

cho khách hàng, người tiêu dùng biết đến sản phẩm của doanh nghiệp nhiều hơn, đồng thời bảo vệ uy tín và sự tín nhiệm đối với doanh nghiệp.

- Phát triển thông tin liên lạc với các tổ chức, khác với thị trường.
- Hoạt động kinh doanh theo đúng pháp luật.
- Có ý thức bảo vệ môi trường tự nhiên sinh thái: bảo vệ rừng đầu nguồn, chống sự ô nhiễm của bầu không khí, nguồn nước, sự bạc màu của đất đai trong phát triển sản xuất kinh doanh ..