

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

TRẦN XUÂN BẮC

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH
DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN THAN
KHÁNH HÒA**

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu, lạm phát, những biến động giá cả thị trường và điều kiện kinh tế chính trị trong nước và quốc tế thay đổi đã làm ảnh hưởng không nhỏ đến sự phát triển của các tập đoàn kinh tế và các doanh nghiệp. Để tồn tại và tiếp tục phát triển trong môi trường mở cửa, cạnh tranh gay gắt, các doanh nghiệp cần phải tạo được một chỗ đứng trên thương trường. Một trong những yếu tố để xác định vị thế đó là hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Muốn đạt được hiệu quả kinh doanh cao, các doanh nghiệp phải xác định được phương hướng, mục tiêu, phương pháp sử dụng nguồn lực và xác định được các yếu tố ảnh hưởng cũng như xu hướng tác động của từng nhân tố đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là mục tiêu vô cùng quan trọng và cần thiết đối với mọi doanh nghiệp. Thông qua việc phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh giúp cho doanh nghiệp đánh giá được tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, xác định nguyên nhân, nguồn gốc của vấn đề phát sinh, tìm kiếm nguồn lực tiềm năng của doanh nghiệp, đồng thời có biện pháp để khắc phục những khó khăn. Từ đó đề ra chiến lược kinh doanh phù hợp giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Tóm lại, muốn tồn tại và phát triển thì doanh nghiệp phải luôn tìm các giải pháp nhằm mục đích nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, coi việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là mục tiêu của doanh nghiệp. Thực tế đã chỉ ra rằng: Nếu các doanh nghiệp không chú trọng đến việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tất yếu sẽ dẫn đến sự thất bại của các doanh nghiệp, bất kể đó là doanh nghiệp vừa, nhỏ hay các Tập đoàn lớn.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp và qua quá trình làm việc tại công ty TNHH

MTV than Khánh Hoà. Em quyết định chọn đề tài: ***“Giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH một thành viên than Khánh Hoà”*** làm luận văn Thạc sĩ.

2. Tình hình nghiên cứu

****Ở trong nước***

Công ty TNHH MTV Than Khánh Hoà là một thành viên của Tổng Công ty Công nghiệp Mỏ Việt Bắc thuộc Tập đoàn than Khoáng sản Việt Nam. Trải qua hơn 60 năm xây dựng, trưởng thành và phát triển, công ty đã đạt được nhiều thành tựu xuất sắc, vinh dự được Đảng và Nhà nước phong tặng nhiều danh hiệu cao quý. Do đó công ty thu hút được sự quan tâm của các chuyên gia kinh tế và các nhà lãnh đạo trong nước. Trong số những bài viết về hoạt động của Công ty TNHH MTV Than Khánh Hoà, điển hình có bài ***“ Hiệu quả kinh tế từ một sáng kiến ”*** của tác giả Vũ Tiến Nhật năm 2010. Trong bài viết của mình, tác giả đã phân tích tính hiệu quả của sáng kiến áp dụng hệ thống tụ bù cos – phi của trạm biến áp 1.000 KVA -35/0,66KV, nhờ đó nâng hiệu quả của máy biến áp từ 0,73-0,75 lên 0,80-0,83 và giảm tiền mua công suất phản kháng tới 70% - 80% so với khi chưa có tụ bù không tải. Bài viết ***“Xây dựng thương hiệu từ chất lượng và niềm tin”*** của tác giả Hồng Thủy năm 2010. Trong quá trình sản xuất kinh doanh, niềm tin của người tiêu dùng là sự sống còn của doanh nghiệp. Vì vậy công ty cần có chiến lược phát triển bền vững gắn với bảo vệ môi trường và đảm bảo an sinh xã hội. Trong bài, tác giả đã đề cập phân tích những giải pháp để xử lý chất thải trong quá trình khai thác than. Công trình ***“Công ty TNHH MTV than Khánh Hoà phát triển sản xuất đi đôi với bảo vệ môi trường”*** của tác giả Diệu Huyền đăng trên Báo Công nghiệp mỏ Việt Bắc năm 2010. Trong công trình của mình, tác giả phân tích các giải pháp nhằm cải thiện và nâng cao năng suất xúc bốc, vận chuyển than đảm bảo kỹ thuật, tiến độ đào lò....Nhờ đưa ra

được 12 giải pháp thực hiện, năng suất và doanh thu của công ty đạt hơn 720 tỉ đồng (năm 2011) mà vẫn đảm bảo thân thiện với môi trường xung quanh.

***Ở nước ngoài**

Hầu như chưa có chuyên gia nước ngoài đề cập đến vấn đề này. Trong khi các tác giả trong nước chỉ có những bài phân tích, bài viết ngắn đề cập đến một khía cạnh nào đó chứ chưa nhìn một cách tổng quan vấn đề. Luận văn của em hy vọng sẽ làm nổi bật một cách toàn diện các giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH MTV than Khánh Hoà giai đoạn 2009 - 2011.

3. Mục đích nghiên cứu

Đề tài tập trung nghiên cứu một cách hệ thống những vấn đề lý luận và thực tiễn về nguồn vốn, nguồn nhân lực, công nghệ thiết bị máy móc và chất lượng sản phẩm của công ty TNHH MTV Than Khánh Hoà. Thông qua việc nắm bắt tình hình và đánh giá thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty. Luận văn đề xuất một số giải pháp cơ bản nhằm mục đích nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH MTV than Khánh Hoà.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là hoạt động kinh doanh của công ty TNHH MTV Than Khánh Hoà. Phạm vi nghiên cứu của luận văn là tập trung phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty giai đoạn 2009 – 2011.

5. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sử dụng đan xen các phương pháp nghiên cứu khác nhau như: Phương pháp chọn điểm nghiên cứu, phương pháp thu thập thông tin, phương pháp phân tích thông tin (phương pháp so sánh, phương pháp thay thế liên hoàn, phương pháp phân tích chi tiết)

6. Những đóng góp của đề tài

Luận văn có những đóng góp cơ bản sau:

Thứ nhất: Hệ thống hoá lý luận về việc sử dụng nguồn vốn hiệu quả, sử dụng nguồn nhân lực phù hợp, đầu tư công nghệ thiết bị hiện đại nhằm nâng cao sản lượng và chất lượng sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ cho doanh nghiệp.

Thứ hai: Đánh giá một cách tổng quát thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty TNHH MTV Than Khánh Hoà.

Thứ ba: Đề xuất phương hướng và giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty Than Khánh Hoà nói riêng và của các doanh nghiệp khác nói chung trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

7. Kết cấu luận văn

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn gồm 4 chương chính:

Chương 1: Một số vấn đề về hiệu quả sản xuất kinh doanh

Chương 2: Phương pháp nghiên cứu

Chương 3: Thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH MTV Than Khánh Hoà – VVMI

Chương 4: Các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH MTV Than Khánh Hoà – VVMI

CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH

1.1. Khái niệm, bản chất và phân loại hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.1.1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh

Trong cơ chế thị trường như hiện nay, mọi doanh nghiệp hoạt động kinh doanh đều có mục tiêu nhằm tối đa hoá lợi nhuận. Lợi nhuận là yếu tố quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Để đạt mức lợi nhuận cao, các doanh nghiệp cần phải hợp lý hoá quá trình sản xuất kinh doanh, từ khâu chọn yếu tố đầu vào đến khâu thực hiện sản xuất kinh doanh và cung ứng tiêu thụ. Mức độ hợp lý hoá của quá trình đó được phản ánh qua một phạm trù kinh tế cơ bản gọi là hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất kinh doanh trong đó doanh nghiệp nhằm thu hút được kết quả cao nhất với một chi phí thấp nhất. Hiệu quả kinh doanh không chỉ là thước đo trình độ tổ chức quản lý kinh doanh mà hiệu quả kinh doanh là vấn đề sống còn đối với mỗi doanh nghiệp.

Trong nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp phải cạnh tranh rất gay gắt trong việc sử dụng các nguồn lực để thoả mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội. Các doanh nghiệp hoạt động trong cơ chế thị trường muốn giành chiến thắng trong cạnh tranh thì phải đặt hiệu quả kinh tế lên hàng đầu muốn vậy cần tận dụng khai thác và tiết kiệm tối đa các nguồn lực.

Thực chất của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp là việc nâng cao năng xuất lao động xã hội và tiết kiệm lao động xã hội. Điều đó sẽ đem lại hiệu quả sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp nào có hiệu quả kinh doanh thấp sẽ bị loại khỏi thị trường, doanh nghiệp nào có hiệu quả kinh tế cao sẽ tồn tại và phát triển.

***Tóm lại,** hiệu quả sản xuất kinh doanh là việc phản ánh mặt chất lượng các hoạt động sản xuất kinh doanh, trình độ tận dụng các nguồn lực sản xuất trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp trong sự vận động không ngừng của các quá trình sản xuất kinh doanh, không phụ thuộc vào quy mô và tốc độ biến động của từng nhân tố.*

1.1.2. Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh, phản ánh trình độ áp dụng các nguồn lực sản xuất (lao động, máy móc, thiết bị, tiền vốn và các yếu tố khác) trong quá trình tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. *Bản chất của hiệu quả kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm lao động sản xuất.* Đây là hai mặt có mối quan hệ mật thiết của vấn đề hiệu quả kinh doanh. Chính việc khan hiếm các nguồn lực và sử dụng nguồn lực cũng có tính chất cạnh tranh nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội, đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp buộc phải chú trọng các điều kiện nội tại, phát huy năng lực, hiệu lực của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí.

Tuy nhiên, để hiểu rõ bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh cần phân biệt giữa hai khái niệm hiệu quả và kết quả của hoạt động sản xuất kinh doanh. *Kết quả sản xuất kinh doanh* là số tuyệt đối phản ánh quy mô của hoạt động đầu tư. Nó có thể là những đại lượng cân đo đong đếm được như doanh thu, lợi nhuận, tổng sản phẩm làm ra,... *Hiệu quả sản xuất kinh doanh* là số tương đối phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực để đạt được kết quả cao nhất với chi phí nguồn lực bỏ ra là thấp nhất.

Về bản chất, hiệu quả và kết quả sản xuất kinh doanh khác nhau ở chỗ kết quả sản xuất kinh doanh phản ánh mức độ, quy mô, mà doanh nghiệp đạt được sau mỗi kỳ kinh doanh, có kết quả mới tính được hiệu quả sản xuất kinh

doanh, còn hiệu quả là sự so sánh giữa kết quả (đầu ra) với chi phí (các nguồn lực đầu vào). Nếu kết quả sản xuất kinh doanh tốt thì hiệu quả sản xuất kinh doanh sẽ cao và ngược lại kết quả sản xuất kinh doanh mà kém thì hiệu quả sản xuất kinh doanh sẽ thấp. Tuy nhiên, kết quả chỉ phản ánh quy mô đầu tư nên người ta không thể so sánh kết quả sản xuất được với nhau nếu suất đầu tư khác nhau. Chính vì vậy, để so sánh kết quả được tạo ra trên cùng một suất đầu tư thì phải sử dụng các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả, nói cách khác là tốc độ sinh lời chứ không phải quy mô sinh lời.

Vì vậy, yêu cầu nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là phải đạt được kết quả tối đa với chi phí tối thiểu, hay chính xác hơn là đạt kết quả tối đa với chi phí nhất định hoặc ngược lại đạt kết quả nhất định với chi phí tối thiểu. Chi phí ở đây được hiểu theo nghĩa rộng là chi phí tạo ra nguồn lực và chi phí sử dụng nguồn lực, đồng thời phải bao gồm cả chi phí cơ hội. Chi phí cơ hội là giá trị của việc lựa chọn tốt nhất đã bị bỏ qua hay là giá trị của sự hy sinh công việc kinh doanh khác để thực hiện hoạt động kinh doanh này. Chi phí cơ hội phải được bổ sung vào chi phí kế toán và loại ra khỏi lợi nhuận kế toán để thấy rõ lợi ích kinh tế thật sự. Cách tính như vậy sẽ khuyến khích các nhà kinh doanh lựa chọn phương án kinh doanh tốt nhất, các mặt hàng sản xuất có hiệu quả hơn.

1.1.3. Phân loại hiệu quả kinh doanh

1.1.3.1 Hiệu quả tài chính và hiệu quả kinh tế xã hội

Hiệu quả tài chính (hiệu quả sản xuất kinh doanh hay hiệu quả doanh nghiệp) là hiệu quả xem xét trong phạm vi doanh nghiệp. Hiệu quả tài chính phản ánh mối quan hệ lợi ích kinh tế mà doanh nghiệp nhận được và chi phí mà doanh nghiệp phải bỏ ra để thu được lợi ích kinh tế đó. Hiệu quả tài chính là mối quan tâm hàng đầu của mỗi doanh nghiệp, các nhà đầu tư. Biểu hiện chung của hiệu quả doanh nghiệp là lợi nhuận mà mỗi doanh nghiệp đạt được. Tiêu chuẩn cơ bản của hiệu quả này là đạt lợi nhuận cao và ổn định.

Hiệu quả kinh tế xã hội (hiệu quả kinh tế tổng hợp) xét trong phạm vi toàn bộ nền kinh tế. Hiệu quả kinh tế xã hội mà doanh nghiệp mang lại cho nền kinh tế quốc dân là sự đóng góp của doanh nghiệp vào sự phát triển xã hội, tích lũy ngoại tệ, tăng thu ngân sách, giải quyết việc làm, tăng thu nhập, cải tiến đời sống cho người lao động.

Hiệu quả tài chính là mối quan tâm của các doanh nghiệp hoặc nhà đầu tư còn hiệu quả kinh tế xã hội là mối quan tâm của toàn xã hội mà đại diện là nhà nước. Hiệu quả tài chính được xem xét theo quan điểm của doanh nghiệp, hiệu quả kinh tế xã hội xem xét theo quan điểm của toàn xã hội. Quan hệ giữa hiệu quả tài chính với hiệu quả kinh tế xã hội là mối quan hệ giữa lợi ích bộ phận với lợi ích tổng thể, lợi ích cá nhân với lợi ích tập thể và toàn xã hội. Đó là quan hệ thống nhất có mâu thuẫn, trong quản lý kinh tế không những cần tính hiệu quả tài chính cho doanh nghiệp mà còn phải tính đến hiệu quả kinh tế xã hội của doanh nghiệp đem lại cho nền kinh tế quốc dân. Hiệu quả kinh tế xã hội chỉ đạt được trên cơ sở hoạt động có hiệu quả của các doanh nghiệp đem lại cho toàn xã hội. Các doanh nghiệp phải quan tâm đến hiệu quả kinh tế xã hội đó chính là tiền đề cho doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả. Để doanh nghiệp quan tâm đến hiệu quả kinh tế xã hội nhà nước phải có chính sách đảm bảo kết hợp hài hoà lợi ích xã hội và lợi ích doanh nghiệp và lợi ích cá nhân.

1.1.3.2. Hiệu quả kinh doanh bộ phận và hiệu quả kinh doanh tổng hợp

Hiệu quả kinh doanh tổng hợp là hiệu quả kinh doanh tính chung cho toàn doanh nghiệp cho tất cả các bộ phận trong doanh nghiệp.

Hiệu quả kinh doanh bộ phận là hiệu quả kinh doanh tính riêng cho từng bộ phận hoặc tính riêng cho từng yếu tố sản xuất.

Hoạt động của bất kỳ doanh nghiệp nào cũng gắn với môi trường và thị trường kinh doanh của nó. Doanh nghiệp nào cũng căn cứ vào thị trường để giải quyết các vấn đề: Sản xuất cái gì? sản xuất như thế nào? sản xuất cho ai?

Mỗi doanh nghiệp đều tiến hành sản xuất kinh doanh của mình trong điều kiện cụ thể về tài nguyên, trình độ trang thiết bị kỹ thuật, tổ chức quản lý lao động, quản lý kinh doanh. Họ đưa ra thị trường sản phẩm với chi phí cá biệt nhất định và người nào cũng muốn tiêu thụ hàng hoá của mình với giá cao nhất. Tuy vậy khi đưa hàng hoá của mình ra thị trường, họ chỉ có thể bán sản phẩm của mình theo giá thị trường nếu chất lượng sản phẩm của họ là tương đương. Bởi vì thị trường chỉ chấp nhận mức hao phí xã hội thấp nhất để sản xuất ra một đơn vị hàng hoá. Quy luật giá trị đặt các doanh nghiệp với một mức chi phí khác nhau trên cùng một loại hàng hóa, thông qua mức giá cả thị trường.

Suy cho cùng chi phí bỏ ra là chi phí xã hội, nhưng tại mỗi doanh nghiệp chúng ta cần đánh giá hiệu quả kinh doanh, thì hao phí lao động xã hội thể hiện dưới dạng cụ thể: Giá thành sản xuất, chi phí sản xuất.

Bản thân mỗi loại chi phí lại được phân chia chi tiết hơn. Đánh giá hiệu quả kinh doanh không thể không đánh giá tổng hợp các chi phí trên đây và cần thiết đánh giá hiệu quả của từng chi phí.

1.1.3.3 Hiệu quả kinh doanh tuyệt đối và hiệu quả kinh doanh tương đối

Hiệu quả tuyệt đối là lượng hiệu quả được tính toán cho từng phương án kinh doanh cụ thể bằng cách xác định mức lợi ích thu được và chi phí bỏ ra.

Hiệu quả tương đối được xác định bằng cách so sánh các chỉ tiêu hiệu quả tuyệt đối của các phương án kinh doanh khác nhau. Đó chính là mức chênh lệch về hiệu quả tuyệt đối của các phương án.

Như vậy hiệu quả kinh doanh tuyệt đối và hiệu quả kinh doanh tương đối là hai hình thức biểu hiện mối quan hệ giữa kết quả và chi phí. Trong hoạt động quản lý kinh doanh thì việc xác định hiệu quả nhằm hai mục tiêu cơ bản sau:

Thứ nhất: Để thực hiện và đánh giá trình độ sử dụng các nguồn lực trong hoạt động kinh doanh.