

CÁC NGUYÊN TẮC QUẢN TRỊ KINH DOANH

1. [Tuân thủ luật pháp và thông lệ kinh doanh](#)
2. [Phải xuất phát từ khách hàng](#)
3. [Hiệu quả và hiện thực](#)
4. [Chuyên môn hoá](#)
5. [Kết hợp hài hoà các loại lợi ích](#)
6. [Luôn luôn bị giám sát, biết dẫu ý đồ](#)
7. [Biết tận dụng thời cơ và môi trường kinh doanh](#)

Việc kinh doanh cũng giống như mọi hoạt động khác nếu tuân thủ đúng các quy luật có liên quan tới quá trình kinh doanh thì mới có thể thu được kết quả và mục tiêu mong muốn. Các quy luật này được thể hiện cụ thể trong quá trình điều hành kinh doanh bằng các nguyên tắc quản trị kinh doanh.

Các nguyên tắc quản trị kinh doanh là các quy tắc chỉ đạo, những tiêu chuẩn hành vi mà chủ doanh nghiệp phải tuân thủ trong quá trình kinh doanh.

Các nguyên tắc quản trị kinh doanh được hình thành dựa trên căn cứ của các ràng buộc sau:

- Mục tiêu cuối cùng sau mỗi chu kỳ kinh doanh (1 năm, 1 nhiệm kỳ quản lý v.v...).
- Các ràng buộc của môi trường vĩ mô (xã hội, quốc tế, bạn hàng, khách hàng, đối thủ cạnh tranh v.v...).
- Đòi hỏi của các quy luật khách quan.
- Thực trạng và xu thế phát triển của doanh nghiệp...

Trong kinh doanh trên thị trường, các chủ doanh nghiệp phải tuân thủ các nguyên tắc quản lý sau:

1 - Tuân thủ luật pháp và thông lệ kinh doanh

Luật pháp là những ràng buộc của Nhà nước, và các cơ quan quản lý vĩ mô đối với mọi người theo định hướng của sự phát triển xã hội. Nếu chủ doanh nghiệp vi phạm sẽ bị xử lý bằng các biện pháp hành chính và kinh tế mà bất kỳ người chủ doanh nghiệp nào cũng phải né tránh để không bị xử lý. Đây còn là các thông lệ kinh doanh của xã hội mang tính bắt buộc mà các chủ thể kinh doanh phải biết và chấp hành. Đối với các chủ kinh doanh nước ngoài, điều rõ ràng mà họ lựa chọn làm những cái mà luật pháp chưa cấm, chứ không phải là làm theo đúng luật pháp quy định vì luật pháp thường có hai yếu kém:

+ Nó không thể hoàn thiện và không có tính cập nhật, và

+ Đội ngũ các nhà hành pháp thường có không ít người xấu họ sẵn sàng vi phạm luật pháp để kiếm lời ích kỷ; mà chủ doanh nghiệp với động cơ trục lợi có thể cấu kết với họ để làm giàu bất chính cho mình.

2 - Phải xuất phát từ khách hàng

Kết quả cuối cùng của kinh doanh theo cơ chế thị trường, tùy thuộc gần như quyết định vào người mua; mọi chủ doanh nghiệp phải tạo cho mình một khối lượng khách hàng cần có để tồn tại và phát triển. Chính nó là căn cứ để hình thành chiến lược marketing của mỗi doanh nghiệp (bao gồm cả 5 nội dung: sản phẩm (Product), giá cả (Price), phân bố (Place), chiêu thị (Promotion) và nguồn vốn (Purse) và các nội dung quản lý của doanh nghiệp (vốn, lao động, công nghệ, thị trường, phương văn hoá doanh nghiệp v.v...). Nguyên tắc này cũng đòi hỏi doanh nghiệp phải nắm vững vòng đời của mỗi sản phẩm để luôn luôn đổi mới chiến lược sản phẩm thích nghi được với thị trường luôn biến động.

3 - Hiệu quả và hiện thực

Nguyên tắc này đòi hỏi mọi tính toán và hoạt động của doanh nghiệp phải đạt được các mục tiêu để ra một cách thiết thực và an toàn, thể hiện ở các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế cao.

$$e = \frac{K}{C} \max$$

$$E = \sum_{i=1}^n K_i - \left(\sum_{i=1}^n C_i + C \right)$$

I

Trong công thức:

e: Hiệu quả so sánh (tương đối)

E: Hiệu quả tuyệt đối (chung)

K: Là kết quả lợi nhuận bình quân thu được mỗi năm.

C: Là chi phí bỏ ra ban đầu cho xây dựng doanh nghiệp.

C_i: Là chi phí bổ sung năm i

K_i: Là lợi nhuận thu được năm i.

n: Là số năm khai thác, sử dụng doanh nghiệp (trong một chu kỳ tồn tại và hoạt động).

Các đơn vị tiền tệ được tính quy đổi cùng một đơn vị (thứ nguyên) theo kỹ thuật "hiện tại hoá vốn". Nguyên tắc này đòi hỏi các chủ doanh nghiệp phải hạn chế được tới mức thấp nhất các rủi ro có thể xảy ra cho doanh nghiệp.

Kinh doanh là mạo hiểm. Có rất nhiều rủi ro ở phía trước. Đôi khi có những thiệt hại có thể dẫn đến phá sản một doanh nghiệp.

Vì vậy thông thường, để an toàn trong công việc kinh doanh của mình, các chủ doanh nghiệp đều nhờ đến các công ty bảo hiểm thông qua những hợp đồng bảo hiểm sẽ bồi thường thiệt hại, tùy theo loại hợp đồng bảo hiểm mà doanh nghiệp đã đăng ký với họ.

Trong lĩnh vực bảo hiểm kinh doanh có nhiều thủ tục khá phức tạp và chuyên môn hoá - đó là một ngành mới, đặc biệt là chuyên sâu, cần được nghiên cứu tỉ mỉ. Thông qua các hợp đồng bảo hiểm - đó là một sự thoả thuận giữa người bảo hiểm với người được bảo hiểm thông qua một văn bản hợp đồng hoặc một giấy bảo hiểm, mà chủ doanh nghiệp có độ an toàn chống lại rủi ro trong quá trình kinh doanh.

4 - Chuyên môn hoá

Là nguyên tắc đòi hỏi việc quản lý các doanh nghiệp phải sử dụng những người có chuyên môn, được đào tạo, có kinh nghiệm và tay nghề theo đúng vị trí trong guồng máy sản xuất và quản lý của doanh nghiệp thực hiện. Đây là cơ sở của việc nâng cao hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp. Một mặt những người hoạt động

trong guồng máy doanh nghiệp phải nắm vững chuyên môn nghề nghiệp ở vị trí công tác của mình, mặt khác họ phải ý thức được mối quan hệ của họ với những người khác và bộ phận khác thuộc guồng máy chung của doanh nghiệp.

5 - Kết hợp hài hoà các loại lợi ích

Đòi hỏi chủ doanh nghiệp phải xử lý thoả đáng mối quan hệ biện chứng hữu cơ giữa các lợi ích có liên quan đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, bao gồm:

- Lợi ích của người lao động trong doanh nghiệp, phải bảo đảm đủ động lực cho họ sống và làm việc; nhờ đó gắn bó họ một cách văn minh và chặt chẽ trong doanh nghiệp.

- Lợi ích của khách hàng, đó là những người mua sản phẩm của doanh nghiệp cùng với các yêu cầu về sản phẩm của doanh nghiệp và cách phục vụ của doanh nghiệp.

- Lợi ích của nhà nước và xã hội, đó là nghĩa vụ về thuế và các ràng buộc pháp luật khác mà doanh nghiệp phải thực hiện là các thông lệ xã hội (môi sinh, môi trường, nghĩa vụ cộng đồng v.v...) mà doanh nghiệp phải tuân thủ.

- Lợi ích của các bạn hàng, đó là những cá nhân và đơn vị tham gia cung ứng một phần hoặc toàn bộ các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp. Họ phải được giải quyết thoả đáng các lợi ích của mình khi thực hiện mối quan hệ làm ăn với doanh nghiệp, nếu không họ sẽ cắt quan hệ với doanh nghiệp để quan hệ với các doanh nghiệp khác.

6 - Luôn luôn bị giám sát, biết dẫu ý đồ

Đó là nguyên tắc đòi hỏi doanh nghiệp phải luôn luôn biến dẫu kín ý đồ và tiềm năng kinh doanh của mình. Một mặt do sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường đòi hỏi các doanh nghiệp phải phòng ngừa đối thủ, mọi sự phô trương hãnh tiến, mọi ý đồ quá ngạo mạn đều là những cái đích để các đối thủ phòng ngừa đối phó. Mặt khác do bệnh nghề nghiệp của đội ngũ cán bộ các cơ quan thanh tra, kiểm soát của nhà nước trước mọi sự thành đạt đột biến của các doanh nghiệp, họ thường tìm tới để xác minh và xử lý nếu có các vi phạm về luật pháp. Quá trình kinh doanh là quá trình phát triển và tiến tới chiếm lĩnh thị trường, điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải

tìm mọi giải pháp sáng tạo độc đáo nhất cho sự thành đạt của mình, đó cũng là quá trình bị các đối thủ cạnh tranh và các cơ quan luật pháp giám sát, và vì thế các

doanh nghiệp phải biết che giấu ý đồ cũng như tiềm năng của mình một cách có lợi nhất.

7 - Biết tận dụng thời cơ và môi trường kinh doanh

Mọi doanh nghiệp dù có quy mô và tiềm năng lớn tới đâu đều có những mặt hạn chế và có các điểm yếu nhất định; để khắc phục các tồn tại này, đòi hỏi các chủ doanh nghiệp phải nắm vững nguyên tắc biết tận dụng thời cơ và môi trường kinh doanh để giành lấy các thành quả to lớn và đột biến. Phải biết khai thác thông tin có lợi từ mọi nguồn, đặc biệt là thông tin về công nghệ mới, sự biến động trong chính sách quản lý mà doanh nghiệp phải gánh chịu do các nhà chức trách dự định đưa ra để kịp thời xử lý thoả đáng. Đây là mối quan hệ giữa thế và lực của doanh nghiệp. Lực là tiềm năng của doanh nghiệp còn thế là mối quan hệ của doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh thông qua các con người nằm ngoài doanh nghiệp mà doanh nghiệp có quan hệ tốt để sử dụng và khai thác.