

LỜI MỞ ĐẦU

Trong xu thế đất nước đang trong giai đoạn hoà nhập cùng sự phát triển của nền kinh tế thế giới. Đặc biệt từ khi Việt Nam đã trở thành thành viên chính thức của Tổ Chức Thương Mại Thế Giới (WTO) thì vấn đề nâng cao hiệu quả kinh doanh luôn là một câu hỏi khiến các nhà doanh nghiệp luôn quan tâm, suy nghĩ. Việc kinh doanh đem lại hiệu quả cao chính là khẳng định sự tồn tại bền vững, phát triển lâu dài của chính doanh nghiệp trên thương trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt giữa các nhà sản xuất trong và ngoài nước. Tùy vào đặc điểm riêng của từng ngành nghề kinh doanh và các yếu tố tác động mà mỗi doanh nghiệp đặt ra những mục tiêu và phương hướng phát triển khác nhau. Trong thực tế, các doanh nghiệp sản xuất thì đẩy mạnh sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, các doanh nghiệp thương mại thì đẩy mạnh công tác thu mua và phân phối hàng hoá vào lưu thông còn các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ thì đẩy mạnh việc cung ứng các loại dịch vụ của mình với chất lượng tốt nhất, giá cả thích hợp nhất để có thể đạt được mức doanh thu và lợi nhuận cao nhất.

Chính vì vậy, sau thời gian thực tập tại Công ty Cổ phần Đầu tư và XNK Súc sản gia cầm Hải Phòng, em rất quan tâm tới vấn đề này và quyết định chọn đề tài “**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty cổ phần đầu tư và XNK súc sản gia cầm Hải Phòng**” với mục đích cố gắng tìm ra các giải pháp thích hợp nhất với công ty nhằm hoàn thiện và nâng cao hơn hiệu quả kinh doanh của công ty.

Nội dung đề tài của em ngoài phần mở đầu và kết luận gồm có 4 chương:

Phần I: Cơ sở lý luận về hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Phần II: Tổng quan về công ty Cổ phần Đầu tư và XNK súc sản gia cầm Hải Phòng

Phần III: Phân tích thực trạng hiệu quả kinh doanh của công ty

Phần IV: Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty

PHẦN 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH

1.1. Khái niệm hiệu quả kinh doanh

1.1.1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh

Không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động nói chung và hiệu quả kinh doanh nói riêng không chỉ là mối quan tâm hàng đầu của bất kỳ xã hội nào mà còn là mối quan tâm của bất kỳ ai, bất kỳ doanh nghiệp nào khi làm bất cứ việc gì. Nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng là vấn đề bao trùm và xuyên suốt mọi hoạt động kinh doanh, thể hiện chất lượng của toàn bộ công tác quản lý kinh tế; bởi vì, suy cho cùng, quản lý kinh tế là để đảm bảo tạo ra kết quả và hiệu quả cao nhất cho mọi quá trình, mọi giai đoạn và mọi hoạt động kinh doanh. Tất cả những cải tiến, những đổi mới về nội dung, phương pháp và biện pháp áp dụng trong quản lý chỉ thực sự có ý nghĩa khi và chỉ khi làm tăng được kết quả kinh doanh mà qua đó, làm tăng được hiệu quả kinh doanh.

Hiện nay có nhiều quan điểm khác nhau về hiệu quả sản xuất kinh doanh:

Quan điểm thứ nhất cho rằng: “Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế, phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực sẵn có của doanh nghiệp để đạt được kết quả cao nhất trong kinh doanh với chi phí thấp nhất.”

Quan điểm thứ hai cho hiệu quả kinh doanh là: “Hiệu quả kinh tế của nền sản xuất xã hội là mức độ hữu ích của sản phẩm được sản xuất ra, tức là giá trị sử dụng của nó chứ không phải là giá trị.”

Ngoài ra hiệu quả kinh tế còn được đánh giá trên góc độ những lợi ích mà nó đem lại cho xã hội: “Hiệu quả kinh tế là một chỉ tiêu so sánh biểu hiện mức độ tiết kiệm chi phí cho một đơn vị kết quả hữu ích và mức tăng khối lượng hữu ích của hoạt động sản xuất vật chất trong một thời kỳ, góp phần làm tăng thêm lợi ích xã hội của nền kinh tế quốc dân.”

Trong thực tế hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp đạt được trong các trường hợp sau:

- Trường hợp 1: Kết quả tăng, chi phí giảm.

- Trường hợp 2: Kết quả tăng, chi phí tăng.

Trong trường hợp 2, thời gian đầu tốc độ của chi phí lớn hơn tốc độ tăng của kết quả sản xuất kinh doanh nếu không thì doanh nghiệp không thể tồn tại và phát triển. Trường hợp này diễn ra vào các thời điểm khi chúng ta đổi mới công nghệ, đổi mới cân nhắc giữa việc kết hợp lợi ích trước mắt và lợi ích lâu dài.

Từ những quan điểm khác nhau về hiệu quả kinh doanh của các nhà kinh tế trên đây ta có thể đưa ra một khái niệm thống nhất chung về hiệu quả sản xuất kinh doanh:

“Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế, biểu hiện sự tập trung của sự phát triển kinh tế theo chiều sâu phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ chi phí các nguồn lực đó có trong quá trình tái sản xuất nhằm thực hiện các mục tiêu kinh doanh. Nó là thước đo ngày càng trở lên quan trọng của tăng trưởng kinh tế và là chỗ dựa cơ bản để đánh giá việc thực hiện mục tiêu kinh tế của doanh nghiệp trong từng thời kỳ”.

Như vậy hiệu quả kinh doanh khác với kết quả kinh doanh và có mối liên hệ chặt chẽ với kết quả kinh doanh.

1.1.2. Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh là một đại lượng so sánh: so sánh giữa đầu vào và đầu ra, so sánh giữa đầu ra với đầu vào, so sánh giữa chi phí kinh doanh bỏ ra với kết quả kinh doanh thu được....

Đứng trên góc độ xã hội, chi phí xem xét phải là chi phí xã hội do có sự kết hợp của các yếu tố lao động, tài liệu lao động và đối tượng lao động theo một quan hệ quan cả về số lượng và chất lượng trong quá trình kinh doanh để tạo ra sản phẩm, dịch vụ đủ tiêu chuẩn cho tiêu dùng. Cũng như vậy, kết quả thu được phải là kết quả tốt, kết quả có ích. Kết quả đó có thể là một đại lượng vật chất được tạo ra do có sự chi phí hay mức độ được thỏa mãn nhu cầu (số lượng sản phẩm, nhu cầu đi lại, giao tiếp, trao đổi...) và có phạm vi xác định (tổng trị giá sản xuất, giá trị sản lượng hàng hoá thực hiện...)

Từ đó có thể khẳng định, bản chất của hiệu quả chính là hiệu quả của lao động xã hội được xác định bằng cách so sánh lượng kết quả hữu ích cuối cùng thu được với lượng hao phí lao động xã hội.

Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp phải được xem xét một cách toàn diện, cả về mặt thời gian và không gian trong mối quan hệ với hiệu quả chung của toàn bộ nền kinh tế quốc dân. Hiệu quả đó bao gồm cả hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội.

Về mặt thời gian: hiệu quả mà doanh nghiệp đạt được trong từng giai đoạn, từng thời kỳ, từng kỳ kinh doanh không được làm giảm sút hiệu quả của các giai đoạn, các thời kỳ và các kỳ kinh doanh tiếp theo.

Về mặt không gian: hiệu quả kinh doanh chỉ có thể coi là đạt toàn diện khi toàn bộ hoạt động chung của các bộ phận mang lại hiệu quả và không làm ảnh hưởng đến hiệu quả chung.

Về mặt định lượng: hiệu quả kinh doanh phải được thể hiện ở mối tương quan giữa thu và chi theo hướng tăng thu giảm chi.

Đứng trên góc độ nền kinh tế quốc dân, hiệu quả mà doanh nghiệp đạt được phải gắn chặt với hiệu quả của toàn xã hội. Đó là đặc trưng riêng có, thể hiện tính ưu việt của nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa.

1.1.3. Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh

- *Đối với Doanh nghiệp:*

Đối với doanh nghiệp, hiệu quả kinh doanh không những là thước đo chất lượng phản ánh trình độ tổ chức, quản lý kinh doanh mà còn là vấn đề sống còn. Trong điều kiện kinh tế thị trường ngày càng phát triển, cùng với quá trình hội nhập của nền kinh tế, doanh nghiệp muốn tồn tại, vươn lên thì trước hết, kinh doanh phải mang lại hiệu quả. Hiệu quả kinh doanh càng cao, doanh nghiệp càng có điều kiện mở mang phát triển kinh tế, điều kiện đầu tư, mua sắm máy móc, thiết bị, công nghệ tiên tiến đại cho quá trình kinh doanh, áp dụng các tiến bộ kỹ thuật và quy trình công nghệ mới, cải thiện và nâng cao đời sống người lao động, thực hiện tốt nghĩa vụ với Ngân sách Nhà Nước.

Ngoài ra việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh còn là nhân tố thu hút vốn từ các nhà đầu tư, thúc đẩy cạnh tranh trên thị trường ngày càng trở nên gay gắt, khốc liệt, chính vì vậy các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển cần phải nâng cao chất lượng của các sản phẩm dịch vụ, cạnh tranh lành mạnh đồng thời nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- *Đối với kinh tế xã hội:*

Doanh nghiệp kinh doanh tốt, làm ăn có hiệu quả thì điều đầu tiên doanh nghiệp mang lại cho nền kinh tế xã hội tăng sản phẩm trong xã hội, tạo ra việc làm, nâng cao đời sống dân c-, thúc đẩy kinh tế phát triển. Doanh nghiệp làm ăn có lãi thì sẽ dẫn tới đầu t- nhiều hơn vào quá trình tái sản xuất mở rộng để tạo ra nhiều sản phẩm hơn, tạo ra nguồn sản phẩm dồi dào, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao, từ đó ng-ời dân có quyền lựa chọn sản phẩm phù hợp nhất, mang lại lợi ích cho mình và cho doanh nghiệp.

Hiệu quả sản xuất kinh doanh tăng doanh nghiệp sẽ có điều kiện nâng cao chất l-ợng hàng hoá, hạ giá thành sản phẩm, dẫn đến hạ giá bánm tạo mức tiêu thụ mạnh cho ng-ời dân, điều đó không những có lợi cho doanh nghiệp mà còn có lợi cho nền kinh tế quốc dân, góp phần ổn định và tăng tr-ởng kinh tế bền vững.

Chi phí kinh doanh có hiệu quả doanh nghiệp mới có điều kiện thực hiện tốt nghĩa vụ với Ngân sách Nhà N-ớc.

- *Đối với ng-ời lao động:*

Hiệu quả kinh doanh tốt là động lực thúc đẩy, kích thích ng-ời lao động hăng say làm việc, hăng say sản xuất, luôn quan tâm đến kết quả lao động của mình và nh- vậy sẽ đạt kết quả kinh tế cao hơn. Nâng cao hiệu quả kinh doanh đồng nghĩa với việc nâng cao đời sống ng-ời lao động trong doanh nghiệp. Nâng cao đời sống ng-ời lao động sẽ tạo động lực trong sản xuất làm tăng năng xuất góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Thực tế cho thấy: Một doanh nghiệp làm ăn kinh doanh có hiệu quả sẽ kích thích đ-ợc ng-ời lao động gắn bó với công việc hơn, làm việc hăng say hơn. Nh- vậy hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cũng đ-ợc nâng cao hơn. Ng-ợc lại, một doanh nghiệp làm ăn không hiệu quả thì ng-ời lao động chán nản, gây nên những bế tắc trong suy nghĩ và còn có thể dẫn tới việc họ rời bỏ doanh nghiệp để đi tìm các doanh nghiệp khác.

1.1.4. Phân loại hiệu quả sản xuất kinh doanh

Phạm trù hiệu quả kinh doanh đ-ợc biểu hiện ở nhiều dạng khác nhau, chính vì vậy việc phân loại hiệu quả sản xuất kinh doanh là cơ sở để xác định các chỉ tiêu

hiệu quả. Theo các cách phân loại dựa trên những tiêu chí khác nhau giúp cho ta hình dung một cách tổng quát về hiệu quả kinh doanh.

Đ- ới đây là các cách phân loại để đánh giá hiệu quả kinh doanh:

1.1.4.1. Căn cứ theo yêu cầu của tổ chức xã hội và tổ chức quản lý kinh tế

Hiệu quả kinh tế cá biệt: Là hiệu quả kinh tế thu hút đ- ợc từ hoạt động của từng doanh nghiệp kinh doanh. Biểu hiện trực tiếp của hiệu quả này là lợi nhuận của mỗi doanh nghiệp thu đ- ợc và chất l- ượng thực hiện những yêu cầu do xã hội đặt cho nó.

Hiệu quả kinh tế quốc dân: Là hiệu quả kinh tế tính toán cho toàn bộ nền kinh tế quốc dân về cơ bản nó là sản phẩm thặng d- , thu nhập quốc dân hoặc tổng sản phẩm xã hội mà đất n- ớc thu đ- ợc trong từng thời kỳ so với l- ượng vốn sản xuất, lao động xã hội và tài nguyên đã hao phí...

1.1.4.2. Căn cứ theo đối t- ượng đánh giá

Hiệu quả cuối cùng: Thể hiện mối t- ơng quan giữa kết quả thu đ- ợc và tổng hợp chi phí đã bỏ ra để thực hiện nhiệm vụ sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Hiệu quả trung gian: Thể hiện mối t- ơng quan giữa kết quả thu đ- ợc với chi phí của từng yếu tố cần thiết đã đ- ợc sử dụng để thực hiện nhiệm vụ sản xuất kinh doanh như: Lao động, máy móc thiết bị ...

Việc tính toán hiệu quả cuối cùng cho thấy hiệu quả hoạt động chung của doanh nghiệp hay của cả nền kinh tế quốc dân. Việc tính toán và phân tích hiệu quả trung gian cho thấy sự tác động của nền kinh tế quốc dân. Việc giảm những chi phí trung gian sẽ giúp cho doanh nghiệp giảm chi phí cuối cùng, tăng hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

Vì vậy, các doanh nghiệp phải quan tâm, xác định các biện pháp đồng bộ để thu đ- ợc hiệu quả trên toàn bộ cơ sở các bộ phận.

1.1.4.3. Căn cứ theo mục đích so sánh

Hiệu quả tuyệt đối: Là hiệu quả đ- ợc tính toán cho từng hoạt động, phản ánh bằng cách xác định mức lợi ích thu đ- ợc với lợi ích chi phí bỏ ra.

Hiệu quả t- ơng đối: Là hiệu quả đ- ợc xác định bằng cách so sánh t- ơng quan các đại l- ượng thể hiện chi phí hoặc các kết quả ở các ph- ơng án với nhau, các chỉ tiêu so sánh đ- ợc sử dụng để đánh giá mức độ hiệu quả của các ph- ơng án, để chọn

ph-ong án có lợi nhất về kinh tế. Hiệu quả của các ph-ong án, để chọn ph-ong án có lợi nhất về kinh tế. Hiệu quả t-ong đối có thể đ-ợc tính toán dựa trên các tỷ suất nh- .

$$\frac{P}{\text{Vốn}}; \frac{P}{\text{VCD}}; \frac{P}{\text{VLĐ}}; \frac{P}{\text{Lao động}}; \frac{P}{\text{Sản l-ợng}}; \frac{P}{Z}$$

(Trong đó P: là lợi nhuận)

Tuy nhiên việc phân tích ranh giới hiệu quả của các doanh nghiệp, phải đ-ợc xem xét một cách toàn diện cả về mặt không gian và thời gian trong mối quan hệ chung về hiệu quả toàn bộ của nền kinh tế quốc dân.

- *Về mặt thời gian:* Hiệu quả mà doanh nghiệp đạt đ-ợc trong từng giai đoạn, từng thời kỳ kinh doanh không đ-ợc giảm sút hiệu quả của các giai đoạn, các thời kỳ và các kỳ tiếp theo. Không thể quan niệm một cách cứng nhắc, cứ giảm chi tăng thu một cách toàn diện tức là chi và thu có thể tăng đồng thời nh-ng sao cho tốc độ tăng của chi luôn nhỏ hơn tốc độ tăng của thu. Có nh- vậy mới đem lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp. Nói nh- vậy vì thực tế và lý thuyết chỉ rõ, chi và thu có quan hệ t-ong đối và t-ong hỗ lẫn nhau, chỉ có chi mới có thu. Kinh doanh không thể không bỏ chi phí, phải đảm bảo có lãi, dám chi thì mới có thu nếu xét thấy tính hiệu quả của nó.

- *Về mặt không gian:* Hiệu quả kinh doanh chỉ rõ có thể đạt đ-ợc một cách toàn diện khi toàn bộ hoạt động của các bộ phận trong toàn doanh nghiệp mang lại hiệu quả. Mỗi kết quả tính đ-ợc từ giải pháp kinh tế hay hoạt động kinh doanh nào đó, trong từng đơn vị nội bộ hay toàn bộ đơn vị, nếu không làm tổn hao đối với hiệu quả chung thì đ-ợc coi là hiệu quả.

1.2. Các nhân tố ảnh h- ớng tới kết quả sản xuất kinh doanh

1.2.1. Nhóm yếu tố khách quan

- *Môi tr- ờng kinh doanh và sự cạnh tranh*

Các doanh nghiệp muốn hoạt động có hiệu quả đ-ợc thì đòi hỏi tình hình kinh tế, chính trị, xã hội trong nó phải ổn định, thống nhất phát triển với nhau, đây là yếu tố hàng đầu giúp cho nền kinh tế phát triển, và khi đó các doanh nghiệp chính là nhân tố bên trong giúp cho nền kinh tế có đ-ợc những b- ớc tiến cao nhất. Những yếu tố đó bao gồm: sự biến động của quan hệ cung cầu, thế và lực khách

hàng, nhà cung ứng, sự thay đổi của các chính sách kinh tế, chính sách đầu tư, chính sách tiền tệ... của nhà nước. Những doanh nghiệp nào thích ứng được sự thay đổi của thị trường thì doanh nghiệp đó sẽ hoạt động kinh doanh có hiệu quả và tồn tại phát triển bền vững ngược lại phải chấp nhận thua lỗ hoặc phá sản.

Yếu tố cạnh tranh luôn là vấn đề chủ đạo trong nền kinh tế thị trường mở cửa và hội nhập hiện nay, nó có khả năng kích thích khả năng kinh doanh của doanh nghiệp, tạo ra các thử thách nhằm thúc đẩy luôn phát triển về phía trước, từ đó làm cho sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp luôn đầu tư phát triển nhờ vậy mà hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cũng phát triển theo.

Tuy nhiên, cạnh tranh gay gắt cũng sẽ đào thải những thành viên còn non yếu chưa có kinh nghiệm hay không phát huy mặt mạnh của mình, không tận dụng được các yếu tố thời cơ từ bên ngoài với nội lực bên trong.

- *Môi trường pháp lý:*

Bao gồm luật, các văn bản dưới luật, quy định... Tất cả những quy định pháp luật về hoạt động sản xuất kinh doanh đều tác động trực tiếp đến hiệu quả và kết quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Môi trường pháp lý lành mạnh vừa tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của mình vừa điều chỉnh các hoạt động kinh doanh vĩ mô theo đúng hướng đảm bảo lợi ích cả doanh nghiệp và xã hội.

- *Môi trường văn hóa xã hội:*

Mọi yếu tố văn hóa xã hội đều tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp theo cả hai hướng tích cực và tiêu cực. Các yếu tố về văn hóa như: điều kiện xã hội, trình độ giáo dục, phong cách lối sống, tôn giáo, tín ngưỡng, sinh hoạt cộng đồng,...đều ảnh hưởng rất lớn.

- *Môi trường sinh thái và cơ sở hạ tầng:*

Đó là tình trạng môi trường, xử lý phế thải, các ràng buộc xã hội về môi trường... có tác động một cách chùng mực tới hiệu quả sản xuất kinh doanh. Các doanh nghiệp khi sản xuất kinh doanh cần phải thực hiện nghĩa vụ với môi trường như: đảm bảo xử lý chất thải, sử dụng các nguồn lực tự nhiên một cách hiệu quả tiết kiệm, nhằm đảm bảo một môi trường trong sạch.

Yếu tố cơ sở hạ tầng đóng vai trò hết sức quan trọng đối với việc giảm chi phí sản xuất kinh doanh trong việc xây dựng cơ sở vật chất liên quan tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và giảm thời gian vận chuyển hàng hóa của doanh nghiệp. Trong nhiều trường hợp, khi điều kiện cơ sở hạ tầng còn thấp kém ảnh hưởng trực tiếp tới chi phí đầu tư hoặc gây cản trở đối với các hoạt động cung ứng vật tư, kỹ thuật, mua bán hàng hóa và khi đó tác động xấu tới hoạt động sản xuất kinh doanh.

- *Các chính sách kinh tế của nhà nước:*

Đây là yếu tố điều tiết mang tầm vĩ mô các hoạt động sản xuất kinh doanh trong toàn bộ nền kinh tế. Sự điều tiết được thể hiện thông qua pháp luật, các nghị định dưới luật và các quy định,... nhằm điều chỉnh nền kinh tế theo một định hướng chung, khắc phục những mặt trái của nền kinh tế như khủng hoảng, thất nghiệp, lạm phát, cạnh tranh không lành mạnh,... Vì vậy, đây là sự can thiệp một cách tích cực của nhà nước.

1.2.2. Nhóm yếu tố chủ quan

- *Đội ngũ cán bộ, công nhân trong doanh nghiệp:*

Nhân tố quan trọng nhất tác động đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp chính là yếu tố con người. Đội ngũ cán bộ, công nhân viên trong doanh nghiệp chính là đội ngũ sẽ thực hiện các quyết định của nhà quản lý, vận hành máy móc thiết bị để trực tiếp sản xuất ra sản phẩm. Lực lượng lao động của doanh nghiệp tác động trực tiếp tới việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp vì:

+ Bằng lao động và sự sáng tạo của mình, lực lượng lao động cải tiến trong việc vận hành trang thiết bị, máy móc nâng cao hiệu quả sử dụng chúng, nâng cao công suất, tận dụng nguyên vật liệu, làm tăng năng suất. Vì vậy, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, trình độ tay nghề của đội ngũ lao động có ý nghĩa quyết định tới hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

+ Lực lượng lao động có kỷ luật, chấp hành đúng các quy định về thời gian, quy trình sản xuất, quy trình bảo dưỡng máy móc sẽ tăng năng suất lao động, tăng độ bền của thiết bị, giảm chi phí sửa chữa và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Vì vậy, đối với mỗi doanh nghiệp, công tác bồi dưỡng và nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ lao động được coi là nhiệm vụ hàng đầu.

- *Cơ cấu tổ chức, quản lý của doanh nghiệp:*

Các doanh nghiệp hoạt động trong cơ chế thị trường, bộ máy quản trị doanh nghiệp có vai trò đặc biệt quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, đồng thời phải thực hiện nhiều nhiệm vụ khác nhau:

- Nhiệm vụ đầu tiên của bộ máy quản trị doanh nghiệp là xây dựng cho doanh nghiệp một chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp. Nếu xây dựng được một chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp phù hợp với môi trường kinh doanh và khả năng của doanh nghiệp sẽ là cơ sở là định hướng tốt để doanh nghiệp tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả.

- Xây dựng các kế hoạch kinh doanh các phương án hoạt động sản xuất kinh doanh và kế hoạch hoá các hoạt động của doanh nghiệp trên cơ sở chiến lược kinh doanh và phát triển của doanh nghiệp đã xây dựng.

- Tổ chức và điều động nhân sự hợp lý.

- Tổ chức và thực hiện các kế hoạch, các phương án, các hoạt động sản xuất kinh doanh đã đề ra.

- Tổ chức kiểm tra đánh giá và điều chỉnh các quá trình trên.

Với những chức năng và nhiệm vụ như trên có thể sự thành công hay thất bại trong sản xuất kinh doanh của toàn bộ doanh nghiệp phụ thuộc rất lớn vào vai trò tổ chức của bộ máy quản trị. Nếu bộ máy quản trị được tổ chức với cơ cấu phù hợp với nhiệm vụ sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đồng thời có sự phân công, phân nhiệm cụ thể giữa các thành viên của bộ máy quản trị sẽ đảm bảo cho các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đạt hiệu quả cao. Ngược lại, nếu bộ máy quản trị của doanh nghiệp không được tổ chức hợp lý có sự chồng chéo chức năng, nhiệm vụ không rõ ràng các thành viên của bộ máy quản trị hoạt động kém hiệu quả, thiếu năng lực, tinh thần trách nhiệm không cao dẫn đến hoạt động sản xuất kinh doanh sẽ không cao.

- *Cơ sở vật chất kỹ thuật:*

Cơ sở vật chất kỹ thuật là yếu tố vật chất hữu hình quan trọng phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp giúp cho doanh nghiệp tiến hành các hoạt động kinh doanh. Cơ sở vật chất kỹ thuật có vai trò quan trọng thúc đẩy các hoạt động kinh doanh. Cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp càng được bố trí hợp lý bao nhiêu càng góp phần đem lại hiệu quả kinh doanh cao bấy nhiêu.

Trình độ kỹ thuật và trình độ công nghệ sản xuất của doanh nghiệp ảnh hưởng tới năng suất chất lượng sản phẩm, ảnh hưởng tới mức độ tiết kiệm hay lãng phí nguyên vật liệu. Trình độ kỹ thuật và công nghệ hiện đại góp phần làm giảm chi phí sản xuất ra một đơn vị sản phẩm do đó làm hạ giá thành sản phẩm giúp doanh nghiệp có thể đưa ra sản phẩm của mình chiếm lĩnh thị trường đáp ứng được nhu cầu của khách hàng về chất lượng và giá thành sản phẩm. Vì vậy, nếu doanh nghiệp có trình độ kỹ thuật sản xuất cao có công nghệ tiên tiến và hiện đại sẽ đảm bảo cho doanh nghiệp tiết kiệm được lượng nguyên vật liệu nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm còn nếu như trình độ kỹ thuật sản xuất của doanh nghiệp thấp kém hay công nghệ sản xuất lạc hậu hay thiếu đồng bộ sẽ làm cho năng suất chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp thấp làm giảm hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

1.3. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh

Để đánh giá chính xác cơ sở khoa học hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, cần phải xây dựng các chỉ tiêu phù hợp bao gồm các chỉ tiêu chi tiết. Các chỉ tiêu chi tiết đó phải phản ánh được sức sản xuất, các hao phí cũng như sức sinh lợi của từng yếu tố, từng loại vốn.

1.3.1. Nhóm chỉ tiêu tổng quát

- **Sức sản xuất:**

Sức sản xuất là chỉ tiêu phản ánh một đơn vị yếu tố đầu vào đem lại mấy kết quả sản xuất đầu ra. Trị số của chỉ tiêu này tính ra càng lớn, chứng tỏ hiệu quả sử dụng các yếu tố đầu vào càng cao, kéo theo hiệu quả kinh doanh càng cao. Ngược lại, trị số của chỉ tiêu này tính ra càng nhỏ phản ánh hiệu quả sử dụng các yếu tố thấp, dẫn đến hiệu quả kinh doanh không cao.

$$\text{Sức sản xuất} = \frac{\text{Đầu ra phản ánh kết quả sản xuất}}{\text{Yếu tố đầu vào}}$$

Tùy theo mục đích phân tích, tử số của chỉ tiêu Sức sản xuất có thể sử dụng một trong số các chỉ tiêu như: tổng giá trị sản xuất, doanh thu thuần bán hàng, tổng số luân chuyển thuần... còn yếu tố đầu vào bao gồm lao động, tư liệu lao động, đối tượng lao động, vốn chủ sở hữu, vốn vay...

- **Sức sinh lợi**

Sức sinh lời (hay khả năng sinh lợi) là chỉ tiêu phản ánh một đơn vị yếu tố đầu vào hay một đơn vị đầu ra phản ánh kết quả sản xuất kinh doanh đem lại mấy

đơn vị lợi nhuận. Trị số của chỉ tiêu “sức sinh lợi” tính ra càng lớn, chứng tỏ khả năng sinh lợi càng cao, kéo theo hiệu quả kinh doanh càng cao và ngược lại.

$$\text{Sức sinh lợi} = \frac{\text{Đầu ra phản ánh lợi nhuận}}{\text{Yếu tố đầu vào hay đầu ra phản ánh kết quả}}$$

Tùy thuộc vào mục đích phân tích, tử số của công thức sức sinh lợi có thể là lợi nhuận gộp về bán hàng, lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh, tổng lợi nhuận kế toán trước thuế, lợi nhuận sau thuế... còn yếu tố đầu vào hay đầu ra phản ánh kết quả sản xuất giống như chỉ tiêu sức sản xuất ở trên.

- **Suất hao phí**

Suất hao phí là chỉ tiêu cho biết: để có một đơn vị đầu ra phản ánh kết quả sản xuất hay đầu ra phản ánh lợi nhuận, doanh nghiệp phải hao phí mấy đơn vị chi phí hay yếu tố đầu vào. Trị số của chỉ tiêu suất hao phí tính ra càng nhỏ, chứng tỏ hiệu quả kinh doanh càng cao và ngược lại, trị số của chỉ tiêu này tính ra càng lớn, chứng tỏ hiệu quả kinh doanh càng thấp.

$$\text{Suất hao phí} = \frac{\text{Yếu tố đầu vào}}{\text{Đầu ra phản ánh kết quả hay lợi nhuận}}$$

1.3.2. Hiệu quả sử dụng chi phí

Chi phí của doanh nghiệp là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ hao phí về vật chất và lao động mà doanh nghiệp phải bỏ ra để sản xuất sản phẩm trong một thời kỳ nhất định. Các chi phí này phát sinh có tính chất thường xuyên gắn liền với quá trình sản xuất sản phẩm. Ngoài ra doanh nghiệp còn phải trả thuế gián thu theo luật thuế đã quy định: thuế VAT, thuế XK-NK.

Nội dung của các khoản chi phí trong SXKD:

Chi phí NVL, chi phí nhiên liệu, động lực, chi phí tiền l-ong, các khoản trích theo l-ong, khấu hao TSCĐ, chi phí phục vụ mua ngoài, chi phí dự phòng giảm giá hàng tồn kho, các khoản trợ cấp, chi phí hoạt động doanh nghiệp như thuê tài sản, ... Các chỉ tiêu phản ánh hiệu suất sử dụng chi phí.

$$\text{Hiệu quả sử dụng chi phí} = \frac{\text{Tổng doanh thu}}{\text{Tổng chi phí trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này thể hiện một đồng chi phí sản xuất kinh doanh trong kỳ thu được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này đánh giá khả năng sử dụng các yếu tố đầu vào thông qua kết quả càng cao càng tốt.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận chi phí} = \frac{\text{Tổng lợi nhuận trong kỳ}}{\text{Tổng chi phí trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này nói lên rằng một đồng chi phí bỏ vào sản xuất kinh doanh thì thu lại được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao thì chứng tỏ doanh nghiệp kinh doanh càng hiệu quả.

1.3.3. Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn SXKD

Hiệu suất sử dụng vốn (Hv): là tỷ số giữa doanh thu trong kỳ và tổng số vốn phục vụ sản xuất kinh doanh trong kỳ:

$$Hv = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng số vốn sản xuất kinh doanh trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn bỏ ra sản xuất kinh doanh trong kỳ thì đem lại bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này biểu thị khả năng tạo ra kết quả sản xuất kinh doanh của một đồng vốn, Hv càng cao thì hiệu quả kinh tế càng lớn.

Hiệu quả sử dụng vốn:

$$\text{Hiệu quả sử dụng vốn} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng vốn sản xuất kinh doanh trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn bỏ vào sản xuất kinh doanh trong kỳ thì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế.

1.3.3.1. Hiệu suất sử dụng vốn l- u động (VLĐ)

Hiệu quả sử dụng vốn l- u động được chia thành hai loại:

Sức sản xuất của VLĐ:

$$\text{Sức sản xuất của VLĐ} = \frac{\text{Tổng doanh thu}}{\text{VLĐ bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng VLĐ bình quân thì đem lại bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

Sức sinh lời của VLĐ :

$$\text{Sức sinh lời của VLĐ} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn l- u động bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng VLĐ bình quân thì tạo ra mấy đồng lợi nhuận sau thuế.

Khi tiến hành phân tích ta cần phải tính ra các chỉ tiêu trên rồi so sánh giữa kỳ phân tích và kỳ gốc (kỳ kế hoạch hoặc kỳ thực tế), nếu các chỉ tiêu sức sản xuất và sức sinh lợi VLĐ tăng lên thì chứng tỏ hiệu quả sử dụng chúng tăng lên và ngược lại. Ta sử dụng các chỉ tiêu sau:

$$\text{Số vòng quay VLĐ} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{VLĐ bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết VLĐ của doanh nghiệp đã quay đ- ợc mấy vòng trong kỳ, nếu số vòng quay tăng lên chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn tăng lên và ngược lại vì VLĐ đ- ợc luân chuyển liên tục, không bị ứ đọng vốn. Chỉ tiêu này đ- ợc gọi là “Hệ số luân chuyển”.

$$\text{Thời gian của một vòng luân chuyển} = \frac{\text{Thời gian của kỳ phân tích}}{\text{Số vòng quay VLĐ trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này thể hiện số ngày cần thiết cho VLĐ quay đ- ợc một vòng. Thời gian của một vòng luân chuyển càng nhỏ thì tốc độ luân chuyển càng lớn.

Ngoài ra khi phân tích còn có thể tính ra các chỉ tiêu “hệ số đảm nhiệm của VLĐ”. Hệ số này càng nhỏ chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn càng cao, vốn tiết kiệm càng nhiều. Qua đó ta biết đ- ợc để có đ- ợc một đồng luân chuyển thì cần mấy đồng VLĐ.

$$\text{Hệ số đảm nhiệm VLĐ} = \frac{\text{VLĐ bình quân}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

1.3.3.2. Hiệu suất sử dụng vốn cố định (VCFĐ)

Hiệu suất sử dụng VCFĐ

$$\text{Hiệu suất sử dụng VCFĐ} = \frac{\text{Doanh thu trong kỳ}}{\text{VCFĐ trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng VCFĐ trong kỳ có thể tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ. Chỉ tiêu này càng cao thì chứng tỏ hiệu quả sử dụng VCFĐ của công ty trong hoạt động SXKD là tốt.

Tỷ suất lợi nhuận VCD

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận VCD} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{VCD trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng VCD đ-ợc sử dụng trong kỳ có thể tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng VCD rất tốt và ng-ợc lại.

Tỷ suất hao phí TSCĐ

$$\text{Tỷ suất hao phí TSCĐ} = \frac{\text{Nguyên giá TSCĐ}}{\text{Doanh thu}}$$

Chỉ tiêu này cho biết để có một đồng doanh thu thuần (hay lợi nhuận) cần bao nhiêu đồng nguyên giá bình quân TSCĐ.

1.3.4. Hiệu suất sử dụng vốn chủ sở hữu (VCSH)

Đánh giá doanh lợi VCSH cần tính toán và so sánh các chỉ tiêu “Hệ số doanh lợi” của vốn chủ sở hữu giữa kỳ phân tích và kỳ gốc, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ doanh lợi càng cao và ng-ợc lại.

Hệ số doanh lợi của VCSH (ROE)

$$\text{Hệ số doanh lợi của VCSH} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

1.3.5. Hiệu suất sử dụng lao động

Hiệu suất sử dụng lao động (năng suất)

$$\text{Hiệu suất sử dụng lao động} = \frac{\text{Doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng số lao động trong kỳ}}$$

Phản ánh một lao động tạo ra đ-ợc bao nhiêu đồng doanh thu, thực chất đây là chỉ tiêu năng suất lao động của doanh nghiệp. Tỷ số này cao chứng tỏ doanh nghiệp sử dụng lao động một cách hợp lý, khai thác đ-ợc sức lao động trong sản xuất kinh doanh.

Tỷ suất lợi nhuận lao động (hiệu quả sử dụng lao động)

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận trong kỳ}}{\text{Số lao động trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một lao động trong kỳ đã tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

1.3.6. Một số chỉ tiêu đánh giá tài chính doanh nghiệp

1.3.6.1. Khả năng thanh toán

Hệ số thanh toán tổng quát (H1)

Chỉ tiêu này phản ánh năng lực thanh toán tổng thể của doanh nghiệp trong kỳ kinh doanh, cho biết một đồng cho vay thì có mấy đồng đảm bảo.

$$\text{Hệ số khả năng thanh toán tổng quát} = \frac{\text{Tổng tài sản}}{\text{Tổng nợ phải trả}}$$

Nếu trị số này của doanh nghiệp luôn ≥ 1 thì doanh nghiệp đảm bảo được khả năng thanh toán và ngược lại.

Hệ số khả năng thanh toán nợ ngắn hạn (H2)

$$\text{Hệ số thanh toán nợ ngắn hạn} = \frac{\text{Tổng giá trị thuần của TSNH}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}}$$

“ Hệ số khả năng thanh toán nợ ngắn hạn” (còn gọi là hệ số khả năng thanh toán hiện thời” cho thấy khả năng đáp ứng các khoản nợ ngắn hạn (là những khoản nợ mà doanh nghiệp phải thanh toán trong vòng một năm hay một chu kỳ kinh doanh) của doanh nghiệp là cao hay thấp. Nếu chỉ tiêu này xấp xỉ bằng 1 thì doanh nghiệp có đủ khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn và tình hình tài chính là bình thường hoặc khả quan. Ngược lại, nếu hệ số khả năng thanh toán nợ ngắn hạn càng nhỏ hơn một thì khả năng thanh toán nợ ngắn hạn của doanh nghiệp càng thấp.

Hệ số khả năng thanh toán nhanh (H3)

$$\text{Hệ số khả năng thanh toán nhanh} = \frac{\text{Tiền, các khoản t- ong d- ong tiền, đầu t- TC ngắn hạn}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}}$$

“ Hệ số khả năng thanh toán nhanh” là chỉ tiêu được dùng để đánh giá khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp bằng tiền (tiền mặt, tiền gửi ngân hàng, tiền đang chuyển) và các khoản đầu t- tài chính ngắn hạn. thực tế cho thấy, hệ số thanh toán nhanh nếu $>0,5$ thì tình hình thanh toán t-ong đối khả quan, còn nếu $< 0,5$ thì doanh nghiệp có thể gặp khó khăn trong việc thanh toán

công nợ và do đó, có thể phải bán gấp hàng hoá, sản phẩm để trả nợ vì không đủ tiền thanh toán.

1.3.6.2. Các hệ số về cơ cấu nguồn vốn và cơ cấu tài sản

*** Cơ cấu nguồn vốn:**

Hệ số nợ

$$\text{Hệ số nợ} = \frac{\text{Nợ phải trả}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$$

Hệ số nợ phản ánh trong một đồng vốn hiện doanh nghiệp đang sử dụng sản xuất kinh doanh có mấy đồng vốn đi vay. Hệ số nợ càng cao tính độc lập của danh nghiệp càng kém. Tuy nhiên, doanh nghiệp có lợi vì được sử dụng một nguồn tài sản lớn mà chỉ đầu tư trong lượng vốn nhỏ, tiết kiệm chi phí sản xuất kinh doanh. Do đó, khả năng đảm bảo sự chi trả các khoản nợ từ nguồn vốn là thấp dẫn đến mất sự tin tưởng của khách hàng và các nhà đầu tư, rủi ro trong kinh doanh là lớn, không an toàn cho hoạt động sản xuất kinh doanh.

Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ

$$\text{Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ} = \frac{\text{Vốn CSH}}{\text{TSCĐ và đầu tư dài hạn}}$$

Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ cho thấy số vốn tự có của doanh nghiệp dùng để trang bị TSCĐ là bao nhiêu, phản ánh mối quan hệ giữa nguồn VCSH với giá trị TSCĐ và ĐTDH.

Nếu tỷ suất này >1 chứng tỏ khả năng tài chính của doanh nghiệp vững vàng là lành mạnh. Ngược lại, nếu tỷ suất này <1 thì có nghĩa là một bộ phận của TSCĐ được tài trợ bằng vốn vay và đặc biệt mạo hiểm là vốn vay ngắn hạn.

*** Cơ cấu tài sản**

Là một dạng tỷ suất phản ánh khi doanh nghiệp sử dụng bình quân một đồng vốn kinh doanh thì dành bao nhiêu để hình thành TSNH và bao nhiêu cho TSDH.

Tỷ suất đầu tư vào tài sản dài hạn

$$\text{Tỷ suất đầu tư vào TSDH} = \frac{\text{TSCĐ \& ĐTDH}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Tỷ suất đầu t- vào tài sản càng lớn càng thể hiện mức độ quan trọng của TSCĐ.

Trong tổng tài sản mà doanh nghiệp đang sử dụng và kinh doanh, phản ánh tình hình trang bị cơ sở vật chất kĩ thuật năng lực sản xuất và xu h- ớng tăng lâu dài cũng nh- khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Tuy nhiên để kết luận tỷ suất này là tố hay xấu còn tùy thuộc vào ngành nghề kinh doanh của từng doanh nghiệp trong từng thời kì cụ thể. Các doanh nghiệp luôn mong muốn cơ cấu tài sản tối - u, phản ánh cứ dành một đồng đầu t- vào tài sản thì có bao nhiêu đồng TSNH và bao nhiêu đồng vào TSDH.

1.3.6.3. Các chỉ số về hoạt động.

Số vòng quay hàng tồn kho

$$\text{Số vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{Giá vốn hàng bán}}{\text{Hàng tồn kho bình quân}}$$

Số vòng quay hàng tồn kho là số lần mà hàng tồn kho bình quân luân chuyển trong kỳ.

Số vòng quay hàng tồn kho càng cao thì thời gian luân chuyển một vòng càng ngắn. điều này chứng tỏ sản phẩm của doanh nghiệp đ- ợc tiêu thụ mạnh, nguyên vật liệu đầu vào cũng đ- ợc sử dụng liên tục điều này làm cho giá NVL xuất kho thấp, dẫn đến giá thành sản phẩm giảm, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm.

Số ngày một vòng quay hàng tồn kho

$$\text{Số ngày một vòng quay} = \frac{360 \text{ ngày}}{\text{Số vòng quay hàng tồn kho trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này cho biết số ngày cần thiết để hàng tồn kho quay vòng. Chỉ tiêu này càng thấp càng tốt, thể hiện khả năng thu hồi vốn nhanh của doanh nghiệp.

Vòng quay khoản phải thu

$$\text{Vòng quay khoản phải thu} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Bình quân các khoản phải thu}}$$

Số vòng quay càng lớn chứng tỏ tốc độ thu hồi các khoản phải thu của doanh nghiệp càng nhanh, giúp cho doanh nghiệp quay vòng vốn nhanh hơn, tạo ra hiệu

quả khi sử dụng vốn, không bị các doanh nghiệp khác chiếm dụng vốn của mình. Điều này đối với các doanh nghiệp luôn là vấn đề cần phải quan tâm.

Kỳ thu tiền bình quân

$$\text{Kỳ thu tiền bình quân} = \frac{360 \text{ ngày}}{\text{Vòng quay các khoản phải thu}}$$

Vòng quay kỳ thu tiền bình quân nhỏ chứng tỏ doanh nghiệp luôn đảm bảo thu hồi vốn kinh doanh một cách nhanh nhất, các khoản tiền được luân chuyển nhanh, không bị chiếm dụng vốn.

1.4. Các phương pháp phân tích hiệu quả kinh doanh

Phân tích các hoạt động kinh tế là việc phân chia các hiện tượng, quá trình và các kết quả kinh tế thành nhiều bộ phận cấu thành. Trên cơ sở đó bằng các phương pháp khoa học xác định các nhân tố ảnh hưởng và xu thế ảnh hưởng của từng nhân tố đến quá trình kinh tế. Từ đó đề xuất các biện pháp để phát huy sức mạnh để khai thác các điểm mạnh, khắc phục những điểm yếu, khai thác tiềm năng, thúc đẩy hoạt động sản xuất kinh doanh hiệu quả.

1.4.1. Phương pháp so sánh

So sánh là phương pháp được sử dụng phổ biến trong phân tích để xác định xu hướng, mức độ biến động của chỉ tiêu phân tích. Để tiến hành so sánh ta cần phải giải quyết các vấn đề cơ bản như: xác định số gốc so sánh, xác định điều kiện so sánh, mục tiêu so sánh.

Gốc để so sánh ở đây có thể là các trị số của chỉ tiêu kỳ trước, kỳ kế hoạch hoặc cùng kỳ năm trước (so sánh theo thời gian), có thể là so sánh mức đạt được của các đơn vị với một đơn vị được chọn làm gốc so sánh – đơn vị điển hình trong một lĩnh vực nào đó (so sánh theo không gian).

Khi tiến hành so sánh theo thời gian cần chú ý phải đảm bảo được tính thống nhất về mặt kinh tế, về phương pháp tính các chỉ tiêu, đơn vị tính các chỉ tiêu cả về số lượng thời gian và giá trị.

Mục tiêu so sánh trong phân tích kinh doanh là xác định mức độ biến động tuyệt đối, tương đối cùng biến động xu hướng của chỉ tiêu phân tích.

So sánh tuyệt đối: $\Delta = C1 - C0$

So sánh tương đối: $\Delta = \frac{C1}{C0} \times 100 \%$

Trong đó: C0: Số liệu kì gốc

C1: Số liệu kì phân tích

1.4.2. Phương pháp thay thế liên hoàn (loại trừ dần)

Trong phân tích kinh doanh, nhiều trường hợp cần nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố đến kết quả sản xuất kinh doanh nhờ phương pháp loại trừ. Loại trừ là phương pháp xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến kết quả sản xuất kinh doanh bằng cách loại trừ ảnh hưởng của các nhân tố khác.

Tính chất của phương pháp này là thay thế dần số liệu gốc bằng số liệu thực tế của một nhân tố ảnh hưởng nào đó. Nhân tố được thay thế đó sẽ phản ánh mức độ ảnh hưởng của nó đến chỉ tiêu được phân tích với giả thuyết các nhân tố khác là không đổi.

1.4.3. Phương pháp liên hệ

- *Liên hệ cân đối*: có cơ sở là sự cân bằng về lượng giữa hai mặt của các yếu tố trong kinh doanh, ví dụ như: giữa tổng số vốn và tổng số nguồn, nguồn thu và chi, hoạt động và tình hình sử dụng các quỹ, các loại vốn. Mối liên hệ cân đối về lượng của các yếu tố dẫn đến sự cân bằng cả về mức biến động (chênh lệch) về lượng giữa các mặt của các yếu tố và quá trình kinh doanh.

- *Liên hệ trực tuyến*: Là mối liên hệ theo một hướng xác định giữa các chỉ tiêu phân tích, ví dụ: lợi nhuận tỷ lệ thuận với lượng hàng bán ra, giá bán tỷ lệ thuận với giá thành, thuế.

- *Liên hệ phi tuyến*: Là mối liên hệ giữa các chỉ tiêu trong đó mức độ liên hệ không được xác định theo tỷ lệ và chiều hướng liên hệ luôn biến đổi.

1.4.4. Phương pháp chi tiết

Mọi kết quả kinh doanh đều cần thiết và có thể có chi tiết theo những hướng khác nhau. Thông thường, trong phân tích, phương pháp chi tiết được thực hiện theo những hướng sau:

- *Chi tiết theo các bộ phận cấu thành của chỉ tiêu*: Mọi kết quả kinh doanh biểu hiện trên các chỉ tiêu đều bao gồm nhiều bộ phận. Chi tiết các chỉ tiêu theo các bộ phận cùng với sự biểu hiện về lượng của các bộ phận đó sẽ giúp ích rất nhiều trong việc đánh giá chính xác kết quả sử dụng rộng rãi trong phân tích mọi mặt kết quả kinh doanh.

- *Chi tiết theo thời gian*: Kết quả kinh doanh bao giờ cũng là kết quả của một quá trình. Chi tiết theo thời gian sẽ giúp cho việc đánh giá kết quả kinh doanh được

sát, đúng và tìm đ- ợc giải pháp có hiệu quả cho công việc kinh doanh. Tùy theo đặc tính của quá trình kinh doanh, tùy nội dung kinh tế của từng chỉ tiêu phân tích và tùy mục đích phân tích... khác nhau có thể lựa chọn trong khoảng thời gian và chỉ tiêu chi tiết cho phù hợp.

- *Chi tiết theo địa điểm:* Phân xưởng, tổ, đội... thực hiện các kết quả kinh doanh đ- ợc ứng dụng rộng rãi trong phân tích kinh doanh đ- ợc ứng dụng rộng rãi trong phân tích kinh doanh trong các tr- ờng hợp sau:

Một là, đánh giá kết quả thực hiện hạch toán kinh doanh nội bộ. Trong tr- ờng hợp này, tùy chỉ tiêu khoán khác nhau có thể chi tiết mức thực hiện khoán ở các đơn vị có cùng nhiệm vụ nh- nhau.

Hai là, phát hiện các đơn vị tiên tiến hoặc lạc hậu trong việc thực hiện các mục tiêu kinh doanh. Tùy mục tiêu đề ra có thể chọn các chỉ tiêu chi tiết phù hợp về các mặt: năng suất, chất lượng, giá thành...

Ba là, khai thác các khả năng tiềm tàng về sử dụng vật t-, lao động, tiền vốn, đất đai... trong kinh doanh.

1.4.5. Ph- ơng pháp cân đối

Trong quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, hình thành rất nhiều mối quan hệ cân đối về l- ợng giữa hai mặt của các yếu tố và quá trình kinh doanh. Dựa vào các mối quan hệ cân đối này, người phân tích sẽ xác định đ- ợc ảnh hưởng của các nhân tố đến sự biến động của chỉ tiêu phân tích.

1.4.6. Ph- ơng pháp hồi quy t- ơng quan

Hồi quy và t- ơng quan là các ph- ơng pháp của toán học đ- ợc vận dụng trong phân tích kinh doanh để biểu hiện và đánh giá mối liên hệ t- ơng quan giữa các chỉ tiêu kinh tế.

Ph- ơng pháp t- ơng quan là quan sát mối liên hệ giữa một tiêu thức kết quả và một hoặc nhiều tiêu thức nguyên nhân, nh- ng ở dạng liên hệ thực. Còn hồi quy là một ph- ơng pháp xác định độ biến thiên của tiêu thức kết quả theo sự biến thiên của tiêu thức nguyên nhân. Nếu quan sát đánh giá mối liên hệ giữa một tiêu thức kết quả và một tiêu thức nguyên nhân gọi là t- ơng quan đơn và ng- ợc lại gọi là t- ơng quan bội.

PHẦN 2: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY CP ĐẦU TƯ VÀ XUẤT NHẬP KHẨU SÚC SẢN GIA CẦM HẢI PHÒNG

2.1. Quá trình hình thành và phát triển công ty

Tên công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ XUẤT NHẬP KHẨU SÚC SẢN GIA CẦM HẢI PHÒNG

Tên giao dịch quốc tế: HẢI PHÒNG INVESTMENT AND ANIMAL POULTRY PRODUCTS IMPORT - EXPORT JOINT STOCK COMPANY

Tên viết tắt: animex hai phong

Trụ sở: 16 phố Cù Chính Lan – Hồng Bàng – Hải Phòng

Điện thoại: +84031.3842042/3823737

Fax: +84031.3842181

Email: animex-hp@hn.vnn.vn

Công ty Cổ phần Đầu tư và XNK súc sản gia cầm HP được chuyển thành công ty Cổ phần từ năm 2007, có trụ sở tại 16 Cù Chính Lan – Quận Hồng Bàng – Hải Phòng. Trước đây, được nhiều người biết đến với cái tên Công ty XNK Duyên Hải, là một doanh nghiệp Nhà nước trước đây trực thuộc Bộ Ngoại thương, hiện nay trực thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn vừa sản xuất, vừa kinh doanh xuất nhập khẩu tổng hợp.

Công ty ra đời rất sớm từ năm 1956 (sau ngày Hải Phòng giải phóng). Tính đến nay đã hơn 40 năm hoạt động và phát triển, công ty CP đầu tư và Xuất nhập khẩu súc sản gia cầm Hải Phòng trải qua biết bao thăng trầm và thử thách.. Quá trình đó có thể chia thành kinh doanh thời kỳ như sau :

- Thời kỳ từ 1956 - 1970 : thời gian này công ty tiếp nhận các cơ sở xuất nhập khẩu của các thương nhân của Pháp và người Hoa để lại để dần khôi phục lại các mặt hàng xuất khẩu truyền thống của miền Bắc chủ yếu là xuất khẩu nông sản và thực phẩm, hải sản tới thị trường Hồng Kông và các nước xã hội chủ nghĩa. Hoạt động của công ty trong thời gian này là theo kế hoạch bao cấp, mô hình manh mún và nhỏ.

- Từ năm 1970 - 1977: Đây là thời kỳ công ty đ- ợc tách ra của công ty XNK Duyên Hải thành công ty XNK súc sản (ANIMEX). Nhiệm vụ của công ty trong giai đoạn này là xuất khẩu các sản phẩm của biển và sản phẩm của ngành nông nghiệp.

- Từ năm 1978 - đến nay : công ty lại tách ra từ công ty XNK súc sản thành công ty XNK súc sản gia cầm Hải Phòng, trực thuộc Bộ Ngoại th- ơng. Đến năm 1985, Nhà n- ớc quyết định điều công ty về d- ới sự quản lý của Bộ Nông nghiệp (nay là Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn). Đến tháng 4/1997 công ty đ- ợc thành lập lại theo quyết định số 486/NN-TCB của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn trên cơ sở sát nhập chi nhánh công ty XNK súc sản gia cầm Hải Phòng, trực thuộc Tổng công ty chăn nuôi Việt Nam.

- Từ năm 1985 đ- ợc sự đầu t- trực tiếp của Bộ Nông nghiệp, công ty đã hiện đại hóa cơ sở sản xuất, chế biến, máy móc, kho tàng, nhà x- ởng... tạo ra tiền đề các sản phẩm của công ty sản xuất, chế biến đã thâm nhập vào các n- ớc trên thị tr- ờng thế giới nh- : các sản phẩm đông lạnh vào thị tr- ờng Liên bang Nga và các n- ớc Đông Âu, thịt lợn sữa đông lạnh vào thị tr- ờng Hồng Kông và Trung Quốc.

Công ty hoạt động trên cơ sở là một doanh nghiệp Nhà n- ớc trực thuộc Tổng công ty 90 (Tổng công ty chăn nuôi Việt Nam), hoạt động trên nguyên tắc hạch toán độc lập và có đầy đủ chức năng của một công ty sản xuất, chế biến, xuất nhập khẩu, kinh doanh, dịch vụ...

- Từ năm 1991 đ- ợc sự quan tâm của Chính phủ và Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đã đầu t- cho nhập một dây chuyền chế biến thực phẩm hiện đại của úc và đ- ợc cấp thêm vốn, mở rộng phạm vi hoạt động. Gồm sản xuất kinh doanh tổng hợp, chế biến thực phẩm hải sản, xuất nhập khẩu trực tiếp và đã có quan hệ với một số thị tr- ờng ngoài n- ớc.

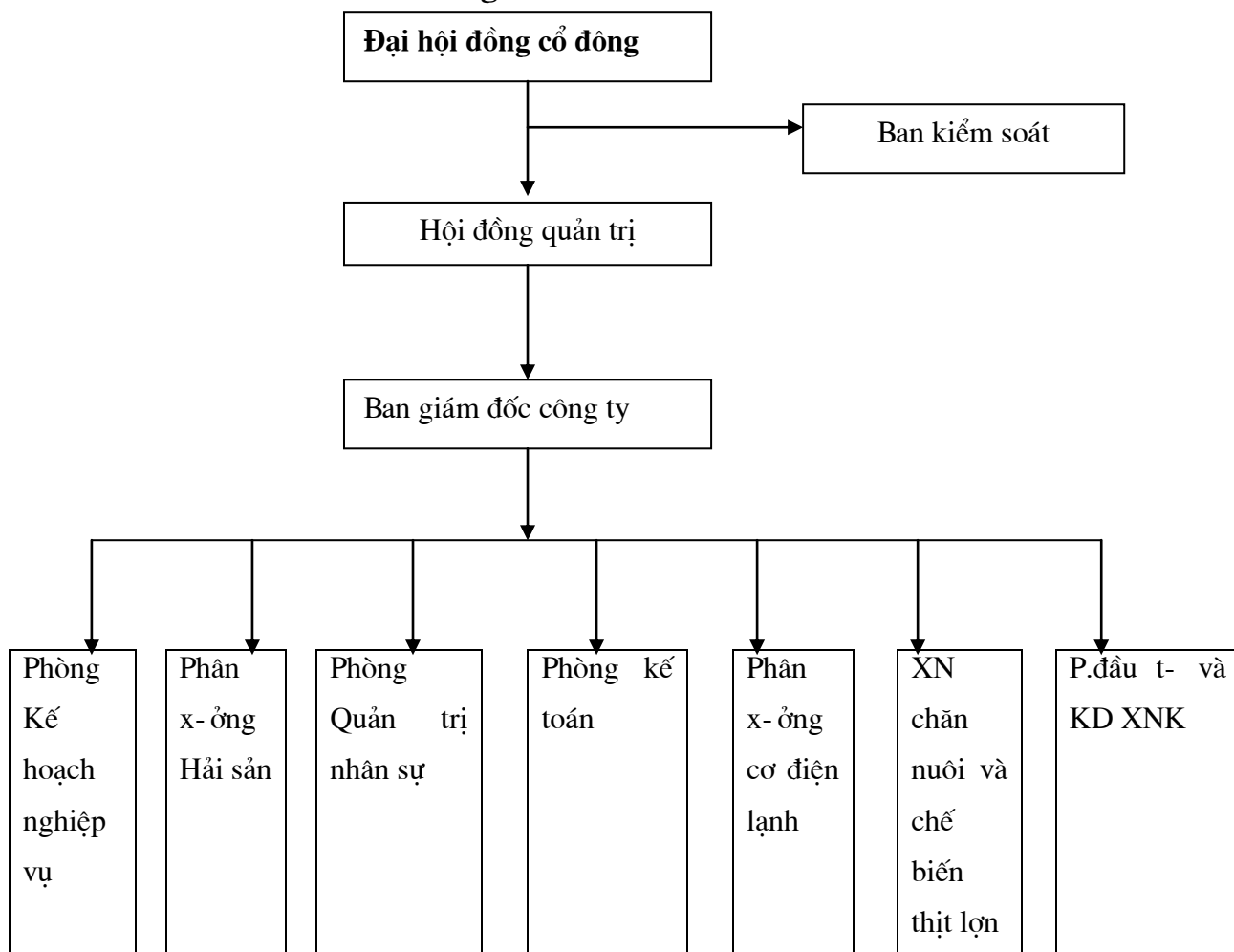
Công ty từ một công ty sản xuất theo kế hoạch bao cấp của Nhà n- ớc chuyển sang cơ chế thị tr- ờng cạnh tranh khắc nghiệt, đó là một thử thách to lớn đối với sự tồn tại của công ty. Mọi hoạt động sản xuất kinh doanh từ đối t- ợng sản xuất đến cung cấp nguyên liệu vật t- đều theo cơ chế thị tr- ờng. Nh- ng công ty đã có b- ớc đi đúng đắn luôn thích ứng, đứng vững và phát triển mạnh mẽ

Thực hiện chủ trương CP hoá các doanh nghiệp nhà nước. Năm 2007 công ty đã tiến hành cổ phần hoá với kinh nghiệm hoạt động lâu năm trong lĩnh vực XNK nên khi tiến hành Cổ phần hoá công ty sớm ổn định giữ vững và phát triển.

2.2. Cơ cấu tổ chức

2.2.1. Sơ đồ bộ máy tổ chức quản lý

Sơ đồ 1: Tổ chức bộ máy của công ty Cổ phần Đầu tư và XNK sản phẩm gia cầm HP.



2.2.2. Chức năng nhiệm vụ của các phòng ban trong công ty

- **Đại hội đồng cổ đông:**

Là cơ quan quyết định cao nhất của Công ty. Đại hội đồng cổ đông gồm tất cả các cổ đông có quyền biểu quyết các hoạt động kinh doanh của Công ty.

- **Hội đồng quản trị:**

Là cơ quan quản lý của công ty do đại hội cổ đông bầu ra có quyền quyết định mọi vấn đề liên quan đến mục đích, quyền lợi của công ty trong nhiệm kỳ 5

năm. Hội đồng quản trị có 5 người bao gồm 1 chủ tịch hội đồng quản trị, 1 Tổng giám đốc, 1 Phó tổng giám đốc và 3 thành viên.

- **Ban giám đốc công ty:**

Là đại diện pháp nhân trong mọi hoạt động kinh doanh hàng ngày của công ty. Giám đốc chịu trách nhiệm trước Hội đồng quản trị về việc thực hiện các nhiệm vụ và quyền hạn được giao. Giám đốc có trách nhiệm bảo toàn và phát triển vốn của các thành viên góp vốn đã giao phó, xây dựng chiến lược phát triển, kế hoạch hàng năm và hoạt động dài hạn của Công ty. Tổ chức thực hiện lãnh đạo điều hành hoạt động kinh doanh của công ty đồng thời kiểm soát sự thực hiện kinh doanh đó theo điều lệ hoạt động do công ty quy định và báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty với ban quản trị góp vốn.

- **Ban kiểm soát.**

Gồm 3 thành viên : trong đó 1 thành viên có chuyên môn nghiệp vụ kế toán. Nhiệm vụ chủ yếu của BKS của công ty là kiểm tra tính chính xác trung thực, hợp pháp của chứng từ kế toán, báo cáo tài chính, các báo cáo khác của công ty, tính trung thực, hợp pháp trong quản lý điều hành hoạt động của công ty.

- **Phòng kế hoạch nghiệp vụ.**

Bộ phận này có chức năng tiếp nhận bộ chứng từ của Tổng công ty chăn nuôi Việt Nam gửi tới làm dịch vụ giao nhận hàng hoá tại cảng HP, tiến hành làm thủ tục Hải quan, kiểm dịch, giám định, hãn tàu. Nhận kế hoạch và thuê xe chở hàng giao các tỉnh Hà Nội, Ninh Bình, Hải Dương, Thanh Hoá,...v.v.

- **Phòng X- ưởng Hải sản.**

Chuyên nhập hàng (cá) từ TQ, HQ về bảo quản cấp đông bán ra thị trường trong nước.

- **Phòng quản trị nhân sự :**

Quản lý toàn bộ nhân lực của công ty, thực hiện chế độ chính sách của Đảng và nhà nước đối với cán bộ công nhân viên, đảm bảo quyền lợi cho công nhân viên. Sắp xếp bố trí thay đổi nhân lực sao cho phù hợp với tay nghề, sức khoẻ của từng người.

- **Phòng Kế toán - Tài chính.**

Thực hiện các chức năng kế toán của Công ty, hạch toán chi phí tính giá thành sản phẩm và hiệu quả kinh tế.

- **Phân xưởng cơ điện lạnh:**

Phụ trách kỹ thuật cơ điện, giám sát máy móc thiết bị, đầu tư xây dựng cơ bản. Hỗ trợ các phân xưởng trong toàn công ty, theo dõi, đảm bảo máy móc hoạt động bình thường.

- **Xí nghiệp chế biến và chăn nuôi thịt lợn XK.**

Hiện tại đang chăn nuôi lợn thịt bán thị trường trong nước, và chế biến XK.

- **Phòng đầu tư và kinh doanh XNK.**

Phụ trách công tác mua sắm vật tư phục vụ cho quá trình sản xuất và việc tiêu thụ sản phẩm hàng hoá trên thị trường. Tổ chức xuất nhập khẩu hàng hóa, tham gia vào đánh giá nguyên vật liệu, sản phẩm và tìm kiếm thị trường mới.

Việc tổ chức các phòng ban theo mô hình tham mưu trực tuyến giúp cho công ty sử dụng đúng người đúng việc. Giám đốc làm việc trực tiếp với các trưởng phòng, quản đốc. Họ phải chịu trách nhiệm về phòng ban của mình. Các phòng ban không có quyền ra quyết định về mặt hành chính đối với phân xưởng trực tuyến mà chỉ tồn tại với tư cách là người giúp việc cho Giám đốc trong chức năng quản lý.

2.3. Chức năng và nhiệm vụ của công ty

Căn cứ vào giấy chứng nhận kinh doanh thì ngành nghề kinh doanh của công ty được quy định như sau:

Ngành nghề chính: Thu mua và xuất nhập khẩu, kinh doanh vật tư, nông sản, thủy sản, thực phẩm tiêu dùng, hàng chế biến thực phẩm, thủy sản và lông da, công nghệ động vật.

Nhập khẩu vật tư, nguyên liệu phục vụ sản xuất nông nghiệp và công nghiệp thực phẩm, máy móc thiết bị chuyên dùng, công cụ dụng cụ vật tư, thực phẩm và nguyên liệu chế biến thực phẩm, hàng hoá tiêu dùng thiết yếu.

Kinh doanh xuất nhập khẩu và gia công lắp ráp, sửa chữa cơ điện lạnh.

Kinh doanh kho và các dịch vụ tổng hợp

Chăn nuôi gia súc, gia cầm, sản xuất, chế biến, kinh doanh nguyên liệu và thức ăn chăn nuôi, thiết bị chăn nuôi, hàng thủ công mỹ nghệ, đồ gốm.

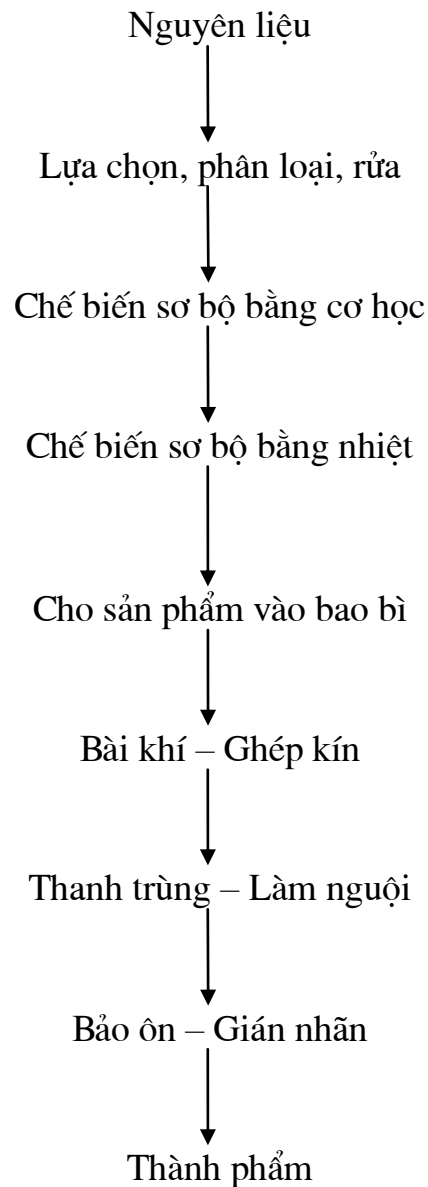
Kinh doanh ô tô, đại lý vận tải, sắt thép, sắt tấm, thép tấm, quặng kim loại, nguyên vật liệu xây dựng, cho thuê văn phòng.

Kinh doanh xăng dầu, xây dựng, kinh doanh nhà.

2.4. Hoạt động sản xuất kinh doanh

2.4.1. Dây chuyền công nghệ sản xuất và quy trình sản xuất

Sơ đồ: Quy trình sản xuất



B- ớc 1: Cá và thịt đ- ợc đ- a vào lựa chọn phân loại, rửa bằng máy rửa thủy lực đồng thời rửa và tách riêng tạp chất.

B- ớc 2: Chế biến sơ bộ bằng cơ học: b- ớc này gồm các công đoạn nh- : cắt tiết, fillet, rửa lần 2, lạnh da, soi kí sinh trùng, rửa lần 3, quay thuốc, phân cỡ, loại, cân.

B- ớc3: Chế biến sơ bộ bằng nhiệt: bao gồm các công đoạn chân nguyên liệu, nguyên liệu đ- ợc phun n- ớc vào phòng hấp, băng tải đi với tốc độ khi qua thiết bị nhiệt thì nguyên liệu đ- ợc chân đạt yêu cầu.

B- ớc4: Cho sản phẩm vào bao bì: công đoạn cho sản phẩm vào bao bì đ- ợc làm thủ công.

B- ớc 5: Bào khí, ghép kín: dùng bơm chân không hút hết không khí ra khỏi hộp trong một phòng của máy ghép kín.

B- ớc 6: Thanh trùng, làm nguội: thanh trùng bằng nhiệt ở nhiệt độ cao, sau đó đ- ợc làm nguội nhanh bằng n- ớc lạnh.

B- ớc 7: Bảo ôn, dán nhãn: sau khi đã đ- ợc làm lạnh sản phẩm đ- ợc làm sạch rồi dán nhãn và bảo quản trong kho.

2.4.1.1. Năng lực sản xuất của công ty hiện nay

Hiện nay, công ty tiến hành sản xuất 3ca/ngày với hệ thống dây chuyền sản xuất đạt 82% công suất sản l- ợng đạt: cá nục tròn là 67.000Kg/năm, lợn thit là 169.122Kg/năm (2008).

Do đặc thù là DN vừa sản xuất vừa chế biến nên quy mô sản xuất còn nhỏ, với hệ thống dây chuyền sản xuất ch- a thực sự đồng bộ, còn nhiều công đoạn còn làm thủ công.

Sắp tới công ty đầu t- mở rộng khu nhà x- ởng, x- ởng chế biến thực phẩm tạo ra các sản phẩm thit sạch gồm salami, dăm bông, xúc xích, thit xông khói và xây dựng kho đông lạnh với công suất 700-1000 tấn để phục vụ sản xuất và kinh doanh. Đây là khu chăn nuôi, chế biến với công nghệ khép kín đảm bảo kiểm soát chặt chẽ từ khâu vệ sinh thú y tới khâu vệ sinh an toàn thực phẩm.

2.4.1.2. Tình hình tài chính của công ty

BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

NĂM 2007

Đơn vị tính: VND

TÀI SẢN	MÃ SỐ	THUYẾT MINH	SỐ ĐẦU NĂM	SỐ CUỐI NĂM
1	2	3	4	5
<u>A- TÀI SẢN NGẮN HẠN (100 = 110+120+130+140+150)</u>	100		7,126,583,891	9,721,564,648
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110		52,680,671	315,782,482
1. Tiền	111	V.01	52,680,671	315,782,482
2. Các khoản tong đồng tiền	112			
II. Các khoản đầu t tài chính ngắn hạn	120	V.02		
1. Đầu t ngắn hạn	121			
2. Dự phòng giảm giá chứng khoán đầu t ngắn hạn(*)	129			
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130		504,625,201	1,310,966,642
1. Phải thu khách hàng	131		168,651,355	499,482,689
2. Trả trước cho người bán	132		30,000,000	30,068,250
3. Phải thu nội bộ ngắn hạn	133			
4. Phải thu theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng	134			
5. Các khoản phải thu khác	138	V.03	305,973,846	781,415,703
6. Dự phòng các khoản phải thu ngắn hạn khó đòi (*)	139			
IV. Hàng tồn kho	140		4,483,795,296	7,853,889,159
1. Hàng tồn kho	141	V.04	4,483,795,296	7,853,889,159
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho (*)	149			
V. Tài sản ngắn hạn khác	150		2,085,482,723	240,926,365
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	151		853,947,031	825,000
2. Thuế GTGT đọc khấu trừ	152		711,104,871	42,858
3. Thuế và các khoản phải thu Nhà nớc	154	V.05	0	1,826,265
4. Tài sản ngắn hạn khác	158		520,430,821	238,232,242
<u>B- TÀI SẢN DÀI HẠN(200 = 210+220+240+250+260)</u>	200		16,890,850,501	18,076,967,042
I- Các khoản phải thu dài hạn	210		125,909,548	125,909,548
1. Phải thu dài hạn của khách hàng	211		125,909,548	125,909,548
2. Vốn kinh doanh ở đơn vị trực thuộc	212			
3. Phải thu dài hạn nội bộ	213	V.06		
4. Phải thu dài hạn khác	218	V.07	0	
5. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi(*)	219			
II- Tài sản cố định	220		16,250,446,267	17,723,425,734
1. Tài sản cố định hữu hình	221	V.08	2,956,412,702	11,991,458,664

- Nguyên giá	222		13,321,553,732	18,125,437,567
- Giá trị hao mòn lũy kế(*)	223		-	-6,133,978,903
2. Tài sản cố định thuê tài chính	224	V.09		
- Nguyên giá	225			
- Giá trị hao mòn lũy kế(*)	226			
3. Tài sản cố định vô hình	227	V.10	4,807,111,507	4,807,111,507
- Nguyên giá	228		4,807,111,507	4,807,111,507
- Giá trị hao mòn lũy kế(*)	229			
4. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	230	V.11	8,486,922,058	924,855,563
III- Bất động sản đầu t	240	V.12		
- Nguyên giá	241			
- Giá trị hao mòn lũy kế(*)	242			
IV- Các khoản đầu t tài chính dài hạn	250			
1. Đầu t vào công ty con	251			
2. Đầu t vào công ty liên kết, liên doanh	252			
3. Đầu t dài hạn khác	258	V.13		
4. Dự phòng giảm giá chứng khoán đầu t dài hạn (*)	259			
V- Tài sản dài hạn khác	260		514,494,686	227,631,760
1. Chi phí trả trước dài hạn	261	V.14	514,494,686	227,631,760
2. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	V.21		
3. Tài sản dài hạn khác	268			0
Tổng cộng tài sản (270= 100+200)	270		24,017,434,392	27,798,531,690
NGUỒN VỐN	MÃ SỐ	THUYẾT MINH	SỐ ĐẦU NĂM	SỐ CUỐI NĂM
A. NỢ PHẢI TRẢ			21,317,685,793	21,757,231,690
I - Nợ ngắn hạn	310		9,620,555,181	10,000,322,493
1. Vay và nợ ngắn hạn	311	V.15	7,495,648,990	3,374,344,378
2. Phải trả người bán	312		799,128,032	5,287,723,206
3. Người mua trả tiền trước	313		988,507,574	
4. Thuế và các khoản phải nộp nhà nước	314	V.16	105,018,089	262,244,309
5. Phải trả người lao động	315		0	0
6. Chi phí phải trả	316	V.17	229,957,862	18,444,484
7. Phải trả nội bộ	317			0
8. Phải trả theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng	318			
9. Các khoản phải nộp, phải trả khác	319	V.18	2,294,634	1,057,566,116
10. Dự phòng phải trả ngắn hạn	320			
II - Nợ dài hạn	330		11,697,130,612	11,756,909,197
1. Phải trả dài hạn người bán	331		59,500,749	59,500,749
2. Phải trả dài hạn nội bộ	332	19	2,737,629,863	2,208,993,920
3. Phải trả dài hạn khác	333			196,952,051
4. Vay và nợ dài hạn	334	20	8,900,000,000	9,291,462,477

5. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	335	13		
6. Dự phòng trợ cấp mất việc làm	336			
7. Dự phòng phải trả dài hạn	337			
B - VỐN CHỦ SỞ HỮU (400 = 410+430)	400		2,699,748,599	6,041,300,000
I - Vốn chủ sở hữu	410	V.22	<i>2,726,820,599</i>	<i>6,050,000,000</i>
1. Vốn đầu t của chủ sở hữu	411		2,895,407,271	6,050,000,000
2. Thăng d vốn cổ phần	412			
3. Vốn khác của chủ sở hữu	413			
4. Cổ phiếu quỹ (*)	414			
5. Chênh lệch đánh giá lại tài sản	415			
6. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	416			
7. Quỹ đầu t phát triển	417		3,612,898	0
8. Quỹ dự phòng tài chính	418			
9. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	419			
10. Lợi nhuận sau thuế chia phân phối	420		-172,199,570	0
11. Nguồn vốn đầu t XDCB	421		0	0
II - Nguồn kinh phí và quỹ khác	430		<i>-27,072,000</i>	<i>-8,700,000</i>
1. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	431		-27,072,000	-8,700,000
2. Nguồn kinh phí	432	V.23		
3. Nguồn kinh phí đã hình thành TSCĐ	433			
Tổng cộng nguồn vốn (430 = 300+400)	440		24,017,434,392	27,798,531,690

CÁC CHỈ TIÊU NGOÀI BẢNG CÂN ĐỐI

KẾ TOÁN

CHỈ TIÊU		THUYẾT MINH	SỐ ĐẦU NĂM	SỐ CUỐI NĂM
1. Tài sản thuê ngoài		23		
2. Vật t, hàng hoá nhận giữ hộ, nhận gia công				
3. Hàng hoá nhận bán hộ, nhận ký gửi, ký c-ợc				
4. Nợ khó đòi khó xử lý				
5. Ngoại tệ các loại			271.91 USD	227,73USD
6. Dự toán chi sự nghiệp dự án				

Lập, ngày 23 tháng 01 năm 2008

Người lập biểu

Kế toán tr- ợng

GIÁM ĐỐC

BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

NĂM 2008

Đơn vị tính: VND

TÀI SẢN	Mã số	Thuyết minh	SỐ ĐẦU NĂM	SỐ CUỐI NĂM
1	2	3	4	5
A- TÀI SẢN NGẮN HẠN (100 = 110+120+130+140+150)	100		9,721,564,648	10,502,720,533
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110		<i>315,782,482</i>	<i>1,643,300,436</i>
1. Tiền	111	V.01	315,782,482	1,643,300,436
2. Các khoản tong đồng tiền	112			
II. Các khoản đầu t tài chính ngắn hạn	120	V.02		
1. Đầu t ngắn hạn	121			
2. Dự phòng giảm giá chứng khoán đầu t ngắn hạn(*)	129			
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130		<i>1,310,966,642</i>	<i>2,488,706,370</i>
1. Phải thu khách hàng	131		499,482,689	2,124,708,889
2. Trả trước cho người bán	132		30,068,250	73,257,830
3. Phải thu nội bộ ngắn hạn	133			
4. Phải thu theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng	134			
5. Các khoản phải thu khác	138	V.03	781,415,703	290,739,651
6. Dự phòng các khoản phải thu ngắn hạn khó đòi (*)	139			
IV. Hàng tồn kho	140		<i>7,853,889,159</i>	<i>5,060,843,242</i>
1. Hàng tồn kho	141	V.04	7,853,889,159	5,060,843,242
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho (*)	149			
V. Tài sản ngắn hạn khác	150		<i>240,926,365</i>	<i>1,309,870,485</i>
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	151		825,000	480,895,861
2. Thuế GTGT đọc khấu trừ	152		42,858	233,195,214
3. Thuế và các khoản phải thu Nhà nước	154	V.05	1,826,265	42,359
4. Tài sản ngắn hạn khác	158		238,232,242	595,737,051
B- Tài sản dài hạn(200 = 210+220+240+250+260)	200		18,076,967,042	20,451,907,884
I- Các khoản phải thu dài hạn	210		<i>125,909,548</i>	<i>27,206,551</i>
1. Phải thu dài hạn của khách hàng	211		125,909,548	27,206,551
2. VỐN kinh doanh ở đơn vị trực thuộc	212			
3. Phải thu dài hạn nội bộ	213	V.06		
4. Phải thu dài hạn khác	218	V.07	0	
5. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi(*)	219			
II- Tài sản cố định	220		<i>17,723,425,734</i>	<i>18,786,783,538</i>
1. Tài sản cố định hữu hình	221	V.08	11,991,458,664	11,524,961,047
- Nguyên giá	222		18,125,437,567	18,142,817,567

- Giá trị hao mòn lũy kế(*)	223		-6,133,978,903	-6,617,856,520
2. Tài sản cố định thuê tài chính	224	V.09		
- Nguyên giá	225			
- Giá trị hao mòn lũy kế(*)	226			
3. Tài sản cố định vô hình	227	V.10	4,807,111,507	4,807,111,507
- Nguyên giá	228		4,807,111,507	4,807,111,507
- Giá trị hao mòn lũy kế(*)	229			
4. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	230	V.11	924,855,563	2,454,710,984
III- Bất động sản đầu t	240	V.12		
- Nguyên giá	241			
- Giá trị hao mòn lũy kế(*)	242			
IV- Các khoản đầu t tài chính dài hạn	250			
1. Đầu t vào công ty con	251			
2. Đầu t vào công ty liên kết, liên doanh	252			
3. Đầu t dài hạn khác	258	V.13		
4. Dự phòng giảm giá chứng khoán đầu t dài hạn (*)	259			
V- Tài sản dài hạn khác	260		227,631,760	1,637,917,795
1. Chi phí trả trước dài hạn	261	V.14	227,631,760	1,637,917,795
2. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	262	V.21		
3. Tài sản dài hạn khác	268			0
Tổng cộng tài sản (270= 100+200)	270		27,798,531,690	30,954,628,417
NGUỒN VỐN	MÃ SỐ	THUYẾT MINH	SỐ ĐẦU NĂM	SỐ CUỐI NĂM
A. Nợ phải trả			21,757,231,690	22,129,018,963
I - Nợ ngắn hạn	310		10,000,322,493	10,767,295,498
1. Vay và nợ ngắn hạn	311	V.15	3,374,344,378	8,870,328,274
2. Phải trả người bán	312		5,287,723,206	1,682,963,201
3. Người mua trả tiền trước	313		0	0
4. Thuế và các khoản phải nộp nhà nước	314	V.16	262,244,309	78,881,827
5. Phải trả người lao động	315		0	0
6. Chi phí phải trả	316	V.17	18,444,484	85,676,545
7. Phải trả nội bộ	317			0
8. Phải trả theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng	318			
9. Các khoản phải nộp, phải trả khác	319	V.18	1,057,566,116	49,445,651
10. Dự phòng phải trả ngắn hạn	320			
II - Nợ dài hạn	330		11,756,909,197	11,361,723,465
1. Phải trả dài hạn người bán	331		59,500,749	59,500,749
2. Phải trả dài hạn nội bộ	332	19	2,208,993,920	208,993,920
3. Phải trả dài hạn khác	333		196,952,051	9,393,228,796
4. Vay và nợ dài hạn	334	20	9,291,462,477	1,700,000,000
5. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	335	13		

6. Dự phòng trợ cấp mất việc làm	336			
7. Dự phòng phải trả dài hạn	337			
B - Vốn chủ sở hữu (400 = 410+430)	400		6,041,300,000	8,825,609,454
I - Vốn chủ sở hữu	410	V.22	6,050,000,000	8,811,109,454
1. Vốn đầu t của chủ sở hữu	411		6,050,000,000	8,678,920,000
2. Thăng d vốn cổ phần	412			
3. Vốn khác của chủ sở hữu	413			
4. Cổ phiếu quỹ (*)	414			
5. Chênh lệch đánh giá lại tài sản	415			
6. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	416			
7. Quỹ đầu t phát triển	417		0	0
8. Quỹ dự phòng tài chính	418			
9. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	419			
10. Lợi nhuận sau thuế chia phân phối	420		0	132,189,454
11. Nguồn vốn đầu t XDCB	421		0	0
II - Nguồn kinh phí và quỹ khác	430		-8,700,000	14,500,000
1. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	431		-8,700,000	14,500,000
2. Nguồn kinh phí	432	V.23		
3. Nguồn kinh phí đã hình thành TSCĐ	433			
Tổng cộng nguồn vốn (430 = 300+400)	440		27,798,531,690	30,954,628,417

Các chỉ tiêu ngoài bảng cân đối kế toán

CHỈ TIÊU	THUYẾT MINH	SỐ ĐẦU NĂM	SỐ CUỐI NĂM
1. Tài sản thuê ngoài	23		
2. Vật t, hàng hoá nhận giữ hộ, nhận gia công			
3. Hàng hoá nhận bán hộ, nhận ký gửi, ký c-ợc			
4. Nợ khó đòi khó xử lý			
5. Ngoại tệ các loại		227,73USD	229,51USD
6. Dự toán chi sự nghiệp dự án			

Lập, ngày 20 tháng 01 năm 2009

Ng-ời lập biểu

Kế toán tr-ởng

Giám đốc

Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh

BÁO CÁO HOẠT ĐỘNG KINH DOANH QUA CÁC NĂM

Năm 2007 - 2008

Đơn vị tính: VNĐ

CHỈ TIÊU	Mã số	Thuyết minh	Năm 2008	Năm 2007
1	2	3	4	5
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	1	VI.25	25,005,194,700	20,553,048,801
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	2		0	527,312
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10 = 01 - 02)	10		25,005,194,700	20,552,521,489
4. Giá vốn hàng bán	11	VI.27	23,221,271,609	17,701,850,619
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20 = 10 - 11)	20		1,783,923,091	2,850,670,870
6. Doanh thu hoạt động tài chính	21	VI.26	171,273,559	12,358,756
7. Chi phí tài chính	22	VI.28	684,911,037	874,274,599
- Trong đó: chi phí lãi vay	23		635,799,933	862,152,497
8. Chi phí bán hàng	24		337,087,857	1,186,961,720
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	25		818,308,264	808,218,657
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh (30 = 20 + (21 - 22) - (24 + 25))	30		114,889,492	-6,425,350
11. Thu nhập khác	31		100,100,000	90,002,242
12. Chi phí khác	32		9,598,946	70,917,045
13. Lợi nhuận khác (40 = 31 - 32)	40		90,501,054	19,085,197
14. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40)	50		205,390,546	12,659,847
15. Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	VI.30	50,001,092	3,544,757
16. Chi phí thuế TNDN hoãn lại	52	VI.30		
17. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (60 = 50 - 51 - 52)	60		155,389,454	9,115,090
18. Lãi cơ bản trên cổ phiếu (*)	70			

Lập, ngày 20 tháng 01 năm 2009

Ng- ời lập biểu

Kế toán tr- ởng

Giám đốc

(Nguồn tài liệu: Phòng kế toán – Cty animex HP)

2.4.1.3. Diễn biến nguồn vốn và tài sản của công ty năm 2007 – 2008

- Tài sản:

Bảng kết cấu tài sản của doanh nghiệp năm 2007-2008

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
			Số tuyệt đối	Tỷ trọng (%)
A- TSNH	9.721.564.648	10.502.720.533	781.155.882	+8,04
B - TSDH	18.076.967.042	20.451.907.884	2.374.940.840	+13,14
Tổng	27.798.531.690	30.954.628.417	3.156.096.722	+11,35

Tỷ trọng giữa TSNH và TSDH chênh lệch nhau rất lớn. Năm 2007 TSNH chiếm 35%, TSDH lớn gấp 3 lần, năm 2008 TSNH chiếm 34%. Như vậy sự chênh lệch về tỷ trọng TSNH và TSDH trong 2 năm 2007 và 2008 là 1%, đây là số chênh lệch nhỏ. Trong năm 2008 cứ 1 đồng vốn đầu tư vào TS thì có 0,34 đồng cho TSNH và 0,6 đồng cho TSDH. Đây là do đặc thù của công ty vừa sản xuất vừa chế biến, cần đầu tư trang thiết bị máy móc.

Sự chênh lệch giữa năm 2007 và năm 2008 là tương đối lớn, cả TSNH và TSDH đều tăng trong năm 2008, TSNH là 8,04% (số tuyệt đối là 781.155.882), TSDH là 13,14% (số tuyệt đối là 2.374.940.840). Điều đó cho thấy quy mô vốn của doanh nghiệp tăng. TSNH tăng là do tiền và các khoản tương đương tiền tăng 420% (số tuyệt đối 1.327.517.954) điều đó cho thấy khả năng thanh toán của doanh nghiệp khá tốt, nhưng dòng vốn trong khâu dự trữ tăng hiệu quả sử dụng vốn thấp. TSNH tăng một phần là do các khoản phải thu ngắn hạn tăng 89,8% (số tuyệt đối 1.177.739.728) khả năng thu hồi nợ của doanh nghiệp thấp.

TSDH trong năm 2008 của doanh nghiệp tăng do chi phí xây dựng dở dang tăng vì trong năm 2008 doanh nghiệp mở rộng sản xuất xây dựng khu chăn nuôi chế biến. Một phần tăng do TSDH khác tăng điều này là không tốt đối với doanh nghiệp.

- **Nguồn vốn:**

Kết cấu nguồn vốn của doanh nghiệp

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
			Số tuyệt đối	Tỷ trọng (%)
A- Nợ phải trả	21.757.231.690	22.129.018.693	371.787.273	1,71
B- NVCSH	6.041.300.000	8.825.609.454	2.784.309.454	46,1
Tổng	27.798.531.690	30.954.628.417	3.156.096.727	11,4

Qua bảng trên cho chúng ta thấy một số nhận xét sau:

Ta thấy nợ phải trả lớn hơn so với vốn CSH khoảng 78% trên tổng vốn. Tức là cứ có 1 đồng vốn bỏ vào sản xuất kinh doanh thì có 0,78 đồng nợ phải trả và 0,22 đồng vốn CSH năm 2007. Nguyên nhân là do công ty sử dụng đồng vốn vay nhiều. Tình trạng này có thể gây bị động trong quá trình trả nợ của doanh nghiệp. Chính vì vậy công ty cần có lộ trình cụ thể để sử dụng vốn vay một cách hiệu quả.

Nguồn vốn doanh nghiệp tăng cả về số t-ơng đối và số tuyệt đối. Với nợ phải trả tăng 1,71% (số tuyệt đối 371.787.273) l-ợng tăng không đáng kể, do nợ ngắn hạn tăng, phải trả ng-ời bán tăng và nợ dài hạn tăng. Điều này là hoàn toàn bình th-ờng.

Nguồn vốn CSH năm 2008 so với năm 2007 đã tăng lên 46,1% (số tuyệt đối 3.156.096.727) điều đó chứng tỏ thực lực về tài chính của doanh nghiệp đã tăng lên, có khả năng trả nợ tốt. Nguyên nhân tăng của nguồn vốn CSH là do vốn cổ phần của công ty tăng lên doanh nghiệp ngày càng phát triển.

2.4.2. Hoạt động marketing

2.4.2.1. Thị tr-ờng

Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển của nền kinh tế đất n-ớc, ngành sản xuất chế biến thực phẩm đã tăng tr-ởng một cách nhanh chóng với hàng loạt các công ty đang và sắp hoạt động trên khắp đất n-ớc. Do đó sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp hết sức gay gắt. Việc ra nhập WTO và những biến động của thị tr-ờng thực phẩm trong n-ớc có tác động lớn tới công ty. Thị tr-ờng tiêu thụ sản phẩm của công ty qua các thị tr-ờng chủ yếu là Hà Nội, Hải Phòng, Trung Quốc, Hồng Kông, TP Hồ Chí Minh... . Sau đây là bảng phân tích tình hình tiêu thụ sản phẩm qua các thị tr-ờng trong năm 2007- 2008.

Bảng 2.4.1: Tình hình tiêu thụ sản phẩm theo thị trường năm 2007, 2008

Sản phẩm	Doanh thu năm 2007 (Trđ)	Doanh thu năm 2008 (Trđ)	Thị trường	2007 (%)	2008 (%)			
Thịt, cá hộp	10.351	13.792	N- ớc ngoài : Gồm có	24	27			
			- Hồng Kông	12	17			
			- Trung Quốc	12	10			
			Trong n- ớc :	76	73			
			- TP Hồ Chí Minh	15	15			
			- Hà Nội	18	15			
			- Quảng Ninh	10	9			
			- Đà Nẵng	10	9			
			- Hải Phòng	20	20			
			- Một số địa ph- ơng khác	3	5			
			Tổng				100%	100%
			Lợn sữa	7.702	9.091	N- ớc ngoài gồm có	25	47
- Hồng Kông	13	20						
- Trung Quốc	12	27						
Trong n- ớc :	52	53						
- TP Hồ Chí Minh	14	12						
- Hà Nội	19	10						
- Quảng Ninh	10	10						
- Đà Nẵng	10	8						
- Hải Phòng	18	10						
- Một số địa ph- ơng khác	4	3						
Tổng							100%	100%
Mặt hàng khác	2.029	2.929				Hà Nội và Hải Phòng là chủ yếu		

(Nguồn tài liệu: Phòng kế toán – Cty animex HP)

2.4.2.2. Phân tích đối thủ cạnh tranh

Hiện nay đối thủ cạnh tranh trực tiếp của công ty CP đầu t- và XNK súc sản gia cầm Hải Phòng là các doanh nghiệp trong khối liên doanh nghiệp với - u điểm nổi trội về tài chính và công nghệ sản xuất hiện đại nh- : công ty CP súc sản Vissan, công ty CB và XNK thủy sản Cadovimex, công ty CP đồ hộp Hạ Long...

Đối thủ cạnh tranh tiềm tàng: Cùng với sự phát triển của đất nước thì đời sống của người dân cũng được nâng cao, nhu cầu về thực phẩm có chất lượng tốt cũng là tất yếu. Đặc biệt thực phẩm lại là mặt hàng thiết yếu trong cuộc sống. Đây là thị trường có khả năng cạnh tranh lớn vì vậy xuất hiện các đối thủ cạnh tranh trong ngành là không thể tránh khỏi. Các doanh nghiệp sẽ tranh giành thị trường cũng như khách hàng với công ty.

2.4.2.3. Các hoạt động marketing trong doanh nghiệp

- Chiến lược giá:

Công ty xác định giá trên cơ sở chi phí do đó đảm bảo được sự công bằng cho cả công ty và người tiêu dùng. Đồng thời trên cơ sở chi phí công ty áp dụng giá linh hoạt với từng loại mặt hàng có và chế độ chiết khấu bán thỏa đáng.

+ Đối với sản phẩm đồ hộp : Công ty xác định vẫn chỉ duy trì sản xuất như giá cả vẫn bán được trên mức giá thành.

+ Đối với sản phẩm lợn sữa : Hiện nay mặt hàng này vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu thị trường trong nước mà chỉ có đủ số lượng để xuất khẩu là chủ yếu như không phải vì thế mà công ty tăng giá bán mà giá thị trường chung do hiếm nên tăng như khách hàng vẫn chấp nhận.

+ Đối với sản phẩm cá tươi đông lạnh : Mặt hàng này tuy mới giới thiệu như trong tương lai nó có thể là loại mặt hàng chủ yếu để xuất khẩu thay thế lợn sữa.

+ Công ty nên sử dụng kỹ thuật định giá theo cách cộng lời và chi phí. Dựa vào phân tích mức giá cạnh tranh trên thị trường nhà quản trị cấp cao của Công ty đưa ra một mức phụ giá trên doanh số bán mong muốn đạt được, thường mức phụ giá này là số K nằm trong khoảng 20 - 30% và mức tiêu thụ dự kiến là Q.

Ta có :

$$P_{max} = \frac{\text{Chi phí đơn vị sản phẩm}}{1 - k}$$

Trong đó :

$$CP \text{ đơn vị SP} = \frac{\text{Chi phí biến đổi} + \text{Chi phí cố định}}{Q}$$

Bảng 2.4.2: Quy định đối tượng và phạm vi áp dụng giá.

STT	Sản phẩm	Số định lượng	đơn vị tính	Giá nội địa	Giá xuất khẩu
1	Cá hộp	200	g	15.000	25.000
2	--	250	--	22.000	30.000
3	--	500	--	44.000	47.000
4	Thịt hộp	200	--	17.000	25.000
5	--	250	--	21.000	30.000
6	--	500	--	42.000	48.000
7	Cá thu		kg	32.000	40.000
8	Cá đao		--	30.000	38.000
9	Cá lục		--	7.000	12.000

(Nguồn tài liệu: Phòng kế toán – Cty animex HP)

• **Chiến lược sản phẩm:**

- Công ty đã kinh doanh nhiều chủng loại hàng hoá khác nhau và xu hướng phát triển ngày càng đa dạng phong phú hơn.

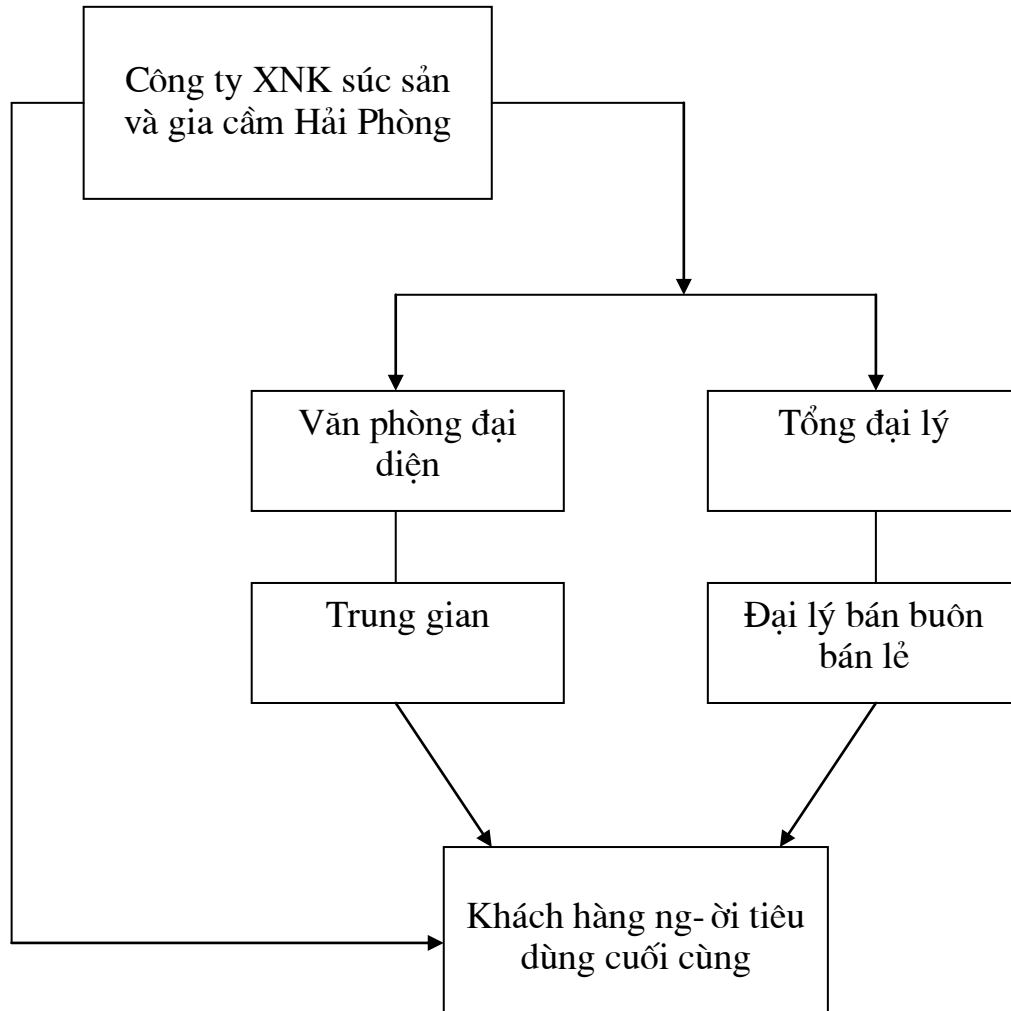
- Trước đây công ty chỉ chú trọng đến các loại đồ hộp nay đã mở rộng ra một số loại khác nhau như: rau quả đóng hộp, tôm đóng hộp, thức ăn chín chả giò xúc xích. Một mặt là mở rộng chủng loại mặt khác tập trung vào những sản phẩm mang tính chiến lược như: lợn sữa, cá t-oi cấp đông xuất khẩu.

- Công ty đã dự đoán được thu nhập ngày càng cao của người tiêu dùng nhu cầu từ ăn no, mặc đẹp đến ăn ngon, được thưởng thức nhiều sản phẩm lạ. Vì vậy mà công ty đang nghiên cứu chế thử 1 vài loại thức ăn mới...

- Nhãn mác : Công ty sử dụng chung một nhãn hàng hóa cho tất cả các sản phẩm nội địa, nhãn được in vào hộp. Mỗi loại đều có tên riêng.

- Chiến lược phân phối

MÔ HÌNH KÊNH PHÂN PHỐI CÔNG TY ĐANG ÁP DỤNG



Nhìn chung hệ thống các mạng kênh tiêu thụ của công ty còn đơn giản hiệu quả chưa cao, phải chăng công ty chưa mở rộng thêm các cửa hàng, đại lý, chi nhánh ở nhiều nơi. Không hẳn là như vậy mà chính giá cả, sản phẩm còn hạn chế làm giảm khả năng thâm nhập vào thị trường làm cho kênh tiêu thụ sản phẩm của công ty rất khiêm tốn.

Mặt khác công ty chưa coi trọng vai trò các phân tử trung gian nên không khai thác hết được khả năng tiêu thụ của mình.

- Chiến lược xúc tiến hỗn hợp.

Với mục tiêu đưa ra những thông tin cần thiết về sản phẩm của mình đến với khách hàng và thu nhập những thông tin phản hồi từ khách hàng công ty sử dụng cửa hàng giới thiệu sản phẩm tại số 8B Trần Phú một cách rầm rộ, độc đáo.

Công ty thực hiện chương trình quảng cáo sản phẩm của mình trên các tờ rơi, trên các phương tiện thông tin đại chúng như đài, báo chí, tivi...

Đồng thời công ty tiến hành in lịch tặng cán bộ công nhân đối tác khách hàng truyền thống trong dịp đầu năm mới...

Công ty đã rất cố gắng thực hiện tốt hoạt động quảng cáo về sản phẩm, về công ty song một phần do ngân sách dành cho quảng cáo của công ty còn hạn hẹp nên các hoạt động quảng cáo của công ty còn bị hạn chế.

2.4.3. Nhân sự

2.4.3.1. Đặc điểm lao động trong công ty CP đầu tư và XNK sản phẩm gia cầm HP

Do đặc thù lao động làm việc theo dây chuyền sản xuất, kỹ thuật cao do đó cần phải có công nhân lành nghề. Số lượng này chiếm 73,5% trong tổng số lao động trong công ty là 79 người. Các phòng ban khác như phòng tổ chức, phòng kế toán, phòng thống kê sản phẩm, phòng kiểm tra chất lượng, phòng hành chính, phòng kỹ thuật chiếm 26,5% trong tổng số lao động trong công ty.

Bảng 2.4.3: cơ cấu lao động theo độ tuổi và theo trình độ năm 2007-2008.

stt	Chỉ tiêu	Năm 2007		Năm 2008	
		Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
I	Theo đặc điểm lao động				
1	Lao động trực tiếp	55	73%	58	73.5%
2	Lao động gián tiếp	20	27%	21	26.5%
3	Tổng	75	100%	79	100%
II	Trình độ chuyên môn				
1	Trên ĐH	2	2.7%	2	2.5%
2	Đại học	5	6.7%	6	6.3%
3	Dưới ĐH	68	90.6%	71	91.2%
4	Tổng	75	100%	79	100%

2.4.3.2. Sử dụng và quản lý lao động tại công ty

Việc sử dụng và quản lý lao động của công ty chịu sự quản lý chung của giám đốc. Tuy nhiên, tại mỗi bộ phận, phòng ban tự quản lý và chịu trách nhiệm trong việc sử dụng lao động của bộ phận mình.

Do đặc thù là công ty về thực phẩm nên quản lý về an toàn và vệ sinh lao động được đặc biệt coi trọng.

Tất cả cán bộ nhân viên công ty đều phải chấp hành các quy định của công ty và các chế độ của nhà nước. Mỗi người làm việc 8 giờ/ngày hoặc 48 giờ/tuần. Cụ thể là: ca hành chính: sáng 7h30 – 11h30. Chiều 1h – 5h. Đối với công nhân sản xuất trực tiếp, thời gian làm việc chia theo ca. Sáng 6h – 14h. Chiều 14h – 22h. Đêm 22h – 6h sáng hôm sau.

Công ty thường xuyên tạo cơ hội cho công nhân viên trong công ty có cơ hội được nâng cao kiến thức chuyên môn, nâng cao tay nghề thông qua các tập huấn ngắn hạn.

2.4.3.3. Phương pháp trả lương, thưởng trong doanh nghiệp

Công ty áp dụng hai hình thức trả lương theo thời gian và theo sản phẩm.

Trả lương theo thời gian

Trả lương theo thời gian là hình thức trả lương cho người lao động theo thời gian làm việc, cấp bậc hoặc chức danh. Được áp dụng đối với cán bộ công nhân viên ở bộ phận văn phòng, cán bộ quản lý, bộ phận bảo vệ,...

Công thức tính lương theo quy định của công ty:

$$L = H_s \times L_{tt} \times N_{tt} \times k$$

22

Trong đó:

L : Lương tháng của một người tính theo quy định của Công ty

H_s : Hệ số lương cơ bản của cán bộ công nhân viên do nhà nước quy định.

L_{tt} : Lương tối thiểu do nhà nước quy định.

N_{tt} : Số ngày làm việc thực tế trong tháng.

k : Hệ số lương điều chỉnh do công ty quy định.

Trả l-ong theo sản phẩm:

+ Cách tính l-ong theo sản phẩm trực tiếp:

L-ong CNTT SX = Đơn giá SP * Số l-ong SP hoàn thành

Ngoài chế độ tiền l-ong, phụ cấp, công ty còn có các khoản tiền th-ởng, hệ số l-ong làm thêm giờ, thêm ca cao hơn hệ số l-ong trong giờ.

VD: Anh Nguyễn văn A, nhân viên phòng kế toán mới ra tr-ờng có hệ số l-ong là 2.34, l-ong tối thiểu do nhà n-ớc quy định là 540,000đ, số ngày làm việc trong tháng là 24 ngày, hệ số điều chỉnh k là 2. L-ong tháng của nhân viên đó là:

$$L = \underline{2.34 \times 540,000đ} \times 24 \times 2 = 2,756,945đ$$

22

PHẦN 3: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY CP ĐẦU TƯ VÀ XNK SÚC SẢN GIA CẦM HẢI PHÒNG

3.1. Hiệu quả chi phí

Chi phí sản xuất kinh doanh là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ các hao phí về lao động sống và lao động vật hóa mà doanh nghiệp đã bỏ ra liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh trong một thời kỳ nhất định. Về thực chất, chi phí sản xuất kinh doanh chính là sự dịch chuyển vốn – chuyển dịch giá trị của các yếu tố sản xuất kinh doanh vào các đối tượng tính giá.

Việc phân tích tình hình các khoản mục chi phí nhằm xác định khoản chi phí nào là chủ yếu, thứ yếu, nguyên nhân tăng giảm các khoản chi đó có hợp lý hay không? Từ đó doanh nghiệp sẽ tiết kiệm được những khoản chi phí không cần thiết, xác định rõ chi phí nào cần phải đầu tư, nhằm giảm mức độ tối đa khoản mục này mà công ty vẫn hoạt động tốt, đem lại lợi nhuận cao. Giảm được chi phí đầu vào chính là công ty có thể tăng lợi nhuận bằng cách hạ giá thành thông qua việc sử dụng các chi phí đầu vào có hiệu quả. Điều này đặc biệt quan trọng đối với công ty CP đầu tư và XNK súc sản gia cầm HP nói riêng và các doanh nghiệp nói chung.

Công ty CP đầu tư và XNK súc sản gia cầm HP là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất và chế biến thực phẩm, lĩnh vực mà hiện nay có rất nhiều đối thủ cạnh tranh lớn mạnh cả về vốn, cơ sở vật chất, vì vậy công ty phải tính toán cân nhắc một cách cụ thể sao cho chi phí bỏ ra là thích đáng, thu lại lợi ích kinh tế, xã hội ở mức cao nhất.

Qua bảng 3.1 dưới đây ta thấy hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty đã bị ảnh hưởng bởi những khoản chi phí thay đổi. Trong năm 2008 các khoản chi phí cho sản xuất kinh doanh của công ty có những biến đổi cụ thể:

Bảng 3.1: Bảng chỉ tiêu hiệu quả chi phí

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	%
1.Giá vốn hàng bán	17,701,850,619	23,221,271,609	5,519,420,990	31.18
2.Chi phí QLDN	808,218,657	818,308,264	10,089,607	1.25
3.Chi phí bán hàng	1,186,961,720	337,087,857	-849,873,863	-71.6
4.Tổng chi phí (1+2+3)	19,697,030,996	24,376,667,730	4,679,636,734	23.76
5.Doanh thu thuần	20,552,521,489	25,005,194,700	4,452,673,211	21.66
6.Lợi nhuận (4-3)	855,490,493	628,526,970	-226,963,523	-26.53
7.Hiệu quả sử dụng CP (5/4)	1.04	1.026	-0.014	-1.35
8.Tỉ suất LN chi phí(6/4)	0.043	0.026	-0.017	-39.53

+ Giá vốn hàng bán tăng 5.519.420.990đ (31,18%). Nguyên nhân:

Giá vốn hàng bán tăng chủ yếu là do nguyên nhân khách quan tác động đến giá vốn hàng bán. Nguyên nhân do phí nguyên vật liệu đầu vào đều tăng (giá thức ăn chăn nuôi tăng, chi phí lao động, chi phí nguyên vật liệu phụ...) trong đó chủ yếu là sự biến động tăng liên tục của nguyên liệu đầu vào.

+ Chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2008 tăng 10,089,607đ (1.25%). Chi phí quản lý doanh nghiệp bao gồm các khoản chi phí phát sinh có liên quan chung tới toàn bộ hoạt động của doanh nghiệp, là khoản chi phí cố định, ít biến đổi theo quy mô kinh doanh. Tăng không đáng kể năm 2008 có 1.25% do tăng l- ơng cho nhân viên quản lý trong doanh nghiệp do trong năm 2008 tình hình lạm phát nên công ty có trợ giá cho một số nhân viên có hệ số l- ơng d- ới 3.0.

+ Chi phí bán hàng năm 2008 giảm 849,873,863đ (71.6%) so với năm 2007. Chi phí bán hàng giảm mà không làm ảnh h- ưởng tới kết quả tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp, sản l- ợng tiêu thụ của doanh nghiệp vẫn tăng 15%. Nh- vậy công ty đã giảm đ- ợc các khoản chi phí liên quan tới bán hàng nh- : quảng cáo, chào hàng, giảm hàng kí gửi,... việc giảm được chi phí bán hàng đã góp phần làm tăng lợi nhuận chung của công ty.

Do giá vốn hàng bán và chi phí quản lý doanh nghiệp tăng lớn hơn chi phí bán hàng dẫn tới tổng chi phí năm 2008 tăng 4,679,636,734đ (23.76%) so với năm 2007.

Tuy tăng chi phí nh- ng đi cùng với nó là doanh thu thuần năm 2008 so với năm 2007 tăng 4,452,673,211đ (21.66%), nh- ng do tốc độ tăng của doanh thu thuần thấp hơn tốc độ tăng của tổng chi phí làm cho lợi nhuận từ bán hàng và cung cấp dịch vụ giảm 226,963,523đ (26.53%).

Do tốc độ tăng của doanh thu thuần thấp hơn tốc độ tăng của tổng chi phí và lợi nhuận từ bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2008 giảm so với năm 2007 nên hiệu quả sử dụng chi phí và tỷ suất lợi nhuận chi phí năm 2008 t- ơng ứng giảm 1.35% và 39.53% so với năm 2007. Nếu nh- năm 2007 bỏ ra 1đ chi phí thu về đ- ợc 1.04đ doanh thu, t- ơng ứng với 0.043đ lợi nhuận thì năm 2008 ta thu về đ- ợc 1.02đ doanh thu, t- ơng ứng 0.026đ lợi nhuận.

Tóm lại năm 2008 việc giảm chi phí đã không lại hiệu quả cho doanh nghiệp. Công ty cần rút kinh nghiệm trong kỳ kinh doanh tới, vì muốn nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh công ty thì công tác quản lý chi phí cần làm việc có hiệu quả hơn.

3.2. Hiệu quả sử dụng vốn

3.2.1. Tình hình vốn kinh doanh của công ty qua các năm

Khi bắt đầu tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh yếu tố cơ bản đầu tiên cần phải có là đồng vốn ban đầu để kinh doanh, vốn giữ vai trò quan trọng và không thể thiếu trong hoạt động sản xuất.

Việc phân tích tình hình đảm bảo vốn cho hoạt động kinh doanh là việc ta đi xem xét mối quan hệ cân đối giữa tài sản và nguồn hình thành tài sản của doanh nghiệp hay là việc phân tích cân bằng tài chính của doanh nghiệp. Việc sử dụng đồng vốn bỏ ra kinh doanh sao cho có hiệu quả cao nhất luôn là vấn đề đ- ợc quan tâm hàng đầu với bất kì nhà quản lý nào trong doanh nghiệp nói chung.

Bảng 3.2.1: Vốn kinh doanh của công ty qua các năm

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	%
1.Vốn l- u động	9,721,564,648	10,502,720,533	781,155,885	8.04
2.Vốn cố định	18,076,967,042	20,451,907,884	2,374,940,842	13.14
3.Vốn kinh doanh	27,798,531,690	30,954,628,417	3,156,096,727	11.35

Qua bảng trên ta thấy vốn kinh doanh của công ty trong năm 2008 đã được bổ sung thêm 3,156,096,727đ tương ứng với 11.35% so với năm 2007. Lượng vốn kinh doanh tăng do vốn cố định và vốn lưu động đều tăng, vốn cố định tăng 2,374,940,842đ (13.14%) và chiếm tỷ trọng cao trong tổng nguồn vốn kinh doanh của công ty và vốn lưu động tăng 781,155,885đ (8.04%). Lượng vốn cố định của công ty đã được bổ sung trong năm 2008 chủ yếu là do chi phí xây dựng dở dang tăng, nguyên nhân là do trong năm 2008 công ty đầu tư xây dựng khu chăn nuôi chế biến.

Để đánh giá vốn kinh doanh bỏ vào kinh doanh có đem lại hiệu quả không, ta xét một số chỉ tiêu cơ bản sau.

Bảng 3.2.2: Hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh của công ty

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	%
	(1)	(2)	(3)	(2-1)/1(%)
1.Doanh thu thuần	20,552,521,489	25,005,194,700	4,452,673,211	21.66
2.Lợi nhuận sau thuế	9,115,090	155,389,454	146,274,364	1604
3.VKD bình quân	25,907,983,041	29,376,580,054	3,468,597,013	13.39
4.Sức sản xuất VKD	0.79	0.85	0.06	7.3
5.Sức sinh lời VKD	0.00035	0.0039	0.0036	1016.45

Từ bảng trên ta thấy vốn kinh doanh bình quân của công ty năm 2008 tăng so với năm 2007 là 3,468,597,013đ (13.39%), doanh thu thuần năm 2008 tăng so với năm 2007 là 4,452,673,211đ (21.66%) (tốc độ tăng của doanh thu nhanh hơn tốc độ tăng của vốn kinh doanh bình quân) do vậy đã làm sức sản xuất của vốn kinh doanh năm 2008 tăng 0.06đ (7.3%) so với năm 2007 (năm 2007 cứ 1đ vốn kinh doanh bình quân đưa vào sản xuất kinh doanh thì tạo ra 0.97đ doanh thu, năm 2008 là 0.85đ doanh thu). Sức sản xuất của vốn kinh doanh của công ty năm 2008 tăng so với năm 2007 là do:

Doanh thu thuần tăng 4,452,673,211đ (21.66%) dẫn tới sức sản xuất tăng lên:

$$\text{Sức SX của VKD(dt)} = \frac{DT_{2008} - DT_{2007}}{VKDbq_{2007}} = \frac{4,452,673,211}{25,907,983,041} = 0.17đ$$

VKD bình quân tăng lên 3,468,597,013đ (13.39%) dẫn tới sức sản xuất của vốn kinh doanh giảm đi:

$$\begin{aligned} \text{Sức SX của VKD(vkdbq)} &= DT_{2008} \times \left(\frac{1}{\text{VKDbq}_{2008}} - \frac{1}{\text{VKDbq}_{2007}} \right) \\ &= 25,005,194,700 \times \left(\frac{1}{29,376,580,054} - \frac{1}{25,907,983,041} \right) \\ &= -0.11\text{đ} \end{aligned}$$

Tổng hợp các nhân tố ảnh hưởng trên ta có sức sản xuất của vốn kinh doanh năm 2008 tăng so với năm 2007 là:

$$0.17 + (-0.11) = 0.06$$

Doanh thu thuần tăng làm cho sức sản xuất của vốn kinh doanh tăng 0.17đ. Đồng thời vốn kinh doanh bình quân tăng lên đã làm cho sức sản xuất của vốn kinh doanh giảm xuống 0.11đ.

Sức sinh lời của vốn kinh doanh cho biết cứ một đồng vốn kinh doanh bình quân bỏ vào sản xuất kinh doanh thì mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Năm 2007 một đồng vốn kinh doanh bỏ ra thu được 0.0035đ LNST, năm 2008 một đồng vốn kinh doanh bỏ ra thu được 0.0039đ LNST, sức sinh lời vốn kinh doanh năm 2008 tăng 0.0036đ (1,016.45%) so với năm 2007.

Để đánh giá một cách chính xác tình hình sử dụng vốn kinh doanh của công ty, ta sẽ đi sâu đánh giá hiệu quả sử dụng của từng loại vốn cụ thể:

3.2.2. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn cố định

3.2.2.1. Cơ cấu vốn cố định

Vốn cố định là một loại vốn đầu tư vào tài sản dài hạn của doanh nghiệp, nói cách khác là biểu hiện bằng tiền của TS dài hạn. VCD tham gia vào nhiều chu kỳ sản xuất kinh doanh, và được luân chuyển dần dần từng phần trong các chu kỳ sản xuất.

Qua bảng 3.2.3 dưới đây ta thấy cơ cấu vốn cố định của công ty có những thay đổi trong năm 2008, cụ thể:

Bảng 3.2.3: Bảng cơ cấu vốn cố định

ĐVT: Đồng

Loại TSDH	Năm 2007		Năm 2008	
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
1. Các KPT dài hạn	125,909,548	0.7	27,206,551	0.13
2. Tài sản cố định	17,723,425,734	98.04	18,786,783,538	94.85
3. Tài sản dài hạn khác	227,631,760	1.26	1,637,917,795	8.02
4. Tổng TSDH	18,076,967,042	100	20,451,907,884	100

(Nguồn: bảng CĐKT công ty CP đầu t- và XNK súc sản gia cầm HP)

Trong cơ cấu vốn cố định TSCĐ luôn chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng tài sản dài hạn, năm 2007 chiếm 98.04% sang năm 2008 giảm xuống thành 94.85% nh- ng về mặt giá trị thì TSCĐ năm 2008 tăng, nguyên nhân là do TSDH khác tăng. TSCĐ tăng chủ yếu là do chi phí xây dựng cơ bản dở dang tăng vì doanh nghiệp có dang xây dựng một khu nhà x- ởng sản xuất và chế biến. Các khoản phải thu dài hạn giảm cả về giá trị và tỷ trọng, đây là dấu hiệu tốt doanh nghiệp không có các khoản nợ khó đòi, không bị khách hàng chiếm dụng vốn nhiều.

3.2.2.2. Hiệu quả sử dụng vốn cố định

Bảng 3.2.4: Bảng phân tích hiệu quả sử dụng vốn cố định

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch
1. Tổng VCD bình quân	17,483,908,772	19,264,032,463	1,780,123,691
2. Doanh thu thuần	20,552,521,489	25,005,194,700	4,452,673,211
3. Lợi nhuận sau thuế	9,115,090	155,389,454	146,274,364
4. Hiệu suất sử dụng VCD (2/1)	1.18	1.30	0.12
5. Hàm l- ợng VCD	85.06%	77.04%	-8.02%
6. Mức doanh lợi VCD (3/1)	0.00052	0.008	0.0075

Tổng vốn cố định bình quân của công ty CP đầu t- và XNK súc sản gia cầm HP năm 2008 tăng 1,780,123,691đ so với năm 2007 chủ yếu tăng do chi phí xây dựng cơ bản dở dang tăng. Doanh thu thuần tăng 4,452,673,211đ làm cho lợi nhuận sau thuế tăng 146,274,364đ. Hiệu suất sử dụng vốn cố định năm 2007 là 118% nghĩa là cứ 1đ vốn cố định bình quân đ- a vào sản xuất kinh doanh mang lại 1.18đ

doanh thu, sang năm 2008 chỉ tiêu này là 130% tăng 12% so với năm 2007. Hiệu suất sử dụng vốn cố định tăng cũng có nghĩa hàm lượng vốn cố định trong một đồng doanh thu giảm, năm 2008 đã giảm 8% so với năm 2007. Mức doanh lợi của vốn cố định năm 2006 là 0.052% nghĩa là có 100đ VNĐ đưa vào sản xuất kinh doanh tạo ra 0.052đ LNST, ngược tới năm 2008 chỉ tiêu này là 0.8% nghĩa là có 100đ VNĐ đưa vào sản xuất kinh doanh tạo ra 0.8đ tăng 1,438% so với năm 2007.

Qua kết quả phân tích trên ta thấy việc sử dụng vốn cố định của công ty trong năm 2008 so với năm 2007 đã có sự cải tiến đi lên. Đây là dấu hiệu tốt trong việc khai thác sử dụng tài sản cố định của công ty ngày càng hiệu quả, công ty cần phát huy trong thời gian tới.

3.2.3. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn l- u động

3.2.3.1. Cơ cấu vốn l- u động

Vốn l- u động là biểu hiện bằng tiền của TSNH như: nguyên vật liệu, nhiên vật liệu,...nó chỉ tham gia vào một chu kỳ sản xuất kinh doanh mà không giữ nguyên hình thái vật chất ban đầu, giá trị của nó được chuyển dịch toàn bộ một lần vào giá trị sản phẩm.

Bảng 3.2.5 : Cơ cấu vốn l- u động

ĐVT: Đồng

Tài sản ngắn hạn	Năm 2007		Năm 2008	
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
1.Tiền	315,782,482	3.25	1,643,300,436	15.65
2.Các khoản phải thu	1,310,966,642	13.48	2,488,706,370	23.69
3.Hàng tồn kho	7,853,889,159	80.79	5,060,843,242	48.19
4.TSLĐ khác	240,926,365	2.48	1,309,870,485	12.47
5.Tổng TSNH	9,721,564,648	100.00	10,502,720,533	100.00

Nhìn vào bảng cơ cấu vốn l- u động của công ty trong hai năm 2007 và 2008 đã có những thay đổi. Cụ thể lượng tiền năm 2007 chiếm 3.25% trong tổng tài sản thì sang năm 2008 chiếm 15.65%, tiền tăng là do hàng tồn kho trong năm 2008 giảm so với năm 2007, năm 2007 hàng tồn kho năm 2007 chiếm phần lớn là 80.79% trong tổng tài sản thì sang năm 2008 chỉ chiếm 48.19% đây là hoạt động tích cực của công ty, cần phát huy trong năm tới. Các khoản phải thu năm 2007

chiếm 13.48% trong tổng tài sản thì sang năm 2008 chiếm 23.69% do các khoản phải thu khách hàng tăng, giải phóng một lượng lớn hàng tồn kho làm tăng tiền mặt trong doanh nghiệp và các khoản phải thu. Tài sản ngắn hạn khác cũng tăng chủ yếu là do chi phí trả trước ngắn hạn tăng.

3.2.3.2. Hiệu quả sử dụng vốn l- u động

Bảng 3.2.6: Phân tích hiệu quả sử dụng vốn l- u động

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch
1.Tổng VLĐ bình quân	8,424,074,270	10,112,142,591	1,688,068,321
2.Doanh thu thuần	20,552,521,489	25,005,194,700	4,452,673,211
3.Lợi nhuận sau thuế	9,115,090	155,389,454	146,274,364
4.Số vòng quay VLĐ (2/1)	2.44	2.47	0.03
5.Số ngày một vòng luân chuyển	147.54	145.75	-1.79
6.Hệ số bảo đảm VLĐ(1/2)	0.41	0.40	-0.01
7Mức doanh lợi VLĐ (3/1)	0.001	0.015	0.014

Nhìn vào kết quả phân tích cho thấy tình hình sử dụng vốn l- u động của công ty trong hai năm vừa qua. Tổng VLĐ bình quân năm 2008 tăng 1,688,068,321đ so với năm 2007. Trong khi đó doanh thu thuần tăng 4,452,673,211đ nh- ng số vòng quay VLĐ tăng có 0.03 vòng, hiệu quả sử dụng vốn l- u động năm 2008 tốt hơn năm 2007 nh- ng đều không cao. Số ngày một vòng luân chuyển giảm 1.79 ngày, nh- vậy doanh nghiệp cần 5 tháng để quay vòng VLĐ một lần. Năm 2007 để tạo ra 1đ doanh thu cần bỏ ra 0.41đ VLĐ thì sang năm 2008 là 0.40đ VLĐ. Tuy nhiên mức doanh lợi của vốn l- u động trong năm 2008 tăng so với năm 2007 là 0.014đ cho thấy việc khai thác sử dụng vốn l- u động trong năm 2008 hiệu quả hơn so với năm 2007. Nh- vậy, để nâng cao hiệu quả của đồng vốn l- u động bỏ ra kinh doanh trong thời gian sắp tới của công ty CP đầu t- và XNK súc sản gia cầm HP cần có biện pháp điều chỉnh hợp lý làm tăng hiệu quả sử dụng vốn l- u động hơn nữa.

3.3. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

Bất cứ tổ chức nào cũng đ- ợc tạo thành bởi các thành viên là con ng- ời hay nguồn nhân lực của nó, nhân lực đ- ợc hiểu là nguồn lực của mỗi ng- ời mà nguồn

lực này bao gồm có thể lực và trí lực. Nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng bậc nhất trong mỗi doanh nghiệp, doanh nghiệp đó có tồn tại đ-ợc hay không phụ thuộc rất lớn vào ng-ời lao động trong doanh nghiệp. Một công ty làm ăn có hiệu quả hay không là do họ sử dụng nguồn nhân lực đó nh- thế nào để phát huy hết năng lực tiềm ẩn trong họ. Bởi đội ngũ cán bộ, công nhân viên trong doanh nghiệp chính là đội ngũ sẽ thực hiện các quyết định của nhà quản lý, vận hành các máy móc thiết bị để trực tiếp tạo ra sản phẩm. Lực l-ợng lao động của doanh nghiệp tác động trực tiếp tới việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

3.3.1. Chất l-ợng lao động

Thực tế để nâng cao hiệu quả kinh doanh mỗi doanh nghiệp cần th-ờng xuyên đánh giá chất l-ợng lao động của chính bản thân của doanh nghiệp từ đó tiếp tục phát huy đ-ợc khả năng tiềm tàng cũng nh- có những biện pháp khắc phục mặt kém chất l-ợng của ng-ời lao động.

Do đặc thù là công ty vừa sản xuất vừa chế biến do đó l-ợng công nhân trực tiếp tham gia sản xuất chiếm số l-ợng lớn. Công ty có sắp xếp, đào tạo bồi d-ỡng đội ngũ cán bộ nên đã đáp ứng đ-ợc yêu cầu nhiệm vụ mới, đảm bảo cho sự thành công trong kinh doanh của công ty.

Đến ngày 31/12/2007 toàn công ty có 75 lao động, tới cuối năm 2008 số lao động của doanh nghiệp là 79 lao động, lao động trong doanh nghiệp không có biến động lớn trong năm qua do công ty năm qua không mở rộng sản xuất kinh doanh, công ty chỉ tuyển thêm ở một số vị trí còn trống. Bên cạnh đó, **do** cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị tr-ờng nên các công ty muốn tồn tại và phát triển buộc phải cải tổ tổ chức của mình theo h-ớng tinh giản, gọn nhẹ năng động trong đó yếu tố con ng-ời mang tính quyết định.

Công ty CP đầu t- và XNK súc sản gia cầm HP có đội ngũ cán bộ quản lý đ-ợc đào tạo chính quy, cơ bản, nhanh nhạy trong cơ chế thị tr-ờng, là nòng cốt để phát triển công ty sau này. Đội ngũ công nhân lao động lành nghề trong thao tác nghiệp vụ, có tinh thần trách nhiệm cao với công việc và đảm nhận đ-ợc các chức danh cụ thể trong dây chuyền sản xuất kinh doanh của công ty.

3.3.2. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

Bảng 3.3.2: phân tích hiệu quả sử dụng lao động

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	%
1. Tổng sản lượng	249,122	296,472	47,350	19
2. Doanh thu thuần	20,552,521,489	25,005,194,700	4,452,673,211	21.66
3. Lợi nhuận sau thuế	9,115,090	155,389,454	146,274,364	1604
4. Số lao động	75	79	4	5.3
5. Năng suất LĐ(1/4)	3,321.49	3,752.81	431.32	12.98
6. Hiệu suất LĐ (2/4)	274,033,619	316,521,452	42,487,833	15.5
7. Mức sinh lợi của 1LĐ(3/4)	121,535	1,966,955	1,845,420	1518
8. Thu nhập bình quân	2,300,000	2,700,000	400,000	19.04

Trong thời gian gần đây năng suất lao động của công ty nâng cao vì một số lý do sau:

Tăng thêm đội ngũ công nhân kỹ thuật có tay nghề cao, đảm bảo sử dụng hiệu quả các trang thiết bị hiện đại đưa vào khai thác.

Giảm lực lượng lao động không hiệu quả

Đầu tư hợp lý cho đào tạo, sử dụng đúng người đúng việc.

Doanh nghiệp đáp ứng mức lương cho người lao động, thu nhập bình quân cho công nhân viên năm 2008 tăng lên 19.04% so với năm 2007, đạt mức 2,700,000đ.

Năng suất lao động của doanh nghiệp năm 2008 tăng so với năm 2007 là 12.98%, hiệu suất lao động tăng 15.15%, đặc biệt sức sinh lời của một lao động năm 2008 tăng rất lớn so với năm 2007 là 1,518%. Như vậy thu nhập của người lao động cũng tăng phù hợp với lợi nhuận sau thuế tăng, một nguyên nhân khác khiến thu nhập của người lao động tăng là công ty thực hiện chính sách tăng lương nhằm trợ giá trong năm 2008 vừa qua và công ty thực hiện hình thức trả lương dựa trên doanh thu, khối lượng sản phẩm sản xuất ra.

Trong thời gian tới doanh nghiệp cần phải chú ý để nâng cao tác dụng của tiền lương (ví dụ như: nghiệm thu kết quả công việc cụ thể, tránh chạy theo thu

nhập làm bù làm ầu...), để khai thác hết thời gian lao động và tiềm năng của người lao động.

3.4. Phân tích khả năng thanh toán

Phân tích khả năng thanh toán giúp cho các nhà quản lý doanh nghiệp có được cái nhìn tổng quan về năng lực tài chính của bản thân doanh nghiệp ở thời điểm hiện tại cũng như trong tương lai.

Bảng 3.4: phân tích các hệ số về khả năng thanh toán

DVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
			Tuyệt đối	%
1.Tổng tài sản	27,798,531,690	30,954,628,417	3,156,096,727	11.35
2.Tổng nợ phải trả	21,757,231,690	22,129,018,963	371,787,273	1.71
3.Tài sản ngắn hạn	9,721,564,648	10,502,720,533	781,155,885	8.03
4.Tổng nợ ngắn hạn	10,000,322,493	10,767,295,498	766,973,005	7.67
5.Hàng tồn kho	7,853,889,159	5,060,843,242	-2,793,045,917	-35.56
6.LN sau thuế	9,115,090	155,389,454	146,274,364	1604
7.Hệ số TT tổng quát(1/2)	1.28	1.4	0.12	9.4
8.Hệ số thanh toán NNH (3/4)	0.97	0.98	0.01	0.03
9.Hệ số TT nhanh{(3-5)/4}	0.18	0.51	0.33	183.3

Nhìn vào bảng trên cho ta cái nhìn sơ bộ về tình hình tài chính của công ty CP đầu tư và XNK sản phẩm gia cầm HP trong 2 năm 2007 – 2008.

Hệ số khả năng thanh toán tổng quát của doanh nghiệp năm 2007 và năm 2008 đều lớn hơn 1, chứng tỏ các khoản vốn huy động từ bên ngoài đều có TS đảm bảo (năm 2007 doanh nghiệp cứ đi vay 1đ thì có 1,28đ tài sản đảm bảo, năm 2008 là có 1,4đ tài sản đảm bảo. Hệ số khả năng thanh toán tổng quát năm 2008 tăng hơn so với năm 2007 do tốc độ tăng của tài sản lớn hơn tốc độ tăng của tổng nợ. Công ty đã huy động vốn ở bên ngoài là 371,787,273đ trong khi đó tài sản tăng 3,156,096,727đ.

Hệ số khả năng thanh toán nợ ngắn hạn: thể hiện mức độ đảm bảo của TSLĐ với nợ ngắn hạn. Hệ số này lý tưởng nhất là bằng 1, ngược theo kết quả của bảng

trên năm 2007 là 0,97 và năm 2008 là 0,98 có nghĩa là cứ 1đ nợ ngắn hạn đ-ợc đảm bảo bằng 0,97đ tài sản ngắn hạn năm 2007 và 0,98đ TSNH năm 2008, hệ số này của công ty t-ơng đối hợp lý, chứng tỏ doanh nghiệp đã sử dụng tài sản một cách hiệu quả, phù hợp với doanh nghiệp vừa sản xuất vừa chế biến.

Hệ số khả năng thanh toán nhanh là th-ớc đo khả năng trả nợ ngay các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp trong khoảng 1 thời gian ngắn. Hệ số này năm 2007 là 0,18 và năm 2008 là 0,51 có nghĩa là cứ một đồng nợ ngắn hạn đ-ợc đảm bảo bằng 0.18đ tài sản có thể chuyển đổi nhanh thành tiền năm 2007, và 0.51đ năm 2008. Năm 2008 tăng so với năm 2007 là 183.33%, nh- ng hệ số này cả hai năm đều nhỏ do đó công ty sẽ gặp khó khăn trong việc thanh toán công nợ. Báo hiệu công ty sẽ gặp khó khăn về tài chính, nh- ng công ty sẽ không gặp khó khăn về tài chính nếu giải phóng hàng tồn kho.

3.5. Các hệ số về cơ cấu tài chính và tình hình đầu t-

Theo nghĩa hẹp cấu trúc tài chính phản ánh cơ cấu tài sản và cơ cấu nguồn vốn tài trợ tài sản (nguồn vốn) của doanh nghiệp. Tuy nhiên, cấu trúc tài chính xem xét theo khía cạnh này ch- a phản ánh đ-ợc mối quan hệ giữa tình hình huy động vốn với tình hình sử dụng vốn của doanh nghiệp, do đó cấu trúc tài chính th-ờng đ-ợc các nhà quản lý xem xét theo nghĩa rộng, tức là xem xét cả cơ cấu tài sản, cơ cấu nguồn vốn và mối quan hệ tài sản – nguồn vốn. Bởi vì, cơ cấu tài sản phản ánh tình hình sử dụng vốn, cơ cấu nguồn vốn phản ánh tình hình huy động vốn, còn mối quan hệ giữa tài sản và nguồn vốn phản ánh chính sách sử dụng vốn của doanh nghiệp.

Để phân tích khái quát tình hình huy động vốn và sử dụng vốn ta tiến hành phân tích cơ cấu nguồn vốn, cơ cấu tài sản và tình hình đầu t- của doanh nghiệp qua bảng 3.5 sau:

Bảng 3.5: phân tích các chỉ số về cơ cấu tài chính và tình hình đầu t-

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
			Tuyệt đối	%
1.Tổng nguồn vốn	27,798,531,690	30,954,628,417	3,156,096,727	11.35
2.Nguồn VCSH	6,041,300,000	8,825,609,454	2,784,309,454	46.09
3.Nợ phải trả	21,757,231,690	22,129,018,963	371,787,273	1.71
4.Tài sản CĐ và ĐTDH	18,076,967,042	20,451,907,884	2,374,940,842	13.14
5.Tổng tài sản	27,798,531,690	30,954,628,417	3,156,096,727	11.35
6.Hệ số nợ(3/1)	0.78	0.71	-0.07	-8.97
7.Hệ số vốn CSH(2/1)	0.23	0.29	0.06	-26.7
8.Tỷ suất đầu t- vào TSDH(4/5)	0.65	0.66	0.01	1.54
9.Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ(2/4)	0.33	0.43	0.1	30.3

Hệ số nợ: cho biết 1 đồng vốn kinh doanh có mấy đồng hình thành từ vay nợ từ bên ngoài. Từ bảng trên ta thấy năm 2008 giảm so với năm 2007 là 0.07 tương ứng là 8.97%, cho ta thấy năm 2007 cứ 100đ vốn công ty sử dụng thì có 78đ đi vay và 2008 là 71đ đi vay. Hệ số này giảm do tổng nguồn vốn năm 2008 tăng 3,156,096,727đ tương ứng với 11.35 % trong khi đó nợ phải trả tăng 371,787,273đ tương ứng với 1.71% so với năm 2007. Đây là một chỉ số cao doanh nghiệp có lợi được sử dụng phần lớn tài sản mà chỉ cần đầu tư một lượng nhỏ, nhưng điều đó cũng có thể gây bị động trong quá trình trả nợ của doanh nghiệp.

Hệ số nợ giảm làm cho tỷ suất tự tài trợ tăng. Đây là hệ số đảm bảo cho các món nợ vay được trả đúng hạn. Năm 2007 cứ 100đ vốn được sử dụng thì có 23đ vốn chủ sở hữu, năm 2008 là 29đ. Hệ số này rất thấp vì thế doanh nghiệp sẽ khó khăn nếu muốn vay thêm vốn.

Tỷ suất đầu tư vào TSDH năm 2007 là 65% và năm 2008 là 66%, cho thấy việc đầu tư thêm TS của công ty trong năm 2008 là không nhiều, phản ánh trong năm 2007 công ty sử dụng 65% vốn kinh doanh đầu tư vào TSCĐ, và 35% vào TSLĐ, năm 2008 là 66% vào TSCĐ và 34% vào TSLĐ, với tỉ trọng trên cho thấy công ty trú trọng vào tình hình trang bị cơ sở vật chất kỹ thuật tạo tiền đề cho việc tăng năng lực sản xuất.

Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ: năm 2007 là 33%, năm 2008 là 43% chứng tỏ năm 2007 cứ 1đ vốn cố định và đầu t- dài hạn đ- ợc đảm bảo bởi 0.33đ vốn chủ sở hữu, năm 2008 là 0.43đ VCSH. Tỷ suất này t- ong đối nhỏ, phần lớn tài sản cố định và đầu t- dài hạn của công ty đ- ợc đầu t- bởi vốn vay, chứng tỏ khả năng tài chính của công ty yếu. Mặc dù tỷ suất này có tăng trong năm 2008 do tăng VCSH nh- ng vẫn còn rất nhỏ.

3.6. Phân tích chỉ số hoạt động

Bảng 3.6: phân tích chỉ số hoạt động

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
			Tuyệt đối	%
1.Giá vốn hàng bán	17,701,850,619	23,221,271,609	5,519,420,990	31.18
2.Doanh thu thuần	20,552,521,489	25,005,194,700	4,452,673,211	21.66
3.Hàng tồn kho bình quân	6,168,842,228	6,457,366,201	288,523,973	4.67
4.Số d- BQ các KPT	907,795,922	1,899,836,506	992,040,585	109.2
5.VLĐ bình quân	8,424,074,270	10,112,142,591	1,688,068,321	20
6.Vốn kinh doanh BQ	25,907,983,041	29,376,580,054	3,468,597,013	13.39
7.Số ngày kỳ KD	360	360		
8.Số VQ HTK(vòng)(1/3)	2.87	3.60	0.73	25.32
9.Số ngày 1VQ HTK(ngày)	125.45	100.44	-25.35	-20.20
10. VQ các KPT(vòng)(2/4)	22.64	13.16	-9.48	-41.86
11.Kì thu tiền BQ(ngày)(7/10)	15.9	27.36	1.72	70.81
12.VQ VLĐ(vòng)(2/5)	2.44	2.47	0.03	1.23
13.Số ngày 1VQ VLĐ(ngày)	147.54	145.75	-1.79	-1.21
14.VQ toàn bộ vốn(vòng)(2/6)	0.79	0.85	0.06	7.6

Vòng quay hàng tồn kho: theo tính toán trên vòng quay hàng tồn kho năm 2008 là 3.6 vòng, năm 2007 là 2.87 vòng phản ánh trong kỳ công ty bình quân có 2.87 lần xuất hoặc nhập kho năm 2007 và 3.6 lần xuất hoặc nhập năm 2008. mặc dù vòng quay hàng tồn kho có tăng trong năm 2008 là khoảng 0.73 vòng(25.32%) nh- ng vẫn còn rất thấp, việc kinh doanh của công ty không mấy hiệu quả, hàng tồn kho có nguy cơ trở thành hàng hóa ứ đọng, tăng tiền cho khâu dự trữ hàng hóa, chu kỳ chuyển đổi hàng hóa dự trữ thành tiền mặt cao.

Số ngày một vòng quay hàng tồn kho: phản ánh số thời gian cần thiết để hàng tồn kho quay đ-ợc một vòng. Năm 2007 là 125.45 (ngày) năm 2008 là 100.44 (ngày) có nghĩa là trung bình 126 ngày công ty xuất hàng một lần năm 2007 và 101 ngày năm 2008. Số ngày cần thiết để quay vòng hàng tồn kho kéo dài gần 3 tháng là quá lâu.

Vòng quay các khoản phải thu: phản ánh tốc độ chuyển đổi các khoản phải thu thành tiền mặt của doanh nghiệp. Năm 2007 là 22.64(vòng) năm 2008 là 13.16(vòng), phản ánh trong kỳ doanh nghiệp có 22,64 lần năm 2007 và 13,16 lần năm 2008 thu đ-ợc các khoản nợ của khách hàng, giảm 9.48 lần (t-ơng đ-ơng 41,86%) trong năm 2008 do trong năm 2008 các khoản phải thu của doanh nghiệp tăng.

Kỳ thu tiền bình quân: phản ánh số ngày cần thiết để thu hồi các khoản phải thu. Năm 2007 là 16 ngày, năm 2008 là 28 ngày, doanh nghiệp cần có biện pháp đẩy nhanh tốc độ thu tiền đối với các khoản phải thu của khách hàng.

Vòng quay vốn l- u động: năm 2007 số vòng quay VLD là 2.44(vòng) năm 2008 là 2.47 (vòng). Tức là các đầu t- bình quân 2 đồng vào VLD trong kỳ sẽ tạo ra 2,44đ doanh thu thuần năm 2007 và 2.47đ doanh thu thuần năm 2008, từ tính toán trên cho ta thấy hiệu quả sử dụng VLD không cao.

Số ngày 1VQ VLD: theo tính toán thì bình quân 147.54 ngày năm 2007 và 145.75 ngày năm 2008 vốn l- u động quay đ-ợc một vòng. Doanh nghiệp có rút ngắn đ-ợc chu kỳ kinh doanh nh- ng không đáng kể, doanh nghiệp cần gần 6 tháng quay vòng vốn một lần, doanh nghiệp cần có biện pháp tăng hiệu quả sử dụng VLD.

Vòng quay toàn bộ vốn: phản ánh vốn của doanh nghiệp trong kỳ quay đ-ợc bao nhiêu vòng. Công ty năm 2007 vòng quay toàn bộ vốn tính đ-ợc 0.79 (vòng) năm 2007 và 0.85 (vòng) năm 2008, phản ánh trung bình 1đ vốn bỏ vào kinh doanh trong năm 2007 thu đ-ợc 0.97đ doanh thu thuần và năm 2008 là 0.95đ doanh thu thuần, doanh nghiệp sử dụng vốn kinh doanh không hiệu quả, doanh thu tạo ra từ tài sản của doanh nghiệp không cao, doanh nghiệp cần có biện pháp khắc phục, nâng cao hiệu quả sử dụng tài sản.

3.7. Phân tích chỉ số sinh lời

Để biết được một đơn vị yếu tố đầu vào hay một đơn vị đầu ra phản ánh kết quả sản xuất kinh doanh đem lại mấy đơn vị lợi nhuận ta phải tính toán các chỉ số khả năng sinh lợi của doanh nghiệp. Trị số của chỉ tiêu khả năng sinh lời càng cao, kéo theo hiệu quả kinh doanh càng cao. Ngược lại, trị số của chỉ tiêu này càng nhỏ chứng tỏ khả năng sinh lợi thấp, dẫn đến hiệu quả kinh doanh không cao.

Bảng 3.7: phân tích các chỉ số sinh lời

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
			Tuyệt đối	%
1. Doanh thu thuần	20,552,521,489	25,005,194,700	4,452,673,211	21.66
2. Vốn kinh doanh BQ	25,907,983,041	29,376,580,054	3,468,597,013	13.39
3. Vốn chủ sở hữu BQ	4,370,524,300	7,433,454,727	3,062,930,428	70,08
4. Lợi nhuận sau thuế	9,115,090	155,389,454	146,274,364	1604.7
5. Tỷ suất LNST trên DT(4/1)	0.00044	0.0062	0.0058	1301.1
6. Tỷ suất LNST trên tổng vốn	0.00035	0.0053	0.0049	1403.4
7. Tỷ suất LNST trên VCSH(4/3)	0.0021	0.021	0.0188	902.3

Qua bảng tính toán tình hình kinh doanh năm 2008 mang lại hiệu quả cao hơn năm 2007 mặc dù hiệu quả ch- a cao:

Tỷ suất LNST trên DT: trong năm 2007 cứ 100đ doanh thu có 0.044đ LNST, năm 2008 là 0.62đ LNST, năm 2008 tăng 1301.1%. Đây là số tăng rất cao mà doanh nghiệp đã đạt được do việc giảm các khoản chi phí.

Tỷ suất LNST trên tổng vốn: phản ánh cứ 100đ vốn bỏ vào sản xuất kinh doanh mang lại 0.035đ LNST năm 2007, 0.53đ LNST năm 2008. Doanh nghiệp có thể đạt được sự chênh lệch tăng cao như vậy trong năm 2008 là do: doanh nghiệp sử dụng bình quân 1đ vốn kinh doanh tạo ra 0.85đ doanh thu, và trong 1đ doanh thu có 0.0062đ LNST.

Tỷ suất LNST trên VCSH: phản ánh LN mang lại cho các chủ sở hữu doanh nghiệp đó là bao nhiêu. Thấy rằng cứ 100đ vốn chủ sở hữu bỏ vào sản xuất kinh doanh mang lại 0.21đ LNST năm 2007, 2.1đ LNST năm 2008, có được sự chênh lệch tăng cao như vậy trong năm 2008 là do: trong một đồng vốn kinh doanh bình quân có 0.71đ hình thành từ vay nợ, sử dụng bình quân một đồng vốn kinh doanh

tạo ra 0.85đ doanh thu, và trong một đồng doanh thu có 0.0062đ LNST. Doanh lợi VCSH lớn hơn doanh lợi tổng vốn điều này cho thấy việc sử dụng VCSH của công ty có hiệu quả.

3.8. Phân tích hiệu quả kinh doanh tổng hợp

Bảng 3.8: phân tích hiệu quả kinh doanh tổng hợp

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	So sánh	
			(+/-)	(%)
I. Khả năng thanh toán				
1. Hệ số thanh toán tổng quát	1.28	1.4	0.12	9.4
2. Hệ số thanh NNH	0.97	0.98	0.01	0.03
3. Hệ số thanh toán nhanh	0.18	0.51	0.33	183.33
II. Cơ cấu tài sản và nguồn vốn				
4. Hệ số nợ	0.78	0.71	-0.07	-8.97
5. Hệ số VCSH	0.23	0.29	-0.06	-26.7
6. Tỷ suất đầu t- vào TSDH	0.65	0.66	0.01	1.54
7. Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ	0.33	0.43	0.1	30.3
III. Chỉ số hoạt động				
8. Số vòng quay hàng tồn kho(vòng)	2.87	3.60	0.73	25.32
9. Số ngày một vòng quay HTK(ngày)	125.45	100.44	-25.35	-20.20
10. Vòng quay các KPT(vòng)	22.64	13.16	-9.48	-41.86
11. Kỳ thu tiền BQ(ngày)	15.9	27.36	1.72	70.81
12.Số vòng quay VLĐ(vòng)	2.44	2.47	0.03	1.23
13.Số ngày 1vòng quay VLĐ(ngày)	147.54	145.75	-1.79	-1.21
14.Vòng quay toàn bộ vốn(vòng)	0.79	0.85	0.06	7.6
IV. Chỉ tiêu sinh lời				
15. Tỷ suất LNST trên DT	0.00044	0.0062	0.0058	1301.1
16. Tỷ suất LNST trên tổng vốn	0.00035	0.0053	0.0049	1403.4
17. Tỷ suất LNST trên VCSH	0.0021	0.021	0.0188	902.3

Về khả năng thanh toán so với năm 2007 có sự chênh lệch không đáng kể, các hệ số thanh toán đều tăng, riêng hệ số thanh toán nhanh tăng 183.33% nhưng vẫn còn thấp. Công ty dần vững vàng về khả năng thanh toán.

Về cơ cấu tài sản và nguồn vốn: hệ số nợ còn cao, hệ số VCSH tăng so với năm 2007, nh- ng vẫn còn thấp. Qua đó có thể thấy nếu doanh nghiệp có nhu cầu về vốn sẽ khó khăn trong việc huy động từ bên ngoài bằng con đ- ờng vay nợ.

Về các chỉ số sinh lời: năm 2008 so với năm 2007 đều tăng chênh lệch t- ơng đối rất cao. Chứng tỏ trong năm 2008 doanh nghiệp có những hoạt động t- ơng đối hiệu quả, đặc biệt là vấn đề giảm chi phí làm tăng lợi nhuận của doanh nghiệp, mặc dù vẫn còn thấp nh- ng doanh nghiệp cần phát huy tốc độ tăng tr- ờng này.

3.9. Đánh giá chung về thực trạng kinh doanh của công ty CP đầu t- và XNK súc sản gia cầm Hải Phòng

3.9.1. Những kết quả đạt đ- ợc của công ty

Từ các kết quả mà công ty CP đầu t- và XNK súc sản gia cầm HP đạt đ- ợc trong năm qua, nhìn chung hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty đã thu đ- ợc kết quả cao hơn các năm tr- ớc. Điều này thể hiện qua các chỉ tiêu nh- : tổng doanh thu, lợi nhuận trước thuế, lợi nhuận sau thuế,..., trên báo cáo kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Doanh thu và lợi nhuận sau thuế tăng so với các năm tr- ớc.

Doanh nghiệp luôn cố gắng sản xuất v- ợt mức chỉ tiêu đề ra, tạo niềm tin cho khách hàng bằng các sản phẩm uy tín, chất l- ợng.

Công tác thị tr- ờng đ- ợc đặt lên hàng đầu, tìm hiểu rõ nhu cầu trong n- ớc và n- ớc ngoài để chủ động sản xuất kinh doanh, luôn chú trọng tìm kiếm bạn hàng mới.

Công ty luôn quan tâm, chú trọng bồi d- ỡng đào tạo, không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn của cán bộ công nhân viên.

Tình hình tài chính, khả năng thanh toán của công ty đ- ợc nâng cao .

Công ty có một chế độ trả l- ợng khen th- ờng, kỷ luật hợp lý với ng- ời công nhân, đã khuyến khích ng- ời lao động tham gia vào sản xuất kinh doanh làm tăng năng suất lao động.

3.9.2. Những hạn chế của công ty

Bên cạnh những kết quả đạt đ- ợc, vẫn còn một số hạn chế mà công ty cần khắc phục:

Tính đa dạng hóa loại hình sản phẩm ch- a cao.

Các khoản phải thu của công ty còn nhiều và có xu hướng tăng dần qua các năm điều đó chứng tỏ công ty đang bị khách hàng chiếm dụng vốn lớn.

Bộ máy quản lý chưa tiếp cận được nhiều với thị trường, trình độ năng lực còn hạn chế (số lượng cán bộ công nhân viên có trình độ đại học và trên đại học, cao đẳng không nhiều)

Công tác marketing chưa tốt, không thu hút được khách hàng, đặc biệt là khâu xúc tiến bán hàng còn kém.

Công tác vận hành sản xuất thiếu chặt chẽ, đồng bộ gây lãng phí, tăng giá thành sản phẩm.

Mặc dù các chỉ số tài chính, khả năng thanh toán tăng so với các năm trước nhưng vẫn ở mức thấp.

**PHẦN 4: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT
KINH DOANH TẠI CÔNG TY CP ĐẦU TƯ VÀ XNK SÚC SẢN GIA CẦM
HẢI PHÒNG**

4.1. Mục tiêu và ph- ong h- óng phát triển công ty trong thời gian tới

Trong điều kiện nền kinh tế thị tr- ờng hiện nay, sự cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt khốc liệt, các doanh nghiệp muốn tồn tại chỉ có một con đ- ờng duy nhất là không ngừng phát triển, không ngừng đi lên. Luôn luôn đặt ra cho mình những mục tiêu để phấn đấu trong t- ơng lai. Đó chính là những động lực để doanh nghiệp v- ợt qua mọi khó khăn thách thức.

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là mong muốn và là mục tiêu cơ bản của công ty. Bên cạnh đó sẽ góp phần cho nền kinh tế đất n- ớc nói chung và thành phố Hải Phòng vững vàng ngày càng phát triển.

Qua quá trình phân tích ở trên ta thấy trong những năm qua hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty đã có hiệu quả tuy ch- a cao, góp phần cải thiện đời sống và tạo công ăn việc làm cho cán bộ công nhân viên. Hiện nay, cùng với việc ổn định sản xuất kinh doanh và giữ vững đ- ợc khách hàng truyền thống, công ty đã mở rộng thị tr- ờng ra các tỉnh miền trung và nam. Vì vậy chiến l- ợc phát triển kinh doanh của công ty CP đầu t- và XNK súc sản gia cầm HP trong những năm tới đó là:

- Mở rộng thị tr- ờng trong n- ớc, mở rộng quy mô doanh nghiệp.
- Nâng cao chất l- ợng, hạ giá thành sản phẩm.
- Tăng c- ờng công tác marketing, mở rộng thị tr- ờng tiêu thụ ra miền trung, nam, xúc tiến bán hàng qua quảng cáo và tuyên truyền.
- Phấn đấu nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tạo nguồn lực hỗ trợ đầu t- phát triển làm cơ sở huy động và tiếp nhận các nguồn lực khác nhau cho đầu t- thông qua thực hiện triệt để tiết kiệm chi phí nguyên nhiên vật liệu, nâng cao năng suất lao động...
- Ngày càng hoàn thiện, tổ chức lại sản xuất, sắp xếp lại lao động hợp lý, bố trí sàng lọc và bổ xung bộ máy lãnh đạo và cán bộ chủ chốt theo h- óng đề bạt

những người - u tú và bổ xung nhân tố mới từ bên ngoài. Tổ chức bộ máy và đổi mới cơ chế điều hành.

Dựa trên tiền đề lý luận về hiệu quả kinh doanh và tình hình thực trạng kinh doanh và mục tiêu trong thời gian tới của công ty CP đầu tư và XNK sản phẩm gia cầm HP tôi xin đề ra một số biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của đơn vị.

4.2. Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại công ty CP đầu tư và XNK sản phẩm gia cầm Hải Phòng

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trong xu thế hội nhập kinh tế thế giới, trong sự cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp, giai đoạn này nền kinh tế Việt Nam đang phải đối mặt với hàng loạt các vấn đề như: giá cả leo thang, lạm phát, khủng hoảng kinh tế, sự suy thoái, thiên tai, dịch bệnh...

Vì thế, để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh doanh nghiệp cần có hệ thống biện pháp đồng bộ, toàn diện, những biện pháp có tính chất giải quyết tốt các nhân tố về nhu cầu, đồng thời phải thực hiện chế độ tiết kiệm từ bên trong, cập nhật liên tục những biến động của thị trường.

4.2.1. Thực hiện tỷ lệ chiết khấu hợp lý

4.2.1.1. Cơ sở của biện pháp

Để hoạt động kinh doanh được hoạt động liên tục, thì doanh nghiệp ngoài nguồn vốn chủ sở hữu ra thì việc phải huy động vốn từ nhiều nguồn khác nhau sao cho đáp ứng đủ vốn trong vòng luân chuyển trong hoạt động kinh doanh hàng ngày. Trong đó yếu tố thu hồi được các khoản phải thu từ khách hàng và các đối tượng khác cũng là nhân tố giúp cho hoạt động kinh doanh hiệu quả hơn. Bởi khi đó dòng vốn của công ty được quay vòng trôi chảy và ít phải thuộc bởi yếu tố lãi suất từ các nguồn vốn vay.

Các khoản phải thu tại công ty CP đầu tư và XNK sản phẩm gia cầm HP tương đối lớn, việc này ảnh hưởng tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Năm 2008 các khoản phải thu của công ty là 2,488,706,370đ chiếm 23.69% trong tổng vốn lưu động của công ty, tăng so với năm 2007 là 10.21%. Để đáp ứng nhu cầu vốn lưu động cho hoạt động kinh doanh công ty đã phải vay nợ ngân hàng.

Vì vậy, công ty cần áp dụng chính sách hợp lý để thu hồi đ- ợc các khoản phải thu của khách hàng.

Kết hợp với hình thức chiết khấu bán hàng nhằm tăng khối l- ợng hàng hóa bán ra, tăng doanh thu. Trong năm 2008 vừa qua doanh thu của công ty đã tăng 21.66% so với năm tr- ớc nh- ng so với thực trạng công ty hiện nay công ty có thể tăng năng suất, tăng sản l- ợng sản xuất ra, bên cạnh đó l- ợng hàng tồn mặc dù có giảm 35% so với năm 2007 nh- ng vẫn ở mức cao (5,060,843,242đ), do đó công ty cần có các hình thức thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm, một trong những hình thức đó là thực hiện chiết khấu bán hàng hợp lý.

4.2.1.2. Mục tiêu giải pháp

- Đáp ứng nhu cầu vốn l- u động th- ờng xuyên.
- Giảm vay vốn ngắn hạn.
- Tăng khả năng thanh toán, lành mạnh hóa tình hình tài chính.
- Tránh đ- ợc rủi ro khi khách hàng mất khả năng thanh toán.
- Thu hút khách hàng mua với khối l- ợng lớn.
- Tăng khả năng tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu.

Bảng 4.2.1: bảng cơ cấu các khoản phải thu

ĐVT:VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2006		Năm 2007		Năm 2008	
	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%
III Các khoản phải thu	504,625,201	100	1,310,966,642	100	2,488,706,370	100
1. Phải thu của khách hàng	168,651,355	33.4	499,482,689	38.1	2,124,708,889	85.3
2. Trả tr- ợc cho ng- ời bán	30,000,000	6	30,068,250	2.3	73,257,830	2.9
3. Các khoản phải thu khác	305,973,846	60.6	781,415,703	59.6	290,739,651	11.8

4.2.1.3. Nội dung của biện pháp

Công ty sử dụng các hình thức chiết khấu trong tiêu thụ sản phẩm nội địa. Để khuyến khích khách hàng thanh toán tiền hàng nhanh rút ngắn thời gian thanh toán. Công ty nên áp dụng chính sách chiết khấu thanh toán trong thời hạn 90 ngày với các mức chiết khấu dự kiến nh- sau:

Bảng chiết khấu thanh toán

Thời hạn thanh toán(ngày)	Mức chiết khấu(%)
Trả ngay	2
1 – 15	1.2
15 – 30	1
30 – 45	0.9
>45	0

Nếu khách hàng thanh toán sau 3 tháng thì không những không đ- ợc h- ớng chiết khấu thanh toán mà còn phải chịu phần lãi suất theo tỷ lệ lãi vay của ngân hàng trên số tiền chậm thanh toán quá hạn đó.

Bên cạnh đó công ty thực hiện chính sách chiết khấu bán hàng hợp lý nhằm thu hút khách hàng, tăng khả năng tiêu thụ sản phẩm.

Bảng mức chiết khấu tiêu thụ sản phẩm

Sản phẩm	Doanh thu	Mức chiết khấu
Thịt, cá hộp và cá t- oi lạnh	< 25 Tr	2%
	>25 Tr	3,5%
	>50 Tr	4,5%
	>70 Tr	5,5%
Lợn sữa	<5 Tr	2%
	>5Tr	5%
	>10Tr	7%

Thực hiện mức giá 98% giá bán áp dụng cho các tr- ờng hợp
 + Bán thu tiền ngay tại đại lý, cửa hàng bán giới thiệu SP cho công ty
 + Bán thu tiền ngay cho các lô sản phẩm với doanh số nhỏ hơn 25 triệu đồng
 + Bán cho các lô hàng có khả năng thanh toán tiền trả chậm từ 8 ngày trở lên do giám đốc duyệt. Tr- ờng hợp khách hàng trả giá quá thời hạn giám đốc công ty phê duyệt khi thanh toán phải trả thêm phần lãi phạt phát sinh bằng 0,5%/ tháng (tính theo số ngày quá hạn).

Để khuyến khích khách hàng tiêu thụ với khối l- ợng lớn và thanh toán tiền ngay (kể cả tr- ờng hợp trả chậm không quá 7 ngày với giá trị phần trả chậm không v- ợt quá 30% doanh số của lô hàng mua, công ty áp dụng với các mức giá có tỷ lệ chiết khấu sau :

+ Doanh số lớn hơn 25 triệu đồng được hưởng các mức giá bằng 96,5% mức giá bán quy định ở bảng giá (giảm giá 3,5%).

+ Doanh số lớn hơn 50 triệu đồng được hưởng mức giá bằng 94,5% mức bán quy định ở bảng giá (giảm giá 4,5%)

+ Doanh số lớn hơn 70 triệu đồng được hưởng mức giá bằng 94,5% mức giá bán quy định ở bảng giá (giảm giá 5,5%).

4.2.1.4. Chi phí của biện pháp

Bảng kết quả dự tính thu được từ các khoản phải thu

ĐVT: VNĐ

Thời hạn thanh toán(ngày)	KH đồng ý(%)	Khoản thu dự tính	Chiết khấu(%)	Số tiền chiết khấu	Số tiền thực thu
Trả ngay	30	373,305,956	2	7,466,119	365,839,836
1 - 15	35	435,523,615	1.2	5,226,283	430,297,331
15 - 30	15	186,652,978	1	1,866,530	184,786,448
30 - 45	4	49,774,127	0.9	447,967	49,326,160
Tổng cộng		1,045,256,675		15,006,899	1,030,249,776

Tổng chi phí cho việc chiết khấu thanh toán và chiết khấu bán hàng là 824,270,984đ.

4.2.1.5. Kết quả mong đợi sau khi thực hiện biện pháp

Nhờ áp dụng hình thức chiết khấu thanh toán này công ty đã nâng cao được hiệu quả công tác thanh toán, hạn chế số nợ xuống còn rất thấp ở công ty giúp cho công tác tiêu thụ được hoàn thành nhanh chóng.

Công ty có thể vẫn giữ nguyên thị phần cũ đồng thời mở rộng ra các thị trường mới có hiệu quả hơn, tăng thị phần của công ty. Tạo cho khách hàng cảm giác thoải mái khi mua hàng, nâng cao được uy tín của Công ty trong con mắt của khách hàng.

Xây dựng được một cơ cấu giá hợp lý, nhờ đó nâng cao khả năng tiêu thụ của công ty, mở rộng thị trường của công ty, góp phần tăng doanh thu lên 15% (3,750,779,205đ)

Để tăng hiệu quả của biện pháp trên công ty cần thực hiện đồng thời các biện pháp sau:

- Trước khi ký hợp đồng nên điều tra nguồn vốn thanh toán của các đối tượng khách hàng. Khi nguồn vốn của các đối tượng chắc chắn đề nghị khách hàng có văn bản bảo lãnh thanh toán của ngân hàng. Hợp đồng ghi rõ điều khoản tạm ứng, thời hạn thanh toán, nếu quá hạn thanh toán khách hàng phải chịu thêm lãi suất quá hạn.

- Trước và sau quá trình ký kết hợp đồng cần hoàn thiện dứt điểm các thủ tục pháp lý để làm căn cứ thu hồi vốn. Tránh được rủi ro khi khách hàng mất khả năng thanh toán.

4.2.2. Thành lập phòng Marketing và đẩy mạnh công tác điều tra nghiên cứu thị trường

4.2.2.1. Cơ sở của biện pháp

Kinh tế thị trường ngày càng phát triển thì hoạt động Marketing càng giữ vai trò quyết định sự thành công hay thất bại trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trên thị trường. Công tác nghiên cứu thị trường là một công tác hết sức khó khăn, phức tạp, đòi hỏi nghiên cứu phải thật am hiểu sâu sắc, nhìn nhận một cách đúng đắn về thị trường. Do đó việc đẩy mạnh hoạt động Marketing và nghiên cứu thị trường là mục tiêu mà các doanh nghiệp hướng tới. Hiệu quả của công tác này được nâng cao có nghĩa là công ty càng mở rộng được thị trường tiêu thụ sản phẩm góp phần thu được nhiều lợi nhuận và nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty. Do tầm quan trọng của việc nghiên cứu thị trường nên trong giai đoạn hiện nay công ty phải xây dựng cho mình một chiến lược cụ thể về nghiên cứu thị trường.

Hiện nay, công ty ch-a có phòng riêng biệt đứng ra đảm trách về công tác Marketing. Hoạt động nghiên cứu và dự báo ở công ty ch-a được tiến hành đồng bộ, công tác dự báo vẫn còn mang tính chất định tính ch-a có công cụ định lượng một cách chính xác và khoa học, do đó vẫn ch-a lượng hoá được sự ảnh hưởng của các nhân tố, nên ch-a đánh giá được chính xác về thị trường tiêu thụ. Nguyên nhân là do công ty thiếu các thông tin về thị trường tiêu thụ, mà sâu xa của nó là do công ty ch-a có một phòng Marketing độc lập để nghiên cứu hoạt động này. Vì vậy, biện pháp thành lập phòng Marketing và đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường là vấn đề cần thiết, có ý nghĩa quan trọng trong việc thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm, mở rộng

thị trường của công ty. Đối với biện pháp này công ty phải thành lập phòng Marketing trước sau đó xây dựng các chiến lược nghiên cứu thị trường

4.2.2.2. Mục tiêu giải pháp

Để công tác nghiên cứu thị trường được tổ chức có hệ thống, có hiệu quả thì công ty phải thành lập phòng Marketing. Việc tổ chức phòng Marketing phải đơn giản về mặt hành chính. Với mỗi mảng đều có nhân viên phụ trách, song để hoạt động có hiệu quả thì cần phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa những người phụ trách các mảng khác nhau. Chính vì vậy nhân viên phải có trình độ, hiểu biết về nghiên cứu thị trường, có kinh nghiệm. Cụ thể nhân sự tại phòng này phải là những cán bộ có kinh nghiệm trong công tác, thâm niên trong nghề nghiệp và đặc biệt phải nhiệt tình và nhanh chóng thâm nhập, nắm bắt nhu cầu của người sử dụng.

- Thu thập và điều tra các thông tin về thị trường, về các đối thủ cạnh tranh;
- Đưa ra các dự báo liên quan đến tình hình thị trường;
- Nghiên cứu khai thác mọi tiềm năng thị trường.
- Nghiên cứu để nắm chắc sự thay đổi nhu cầu thị trường xuyên và thái độ ứng xử của khách hàng đối với sản phẩm của mình về các mặt : Chất lượng, giá cả, mẫu mã.

Tuy nhiên khi thành lập Phòng Marketing làm tăng thêm nhân sự hiện tại công ty có 4 phòng ban (không kể các phân xưởng sản xuất) nên có thể lựa chọn tuyển dụng và đào tạo.

4.2.2.3. Nội dung của biện pháp

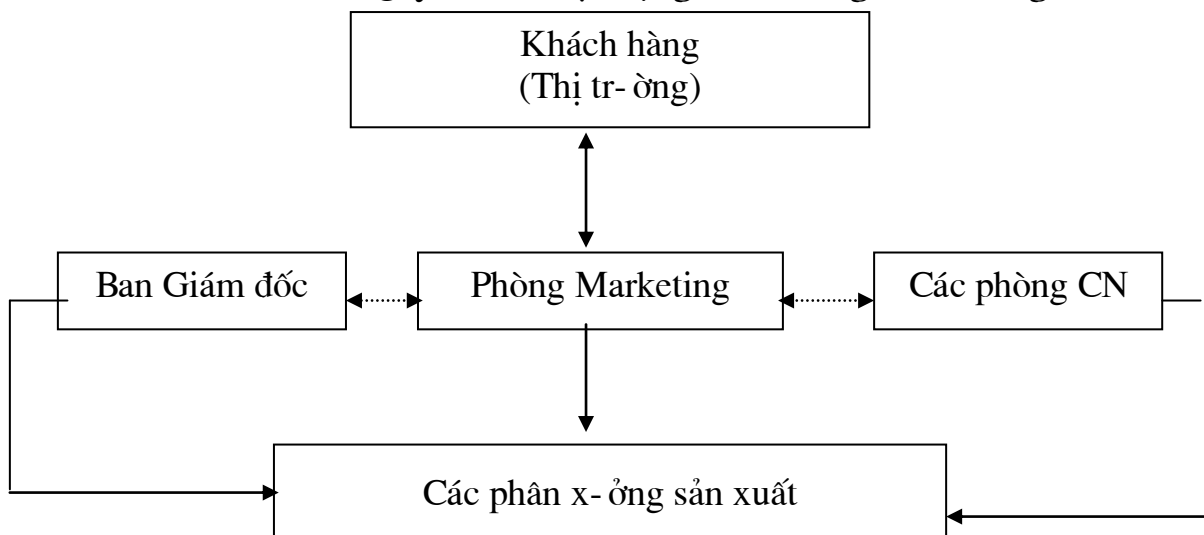
Cơ cấu Phòng Marketing: Gồm 3 người

Trưởng Phòng: Chịu trách nhiệm trước Ban Giám đốc về toàn bộ mảng Marketing tìm hiểu nhu cầu, thị hiếu của khách hàng nói riêng cũng như thị trường nói chung.

Nhân viên : Chịu trách nhiệm trước Trưởng Phòng về công việc được phân công, nghiên cứu, tìm hiểu thị trường, khai thác và hoạch định chiến lược Marketing.

Chức năng và nhiệm vụ của phòng marketing trong công ty sẽ là: dự báo nhu cầu thị trường, nghiên cứu và phát triển thị trường, thực hiện các chính sách marketing tổng hợp.

Sơ đồ Quy trình hoạt động của Phòng Marketing



4.2.2.4. Chi phí của biện pháp

Cần có đội ngũ cán bộ nhiệt tình, năng động và có trình độ sâu và chuyên ngành Marketing. Do đó, việc tuyển dụng và tổ chức phòng marketing có thể dự tính những chi phí sau:

- Chi phí cho việc trả l-ơng cho 2 nhân viên và một tr-ởng phòng. Nh- vậy, tổng cộng là 3 nhân viên với mức l-ơng trung bình là 3,200,000đ/ng/tháng. Vậy tổng số tiền l-ơng cả năm là:

Tổng số tiền = 12x3x3,200,000 = 115,200,000đ/năm

- Chi phí cho tuyển dụng và đào tạo: 5,000,000đ

- Chi phí cho việc sắm sửa bàn ghế, bố trí phòng ban hiện đại: 26.800.000đ

Mua 3 bộ máy vi tính: 3bộ × 8,000,000đ/bộ = 24,000,000đ

Mua 3 bộ bàn làm việc: 3bộ × 700,000đ/ bộ = 2,800,000đ

Máy móc thiết bị đ- ợc khấu hao đều trong 3 năm. Mức khấu hao hàng năm là:

26.800.000đ : 3 = 8,900,000đ/ năm

Chi phí hoạt động: 12 tháng × 1,800,000đ/ tháng = 21,600,000đ/năm

Chi phí dịch vụ mua ngoài: $12 \text{ tháng} \times 1,000,000\text{đ}/\text{tháng} = 12,000,000\text{đ}/\text{năm}$
Tổng cộng chi phí cho việc lập phòng Marketing riêng trong một năm hoạt động là: 162,700,000đ/ năm.

4.2.2.5. Kết quả mong đợi sau khi thực hiện biện pháp

Xây dựng chiến lược Marketing phù hợp với điều kiện hoạt động của Công ty.

Thông qua chức năng nhiệm vụ của bộ phận Marketing có trình độ và luôn được quan tâm tăng cường mà công ty sẽ điều chỉnh hoạt động của mình đúng trọng điểm, có nghĩa là đúng vùng, đúng thị trường và đúng đối tượng, tránh phát triển thiếu định hướng làm phân tán và tiêu tốn nguồn lực mà mang lại lợi ích không cao, nhận biết được cơ hội cũng như nguy cơ để có biện pháp ứng phó kịp thời và hiệu quả.

Hoạt động Marketing được đánh giá cao, giúp công ty cập nhật các thông tin về thị trường nhanh hơn, từ đó có những sửa đổi nhanh hơn trong các quyết định, tránh những sai sót không đáng có. Qua đó, công ty có thể giới thiệu với khách hàng sản phẩm của mình, tạo điều kiện tăng thị phần của công ty lên, và hình ảnh, uy tín của doanh nghiệp ngày càng cao trong mắt khách hàng, và doanh thu tăng lên.

4.2.3. Nâng cao trình độ tay nghề của người lao động

4.2.3.1. Cơ sở của biện pháp

Quan tâm tới việc xây dựng và phát triển đội ngũ lao động của doanh nghiệp. Hiệu quả của mỗi quốc gia, ngành và doanh nghiệp phụ thuộc lớn vào trình độ văn hóa, chuyên môn, tay nghề, kỹ năng, năng lực của đội ngũ lao động. Muốn vậy cần thường xuyên tạo điều kiện cho người lao động nâng cao trình độ, kích thích tinh thần sáng tạo và tích cực trong công việc bằng các hình thức khuyến khích vật chất và tinh thần.

Việc nâng cao trình độ người lao động trong công ty CP đầu tư và XNK sức sản gia cầm HP là hết sức cần thiết cho mục tiêu nâng cao chất lượng sản phẩm, dần dần mở rộng quy mô sản xuất của công ty và tạo vị thế vững chắc trong thị trường trong nước và quốc tế.

4.2.3.2. Mục tiêu giải pháp

Nâng cao trình độ quản lý, tay nghề cho cán bộ công nhân viên trong công ty nhằm phát huy tinh thần sáng tạo của người lao động, giúp người lao động kịp thời tiếp thu với sự tiên tiến của khoa học công nghệ. Từ đó khai thác được tối đa khả năng của vốn có của người lao động, tăng năng suất lao động, nâng cao chất lượng, đẩy nhanh tiêu thụ, quản lý hiệu quả, tiết kiệm chi phí.

4.2.3.3. Nội dung của biện pháp

Để thực hiện công tác nâng cao trình độ tay nghề của người lao động và thích ứng với yêu cầu kinh doanh của cơ chế thị trường, công ty CP đầu tư và XNK sản phẩm gia cầm HP cần tiến hành mở các lớp học nâng cao tay nghề cho người lao động, cử các cán bộ then chốt chủ đạo đi tập huấn ngắn hạn và dài hạn tại các khóa học. Đây là một hoạt động chủ yếu diễn ra tại công ty, cụ thể là:

- Đào tạo và nâng cao chất lượng lao động cho cán bộ công nhân viên giữ vị trí trọng trách trong các phòng ban, bộ phận chủ chốt tham gia các lớp học về nghiệp vụ, tiếng anh, tin học, chính trị, kỹ thuật, giao tiếp,... Là một công ty mới được cổ phần hóa năm 2007 nên gặp rất nhiều khó khăn, thêm vào đó là áp lực lạm phát và khủng hoảng kinh tế nên công ty có thể áp dụng phương pháp ít tốn kém về chi phí, nhưng hiệu quả thu được là khá khả quan là tổ chức cho các cán bộ đi tham quan, học hỏi kinh nghiệm của các doanh nghiệp thành đạt cùng ngành về các phương pháp quản lý, sau đó sẽ rút ra các ưu điểm để vận dụng vào công ty của mình một cách hợp lý nhất, giúp cho việc cải thiện công tác quản trị nhân sự trong công ty.

- Đào tạo theo hình thức chuyên môn hóa đối với đội ngũ công nhân lao động trực tiếp nhằm nâng cao tay nghề, chuyên môn hóa hơn nữa, tăng năng suất lao động, tiếp cận với những công nghệ hiện đại trong việc sản xuất các sản phẩm về thực phẩm và chăn nuôi.

- Đào tạo theo phương pháp giảng bài: đó là việc thuê các giảng viên từ các trường dạy nghề về công ty sau đó tổ chức các lớp học trực tiếp tại công ty, giảng viên sẽ hướng dẫn công nhân cả về mặt lý thuyết và kết hợp với thực hành. Phương pháp này sẽ giúp cho các lao động trong công ty củng cố thêm về mặt lý thuyết và thực tiễn cho bản thân. Dùng hình thức này thì chi phí thấp hơn hình thức gửi công nhân đi học.

- Đối với mỗi một nhân sự khi mới đ- ợc đề bạt hoặc đ- ợc tuyển dụng thì sau khi sắp xếp cần có một giai đoạn đào tạo bổ xung, đào tạo thích nghi bằng các ph- ơng pháp : kèm cặp, bồi d- ỡng tại chỗ.

- Thêm vào đó công ty nên đào tạo nâng cao nhận thức của mọi thành viên trong công ty về: ý thức tự quản, bảo vệ sự thất thoát của tài sản, nâng cao ý thức giữ gìn vệ sinh công nghiệp, nâng cao tác phong công nghiệp cho mọi thành viên.

Công ty có thể mở các lớp học nâng cao vào các buổi tối hoặc vào ngày nghỉ cuối tuần vì công việc ban ngày của ng- ời lao động không thể thay đổi đ- ợc. Đây là một điều kiện tốt để họ có thể áp dụng ngay những lý thuyết học đ- ợc vào thực tế công việc của mình. Ngoài ra, công ty nên khuyến khích tạo điều kiện cho cán bộ công nhân viên sử dụng thời gian của mình để trau dồi kiến thức, phát huy khả năng sáng tạo. Công ty cần hỗ trợ về kinh phí, song việc hỗ trợ này cần có điều kiện ràng buộc. Đối với những ng- ời đ- ợc cử đi học là chất l- ượng của họ sau mỗi khóa học phải đ- ợc nâng lên đáp ứng tốt yêu cầu công việc. Bên cạnh đó ban lãnh đạo công ty cần đ- a ra kế hoạch khảo sát trình độ của công nhân mỗi năm, điều này tác động đến ý thức tự giác của ng- ời lao động, họ sẽ không ngừng học hỏi để nâng cao nghiệp vụ tay nghề đáp ứng yêu cầu công việc.

4.2.3.4. Chi phí của biện pháp

Việc nâng cao tay nghề cho ng- ời lao động bằng hình thức mở các lớp học tốn nhiều chi phí hơn, có thể dự tính chi phí cho một lớp học từ 25 – 35 học viên trong ba tháng nh- sau:

Bảng dự kiến chi phí cho giải pháp nâng cao chất l- ượng ng- ời lao động

Chi phí	Đơn vị tính	Số tiền
1. Thuê giáo viên	Đồng/3tháng	15,000,000
2. Thuê địa điểm	Đồng/3tháng	3,000,000
3. Chi phí khác	Đồng/3tháng	1,500,000
Tổng	Đồng/3tháng	19,500,000

4.2.3.5. Kết quả mong đợi sau khi thực hiện biện pháp

Nâng cao ý thức, trình độ của ng- ời lao động trong doanh nghiệp

Giảm chi phí sản xuất, tăng tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu, tăng hiệu quả kinh doanh.

- Đối với đội ngũ công nhân trong công ty:

Sử dụng thuần thục các thiết bị công nghệ sản xuất, đảm bảo an toàn, hạn chế sự hỏng hóc trong sản xuất.

Giảm tỷ lệ phế phẩm, tiêu hao nguyên vật liệu trong quá trình sản xuất, tạo ra các sản phẩm đồng đều về chất lượng, nâng cao chất lượng sản phẩm, nâng cao năng suất lao động.

- Đối với đội ngũ cán bộ trong công ty:

Nâng cao trình độ năng lực quản lý, điều hành công việc một cách chuyên môn hóa, khoa học và hiệu quả.

Tiết kiệm chi phí quản lý và các khoản chi phí khác.

Tạo dựng được hình ảnh công ty thông qua tác phong làm việc chuyên nghiệp, xây dựng chiến lược kinh doanh hiệu quả.

Mặc dù chi phí cho hoạt động này khá cao nhưng nó không làm ảnh hưởng tới tiến độ công việc của công ty, trình độ tay nghề của người lao động được cải thiện hơn từ đó làm cho năng suất lao động tăng lên, kéo theo doanh thu của công ty sẽ tăng. Ngoài ra biện pháp này sẽ đem lại kết quả cao hơn cho công ty về lâu dài.

KẾT LUẬN

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh thực sự là một vấn đề rất quan trọng, là vấn đề sống còn đối với mỗi doanh nghiệp. Để thực hiện tốt nhiệm vụ đó, các doanh nghiệp phải tính toán các chỉ tiêu hiệu quả, thông qua đó phân tích, đánh giá về tình hình thực tế của các hoạt động sản xuất kinh doanh tại doanh nghiệp, xem các hoạt động đó có hiệu quả hay không, hiệu quả ở mức độ nào, các nhân tố nào ảnh hưởng tới chúng và từ đó định ra các giải pháp nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả của các hoạt động sản xuất kinh doanh đó.

Thực trạng sản xuất kinh doanh hiện nay tại công ty CP đầu tư và XNK súc sản gia cầm HP, công ty luôn hoàn thành kế hoạch sản xuất, nộp ngân sách, chỉ tiêu doanh thu luôn đạt được ở mức tương đối cao. Bên cạnh đó thì còn rất nhiều tồn tại công ty phải đối mặt đặc biệt là vấn đề chi phí, chi phí sản xuất kinh doanh tăng nên ảnh hưởng tới lợi nhuận công ty vì vậy hiệu quả kinh doanh của công ty trong những năm gần đây có xu hướng giảm đi so với những năm trước. Để cải thiện tình hình trên công ty cần phải tính toán, tìm ra các biện pháp quản lý nhằm hạ thấp chi phí, tăng doanh số bán góp phần nâng cao hiệu quả của các hoạt động sản xuất kinh doanh. Với một số giải pháp rút ra từ thực trạng hiện nay của công ty em hy vọng nó sẽ góp một phần nào trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty.

Cuối cùng em xin chân thành cảm ơn toàn thể ban lãnh đạo, các phòng ban Công ty CP đầu tư và XNK súc sản gia cầm HP, xin chân thành cảm ơn thầy: Th.s Hoàng Chí Cường đã hướng dẫn, giúp đỡ em hoàn thành bài viết này.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hải Phòng, tháng 06 năm 2009

Sinh viên: Mạc Thị Thùy

Lớp: QT902N - ĐHDLHP

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quản trị tài chính doanh nghiệp, PGS - TS. Lưu Thị Hương, PGS – TS. Vũ Duy Hòa, NXB tài chính, 2006.
2. Phân tích hoạt động kinh doanh, TS. Phạm Văn Đức, Đặng Kim Cường, NXB thống kê, 2005.
3. Quản trị marketing, Philip Kotter, NXB thống kê, 2003.
4. Chuyển khoản về báo cáo tài chính và lập, đọc, kiểm tra, phân tích báo cáo tài chính, PGS.TS. Nguyễn Văn Công, NXB tài chính, 2005.
5. Quản trị nhân sự – Nguyễn Hữu Thân, NXB thống kê, 2006.
6. Tài chính doanh nghiệp hiện đại – PGS.TS. Trần Ngọc Thơ, NXB thống kê, 2005.
7. Các website điện tử.
8. Bộ báo cáo tài chính năm 2006, năm 2007, năm 2008 của công ty CP đầu tư và XNK sản phẩm gia cầm HP.

DANH MỤC VIẾT TẮT

1. VCD: vốn cố định
2. VLĐ: vốn l- u động
3. VAT: thuế giá trị gia tăng
4. SXKD: sản xuất kinh doanh
5. NVL: nguyên vật liệu
6. LNNT, LNST: lợi nhuận tr- ớc thuế, lợi nhuận sau thuế
7. VCSH: vốn chủ sở hữu
8. ĐTDH: đầu t- dài hạn
9. TSDH: tài sản dài hạn
10. TSNH: tài sản ngắn hạn
11. ĐVT: đơn vị tính
12. CPXDCCB: chi phí xây dựng cơ bản
13. ĐTDH: đầu t- dài hạn
14. TSLĐ: tài sản l- u động
15. BQ: bình quân
16. DT: doanh thu
17. LN: lợi nhuận
18. CP: chi phí
19. VKD: vốn kinh doanh
20. QLDN: quản lý doanh nghiệp
21. XNK: xuất nhập khẩu
22. KPT: khoản phải thu
23. HTK: hàng tồn kho
24. LĐ: lao động