

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

-----



ISO 9001 : 2008

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP**

**Sinh viên : Vũ Đình Huy**  
**Giảng viên hướng dẫn : T.S Nguyễn Xuân Quang**

**HẢI PHÒNG - 2011**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

-----

**PHÂN TÍCH VÀ ĐỀ XUẤT BIỆN PHÁP NÂNG CAO  
HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY  
TNHH THƯƠNG MẠI VÀ SẢN XUẤT HÀNG MAY  
TIÊU DÙNG HÙNG HƯƠNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY  
NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP**

**Sinh viên : Vũ Đình Huy  
Giảng viên hướng dẫn : T.S Nguyễn Xuân Quang**

**HẢI PHÒNG - 2011**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

-----

**NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP**

Sinh viên : Vũ Đình Huy

Mã số : 110384

Lớp : QT1101N

Ngành : Quản Trị Doanh Nghiệp

Tên đề tài: **Phân tích và đề xuất biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương**

## NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

.....

.....

.....

**CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP**

**Người hướng dẫn thứ nhất:**

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

**Người hướng dẫn thứ hai:**

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày.....tháng .....năm 2009

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày.....tháng.....năm 2009

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

*Sinh viên*

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

*Người hướng dẫn*

***Hải Phòng, ngày ..... tháng.....năm 2009***

**Hiệu trưởng**

**GS.TS.NGŨT *Trần Hữu Nghị***

---

**PHẦN NHẬN XÉT TÓM TẮT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN**

**1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp:**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**2. Đánh giá chất lượng của khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T. T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...):**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**3. Cho điểm của cán bộ hướng dẫn (ghi bằng cả số và chữ):**

.....

.....

.....

*Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 200*  
**Cán bộ hướng dẫn**  
*(họ tên và chữ ký)*

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

**PHIẾU NHẬN XÉT THỰC TẬP**

Họ và tên sinh viên: ..... Ngày sinh: ...../...../.....

Lớp: ..... Ngành: ..... Khóa .....

Thực tập tại: .....

Từ ngày: ...../...../... đến ngày ...../...../...

**1. Về tinh thần, thái độ, ý thức tổ chức kỷ luật:**

.....  
.....  
.....

**2. Về những công việc được giao:**

.....  
.....  
.....

**3. Kết quả đạt được:**

.....  
.....  
.....

....., ngày ..... tháng ..... năm 2011

**Xác nhận của lãnh đạo cơ sở thực tập**

**Cán bộ hướng dẫn thực tập của cơ sở**

## MỤC LỤC

<b>MỤC LỤC</b> .....	<b>8</b>
<b>LỜI NÓI ĐẦU</b> .....	<b>11</b>
<b>CHƯƠNG 1: HIỆU QUẢ KINH DOANH VÀ VẤN ĐỀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH Ở DOANH NGHIỆP</b> .....	<b>12</b>
<b>1.1. Tổng quan về hiệu quả kinh doanh</b> .....	<b>12</b>
1.1.1 Khái niệm .....	12
1.1.1.1. Khái niệm hoạt động sản xuất kinh doanh.....	12
1.1.1.2. Khái niệm hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh.....	13
1.1.2. Bản chất của hiệu quả kinh doanh.....	13
1.1.2.1. Bản chất.....	13
1.1.2.2. Phân biệt hiệu quả và kết quả .....	14
1.1.3. Phân loại hiệu quả kinh doanh .....	15
1.1.3.1. Hiệu quả về mặt kinh tế.....	15
1.1.3.2. Hiệu quả xã hội .....	15
1.1.4. Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh đối với doanh nghiệp .....	16
<b>1.2. Những nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh</b> ....	<b>17</b>
1.2.1. Các nhân tố bên trong.....	17
1.2.1.1. Lực lượng lao động .....	17
1.2.1.2. Trình độ phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật .....	17
1.2.1.3. Nhân tố vốn .....	18
1.2.1.4. Nhân tố quản trị doanh nghiệp .....	18
1.2.2. Các nhân tố bên ngoài .....	19
1.2.2.1. Đối thủ cạnh tranh .....	19
1.2.2.2. Thị trường.....	19
1.2.2.3. Tập quán dân cư và mức độ thu nhập bình quân toàn dân cư .....	19
1.2.2.4. Môi trường chính trị, pháp luật .....	20
<b>1.3. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp</b> 20	
1.3.1. Hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh là công cụ quản lý kinh doanh.....	21
1.3.2. Sản xuất kinh doanh có hiệu quả là điều kiện sống còn đối với mọi doanh nghiệp .....	21
<b>1.4. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh</b> .....	<b>22</b>
1.4.1. Chỉ tiêu tổng quát.....	22
1.4.2. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định .....	22
1.4.3. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động .....	24
1.4.4. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động .....	26
1.4.5. Chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng chi phí .....	27
1.4.6. Các chỉ tiêu sinh lời .....	27
1.4.6.1. Khả năng sinh lời so với doanh thu .....	27
1.4.6.2. Khả năng sinh lời của tài sản (ROA) .....	28



1.4.6.3. Khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE).....	28
<b>1.5. Các phương pháp phân tích hoạt động kinh doanh.....</b>	<b>29</b>
1.5.1. Phương pháp so sánh.....	29
1.5.2. Phương pháp thay thế liên hoàn.....	30
1.5.3. Phương pháp liên hệ.....	31
1.5.4. Phương pháp hồi quy tương quan.....	32
<b>1.6. Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh.....</b>	<b>32</b>
1.6.1. Quản lý và sử dụng tốt nguồn nhân lực của doanh nghiệp.....	32
1.6.2. Sử dụng vốn một cách có hiệu quả.....	33
1.6.3. Tăng doanh thu.....	33
1.6.4. Giảm chi phí.....	33
<b>CHƯƠNG 2:PHÂN TÍCH ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH HÙNG HƯƠNG.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1. Giới thiệu khái quát về công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương.....</b>	<b>35</b>
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty.....	35
2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của công ty.....	37
2.1.2.1. Chức năng.....	37
2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty.....	37
2.1.4. Hoạt động sản xuất, kinh doanh của Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương.....	41
2.1.4.1. Sản phẩm.....	41
2.1.4.2. Đặc điểm quy trình sản xuất sản phẩm.....	42
2.1.4.4. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty.....	44
<b>2.2. Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương.....</b>	<b>47</b>
2.2.1. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động.....	47
2.2.1.1. Đặc điểm lao động của công ty.....	47
2.2.1.2. Hiệu quả sử dụng lao động.....	49
2.2.2. Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản.....	52
2.2.2.1. Tài sản của công ty.....	52
2.2.2.2. Hiệu quả sử dụng tổng tài sản.....	53
2.2.2.3. Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn.....	56
2.2.2.4. Hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn.....	58
2.2.2.5. Hiệu quả sử dụng tài sản cố định.....	60
2.2.3. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu.....	62
2.2.3.1. Vốn chủ sở hữu của công ty.....	62
2.2.3.2. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu.....	63
2.2.4. Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí.....	65
<b>2.3. Đánh giá chung kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH Hùng Hương.....</b>	<b>69</b>
2.3.1. Những kết quả đạt được.....	69

2.3.2. Một vài hạn chế.....	70
<b>CHƯƠNG 3: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH Ở CÔNG TY TNHH HÙNG HƯƠNG</b> .....	<b>71</b>
3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong giai đoạn tới.....	71
3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương. ....	72
3.2.1. Biện pháp 1: Tăng cường công tác quảng cáo, xúc tiến bán hàng .....	72
3.2.1.1. Cơ sở của biện pháp.....	72
3.2.1.2. Nội dung của biện pháp .....	72
3.2.1.3. Lợi ích của biện pháp.....	74
3.2.2. Biện pháp 2: Giải pháp lập website riêng cho công ty.....	74
3.2.2.1. Cơ sở của giải pháp .....	74
3.2.2.2. Cách thực hiện giải pháp .....	75
3.2.2.3. Dự kiến kết quả đạt được .....	76
3.2.3. Biện pháp giảm chi phí quản lý doanh nghiệp.....	76
3.2.3.1. Cơ sở của biện pháp.....	76
3.2.3.2. Cách thực hiện giải pháp. ....	77
<b>KẾT LUẬN</b> .....	<b>81</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	<b>82</b>
<b>DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT</b> .....	<b>83</b>

---

## LỜI NÓI ĐẦU

Trong cơ chế thị trường, các doanh nghiệp đều phải đương đầu với cuộc cạnh tranh ngày càng gay gắt. Vì vậy, để tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp (DN) đều phải xây dựng chiến lược hoạt động kinh doanh. Muốn vậy, DN phải vận dụng, khai thác triệt để các cách thức, các phương pháp sản xuất kinh doanh, kể cả thủ đoạn chiếm lĩnh thị trường, hạ thấp chi phí sản xuất, quay vòng vốn nhanh... dĩ nhiên chỉ trong khuôn khổ cho phép của pháp luật hiện hành. Có thể nói, việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh không chỉ có ý nghĩa đối với bản thân doanh nghiệp mà còn có ý nghĩa với toàn xã hội. Tuy nhiên, do trình độ khoa học công nghệ còn thấp và khả năng tài chính có hạn, sức cạnh tranh còn yếu nên việc sử dụng có hiệu quả nguồn vốn và các nguồn lực khác, nhằm mục tiêu tăng trưởng, kinh doanh có lợi nhuận là vấn đề có tầm quan trọng hàng đầu.

Công ty TNHH Thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương cũng nằm trong bối cảnh đó. Mục tiêu đặt ra cho công ty là phải tìm mọi biện pháp để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, đứng vững trên thương trường.

Với công ty TNHH Hùng Hương, đây là vấn đề thời sự đang được mọi thành viên trong công ty quan tâm. Kết hợp giữa kiến thức đã học được ở nhà trường vào thực tiễn sản xuất, đề tài khóa luận “*Phân tích và đề xuất biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương*” bước đầu thể hiện sự kết hợp giữa học đi đôi với hành.

Ngoài phần mở đầu, kết luận và các danh mục tài liệu tham khảo, kết cấu của khóa luận bao gồm:

**Chương 1:** *Hiệu quả kinh doanh và vấn đề nâng cao hiệu quả kinh doanh ở doanh nghiệp*

**Chương 2:** *Phân tích đánh giá hiệu quả kinh doanh ở Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương.*

**Chương 3:** *Một số biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh ở Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương.*

---

**CHƯƠNG 1****HIỆU QUẢ KINH DOANH VÀ VẤN ĐỀ NÂNG CAO HIỆU  
QUẢ KINH DOANH Ở DOANH NGHIỆP****1.1. Tổng quan về hiệu quả kinh doanh****1.1.1 Khái niệm***1.1.1.1. Khái niệm hoạt động sản xuất kinh doanh*

Trong thời đại ngày nay, hoạt động sản xuất tạo ra của cải vật chất và dịch vụ luôn gắn liền với cuộc sống của con người, công việc sản xuất thuận lợi khi các sản phẩm tạo ra được thị trường chấp nhận tức là đồng ý sử dụng sản phẩm đó. Để được như vậy, các chủ thể tiến hành sản xuất phải có khả năng kinh doanh.

*“ Nếu loại bỏ các phần khác nhau nói về phương tiện, phương thức, kết quả cụ thể của hoạt động kinh doanh thì có thể hiểu kinh doanh là các hoạt động kinh tế nhằm mục tiêu sinh lời của chủ thể kinh doanh trên thị trường”*

Hoạt động kinh doanh có đặc điểm:

Do một chủ thể thực hiện và gọi là chủ thể kinh doanh, chủ thể kinh doanh có thể là cá nhân, hộ gia đình, doanh nghiệp

Kinh doanh phải gắn với thị trường, các chủ thể kinh doanh có mối quan hệ mật thiết với nhau, đó là quan hệ với các bạn hàng, với chủ thể cung cấp đầu vào, với khách hàng, với đối thủ cạnh tranh, với Nhà nước. Các mối quan hệ này giúp cho các chủ thể kinh doanh duy trì hoạt động kinh doanh đưa doanh nghiệp của mình ngày càng phát triển.

Kinh doanh phải có sự vận động của đồng vốn: Vốn là yếu tố quyết định cho công việc kinh doanh, không có vốn thì không thể có hoạt động kinh doanh. Chủ thể kinh doanh sử dụng vốn mua nguyên liệu, thiết bị sản xuất, thuê lao động...

Mục đích chủ yếu của hoạt động kinh doanh là lợi nhuận.

### 1.1.1.2. *Khái niệm hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh*

Trong cơ chế thị trường, mục tiêu xuyên suốt của các doanh nghiệp là kinh doanh có hiệu quả và tối đa hoá lợi nhuận. Môi trường kinh doanh luôn biến đổi đòi hỏi mỗi doanh nghiệp phải có chiến lược kinh doanh thích hợp. Công việc kinh doanh là một nghệ thuật đòi hỏi sự tính toán nhanh nhạy, biết nhìn nhận vấn đề ở tầm chiến lược. Hiệu quả hoạt động SXKD luôn gắn liền với hoạt động kinh doanh. Vì vậy có thể xem xét nó trên nhiều góc độ. Để hiểu được khái niệm hiệu quả hoạt động SXKD cần xét đến hiệu quả kinh tế của một hiện tượng.

“*Hiệu quả kinh tế của một hiện tượng (hoặc quá trình) kinh tế là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (nhân lực, tài lực, vật lực, tiền vốn) để đạt được mục tiêu xác định*”, nó biểu hiện mối quan hệ tương quan giữa kết quả thu được và toàn bộ chi phí bỏ ra để có kết quả đó, phản ánh được chất lượng của hoạt động kinh tế đó.

Từ định nghĩa về hiệu quả kinh tế của một hiện tượng như trên, ta có thể hiểu hiệu quả hoạt động SXKD là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực để đạt được mục tiêu đã đặt ra. Nó biểu hiện mối tương quan giữa kết quả thu được và những chi phí bỏ ra để có được kết quả đó. Độ chênh lệch giữa hai đại lượng này càng lớn thì hiệu quả càng cao. Trên góc độ này, hiệu quả đồng nhất với lợi nhuận của doanh nghiệp và khả năng đáp ứng về mặt chất lượng của sản phẩm đối với nhu cầu của thị trường.

$$\text{Hiệu quả} = \frac{\text{Kết quả đầu ra}}{\text{Nguồn lực đầu vào}}$$

### 1.1.2. *Bản chất của hiệu quả kinh doanh*

#### 1.1.2.1. *Bản chất*

Hiệu quả kinh doanh là phạm trù phản ánh mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh, phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực sản xuất (lao động, máy móc

thiết bị, nguyên vật liệu, tiền vốn) trong quá trình tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Bản chất của hiệu quả kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm lao động sản xuất. Đây là hai mặt có mối quan hệ mật thiết với nhau. Chính việc khan hiếm các nguồn lực và sử dụng chúng sao cho có hiệu quả nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội, đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp buộc phải chú trọng các điều kiện nội tại, phát huy năng lực, hiệu lực của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí.

*Về mặt định lượng:* Hiệu quả kinh tế của việc thực hiện nhiệm vụ kinh tế xã hội biểu hiện trong mối tương quan giữa kết quả thu được và chi phí bỏ ra. Xét về tổng lượng thì hiệu quả thu được khi kết quả kinh tế đạt được lớn hơn chi phí, sự chênh lệch này càng lớn thì hiệu quả càng cao, sự chênh lệch này nhỏ thì hiệu quả đạt được nhỏ.

*Về mặt định tính:* Hiệu quả kinh tế thu được là mức độ phản ánh sự nỗ lực của mỗi khâu, mỗi cấp trong hệ thống kinh tế, phản ánh trình độ năng lực quản lý kinh tế và giải quyết những yêu cầu và mục tiêu chính trị, xã hội.

Vì vậy, yêu cầu nâng cao kinh doanh là phải đạt được kết quả tối đa với chi phí tối thiểu, hay phải đạt kết quả tối đa với chi phí nhất định. Chi phí ở đây được hiểu theo nghĩa rộng là chi phí tạo ra nguồn lực và chi phí sử dụng nguồn lực, đồng thời phải bao gồm cả chi phí cơ hội.

#### *1.1.2.2. Phân biệt hiệu quả và kết quả*

Để hiểu rõ bản chất hiệu quả, cần phân biệt hiệu quả và kết quả. Kết quả là số tuyệt đối phản ánh quy mô đầu ra của hoạt động sản xuất kinh doanh như lợi nhuận, tổng doanh thu, tổng sản phẩm làm ra, giá trị sản xuất. Hiệu quả là số tương đối phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực để đạt được kết quả cao nhất với chi phí nguồn lực thấp nhất bỏ ra.

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

được hiệu quả. Đó là sự so sánh giữa kết quả là khoản thu về so với khoản bỏ ra là chính các nguồn lực đầu vào. Như vậy, dùng kết quả để tính hiệu quả kinh doanh cho từng kỳ. Hiệu quả và kết quả có mối quan hệ mật thiết với nhau nhưng lại có khái niệm khác nhau. Có thể nói, kết quả là mục tiêu của quá trình sản xuất kinh doanh, còn hiệu quả là phương tiện để đạt được mục tiêu đó.

### ***1.1.3. Phân loại hiệu quả kinh doanh***

#### ***1.1.3.1. Hiệu quả về mặt kinh tế***

Hiệu quả về mặt kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực để đạt được các mục tiêu kinh tế ở một thời kỳ nào đó. Nếu đứng trên phạm vi từng yếu tố riêng lẻ thì sẽ có phạm trù hiệu quả kinh tế, và xem xét vấn đề hiệu quả trong phạm vi các doanh nghiệp thì hiệu quả kinh tế chính là hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Hiệu quả có thể hiểu là hệ số giữa kết quả thu về với chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó, và nó phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực tham gia vào quá trình kinh doanh.

Tóm lại, hiệu quả kinh tế phản ánh đồng thời các mặt của quá trình sản xuất kinh doanh như: kết quả kinh doanh, trình độ sản xuất, tổ chức sản xuất và quản lý, trình độ sử dụng các yếu tố đầu vào...đồng thời nó yêu cầu doanh nghiệp phải phát triển theo chiều sâu. Nó là thước đo ngày càng trở nên quan trọng của sự 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. Sự phát triển tất yếu đòi hỏi doanh nghiệp phải nâng cao hiệu quả kinh doanh, đây là mục tiêu cơ bản của mỗi doanh nghiệp.

#### ***1.1.3.2. Hiệu quả xã hội***

Hiệu quả xã hội là phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực sản xuất nhằm đạt được những mục tiêu xã hội nhất định. Nếu đứng trên phạm vi toàn xã hội và nền kinh tế quốc dân thì hiệu quả xã hội và hiệu quả chính trị là chỉ tiêu phản ánh ảnh hưởng của hoạt động kinh doanh đối với việc giải quyết những yêu cầu và mục tiêu chung của toàn bộ nền kinh tế xã hội. Bởi vậy hai loại hiệu quả này đều có vị trí quan

trọng trong việc phát triển của nền kinh tế xã hội ở các mặt: trình độ tổ chức sản xuất, trình độ quản lý, trình độ lao động, mức sống bình quân.

#### ***1.1.4. Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh đối với doanh nghiệp***

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là công cụ hữu hiệu để các nhà quản trị doanh nghiệp thực hiện nhiệm vụ quản trị kinh doanh. Khi tiến hành bất kỳ một hoạt động sản xuất kinh doanh nào, các doanh nghiệp đều phải huy động và sử dụng các nguồn lực mà doanh nghiệp có khả năng để tạo ra kết quả phù hợp với mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra. Trong mỗi giai đoạn phát triển của doanh nghiệp, doanh nghiệp đều có những mục tiêu khác nhau, nhưng mục tiêu cuối cùng bao trùm toàn bộ quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là tối đa hoá lợi nhuận trên cơ sở sử dụng tối ưu các nguồn lực của doanh nghiệp. Để thực hiện mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận cũng như các mục tiêu khác, doanh nghiệp phải sử dụng nhiều phương pháp, nhiều công cụ khác nhau. Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một trong các công cụ hữu hiệu nhất để các nhà quản trị thực hiện chức năng quản trị của mình. Việc tính toán hiệu quả sản xuất kinh doanh không những cho phép các nhà quản trị kiểm tra đánh giá tính hiệu quả của các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp (các hoạt động có hiệu quả hay không và hiệu quả đạt ở mức độ nào), mà còn cho phép các nhà quản trị phân tích tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, để từ đó đưa ra được các biện pháp điều chỉnh thích hợp trên cả hai phương diện giảm chi phí tăng kết quả nhằm nâng cao hiệu quả các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Với tư cách là một công cụ quản trị kinh doanh hiệu quả, sản xuất kinh doanh không chỉ được sử dụng để kiểm tra, đánh giá và phân tích trình độ sử dụng tổng hợp các nguồn lực đầu vào trong phạm vi toàn doanh nghiệp mà còn được sử dụng để kiểm tra đánh giá trình độ sử dụng từng yếu tố đầu vào trong phạm vi toàn doanh nghiệp cũng như ở từng bộ phận cấu thành của doanh nghiệp. Do vậy, xét trên phương diện lý luận và thực tiễn thì phạm trù hiệu quả sản xuất kinh doanh đóng vai trò rất quan trọng và không thể thiếu được trong việc kiểm tra đánh giá và



phân tích nhằm đưa ra các giải pháp tối ưu nhất, lựa chọn được các phương pháp hợp lý nhất để thực hiện các mục tiêu của doanh nghiệp đã đề ra.

Ngoài ra, trong nhiều trường hợp, các nhà quản trị còn coi hiệu quả kinh tế như là các nhiệm vụ, các mục tiêu để thực hiện. Vì đối với các nhà quản trị, khi nói đến các hoạt động sản xuất kinh doanh thì họ đều quan tâm đến tính hiệu quả của nó. Do vậy mà hiệu quả sản xuất kinh doanh có vai trò là công cụ để thực hiện nhiệm vụ quản trị kinh doanh đồng thời vừa là mục tiêu để quản trị kinh doanh.

## **1.2. Những nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh**

### ***1.2.1. Các nhân tố bên trong***

#### ***1.2.1.1. Lực lượng lao động***

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh, lực lượng lao động của doanh nghiệp có thể sáng tạo ra công nghệ, kỹ thuật mới và đưa chúng vào sử dụng để tạo ra tiềm năng lớn cho việc nâng cao hiệu quả kinh doanh. Cũng chính lực lượng lao động sáng tạo ra những sản phẩm mới với kiểu dáng phù hợp với cầu của người tiêu dùng, làm cho sản phẩm hàng hoá, dịch vụ của doanh nghiệp có thể bán được, tạo cơ sở nâng cao hiệu quả kinh doanh. Lực lượng lao động tác động trực tiếp đến năng suất lao động, đến trình độ sử dụng các nguồn lực khác (máy móc, thiết bị, nguyên vật liệu ...) nên tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Ngày nay sự phát triển của khoa học công nghệ đã thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế tri thức. Đặc trưng cơ bản của nền kinh tế tri thức là hàm lượng khoa học công nghệ kết tinh trong sản phẩm (dịch vụ) rất cao. Đòi hỏi lực lượng lao động phải là lực lượng có trình độ khoa học công nghệ cao. Điều này khẳng định vai trò ngày càng quan trọng của lực lượng lao động đối với việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

#### ***1.2.1.2. Trình độ phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật***

Công cụ lao động là phương tiện mà con người sử dụng để tác động vào đối tượng lao động. Quá trình phát triển sản xuất luôn gắn liền với quá trình phát triển

của công cụ lao động, tăng năng suất lao động, tăng sản lượng, chất lượng sản phẩm và hạ giá thành. Như thế, cơ sở vật chất kỹ thuật là nhân tố hết sức quan trọng tạo ra tiềm năng năng suất, chất lượng và tăng hiệu quả kinh doanh. Chất lượng hoạt động của doanh nghiệp chịu tác động mạnh mẽ của trình độ kỹ thuật, tính đồng bộ của máy móc thiết bị, chất lượng của công tác bảo dưỡng, sửa chữa máy móc.

#### *1.2.1.3. Nhân tố vốn*

Đây là một nhân tố tổng hợp phản ánh sức mạnh của doanh nghiệp thông qua khối lượng (nguồn) vốn mà doanh nghiệp có thể huy động vào kinh doanh, khả năng phân phối, đầu tư có hiệu quả các nguồn vốn cũng như khả năng quản lý các nguồn vốn kinh doanh.

Yếu tố vốn là yếu tố chủ chốt quyết định đến quy mô của doanh nghiệp. Nó phản ánh sự phát triển của doanh nghiệp và là cơ sở đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong kinh doanh.

#### *1.2.1.4. Nhân tố quản trị doanh nghiệp*

Nhân tố quản trị doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Quản trị doanh nghiệp chú trọng đến việc xác định cho doanh nghiệp một hướng đi đúng đắn trong môi trường kinh doanh ngày càng biến động. Định hướng đúng là cơ sở để đảm bảo hiệu quả lâu dài của doanh nghiệp.

Muốn tồn tại và phát triển doanh nghiệp phải chiến thắng trong cạnh tranh, các lợi thế về chất lượng và sự khác biệt hóa sản phẩm, giá cả và tốc độ cung ứng để đảm bảo cho một doanh nghiệp giành chiến thắng trong cạnh tranh phụ thuộc vào nhân quan và khả năng quản trị của các nhà quản trị doanh nghiệp.

Đội ngũ quản trị mà đặc biệt là các nhà quản trị cao cấp lãnh đạo doanh nghiệp bằng phẩm chất và tài năng của mình có vai trò quan trọng, có tính chất quyết định đến sự thành đạt của doanh nghiệp. Kết quả và hiệu quả hoạt động của quản trị doanh nghiệp đều phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp, việc xác định chức năng,

nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận, cá nhân và thiết lập các mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức đó.

### ***1.2.2. Các nhân tố bên ngoài***

#### ***1.2.2.1. Đối thủ cạnh tranh***

Bao gồm các đối thủ cạnh tranh sơ cấp (cùng tiêu thụ các sản phẩm đồng nhất) và các đối thủ cạnh tranh thứ cấp (sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm có khả năng thay thế). Nếu đối thủ cạnh tranh mạnh thì việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh sẽ trở nên khó khăn hơn rất nhiều. Bởi vì lúc này doanh nghiệp chỉ có thể nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh bằng cách nâng cao chất lượng, giảm giá thành sản phẩm để đẩy mạnh tốc độ tiêu thụ, tăng doanh thu, tăng vòng quay của vốn, hiệu quả hơn để tạo cho doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh về giá cả, chủng loại, mẫu mã... Như vậy đối thủ cạnh tranh có ảnh hưởng rất lớn đến việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tạo ra động lực phát triển của doanh nghiệp. Việc xuất hiện ngày càng nhiều đối thủ cạnh tranh thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp sẽ càng khó khăn và sẽ bị giảm một cách tương đối.

#### ***1.2.2.2. Thị trường***

Nhân tố thị trường ở đây bao gồm cả thị trường đầu vào và thị trường đầu ra của doanh nghiệp. Nó là yếu tố quyết định quá trình tái sản xuất của doanh nghiệp. Đối với thị trường đầu vào cung cấp các yếu tố cho quá trình sản xuất như máy móc, thiết bị... cho nên tác động trực tiếp đến giá thành sản phẩm, tính liên tục và hiệu quả của quá trình sản xuất. Còn đối với thị trường đầu ra, quyết định doanh thu của doanh nghiệp trên cơ sở chấp nhận hàng hoá, dịch vụ của doanh nghiệp, thị trường đầu ra sẽ quyết định tốc độ tiêu thụ, tạo vòng quay vốn nhanh hay chậm từ đó có tác động đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

#### ***1.2.2.3. Tập quán dân cư và mức độ thu nhập bình quân toàn dân cư***

Đây là nhân tố quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, nó quyết định mức độ chất lượng, số loại, chủng loại... Doanh nghiệp cần phải nắm

bất và nghiên cứu làm sao cho phù hợp với sức mua, thói quen tiêu dùng, mức thu nhập bình quân của tầng lớp dân cư. Những nhân tố này có tác động một cách gián tiếp lên quá trình sản xuất kinh doanh cũng như công tác marketing và cuối cùng là hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

#### *1.2.2.4. Môi trường chính trị, pháp luật*

Các nhân tố thuộc môi trường chính trị, pháp luật chi phối mạnh mẽ đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Sự ổn định chính trị là một trong những tiền đề quan trọng cho sự hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sự thay đổi môi trường chính trị có thể có lợi cho doanh nghiệp này nhưng lại kìm hãm sự phát triển của nhóm doanh nghiệp khác và ngược lại. Hệ thống pháp luật hoàn thiện, không thiên vị là một trong những tiền đề ngoài kinh tế của kinh doanh. Mức độ hoàn thiện, sự thay đổi và thực thi pháp luật trong nền kinh tế có ảnh hưởng tới việc hoạch định, tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Môi trường này có tác động trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp vì môi trường pháp luật ảnh hưởng đến mặt hàng sản xuất, ngành nghề, phương thức kinh doanh... của doanh nghiệp. Không những thế, nó còn tác động đến chi phí của doanh nghiệp như chi phí lưu thông, chi phí vận chuyển... đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu lại còn bị ảnh hưởng bởi chính sách thương mại quốc tế, hạn ngạch do Nhà nước giao, luật bảo hộ cho các doanh nghiệp tham gia hoạt động kinh doanh. Tóm lại môi trường chính trị có ảnh hưởng tới việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh bằng cách tác động đến hoạt động của doanh nghiệp thông qua hệ thống công cụ vĩ mô...

### **1.3. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp**

Trong cơ chế thị trường ở nước ta hiện nay, hầu hết các doanh nghiệp đều phải đối đầu với sự cạnh tranh gay gắt của các doanh nghiệp trong và ngoài ngành. Có rất nhiều doanh nghiệp đã trụ vững và phát triển do hoạt động có kết quả, nhưng cũng có không ít doanh nghiệp bị thua lỗ, giải thể hoặc phá sản. Cho nên buộc các doanh

ngành phải luôn tìm ra các biện pháp để không ngừng nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của mình. Bản chất của phạm trù sản xuất kinh doanh cho ta thấy nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh chính là nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường giúp cho doanh nghiệp tồn tại ngày càng phát triển.

### ***1.3.1. Hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh là công cụ quản lý kinh doanh***

Để tiến hành bất kỳ một hoạt động sản xuất kinh doanh cũng đều phải tập hợp các phương tiện vật chất cũng như con người và thực hiện sự kết hợp giữa lao động với các yếu tố vật chất để tạo ra kết quả phù hợp với ý đồ của doanh nghiệp và từ đó có thể tạo ra lợi nhuận. Như vậy, mục tiêu bao trùm lâu dài của kinh doanh là tạo ra lợi nhuận, tối đa hóa lợi nhuận trên cơ sở những nguồn lực sản xuất sẵn có. Để đạt được mục tiêu này quản trị doanh nghiệp phải sử dụng nhiều phương pháp khác nhau. Hiệu quả kinh doanh là một trong các công cụ để các nhà quản trị thực hiện chức năng.

### ***1.3.2. Sản xuất kinh doanh có hiệu quả là điều kiện sống còn đối với mọi doanh nghiệp***

Sản xuất ra cái gì? như thế nào? cho ai? sẽ không thành vấn đề phải tranh luận nếu như nguồn tài nguyên thiên nhiên không hạn chế. Người ta có thể sản xuất ra vô tận hàng hoá, sử dụng thiết bị máy móc, nguyên vật liệu, lao động, một cách không cần tính toán, không cần suy nghĩ cũng chẳng sao nếu nguồn tài nguyên là vô tận. Nhưng thực tế, mọi nguồn tài nguyên trên trái đất như đất đai, khoáng sản, hải sản,... là một phạm trù hữu hạn và ngày càng khan hiếm cạn kiệt do con người khai thác và sử dụng chúng không đúng cách. Trong khi đó dân số ngày càng tăng làm cho nhu cầu tiêu dùng vật phẩm của con người tăng cao. Do tài nguyên thiên nhiên ngày càng khan hiếm nên con người phải có sự lựa chọn nhất định. Trước đây, khi tài nguyên thiên nhiên còn dồi dào, sản xuất của xã hội loài người được phát triển theo chiều rộng. Tăng trưởng kết quả sản xuất trên cơ sở gia tăng các yếu tố sản xuất, lao động, đất đai...

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

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

#### **1.4. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh**

##### **1.4.1. Chỉ tiêu tổng quát**

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \frac{\text{Kết quả đầu ra}}{\text{Yếu tố đầu vào}}$$

Kết quả đầu ra được đo bằng các chỉ tiêu như: giá trị tổng sản lượng, tổng doanh thu thuần, lợi nhuận thuần, lợi tức gộp... Còn yếu tố đầu vào bao gồm lao động, tư liệu lao động, đối tượng lao động, vốn chủ sở hữu, vốn vay...

Công thức trên phản ánh sức sản xuất (hay sức sinh lời) của các chỉ tiêu phản ánh đầu vào, được tính cho tổng số và cho riêng phần gia tăng.

Hiệu quả kinh doanh lại có thể tính bằng cách so sánh nghịch đảo:

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \frac{\text{Yếu tố đầu vào}}{\text{Kết quả đầu ra}}$$

Công thức này phản ánh năng suất hao phí của các chỉ tiêu đầu vào nghĩa là để có 1 đơn vị kết quả đầu ra thì hao phí hết mấy đơn vị chi phí (hoặc vốn) ở đầu vào.

##### **1.4.2. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định**

## \* Hiệu suất sử dụng vốn cố định

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn cố định} = \frac{\text{Doanh thu (hoặc doanh thu thuần) trong kỳ}}{\text{Số vốn cố định bình quân trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ trung bình 1 đồng vốn cố định thì tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu thể hiện trình độ sử dụng tài sản cố định, khả năng sinh lợi của tài sản trong kinh doanh.

Số vốn cố định bình quân trong kỳ được tính theo phương pháp bình quân số học giữa số vốn cố định ở đầu kỳ và cuối kỳ:

$$\text{Số vốn cố định bình quân trong kỳ} = \frac{\text{Số vốn cố định đầu kỳ} + \text{Số vốn cố định cuối kỳ}}{2}$$

Trong đó số vốn cố định ở đầu kỳ( hoặc cuối kỳ) được tính theo công thức:

$$\text{Số vốn cố định ở đầu kỳ (hoặc cuối kỳ)} = \text{Nguyên giá TSCĐ ở đầu kỳ(hoặc cuối kỳ)} - \text{Số tiền khấu hao lũy kế ở đầu kỳ hoặc cuối kỳ}$$

$$\begin{array}{ccccccc} \text{Số tiền} & & \text{Số tiền} & & \text{Số tiền} & & \text{Số tiền} \\ \text{khấu hao} & = & \text{khấu} & + & \text{khấu} & - & \text{khấu hao} \\ \text{lũy kế ở} & & \text{hao ở} & & \text{hao tăng} & & \text{giảm trong} \\ \text{cuối kỳ} & & \text{đầu kỳ} & & \text{trong kỳ} & & \text{kỳ} \end{array}$$

## \* Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận vốn cố định phản ánh một đồng vốn cố định trong kỳ có thể tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế (hoặc lợi nhuận sau thuế thu nhập).

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế (hoặc sau thuế thu nhập)}}{\text{Số vốn cố định bình quân trong kỳ}} \times 100\%$$

## \* Hiệu suất sử dụng tài sản cố định

$$\begin{aligned} \text{Hiệu suất sử dụng tài sản cố định} &= \frac{\text{Tổng doanh thu thuần (hoặc giá trị sản lượng)}}{\text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định}} \\ \text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định} &= \frac{\text{Nguyên giá tài sản cố định đầu kỳ} + \text{Nguyên giá tài sản cố định cuối kỳ}}{2} \end{aligned}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định đem lại mấy đồng doanh thu thuần (hay giá trị sản lượng)

*\* Sức sinh lợi của tài sản cố định*

$$\text{Sức sinh lợi của tài sản cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định}}$$

Chỉ tiêu sức sinh lợi của TSCĐ cho biết 1 đồng nguyên giá TSCĐ đem lại mấy đồng lợi nhuận thuần hay lãi gộp

*\* Suất hao phí tài sản cố định*

$$\text{Suất hao phí tài sản cố định} = \frac{\text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định}}{\text{Doanh thu thuần hay lợi nhuận thuần (hay tổng giá trị sản lượng)}}$$

Qua chỉ tiêu này ta thấy để có được 1 đồng doanh thu thuần hay lợi nhuận thuần cần bao nhiêu đồng nguyên giá TSCĐ bình quân.

### **1.4.3. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động**

*\* Phân tích chung*

+ Sức sản xuất của vốn lưu động:



$$\text{Sức sản xuất của vốn lưu động} = \frac{\text{Tổng doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân năm}}$$

Trong đó:

$$\text{Vốn lưu động bình quân tháng} = \frac{\text{Vốn lưu động đầu tháng} + \text{Vốn lưu động cuối tháng}}{2}$$

$$\text{Vốn lưu động bình quân quý} = \frac{\text{Cộng vốn lưu động bình quân 3 tháng}}{3}$$

$$\text{Vốn lưu động bình quân năm} = \frac{\text{Cộng vốn lưu động bình quân 4 quý}}{4}$$

Sức sản xuất của vốn lưu động cho biết 1 đồng vốn lưu động đem lại mấy đồng doanh thu thuần

+ Sức sinh lợi của vốn lưu động

$$\text{Sức sinh lợi của vốn lưu động} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân năm}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn lưu động làm ra mấy đồng lợi nhuận thuần hay lãi gộp trong kỳ

*\* Phân tích tốc độ luân chuyển của vốn lưu động*

+ Số vòng quay vốn lưu động:

$$\text{Số vòng quay vốn lưu động} = \frac{\text{Tổng số doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết vốn lưu động quay được mấy vòng trong kỳ. Nếu số vòng quay tăng, chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn tăng và ngược lại. Chỉ tiêu này còn được

gọi là “hệ số luân chuyển”

+ Thời gian của một vòng luân chuyển:

$$\text{Thời gian của 1 vòng luân chuyển} = \frac{\text{Thời gian của kỳ phân tích (360 ngày)}}{\text{Số vòng quay của vốn lưu động trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này thể hiện số ngày cần thiết cho vốn lưu động quay được 1 vòng. Thời gian của 1 vòng luân chuyển càng nhỏ thì tốc độ luân chuyển càng lớn và rút ngắn chu kỳ kinh doanh, vốn quay vòng hiệu quả hơn.

+ Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động:

$$\text{Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động} = \frac{\text{Vốn lưu động bình quân}}{\text{Tổng số doanh thu thuần}}$$

Hệ số này càng nhỏ chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn càng cao, số vốn tiết kiệm được càng nhiều. Qua chỉ tiêu này ta biết được để có 1 đồng doanh thu thì cần mấy đồng vốn lưu động.

#### ***1.4.4. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động***

\* *Mức sinh lời của một lao động*

$$\text{Mức sinh lời của một lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Số lượng lao động bình quân}}$$

Trong đó:

$$\text{Số lượng lao động bình quân} = \frac{\text{Số LĐ đầu kỳ} + \text{Số LĐ cuối kỳ}}{2}$$

Chỉ tiêu này cho biết mỗi lao động được sử dụng trong doanh nghiệp tạo ra bao nhiêu lợi nhuận trong kỳ nhất định.

\* *Doanh thu bình quân của một lao động*

$$\text{Doanh thu bình quân của 1 lao động} = \frac{\text{DT tiêu thụ sản phẩm trong kỳ (DT thuần)}}{\text{Số lượng LĐ bình quân năm}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một lao động có thể tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ

#### **1.4.5. Chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng chi phí**

Chi phí là một chỉ tiêu bằng tiền của tất cả các chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra trong quá trình sản xuất kinh doanh. Nếu giảm chi phí sẽ làm tốc độ vốn lưu động quay nhanh hơn và là biện pháp quan trọng để hạ giá thành sản phẩm.

\* Hệ số chi phí được xác định theo công thức sau:

$$\text{Hệ số chi phí} = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng chi phí trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng chi phí cho hoạt động sản xuất kinh doanh trong kỳ thu được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng cao càng tốt vì nó thể hiện mỗi đồng chi phí mà Doanh nghiệp bỏ ra để sản xuất kinh doanh đã mang lại hiệu quả tốt.

\* Tỷ suất lợi nhuận chi phí

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

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng chi phí cho hoạt động sản xuất kinh doanh trong kỳ thu được bao nhiêu lợi nhuận.

#### **1.4.6. Các chỉ tiêu sinh lời**

##### **1.4.6.1. Khả năng sinh lời so với doanh thu**

Tỷ số này đo lường khả năng sinh lời so với doanh thu. Phản ánh 1 đồng doanh thu mà doanh nghiệp thực hiện trong kỳ có mấy đồng lợi nhuận.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Doanh thu (thuần)}}$$

#### 1.4.6.2. Khả năng sinh lời của tài sản (ROA)

Tỷ số này đo lường khả năng sinh lời so với tài sản, hay nói cách khác nó phản ánh 1 đồng giá trị tài sản mà doanh nghiệp đã huy động vào sản xuất kinh doanh tạo ra mấy đồng lợi nhuận trước thuế và lãi vay.

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế và lãi vay}}{\text{Giá trị tài sản bình quân}}$$

#### 1.4.6.3. Khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE)

Mục tiêu hoạt động của doanh nghiệp là tạo ra lợi nhuận cho các chủ doanh nghiệp. Doanh lợi vốn chủ sở hữu chỉ là chỉ tiêu đánh giá mức độ thực hiện của chỉ tiêu này.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh 1 đồng vốn mà chủ sở hữu bỏ vào kinh doanh mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Tỷ suất này càng lớn biểu hiện xu hướng tích cực, nó đo lường lợi nhuận đạt được trên vốn góp của chủ sở hữu. Những nhà đầu tư thường quan tâm đến chỉ tiêu này vì họ quan tâm đến khả năng thu được lợi nhuận so với vốn mà họ bỏ ra.

## **1.5. Các phương pháp phân tích hoạt động kinh doanh**

### **1.5.1. Phương pháp so sánh**

- Là phương pháp lâu đời nhất và được áp dụng rộng rãi nhất. So sánh trong phân tích kinh tế là đối chiếu các chỉ tiêu, các hiện tượng kinh tế đã được lượng hóa có cùng một nội dung, một tính chất tương tự nhau.

- Phương pháp so sánh có nhiều dạng:

- So sánh các số liệu thực hiện với các số liệu định mức hay kế hoạch.

- So sánh số liệu thực tế giữa các kỳ, các năm.

- So sánh số liệu thực hiện với các thông số kỹ thuật - kinh tế trung bình hoặc tiên tiến.

- So sánh số liệu của doanh nghiệp mình với số liệu của doanh nghiệp tương đương hoặc đối thủ cạnh tranh.

- So sánh các thông số kỹ thuật - kinh tế của các phương án kinh tế khác.

- Điều kiện so sánh phải đảm bảo thống nhất về nội dung kinh tế của chỉ tiêu, đảm bảo thống nhất về phương pháp tính các chỉ tiêu, thống nhất về đơn vị tính các chỉ tiêu về số lượng, thời gian, giá trị.

- Khi so sánh mức đạt được trên các chỉ tiêu ở các đơn vị khác nhau ngoài các điều kiện trên đã nêu, cần đảm bảo điều kiện khác như cùng phương hướng kinh doanh và điều kiện kinh doanh tương tự nhau.

- Trong phân tích có thể so sánh: Số tương đối, số tuyệt đối và số bình quân.

Số tuyệt đối là số tập hợp trực tiếp từ các yếu tố cấu thành hiện tượng kinh tế được phản ánh, như: tổng giá trị sản xuất, tổng chi phí kinh doanh, tổng lợi nhuận... Phân tích bằng số tuyệt đối cho thấy được khối lượng quy mô của hiện tượng kinh tế. Các số tuyệt đối được so sánh phải có cùng một nội phản ánh, cách tính toán xác định, phạm vi, kết cấu và đơn vị đo lường.

Số tương đối là số biểu thị dưới dạng phần trăm số tỉ lệ hoặc hệ số. Số tương đối đánh giá được sự thay đổi kết cấu các hiện tượng kinh tế, đặc biệt cho phép liên

kết các chỉ tiêu không tương đương để phân tích. Tuy nhiên, số tương đối không phản ánh được chất lượng bên trong cũng như qui mô của hiện tượng kinh tế.

Số bình quân là số phản ánh mặt chung nhất của hiện tượng, bỏ qua sự phát triển không đồng đều của các bộ phận cấu thành hiện tượng kinh tế. Số bình quân có thể biểu thị dưới dạng số tuyệt đối (năng suất lao động bình quân, vốn lưu động bình quân..), cũng có thể biểu thị dưới dạng số tương đối ( hệ số phí bình quân, hệ số doanh lợi...). Sử dụng số bình quân cho phép nhận định tổng quát về hoạt động kinh tế của doanh nghiệp, xây dựng các định mức kinh tế kỹ thuật.

### ***1.5.2. Phương pháp thay thế liên hoàn***

- Phương pháp thay thế liên hoàn là thay thế lần lượt số liệu gốc hoặc số liệu kế hoạch bằng số liệu thực tế của nhân tố ảnh hưởng tới một chỉ tiêu kinh tế được phân tích theo đúng logic quan hệ giữa các nhân tố. Phương pháp thay thế liên hoàn có thể áp dụng được khi mỗi quan hệ giữa các chỉ tiêu và giữa các nhân tố, các hiện tượng kinh tế có thể biểu thị bằng một hàm số. Thay thế liên hoàn thường được sử dụng để tính toán mức ảnh hưởng của các nhân tố tác động cùng một chỉ tiêu phân tích, nhân tố thay thế là nhân tố được tính mức ảnh hưởng, còn các nhân tố khác giữ nguyên, lúc đó so sánh mức chênh lệch hàm số giữa cái trước nó và cái đã được thay thế sẽ tính được mức ảnh hưởng của nhân tố được thay thế.

- Điều kiện để áp dụng: Các nhân tố phải có sự liên hệ với nhau dưới dạng tích số.

Giả sử chỉ tiêu A có mối quan hệ với 2 nhân tố và mỗi quan hệ đó được biểu hiện dưới dạng hàm số:

$$A = f(X, Y)$$

và  $A_0 = f(X_0, Y_0)$

$$A_1 = f(X_1, Y_1)$$

Để tính toán ảnh hưởng của các nhân tố X, Y tới chỉ tiêu A, thay thế lần lượt X, Y. Lúc đó, giả sử thay thế nhân tố X trước Y ta có:

- Mức ảnh hưởng của nhân tố X đến chỉ tiêu A:

$$\Delta x = f(X_1, Y_0) - f(X_0, Y_0)$$

- Mức ảnh hưởng của nhân tố Y đến chỉ tiêu A:

$$\Delta y = f(X_1, Y_1) - f(X_1, Y_0)$$

Có thể bằng cách tương tự nếu ta thay thế nhân tố Y trước, nhân tố X sau, ta có:

$$\Delta y = f(X_0, Y_1) - f(X_0, Y_0)$$

$$\Delta x = f(X_1, Y_1) - f(X_0, Y_1)$$

Như vậy, khi trình tự thay thế khác nhau, có thể thu được các kết quả khác nhau về mức ảnh hưởng của cùng một nhân tố tới cùng một chỉ tiêu. Đây là nhược điểm nổi bật của phương pháp này.

Xác định trình tự thay thế liên hoàn hợp lý là một yêu cầu khi sử dụng phương pháp này. Trật tự thay thế liên hoàn thường quy định như sau:

- Nhân tố số lượng thay thế trước, nhân tố chất lượng thay thế sau
- Nhân tố ban đầu thay thế trước, nhân tố thứ phát thay thế sau

### ***1.5.3. Phương pháp liên hệ***

- Liên hệ cân đối: Đây là phương pháp mô tả và phân tích các hiện tượng kinh tế giữa chúng tồn tại mối quan hệ cân bằng hoặc cần phải tồn tại sự cân bằng. Cơ sở của phương pháp này là sự cân đối về lượng giữa 2 mặt của yếu tố và quá trình kinh doanh: Giữa tổng vốn và tổng nguồn vốn; giữa nguồn thu, huy động và tình hình sử dụng các quỹ, các quỹ, các loại vốn. Phương pháp liên hệ cân đối được sử dụng rộng rãi trong phân tích tài chính; phân tích sự vận động của hàng hóa, vật tư tự nhiên, xác định điểm hòa vốn; phân tích cán cân thương mại...

- Liên hệ trực tuyến: Là mối liên hệ theo một hướng xác định giữa các chỉ tiêu nhân tố với chỉ tiêu phân tích được xác định mức độ ảnh hưởng một cách trực tiếp, không cần thông qua một chỉ tiêu chung gian nào, như lợi nhuận với giá bán, giá thành...

- Liên hệ phi tuyến: Là mối liên hệ giữa các chỉ tiêu trong mức liên hệ không được xác định theo tỷ lệ chiều hướng liên hệ luôn biến đổi: Năng xuất thu hoạch với số năm kinh doanh của vườn cây lâu năm...

#### ***1.5.4. Phương pháp hồi quy tương quan***

- Hồi quy tương quan là các phương pháp của toán học, được vận dụng trong phân tích kinh doanh để biểu hiện và đánh giá mối quan hệ tương quan giữa các chỉ tiêu kinh tế.

- Phương pháp tương quan là quan sát mối liên hệ giữa một tiêu thức kết quả và một hoặc nhiều tiêu thức nguyên nhân nhưng ở dạng liên hệ thực. Còn hồi quy là phương pháp xác định độ biến thiên của tiêu thức kết quả theo sự biến thiên của tiêu thức nguyên nhân. Bởi vậy, hai phương pháp này có quan hệ chặt chẽ với nhau và có thể gọi tắt là phương pháp tương quan. Nếu quan sát đánh giá mối liên hệ giữa một tiêu thức kết quả và một tiêu thức nguyên nhân gọi là tương quan đơn. Nếu quan sát đánh giá mối liên hệ giữa một tiêu thức kết quả và nhiều tiêu thức nguyên nhân gọi là tương quan bội.

#### **1.6. Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh**

- Hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp chịu sự tác động tổng hợp của nhiều yếu tố, nhiều khâu cho nên muốn nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh phải giải quyết tổng hợp, đồng bộ nhiều vấn đề, bằng nhiều biện pháp tổng hợp như:

\* Thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh số bán ra.

\* Giảm chi phí, phân tích xem chi phí nào là bất hợp lý, tìm biện pháp cắt giảm chi phí hạ giá thành sản phẩm.

\* Cải tiến kỹ thuật, nâng cao trình độ lao động để góp phần nâng cao năng suất lao động.

- Đi vào chi tiết từng chỉ tiêu hiệu quả, để nâng cao hiệu quả về một mặt nào đó tương ứng với chỉ tiêu hiệu quả nào đó ta lại có những biện pháp cụ thể khác nhau:

##### ***1.6.1. Quản lý và sử dụng tốt nguồn nhân lực của doanh nghiệp***

- Trong các nguồn lực đầu vào của quá trình sản xuất kinh doanh, yếu tố con



người giữ một vai trò quyết định, khai thác và sử dụng tốt nguồn nhân lực trong sản xuất kinh doanh thể hiện qua các biện pháp sau:

\* Kiện toàn bộ máy tổ chức quản lý, thực hiện tinh giảm biên chế, sắp xếp lại sản xuất và lao động.

\* Phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, áp dụng kỹ thuật và công nghệ mới vào sản xuất.

\* Áp dụng chế độ thưởng phạt kịp thời nhằm động viên khuyến khích người lao động.

### ***1.6.2. Sử dụng vốn một cách có hiệu quả***

- Vốn đầu tư luôn là nhân tố quan trọng đối với bất kỳ doanh nghiệp nào. Huy động và sử dụng vốn có hiệu quả là vấn đề lớn của mỗi doanh nghiệp.

Thông thường có một số biện pháp sử dụng vốn có hiệu quả như sau:

\* Xây dựng cơ cấu vốn hợp lý, sử dụng vốn hợp lý và tiết kiệm trên tất cả các khâu của quá trình sản xuất (dự trữ, lưu thông). Tăng tốc độ chu chuyển vốn lưu động, giảm tối đa vốn thừa và không cần thiết.

\* Đối với tài sản cố định phải tận dụng hết thời gian và công suất của tài sản. Muốn vậy việc đầu tư xây dựng trên cơ cấu tài sản cố định hợp lý theo hướng tập trung vốn cho máy móc thiết bị, cho đổi mới công nghệ, thực hiện hiện đại hoá thiết bị và ứng dụng công nghệ tiên tiến.

### ***1.6.3. Tăng doanh thu***

Doanh thu = giá bán x sản lượng tiêu thụ

- Để tăng doanh thu cần tăng sản lượng sản phẩm tiêu thụ hoặc tăng giá bán. Muốn vậy, doanh nghiệp cần phải nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường, mở rộng sản xuất kinh doanh, mở rộng mạng lưới tiêu thụ, có các chính sách marketing hợp lý.

### ***1.6.4. Giảm chi phí***

- Chi phí, giá thành sản phẩm là chỉ tiêu quan trọng có tính chất tổng hợp phản ánh chất lượng của các hoạt động sản xuất kinh doanh. Doanh nghiệp có thể áp dụng biện pháp nhằm cắt giảm chi phí bằng cách sử dụng tối ưu các yếu tố đầu vào như:

Tiết kiệm chi phí nguyên vật liệu: trong ngành sản xuất quạt điện chi phí nguyên vật liệu thường chiếm tỉ trọng lớn (trên 80%) trong tổng chi phí. Do đó tiết kiệm nguyên vật liệu phải được đặt lên hàng đầu trong cắt giảm chi phí.

Biện pháp để tiết kiệm chi phí nguyên vật liệu có thể là:

- + Xây dựng kế hoạch, định mức nguyên vật liệu một cách cụ thể, chi tiết và chính xác.
- + Áp dụng những thành tựu tiên bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất kinh doanh.
- + Có kế hoạch cung ứng (đặt hàng, bảo quản, cấp phát) nguyên vật liệu cho sản xuất kinh doanh.

+ Thực hiện chế độ thưởng phạt bằng vật chất kết hợp giáo dục, hướng tính tự giác thực hành tiết kiệm cho con người...

Quản lý và sử dụng tiết kiệm lao động: Biện pháp này giúp doanh nghiệp giảm chi phí tiền công. Tạo điều kiện để người lao động phát huy năng lực chuyên môn, sức khoẻ, tài năng, nhiệt tình, trách nhiệm cao với công việc làm cho sức lao động sử dụng hợp lý và tiết kiệm nhằm tăng năng suất lao động trong kinh doanh.

Dùng quỹ lương làm đòn bẩy để tăng năng suất lao động, làm giảm chi phí khấu hao tài sản cố định cho một đơn vị sản phẩm.

**CHƯƠNG 2****PHÂN TÍCH ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY  
TNHH HÙNG HƯƠNG****2.1. Giới thiệu khái quát về công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng  
may tiêu dùng Hùng Hương****2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty**

Tên doanh nghiệp: **Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng  
may tiêu dùng Hùng Hương**

Tên viết tắt : 2Hcompany

Tên tiếng Anh :

Địa chỉ trụ sở chính : Số 1/226 Hai Bà Trưng, phường An Biên, quận Lê  
Chân, Thành phố Hải Phòng

Điện thoại : (031) 3832344

Fax : 031.3595568

Email : [2hcompany.hp@gmail.com](mailto:2hcompany.hp@gmail.com)

Logo : 2H

Vốn điều lệ : 4.000.000.000 đồng

Thành viên góp vốn : Bà Phạm Thị Hương 3.500.000.000 đồng

Ông Nguyễn Quân 500.000.000 đồng

**Người đại diện theo pháp luật của công ty :**

Chức danh : Giám đốc

Họ và tên : **PHẠM THỊ HƯƠNG**

Giới tính : Nữ

Sinh ngày : **07/08/1964** Dân tộc : **Kinh** Quốc tịch : **Việt Nam**

CMND số : **030572202**

Ngày cấp : **08/04/1979**

Nơi cấp : **CA Hải Phòng**

Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú : **Số 1/226 Hai Bà Trưng - An Biên - Lê Chân - Hải Phòng**

Chỗ ở hiện nay : **Số 1/226 Hai Bà Trưng - An Biên - Lê Chân - Hải Phòng**

Tên địa chỉ chi nhánh công ty :

- *Chi nhánh 1:* Nhà nghỉ Phong Lan

Địa chỉ: Số 2 khu An Trì Hùng Vương – Quận Hồng Bàng – TP. Hải Phòng

- *Chi nhánh 2:* Công ty TNHH TM & SX hàng may TD Hùng Hương

Địa chỉ: Xóm 4 xã Tân Tiến – huyện An Dương – TP. Hải Phòng

- *Chi nhánh 3:* Công ty TNHH TM & SX hàng may TD Hùng Hương

Địa chỉ: Số 150 – Khu 2 – Quán Toan – Quận Hồng Bàng – TP. Hải Phòng

Sau nhiều năm hoạt động trong lĩnh vực may mặc hàng tiêu dùng với các sản phẩm chủ yếu là cặp, túi sách, ba lô, vali....phục vụ cho nhiều đối tượng khách hàng cơ sở sản xuất Hùng Hương đã từng bước gây dựng được thị phần của mình tại Hải Phòng và đang dần mở rộng ra thị trường các tỉnh miền Bắc như Hải Phòng, Hưng Yên, Hà Nội, Quảng Ninh...

Đến ngày 27/02/2006 để đáp ứng nhu cầu thị trường và tính thiết yếu của thị trường, cơ sở sản xuất Hùng Hương đã quyết định thành lập doanh nghiệp lấy tên là : Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương, vốn điều lệ ban đầu là 2 tỷ đồng. Sau một thời gian hoạt động công ty TNHH Thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương đã quyết định thay đổi giấy phép đăng ký kinh doanh vào ngày 12/9/2006, nâng tổng số vốn điều lệ của công ty lên 4 tỷ đồng.

Sau 5 năm hoạt động công ty đang từng bước khẳng định tên tuổi của mình trên lĩnh vực hàng may tiêu dùng Hải Phòng và thương hiệu 2H đã dần dần tạo dựng được niềm tin cho khách hàng. Đồng thời, công ty cũng tham gia kinh doanh một số lĩnh vực thương mại khác với mục đích đem lại lợi nhuận để phát triển công ty.

Là một doanh nghiệp mới thành lập và thời gian hoạt động chưa lâu nên Công ty khó tránh khỏi được những khó khăn về mặt tài chính và nhân lực, nhưng với sự đồng lòng và quyết tâm cao của ban Giám đốc cùng toàn thể cán bộ công nhân viên

trong Công ty thương hiệu 2H đang từng bước vượt qua những khó khăn đó và khẳng định chỗ đứng của mình trên thị trường hàng may mặc.

### **2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của công ty**

#### **2.1.2.1. Chức năng**

Ngành nghề kinh doanh :

- Dịch vụ xuất nhập khẩu hàng hóa.
- Kinh doanh và sản xuất hàng may tiêu dùng.
- Kinh doanh máy móc, thiết bị, phụ tùng, vật tư, nguyên-phụ liệu ngành may.
- Kinh doanh nhà nghỉ.
- Kinh doanh văn phòng phẩm, sách, thiết bị trường học.
- Đào tạo, dạy nghề máy may công nghiệp.

#### **2.1.2.2. Nhiệm vụ**

- Hoạt động kinh doanh theo đúng ngành nghề đã đăng ký.  
- Lập sổ kế toán, ghi chép sổ kế toán, hóa đơn chứng từ và lập báo cáo tài chính trung thực chính xác.

- Đăng ký thuế, kê khai thuế, nộp thuế và thực hiện các nghĩa vụ tài chính khác theo yêu cầu, quy định của pháp luật.

- Kê khai và định kỳ báo cáo chính xác, đầy đủ các thông tin về tình hình hoạt động và tài chính của công ty với cơ quan có thẩm quyền và cơ quan đăng ký kinh doanh, với thành viên góp vốn; khi phát hiện thông tin không chính xác thì phải kịp thời chỉnh sửa lại.

- Ưu tiên sử dụng lao động trong nước, bảo đảm quyền, lợi ích của người lao động theo quy định của pháp luật về lao động, tôn trọng quyền tổ chức công đoàn theo pháp luật của công đoàn.

- Tuân thủ theo quy định pháp luật về quốc phòng, an ninh, kinh tế-xã hội, trật tự an toàn xã hội.

- Thực hiện các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật.

### **2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty**

- Công ty đang sở hữu một lực lượng lao động lành nghề với 80 lao động trực tiếp và 9 lao động gián tiếp.

- Thành viên Hội đồng quản trị :

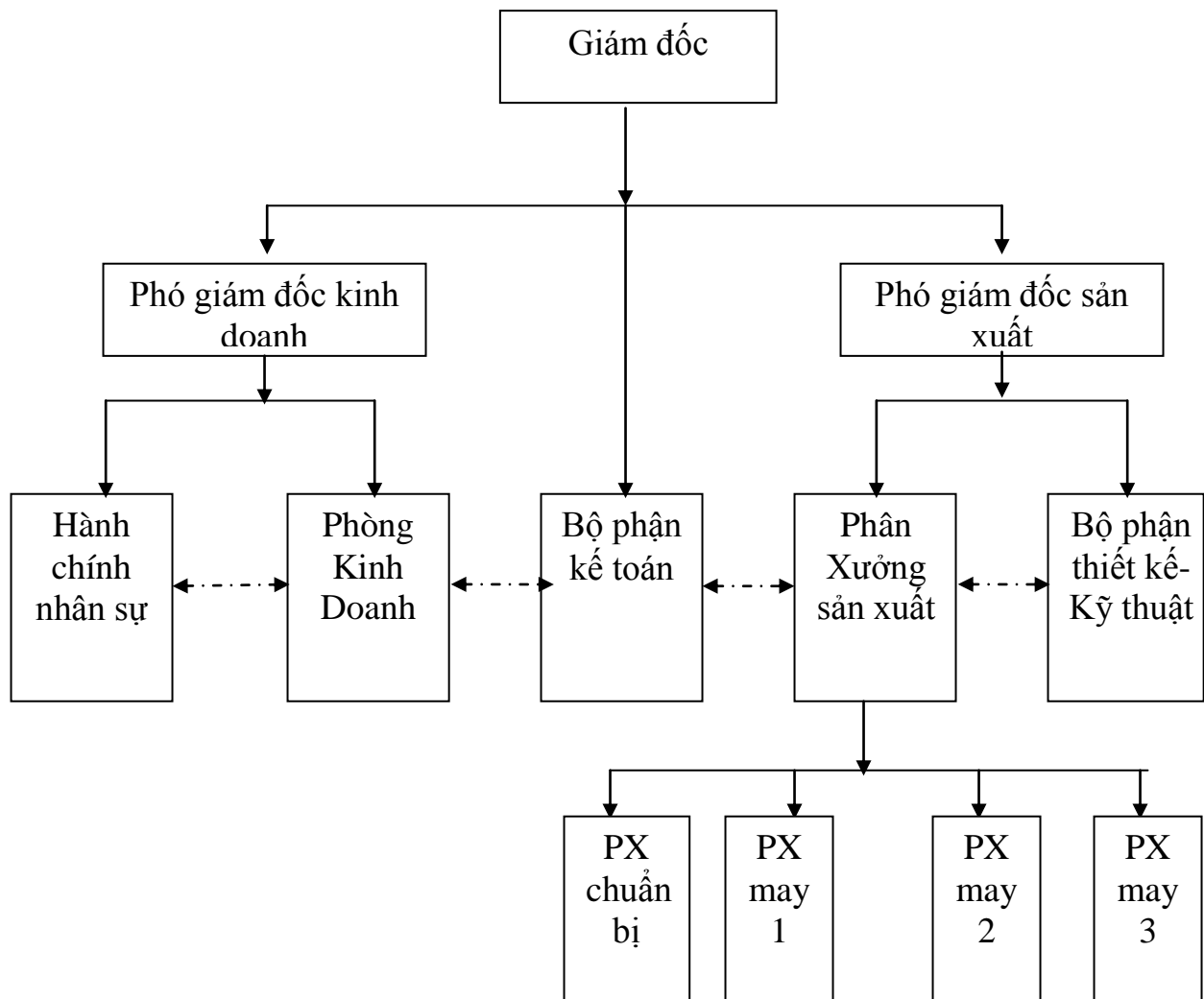
+ Bà Phạm Thị Hương - Giám đốc

+ Ông Nguyễn Mạnh Hùng - Phó Giám đốc

+ Ông Nguyễn Quân - Phó Giám đốc - Trưởng phòng HC-NS

+ Ông Hoàng Văn Đức – Trưởng phòng kinh doanh

**Sơ đồ 2.1 : MÔ HÌNH TỔ CHỨC QUẢN LÝ**



Qua sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy hoạt động hiện nay của công ty ta thấy: Cơ cấu tổ chức quản lý của công ty được bố trí theo kiểu trực tuyến chức năng. Giám đốc ra lệnh điều hành trực tiếp trong doanh nghiệp thông qua các Phó Giám đốc, các Trưởng phòng ban. Ngược lại, các Phó Giám đốc, các Trưởng phòng ban có trách nhiệm tham mưu cho Giám đốc theo chức năng nhiệm vụ được giao. Cơ cấu tổ chức bộ máy doanh nghiệp như vậy là rất hợp lý trong tình hình sản xuất hiện nay của công ty, các phòng ban được bố trí tương đối gọn nhẹ, không chồng chéo và có quan hệ mật thiết với nhau về mặt nghiệp vụ. Điều này giúp cho công ty có thể dễ dàng kiểm tra việc thực hiện mệnh lệnh của Giám đốc và giúp cho Giám đốc có những chỉ đạo nhanh chóng kịp thời trong hoạt động của công ty.

#### **Chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận:**

Ban Giám đốc: gồm Giám đốc và 2 Phó Giám đốc:

**Giám đốc:** Chịu trách nhiệm chỉ đạo chung. Trực tiếp chỉ đạo và quản lý 6 phòng ban và 3 phân xưởng

- **Phó Giám đốc kinh doanh:** có nhiệm vụ tham mưu cho Ban giám đốc và điều hành việc tổ chức kinh doanh thương mại tại thị trường trong nước.

- **Phó Giám đốc sản xuất:** Giúp việc cho giám đốc, trực tiếp điều hành, chỉ đạo, xây dựng tiến độ sản xuất, giao kế hoạch sản xuất hàng tháng cho các phân xưởng. Tổ chức kiểm kê hạch toán nội bộ, chỉ đạo các phòng chức năng về định mức tiêu hao vật tư.

#### **Chức năng các phòng ban nghiệp vụ**

##### **\* Phòng hành chính nhân sự**

- Nhân sự : gồm 1 người

- Nhiệm vụ:

+ Xây dựng kế hoạch tuyển dụng lao động hàng tháng, quý, năm.

+ Bố trí, sắp xếp lao động làm việc cho các phòng ban, phân xưởng để thực hiện kế hoạch sản xuất.

- 
- + Thực hiện chế độ chính sách cho người lao động: BHYT, BHXH,....
  - + Tham mưu cho giám đốc xây dựng nội quy lao động, quy chế trả lương, thưởng, quy chế dân chủ trong công ty.
  - + Quy chế khen thưởng và kỷ luật cho nhân viên toàn công ty.
  - + Tổ chức tổng kết phong trào thi đua toàn công ty.

**\* Phòng kinh doanh**

- Nhân sự: gồm 4 người
- Nhiệm vụ:
  - + Tham mưu cho giám đốc việc lập kế hoạch mua các loại nguyên phụ liệu phục vụ cho quá trình sản xuất, cung ứng các loại sản phẩm theo nhu cầu của khách hàng.
  - + Tham mưu cho giám đốc việc lập kế hoạch sản xuất các mặt hàng, biện pháp để tăng khối lượng hàng bán ra.
  - + Kết hợp với các phòng ban khác để thực hiện quảng cáo thương hiệu, phát triển sản phẩm.
  - + Theo dõi hoạt động của các cửa hàng tiêu thụ, đưa sản phẩm mới đi chào hàng, mang hàng đi giao và thu tiền ở các cửa hàng....

**\* Bộ phận kế toán**

- Nhân sự: gồm 1 người
- Nhiệm vụ:
  - + Lập báo cáo tài chính theo quy định của nhà nước.
  - + Theo dõi các khoản thu chi trong doanh nghiệp.
  - + Tập hợp chi phí nguyên vật liệu, tiền công, tiền lương để tính giá thành sản phẩm.

**\* Bộ phận thiết kế - kỹ thuật**

- Nhân sự: gồm 2 người
- Nhiệm vụ:
  - + Quản lý định mức, chi phí sản xuất.



- + Quản lý công nghệ sản xuất các sản phẩm của công ty.
- + Kiểm tra chất lượng vật tư đầu vào, sản phẩm của doanh nghiệp.
- + Lập kế hoạch, tham gia theo dõi và quyết toán kế hoạch sửa chữa lớn.
- + Quản lý kỹ thuật các thiết bị trong dây chuyền sản xuất...
- + Nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, cải tiến chất lượng sản phẩm.

#### **\* Phân xưởng sản xuất**

Nhân sự: gồm 80 công nhân được chia làm 4 phân xưởng

- Phân xưởng chuẩn bị: gồm 10 công nhân
  - + Chức năng:
    - Kiểm tra chất lượng nguyên, phụ liệu đầu vào.
    - Pha cắt nguyên phụ liệu theo mẫu thiết kế.
  - Phân xưởng may 1: gồm 24 công nhân
    - + Chức năng:
      - May các loại cặp đựng laptop
      - Kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi xuất xưởng
    - Phân xưởng may 2: gồm 22 công nhân
      - + Chức năng:
        - May các loại ba lô, túi du lịch.
        - Kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi xuất xưởng
      - Phân xưởng may 3: gồm 24 công nhân
        - + Chức năng:
          - May các loại cặp học sinh, sinh viên.
          - Kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi xuất xưởng

### ***2.1.4. Hoạt động sản xuất, kinh doanh của Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương***

#### ***2.1.4.1. Sản phẩm***

Hiện nay, công ty đang sản xuất chủ yếu các mặt hàng theo lô với số lượng lớn, tùy vào từng thời kỳ :

- Cặp đựng laptop.
- Ba lô.
- Túi sách.
- Túi du lịch.
- Cặp học sinh, sinh viên.

**Bảng 2.1: Bảng kết cấu sản phẩm và doanh thu của công ty năm 2010**

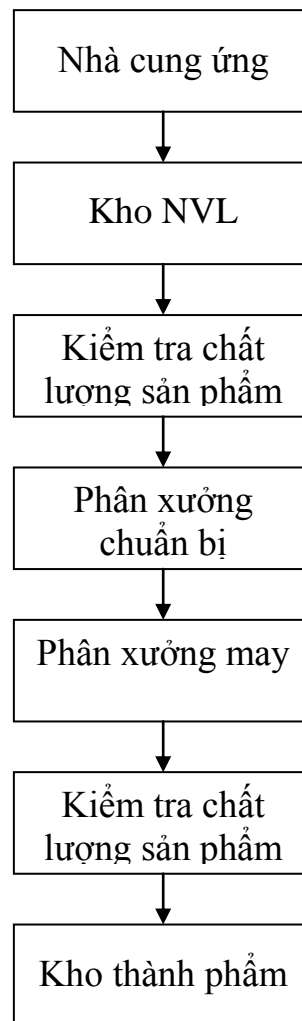
Tên	Doanh thu (Đv: 1000 Đ)	Tỷ trọng (Đv: %)
Cặp đựng laptop	162.743	38%
Ba lô, túi du lịch	137.486	32%
Cặp học sinh, sinh viên	129.540	30%
Tổng	429.769	100%

( Nguồn : phòng kinh doanh )

#### 2.1.4.2. Đặc điểm quy trình sản xuất sản phẩm

Do đặc điểm các sản phẩm của công ty tương đối giống nhau nên dây chuyền sản xuất tương đối đơn giản :

Nguyên vật liệu đầu vào được vận chuyển từ các nhà cung ứng về nhập kho chờ xuất cho quá trình sản xuất. Bắt đầu quá trình sản xuất, nguyên vật liệu được xuất kho đưa đi kiểm tra chất lượng, loại bỏ những nguyên vật liệu không đạt yêu cầu. Tiếp đó nguyên vật liệu có chất lượng tốt được chuyển vào phân xưởng chuẩn bị để sơ chế, cắt miếng rồi chuyển đến các phân xưởng may để tiến hành sản xuất. Có 3 phân xưởng may, mỗi phân xưởng đảm nhiệm sản xuất một loại sản phẩm. Sau khi quá trình may hoàn tất, thành phẩm từ được đưa qua khâu kiểm tra chất lượng sản phẩm, trả lại những sản phẩm lỗi không đạt yêu cầu. Cuối cùng thành phẩm được chuyển vào kho thành phẩm bảo quản và chờ xuất ra thị trường tiêu thụ.

**Sơ đồ 2.2 : Sơ đồ quy trình sản xuất sản phẩm****2.1.4.3. Đặc điểm thị trường**

Trong nền kinh tế thị trường với nhiều đối thủ cạnh tranh như ngày nay, vấn đề thị phần ngày càng trở nên quan trọng. Nhận thức được điều này, Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương trong những năm gần đây đã chú trọng công tác Marketing, nhờ đó mà thị trường của Công ty đã được mở rộng, không còn bị bó hẹp trong thị trường nội tỉnh. Hiện nay sản phẩm của Công ty đã có mặt ở hầu hết các tỉnh phía Bắc và Công ty đã có một hệ thống các đại lý ở các địa phương trong tỉnh và các tỉnh, thành phố khác.

Tuy nhiên, các sản phẩm của Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương chỉ tiêu thụ chủ yếu ở thị trường miền Bắc từ Thái Bình trở ra.

Hiện nay, các sản phẩm của công ty chưa xâm nhập được nhiều vào thị trường miền Trung và Nam Bộ một phần do yếu tố địa lý ảnh hưởng đến vận chuyển dẫn đến chi phí cao ảnh hưởng tới giá bán, một phần do có sự cạnh tranh của các doanh nghiệp cùng ngành ở phía Nam và phần nữa cũng do sản phẩm của công ty còn ít được người tiêu dùng phía Nam biết đến. Điều đó đã làm thu hẹp địa bàn tiêu thụ sản phẩm của công ty và làm ảnh hưởng tới doanh số tiêu thụ sản phẩm.

#### *2.1.4.4. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty*

Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương là doanh nghiệp chuyên sản xuất kinh doanh các loại cặp sách. Sản phẩm chủ yếu của doanh nghiệp là: cặp lap top, cặp sinh viên, ba lô, túi du lịch ....

Trước khi đi vào phân tích hiệu quả kinh doanh của Công ty, ta xem xét bảng Báo cáo kết quả kinh doanh và bảng Cân đối kế toán trong năm vừa qua.

**Bảng 2.3. Bảng cân đối kế toán năm 2010**

ĐVT : đồng

<b>TÀI SẢN</b>	<b>Mã số</b>	<b>Thuyết minh</b>	<b>Số cuối năm</b>	<b>Số đầu năm</b>
<b>A, TÀI SẢN NGẮN HẠN</b>	<b>100</b>		<b>856.562.481</b>	<b>782.186.909</b>
<b>I. Tiền và các khoản tương đương tiền</b>	<b>110</b>	III.01	<b>379.566.980</b>	<b>132.661.937</b>
<b>II. Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn</b>	<b>120</b>	III.05		
<b>III. Các khoản phải thu ngắn hạn</b>	<b>130</b>		<b>300.000</b>	<b>28.600.000</b>
1. Phải thu của khách hàng	131			28.600.000
2. Trả trước cho người bán	132		30.0000	
<b>IV. Hàng tồn kho</b>	<b>140</b>			<b>424.733.235</b>
1. Hàng tồn kho	141	III.02		424.733.235
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149			
<b>V. Tài sản ngắn hạn khác</b>	<b>150</b>		<b>476.695.501</b>	<b>196.191.737</b>
1. Thuế GTGT được khấu trừ	151		26.162.480	16.834.812
2. Thuế và các khoản phải thu nhà nước	152			1.829.710
3. Tài sản ngắn hạn khác	158		450.533.021	177.527.215
<b>B – TÀI SẢN DÀI HẠN</b>	<b>200</b>		<b>680.368.877</b>	<b>629.317.100</b>
<b>I. Tài sản cố định</b>	<b>210</b>	III.03.04	<b>680.368.877</b>	<b>629.317.100</b>
1. Nguyên giá	211		511.000.000	680.368.877
2. Giá trị hao mòn lũy kế	212			(51.051.777)
3. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	213		169.368.877	
<b>II, Bất động sản đầu tư</b>	<b>220</b>			
<b>III. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn</b>	<b>230</b>	III.05		
<b>IV. Tài sản dài hạn khác</b>	<b>240</b>			
<b>TỔNG CỘNG TÀI SẢN</b>	<b>250</b>		<b>1.536.931.358</b>	<b>1.411.504.009</b>
<b>NGUỒN VỐN</b>				
<b>A – Nợ phải trả</b>	<b>300</b>		<b>475.869.730</b>	<b>323.739.720</b>
<b>I. Nợ ngắn hạn</b>	<b>310</b>		<b>475.869.730</b>	<b>323.739.720</b>
1. Vay ngắn hạn	311		468.000.000	270.000.000
2. Phải trả cho người bán	312			50.103.340
3. Người mua trả tiền trước	313			
4. Thuế và các khoản phải nộp nhà nước	314	III.06	7.869.730	
7. Các khoản phải trả ngắn hạn khác	318			3.636.380
<b>II. Nợ dài hạn</b>	<b>320</b>			
<b>B – VỐN CHỦ SỞ HỮU</b>	<b>400</b>		<b>1.061.061.628</b>	<b>1.087.764.289</b>
<b>I. Vốn chủ sở hữu</b>	<b>410</b>	III.07	<b>1.060.046.457</b>	<b>1.086.749.118</b>
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	411		1.100.000.000	1.180.000.000
7. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	417		(39.953.543)	(93.250.882)
<b>II. Quỹ khen thưởng phúc lợi</b>	<b>430</b>		<b>1.015.171</b>	<b>1.015.171</b>
<b>TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN</b>	<b>440</b>		<b>1.536.931.358</b>	<b>1.411.504.009</b>

( nguồn : phòng tài chính kế toán )

*Nhận xét:* Qua bảng Cân đối kế toán của Công ty trong 2 năm qua ta thấy:

**\* Về tổng tài sản:**

Tổng tài sản của Công ty cuối kỳ tăng so với đầu kỳ :

$$1.536.931.358 - 1.411.504.009 = 125.427.349 \text{ đồng}$$

Như vậy tổng tài sản cuối năm so với đầu năm tăng: 125.427.349 đồng, tương ứng với tỉ lệ 8,89 %, điều này cho thấy Công ty đã huy động vốn, tăng quy mô sản xuất, cụ thể là:

- Đối với Tài sản ngắn hạn : tăng 74.375.572 đồng, tương đương với 9,51 %, do biến động của các chỉ tiêu sau :

$$+ \text{ Do tiền tăng: } 379.556.980 - 132.661.937 = 246.905.043 \text{ đồng}$$

+ Do tài sản ngắn hạn khác tăng:  $476.695.501 - 196.191.737 = 280.503.764$  đồng

+ Do các khoản phải thu ngắn hạn giảm 28.300.000 và hàng tồn kho giảm hơn 400 triệu.

- Đối với tài sản dài hạn : tăng 51.051.777 đồng tương đương với 8,11 %

Như vậy, trong năm qua, các khoản phải thu của Công ty giảm, chứng tỏ Công ty đang kiểm soát công nợ khá tốt, bên cạnh đó, hơn 400 triệu hàng tồn kho đã tiêu thụ hết nhưng doanh thu từ hoạt động bán hàng chỉ là 89.000 đồng chứng tỏ việc sản xuất kinh doanh đang không mang lại hiệu quả, nếu tình trạng này kéo dài sẽ ảnh hưởng đến tương lai của doanh nghiệp.

Đối với tài sản dài hạn, trong năm qua tăng chủ yếu là Công ty đầu tư mua sắm thêm một số trang thiết bị để phục vụ cho quá trình sản xuất.

**\* Về tổng nguồn vốn:**

Tổng nguồn vốn của Công ty tăng:  $1.536.931.358 - 1.411.504.009 = 125.427.349$  đồng , tương đương với 8,89% nguyên nhân tăng là do:

$$- \text{ Nợ phải trả tăng: } 475.869.730 - 323.739.720 = 152.130.010 \text{ đồng}$$

$$- \text{ Vốn chủ giảm: } 1.087.764.289 - 1.061.061.628 = 26.702.661 \text{ đồng}$$

## 2.2. Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương

### 2.2.1. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

#### 2.2.1.1. Đặc điểm lao động của công ty

##### \* Cơ cấu lao động của công ty

Lao động có vai trò quan trọng, là nguồn tiềm năng lớn tạo ra của cải vật chất. Do vậy khi nói đến yếu tố lao động không chỉ đơn thuần đề cập đến số lượng và chất lượng mà còn cả việc tuyển chọn, đào tạo lao động, bố trí sắp xếp, quản lý và sử dụng lao động để đem lại hiệu quả cao đó mới là vấn đề phức tạp. Là công ty sản xuất sản phẩm nên đội ngũ công nhân kỹ thuật chiếm tỷ trọng cao trong tổng số lao động.

Tổng số lao động của Công ty được phân thành hai khối: Khối gián tiếp và khối trực tiếp. Cụ thể số lượng và cơ cấu mỗi loại thể hiện qua bảng sau :

**Bảng 2.4. Bảng cơ cấu lao động của công ty**

Stt	Nội dung	Năm 2009		Năm 2010		Chênh lệch (2010/2009)	
		Người	%	Người	%	(+;-)	%
	Tổng số lao động	88	100	89	100	1	1,1
1	Lao động gián tiếp	9	10,23	9	89,77	-	-
2	Lao động trực tiếp	79	10,11	80	89,89	1	1,3

( Nguồn :Theo số liệu phòng Tổ chức – Hành chính )

*Nhận xét:* Qua bảng trên ta nhận thấy lao động chủ yếu trong doanh nghiệp là lao động trực tiếp, chiếm gần 90% tổng số lao động toàn công ty. Tổng số lượng lao động trong công ty năm 2010 so với năm 2009 chỉ tăng thêm 1 lao động ( lao động trực tiếp ) còn lượng cán bộ quản lý luôn giữ nguyên chứng tỏ sự ổn định trong ban bộ máy điều hành.

**Bảng : 2.5 Cơ cấu sử dụng lao động theo giới tính, độ tuổi**

ĐVT: người

Năm	Giới tính		Độ tuổi			Tổng
	Nam	Nữ	20-30	31-50	>50	
2009	15	73	63	22	3	88
	17,04%	82,96%	71,59%	25%	3,41%	100%
2010	16	73	64	22	3	89
	17,98%	82,02%	71,91%	24,72%	3,37%	100%

(Nguồn : Phòng nhân sự)

*Nhận xét:* Do đặc thù của sản xuất của ngành dệt may nên lao động chủ yếu trong công ty là nữ (hơn 80 %). Lao động nam chỉ chiếm tỉ lệ nhỏ (năm 2009 và năm 2010 không đổi là 17,04%, năm 2010 là 17,98 %). Độ tuổi >50 số lượng rất nhỏ và đều là các chức danh lãnh đạo công ty đã nhiều năm nên có nhiều kinh nghiệm trong công tác quản lý. Độ tuổi từ 20 – 30 có tỉ trọng lớn (hơn 70%) khiến cho công ty có lợi thế về sức khỏe và độ linh hoạt trong công việc cũng như khả năng học tập và áp dụng công nghệ mới. Nhưng do tỉ lệ nữ nhiều lại trong độ tuổi sinh đẻ nên dễ gây sự xáo động về số lượng lao động.

\* Chế độ làm việc của công ty

**Bảng 2.6 : Bảng thời gian lao động**

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Tăng/giảm
1. Tổng số ngày theo dương lịch	365	365	-
2. Tổng số ngày lễ, chủ nhật	56	56	-
3. Tổng số ngày làm việc theo chế độ	309	309	-
4. Tổng số ngày nghỉ	15	19	4
5. Số ngày làm thêm	13	13	-
6. Ngày làm việc thực tế	307	303	-4

(Nguồn : Phòng nhân sự)



*Nhận xét:* Qua bảng thời gian lao động của Công ty, ta nhận thấy số ngày lao động thực tế năm 2010 giảm đi 4 ngày, như vậy sẽ ảnh hưởng đến công tác sản xuất của công ty, tuy nhiên số ngày làm thêm lại không tăng thêm so với năm 2009. Qua điều tra cho thấy số ngày nghỉ trên chủ yếu là nghỉ ốm, chứng tỏ sức khỏe của lao động không được tốt. Công ty cần có những biện pháp cải thiện môi trường làm việc, sắp xếp thời gian lao động hợp lý giúp công nhân có điều kiện làm việc tốt nhất để đạt hiệu quả cao .

### 2.2.1.2. Hiệu quả sử dụng lao động

**Bảng 2.7. Sức sản xuất và sức sinh lời của lao động**

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	376.432.480	429.769.198	53.336.718	14,2
LN sau thuế	Đồng	(53.297.339)	1.015.171	54.312.510	101,2
Tổng số LĐ bq	Người	88	89	1	1,1
SSX của LĐ	Đồng	4.277.642	4.828.867	551.225	12,9
SSL của LĐ	Đồng	(605.651)	11.406	617.057	101,9

(Nguồn : Phòng nhân sự)

*Nhận xét:* Qua bảng trên ta thấy trong năm 2010, doanh thu và lợi nhuận cùng với số lao động của công ty đều tăng. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng doanh thu và tốc độ tăng trưởng lợi nhuận lớn hơn tốc độ tăng lao động rất do đó sức sản xuất của lao động và sức sinh lời của lao động của Công ty tăng. Cụ thể:

- Sức sản xuất của lao động năm 2009 là 4.277.642, năm 2010 là 4.828.867 tăng so với năm 2009 là 551.225 và tốc độ tăng trưởng tăng trưởng là 12.9 %. Với sức sản xuất của lao động như vậy, trong năm 2010 trung bình mỗi nhân viên của công ty làm ra gần 5 triệu đồng doanh thu cho công ty.

- Sức sinh lời của lao động từ - 605.651 đã tăng lên 11.406 . Như vậy, trung bình mỗi lao động trong năm năm 2010 tạo ra được cho công ty hơn 11 nghìn đồng lợi nhuận.

Qua phân tích trên ta thấy: Sức sản xuất và sức sinh lời của lao động năm 2010 cao hơn năm 2009 chứng tỏ công ty sử dụng lao động hiệu quả. Sức sinh lời của lao động trong năm 2010 tăng chứng tỏ trình độ tay nghề của người lao động còn đã được nâng cao. Công ty cần duy trì và phát huy trong những năm tới.

\* *Phân tích mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố lên sức sản xuất và sức sinh lời của lao động.*

Các kí hiệu :  $DT_i, LN_i$ : Doanh thu, lợi nhuận của công ty năm  $i$

$LD_i$ : Số lao động bình quân năm  $i$

$\Delta SSX_{ld}, \Delta SSL_{ld}$ : Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của lao động năm  $i+1$  và năm  $i$

$\Delta SSX_{ld}(X), \Delta SSL_{ld}(X)$ : Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời của lao động năm  $i+1$  và năm  $i$  do ảnh hưởng của nhân tố  $X$

\* Sức sản xuất của lao động: Chịu tác động của hai nhân tố là số lao động và doanh thu

$$\text{Sức sản xuất của lao động} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng lao động bình quân}}$$

$$\Delta SSX_{ld} = \frac{DT_{2010}}{LD_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{LD_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố số lao động

$$\Delta SSX_{ld} \left( \begin{matrix} \text{LD} \\ \text{DT} \end{matrix} \right) = \frac{DT_{2009}}{LD_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{LD_{2009}} = \frac{376.432.408}{89} - \frac{376.432.408}{88} = -48.064$$

Lao động tăng lên đã ảnh hưởng rõ rệt đến sức sản xuất của lao động. Cụ thể lao động tăng thêm 1 người đã làm cho sức sản xuất của lao động giảm đi 48.063 đồng.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSX_{ld} \left( \begin{matrix} \text{DT} \\ \text{LD} \end{matrix} \right) = \frac{DT_{2010}}{LD_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{LD_{2010}} = \frac{429.769.198}{89} - \frac{376.432.408}{89} = 599.289$$

Doanh thu năm tăng 53.336.718 đồng làm tăng sức sản xuất của lao động thêm 599.289 đồng.

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố lao động và doanh thu lên sức sản xuất của lao động của Công ty như sau:

$$\Delta SSX_{ld} = -48.064 + 599.289 = 551.225$$

\* Sức sinh lời của lao động: Chịu tác động của hai nhân tố là số lao động và lợi nhuận

$$\text{Sức sinh lời của lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tổng lao động bình quân}}$$

$$\Delta SSL_{ld} = \frac{LN_{2010}}{LD_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{LD_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố số lao động

$$\Delta SSL_{ld}(LD) = \frac{LN_{2009}}{LD_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{LD_{2009}} = \frac{-53.297.339}{89} - \frac{-53.297.339}{88} = 6.805$$

Lao động tăng thêm 1 người đã làm sức sinh lời của lao động tăng lên 6.805 đồng

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSL_{ld}(LN) = \frac{LN_{2010}}{LD_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{LD_{2010}} = \frac{1.015.171}{89} - \frac{-53.297.339}{89} = 610.252$$

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố lao động và lợi nhuận lên sức sinh lời của lao động của Công ty:

$$\Delta SSL_{ld} = 6.805 + 610.252 = 617.057$$

*Kết luận:* Trong năm 2010 công ty sử dụng lao động có hiệu quả hơn thể hiện ở sức sản xuất và sức sinh lời của lao động đều tăng so với năm 2009.

**2.2.2. Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản****2.2.2.1. Tài sản của công ty**

Theo chuẩn mực kế toán Việt Nam số 01 “Chuẩn mực chung”: Tài sản là nguồn lực do doanh nghiệp kiểm soát và có thể thu được lợi ích kinh tế trong tương lai. Cơ cấu tài sản tại thời điểm cuối năm 2009 và 2010 của Công ty như sau :

**Bảng 2.8. Tài sản của công ty**

TÀI SẢN	Mã số	Thuyết minh	Số cuối năm	Số đầu năm
<b>A, TÀI SẢN NGẮN HẠN</b>	<b>100</b>		<b>856.562.481</b>	<b>782.186.909</b>
<b>I. Tiền và các khoản tương đương tiền</b>	<b>110</b>	III.01	379.566.980	132.661.937
<b>II. Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn</b>	<b>120</b>	III.05		
<b>III. Các khoản phải thu ngắn hạn</b>	<b>130</b>		300.000	28.600.000
1. Phải thu của khách hàng	131			28.600.000
2. Trả trước cho người bán	132		30.0000	
<b>IV. Hàng tồn kho</b>	<b>140</b>			424.733.235
1. Hàng tồn kho	141	III.02		424.733.235
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149			
<b>V. Tài sản ngắn hạn khác</b>	<b>150</b>		476.695.501	196.191.737
1. Thuế GTGT được khấu trừ	151		26.162.480	16.834.812
2. Thuế và các khoản phải thu nhà nước	152			1.829.710
3. Tài sản ngắn hạn khác	158		450.533.021	177.527.215
<b>B – TÀI SẢN DÀI HẠN</b>	<b>200</b>		<b>680.368.877</b>	<b>629.317.100</b>
<b>I. Tài sản cố định</b>	<b>210</b>	III.03.04	680.368.877	629.317.100
1. Nguyên giá	211		511.000.000	680.368.877
2. Giá trị hao mòn lũy kế	212			(51.051.777)
3. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	213		169.368.877	
<b>II, Bất động sản đầu tư</b>	<b>220</b>			
<b>III. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn</b>	<b>230</b>	III.05		
<b>IV. Tài sản dài hạn khác</b>	<b>240</b>			
<b>TỔNG CỘNG TÀI SẢN</b>	<b>250</b>		<b>1.536.931.358</b>	<b>1.411.504.009</b>

(Nguồn : phòng kế toán )

*Kết luận:* Sau khi tìm hiểu từng khoản mục trong tổng tài sản ta có được cơ cấu tài sản của Công ty như sau:

**Bảng 2.9. Bảng cơ cấu tổng tài sản**

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010	
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
Tài sản ngắn hạn	782.186.909	55%	856.562.481	56%
Tài sản dài hạn	629.317.100	45%	680.368.877	44%
<b>Tổng tài sản</b>	<b>1.411.504.009</b>	<b>100%</b>	<b>1.536.931.358</b>	<b>100%</b>

Ta thấy rằng cuối năm 2010 tài sản của công ty tăng 8,9% so với đầu năm. Hầu hết các khoản mục tài sản trong tổng tài sản đều tăng. Tỷ trọng tài sản ngắn hạn và tài sản dài hạn trên tổng tài sản khá đều nhau, đầu năm 2010, tài sản ngắn hạn chiếm 55% tổng tài sản, cuối năm tỷ trọng này là 56% (tăng 1%).

#### 2.2.2.2. Hiệu quả sử dụng tổng tài sản

**Bảng 2.10. Sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng tài sản**

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	376.432.480	429.769.198	53.336.718	14,2
LN sau thuế	Đồng	(53.279.339)	1.015.171	54.294.510	101,2
TTS bình quân	Đồng	1.143.857.246	1.349.357.468	205.500.222	17,9
SSX của TTS	Lần	0,33	0,32	(0,01)	3,03
SSL của TTS	Lần	(0,05)	0,001	0,051	(102)

*Nhận xét:* Ta thấy rằng các chỉ tiêu sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng tài sản của Công ty đã bị giảm sút. Sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng tài sản của Công ty năm 2009 đạt 0,33 và -0,05, có nghĩa là với mỗi 1000 đồng tài sản tham gia vào hoạt động kinh doanh chỉ mang về cho Công ty 330 đồng doanh thu và -50 đồng lợi nhuận. Sang năm 2010, các chỉ tiêu này đã suy giảm, cụ thể sức sản xuất đã giảm xuống 0,32 và sức sinh lợi đã dương nhưng còn rất nhỏ ( 0,001 ). Sau đây ta sẽ xem

xét ảnh hưởng của các nhân tố tổng tài sản và doanh thu/lợi nhuận lên sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng tài sản.

*\* Phân tích mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố lên sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng tài sản*

Các ký hiệu sử dụng:

$DT_i, LN_i$ : Doanh thu, lợi nhuận của công ty năm  $i$

$TTS_i$ : Tổng tài sản bình quân năm  $i$

$\Delta SSX_{TTS}, \Delta SSL_{TTS}$ : chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng tài sản năm  $i+1$  và năm  $i$

$\Delta SSX_{TTS}(X), \Delta SSL_{TTS}(X)$ : chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng tài sản năm  $i+1$  và năm  $i$  do ảnh hưởng của nhân tố  $X$

\* Sức sản xuất của tổng tài sản: Chịu tác động của hai nhân tố là tổng tài sản và doanh thu.

$$\text{Sức sản xuất của tổng tài sản} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

$$\Delta SSX_{TTS} = \frac{DT_{2010}}{TTS_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TTS_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố tổng tài sản

$$\Delta SSX_{TTS} \left( \text{TTS} \right) = \frac{DT_{2009}}{TTS_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TTS_{2009}} = \frac{376.432.480}{1.349.357.468} - \frac{376.432.480}{1.143.857.246} = -0,05$$

Do tổng tài sản trung bình của công ty năm 2010 tăng so với tổng tài sản trung bình của năm 2009 do đó đã làm cho sức sản xuất của tổng tài sản giảm đi 0,05

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSX_{TTS} \left( \text{DT} \right) = \frac{DT_{2010}}{TTS_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TTS_{2010}} = \frac{429.769.198}{1.349.357.468} - \frac{376.432.480}{1.349.357.468} = 0,04$$

Khi xét đến sức sản xuất của bất kỳ yếu tố đầu vào nào, doanh thu luôn là nhân tố làm tăng sức sản xuất của các yếu tố đầu vào đó vì doanh thu năm 2010 tăng 53.336.718 đồng so với doanh thu năm 2009. Với sức sản xuất của tổng tài sản, doanh thu tăng đã làm cho sức sản xuất của tổng tài sản tăng lên 0,04

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tổng tài sản và doanh thu lên sức sản xuất của tổng tài sản của Công ty như sau:

$$\Delta SSX_{TTS} = -0,05 + 0,04 = -0,01$$

\* Sức sinh lời của tổng tài sản: Chịu tác động của hai nhân tố tổng tài sản và lợi nhuận sau thuế.

$$\text{Sức sinh lời của tổng tài sản} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

$$\Delta SSL_{TTS} = \frac{LN_{2010}}{TTS_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TTS_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố tổng tài sản

$$\Delta SSL_{TTS} \text{ (TS)} = \frac{LN_{2009}}{TTS_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TTS_{2009}} = \frac{-53.279.339}{1.349.357.468} - \frac{-53.279.339}{1.143.857.246} = 0,011$$

Khi tổng tài sản tăng lên một lượng 205.500.222 đồng đã làm cho sức sinh lời của tổng tài sản giảm đi 0,011, có nghĩa là khi tài sản tăng lên 1000 đồng thì làm ảnh hưởng tăng sức sinh lợi của tổng tài sản thêm 11 đồng.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận

$$\Delta SSL_{TTS} \text{ (QT)} = \frac{LN_{2010}}{TTS_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TTS_{2010}} = \frac{1.015.171}{1.349.357.468} - \frac{-53.279.339}{1.349.357.468} = 0,04$$

Do lợi nhuận năm 2010 tăng 54.294.510 đồng làm cho sức sinh lời của tổng tài sản tăng thêm 0,04.

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tổng tài sản và lợi nhuận lên sức sinh lời của tổng tài sản của Công ty như sau:

$$\Delta SSL_{TTS} = 0,011 + 0,04 = 0,051$$

Điều đó có nghĩa là mỗi 1000 đồng tài sản trung bình của năm 2010 sinh lời nhiều hơn mỗi 1000 đồng tài sản trung bình của năm 2009 là 51 đồng. Như vậy trong năm 2010 công ty đã sử dụng tổng tài sản hiệu quả hơn so với năm 2009.

## 2.2.2.3. Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn

**Bảng 2.11. Sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản ngắn hạn**

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	376.432.480	429.769.198	53.336.718	14,2
LN sau thuế	Đồng	(53.279.339)	1.015.171	54.294.510	101,2
TSNH bình quân	Đồng	665.349.186	769.981.609	104.632.423	15,7
SSX của TSNH	Lần	0,57	0,56	(0,01)	(1,75)
SSL của TSNH	Lần	(0,08)	0,001	0,081	(1,0125)

*Nhận xét:* Qua bảng trên ta thấy sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản ngắn hạn của Công ty năm 2009 đạt 0,57 và -0,08. Tuy nhiên, đến năm 2010, các chỉ tiêu này là 0,56 và 0,001.

\* *Phân tích mức độ ảnh hưởng của các nhân tố lên sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản ngắn hạn*

\* Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn: Chịu tác động của hai nhân tố là tài sản ngắn hạn và doanh thu.

$$\text{Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tài sản ngắn hạn bình quân}}$$

$$\Delta SSX_{TSNH} = \frac{DT_{2010}}{TSNH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSNH_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố tài sản ngắn hạn

$$\Delta SSX_{TSNH} \left( \begin{matrix} \text{TSNH} \\ \text{TSNH} \end{matrix} \right) = \frac{DT_{2009}}{TSNH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSNH_{2009}} = \frac{376.432.480}{769.981.609} - \frac{376.432.480}{665.349.186} = -0,07$$

Khi tài sản ngắn hạn trung bình của công ty tăng thêm 104.632.423 đồng đã làm cho sức sản xuất của tài sản ngắn hạn của Công ty giảm đi một lượng là 0,07



điều đó có nghĩa là cứ 1000 đồng tài sản ngắn hạn của năm 2010 mang về cho Công ty một khoản doanh thu ít hơn của năm 2009 là 70 đồng.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSX_{TSNH}^{DT} = \frac{DT_{2010}}{TSNH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSNH_{2009}} = \frac{429.769.198}{769.981.609} - \frac{376.432.480}{769.981.609} = 0,06$$

Doanh thu tăng trưởng làm cho sức sản xuất của tài sản ngắn hạn của công ty trong năm 2010 đã tăng thêm 0,06 so với sức sản xuất của tài sản ngắn hạn của công ty năm 2009.

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tài sản ngắn hạn và doanh thu lên sức sản xuất của tài sản ngắn hạn như sau:

$$\Delta SSX_{TSNH} = - 0,07 + 0,06 = - 0,01$$

Sự tăng lên của tài sản ngắn hạn làm sức sản xuất của tài sản ngắn hạn giảm xuống, còn sự tăng trưởng doanh thu khiến sức sản xuất của tài sản ngắn hạn tăng lên. Kết hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố trên đã khiến sức sinh lời của tài sản ngắn hạn giảm xuống 0,01

\* Sức sinh lời của tài sản ngắn hạn: Chịu tác động của hai nhân tố là tài sản ngắn hạn và lợi nhuận sau thuế

$$\text{Sức sinh lời của tài sản ngắn hạn} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tài sản ngắn hạn bình quân}}$$

$$\Delta SSL_{TSNH} = \frac{LN_{2010}}{TSNH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSNH_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố tài sản ngắn hạn

$$\Delta SSL_{TSNH}^{TSNH} = \frac{LN_{2009}}{TSNH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSNH_{2009}} = \frac{-53.279.339}{769.981.609} - \frac{-53.279.339}{665.349.186} = 0,011$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận

$$\Delta SSL_{TSNH}^{LN} = \frac{LN_{2010}}{TSNH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSNH_{2010}} = \frac{1.015.171}{769.981.609} - \frac{-53.279.339}{769.981.609} = 0,07$$

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tài sản ngắn hạn và lợi nhuận lên sức sinh lời của tài sản ngắn hạn của Công ty như sau:

$$\Delta SSL_{TSNH} = 0,011 + 0,07 = - 0,081$$

*Kết luận:* Ta thấy rằng sức sinh lời của tài sản ngắn hạn của Công ty năm 2010 đều tăng so với năm 2009. Chứng tỏ năm 2010 Công ty sử dụng tài sản ngắn hạn hiệu quả hơn tuy nhiên chỉ số đó vẫn còn rất thấp cần có hướng đi mới có hiệu quả hơn.

2.2.2.4. *Hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn*

**Bảng 2.12. Sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản dài hạn**

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	376.432.480	429.769.198	53.336.718	14,2
LN sau thuế	Đồng	(53.279.339)	1.015.171	54.294.510	101,2
TSDH bình quân	Đồng	488.508.060	579.375.859	90.867.799	18,6
SSX của TSDH	Lần	0,77	0,74	(0,03)	(3,9)
SSL của TSDH	Lần	(0,11)	0,002	0,112	1,02

*Nhận xét:* Sức sản xuất của tài sản dài hạn của công ty trong năm 2010 giảm còn sức sinh lời của tài sản dài hạn tăng so với năm 2009.

\* *Phân tích mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố lên sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản dài hạn*

\* Sức sản xuất của tài sản dài hạn: Chịu tác động của hai nhân tố là tài sản dài hạn và doanh thu.

$$\text{Sức sản xuất của tài sản dài hạn} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tài sản dài hạn bình quân}}$$

$$\Delta SSX_{TSDH} = \frac{DT_{2010}}{TSDH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSDH_{2009}}$$

- *Mức độ ảnh hưởng của nhân tố tài sản dài hạn*

$$\Delta SSX_{TSDH} \left( \begin{matrix} \text{DT} \\ \text{TSDH} \end{matrix} \right) = \frac{DT_{2009}}{TSDH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSDH_{2009}} = \frac{376.432.480}{579.375.859} - \frac{376.432.480}{488.508.060} = -0,12$$

Khi tài sản dài hạn trung bình của công ty tăng đã làm cho sức sản xuất của tài sản dài hạn của Công ty giảm đi một lượng là 0,12, điều đó có nghĩa là cứ 1 đồng tài sản dài hạn của năm 2010 mang về cho Công ty một khoản doanh thu ít hơn của năm 2009 là 12 đồng.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSX_{TSDH}^{(DT)} = \frac{DT_{2010}}{TSDH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSDH_{2009}} = \frac{429.769.198}{579.375.859} - \frac{376.432.480}{579.375.859} = 0,09$$

Doanh thu tăng khiến cho sức sản xuất của tài sản dài hạn của công ty trong năm 2010 đã tăng thêm 0,09 so với sức sản xuất của tài sản dài hạn của công ty năm 2009.

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tài sản ngắn hạn và doanh thu lên sức sản xuất của tài sản ngắn hạn như sau:

$$\Delta SSX_{TSDH} = -0,12 + 0,09 = -0,03$$

\* Sức sinh lời của tài sản dài hạn: Chịu ảnh hưởng của hai nhân tố là tài sản dài hạn và lợi nhuận

$$\text{Sức sinh lời của tài sản dài hạn} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tài sản dài hạn bình quân}}$$

$$\Delta SSL_{TSDH} = \frac{LN_{2010}}{TSDH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSDH_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố tài sản dài hạn

$$\Delta SSL_{TSDH}^{(TSDH)} = \frac{LN_{2009}}{TSDH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSDH_{2009}} = \frac{-53.279.339}{579.375.859} - \frac{-53.279.339}{488.508.060} = 0,02$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận

$$\Delta SSL_{TSDH}^{(LN)} = \frac{LN_{2010}}{TSDH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSDH_{2010}} = \frac{1.015.171}{579.375.859} - \frac{-53.279.339}{579.375.859} = 0,092$$

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tài sản dài hạn và lợi nhuận lên sức sinh lời của tài sản dài hạn của Công ty như sau:

$$\Delta SSL_{TSDH} = 0,02 + 0,092 = 0,112$$

## 2.2.2.5. Hiệu quả sử dụng tài sản cố định

**Bảng 2.13. Sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản cố định**

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	376.432.480	429.769.198	53.336.718	14,2
LN sau thuế	Đồng	(53.279.339)	1.015.171	54.294.510	101,2
TSCĐ bq	Đồng	573.441.878	617.438.751	43.996.873	7,7
SSX của TSCĐ	Lần	0,66	0,7	0,04	6,06
SSL của TSCĐ	Lần	(0,09)	0,002	0,092	102,2

*Nhận xét:* Qua bảng trên ta thấy, cả sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản cố định đều tăng. Cụ thể:

- Sức sản xuất của tài sản cố định của công ty năm 2009 là 0,66, tức là mỗi đồng đầu tư vào tài sản cố định mang lại 660 đồng doanh thu cho công ty. Đến năm 2010, sức sản xuất của tổng tài sản là 0,7

- Sức sinh lời của tài sản cố định của công ty từ giá trị (0,09) của năm 2009 lên 0,002 trong năm 2010.

*\* Phân tích mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố lên sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản cố định*

Các kí hiệu sử dụng:

$DT_i, LN_i$ : Doanh thu, lợi nhuận của công ty năm  $i$

$TSCD_i$ : Tài sản cố định bình quân năm  $i$

$\Delta SSX_{TSCD}, \Delta SSL_{TSCD}$ : Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản cố định năm  $i+1$  và năm  $i$

$\Delta SSX_{TSCD}(X), \Delta SSL_{TSCD}(X)$ : Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản cố định năm  $i+1$  và năm  $i$  do ảnh hưởng của nhân tố  $X$

\* Sức sản xuất của tài sản cố định: Chịu tác động của hai nhân tố là tài sản cố định bình quân và doanh thu

$$\text{Sức sản xuất của tài sản cố định} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tài sản cố định bình quân}}$$

$$\Delta SSX_{TSCĐ} = \frac{DT_{2010}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSCĐ_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố giá trị tài sản cố định

$$\Delta SSX_{TSCĐ} \left( \begin{matrix} SCD \\ \end{matrix} \right) = \frac{DT_{2009}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSCĐ_{2009}} = \frac{376.432.480}{617.438.751} - \frac{376.432.480}{573.441.878} = -0,05$$

Do tài sản cố định giảm năm 2010 tăng nên đã làm cho sức sản xuất của tài sản cố định giảm xuống còn 0,05

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSX_{TSCĐ} \left( \begin{matrix} OT \\ \end{matrix} \right) = \frac{DT_{2010}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSCĐ_{2010}} = \frac{429.769.198}{617.438.751} - \frac{376.432.480}{617.438.751} = 0,09$$

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố giá trị tài sản cố định bình quân và doanh thu lên sức sản xuất của tài sản cố định của Công ty như sau:

$$\Delta SSX_{TSCĐ} = - 0,05 + 0,09 = 0,04$$

\* Sức sinh lời của tài sản cố định

$$\text{Sức sinh lời của tài sản cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tài sản cố định bình quân}}$$

$$\Delta SSL_{TSCĐ} = \frac{LN_{2010}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSCĐ_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố giá trị tài sản cố định

$$\Delta SSL_{TSCĐ} \left( \begin{matrix} SCD \\ \end{matrix} \right) = \frac{LN_{2009}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSCĐ_{2009}} = \frac{-53.279.339}{617.438.751} - \frac{-53.279.339}{573.441.878} = 0,007$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận

$$SSL_{TSCĐ} \left( \begin{matrix} N \\ \end{matrix} \right) = \frac{LN_{2010}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSCĐ_{2010}} = \frac{1.015.171}{617.438.751} - \frac{-53.279.339}{617.438.751} = 0,085$$

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố giá trị tài sản cố định bình quân và lợi nhuận lên sức sinh lời của tài sản cố định của Công ty:

$$\Delta SSX_{TSCĐ} = 0,007 + 0,085 = 0,092$$

### 2.2.3. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

#### 2.2.3.1. Vốn chủ sở hữu của công ty

Vốn chủ sở hữu là số vốn của các chủ sở hữu, các nhà đầu tư góp vốn hoặc hình thành từ kết quả kinh doanh và doanh nghiệp không phải cam kết thanh toán. Tùy theo loại hình doanh nghiệp, vốn chủ sở hữu được hình thành từ nhiều nguồn khác nhau nhưng nói chung có thể quy nguồn hình thành vốn chủ sở hữu từ ba nguồn sau đây:

- Nguồn đóng góp ban đầu và bổ sung của các nhà đầu tư: Đây là nguồn chủ sở hữu chủ yếu, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng số vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp. Thực chất, nguồn này là do các nhà đầu tư (các chủ sở hữu) đóng góp tại thời điểm thành lập doanh nghiệp và đóng góp bổ sung thêm trong quá trình kinh doanh.

- Nguồn đóng góp bổ sung từ kết quả hoạt động kinh doanh: Thực chất nguồn này là số lợi nhuận sau thuế chưa phân phối và các khoản có nguồn gốc từ lợi nhuận như quỹ đầu tư phát triển, quỹ dự phòng tài chính, quỹ phúc lợi.

- Nguồn vốn chủ sở hữu khác: khoản chênh lệch do đánh giá lại tài sản, do chênh lệch tỷ giá ngoại tệ, do được ngân sách cấp thêm kinh phí, do các đơn vị phụ thuộc nộp kinh phí quản lý ...

**Bảng 2.14. Vốn chủ sở hữu của công ty mấy năm gần đây**

Chỉ tiêu	31/12/2009 (Đv: Đồng)	31/12/2010 (Đv: Đồng)	Tăng /giảm (Đv: Đồng)	Tỷ lệ (%)
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	1.180.000.000	1.100.000.000	(80.000.000)	(6,78)
2. Lợi nhuận chưa phân phối	(93.250.882)	(39.953.543)	53.297.339	(57,15)
Tổng cộng	1.086.749.118	1.061.061.628	(25.687.490)	(2,36)

Vốn chủ sở hữu của công ty đang có xu hướng giảm dần. Năm 2009 vốn chủ sở hữu còn là 1.180.000.000 đồng đến cuối năm 2010 đã giảm đi 80.000.000 đồng chỉ còn 1.100.000.000 đồng.

### 2.2.3.2. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

**Bảng 2.20. Sức sản xuất và sức sinh lời của vốn chủ sở hữu**

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	376.432.480	429.769.198	53.336.718	14,2
LN sau thuế	Đồng	(53.279.339)	1.015.171	54.294.510	101,2
Vốn CSH bq	Đồng	1.008.144.472	1.017.663.004	9.518,532	0,94
SSX của vốn CSH	Lần	0,37	0,42	0,05	13,5
SSL của vốn CSH	Lần	(0,07)	0,001	0,071	101,4

*Nhận xét:* Qua bảng trên ta thấy: Sức sản xuất của vốn chủ hữu công ty năm 2010 là 0,42 cao hơn 0,05 so với năm 2009, có nghĩa là cứ một đồng vốn chủ sở hữu năm 2010 mang về cho công ty nhiều hơn 50 đồng doanh thu so với năm 2009. Chỉ tiêu sức sinh lời của vốn chủ sở hữu năm 2009 là - 0,07, năm 2010 là 0,001, điều đó tức là năm 2010 vốn chủ sở hữu của công ty đã hoạt động hiệu quả hơn năm 2009, nhưng chỉ số này là còn rất nhỏ.

*\* Phân tích mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố lên sức sản xuất và sức sinh lời của vốn chủ sở hữu*

Các ký hiệu:

$DT_i, LN_i$ : Doanh thu, lợi nhuận của công ty năm  $i$

$VCSH_i$ : Vốn chủ sở hữu trung bình năm  $i$

$\Delta SSX_{CSH}, \Delta SSL_{CSH}$ : Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời của vốn chủ sở hữu năm  $i+1$  và năm  $i$

$\Delta SSX_{CSH}(X), \Delta SSL_{CSH}(X)$ : Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời của vốn chủ sở hữu năm  $i+1$  và năm  $i$  do ảnh hưởng của nhân tố

X

\* Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu: Chịu tác động của hai nhân tố là vốn chủ sở hữu và doanh thu

$$\text{Sức sản xuất của vốn CSH} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

$$\Delta SSX_{CSH} = \frac{DT_{2010}}{VCSH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{VCSH_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố vốn chủ sở hữu

$$\Delta SSX_{CSH} \left( \begin{matrix} CSH \\ \nearrow \end{matrix} \right) = \frac{DT_{2009}}{VCSH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{VCSH_{2009}} = \frac{376.432.480}{1.017.663.047} - \frac{376.432.480}{1.008.144.472} = -0,003$$

Do vốn chủ sở hữu trung bình của năm 2010 đã tăng 9.518,532 đồng so với vốn chủ sở hữu trung bình của năm 2009 do đó đã ảnh hưởng đến sức sản xuất của vốn chủ sở hữu, cụ thể đã làm sức sản xuất của vốn chủ sở hữu giảm 0,003 lần.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSX_{CSH} \left( \begin{matrix} QT \\ \nearrow \end{matrix} \right) = \frac{DT_{2010}}{VCSH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{VCSH_{2010}} = \frac{429.769.198}{1.017.144.472} - \frac{376.432.480}{1.017.144.472} = 0,053$$

Doanh thu là một trong hai yếu tố ảnh hưởng đến sức sản xuất của vốn chủ sở hữu. Doanh thu năm 2010 tăng 54.294.718 đồng kéo theo sức sản xuất của vốn chủ sở hữu tăng lên 0,053 lần.

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố vốn chủ sở hữu và doanh thu lên sức sản xuất của vốn chủ sở hữu của Công ty như sau:

$$\Delta SSX_{CSH} = -0,003 + 0,053 = 0,05$$

Điều đó có nghĩa là năm 2010 mỗi 1000 đồng vốn chủ sở hữu đầu tư vào kinh doanh đã mang lại cho công ty nhiều hơn so với năm 2009 là 50 đồng doanh thu.

\* Sức sinh lời của vốn chủ sở hữu

$$\text{Sức sinh lời của vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

$$\Delta SSL_{CSH} = \frac{LN_{2010}}{VCSH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{VCSH_{2009}}$$



- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố vốn chủ sở hữu

$$\Delta SSL_{CSH} \left( \begin{matrix} CSH \\ \end{matrix} \right) = \frac{LN_{2010}}{VCSH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{VCSH_{2009}} = \frac{-53.279.339}{1.017.663.047} - \frac{-53.279.339}{1.008.144.472} = 0,001$$

Tương tự như đối với sức sản xuất của vốn chủ sở hữu, khi vốn chủ sở hữu trung bình năm 2010 tăng so với vốn chủ sở hữu trung bình năm 2009 thì sức sinh lời của vốn chủ sở hữu cũng tăng lên, tuy nhiên sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu chỉ tăng 0,001, tăng ít hơn sức sản xuất.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSL_{CSH} \left( \begin{matrix} N \\ \end{matrix} \right) = \frac{LN_{2010}}{VCSH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{VCSH_{2010}} = \frac{1.015.171}{1.017.663.047} - \frac{-53.279.339}{1.017.663.047} = 0,07$$

Như vậy ảnh hưởng của lợi nhuận tăng lên sức sinh lời của vốn chủ sở hữu đã làm tăng sức sinh lời của vốn chủ sở hữu thêm 0,07 lần.

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố vốn chủ sở hữu và lợi nhuận lên sức sinh lời của vốn chủ sở hữu của Công ty:

$$\Delta SSL_{CSH} = 0,001 + 0,07 = 0,071$$

#### **2.2.4. Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí**

Chi phí là toàn bộ những khoản chi mà doanh nghiệp phải bỏ ra để mua sắm trang thiết bị, nguyên vật liệu phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, những khoản chi cho việc trả lương cán bộ công nhân viên, mua tài sản cố định, chi phí điện nước.

Việc phân tích các khoản mục chi phí nhằm xác định khoản chi nào là chủ yếu, khoản chi nào là thứ yếu, nguyên nhân nào tăng giảm các khoản chi đó, có hợp lý hay không. Từ đó DN 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 doanh nghiệp vẫn hoạt động tốt đem lại lợi nhuận cao. Do đó chỉ có thể tăng lợi nhuận bằng cách hạ giá thành thông qua việc sử dụng các chi phí đầu vào có hiệu quả.

*\* Quan hệ giữa sức sản xuất và sức sinh lời của chi phí*

$$SSX_{CP} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Chi phí}}$$

$$SL_{CP} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Chi phí}} = \frac{\text{Doanh thu} - \text{Chi phí}}{\text{Chi phí}} = SSX_{CP} - 1$$

$$\Delta SSL_{CP} = SSL_{CP}^{i+1} - SSL_{CP}^i = SSX_{CP}^{i+1} - 1 - SSX_{CP}^i - 1 = \Delta SSX_{CP}$$

Như vậy ta thấy rằng sức sản xuất của chi phí và sức sinh lời của chi phí có quan hệ với nhau. Tăng / giảm sức sản xuất của chi phí bằng tăng / giảm giữa sức sinh lời của chi phí.

**Bảng 2.21. Sức sản xuất và sức sinh lời của tổng chi phí**

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
1. DT thuần	376.432.480	429.769.198	53.336.718	14,2
2. LN sau thuế	(53.279.339)	1.015.171	54.294.510	101,2
3. Tổng chi phí	467.378.870	466.550.928	(827.942)	(0,18)
Giá vốn hàng bán	430.424.408	429.679.629	(744.779)	(0,17)
Chi phí bán hàng	11.944.288	11.340.000	(604.288)	5,06
Chi phí QLDN	25.010.174	25.531.299	521.125	2,08
4. SSX của tổng chi phí	0,81	0,92	0,11	15
5. SSL của tổng chi phí	(0,11)	0,002	0,112	(101,8)

*Nhận xét:* Qua bảng tổng hợp trên ta thấy trong hai năm hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty đã có những biến động đáng kể. Cụ thể:

- Giá vốn hàng bán giảm 0,17% so với năm 2009 tương ứng với số tiền là 744.779 đồng. Điều này có thể thấy rằng trong năm 2010 công ty đã quản lý tốt được nguồn nguyên vật liệu đầu vào của quá trình sản xuất.

- Chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2010 tăng 521.125 đồng tương ứng với tỷ lệ tăng 2,08% so với năm 2009. Điều này do công ty mở rộng quy mô sản xuất đã khiến cho việc chi trả các khoản như điện, nước... cũng tăng theo. Tốc độ tăng của

chi phí này cao hơn nhiều so với tốc độ tăng giá vốn. Chứng tỏ công ty đã lãng phí trong việc sử dụng nguồn chi phí này.

- Chi phí bán hàng giảm 604.288 đồng tương đương 5,06 %. Đây là dấu hiệu tốt chứng tỏ công ty đã đơn giản hóa được công tác bán hàng, giảm chi phí cho công ty.

Vì vậy trong năm 2010 tổng chi phí của công ty phục vụ cho sản xuất kinh doanh tăng giảm 827.942 đồng tương đương với 0,18%.

Sức sản xuất và sức sinh lời của tổng chi phí của công ty năm 2010 đều tăng so với năm 2009. Sức sản xuất của chi phí năm 2009 là 0,8 và sức sản xuất của chi phí năm 2010 đã tăng lên là 0,82. Còn sức sinh lời đã dương (0,002).

*\* Phân tích mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố lên sức sản xuất và sức sinh lời của tổng chi phí*

Các ký hiệu sử dụng:

$DT_i, LN_i$ : Doanh thu, lợi nhuận của công ty năm  $i$

$TCP_i$ : Tổng chi phí năm  $i$

$\Delta SSX_{TCP}, \Delta SSL_{TCP}$ : Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời của tổng chi phí năm  $i+1$  và năm  $i$

$\Delta SSX_{TCP}(X), \Delta SSL_{TCP}(X)$ : chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời của lao động năm  $i+1$  và năm  $i$  do ảnh hưởng của nhân tố  $X$

\* Sức sản xuất của tổng chi phí: Chịu tác động của hai nhân tố là tổng chi phí và doanh thu

$$\text{Sức sản xuất của chi phí} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng chi phí}}$$

$$\Delta SSX_{TCP} = \frac{DT_{2010}}{TCP_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TCP_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố tổng chi phí

$$\Delta SSX_{TCP} \left( \leftarrow CP \right) = \frac{DT_{2009}}{TCP_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TCP_{2009}} = \frac{376.432.480}{466.550.928} - \frac{376.432.480}{467.378.870} = 0,001$$

Do tổng chi phí của năm 2010 đã giảm 827.942 đồng so với tổng chi phí của năm 2009 do đó đã làm cho sức sản xuất của tổng chi phí tăng lên 0,001 lần.

## - Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSX_{TCP} \left( \begin{matrix} \text{DT} \\ \text{TCP} \end{matrix} \right) = \frac{DT_{2010}}{TCP_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TCP_{2010}} = \frac{429.769.198}{466.550.928} - \frac{376.432.480}{466.550.928} = 0,109$$

Doanh thu luôn là nhân tố ảnh hưởng làm tăng sức sản xuất của các yếu tố đầu vào vì doanh thu năm 2010 tăng 53.336.718 đồng so với doanh thu năm 2009. Với sức sản xuất của tổng chi phí, doanh thu tăng đã làm cho sức sản xuất của tổng chi phí tăng lên 0,109 lần.

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tổng chi phí và doanh thu lên sức sản xuất của tổng chi phí của Công ty như sau:

$$\Delta SSX_{TCP} = 0,001 + 0,109 = 0,11$$

\* Sức sinh lời của tổng chi phí: Chịu tác động của hai nhân tố là tổng chi phí và lợi nhuận

$$\text{Sức sinh lời của chi phí} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tổng chi phí}}$$

$$\Delta SSL_{TCP} \left( \begin{matrix} \text{LN} \\ \text{TCP} \end{matrix} \right) = \frac{LN_{2010}}{TCP_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TCP_{2009}}$$

## - Mức độ ảnh hưởng của nhân tố tổng chi phí

$$\Delta SSL_{TCP} \left( \begin{matrix} \text{TCP} \\ \text{TCP} \end{matrix} \right) = \frac{LN_{2009}}{TCP_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TCP_{2009}} = \frac{-53.279.339}{466.550.928} - \frac{-53.279.339}{467.378.870} = -0,001$$

Khi tổng chi phí giảm đi một lượng 827.942 đồng đã làm cho sức sinh lời của tổng chi phí giảm đi 0,001 lần.

## - Mức độ ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận

$$\Delta SSL_{TCP} \left( \begin{matrix} \text{LN} \\ \text{TCP} \end{matrix} \right) = \frac{LN_{2010}}{TCP_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TCP_{2010}} = \frac{1.015.171}{466.550.928} - \frac{-53.279.339}{466.550.928} = 0,113$$

Do lợi nhuận năm 2009 tăng 54.294.510 đồng làm cho sức sinh lời của tổng chi phí tăng lên 0,113 lần.

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tổng chi phí và lợi nhuận lên sức sinh lợi của tổng chi phí của Công ty như sau:

$$\Delta SSX_{CSH} = -0,001 + 0,113 = 0,112$$

*Kết luận:* Do sức sinh lời và sức sản xuất của tổng chi phí đều tăng lên do đó ta có thể kết luận rằng trong năm 2010 công ty sử dụng chi phí một cách có hiệu quả hơn.

**Bảng 2.22. Bảng hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh**

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
<b>Hiệu quả sử dụng lao động</b>					
- SSX của lao động	Đồng	4.277.642	4.828.867	551.225	12,9
- SSL của lao động	Đồng	(605.651)	11.406	617.057	101,9
<b>Hiệu quả sử dụng tài sản</b>					
- SSX của TTS	Lần	0,33	0,32	(0,01)	3,03
- SSL của TTS	Lần	(0,05)	0,001	0,051	(102)
- SSX của TSNH	Lần	0,57	0,56	(0,01)	(1,75)
- SSL của TSNH	Lần	(0,08)	0,001	0,081	(1,0125)
- SSX của TSDH	Lần	0,77	0,74	(0,03)	(3,9)
- SSL của TSDH	Lần	(0,11)	0,002	0,112	1,02
- SSX của TSCĐ	Lần	0,66	0,7	0,04	6,06
- SSL của TSCĐ	Lần	(0,09)	0,002	0,092	102,2
<b>Hiệu quả sử dụng vốn CSH</b>					
- SSX của vốn chủ sở hữu	Lần	0,37	0,42	0,05	13,5
- SSL của vốn chủ sở hữu	Lần	(0,07)	0,001	0,071	101,4
<b>Hiệu quả sử dụng chi phí</b>					
- SSX của chi phí	Lần	0,81	0,92	0,11	15
SSL của chi phí	Lần	(0,11)	0,002	0,112	(101,8)

### **2.3. Đánh giá chung kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH Hùng Hương**

#### **2.3.1. Những kết quả đạt được**

- Từ kết quả đạt được trong hai năm 2009 và 2010, nhìn chung hoạt động sản xuất kinh doanh của TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương đã thu được kết quả năm sau cao hơn năm trước. Điều đó được thể hiện qua các chỉ tiêu như: Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ, lợi nhuận trước thuế, lợi nhuận

sau thuế, quy mô sản xuất của công ty cũng được mở rộng hơn, tạo công ăn việc làm cho người lao động, tăng thêm thu nhập cho người lao động...

- Chất lượng sản phẩm của công ty ngày càng được khẳng định trên thị trường và được khách hàng tin dùng.

- Thị trường phân phối sản phẩm của công ty ngày càng được mở rộng, nhiều khách hàng mới đã tìm hiểu đến các sản phẩm của công ty.

- Công ty luôn quan tâm, bồi dưỡng, nâng cao tay nghề cho người lao động nhằm cải thiện chất lượng sản phẩm.

- Công ty có chế độ trả lương, thưởng phù hợp với luật lao động Việt Nam và nguyện vọng của người lao động, khuyến khích người lao động hăng hái tham gia quá trình sản xuất.

- Thị trường phân phối sản phẩm của công ty ngày càng được mở rộng, nhiều khách hàng mới đã tìm đến các sản phẩm của công ty.

### **2.3.2. Một vài hạn chế**

- Qua sự phân tích ở trên nhìn chung kết quả sản xuất kinh doanh của công ty tốt. Tuy nhiên vẫn còn một số mặt công ty đã làm không tốt như: Sức sản xuất và sức sinh lời của TSNH, TSDH, TSCĐ năm sau đều thấp hơn năm trước.

- Các khoản phải thu còn nhiều phần nào chứng tỏ công ty đang bị khách hàng chiếm dụng vốn.

- Chi phí quản lý doanh nghiệp tăng nhiều làm giảm lợi nhuận của công ty.

- Mặt khác, nền kinh tế nước ta đang trên thị trường hội nhập với khu vực và thế giới nên sức ép cạnh tranh trong ngành ngày càng tăng. Vì vậy đòi hỏi công ty phải có những chính sách nhằm thu hút khách hàng, mở rộng hơn nữa các chủng loại sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, trình độ tay nghề cho người lao động.

## CHƯƠNG 3

# MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH Ở CÔNG TY TNHH HÙNG HƯƠNG

### 3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong giai đoạn tới.

Hiện nay nền kinh tế nước ta đã gia nhập WTO, tạo cho mỗi doanh nghiệp nhiều cơ hội và thách thức mới. Hàng hóa ngoại nhập nhiều, sự bình đẳng giữa các loại hàng hóa được xem trọng. Thị trường cạnh tranh càng thêm khốc liệt. Để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và chiếm lĩnh được thị trường trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, ban lãnh đạo công ty đã phối kết hợp cùng các bộ phận có liên quan như thị trường, tài chính...xây dựng các mục tiêu chiến lược cho quá trình hoạt động của mình. Phương hướng hoạt động của công ty trong thời gian tới là: *“Tập trung phát triển và mở rộng thị trường sản phẩm. Tiếp tục đổi mới công nghệ, nâng cao năng lực sản xuất để đáp ứng và thỏa mãn tối đa các nhu cầu của khách hàng. Mở rộng thị phần ra khu vực miền Trung và miền Nam”*

Trên cơ sở phương hướng tổng quát như trên, công ty đã đưa ra các mục tiêu chiến lược sau:

- Nghiên cứu, xác định những bất hợp lý trong công nghệ và thiết bị. Tìm cách đầu tư thiết bị và công nghệ mới nhằm giảm mức tiêu hao năng lượng.

- Tăng cường công tác quản lý và xác định mức tiêu hao vật tư, nguyên nhiên vật liệu một cách hợp lý và tìm biện pháp để giảm mức tiêu hao nhằm giảm giá thành sản phẩm.

- Sắp xếp và bố trí lao động một cách hợp lý, đúng với nhu cầu của từng vị trí và công việc cụ thể. Xây dựng định mức lao động và các chính sách tiền lương, tiền thưởng phù hợp để động viên những lao động tích cực, có ý thức làm việc chăm chỉ và có tinh thần trách nhiệm. Từ đó làm tăng hiệu quả lao động và năng suất lao động.

- Có chính sách bán hàng hợp lý và tạo cơ chế thích hợp cho khách hàng mua hàng trả tiền ngay nhằm thu hồi vốn và tạo điều kiện để quay vòng vốn nhanh và có hiệu quả.

## **3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương.**

### **3.2.1. Biện pháp 1: Tăng cường công tác quảng cáo, xúc tiến bán hàng**

#### **3.2.1.1. Cơ sở của biện pháp**

Trên thị trường hiện nay thực tế cho thấy cầu thì ít mà cung lại nhiều dẫn đến tình trạng các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh cùng ngành cạnh tranh với nhau rất gay gắt. Mỗi đối thủ đều tạo dựng cho mình 1 chỗ đứng trên thị trường và không ngừng nâng cao uy tín. Công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương cũng không ngoại lệ. Để giữ được chỗ đứng trên thị trường và tiến đến cạnh tranh giành thị phần của các đối thủ cạnh tranh, công ty cần tiến hành củng cố vị thế và nâng cao uy tín của mình trên thương trường.

Vì vậy, việc tiến hành hoạt động quảng cáo, xúc tiến bán hàng sẽ giúp công ty đi trước 1 bước trong việc tìm kiếm khách hàng tiềm năng để cung ứng sản phẩm khi họ có nhu cầu, đồng thời xây dựng và giữ gìn được mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng truyền thống đảm bảo cho sự phát triển của công ty.

#### **3.2.1.2. Nội dung của biện pháp**

Công ty cần tiến hành lựa chọn phương thức quảng cáo hữu hiệu nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh công ty có thể áp dụng các công cụ marketing sau:

##### **\* Marketing bằng Catalog**

Thông qua catalog công ty có thể giới thiệu cho khách hàng các thông tin về doanh nghiệp, về sản phẩm của doanh nghiệp mình qua các mẫu hàng kèm theo, gửi quà biếu cho khách hàng tốt nhất và dành lợi nhuận cho những công việc từ thiện.

Khi thực hiện biện pháp này công ty cần xác định rõ địa điểm đưa catalog đến tay khách hàng. Catalog có thể được phát ngay tại các trụ sở, địa điểm giao dịch, các nhà hàng nơi khách hàng đến xem hoặc mua sản phẩm của công ty, có thể phát tại các hội trợ triêm lãm hoặc tại cổng trường học, cổng công ty.

Các mẫu in trên catalog cần được chọn lọc 1 cách kỹ lưỡng sao cho bao quát được tất cả các chủng loại sản phẩm, đồng thời cũng phải là những mẫu thể hiện được



chất lượng, mẫu mã sản phẩm tốt nhất của công ty.

❖ Chi phí thực hiện (giả sử cho 1000 tờ catalog)

- Chi phí in catalog:  $3000\text{đ}/\text{tờ} * 1000 = 3.000.000\text{đ}$

- Chi phí cho nhân viên phát tờ rơi:  $80.000\text{đ}/\text{người}/\text{ngày} * 2 \text{ người} * 2 \text{ ngày} = 320.000\text{đ}$

Mỗi năm công ty có thể tiến hành 2 đợt mỗi đợt 2 ngày. Đợt 1 là vào đầu năm học mới ( trước khai giảng nửa tháng), đợt 2 là vào đầu học kỳ 2

Tổng chi phí:  $(3.000.000 + 320.000) * 2 = 6.640.000\text{đồng}$

\* *Tiến hành quảng cáo trên đài truyền hình Hải Phòng*

- Thực hiện quay băng hình

- Mỗi năm thực hiện 1 đợt vào đầu năm học mới

❖ Chi phí thực hiện

- Chi phí quay băng hình quảng cáo về công ty là:  $2.000.000\text{đ}$

- Khoảng thời gian từ  $20^{\text{h}}15 - 20^{\text{h}}30$

- Đơn giá 1 phút là:  $5.000.000\text{đ}$

- Mỗi đợt 7 ngày:  $5.000.000 * 3 = 15.000.000\text{đ}$

⇒ Tổng chi phí:  $2.000.000 + 15.000.000\text{đ} = 17.000.000 \text{ đồng}$

\* *Quảng cáo trên báo An ninh Hải Phòng*

- Một lần đăng:  $100.000\text{đ}$

- Mỗi đợt đăng 7 ngày:  $7 * 100.000 = 700.000\text{đ}$

- Mỗi năm 1 đợt:  $1 * 700.000 = 700.000\text{đ}$ . Đợt 1 vào đầu năm học mới.

⇒ Chi phí đăng báo:  $700.000\text{đ}$

\* *In lịch gửi tới nhân viên công ty và các khách hàng truyền thống (dự kiến 300 tờ)*

- Mục đích gửi tới các khách hàng của công ty, các nhân viên trong công ty treo tại các phòng ban, treo tại nhà của mình.

- Thời gian thực hiện : cuối năm

❖ Chi phí thực hiện:

- Một tờ lịch:  $5000\text{đ}/\text{tờ}$

- In 300 tờ:  $300 * 5000 = 1.500.000đ$ 
  - ⇒ Chi phí in lịch = 1.500.000đ
  - ⇒ Tổng chi phí của biện pháp =  $6.640.000 + 17.000.000 + 700.000 + 1.500.000 = 25.840.000$  đồng.

### 3.2.1.3. Lợi ích của biện pháp

- củng cố vị thế hiện nay của công ty
  - Uy tín của công ty được nâng cao
  - Tạo cho khách hàng sự tin tưởng
  - Tiếp cận và thu hút được khách hàng mới
- ⇒ Lượng khách hàng đến với doanh nghiệp tăng lên ⇒ doanh thu tăng lên

### 3.2.2. Biện pháp 2: Giải pháp lập website riêng cho công ty

#### 3.2.2.1. Cơ sở của giải pháp

Những năm gần đây do sự bùng nổ về lĩnh vực khoa học – công nghệ nói chung và công nghệ thông tin nói riêng, nhu cầu sử dụng và giao tiếp qua mạng Internet đang tăng lên một cách mạnh mẽ. Nhờ có Internet không gian và khoảng cách giữa các quốc gia với nhau, giữa các doanh nghiệp với nhau, giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng không ngừng được thu hẹp. Hiện nay xu hướng quảng cáo, tiếp thị thương hiệu, sản phẩm của các doanh nghiệp trên mạng toàn cầu đang gia tăng nhanh chóng vì tính năng nhanh gọn, đơn giản nhưng lại vô cùng đầy đủ và hữu dụng của nó. Tuy nhiên trong suốt những năm tồn tại và phát triển, ban lãnh đạo công ty đã có những giải pháp marketing nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh nhưng công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương vẫn còn bỏ ngỏ hoạt động quảng bá hình ảnh của mình qua Internet, cụ thể công ty vẫn chưa có website riêng mà chỉ sử dụng các phương tiện thông tin truyền thống để giới thiệu sản phẩm của mình. Rõ ràng đây là một thiếu sót lớn mà công ty TNHH Hùng Hương cần khắc phục ngay vì chi phí để lập và duy trì một trang website chỉ ở mức thấp nhưng hiệu quả thu được lại không hề thấp chút nào.

### 3.2.2.2. Cách thực hiện giải pháp

Theo tình hình phát triển chung và theo nhu cầu thị trường hiện nay, những công ty cung cấp các dịch vụ liên quan đến website như thiết kế web, bán tên miền, cho thuê máy chủ... luôn chiếm một tỷ lệ nhất định trong ngành công nghệ thông tin ở nước ta. Do có sự cạnh tranh khốc liệt nên các công ty này phải không ngừng nâng cấp cơ sở hạ tầng, đầu tư máy móc, nhân công nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm của mình, đồng thời liên tục đưa ra các mức giá cạnh tranh để thu hút khách hàng. Vì thế việc lựa chọn một công ty thiết kế chọn gói website cho doanh nghiệp là tương đối đơn giản. Cụ thể chi phí để tiến hành thực hiện giải pháp này cụ thể như sau:

**Bảng 13: Chi phí lập và duy trì website cho công ty TNHH Hùng Hương**

Đơn vị: Đồng

STT	Chi phí	Năm đầu tiên	Các năm tiếp theo (chỉ trong 1 năm)
1	Thiết kế website	3,000,000 -4,000,000	
2	Đăng ký tên miền (Domain)	500,000	180,000
3	Lưu trữ (Hosting)	450,000 - 650,000	450,000 – 650,000
4	Dịch vụ quảng cáo		100,000
5	Hỗ trợ trực tuyến		150,000
6	Thống kê số người truy cập		150,000
7	Thăm dò dư luận		100,000
8	Liên kết website		100,000
9	Chi phí khác	1,000,000	
10	Tổng chi phí	4,950,000 -6,150,000	1,230,000 - 1,430,000

(Giá trên đã bao gồm thuế GTGT 10%)

Website sẽ đi vào hoạt động chậm nhất là 30 ngày kể từ khi công ty ký hợp đồng với công ty thiết kế website. Sau đó toàn bộ công tác duy trì và phát triển website sẽ do nhân viên kỹ thuật của công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương đảm nhiệm.

Bên cạnh việc mở rộng trang website riêng, công ty có thể quảng bá, tiếp thị trang web của mình trên một số website nổi tiếng hay các dịch vụ tìm kiếm hàng đầu thế giới hiện nay như Google, Yahoo!,... để thu hút người truy cập bằng cách đặt các

banner hay đoạn text quảng cáo trên các website đó. Giá thành cho việc này còn tùy thuộc vào vị trí đặt, hình thức thể hiện và sự thương lượng giữa công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương.

### *3.2.2.3. Dự kiến kết quả đạt được*

Theo chi phí dự kiến như trên, việc lập website riêng sẽ không làm tổng chi phí hàng năm tăng lên đáng kể, bên cạnh những khoản lợi nhuận vô hình công ty sẽ thu được những lợi ích sau:

- Thiết lập sự hiện diện mới trên Internet, tạo cơ hội tiếp xúc với khách hàng ở mọi nơi và tại mọi thời điểm.
- Giới thiệu các sản phẩm dịch vụ một cách sinh động
- Tạo cơ hội để bán các dịch vụ của công ty một cách chuyên nghiệp mà không tốn nhiều chi phí
- Cơ hội phục vụ khách hàng tốt hơn, đạt được sự hài lòng lớn từ khách hàng
- Tạo một hình ảnh chuyên nghiệp trước công chúng, công cụ hiệu quả để thực hiện các chiến dịch marketing.

=> Thu hút được nhiều khách hàng hơn => doanh thu tăng

### **3.2.3. Biện pháp giảm chi phí quản lý doanh nghiệp**

#### *3.2.3.1. Cơ sở của biện pháp*

Một doanh nghiệp sản xuất kinh doanh có hiệu quả cũng đồng nghĩa với việc làm thế nào để thu được lợi nhuận cao nhất. Do đó tiết kiệm chi phí là một trong những biện pháp hữu ích để nâng cao lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Từ tình hình thực tế tại công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương cho thấy chi phí quản lý doanh nghiệp của Công ty năm sau cao hơn năm trước. Cụ thể: Năm 2010 chi phí quản lý doanh nghiệp tăng 2,08% tương ứng với số tiền là 521.125 đồng.

**Bảng 3.5. Bảng so sánh tốc độ tăng doanh thu và tốc độ tăng chi phí quản lý doanh nghiệp của Công ty năm 2010 so với năm 2009**

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So sánh 2010/2009	
			Số tiền	Tỷ lệ (%)
1. Doanh thu	376.432.480	429.769.198	53.336.718	14,2
2. Chi phí QLDN	25.010.174	25.531.299	521.125	2,08

Qua bảng trên ta thấy tốc độ tăng của chi phí Quản lý doanh nghiệp của công ty năm 2010 tăng hơn so với năm 2009 là 521.125 đồng (tương đương 2,08 %). Đây là một dấu hiệu không tốt, điều này chứng tỏ Công ty đã quản lý không tốt chi phí Quản lý doanh nghiệp do đó việc chi phí này tăng đã làm giảm hiệu quả kinh doanh của Công ty.

#### 3.2.2.2. Cách thực hiện giải pháp.

Tại công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương thực hiện biện pháp này giúp cho doanh nghiệp có khả năng tiết kiệm được các chi phí như: Chi phí về điện, nước, giấy....

##### \* Tiết kiệm chi phí về điện

Thực tế tại công ty TNHH thương mại và sản xuất hàng may tiêu dùng Hùng Hương cho thấy việc sử dụng điện của nhân viên còn rất lãng phí, nhân viên chưa có ý thức tốt trong việc tiết kiệm sử dụng điện. Trong các phòng ban có rất nhiều đèn điện được bật, quạt máy với công suất rất lớn. Tuy nhiên, trước khi ra về mọi người gần như đều quên tắt điện, quạt vì nghĩ rằng không cần thiết. Phải đợi 30 phút sau nhân viên phục vụ mới lên tắt điện, quạt. Hay như giờ nghỉ giải lao, mọi người ra ngoài ăn trưa 30 phút cũng quên không tắt điện, quạt. Như vậy thì trong 1 năm chúng ta sẽ lãng phí rất nhiều. Trưởng phòng phải có trách nhiệm nhắc nhở nhân viên và phải gương mẫu chấp hành trước tiên trong việc này. Các cán bộ quản lý trước hết là nhắc nhở ý thức tiết kiệm cho toàn thể công nhân viên, đồng thời giao trách nhiệm cho nhân viên phụ trách công việc này và phải theo sát đôn đốc việc thực. Với việc

thực hiện này thì sẽ tiết kiệm được chi phí điện trong chi phí sản xuất đồng thời nó cũng góp phần tiết kiệm đáng kể cho nguồn điện Quốc gia vì một số nhà máy phát điện của cả nước chưa đủ đáp ứng cho nhu cầu rất lớn của XH. Hàng tháng, công ty phải chi trả rất nhiều cho việc sử dụng điện thoại. Các nhân viên khối văn phòng thường hay tán chuyện với nhau bằng điện thoại, vừa tốn tiền điện thoại lại vừa làm việc không hiệu quả. Chỉ cần một ai đó không làm việc mà ngồi buôn điện thoại sẽ làm ảnh hưởng đến thái độ làm việc của những người khác. Họ sẽ nói rằng: các nhân viên kia không chịu làm việc, chỉ buôn điện thoại mà không có ai nhắc vậy thì tại sao mình phải chăm chỉ, cống hiến trong khi mình cũng chẳng hơn họ cái gì về lương bổng? đây là vấn đề rất thực tế và đang diễn ra. Chúng ta phải có biện pháp quản lý chặt chẽ. Với biện pháp này thì khả năng chúng ta sẽ có thể tiết kiệm được một số tiền tương đối để có thể giảm được chi phí giá thành.

*\* Tiết kiệm chi phí điện chiếu sáng trong các phòng ban:*

- Số lượng bóng đèn trong các phòng ban: 20 chiếc.
- Công suất của bóng đèn: 60W.
- Thời gian tiết kiệm/ca làm việc: 60 phút (1 giờ).
- Số ca làm việc: 1 ca/ngày.
- Số ngày làm việc trong 1 tháng: 25 ngày/tháng.

Ta có bảng số liệu sau:

**Bảng 3.6. Bảng số liệu về tiết kiệm chi phí điện chiếu sáng**

SL bóng đèn	Công suất (W)	Thời gian tiết kiệm/ca (h)	Ca làm việc	Tiêu thụ/ngày (Wh)	Số ngày làm việc/tháng	Tiêu thụ/tháng (Wh)
20	60	1	1	1.200	25	30.000

Với đơn giá 2.000 đồng /KWh, một tháng sẽ tiết kiệm được  $30.000 \times 2000 / 1000 = 60.000$  đồng /tháng.

Phân công nhân viên chịu trách nhiệm tắt và bật điện vào giờ nghỉ, khi đó sẽ không còn việc lãng phí điện như tính toán ở trên.

*\* Tiết kiệm chi phí điện cho quạt:*

- Số lượng quạt : 15 chiếc.
- Công suất của quạt trần: 75W.
- Thời gian tiết kiệm/ca làm việc: 1 giờ.

- Số ca làm việc: 1 ca/ngày.
- Số ngày làm việc trong 1 tháng: 25 ngày/tháng.

Ta có bảng số liệu sau:

**Bảng 3.7. Bảng số liệu về tiết kiệm chi phí điện cho quạt trần**

SL quạt	Công suất (W)	Thời gian tiết kiệm/ca (h)	Ca làm việc	Tiêu thụ/ngày (Wh)	Số ngày làm việc/tháng	Tiêu thụ/tháng (Wh)
15	75	1	1	1.125	25	28.125

Với đơn giá 2.000 đồng /KWh, một tháng sẽ tiết kiệm được  $28.125 \times 2000 / 1000 = 56.250$  đồng /tháng.

Chỉ bật điện khi thực hiện các công việc trong văn phòng

\* *Tiết kiệm chi phí về điện thoại:*

- Toàn công ty có 7 điện thoại kết nối và gọi được ra số di động và cố định bên ngoài.
- Trung bình có: 10 cuộc gọi vào số di động không phục vụ cho công việc/1 máy/tháng, với thời gian tổng cộng là 40 phút/máy/tháng.
- Cước phí khoảng 1.200 đồng /phút.

Tổng hợp ta có bảng số liệu sau:

**Bảng 3.9. Bảng số liệu về tiết kiệm chi phí cho điện thoại**

Số lượng điện thoại	Thời gian gọi/máy/tháng (phút)	Cước phí/phút (đồng)	Tổng tiền lãng phí (đồng)
10	40	1.200	480.000

Không để nhiều máy cố định gọi ra ngoài như hiện nay, ở mỗi phòng ban chỉ để duy nhất 1 điện thoại dùng để liên lạc được với điện thoại di động và cố định bên ngoài và đặt ở vị trí của trưởng phòng, nếu có nhu cầu thì phải liên lạc với trưởng phòng và đăng kí để gọi. Khi đó công ty chỉ cần 4 máy liên lạc với bên ngoài ở 4 phòng ban chính và sẽ loại bỏ gần như hoàn toàn lãng phí ở trên, tiết kiệm được 480.000 đồng /tháng.

\* *Tiết kiệm giấy in và giấy phô tô:*

Theo thống kê trong tháng 11/2010 số lượng giấy A4 mới chỉ sử dụng một mặt sau đó cho vào máy xé giấy như sau:

**Bảng 3.10. Bảng số liệu về số lượng giấy sử dụng lãng phí**

<i>Số thứ tự</i>	<i>Phòng ban</i>	<i>Số lượng vứt đi (tờ)</i>
1	Hành chính nhân sự	500
2	Phòng Kinh Doanh	600
3	Bộ phận kế toán	200
4	Bộ phận thiết kế - Kỹ thuật	400
<b>Tổng</b>		<b>1.700</b>

Khi xem xét thấy phần lớn số giấy này bao gồm: Văn bản in tham khảo, văn bản lỗi thời, văn bản in hỏng...

Đề xuất: Tại vị trí máy in và máy pho to sẽ đặt 2 khay, một khay đựng giấy loại 1 mặt, một khay đựng giấy loại 2 mặt. Với giấy loại 1 mặt sẽ tái sử dụng vào các mục đích pho tô, in tài liệu tham khảo, in thử....

Khi đó sẽ tiết kiệm được:

- Với đơn giá 45.000 đồng /lôc(500 tờ). Ta có, số tiền tiết kiệm được là:

$$(1.700/500) \times 45.000 = 153.000 \text{ đồng.}$$

*Tổng hợp kết quả giảm chi phí quản lý doanh nghiệp theo những đề xuất ở trên:*

**Bảng 3.11. Bảng tổng hợp kết quả giảm chi phí QLDN**

<i>Nội dung giảm</i>	<i>Số tiền(đồng)</i>
Tiết kiệm chi phí điện chiếu sáng	116.250
Tiết kiệm chi phí điện thoại	480.000
Tiết kiệm giấy in và pho tô	153.000
<b>Tổng</b>	<b>749.250</b>

Như vậy sau khi thực hiện biện pháp 2 công ty tiết kiệm được:

$$749.250 \times 12 = 8.991.000 \text{ đồng cho chi phí Quản lý doanh nghiệp}$$



## KẾT LUẬN

Trong những năm gần đây, công ty TNHH Hùng Hương đã có nhiều cố gắng và nỗ lực phấn đấu không ngừng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Kết quả đạt được là công ty luôn đảm bảo hoạt động kinh doanh có lợi nhuận dương, tạo công ăn việc làm và ổn định đời sống cho cán bộ công nhân viên trong công ty.

Tuy nhiên, trong xu thế hội nhập và tự do hoá thương mại, lĩnh vực thương mại và sản xuất hàng tiêu dùng luôn là lĩnh vực đối đầu với cuộc cạnh tranh ác liệt nhất. Điều đó buộc các doanh nghiệp cùng ngành phải vươn lên, công ty TNHH Hùng Hương không phải là một ngoại lệ. Vì vậy, công ty TNHH Hùng Hương đang phải áp dụng nhiều biện pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh để tiếp tục phát triển.

Trong thời gian đi nghiên cứu thực tế ở công ty TNHH Hùng Hương, phân tích thực trạng tình hình sản xuất kinh doanh của công ty, rút ra những kết luận hết sức cần thiết, khoá luận đã xây dựng 03 giải pháp có tính đột phá nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty trong thời gian tới. Đây là sự thể hiện việc vận dụng những kiến thức đã học được trong nhà trường vào thực tiễn sản xuất.

Do thời gian nghiên cứu có hạn nên báo cáo khoá luận chắc chắn còn rất nhiều thiếu sót. Vì vậy, rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy, các cô và tập thể ban lãnh đạo công ty để bài viết được hoàn thiện hơn. Cuối cùng, xin trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ của tập thể cán bộ công nhân viên trong công ty, các thầy cô trong bộ môn Quản trị kinh doanh trường Đại học Dân Lập Hải Phòng và đặc biệt là sự hướng dẫn tận tình của thầy giáo, TS. Nguyễn Xuân Quang đã giúp em hoàn thành khoá luận này./.

Em xin chân thành cảm ơn !

---

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Phân tích báo cáo tài chính và hoạt động kinh doanh  
Nhà xuất bản thống kê – năm 1995
2. Giáo trình quản trị học – Trường Đại học Kinh Tế Quốc Dân  
Nhà xuất bản Giao thông vận tải – Năm 2006
3. Giáo trình Quản trị doanh nghiệp – Trường Đại học Kinh Tế Quốc Dân  
Nhà xuất bản lao động xã hội – Hà Nội năm 2004
4. Báo cáo tổng kết các mặt hoạt động và báo cáo tài chính các năm 2007, 2008 của Công ty Cổ phần Điện cơ Hải Phòng.
5. Tài liệu tham khảo trên mạng Internet.
6. Khóa luận tốt nghiệp của các khóa trên.

**DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT**

CPH: Cổ phần hóa  
CTCP: Công ty cổ phần  
SXKD: Sản xuất kinh doanh  
CSH: Chủ sở hữu  
CNXH: Chủ nghĩa xã hội  
UBND: Ủy ban nhân dân  
KHKT: Khoa học kỹ thuật  
TNHH: Trách nhiệm hữu hạn  
DT: Doanh thu  
LN: Lợi nhuận  
TNDN: Thu nhập doanh nghiệp  
XDCCB: Xây dựng cơ bản  
ĐH: Đại học  
CĐ: Cao đẳng  
THCN: Trung học công nghiệp  
Bq: Bình quân  
SSX: Sức sản xuất  
SSL: Sức sinh lời  
TTS: Tổng tài sản  
TSNH: Tài sản ngắn hạn  
TSDH: Tài sản dài hạn  
TSCĐ: Tài sản cố định  
CP: Chi phí  
TTTM: Trung tâm thương mại