

LỜI NÓI ĐẦU

1. Sự cần thiết của đề tài

- Hiệu quả sản xuất kinh doanh luôn là mục tiêu hàng đầu, quyết định sự tồn tại của mỗi doanh nghiệp. Trong nền kinh tế thị trường doanh nghiệp muốn tồn tại phải làm ăn “có lãi”, nhất là những doanh nghiệp đã tiến hành CPH bước vào hoạt động với tư cách là CTCP, vận hành theo cơ chế thị trường tự chịu trách nhiệm với công việc sản xuất kinh doanh của mình. Nâng cao hiệu quả SXKD là nhiệm vụ hàng đầu của mỗi doanh nghiệp.

- Có rất nhiều yếu tố tác động đến hiệu quả hoạt động SXKD của doanh nghiệp như: yếu tố con người, vốn, thị trường cạnh tranh, chính sách của nhà nước... Để nâng cao hiệu quả hoạt động SXKD cần phân tích để đánh giá toàn bộ quá trình và kết quả hoạt động SXKD của doanh nghiệp, nhằm làm rõ chất lượng hoạt động SXKD và các yếu tố tiềm năng cần được khai thác, trên cơ sở đó đề ra các phương án và giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động SXKD của doanh nghiệp.

- Nhận thấy được tầm quan trọng của vấn đề, vì vậy sau một thời gian thực tập tại Công ty Cổ phần Điện cơ Hải Phòng em đã lựa chọn đề tài “**Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng**” làm đề tài nghiên cứu của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

- Phân tích tình hình hoạt động SXKD tại Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng trong các năm 2009, 2010 để thấy được điểm mạnh và những thiếu sót cần khắc phục. Từ đó đưa ra một số biện pháp giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động SXKD hiện tại cũng như hướng phát triển trong tương lai.

3. Quan điểm nghiên cứu

- Hiệu quả hoạt động SXKD đóng vai trò quyết định đến sự tồn tại và phát triển của một doanh nghiệp. Trong cơ chế thị trường các doanh nghiệp muốn tồn tại thích nghi với những biến đổi của thị trường cần có chiến lược kinh doanh thích hợp, dựa vào nội lực của mình để vươn lên nhằm đạt được mục tiêu hiệu quả hoạt động SXKD.

- Việc nâng cao hiệu quả hoạt động SXKD gắn với kết hợp hài hoà giữa ba lợi ích: lợi ích xã hội, lợi ích tập thể và lợi ích cá nhân. Trong đó người lao động là động lực trực tiếp quyết định hiệu quả hoạt động SXKD.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để phục vụ cho quá trình viết báo cáo, trong thời gian tìm hiểu, thu thập dữ liệu em đã sử dụng các phương pháp:

- * Phương pháp duy vật biện chứng
- * Duy vật lịch sử
- * Phương pháp thống kê - so sánh
- * Phương pháp phân tích - tổng hợp

5. Kết cấu khóa luận

Sau một thời gian thực tập và tìm hiểu tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, được sự giúp đỡ nhiệt tình của Ban lãnh đạo Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng, được sự chỉ bảo tận tình của Thầy giáo – PGS.Tiến Sĩ Nghiêm Sĩ Thương đã giúp cho em hoàn thành bài Khóa Luận tốt nghiệp của mình, gồm 3 phần chính:

Chương 1: Cơ sở lý luận về phân tích hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh

Chương 2: Thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng

Chương 3: Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng

Em xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo công ty đã tạo điều kiện, giúp đỡ để em có thể tìm hiểu hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty và bước đầu áp dụng kiến thức đã học vào thực tế công việc của em sau khi ra trường. Em vô cùng cảm ơn Thầy giáo – PGS.Tiến sĩ Nghiêm Sĩ Thương đã hướng dẫn để em có thể vận dụng các kiến thức đã học vào thực tế, để có thể phân tích, đánh giá hoạt động và đưa ra biện pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Sinh viên

Phạm Thị Hồng Thắm

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH

1.1. Giới thiệu chung

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 thì 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 này càng phát triển.

+ Kinh doanh phải có sự vận động của dòng 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 hiện nay ở nước ta, mục tiêu lâu dài bao trùm 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, 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 thì 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

1.1.2.1. Bản chất của hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh là phạm trù phản ánh mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh, phản ánh trình độ lợi 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 của vấn đề hiệu quả kinh doanh. Chính việc khan hiếm các nguồn lực và sử dụng cũng có tính chất cạnh tranh nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội, đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực.

Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp buộc phải chú trọng các điều kiện nội tại, phát huy năng lực, hiệu lực của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí.

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 ta 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 lợi 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 chúng ta 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 thì các doanh nghiệp đều phải huy động và sử dụng các nguồn lực mà doanh nghiệp có khả năng có thể tạo ra kết quả phù hợp với mục

tiêu mà doanh nghiệp đề ra. Ở mỗi giai đoạn phát triển của doanh nghiệp thì 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, các nhà 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. Thông qua 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 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 kỹ thuật 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 kỹ thuật 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. Môi trường chính trị - pháp lý

Môi trường pháp lý bao gồm luật, các văn bản dưới luật,... Mọi quy định pháp luật về kinh doanh đều tác động trực tiếp kết quả và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Môi trường pháp lý đảm bảo tính bình đẳng của mọi loại hình doanh nghiệp cùng hoạt động kinh doanh, cạnh tranh nhau một cách lành mạnh, mỗi doanh nghiệp đều phải chú ý phát triển nội lực, ứng dụng thành tựu khoa học kỹ thuật và khoa học quản trị tiên tiến nhằm phát triển kinh doanh của mình.

Các yếu tố thuộc môi trường chính trị - pháp luật chi phối mạnh mẽ đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sự ổn định chính trị được coi là một tiên đề quan trọng cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sự thay đổi của môi trường chính trị có thể ảnh hưởng có lợi cho một nhóm doanh nghiệp này nhưng lại kìm hãm sự phát triển của nhóm doanh nghiệp khác hoặc ngược lại. Mức độ hoàn thiện, sự thay đổi và thực thi pháp luật trong nền kinh tế có ảnh hưởng lớn đến việc hoạch định và tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.

Tóm lại, môi trường chính trị - pháp luật có ảnh hưởng rất lớn đến việc nâng cao hiệu quả kinh doanh bằng cách tác động đến hoạt động của doanh nghiệp thông qua hệ thống công cụ luật pháp, công cụ vĩ mô...

1.2.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường kinh doanh.

1.2.2.2.1. Đối thủ cạnh tranh

Đối với công ty cổ phần sơn Hải Phòng kinh doanh các sản phẩm về sơn, hiện nay trên thị trường trong nước cũng như thị trường khu vực có rất nhiều các hãng sơn cùng cạnh tranh với công ty như:

+ Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài hoặc nước ngoài bao gồm : ICI paint Viet Nam, Interpaint paint của Anh, Nippon Viet Nam liên doanh với Nhật Bản, TQA, Dutch Boy của Thái Lan, Jotun Paint, DENZO...

+ Doanh nghiệp trong nước bao gồm : công ty sơn Hà Nội, công ty sơn toàn cầu, công ty sơn Á Đông, công ty sơn Hải Âu, công ty sơn Bạch Tuyết...

Ban lãnh đạo chỉ đạo phòng marketing và dịch vụ kỹ thuật, tiêu thụ sản phẩm thu nhập, phân tích sản phẩm và phương pháp dịch vụ kỹ thuật của các đối thủ cạnh tranh trong những điều kiện gần tương tự nhau. Đánh giá các mặt mạnh và yếu của đối thủ cạnh tranh để có các biện pháp chiếm lĩnh thị trường.

Trong tình hình bị cạnh tranh quyết liệt khi mà đối thủ cạnh tranh rất nhiều, công ty cổ phần sơn Hải Phòng đã tìm được hướng đi riêng cho mình là đa dạng và cải tiến chất lượng các sản phẩm của công ty, mang lại cho khách hàng nhiều sự lựa chọn với giá cả dễ chấp nhận. Công ty đã đầu tư công nghệ, vốn, kỹ thuật để nâng cao khả năng cạnh tranh cho các sản phẩm của mình.

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 mở rộng của doanh nghiệp. Đối với thị trường đầu vào: cung cấp các yếu tố cho quá trình sản xuất như nguyên vật liệu, máy móc thiết bị... Cho nên nó 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 hóa, 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 tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

1.3. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của các 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 nghiệp 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 một mặt dân cư ở từng vùng, từng quốc gia và toàn thế giới ngày càng tăng và tốc độ tăng dân số cao làm cho nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao, không có giới hạn, nhu cầu tiêu dùng vật phẩm của con người lại là phạm trù không có giới hạn. Do vật liệu, của cải khan hiếm lại càng khan hiếm và ngày càng khan hiếm theo nghĩa tuyệt đối lẫn tương đối. Thực ra khan hiếm mới chỉ là điều kiện cần của sự lựa chọn kinh tế nó buộc con người phải lựa chọn kinh tế. Càng ngược trở lại đây, tổ tiên ta càng không phải lựa chọn kinh tế vì lúc đó dân cư còn ít mà của cải trên trái đất lại phong phú đa dạng. Khi đó loài người chỉ chú ý đến phát triển kinh tế theo chiều rộng. Tăng trưởng kết quả sản xuất trên cơ sở gia tăng các yếu tố sản xuất, tư liệu 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. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh

Khi xem xét hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp, cần phải dựa vào một hệ thống các tiêu chuẩn, các doanh nghiệp phải coi các tiêu chuẩn là mục tiêu phấn đấu. Có thể hiểu tiêu chuẩn hiệu quả là giới hạn, là mốc xác định ranh giới có hiệu quả hay không. Nếu theo phương pháp so sánh toàn ngành có thể lấy giá trị bình quân đạt được của ngành làm tiêu chuẩn hiệu quả, hoặc có thể so sánh với chỉ tiêu của năm trước. Cũng có thể nói rằng, các doanh nghiệp có đạt được các chỉ tiêu này mới có thể đạt được các chỉ tiêu về kinh tế.

1.4.1. Hiệu quả sử dụng tài sản

1.4.1.1. Hiệu quả sử dụng tổng tài sản

Tài sản của doanh nghiệp là toàn bộ phương tiện vật chất và phi vật chất phục vụ trực tiếp hoặc gián tiếp cho hoạt động kinh doanh nhằm đạt được các mục tiêu đã đề ra của doanh nghiệp.

***) Sức sản xuất của tổng tài sản**

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

Chỉ tiêu này cho thấy mỗi đồng tài sản đã mang lại cho doanh nghiệp bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ doanh nghiệp sử dụng tài sản càng có hiệu quả

***) Sức sinh lời của tổng tài sản**

Chỉ tiêu này cho thấy cứ một đồng tài sản sẽ mang lại cho doanh nghiệp bao nhiêu đồng lợi nhuận trong kỳ. Chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ doanh nghiệp sử dụng tài sản càng có hiệu quả. Chỉ tiêu này được xác định bằng công thức sau:

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

1.4.1.2. Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn***) Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn**

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

Chỉ tiêu này phản ánh trong mỗi kỳ nhất định tài sản ngắn hạn luân chuyển được bao nhiêu vòng hay mỗi đồng tài sản ngắn hạn tham gia vào quá trình kinh doanh sẽ tạo được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này có thể sử dụng để so sánh giữa các kỳ của một đơn vị hoặc giữa các đơn vị cùng quy mô trong một thời kỳ.

***) Sức sinh lời của tài sản ngắn hạn**

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

Chỉ tiêu này phản ánh mỗi đồng vốn bỏ vào đầu tư tài sản ngắn hạn thì sẽ mang lại cho doanh nghiệp bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn ngắn hạn càng lớn.

1.4.1.3. Hiệu quả sử dụng tài sản cố định

Tài sản cố định là bộ phận tài sản phản ánh năng lực sản xuất hiện có, trình độ tiến bộ khoa học kỹ thuật và trình độ trang bị cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp. Tài sản cố định là điều kiện cần thiết để giảm nhẹ sức lao động và nâng cao năng suất lao động.

***) Sức sản xuất của tài sản cố định**

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

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn bỏ vào đầu tư tài sản cố định thì sẽ mang lại bao nhiêu đồng doanh thu cho doanh nghiệp. Chỉ tiêu này cao hơn kỳ trước chứng tỏ tài sản cố định của doanh nghiệp hoạt động với công suất và chất lượng sản phẩm tốt hơn.

***) Sức sinh lời của tài sản cố định**

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

Chỉ tiêu này cho thấy cứ một đồng vốn chủ sở hữu doanh nghiệp bỏ ra thì sẽ thu lại được bao nhiêu lợi nhuận sau thuế trong kỳ. Đây là chỉ tiêu quan trọng nhất của người chủ doanh nghiệp. Nó phản ánh việc đầu tư có hiệu quả hay không.

1.4.2. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

Vốn chủ sở hữu được hình thành từ khi thành lập doanh nghiệp và bổ sung trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Vốn chủ sở hữu phản ánh sức mạnh về tài chính cũng như sức mạnh chung của doanh nghiệp. Vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp tăng chứng tỏ doanh nghiệp ngày càng lớn mạnh, có vị trí cao hơn trên thị trường và ngày càng có điều kiện mở rộng kinh doanh từ nguồn vốn của chính bản thân doanh nghiệp.

***) Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu**

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

Chỉ tiêu sức sản xuất của vốn chủ sở hữu phản ánh khả năng hiệu quả của việc đầu tư từ mỗi đồng vốn chủ sở hữu thì doanh nghiệp sẽ thu được bao nhiêu đồng doanh thu.

***) Sức sinh lời của vốn chủ sở hữu**

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

Chỉ tiêu sức sinh lời của vốn chủ sở hữu cho thấy cứ một đồng vốn chủ sở hữu doanh nghiệp bỏ ra thì sẽ thu lại được bao nhiêu lợi nhuận sau thuế trong kỳ. Đây chính là chỉ tiêu ROE và là chỉ tiêu quan trọng nhất đối với người chủ doanh nghiệp.

1.4.3. Hiệu quả sử dụng lao động

Như chúng ta đã biết, lao động sống là một trong các yếu tố tạo nên sản phẩm dịch vụ, là nhân tố quan trọng trong quá trình SXKD. Do vậy trong công tác quản lý, sử dụng lao động, người lãnh đạo phải có các tiêu thức, cách tuyển dụng, đãi

ngộ đối với người lao động vì đây là nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả SXKD. Để đánh giá về tình hình lao động, người ta thường dùng các chỉ tiêu sau:

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

Chỉ tiêu này phản ánh một người lao động có thể làm được bao nhiêu đồng doanh thu trong một kỳ, chỉ tiêu này càng cao thì trình độ sử dụng lao động càng cao.

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

Chỉ tiêu này cho thấy với mỗi lao động tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận trong kỳ. Chỉ tiêu này cao hay thấp phụ thuộc trình độ tay nghề công nhân trong doanh nghiệp, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ doanh nghiệp có đội ngũ nhân viên lành nghề. Dựa vào chỉ tiêu này để so sánh mức tăng hiệu quả của mỗi lao động trong kỳ.

Để đánh giá toàn diện về hiệu quả sử dụng lao động, ngoài 2 chỉ tiêu trên người ta còn sử dụng các chỉ tiêu khác như hiệu suất sử dụng thời gian lao động. Các chỉ tiêu này cho phép đánh giá hiệu quả sử dụng lao động và sử dụng số lượng thời gian lao động hiện có, giảm lượng lao động dư thừa, nâng cao hiệu suất sử dụng lao động trong doanh nghiệp.

1.4.4. Hiệu quả sử dụng chi phí

Chi phí kinh doanh là một phạm trù kinh tế quan trọng. Đó là tất cả các chi phí tồn tại và phát sinh gắn liền với quá trình hoạt động kinh doanh từ khâu hình thành và tồn tại doanh nghiệp, đến khâu tạo ra sản phẩm và tiêu thụ xong

Hiệu quả sử dụng chi phí đồng nghĩa với việc doanh nghiệp có thể mang lại bao nhiêu đồng doanh thu hay bao nhiêu đồng lợi nhuận từ một đồng chi phí

***) Sức sản xuất của chi phí**

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

Chỉ tiêu này phản ánh mỗi đồng chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra thì sẽ thu về được bao nhiêu đồng doanh thu

***) Sức sinh lời của chi phí**

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

Qua những phân tích trên đây, ta có thể hệ thống các chỉ tiêu cơ bản đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp tại bảng 1.1

Bảng 1.1. Bảng hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh

Chỉ tiêu	Công thức tính
1. Hiệu quả sử dụng tài sản	<i>a. Sức sản xuất của tài sản</i> $\frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tài sản bình quân}}$
	<i>b. Sức sinh lời của tài sản</i> $\frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tài sản bình quân}}$
	<i>c. Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn</i> $\frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tài sản ngắn hạn bình quân}}$
	<i>a. Sức sinh lời của tài sản ngắn hạn</i> $\frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tài sản ngắn hạn bình quân}}$
	<i>b. Sức sản xuất của tài sản dài hạn</i> $\frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tài sản dài hạn bình quân}}$
	<i>c. Sức sinh lời của tài sản dài hạn</i> $\frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tài sản dài hạn bình quân}}$
	<i>d. Sức sản xuất của tài sản cố định</i> $\frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tài sản cố định bình quân}}$
<i>e. Sức sinh lời của tài sản cố định</i> $\frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tài sản cố định bình quân}}$	
2. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu	<i>a. Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu</i> $\frac{\text{Doanh thu}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$
	<i>b. Sức sinh lời của vốn chủ sở hữu</i> $\frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$
3. Hiệu quả sử dụng lao động	<i>a. Sức sản xuất của lao động</i> $\frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng lao động}}$
	<i>b. Sức sinh lời của lao động</i> $\frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tổng lao động}}$
4. Hiệu quả sử dụng chi phí	<i>a. Sức sản xuất của chi phí</i> $\frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng chi phí}}$
	<i>b. Sức sinh lời của chi phí</i> $\frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tổng chi phí}}$

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 quy 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 mối 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 mối quan hệ đó được biểu hiện dưới dạng hàm số:

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

$$\text{và } A_0 = f(X_0, Y_0)$$

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

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 mối 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.

* Bồi dưỡng, nâng cao trình độ tay nghề, trình độ nghiệp vụ cho cán bộ công nhân viên trong công ty, tận dụng thời gian làm việc bảo đảm thực hiện các định mức 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 khỏe, 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 : THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SƠN HẢI PHÒNG

2.1. Giới thiệu khái quát về Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty

Tên công ty: Công ty cổ phần Sơn Hải Phòng

Tên giao dịch nước ngoài: Hai Phong paint joint stock company

Tên viết tắt: HPP

Trụ sở chính: Số 12 – Lạch Tray – Ngô Quyền – Hải Phòng

Nhà máy: Số 21 – Đường 208 An Đông – An Dương – Hải Phòng

Số điện thoại: 031.3593681 – 3641121 – 3847003

Số fax: 031.3593680

Website: <http://www.sonhaiphong.com.vn>

Quá trình hình thành và phát triển

- Công ty cổ phần Sơn Hải Phòng tiền thân là Xí nghiệp hoá chất sơn dầu được Ủy ban hành chính thành phố Hải Phòng quyết định thành lập ngày 25/01/1960 theo hình thức Công tư hợp doanh bao gồm: Hãng sơn Phú Hà và các nhà tư sản và tiểu chủ gom tài sản, thiết bị thành lập Xí nghiệp. Là một trong bảy xí nghiệp thành viên của Sở công nghiệp và Thủ công nghiệp Hải Phòng lúc bấy giờ.
- Năm 1989 Xí nghiệp sơn dầu đổi tên thành Nhà máy sơn Hải Phòng
- Năm 1993 Nhà máy sơn Hải Phòng được đổi tên thành Công ty Sơn Hải Phòng theo quyết định số 1938/QĐ-TCCQ của UBND thành phố Hải Phòng
- Năm 1994 Công ty đã vay vốn của Tổ chức SIDA để đầu tư dây chuyền sản xuất nhựa Alkyd của Cộng hoà liên bang Đức.
- Ngày 11/12/2002 UBND thành phố Hải Phòng có quyết định số 3107/QĐ-UB về việc tiến hành cổ phần hoá Công ty Sơn Hải Phòng. Trong năm 2003 Công ty đã hoàn thành phương án cổ phần hoá, tiến hành bán cổ phần và đại hội cổ đông thành lập.

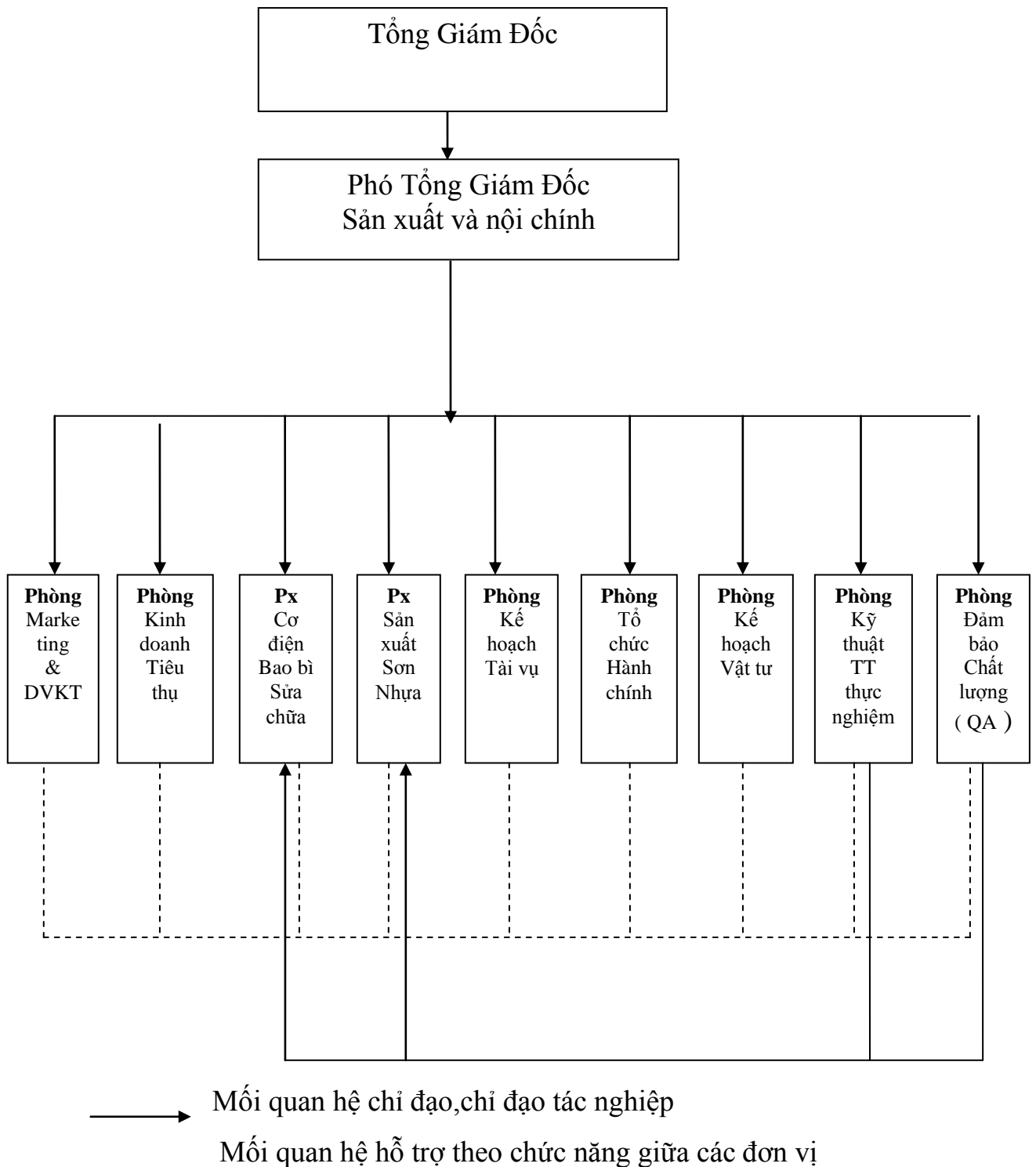
- Ngày 26/12/2003 UBND thành phố có quyết định số 3419/QĐ-UB về việc chuyển Công ty Sơn Hải Phòng thành Công ty cổ phần Sơn Hải Phòng.
- Căn cứ Đại hội cổ đông thành lập và quyết định 3419/QĐ-UB của UBND thành phố Hải Phòng, Công ty cổ phần Sơn Hải Phòng chính thức đi vào hoạt động từ ngày 02/01/2004 theo Luật doanh nghiệp. Từ năm 2004 đến nay Công ty luôn phát triển với sự tăng trưởng 15 - 20% /năm. Kết quả SXKD của Công ty năm sau cao hơn năm trước, có thể so sánh tỷ suất lợi nhuận trên vốn bình quân 3 năm trước cổ phần hoá chỉ đạt 10,19% nhưng 3 năm sau cổ phần hoá đã đạt 44,7%, nộp ngân sách tăng gấp đôi và thu nhập của người lao động tăng gấp 2,3 lần so với trước.

2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ của công ty

- Sản xuất và kinh doanh sơn các loại;
- Kinh doanh vật tư, thiết bị, hoá chất thông thường;
- Dịch vụ thương mại, dịch vụ xuất nhập khẩu và dịch vụ khác.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty

Sơ đồ 2.1. SƠ ĐỒ TỔ CHỨC BỘ MÁY QUẢN LÝ CỦA CÔNG TY



Cơ cấu tổ chức thể hiện cách thức quản lý của công ty trong đó các hoạt động của tổ chức được phân công giữa các phân hệ, bộ phận và cá nhân. Nó xác định rõ mối quan hệ tương quan giữa các hoạt động cụ thể, những nhiệm vụ, quyền hạn và

trách nhiệm gắn liền với cá nhân, bộ phận, phân hệ của tổ chức và các mối quan hệ quyền lực bên trong tổ chức. Chính vì vậy, để phát huy tối đa năng lực cán bộ nhân viên và nâng cao năng suất lao động công ty cổ phần Sơn Hải Phòng đã chọn cơ cấu tổ chức bộ máy hoạt động theo mô hình trực tuyến – chức năng.

Như vậy có thể thấy ưu điểm lớn nhất của cơ cấu tổ chức trong công ty là mỗi bộ phận, mỗi phòng ban trong Công ty đều có sự hỗ trợ, tương tác và kết hợp tương đối hoàn chỉnh. Với bộ máy này, công ty tập trung được năng lực giải quyết các vấn đề và có điều kiện chuyên môn hóa sâu, khắc phục hiện tượng chỉ huy chồng chéo, công việc được phân bổ một cách hợp lý cho các bộ phận phòng ban và cá nhân.

Tuy nhiên cơ cấu này vẫn tồn tại những hạn chế:

- _ Thường dẫn đến mâu thuẫn giữa các bộ phận, phòng ban khi đề ra chỉ tiêu và chiến lược.
- _ Chuyên môn hóa quá mức và tạo ra cách nhìn quá hạn hẹp ở các cán bộ quản trị.
- _ Thiếu sự phối hợp hành động giữa các phòng ban chức năng.

Chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận:

Tổng Giám Đốc:

- + Xây dựng và công bố chính sách chất lượng, phê duyệt các mục tiêu chất lượng.
- + Điều hành các cuộc họp xem xét của lãnh đạo đối với hệ thống chất lượng theo định kỳ.
- + Cung cấp nguồn lực cần thiết để xây dựng , áp dụng và duy trì hệ thống chất lượng của công ty.
- + Xây dựng chiến lược, mục tiêu phát triển của công ty .Chỉ đạo, điều hành công ty thực hiện chiến lược đề ra.
- + Phân công trách nhiệm cho các trưởng đơn vị, ủy quyền chỉ đạo điều hành cho các phó giám đốc trong các hoạt động sản xuất kỹ thuật, nghiên cứu phát triển...trực tiếp chỉ đạo cho các hoạt động kế hoạch vật tư, tiêu thụ, dịch vụ kỹ thuật, tổ chức nhân sự và tài vụ, ủy quyền chỉ đạo khi vắng mặt.

+ Phê duyệt các hợp đồng kinh tế, các quyết định về nhân sự, các kế hoạch đào tạo cán bộ công nhân viên, các cam kết về chất lượng.

+ Chủ tịch hội đồng đánh giá năng lực các nhà thầu phụ.

+ Phê duyệt các chương trình cải tiến chất lượng, dự án phát triển công ty.

Phó Tổng Giám Đốc:

+ Chỉ đạo các phân xưởng triển khai sản xuất theo kế hoạch.

+ Chỉ đạo và phê duyệt các định mức lao động.

+ Chịu trách nhiệm chỉ đạo về công tác an toàn lao động, phòng cháy, chữa cháy, bảo vệ môi trường, phòng chống lũ lụt...

+ Ký các văn bản thuộc phạm vi được phân công về sản xuất và nội chính.

+ Ra lệnh đình chỉ sản xuất trong trường hợp không đảm bảo an toàn về người và thiết bị.

+ Chỉ đạo công việc khi giám đốc đi công tác.

+ Chỉ đạo công tác kỹ thuật

+ Xây dựng thủ tục, xem xét hợp đồng tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ sản phẩm.

+ Lập kế hoạch tiếp thị nghiên cứu phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm và kế hoạch dịch vụ kỹ thuật hàng tháng cho công ty.

+ Cập nhật xử lý các dữ liệu thị trường, khách hàng kết hợp với tiêu thụ, lên nhu cầu gửi các phòng có liên quan như: Kế hoạch, kỹ thuật, đảm bảo chất lượng.

+ Tiếp nhận mọi yêu cầu phục vụ khách hàng, tổ chức thực hiện bán hàng thoả mãn mọi nhu cầu của khách hàng về sản phẩm sơn (kể cả xuất khẩu).

+ Tổ chức nghiên cứu khai thác mở rộng thị trường, thị trường cạnh tranh, thoả mãn mọi nhu cầu của khách hàng trong nước và đề xuất với giám đốc chiến lược phát triển thị trường.

+ Tổ chức thực hiện dịch vụ tư vấn kỹ thuật sau bán hàng. Theo dõi hệ thống khách hàng đã được phục vụ thông xuyên và định kỳ. Đánh giá chất lượng sản phẩm của công ty sau khi bán và đề xuất với công ty các giải pháp cải tiến sản phẩm.

+ Quản lý, duy trì, thực hiện kiểm soát tài liệu, hồ sơ chất lượng thuộc phạm vi sử dụng.

- + Biên soạn và cải tiến thông xuyên hệ thống tài liệu phục vụ đầy đủ cho công việc bán hàng, dịch vụ tư vấn kỹ thuật, đào tạo dịch vụ kỹ thuật, hướng dẫn giám sát kỹ thuật thi công, hội thảo, hội chợ triển lãm, quảng cáo để tiếp thị sản phẩm.
- + Tham mưu cho giám đốc về chiến lược phát triển thị trường, thị phần, kiến nghị với các bộ phận liên quan giải quyết cho phù hợp.
- + Quản lý trực tiếp các chi nhánh và đại diện.
- + Quản lý và bảo quản sản phẩm trong vận chuyển, lưu kho, quản lý phương tiện vận chuyển.

Chức năng các phòng ban nghiệp vụ

- Phòng kinh doanh : Tham mưu và giúp phó giám đốc xây dựng chiến lược SXKD, tổ chức kinh doanh của các sản phẩm của các đơn vị. Tạo nguồn hàng, điều hành các khâu xuất nhập khẩu hàng hóa , vận chuyển hàng hóa đến các cửa hàng đại lí , khách hàng, quản lí hàng xuất nhập khẩu , hóa đơn chứng từ, hệ thống theo dõi, báo cáo... Tổ chức hoạt động tốt hoạt động marketing để duy trì và mở rộng thị trường, đa dạng hóa hình thức dịch vụ, tăng hiệu quả kinh doanh.
- Phòng Kế toán tài vụ : Hạch toán, thống kê các hoạt động SXKD theo quy định của Nhà nước. Phân tích các hoạt động sản xuất kinh doanh. Thường xuyên cung cấp cho Giám đốc tình hình tài chính, nguồn vốn, hiệu quả sử dụng vốn. Lập kế hoạch về vốn và tạo vốn cho các hoạt động SXKD của Công ty.
- Các phân xưởng : Tổ chức sản xuất theo kế hoạch của Công ty, khai thác có hiệu quả cơ sở vật chất kỹ thuật hiện có, nguồn nhân lực được giao để sản xuất đủ mặt hàng cho Công ty theo định mức vật tư quy định, đảm bảo chất lượng, an toàn cho người lao động, nâng cao hiệu quả sản xuất.
- Phòng tổ chức HC : Tham mưu, giúp việc cho Giám đốc về công tác sắp xếp bố trí CBCNV đáp ứng yêu cầu SXKD đề ra. Xây dựng cơ chế trả lương hợp lý với mục đích khuyến khích người lao động và quản lý kiểm tra xử lý những trường hợp bất hợp lý, có kế hoạch đào tạo nâng cao chất lượng lao động, chăm sóc sức khỏe và an toàn lao động.

- Phòng kỹ thuật : Tham m- u, giúp việc cho Giám đốc về việc xây dựng các kế hoạch khoa học kỹ thuật và môi tr- ờng, xây dựng và quản lý định mức vật t-, quản lý tốt công nghệ sản xuất và công tác thiết bị. Đa dạng hóa sản phẩm, cải tiến chất l- ượng và mẫu mã sản phẩm phù hợp với việc vận chuyển và sở thích ng- ời tiêu dùng. Duy trì chất l- ượng sản phẩm ổn định, giảm tỷ lệ phế phẩm và tiêu hao nguyên nhiên vật liệu. Đề xuất với Giám đốc về việc triển khai các kế hoạch đầu t- XDCB nhằm không ngừng nâng cao năng lực và phân cấp sản phẩm, cải thiện môi tr- ờng làm việc.

2.1.4. Hoạt động sản xuất, kinh doanh của Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng

2.1.4.1. Sản phẩm

Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng là doanh nghiệp sản xuất các loại sơn. Sản phẩm của Công ty phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng sinh hoạt và sản xuất. Trong suốt quá trình phát triển, sản phẩm đã có nhiều thay đổi nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của thị trường. Nhờ áp dụng tiến bộ KHKT và sự cố gắng của tập thể cán bộ công nhân viên, Công ty không ngừng đưa ra thị trường những sản phẩm mới với chất lượng, kiểu dáng, mẫu mã ngày càng cao.

Sản phẩm của công ty: 4 sản phẩm chính

_ Sơn tàu biển:

Sơn tàu biển là sản phẩm mũi nhọn của Công ty CP Sơn Hải Phòng trên cơ sở liên doanh với hãng Chugoku Marine Paints (CMP) - Nhật Bản - 1 trong 3 hãng sơn hàng đầu thế giới trong lĩnh vực này.

Hiện nay, Công ty CP Sơn Tàu Biển là nhà cung cấp hàng đầu về sơn tàu biển, chiếm hơn 70% thị trường sơn tàu biển và công trình biển tại Việt Nam.

_ Sơn bảo vệ chống ăn mòn công trình công nghiệp:

Sản phẩm sơn công nghiệp sản xuất theo công nghệ tiên tiến của hãng CMP - Nhật Bản. Trong những năm qua, sản phẩm sơn công nghiệp đã phục vụ hầu hết các công trình trọng điểm của đất nước như:

Sơn cho các dự án nhà máy công nghiệp: xi măng, nhiệt điện, thủy điện, điện gió, giấy, hoá chất, cán thép, lọc dầu...

Sơn cho các hệ thống bồn bể của tổng kho xăng dầu, khí hoá lỏng.

Sơn cho các dự án giao thông: cầu thép, cầu đường sắt, toa xe, sân bay...

Sơn container.

_ Sơn tấm lợp:

_ Sơn trang trí

2.1.4.2. Hạng mục công trình

Trong suốt trọng đường phát triển của mình, công ty cổ phần Sơn Hải Phòng đã tham gia nhiều hạng mục công trình lớn nhỏ. Bảng 1 dưới đây sẽ tổng kết một số công trình mà công ty đã tham gia trong những năm gần đây.

Bảng 2.1 Một số công trình mà công ty tham gia trong những năm gần đây:

LOẠI	TÊN DỰ ÁN	ĐẦU TƯ	NHÀ THẦU	TRỌNG TẢI	THỜI GIAN
MV	TÀU CONTAINER	VINALINES	ĐÓNG TÀU HẠ LONG	1.800	2010
MV	HL15	VINALINES	ĐÓNG TÀU HẠ LONG	12500	2010
MT	FSO-5	PTSC	NASICO	150000	2009
MV	F56 NT01	IHI	NAM TRIỆU	56000	2009
MV	VINASHIP GOLD	VINASHIP	HẠ LONG	12500	2008
MV	LASH SONG GIANH	VINASHIN	NAM TRIỆU	10900	2008
MV	UNICORN LOGGER	NHẬT BẢN	HẠ LONG	8700	2008
MV	DIAMOND FALCON	FALCON	BẠCH ĐẰNG	22500	2007
MV	GOLDEN FALCON	FALCON	BẠCH ĐẰNG	22500	2006
MV	VINASHIN BAY	VINASHIN	HẠ LONG	20000	2007
MV	VINASHIN SUN	VINASHIN	HẠ LONG	11500	2003
MV	VINASHIN STAR	VINASHIN	HẠ LONG	11500	2004
MV	BIZEN	NHẬT BẢN	HẠ LONG	8700	2007
MV	BINGO	NHẬT BẢN	HẠ LONG	8700	2007
MV	KAIKI	WISDOM LINES	BẾN KÈN	8700	2007
MV	ARIKUN	WISDOM LINES	BẾN KIỀN	8700	2007
MV	UNICORN BRAVO	WISDOM LINES	BẾN KIỀN	8700	2006
MV	ĐÔNG BA	ĐÔNG ĐÔ	PHẢ RỪNG	6500	2006
MV	LAN HẠ	VOSCO	HẠ LONG	12500	2005
MV	NGỌC SƠN	NOSCO	BẾN KIỀN	6800	2005
MV	VINALINES UNITY	VINALINES	BẠCH ĐẰNG	22500	2008
MV	TÂY SƠN 1	VINALINES	HẠ LONG	12500	2005
MV	TÂY SƠN 3	VINALINES	HẠ LONG	12500	2006
MV	SEA DREAM	HẢI ÂU	HẠ LONG	12500	2007
MV	HL 15	VINALINES	HẠ LONG	12500	2009
MV	1800 TEU	VINALINES	HẠ LONG	1800 TEU	2009
MV	VINASHIN ORIENT	VINASHIN	BẾN KIỀN	600 TEU	2005

(Nguồn : Phòng kỹ thuật)

2.1.4.3. Công nghệ sản xuất của công ty.

Năm 1996, Công ty nhận thấy cần phải đi tắt đón đầu, cải tiến và đổi mới công nghệ thông qua con đường mua bí quyết công nghệ. Theo định hướng chiến lược này, chúng tôi đã rất thành công trong việc mua và chuyển giao công nghệ sản xuất sơn tàu biển từ hãng Chugoku Marine Paints, Nhật Bản (CMP), một trong 3 hãng sơn tàu biển hàng đầu thế giới.

Đến nay, Sơn Hải Phòng đã mở rộng dây chuyền sản xuất sơn tàu biển cao cấp với công suất lên 10.000 tấn/năm; dây chuyền sản xuất sơn tẩm lợp nâng công suất lên 15.000 tấn/năm và đầu tư thêm các trang thiết bị hiện đại nhất. Hiện nay Công ty có trên 200 loại sản phẩm. Trong đó, có 60% là sản phẩm sơn cao cấp phục vụ cho ngành tàu biển và công nghiệp.

Từ năm 1990 Công ty đã thành lập phòng thử nghiệm, đến năm 2006 nâng cấp phòng thử nghiệm thành Trung tâm R&D với tổng kinh phí đầu tư và nâng cấp mở rộng tới hàng chục tỉ đồng. (Trung tâm có diện tích 800m² với 12 phòng chức năng được trang bị các thiết bị hiện đại).

Nhiệm vụ của Trung tâm khá đa dạng: Vừa tìm tòi, nghiên cứu các xu hướng phát triển công nghệ, lựa chọn công nghệ cho phù hợp; vừa tìm cách phát huy tính năng của các bí quyết, công nghệ được chuyển giao cho phù hợp với điều kiện sản xuất thực tế và tự nghiên cứu đưa ra các bí quyết, công nghệ và sản phẩm mới của chính mình.

Mỗi năm, ngoài việc phối hợp với Sở KH&CN Hải Phòng thực hiện hàng chục đề tài nghiên cứu cấp sở, Công ty cũng kết hợp với rất nhiều viện nghiên cứu như Viện KH&CN Việt Nam, Viện Kỹ thuật Nhiệt đới, Viện KH&CN Giao thông Vận tải..., đưa các ứng dụng công nghệ vào thực tiễn sản xuất.

Quy trình sản xuất quạt là một quy trình tổng hợp, khép kín bao gồm các bộ phận sau:

2.1.4.4. Đặc điểm thị trường**2.1.4.4.1. Thị trường và khách hàng**

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 Cổ phần Sơn Hải Phòng 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, công ty cổ phần sơn Hải Phòng là nhà sản xuất, cung cấp và dịch vụ sơn có uy tín hàng đầu Việt Nam.

Công ty nghiên cứu nhu cầu và dựa vào mục đích mua để phân chia những loại khách hàng như sau:

- Loại 1: Khách hàng mua sơn tàu biển, công trình biển: thường là các công ty lớn của Nhà nước hoặc các công ty nước ngoài. Một số công ty là khách hàng trung thành với công ty như: các Công ty vận tải biển, Nhà máy đóng tàu Bạch Đằng, Nhà máy sửa chữa tàu biển Phà Rừng...

- Loại 2: Khách hàng mua sơn công nghiệp là các cơ sở sản xuất của Nhà nước hoặc tư nhân như khu công nghiệp, nhà máy, xí nghiệp...

- Loại 3: Khách hàng mua sơn xây dựng: Sử dụng cho các công trình xây dựng lớn nhỏ.

- Loại 4: Khách hàng mua sơn dân dụng: thường là các cá nhân phục vụ nhu cầu thường nhật.

- Loại 5: Khách hàng mua sơn giao thông: chủ yếu là Nhà nước.

Hiện nay khách hàng loại 1 là khách hàng quan trọng nhất và trọng điểm nhất đối với công ty, vì vậy công ty cố gắng phục vụ tốt khách hàng loại này. Còn các loại khách hàng khác được xếp ngang hàng nhau, được chú ý đáp ứng ở mức độ cao và xu hướng sẽ được nâng cao chất lượng để cạnh tranh với các hãng khác.

2.1.4.4.2. Thị phần

$$\text{Sức sản xuất của lao động} = \frac{\text{Doanh thu của doanh nghiệp}}{\text{Doanh thu của thị trường}}$$

Hiện nay sản phẩm sơn tàu biển và công trình biển của công ty chiếm 70% thị phần cả nước, bột giặt vì dân tiêu thụ ở 64 tỉnh, thành phố chiếm tỷ trọng 13%, sơn giao thông chiếm tỷ trọng 75% thị phần.

Sản phẩm sơn tàu biển của Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng luôn chiếm ưu thế trên thị trường Hải phòng và là sự lựa chọn hàng đầu của người tiêu dùng Hải Phòng.

2.1.4.5. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty

Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng là doanh nghiệp chuyên sản xuất kinh doanh các loại sơn. Sản phẩm chủ yếu của doanh nghiệp là: sơn tàu biển, sơn công nghiệp, sơn tấm lợp, sơn trang trí...

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 2.2. Bảng báo cáo kết quả kinh doanh năm 2009, năm 2010

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
			Tuyệt đối	%
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ.	343,418,291,076	387,326,193,016	(43,907,901,940)	(11.34)
2. Các khoản giảm trừ doanh thu.	471,238,688	925,725,524	(454,486,836)	(49.10)
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ.	342,947,052,388	386,400,467,492	(43,453,415,104)	(11.25)
4. Giá vốn hàng bán.	231,709,271,954	300,009,813,783	(68,300,541,829)	(22.77)
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ.	111,237,780,434	86,390,653,709	24,847,126,725	28.76
6. Doanh thu từ hoạt động tài chính	4,168,404,229	2,415,072,875	1,753,331,354	72.60
7. Chi phí tài chính	20,496,046,604	24,387,456,235	(3,891,409,631)	(15.96)
Trong đó: Lãi vay	10,425,191,867	18,084,808,357	(7,659,616,490)	(42.35)
8. Chi phí bán hàng	25,172,174,018	26,456,031,093	(1,283,857,075)	(4.85)
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	26,982,231,203	10,965,096,356	16,017,134,847	146.07
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	42,755,732,838	26,997,142,900	15,758,589,938	58.37
11. Thu nhập khác	3,830,185,093	780,080,841	3,050,104,252	391.00
12. Chi phí khác	274,337,648	38,385,422	236,052,226	616.56
13. Lợi nhuận khác	3,555,487,445	741,795,419	2,813,692,026	379.31
14. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	46,311,580,283	27,738,938,319	18,572,641,964	66.96
15. Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành	4,518,678,976	1,919,620,924	2,599,058,052	135.39
16. Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại	316,482,998	(256.614.223)	573,097,221	223.33
17. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại.	41,476,418,308	26,075,931,618	15,400,486,690	59.06
18. Lãi cơ bản trên cổ phiếu (*)	7,702	4,920	2,782	56.54

(Nguồn : Theo số liệu phòng Tài chính – Kế toán)

Nhân xét:

Năm 2010 công ty đã hoạt động SXKD có hiệu quả. Tuy doanh thu thuần năm 2010 giảm 11,25% so với năm 2009, nhưng lợi nhuận thuần tăng 58,37%. Vì vậy lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp cũng tăng lên 66,96% ứng với tăng 18,572,641,964 đồng. Và doanh nghiệp đã nộp 4,518,678,976 đồng tiền thuế thu nhập (tăng 2,599,058,052 đồng). Như vậy trong thời kỳ kinh tế khó khăn nhưng doanh nghiệp đã có lãi và nộp thuế đầy đủ cho Nhà Nước.

Tình hình tài chính của Công ty trong năm 2009, năm 2010

Bảng 2.3. Bảng cân đối kế toán năm 2009, năm 2010

TÀI SẢN	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
			Tuyệt đối	%
A. Tài sản ngắn hạn	178,089,605,200	167,920,858,032	10,168,747,168	6.06
Tiền và các khoản tương đương tiền	5,339,001,970	8,449,325,058	(3,110,323,088)	(36.81)
Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	-	-	-	-
Các khoản phải thu	92,869,060,073	74,966,211,825	17,902,848,248	23.88
1. Phải thu khách hàng	88.666.076.479	71.149.900.877	17.516.175.602	24,62
2. Trả trước cho người bán	372.900.866	3.925.937.393	(3.553.036.527)	(90,5)
3. Các khoản phải thu khác	20.958.085.143	380.891.508		
4. Dự phòng phải thu NH khó đòi	(17.128.002.415)	(490.517.953)	20.577.193.635 (16.637.484.462)	5.402,38 3.391,82

Hàng tồn kho	79,102,437,059	84,133,450,616	(5,031,013,557)	(5.98)
Tài sản ngắn hạn khác	779,106,098	371,870,533	407,235,565	109.51
B.Tài sản dài hạn	88,967,477,543	85,318,997,533	3,648,480,010	4.28
Các khoản phải thu dài hạn	-	-	-	-
Tài sản cố định	45,416,177,509	54,545,040,410	(9,128,862,901)	(16.74)
- Nguyên giá	72,583,092,080	75,159,607,025	(2,576,514,945)	(3.43)
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	(30,586,594,119)	(24,098,867,799)	(6,487,726,320)	26.92
Bất động sản đầu tư	-	-	-	-
Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	43,229,704,000	29,813,136,000	13,416,568,000	45.00
Tài sản dài hạn khác	321,596,034	960,821,123	(639,225,089)	(66.53)
Tổng cộng tài sản	267,057,082,743	253,239,855,565	13,817,227,178	5.46
NGUỒN VỐN				
A.Nợ phải trả	161,294,756,672	181,107,995,883	(19,813,239,211)	(10.94)
Nợ ngắn hạn	142,313,061,289	155,901,164,866	(13,588,103,577)	(8.72)
Nợ dài hạn	17,981,695,383	25,146,831,017	(7,165,135,634)	(28049)
B.Nguồn vốn chủ sở hữu	105,762,326,071	72,131,859,682	33,630,466,389	46.62
Vốn chủ sở hữu	102,307,515,019	71,527,048,886	30,780,466,133	43.03
Nguồn kinh phí và quỹ khác	3,454,811,052	604,810,796	2,850,000,256	471.22
Tổng cộng nguồn vốn	267,057,082,743	253,239,855,565	13,817,227,178	5.46

(Nguồn : Theo số liệu phòng Tài chính – Kế toán)

Nhân 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:

$$267,057,082,743 - 253,239,855,565 = 13,817,227,178 \text{ đồng}$$

Như vậy tổng tài sản cuối năm so với đầu năm tăng: 13,817,227,178 đồng, tương ứng với tỉ lệ 5,46 %, 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 10,168,747,168 đồng, tương đương với 6,06 %, do biến động của các chỉ tiêu sau:

$$+ \text{ Do khoản phải thu tăng: } 92,869,060,073 - 74,966,211,825 \\ = 17,902,848,248 \text{ đồng}$$

$$+ \text{ Do tài sản ngắn hạn khác tăng: } 779,106,098 - 371,870,533 \\ = 407,235,565 \text{ đồng}$$

- Đối với tài sản dài hạn: tăng 3,648,480,010 đồng tương đương với 4,28 %

Như vậy, trong năm qua, các khoản phải thu của Công ty tăng, chứng tỏ Công ty chưa kiểm soát công nợ tốt.

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: $267,057,082,743 - 253,239,855,565$

$$= 13,817,227,178 \text{ đồng, tương đương với } 5,46 \%, \text{ nguyên nhân tăng là do:}$$

$$\text{Vốn chủ tăng: } 105,762,326,071 - 72,131,859,682 = 33,630,466,389 \text{ đồng}$$

Như vậy, nguồn vốn chủ sở hữu tăng chứng tỏ nguồn vốn của Công ty được bảo toàn và phát triển tốt nguồn vốn. Với mô hình cổ phần, với kinh nghiệm lãnh đạo của đội ngũ quản lý như hiện tại thì chắc chắn sẽ thu hút được nhiều nguồn vốn đầu tư hơn.

2.2. Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng

2.2.1. Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản

2.2.1.1. 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 2.4 Tài sản của công ty

TÀI SẢN	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
			Tuyệt đối	%
A. Tài sản ngắn hạn	178,089,605,200	167,920,858,032	10,168,747,168	6.06
Tiền và các khoản tương đương tiền	5,339,001,970	8,449,325,058	(3,110,323,088)	(36.81)
Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	-	-	-	-
Các khoản phải thu	92,869,060,073	74,966,211,825	17,902,848,248	23.88
Hàng tồn kho	79,102,437,059	84,133,450,616	(5,031,013,557)	(5.98)
Tài sản ngắn hạn khác	779,106,098	371,870,533	407,235,565	109.51
B. Tài sản dài hạn	88,967,477,543	85,318,997,533	3,648,480,010	4.28
Các khoản phải thu dài hạn	-	-	-	-
Tài sản cố định	45,416,177,509	54,545,040,410	(9,128,862,901)	(16.74)
- Nguyên giá	72,583,092,080	75,159,607,025	(2,576,514,945)	(3.43)
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	(30,586,594,119)	(24,098,867,799)	(6,487,726,320)	26.92
Bất động sản đầu tư	-	-	-	-
Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	43,229,704,000	29,813,136,000	13,416,568,000	45.00
Tài sản dài hạn khác	321,596,034	960,821,123	(639,225,089)	(66.53)
Tổng cộng tài sản	267,057,082,743	253,239,855,565	13,817,227,178	5.46

Qua bảng trên ta thấy : Tổng tài sản của công ty chủ yếu là tài sản ngắn hạn khác. tài sản ngắn hạn khác của công ty chiếm tỷ trọng nhiều nhất trong tổng tài sản.

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 2.5 Bảng cơ cấu tổng tài sản

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2009	
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
Tài sản ngắn hạn	178,089,605,200	66,7%	167,920,858,032	66,3%
Tài sản dài hạn	88,967,477,543	33,3%	85,318,997,533	33,7%
Tổng tài sản	267,057,082,743	100%	253,239,855,565	100%

Ta thấy rằng năm 2010 tài sản của công ty tăng 5,46 % so với năm 2009. Hầu hết các khoản mục tài sản trong tổng tài sản đều tăng. Khoản mục tài sản tăng nhiều nhất là tài sản ngắn hạn khác. Bên cạnh đó ta cũng thấy rằng tổng tài sản của Công ty chủ yếu là tài sản ngắn hạn. Năm 2009, tài sản ngắn hạn chiếm 66,3% tổng tài sản. Năm 2010 tỷ trọng tài sản ngắn hạn đã tăng lên 66,7 %.

2.2.1.2. Hiệu quả sử dụng tổng tài sản

Bảng 2.6. Sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng tài sản

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	342.947.052.388	386.400.467.492	(43.453.415.104)	11,25
LN sau thuế	Đồng	41.476.418.308	26.075.931.618	15.400.486.690	59,06
TTS bình quân	Đồng	260.148.469.111	238.658.990.211	21.489.478.910	9
SSX của TTS	Lần	1,318	1,62	(0,302)	(18,64)
SSL của TTS	Lần	0,159	0,109	0,05	45,87

Nhận xét:

Ta thấy rằng chỉ tiêu sức sản xuất của tổng tài sản của Công ty đã bị giảm sút trong khi đó chỉ tiêu sức sinh lời của tổng tài sản đã tăng lên. Sức sản xuất và sức sinh lời của tổng tài sản của Công ty năm 2009 đạt 1,62 và 0,109 có nghĩa là với mỗi 1 đồng tài sản tham gia vào hoạt động kinh doanh chỉ mang về cho Công ty 1,62 đồng doanh thu và 0,159 đồng lợi nhuận. Sang năm 2010, các chỉ tiêu này đã thay đổi, cụ thể sức sản xuất đã giảm xuống 0,302 lần và sức sinh lời đã tăng lên 0,05 lần. 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 lời của tổng tài sản.

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

Các ký hiệu sử dụng:

TTS_i: Tổng tài sản bình quân năm i

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

ΔSSX_{TTS} , ΔSSL_{TTS} : chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời 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 lời 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

$$\Delta SSX_{TTS} (TTS) = \frac{DT_{2009}}{TTS_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TTS_{2009}} = \frac{386.400.467.492}{260.148.469.111} - \frac{386.400.467.492}{238.658.990.211} = - 0,134$$

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 0,134 lần.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSX_{TTS} (DT) = \frac{DT_{2010}}{TTS_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TTS_{2009}} = \frac{342.947.052.388}{260.148.469.111} - \frac{386.400.467.492}{260.148.469.111} = - 0,167$$

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 giảm 43.453.415.104 đồng so với doanh thu năm 2009. Với sức sản xuất của tổng tài sản, doanh thu giảm đã làm cho sức sản xuất của tổng tài sản giảm xuống 0,167 lần.

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:

$$\Delta SSX_{TTS} = - 0,134 - 0,167 = - 0,301$$

***) 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

$$\Delta SSL_{TTS} (TTS) = \frac{LN_{2009}}{TTS_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TTS_{2009}} = \frac{26.075.931.618}{260.148.469.111} - \frac{26.075.931.618}{238.658.990.211} = - 0,009$$

Khi tổng tài sản tăng lên một lượng 21.489.478.910 đồng đã làm cho sức sinh lời của tổng tài sản giảm đi 0,009 lần, có nghĩa là khi tài sản tăng lên 1000 đồng thì làm ảnh hưởng giảm sức sinh lời của tổng tài sản đi 9 đồng.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận

$$\Delta SSL_{TTS} (LN) = \frac{LN_{2010}}{TTS_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TTS_{2009}} = \frac{41.476.418.308}{260.148.469.111} - \frac{26.075.931.618}{260.148.469.111} = 0,059$$

Do lợi nhuận năm 2010 tăng 15.400.486.690 đồng làm cho sức sinh lời của tổng tài sản tăng thêm 0,059.

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:

$$\Delta SSL_{TTS} = - 0,009 + 0,059 = 0,05$$

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 50 đồng. và mỗi 1000 đồng tài sản trung bình năm 2010 sản xuất ít hơn mỗi 1000 đồng tài sản trung bình của năm 2009 là 301 đồng. Như vậy trong năm 2010 công ty sử dụng tổng tài sản hiệu quả hơn so với năm 2009, thể hiện ở chỗ sức sinh lời của tổng tài sản năm 2010 tăng so với cùng chỉ tiêu năm 2009.

2.2.1.3. Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn

Bảng 2.7. Sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản ngắn hạn

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	342.947.052.388	386.400.467.492	(43.453.415.104)	11,25
LN sau thuế	Đồng	41.476.418.308	26.075.931.618	15.400.486.690	59,06
TSNH bình quân	Đồng	173.005.231.611	167.702.206.811	5.303.024.800	3,16
SSX của TSNH	Lần	1,982	2,304	(0,322)	(13,98)
SSL của TSNH	Lần	0,24	0,155	0,085	54,84

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 2,304 và 0,155. Tuy nhiên, đến năm 2010, chỉ tiêu sức sản xuất của tài sản ngắn hạn giảm xuống là 1,982 tương ứng với 13,98 % và chỉ tiêu sức sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng lên là 0,24 tương đương với 54,84%.

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.**

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

$$\Delta\text{SSX}_{\text{TSNH}} = \frac{\text{DT}_{2010}}{\text{TSNH}_{2010}} - \frac{\text{DT}_{2009}}{\text{TSNH}_{2009}}$$

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

$$\Delta\text{SSX}_{\text{TSNH}}(\text{TSNH}) = \frac{\text{DT}_{2009}}{\text{TSNH}_{2010}} - \frac{\text{DT}_{2009}}{\text{TSNH}_{2009}} = \frac{386.400.467.492}{173.005.231.611} - \frac{386.400.467.492}{167.702.206.811}$$

$$= - 0,07$$

Khi tài sản ngắn hạn trung bình của công ty tăng thêm 5.303.024.800 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

$$\Delta\text{SSX}_{\text{TSNH}}(\text{DT}) = \frac{\text{DT}_{2010}}{\text{TSNH}_{2010}} - \frac{\text{DT}_{2009}}{\text{TSNH}_{2010}} = \frac{342.947.052.388}{173.005.231.611} - \frac{386.400.467.492}{173.005.231.611}$$

$$= - 0,251$$

Doanh thu giảm làm cho sức sản xuất của tài sản ngắn hạn của công ty trong năm 2010 đã giảm đi 0,251 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:

$$\Delta SSX_{TSNH} = - 0,07 - 0,251 = - 0,321$$

Sự tăng lên của tài sản ngắn hạn làm sức sản xuất của tài sản ngắn hạn giảm xuống, còn sự giảm sút doanh thu khiến sức sản xuất của tài sản ngắn hạn giảm xuống. Kết hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố trên đã khiến sức sản xuất của tài sản ngắn hạn giảm đi 0,321.

***) 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

$$\Delta SSL_{TSNH}(TSNH) = \frac{LN_{2009}}{TSNH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSNH_{2009}} = \frac{26.075.931.618}{173.005.231.611} - \frac{26.075.931.618}{167.702.206.811} = - 0,0048$$

Khi tài sản ngắn hạn trung bình của công ty tăng thêm 2,332,140,689,442 đồng đã làm cho sức sản xuất của tài sản ngắn hạn của Công ty giảm đi một lượng là 0.053, điều đó có nghĩa là cứ 1000 đồng tài sản ngắn hạn của năm 2007 mang về cho Công ty một khoản doanh thu ít hơn của năm 2006 là 53 đồng

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận

$$\Delta SSL_{TSNH}(LN) = \frac{LN_{2010}}{TSNH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSNH_{2010}} = \frac{41.476.418.308}{173.005.231.611} - \frac{26.075.931.618}{173.005.231.611} = 0,089$$

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:

$$\Delta SSL_{TSNH} = - 0,0048 + 0,089 = 0,0842$$

Kết luận: Ta thấy rằng sức sản xuất của tài sản ngắn hạn của Công ty năm 2010 đã giảm so với năm 2009 và chỉ tiêu sức sinh lời của tài sản ngắn hạn tăng nhưng không đáng kể. Chứng tỏ năm 2010 Công ty sử dụng tài sản ngắn hạn chưa hiệu quả do tốc độ tăng của tài sản ngắn hạn nhanh hơn so với tốc độ tăng doanh thu thuần.

2.2.1.4. Hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn

Bảng 2.8. Sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản dài hạn

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	342.947.052.388	386.400.467.492	(43.453.415.104)	11,25
LN sau thuế	Đồng	41.476.418.308	26.075.931.618	15.400.486.690	59,06
TSDH bình quân	Đồng	87.143.237.541	70.956.783.410	16.186.454.130	22,81
SSX của TSDH	Lần	3,935	5,446	(1,511)	(27,75)
SSL của TSDH	Lần	0,476	0,367	0,109	29,7

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

$$\Delta SSX_{TSDH}(TSDH) = \frac{DT_{2009}}{TSDH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSDH_{2009}} = \frac{26.075.931.618}{87.143.237.541} - \frac{26.075.931.618}{70.956.783.410} = - 1,011$$

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 1,011, 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 1,011 đồng.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSX_{TSDH}(DT) = \frac{DT_{2010}}{TSDH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSDH_{2010}} = \frac{342.947.052.388}{87.143.237.541} - \frac{386.400.467.492}{87.143.237.541} = - 0,499$$

Doanh thu giảm khiến cho sức sản xuất của tài sản dài hạn của công ty trong năm 2010 đã giảm đi 0,499 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:

$$\Delta SSX_{TSDH} = - 1,011 - 0,499 = - 1,51$$

***) 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

$$\Delta SSL_{TSDH}(TSDH) = \frac{LN_{2009}}{TSDH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSDH_{2009}} = \frac{26.075.931.618}{87.143.237.541} - \frac{26.075.931.618}{70.956.783.410} = - 0,068$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSL_{TSDH}(LN) = \frac{LN_{2010}}{TSDH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSDH_{2010}} = \frac{41.476.418.308}{87.143.237.541} - \frac{26.075.931.618}{87.143.237.541} = 0,177$$

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:

$$\Delta SSL_{TSDH} = - 0,068 + 0,177 = 0,109$$

2.2.1.5. Hiệu quả sử dụng tài sản cố định

Bảng 2.9. Sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản cố định

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	342.947.052.388	386.400.467.492	(43.453.415.104)	(11,25)
LN sau thuế	Đồng	41.476.418.308	26.075.931.618	15.400.486.690	59,06
TSCĐ bq	Đồng	44.143.111.960	49.980.608.960	(5.837.497.000)	(11,68)
SSX của TSCĐ	Lần	7,769	7,731	0,038	0,49
SSL của TSCĐ	Lần	0,94	0,522	0,418	80,08

Nhận xét:

Qua bảng trên ta thấy:

- Sức sản xuất của tài sản cố định của công ty năm 2009 là 7,731, tức là mỗi đồng đầu tư vào tài sản cố định mang lại 7,731 đồng doanh thu cho công ty. Đến năm 2010, sức sản xuất của tài sản cố định đã tăng lên là 7,769.

- Sức sinh lời của tài sản cố định của công ty tăng từ giá trị 0,522 của năm 2009 lên tới 0,94 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

TSCĐ_i: Tài sản cố định bình quân năm i

ΔSSX_{TSCĐ}, ΔSSL_{TSCĐ}: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản cố định năm i+1 và năm i

ΔSSX_{TSCĐ(X)}, ΔSSL_{TSCĐ(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**

$$\begin{aligned} \text{Sức sản xuất của tài sản cố định} &= \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tài sản cố định bình quân}} \\ \Delta SSX_{TSCĐ} &= \frac{DT_{2010}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSCĐ_{2009}} \end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned} \Delta SSX_{TSCĐ}(TSCĐ) &= \frac{DT_{2009}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSCĐ_{2009}} = \frac{386.400.467.492}{44.143.111.960} - \frac{386.400.467.492}{49.980.608.960} \\ &= 1,022 \end{aligned}$$

Do tài sản cố định giảm đã làm cho sức sản xuất của tài sản cố định giảm xuống 1,022

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\begin{aligned} \Delta SSX_{TSCĐ}(DT) &= \frac{DT_{2010}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSCĐ_{2010}} = \frac{342.947.052.388}{44.143.111.960} - \frac{386.400.467.492}{44.143.111.960} \\ &= - 0,98 \end{aligned}$$

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:

$$\Delta SSX_{TSCĐ} = 1,022 - 0,98 = 0,042$$

***) 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

$$\Delta SSL_{TSCĐ}(TSCĐ) = \frac{LN_{2009}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSCĐ_{2009}} = \frac{26.075.931.618}{44.143.111.960} - \frac{26.075.931.618}{49.980.608.960} = 0,069$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận

$$\Delta SSL_{TSCĐ}(LN) = \frac{LN_{2010}}{TSCĐ_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSCĐ_{2010}} = \frac{41.476.418.308}{44.143.111.960} - \frac{26.075.931.618}{44.143.111.960} = 0,349$$

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:

$$\Delta SSL_{TSCĐ} = 0,069 + 0,349 = 0,418$$

2.2.2.2. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

Bảng 2.10. Sức sản xuất và sức sinh lời của vốn chủ sở hữu

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
DT thuần	Đồng	342.947.052.388	386.400.467.492	(43.453.415.104)	(11,25)
LN sau thuế	Đồng	41.476.418.308	26.075.931.618	15.400.486.690	59,06
Vốn CSH bq	Đồng	88.947.092.840	67.877.200.240	21.069.892.600	31,04
SSX của vốn CSH	Lần	3,86	5,69	(1,83)	(32,16)
SSL của vốn CSH	Lần	0,466	0,384	0,082	21,35

Nhận xét:

Qua bảng trên ta thấy: Sức sản xuất của vốn chủ hữu công ty giảm trong khi đó sức sinh lời của vốn chủ sở hữu lại tăng. Năm 2009 một đồng vốn chủ sở hữu mang về cho công ty 5,69 đồng doanh thu và 0,384 đồng lợi nhuận. Đến năm 2010 một đồng vốn chủ sở hữu chỉ mang về cho công ty 3,86 đồng doanh thu và mang lại 0,466 đồng lợi nhuận.

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**

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

$$\Delta\text{SSX}_{\text{VCSH}} = \frac{\text{DT}_{2010}}{\text{VCSH}_{2010}} - \frac{\text{DT}_{2009}}{\text{VCSH}_{2009}}$$

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

$$\Delta\text{SSX}_{\text{VCSH}}(\text{VCSH}) = \frac{\text{DT}_{2009}}{\text{VCSH}_{2010}} - \frac{\text{DT}_{2009}}{\text{VCSH}_{2009}} = \frac{386.400.467.492}{88.947.092.840} - \frac{386.400.467.492}{67.877.200.240}$$

$$= - 1,348$$

Do vốn chủ sở hữu trung bình của năm 2010 đã tăng 21.069.892.600 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 1,348 lần.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta\text{SSX}_{\text{VCSH}}(\text{DT}) = \frac{\text{DT}_{2010}}{\text{VCSH}_{2010}} - \frac{\text{DT}_{2009}}{\text{VCSH}_{2010}} = \frac{342.947.052.388}{88.947.092.840} - \frac{386.400.467.492}{88.947.092.840}$$

$$= - 0,489$$

Doanh thu là một trong hai yếu tố ảnh hưởng đến sức sản xuất của vốn chủ sở hữu. Doanh thu năm 2010 giảm 43.453.415.104 đồng kéo theo sức sản xuất của vốn chủ sở hữu giảm xuống 0,489 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:

$$\Delta\text{SSX}_{\text{CSH}} = - 1,348 - 0,489 = - 1,837$$

Điều đó có nghĩa là năm 2010 mỗi đồng vốn chủ sở hữu đầu tư vào kinh doanh đã mang lại cho công ty ít hơn so với năm 2009 là 1,837 đồng doanh thu.

***) Sức sinh lời của vốn chủ sở hữu**

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

$$\Delta\text{SSL}_{\text{VCSH}} = \frac{\text{LN}_{2010}}{\text{VCSH}_{2010}} - \frac{\text{LN}_{2009}}{\text{VCSH}_{2009}}$$

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

$$\Delta\text{SSL}_{\text{VCSH}}(\text{VCSH}) = \frac{\text{LN}_{2009}}{\text{VCSH}_{2010}} - \frac{\text{LN}_{2009}}{\text{VCSH}_{2009}} = \frac{26.075.931.618}{88.947.092.840} - \frac{26.075.931.618}{67.877.200.240} = - 0,091$$

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 giảm đi, tuy nhiên sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu chỉ giảm 0,091, giảm ít hơn sức sản xuất.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận

$$\Delta\text{SSL}_{\text{VCSH}}(\text{LN}) = \frac{\text{LN}_{2010}}{\text{VCSH}_{2010}} - \frac{\text{LN}_{2009}}{\text{VCSH}_{2010}} = \frac{41.476.418.308}{88.947.092.840} - \frac{26.075.931.618}{88.947.092.840} = 0,173$$

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 0,173 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:

$$\Delta\text{SSL}_{\text{CSH}} = - 0,091 + 0,173 = 0,082$$

Kết luận: Trong năm 2010, sức sản xuất của vốn chủ sở hữu của công ty giảm trong khi đó sức sinh lời của vốn chủ sở hữu tăng không đáng kể. Việc tăng vốn

chủ sở hữu làm giảm sức sinh lời và sức sản xuất của vốn chủ sở hữu. Bên cạnh đó doanh thu giảm đã làm sức sản xuất của vốn chủ sở hữu giảm đi rõ rệt. Như vậy, năm 2010 công ty đã sử dụng vốn chủ sở hữu đạt hiệu quả.

2.2.3. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

2.2.3.1. 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 chủ yếu đội ngũ công nhân kỹ thuật chiếm tỷ trọng cao trong tổng số lao động.

Đây là một doanh nghiệp có lao động vừa phải, không lớn và cũng không quá ít. Tỷ lệ nam nữ tương đối, lao động nữ luôn được sự quan tâm của lãnh đạo công ty, được hưởng chế độ ưu đãi cho lao động nữ theo đúng các yêu cầu trong luật lao động, 100% lao động được bảo hiểm đầy đủ.

Về trình độ: đối với công ty do đặc điểm, tính chất công việc có yêu cầu khác nhau như: phân xưởng sản xuất phải có trình độ trung học chiếm đa số.

Về độ tuổi: đây là doanh nghiệp có xu hướng trẻ hóa lực lượng lao động của mình, dần dần thay thế những thế hệ trẻ có trình độ cao vào công ty. Vừa kết hợp kinh nghiệm vừa phát huy sức trẻ, năng động của tuổi trẻ. Số lượng lao động lớn tuổi dần dần giảm bớt.

****Tình hình sử dụng chất lượng lao động***

Chất lượng lao động có ảnh hưởng quan trọng đến năng suất lao động trong mỗi doanh nghiệp. Chất lượng lao động được thể hiện qua các tiêu chí: Trình độ tay nghề; trình độ văn hoá; mức thâm niên nghề...Dưới đây là bảng phân tích chất lượng lao động của Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng

Bảng 2.11. Bảng phản ánh tình hình chất lượng lao động trong Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng

Chỉ tiêu	2010(người)	2009(người)
1. Tổng số	300	291
2. Lao động nữ	84	80
3. Lao động hợp đồng	32	30
4. Lao động làm công tác quản lý	66	60
5. Lao động có trình độ cao đẳng trở lên	110	98

(Nguồn: Theo số liệu Phòng Tổ chức hành chính)

**Chế độ làm việc của công ty*

Bảng 2.12. 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	17	15	2
- Do ốm đau	8	5	3
- Nghỉ chế độ thai sản	-	1	(1)
- Nghỉ hội họp, học tập	2	1	1
- Nghỉ phép năm	7	8	(1)
5. Số ngày làm thêm	13	13	-
6. Ngày làm việc thực tế	305	307	-2

Qua bảng trên ta thấy, số ngày làm việc thực tế năm 2010 giảm 2 ngày. Trong khi số lượng cán bộ công nhân viên nghỉ ốm tăng thêm 3 ngày, như vậy sẽ ảnh hưởng đến công việc sản xuất của Công ty, riêng việc bộ phận quản lý phải điều động người từ xưởng khác đến để hoàn thành công việc đã gây ra nhiều khó khăn trong năng suất lao động như: Không phải chuyên môn, phải chờ xem công

việc tại xưởng đó không có..., nhưng trong năm qua số ngày làm thêm cũng không tăng số ngày so với năm 2009. Qua điều tra và thu thập số liệu tình hình làm việc thực tế tại Công ty cho thấy, số ngày nghỉ trên chủ yếu đều từ công nhân ở phân xưởng sơn. Có thể do tình hình môi trường làm việc ô nhiễm, nên số công nhân viên bị ảnh hưởng đến sức khoẻ nhiều. Công ty cần có biện pháp cải thiện môi trường làm việc, tăng cường trang thiết bị bảo hộ lao động để đảm bảo năng suất lao động.

2.2.3.2. Hiệu quả sử dụng lao động

Bảng 2.13. 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	386.400.467.492	342.947.052.388	(43.453.415.104)	11,25	
LN sau thuế	Đồng	26.075.931.618	41.476.418.308	15.400.486.690	59,06	
Tổng số LĐ bq	Người	291	300	9	3,09	
SSX của LĐ	Đồng	1.327.836.658	1.143.156.841	(184.679.817)	(13,9)	
SSL của LĐ	Đồng	89.608.012	138.254.728	48.646.716	54,29	

Nhận xét:

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

- Sức sinh lời của lao động năm 2010 là 138.254.728 đồng tăng 48.646.716 đồng so với mức 89.608.012 đồng của năm 2009. Như vậy, trung bình mỗi lao động trong năm 2010 tạo ra được cho công ty 138 triệu đồng lợi nhuận.

Qua phân tích trên ta thấy: 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

ΔSSX_{ld}, ΔSSL_{ld}: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời của lao động năm i+1 và năm i

ΔSSX_{ld}(X), ΔSSL_{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**

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

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

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố số lao động

$$\Delta XSS_{ld} (LD) = \frac{DT_{2010}}{LD_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{LD_{2009}} = \frac{386.400.467.492}{300} - \frac{386.400.467.492}{291} = - 39.835.099$$

Lao động tăng lên đã ảnh hưởng rõ rệt đến sức sản xuất của lao động. Cụ thể lao động tăng thêm 9 người đã làm cho sức sản xuất của lao động giảm đi 39.835.099 đồng.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta XSS_{ld} (DT) = \frac{DT_{2010}}{LD_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{LD_{2010}} = \frac{342.947.052.388}{300} - \frac{386.400.467.492}{300} = - 144.844.717$$

Doanh thu năm giảm 43.453.415.104 đồng làm giảm sức sản xuất của lao động xuống 144.844.717 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:

$$\Delta SSX_{ld} = - 39.835099 - 144.844.717 = - 184.679.816$$

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

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

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

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố số lao động

$$\Delta SSL_{ld} (LĐ) = \frac{LN_{2009}}{LĐ_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{LĐ_{2009}} = \frac{26.075.931.618}{300} - \frac{26.075.931.618}{291} = - 2.688.240$$

Lao động tăng thêm 9 người đã làm sức sinh lời của lao động giảm đi 2.688.240 đồng

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSL_{ld} (LN) = \frac{LN_{2010}}{LĐ_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{LĐ_{2010}} = \frac{41.476.418.308}{300} - \frac{26.075.931.618}{300} = 51.334.956$$

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

$$\Delta SSL_{ld} = - 2.688.240 + 51.334.956 = 48.646.716$$

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

*) Ngoài chỉ tiêu sức sản xuất và sức sinh lời của lao động, ta có thể xét hiệu quả sử dụng lao động qua chỉ tiêu khác như sau:

Số lao động tiết kiệm được do tăng năng suất lao động:

$$\Delta LD = LD_{2010} - LD_{2009} \times \frac{DT_{2010}}{DT_{2009}} = 300 - 291 \times \frac{342.947.052.388}{386.400.467.492} = 42$$

$\Delta LD = 42$ có nghĩa là với năng suất lao động như năm 2009, để đạt được doanh thu như năm 2010 thì Công ty cần sử dụng lượng lao động là $291 + 42 = 333$ lao động, nhưng trên thực tế do năng suất lao động tăng lên nên Công ty chỉ phải sử dụng 300 lao động.

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 doanh nghiệp sẽ tiết kiệm được những khoản chi phí không cần thiết, xác định rõ chi phí nào cần phải đầu tư nhằm giảm mức độ tối đa khoản mục này mà doanh nghiệp vẫn hoạt động tốt đem lại lợi nhuận cao. Do đó công ty 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**

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

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

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

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 2.14. Sức sản xuất và sức sinh lời của tổng chi phí

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
			Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
1. DT thuần	342.947.052.388	386.400.467.492	(43.453.415.104)	(11,25)
2. Tổng chi phí	301.470.634.080	360.324.535.874	(58.853.901.206)	(16,33)
3. LN sau thuế	41.476.418.308	26.075.931.618	15.400.486.690	59,06
4. SSX của tổng chi phí	1,138	1,072	0,066	6,16
5. SSL của tổng chi phí	0,138	0,072	0,066	91,67

Nhận xét:

Trong năm 2010 tổng chi phí của công ty phục vụ cho sản xuất kinh doanh giảm 58.853.901.206 đồng tương đương với 16,33%.

- 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 1,072 và sức sản xuất của chi phí năm 2010 đã tăng lên là 1,138. Sức sản xuất của chi phí lớn hơn 1 có nghĩa là công ty làm ăn có lãi và do đó sức sinh lợi của công ty sẽ lớn hơn 0. Chênh lệch giữa sức sản xuất của năm 2010 so với sức sản xuất của tổng chi phí năm 2009 là 0,066. Điều đó có nghĩa là với mỗi đồng chi phí bỏ ra trong năm 2010 sẽ mang lại cho công ty doanh thu nhiều hơn năm 2009 là 0,066 đồng. Chênh lệch sức sinh lời của tổng chi phí năm 2010 so với năm 2009 là 0,066 đồng. Điều đó cũng có nghĩa là mỗi đồng chi phí bỏ ra trong năm 2010 sẽ mang lại cho công ty lợi nhuận nhiều hơn năm 2009 là 0,066 đồng lợi nhuận

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

ΔSSX_{TCP}, ΔSSL_{TCP}: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lời của tổng chi phí năm i+1 và năm i

ΔSSX_{TCP(X)}, ΔSSL_{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**

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

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

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố tổng chi phí

$$\Delta SSX_{CP}(CP) = \frac{DT_{2009}}{TCP_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TCP_{2009}} = \frac{386.400.467.492}{301.470.634.080} - \frac{386.400.467.492}{360.324.535.874} = 0,209$$

Do tổng chi phí của năm 2010 đã giảm 58.853.901.206 đồng so với tổng chi phí của năm 2009 do đó đã làm cho sức sản xuất của tổng chi phí tăng lên 0,209 lần.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\Delta SSX_{TCP}(DT) = \frac{DT_{2010}}{TCP_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TCP_{2010}} = \frac{342.947.052.388}{301.470.634.080} - \frac{386.400.467.492}{301.470.634.080} = - 0,14$$

Doanh thu luôn là nhân tố ảnh hưởng làm giảm sức sản xuất của các yếu tố đầu vào vì doanh thu năm 2010 giảm 43.453.415.104 đồng so với doanh thu năm 2009. Với sức sản xuất của tổng chi phí, doanh thu giảm đã làm cho sức sản xuất của tổng chi phí giảm xuống 0,14 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:

$$\Delta SSX_{TCP} = 0,209 - 0,14 = 0,069$$

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

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

$$\Delta SSL_{TCP} = \frac{LN_{2010}}{TCP_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TCP_{2009}}$$

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố tổng chi phí

$$\Delta SSL_{TCP}(CP) = \frac{LN_{2009}}{TCP_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TCP_{2009}} = \frac{26.075.931.618}{301.470.634.080} - \frac{26.075.931.618}{360.324.535.874} = 0,014$$

Khi tổng chi phí giảm đi một lượng 58.853.901.206 đồng đã làm cho sức sinh lời của tổng chi phí tăng lên 0,014 lần.

- Mức độ ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận

$$\Delta SSL_{TCP}(LN) = \frac{LN_{2010}}{TCP_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TCP_{2010}} = \frac{41.476.418.308}{301.470.634.080} - \frac{26.075.931.618}{301.470.634.080} = 0,051$$

Do lợi nhuận năm 2010 tăng 15.400.486.690 đồng làm cho sức sinh lời của tổng chi phí tăng lên 0,051 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:

$$\Delta SSX_{CSH} = 0,014 + 0,051 = 0,065$$

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

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
Hiệu quả sử dụng lao động					
- SSX của lao động	Đồng	1.143.156.841	1.327.836.658	(184.679.817)	(13,9)
- SSL của lao động	Đồng	138.254.728	89.608.012	48.646.716	54,29
Hiệu quả sử dụng tài sản					
- SSX của TTS	Lần	1,318	1,62	(0,302)	(18,64)
- SSL của TTS	Lần	0,159	0,109	0,05	45,87
- SSX của TSNH	Lần	1,982	2,304	(0,322)	(13,98)
- SSL của TSNH	Lần	0,24	0,155	0,085	54,84
- SSX của TSDH	Lần	3,935	5,446	(1,511)	(27,75)
- SSL của TSDH	Lần	0,476	0,367	0,109	29,7
- SSX của TSCĐ	Lần	7,769	7,731	0,038	0,49
- SSL của TSCĐ	Lần	0,94	0,522	0,418	80,08
Hiệu quả sử dụng vốn CSH					
- SSX của vốn chủ sở hữu	Lần	3,86	5,69	(1,83)	(32,16)
- SSL của vốn chủ sở hữu	Lần	0,466	0,384	0,082	21,35
Hiệu quả sử dụng chi phí					
- SSX của chi phí	Lần	1,138	1.072	0,066	6,16
SSL của chi phí	Lần	0,138	0,072	0,066	91,67

2.3. Đánh giá chung kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng

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 Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng đã thu được kết quả năm sau cao hơn năm trước. Điều đó được thể hiện qua các chỉ tiêu như: 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.

- Liên tục trong hai năm 2009 và 2010 công ty vinh dự được bộ khoa học và công nghệ Việt Nam trao tặng cúp vàng ISO vì có thành tích xuất sắc trong việc áp dụng hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn quốc tế vào hoạt động sản xuất kinh doanh.

3.2.2. Những hạn chế của công ty

- 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 của TSNH, TSDH, năm sau đều thấp hơn năm trước.

- Doanh thu giảm vì công tác bán hàng yếu kém.

- 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. Đồng thời, đây là năm thứ tư Việt Nam gia nhập WTO nên các sản phẩm sơn của các hãng nước ngoài tràn vào Việt Nam, tạo ra sự cạnh tranh quyết liệt.

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 NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SƠN HẢI PHÒNG

3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong giai đoạn 2011- 2013

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 sơn”. 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”.

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 biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh

3.2.1. Biện pháp hoàn thiện công tác bán hàng để đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm.

3.2.1.1. Cơ sở thực hiện biện pháp

Việc tăng doanh thu và lợi nhuận là mục tiêu của mọi doanh nghiệp trong quá trình sản xuất kinh doanh. Bên cạnh đó việc tăng doanh thu cũng giúp Công ty có thể giải phóng hàng tồn kho nhanh hơn, tăng khả năng thanh toán, tăng hiệu quả sử dụng nguồn vốn.

Tăng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ tức là công ty ngày càng có nhiều khách hàng sử dụng sản phẩm của mình, đó cũng là một biện pháp giúp công ty nâng vị thế của mình trên thị trường.

- Qua bảng báo cáo kết quả kinh doanh đưa ra ta thấy doanh thu của công ty trong năm 2010 giảm đi so với năm 2009 cụ thể: doanh thu của Công ty năm 2009 là 386.400.467.492đồng, năm 2010 là 342.947.052.388 đồng, giảm 43.453.415.104 đồng tương ứng với mức giảm 11,25 % so với năm 2009. Nguyên nhân chủ yếu là do:

+ Giá vốn hàng bán giảm

+ Hàng bán chậm

+ Công tác bán hàng, đội ngũ bán hàng, chính sách bán hàng chưa tốt

- Bên cạnh đó nhu cầu thị trường vẫn tăng với số.

- Sản phẩm của công ty bị ứ đọng trong khi chất lượng vẫn đáp ứng nhu cầu thị trường. Vì hàng tồn kho của công ty chiếm tỷ trọng lớn trong tài sản ngắn hạn. Cụ thể là: Năm 2009, hàng tồn kho của công ty chiếm tỷ trọng 50,1% tài sản ngắn hạn và năm 2010 hàng tồn kho chiếm 44,42% tài sản ngắn hạn.

3.2.1.2. Nội dung của biện pháp

- Kênh phân phối là một yếu tố quan trọng trong việc tăng doanh thu. Mở thêm đại lý và mở thêm thị trường khác sẽ giúp cho doanh nghiệp có thể nhanh chóng đưa sản phẩm đến người tiêu dùng, mở rộng quy mô bán hàng, tăng tốc độ chu chuyển vốn, giảm chi phí lưu thông. Vậy muốn tăng doanh thu công ty phải chú trọng đến những khách hàng truyền thống của công ty bên cạnh đó không ngừng tìm kiếm thị trường mục tiêu.

- Công ty cần tăng cường hoạt động quảng cáo, Công ty có thể sử dụng các Phương tiện thông tin đại chúng như tivi, đài báo, phát tờ rơi.. để quảng cáo trực tiếp về Công Ty.

- Đưa ra các chính sách ưu đãi khi mua sản phẩm như: giảm giá các mặt hàng sơn dân dụng cho phép thanh toán chậm, chiết khấu khi mua với số lượng lớn

- Công ty còn sử dụng các hình thức quảng cáo gián tiếp như : tham gia ủng hộ người nghèo, xây nhà tình nghĩa...

Thông qua các hoạt động này sẽ giúp Công ty nâng cao được uy tín và được mọi người biết đến nhiều hơn, tạo cơ hội để công ty có nhiều hợp đồng xây dựng hơn trong tương lai.

- Bên cạnh đó công ty cần không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm của mình, để thực hiện được điều này công ty phải không ngừng đổi mới trang thiết bị công nghệ, đồng thời nâng cao trình độ tay nghề của công nhân viên, khuyến khích họ có những phát minh sáng kiến cải tiến kỹ thuật, làm tăng năng suất lao động.

- Chú trọng đào tạo và bổ sung nhân lực cho công tác bán hàng, đào tạo đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp. Đồng thời, tiến hành sa thải những nhân viên yếu kém và tuyển dụng nhân viên cho công tác bán hàng.

3.2.1.3. Dự kiến kết quả và chi phí phát sinh

Theo tính toán nghiên cứu và kinh nghiệm của phòng kinh doanh, trên cơ sở thực tế tại công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng thì với thực tế tại công ty doanh thu sẽ tăng khoảng 15%.

+ Doanh thu của công ty sẽ tăng khoảng 15% .

$$\begin{aligned} \text{Doanh thu dự kiến} &= 342.947.052.388 \text{ đồng} \times (1 + 0,15) \\ &= 394.389.110.123 \text{ đồng} \end{aligned}$$

Bảng 3.6. Bảng dự kiến các khoản chi phí:

STT	Nội dung	Số tiền	Tỷ lệ(%)
1	Giá vốn hàng bán tăng	34.756.390.791	15
2	Chi phí hoạt động tài chính tăng	1.639.683.728	8
3	Chi phí bán hàng tăng	3.775.826.102	15
4	Chi phí quản lý doanh nghiệp tăng	2.158.578.496	8
5	Chi phí khác tăng	21.947.012	8
6	Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp tăng	677.801.846	15
7	Tổng chi phí thực hiện	43.030.227.975	

Bảng 3.7. Bảng dự toán kết quả khi doanh thu tăng

Chỉ tiêu	Trước giải pháp	Sau giải pháp	So sánh trước và sau giải pháp	
			Δ	%
1. Doanh thu thuần	342.947.052.388	394.389.110.123	51.442.057.835	15
2. Tổng chi phí	301.470.634.080	344.500.862.055	43.030.228.953	14,27
3. Lợi nhuận sau thuế	41.476.418.308	49.888.248.168	8.411.829.860	20,28

3.2.2. Biện pháp đẩy mạnh thu hồi các khoản phải thu.

3.2.2.1. Cơ sở của biện pháp

Qua bảng cân đối ta thấy các khoản phải thu năm 2009 là **74.966.211.825** đồng tương ứng với 19,6% trong tổng tài sản trong đó khoản phải thu của khách hàng là 71.149.900.877 đồng. Năm 2010 khoản phải thu là 92.869.060.073 đồng tương ứng với 34,8 % trong tổng tài sản trong đó khoản phải thu của khách hàng là 88.666.076.479 đồng, khoản phải thu của khách hàng năm 2010 tăng. Vì vậy công ty cần áp dụng chính sách giảm các khoản phải thu.

Bảng 3.1 Bảng tổng hợp các khoản phải thu năm 2009, năm 2010

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Năm 2009</i>		<i>Năm 2010</i>	
	<i>Số tiền</i>	<i>%</i>	<i>Số tiền</i>	<i>%</i>
I.Các khoản phải thu ngắn hạn	74.966.211.825	100	92.869.060.073	100
1. Phải thu của khách hàng	71.149.900.877	94,9	88.666.076.479	95,5
2. Trả trước cho người bán	3.925.937.393	5,2	372.900.866	0,4
3. Các khoản phải thu khác	380.891.508	0,5	20.958.085.143	22,6
4. Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	(490.517.953)	(0,6)	(17.128.002.415)	(18,5)

Qua trên ta thấy khoản phải thu của doanh nghiệp tương đối lớn và nhất là khoản phải thu của khách hàng. Vì vậy công ty phải có biện pháp để thu hồi công nợ để tăng thêm vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm giảm chi phí do công ty

thiếu vốn phải đi vay ngân hàng. Trong điều kiện hiện nay doanh nghiệp cần nỗ lực tăng nhanh vòng quay vốn, giảm thiểu khoản phải thu, rút ngắn kỳ thu tiền bình quân cũng như duy trì tốt mối quan hệ với bạn hàng.

3.2.2.2. Nội dung của biện pháp

Để nhanh chóng thu hồi các khoản nợ phải thu công ty áp dụng chính sách chiết khấu thanh toán trong thời hạn thanh toán 90 ngày. Kỳ thu nợ bình quân là 88 ngày, do vậy công ty chỉ áp dụng hình thức chiết khấu cho những khoản tiền thanh toán trong vòng 90 ngày, nếu lớn hơn 90 ngày thì không được chiết khấu vì trong các khoản khách hàng nợ có một phần vượt quá 90 ngày nên ước tính công ty phải chịu lãi cho khoản tiền bị nợ này trong 3 tháng.

○ **Cơ sở chiết khấu cho khách hàng** : Lãi suất của khoản tiền tại thời điểm phải thanh toán trong 3 tháng ($n = 3$) mà công ty phải trả.

Giả sử công ty đem số tiền khách hàng cần phải thanh toán gửi tiết kiệm ngân hàng, ta chọn mức lãi suất $R = 1,5\%/tháng$.

Tỷ lệ chiết khấu cao nhất mà công ty có thể chấp nhận được:

$$PV = A(1 - i\%) - \frac{A}{(1 + nR)}$$

Trong đó:

A: Khoản tiền khách hàng cần phải thanh toán khi chưa có chiết khấu

$i\%$: Tỷ lệ chiết khấu trong thanh toán mà công ty dành cho khách hàng

T: Khoảng thời gian thanh toán kể từ khi khách hàng nhận được hàng

$A(1 - i\%)$: Khoản tiền thanh toán của khách hàng khi đã trừ chiết khấu

○ **Trường hợp 1: Khách hàng thanh toán ngay ($T = 0$)**

$$PV = A(1 - i\%) - \frac{A}{(1 + nR)}$$

Hay

$$(1 - i\%) \geq \frac{1}{(1 + 3 \times 0,015)}$$

$$\rightarrow i\% \leq 4,5\%$$

○ **Trường hợp 2: Khách hàng thanh toán trong vòng 45 ngày ($0 < T \leq 30$)**

$$(1 - i\%) \geq \frac{1}{(1 + 2 \times 0,015)}$$

$$\rightarrow i\% \leq 3\%$$

○ **Trường hợp 3: Khách hàng thanh toán trong vòng 45 ngày đến 90 ngày (**

$45 < T < 90)$

$$(1 - i\%) \geq \frac{1}{(1 + 1 \times 0,015)}$$

$$\rightarrow i\% \leq 1,5\%$$

Bảng 3.2. Các tỷ lệ chiết khấu với thời hạn khác nhau được đề xuất

Trường hợp	Thời gian thanh toán (T)	Tỷ lệ chiết khấu đề xuất
1	0	4,5%
2	1 – 45	3%
3	45 - 90	1,5%
4	> 90	Không hưởng chiết khấu

Công ty hy vọng với tỷ lệ chiết khấu ứng với thời hạn thanh toán đề xuất sẽ khuyến khích khách hàng thanh toán nhanh hơn.

Công ty cần xem xét những khách hàng có khả năng thanh toán đảm bảo việc cho nợ lại sẽ giúp cho khâu bán hàng được thuận lợi thì Công ty có thể giữ lại, còn đối với những khách hàng thường kéo dài thời gian trả nợ và không có khả năng thanh toán các khoản nợ thì Công ty nên loại bỏ.

Với những khách hàng có thời gian chậm trả ngắn thì Công ty nên khuyến khích khách hàng thanh toán nhanh bằng việc được hưởng một tỷ lệ chiết khấu thanh toán nhất định khi trả nợ sớm, trước thời hạn hợp đồng. Tỷ lệ chiết khấu càng cao nếu khách hàng thanh toán trước hợp đồng, đặc biệt là đối với các bạn hàng truyền thống. Tuy nhiên việc áp dụng hình thức chiết khấu sẽ tạo ra tiền lệ nên không phải lúc nào cũng có thể áp dụng hình thức chiết khấu.

Với các khách hàng sắp hết hạn trả nợ mà doanh nghiệp thấy chưa có khả năng thu hồi về, thì doanh nghiệp nên thông báo, đưa ra cho họ mức lãi suất quá hạn trên khoản nợ của họ. Nghĩa là nếu khách hàng chậm thanh toán sẽ bị phạt do

không thực hiện đúng hợp đồng hoặc doanh nghiệp có thể khấu trừ dân vào tiền tạm ứng của khách hàng. Ngoài ra công ty cần tính lãi với các khoản nợ đã quá hạn với mức lãi suất bằng lãi vay của ngân hàng hay thậm chí cao hơn lãi vay của ngân hàng ở thời điểm tính toán. Điều này sẽ thúc đẩy việc khách hàng phải nhanh chóng hoàn trả các khoản nợ cho công ty.

Bảng 3.3 Kết quả dự tính đạt được

Đơn vị :đồng

Thời hạn thanh toán (ngày)	Số khách hàng đồng ý (%)	Khoản phải thu dự kiến thu được	Tỷ lệ chiết khấu (%)	Số tiền chiết khấu (đồng)	Số tiền thực thu
Trả ngay	10	9.286.906.007	4.5	417.910.770	8.868.995.237
1 - 45	35	32.504.171.025	3	975.125.131	32.225.563.844
46 - 90	25	23.217.265.026	1.5	348.258.975	22.869.006.051
Tổng	70	65.008.342.058	8	1.741.294.876	63.267.047.172

Như vậy, khi thực hiện biện pháp chiết khấu khoản phải thu giảm được 70% tương ứng với số tiền là 65.008.342.058 đồng. Số tiền thực thu là 63.267.047.172 đồng đây quả là một con số không nhỏ, khi tham gia huy động vào hoạt động sản xuất kinh doanh thì lợi nhuận thu được sẽ tăng đáng kể.

Doanh nghiệp nên thành lập tổ công tác thu hồi nợ bao gồm các nhân viên phòng kinh doanh. Bởi lẽ, họ là những người tiếp xúc trực tiếp và thường xuyên với các khách hàng nên sẽ có những thuận lợi trong công tác đôn đốc khách hàng thanh toán các khoản nợ để họ tích cực trong công tác thu hồi nợ. Khi đó sẽ phát sinh các khoản chi phí như : chi phí đi lại, điện thoại dự tính là 0,05% giá trị thu hồi được, chi phí đòi nợ tương ứng với tỷ lệ là 0,2% giá trị thu hồi được, chi phí khen thưởng tương ứng với tỷ lệ là 0,15% giá trị thu hồi được, chi phí quản lý các khoản phải thu dự tính là 0,2% giá trị thu hồi được

- Chi phí quản lý các khoản phải thu:

$$= 0,2\% \times 65.008.342.058 = 130.016.684 \text{ đồng}$$

- Chi phí đi lại, điện thoại = $0.05\% \times 65.008.342.058 = 32.504.171$ đồng

- Chi phí đòi nợ = $0,2\% \times 65.008.342.058 = 130.016.684$ đồng

- Chi phí khen thưởng cho ban công tác đòi nợ

$$= 0.15\% \times 65.008.342.058 = 97.512.513 \text{ đồng}$$

Bảng 3.4 Bảng tổng hợp các chi phí dự kiến của biện pháp

Đơn vị tính: đồng

Số TT	Chỉ tiêu	Số tiền
1	Chiết khấu cho khách hàng	1.741.294.876
2	Chi phí quản lý các khoản phải thu	130.016.684
3	Chi phí đi lại, điện thoại	32.504.171
4	Chi phí đòi nợ	130.016.684
5	Chi phí khen thưởng cho ban công tác đòi nợ	95.512.513
	Tổng chi phí	2.129.344.928

$$\text{Số tiền thu được dự kiến} = 65.008.342.058 - 2.129.344.928$$

$$= 62.878.997.120 \text{ đồng}$$

3.2.2.3. Kết quả dự tính.

Với biện pháp tích cực trong việc thu hồi công nợ Công ty thu được 65.008.342.058 đồng. Như vậy khoản nợ Công ty thực thu được sau khi đã trừ đi các khoản chi phí phát sinh và chi phí chiết khấu là 62.878.997.120 đồng. Vậy tổng số nợ phải thu của Công ty đã giảm xuống và chỉ còn 29.990.062.953 đồng.

**Bảng 3.5 Bảng dự tính kết quả đạt được sau khi thực hiện biện pháp giảm
khoản phải thu**

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	ĐV tính	Trước khi thực hiện	Sau khi thực hiện	So sánh	
				Chênh lệch	Tỷ lệ(%)
Doanh thu thuần	đồng	342.947.052.388	342.947.052.388		
Lợi nhuận sau thuế	đồng	41.476.418.308	41.476.418.308		
Khoản phải thu	đồng	92.869.060.073	29.990.062.953	(62.878.997.120)	(67,7)
Khoản phải thu bq	đồng	83.917.635.950	52.478.137.395	(31.439.498.565)	(37,46)
Vòng quay khoản phải thu	vòng	4,09	6,54	2,45	59,9
Kỳ thu tiền bình quân	đồng	88,02	55,05	(32,97)	(37,46)

Sau khi thực hiện biện pháp này khoản phải thu giảm xuống còn 29.990.062.953 đồng làm cho vòng quay các khoản phải thu tăng lên 2,45 vòng từ 4,09 vòng lên 6,54 vòng. Do đó kỳ thu tiền bình quân cũng giảm rõ rệt từ 88,02 ngày xuống còn 55,05 ngày tương ứng giảm 37,46 ngày.

KẾT LUẬN

Hầu hết các doanh nghiệp tham gia vào nền kinh tế đều đặt mục tiêu lợi nhuận lên hàng đầu. Muốn đạt được lợi nhuận cao trong khi các yếu tố đầu vào có hạn thì doanh nghiệp phải không ngừng tìm cách nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của mình. Do đó, phân tích và tìm biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh luôn luôn là vấn đề cần được các doanh nghiệp quan tâm một cách đúng mức.

Sau khi áp dụng cơ sở lý luận vào phân tích cụ thể hoạt động SXKD tại công ty Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng em nhận thấy rằng hoạt động kinh doanh của công ty trong năm qua đã đạt hiệu quả cao hơn năm trước. Tuy nhiên vẫn còn có các chỉ tiêu phản ánh kết quả cũng như hiệu quả kém hơn năm trước. Nếu những điểm này được cải thiện thì sẽ mang lại hiệu quả cao hơn cho Công ty. Từ những phát hiện khi phân tích các vấn đề đã tìm hiểu em đã đề xuất một số ý kiến nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty. Tuy nhiên, do những hạn chế về kiến thức và năng lực của bản thân cũng như những vấn đề em tìm hiểu không bao quát được mọi khía cạnh của Công ty nên những đề xuất em đưa ra chỉ có ý nghĩa ở một mức độ nhất định và khoá luận của em không tránh khỏi còn những thiếu sót. Em mong được sự góp ý và thông cảm của các thầy cô.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn chân thành tới các thầy giáo - Tiến sĩ.PGS Nghiêm Sỹ Thương đã hướng dẫn em trong quá trình thực hiện đề tài. Em xin cảm ơn toàn thể cán bộ, nhân viên trong Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng đã nhiệt tình giúp đỡ em trong thời gian qua!

Sinh viên

Phạm Thị Hồng Thắm

PHỤ LỤC

Bảng cân đối kế toán

Tài sản và nguồn vốn	31/12/2008 (Đv: đồng)	31/12/2009 (Đv: đồng)	31/12/2010 (Đv: đồng)
A- Tài sản			
I. Tài sản ngắn hạn	167.483.555.625	167.920.858.032	178.089.605.200
1. Tiền và các khoản tương đương tiền	11.427.076.672	8.449.325.058	5.338.001.970
2. Các khoản phải thu ngắn hạn	61.874.535.071	74.966.211.825	92.869.060.073
- Phải thu khách hàng	54.230.747.534	71.149.900.877	88.666.076.479
- Phải thu nội bộ ngắn hạn	1.040.132.074	-	-
- Trả trước cho người bán	5.022.647.736	3.925.937.393	372.900.866
- Các khoản phải thu khác	2.044.804.848	380.891.508	20.958.085.143
- Các khoản đầu tư TC ngắn hạn	(463.797.118)	(490.517.953)	(17.128.002.415)
3. Hàng tồn kho	91.623.991.621	84.133.450.616	79.102.437.059
4. Tài sản ngắn hạn khác	2.557.952.258	371.870.533	779.106.098
II. Tài sản dài hạn	56.594.596.252	85.318.997.533	88.967.477.543
1. Tài sản cố định	33.741.183.508	54.545.040.410	45.416.177.509
2. Các khoản đầu tư TC dài hạn	21.766.568.000	29.813.136.000	43.229.704.000
3. Tài sản dài hạn khác	1.086.817.744	960.821.123	321.596.034
Tổng cộng Tài sản	224.078.124.877	253.239.855.565	267.057.082.743
B- Nguồn vốn			
I. Nợ phải trả	160.455.584.073	181.107.995.883	161.294.756.672
1. Nợ ngắn hạn	142.344.332.797	155.901.164.866	142.313.061.289
2. Nợ dài hạn	18.111.251.276	25.146.831.017	981.695.383
II. Vốn chủ	63.622.540.804	72.131.859.682	105.762.326.071
1. Vốn chủ sở hữu	63.423.297.028	72.131.859.682	102.307.515.019
2. Nguồn kinh phí và quỹ khác	199.243.776	604.810.796	3.454.811.052
Tổng nguồn vốn	224.078.124.877	253.239.855.565	267.057.082.743

(Nguồn: Theo số liệu phòng Tài chính – Kế toán)

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 2009,
2010 của Công ty Cổ phần Sơn 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
XDCB: 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

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH	3
1.1. Giới thiệu chung	3
1.1.1. Khái niệm	3
1.1.1.1. Khái niệm hoạt động sản xuất kinh doanh	3
1.1.1.2. Khái niệm hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh	3
1.1.2. Bản chất	4
1.1.2.1. Bản chất của hiệu quả kinh doanh	4
1.1.2.2. Phân biệt hiệu quả và kết quả	5
1.1.3. Phân loại hiệu quả kinh doanh	6
1.1.3.1. Hiệu quả về mặt kinh tế	6
1.1.3.2. Hiệu quả xã hội	6
1.1.4. Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh đối với doanh nghiệp	6
1.2. Những nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh	8
1.2.1. Các nhân tố bên trong	8
1.2.1.1. Lực lượng lao động	8
1.2.1.2. Trình độ phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật. ..	8
1.2.1.3. Nhân tố vốn	8
1.2.1.4. Nhân tố quản trị doanh nghiệp	9
1.2.2. Các nhân tố bên ngoài	9
1.2.2.1. Môi trường chính trị - pháp lý	9
1.2.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường kinh doanh	10
1.2.2.2.1. Đối thủ cạnh tranh	10
1.3. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp ...	11
1.3.1. Hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh là công cụ quản lý kinh doanh	11
1.3.2. Sản xuất kinh doanh có hiệu quả là điều kiện sống còn đối với mọi doanh nghiệp	12
1.4. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh	13

1.4.1. Hiệu quả sử dụng tài sản	13
1.4.1.1. Hiệu quả sử dụng tổng tài sản	13
1.4.1.2. Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn.....	14
1.4.1.3. Hiệu quả sử dụng tài sản cố định	14
1.4.2. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu.....	15
1.4.3. Hiệu quả sử dụng lao động.....	15
1.4.4. Hiệu quả sử dụng chi phí	16
1.5. Các phương pháp phân tích hoạt động kinh doanh.....	18
1.5.1. Phương pháp so sánh.....	18
1.5.2. Phương pháp thay thế liên hoàn.....	19
1.5.3. Phương pháp liên hệ.....	20
1.5.4. Phương pháp hồi quy tương quan	20
1.6. Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh	21
1.6.1. Quản lý và sử dụng tốt nguồn nhân lực của doanh nghiệp.....	21
1.6.2. Sử dụng vốn một cách có hiệu quả	22
1.6.3. Tăng doanh thu.....	22
1.6.4. Giảm chi phí	22
CHƯƠNG 2 : THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH	
TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SƠN HẢI PHÒNG	24
2.1. Giới thiệu khái quát về Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng	24
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty	24
2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ của công ty	25
2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty	25
Chức năng các phòng ban nghiệp vụ	29
2.1.4. Hoạt động sản xuất, kinh doanh của Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng	30
2.1.4.1. Sản phẩm	30
2.1.4.2. Hạng mục công trình.....	31
2.1.4.3. Công nghệ sản xuất của công ty.....	32
2.1.4.4. Đặc điểm thị trường	32
2.1.4.5. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty	34
2.2. Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng	39

2.2.1. Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản	39
2.2.1.1. Tài sản của công ty.....	39
2.2.1.2. Hiệu quả sử dụng tổng tài sản	40
2.2.1.3. Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn.....	43
2.2.1.4. Hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn	46
2.2.1.5. Hiệu quả sử dụng tài sản cố định	48
2.2.2.2. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu.....	51
2.2.3.2. Hiệu quả sử dụng lao động.....	56
2.2.4. Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí	59
2.3. Đánh giá chung kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Sơn Hải Phòng.....	65
2.3.1. Những kết quả đạt được	65
3.2.2. Những hạn chế của công ty.....	65
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SƠN HẢI PHÒNG	67
3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong giai đoạn 2011- 2013	67
3.2. Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.....	68
3.2.1. Biện pháp hoàn thiện công tác bán hàng để đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm. ..	68
3.2.1.1. Cơ sở thực hiện biện pháp.....	68
3.2.1.2. Nội dung của biện pháp.....	69
3.2.1.3. Dự kiến kết quả và chi phí phát sinh.....	69
3.2.2. Biện pháp đẩy mạnh thu hồi các khoản phải thu.	70
3.2.2.1. Cơ sở của biện pháp	70
3.2.2.2. Nội dung của biện pháp.....	71
3.2.2.3. Kết quả dự tính.....	75
KẾT LUẬN	77
PHỤ LỤC	78
TÀI LIỆU THAM KHẢO	79
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	80