

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	4
PHẦN I.....	6
LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP	6
1.Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh.	6
1.1. Khái niệm.	6
1.2. Bản chất.....	6
1.3.Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh.	7
2.Các phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh.	9
2.1.phương pháp so sánh.	9
2.2.Phương pháp thay thế liên hoàn.....	10
2.3.Phương pháp chi tiết.....	11
2.4.Phương pháp liên hệ	12
2.5.Phương pháp cân đối	12
2.6.Phương pháp hồi quy tương quan.....	12
3. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh.....	13
3.1. Nhóm chỉ tiêu tổng quát	13
3.2. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng các yếu tố đầu vào cơ bản.....	14
3.2.1. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động.....	14
3.2.2. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định của doanh nghiệp	16
3.2.3. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả vốn lưu động của doanh nghiệp	17
3.2.4.Một số chỉ tiêu tài chính quan trọng:	18
3.2.4.1. Các tỷ số phản ánh khả năng thanh toán:	18
3.2.4.2. Các tỷ số kết cấu của nguồn vốn:.....	19
4. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh.....	20
4.1. Các nhân tố bên trong.....	20
4.1.1. Về lực lượng lao động.	20
4.1.2. Trình độ phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật ứng dụng tiến bộ kỹ thuật.	20
4.1.3. Nhân tố quản trị doanh nghiệp.....	21
4.1.4. Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin.....	21
4.1.5. Nhân tố tính toán kinh tế.....	22
4.2. Các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài.	22
4.2.1. Môi trường pháp lý:	22
4.2.3. Môi trường văn hóa xã hội:	23
4.2.4. Môi trường sinh thái và cơ sở hạ tầng.	24
4.2.5.Các chính sách kinh tế Nhà nước.	24
PHẦN II:	25
THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH Ở CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG BINH ĐOÀN KẾT.	25

2.1 Cơ sở hình thành và phát triển Công ty.....	25
2.1.1. Một số thông tin cơ bản về Công ty:.....	25
2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển của Công ty	25
2.1.3. Chức năng nhiệm vụ của Công ty.....	26
2.1.4. Cơ cấu tổ chức	27
2.1.4.1. SƠ ĐỒ CƠ CẤU TỔ CHỨC CỦA DOANH NGHIỆP.....	27
2.1.4.2. Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban	27
2.1.5. Những thuận lợi và khó khăn của Công ty.....	29
2.1.5.1. Thuận lợi	29
2.1.5.2. Khó khăn	30
2.2. Hoạt động sản xuất kinh doanh	31
2.2.1. Mô tả hình thức tổ chức sản xuất kinh doanh.....	31
2.2.2. Mô tả sản phẩm và quy trình sản xuất:	32
2.2.3. Chiến lược kinh doanh của Công ty: Công ty cũng tuân theo chiến lược chính sách 4P.....	33
2.2.4. Đặc điểm lao động:	34
2.3. Phân tích thực trạng hiệu quả sản xuất kinh doanh Công ty Cổ phần Thương Bình Đoàn Kết.....	35
2.3.1. Phân tích hiệu quả doanh thu - chi phí - lợi nhuận.	35
2.3.2. Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản.....	40
2.3.3. Phân tích hiệu quả sử dụng nguồn vốn	42
2.3.3.1. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn cố định.	44
2.3.3.2. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn lưu động :	47
2.3.4. Phân tích kết quả kinh tế tổng hợp	50
2.3.5. Phân tích các hệ số tài chính đặc trưng của Công ty.....	51
2.3.5.1. Các hệ số về khả năng thanh toán	52
2.3.5.2. Các chỉ số về hoạt động.....	53
2.3.5.3. Các chỉ tiêu sinh lời.	54
2.3.5.4. Hệ số về cơ cấu tài chính và tình hình đầu tư.	55
2.4. Đánh giá thực trạng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty CP Thương Bình Đoàn Kết.....	61
2.4.1. Những kết quả đã đạt được của Công ty CP Thương Bình Đoàn Kết trong thời gian qua:.....	61
2.4.2. Những tồn tại của Công ty và nguyên nhân dẫn đến tồn tại	62
PHẦN III.....	64
MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CP THƯƠNG BÌNH ĐOÀN KẾT	64
3.1. Mục tiêu và kế hoạch kinh doanh của Công ty trong những năm tới. .	64
3.1.1. Mục tiêu.....	64
3.1.1.1. Mục tiêu chung :	64
3.1.1.2. Mục tiêu cụ thể:	64
3.1.2. Kế hoạch sản xuất năm 2011.....	65
3.1.3. Định hướng phát triển Công ty.....	65
3.1.3.1. Định hướng phát triển thị trường tiêu thụ	65

3.1.3.2. Định hướng phát triển sản phẩm.....	65
3.2.Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty CP Thương Binh Đoàn Kết	66
3.2.1.Thành lập bộ phận Marketing, đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường.	66
3.2.1.1. Cơ sở đề ra giải pháp:.....	66
3.2.1.2. Nội dung giải pháp:.....	67
3.2.1.3.Chi phí của biện pháp:.....	68
3.2.1.4.Dự kiến kết quả thực hiện biện pháp:.....	70
3.2.2.Tăng tốc độ thu hồi các khoản phải thu.....	71
3.2.2.1. Cơ sở đề ra biện pháp:.....	71
3.2.2.2.Mục tiêu của giải pháp:	72
3.2.2.3.Nội dung thực hiện:.....	72
3.2.3.Nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí quản lý doanh nghiệp	76
3.2.3.1.Cơ sở của biện pháp:.....	76
3.2.3.2. Nội dung giải pháp:.....	77
3.2.3.3. Kết quả của giải pháp:.....	77

LỜI NÓI ĐẦU

Kinh tế thị trường là việc tổ chức nền kinh tế xã hội dựa trên cơ sở một nền sản xuất hàng hóa. Thị trường luôn mở ra các cơ hội kinh doanh mới cho các doanh nghiệp, nhưng đồng thời cũng chứa đựng những mối nguy cơ đe dọa cho các doanh nghiệp. Để các doanh nghiệp có thể đứng vững trước qui luật cạnh tranh khắc nghiệt của cơ chế thị trường đòi hỏi các doanh nghiệp luôn phải vận động, tìm tòi hướng đi cho phù hợp. Việc doanh nghiệp đứng vững chỉ có thể khẳng định bằng cách hoạt động kinh doanh có hiệu quả.

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù có ý nghĩa rất quan trọng trong mọi nền kinh tế, là một chỉ tiêu chất lượng tổng hợp. Đánh giá hiệu quả kinh doanh chính là quá trình so sánh giữa chi phí bỏ ra và kết quả thu về với mục đích đã được đặt ra và dựa trên cơ sở giải quyết các vấn đề cơ bản của kinh doanh: kinh doanh cái gì ? kinh doanh như thế nào? Do đó việc nghiên cứu và xem xét về vấn đề nâng cao hiệu quả kinh doanh là một đòi hỏi tất yếu đối với mỗi doanh nghiệp trong quá trình hoạt động kinh doanh hiện nay.

Như vậy, có thể xem trình độ tổ chức, quản lý và sử dụng các nguồn lực là một trong các yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Việc nâng cao hiệu quả kinh doanh đang là một bài toán rất khó đòi hỏi mỗi doanh nghiệp cần phải quan tâm đến, đây là một vấn đề có ý nghĩa quan trọng đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, đòi hỏi các doanh nghiệp cần phải có độ nhạy bén, linh hoạt trong quá trình hoạt động kinh doanh của mình.

Vì vậy, trong quá trình thực tập ở Công ty Cổ phần Thương Binh Đoàn Kết, với kiến thức đã tích lũy được cùng với sự giúp đỡ tận tình của cô giáo - Thạc sĩ Cao Thị Thu nên em đã mạnh dạn chọn đề tài "Một số biện pháp chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh ở Công ty Cổ phần Thương Binh Đoàn Kết " để viết chuyên đề khóa luận tốt nghiệp.

Thực ra đây là một vấn đề có nội dung rất rộng vì vậy trong chuyên đề này em chỉ đi vào thực trạng nâng cao hiệu quả kinh doanh ở Công ty và đưa ra một số giải pháp, kiến nghị để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Kết cấu của đề tài ngoài lời nói đầu được trình bày ở 3 chương chính:

Phần I: Lý luận chung về hiệu quả kinh doanh của Công ty.

Phần II: Thực trạng về hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thương Binh Đoàn Kết.

Phần III: Một số biện pháp cơ bản nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thương Binh Đoàn Kết

Với thời gian thực tế chưa nhiều và với khả năng và trình độ có hạn những thiếu sót trong bài viết này là không thể tránh khỏi, em mong nhận được sự góp ý của thầy cô và các bạn để bài viết được tốt hơn.

Qua đây em xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo, các cô, chú, anh, chị ở các phòng ban Công ty và đặc biệt là Cô giáo-Th.s Cao Thị Thu đã tạo điều kiện và tận tình hướng dẫn em hoàn thành đề tài này.

PHẦN I

LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh.

1.1. Khái niệm.

Mặc dù có rất nhiều quan điểm khác nhau, song vẫn có thể khẳng định trong cơ chế thị trường ở nước ta hiện nay, mọi Công ty, doanh nghiệp kinh doanh đều nhằm mục đích là lợi nhuận. Nếu duy trì được lợi thế kinh doanh thì sẽ mang lại nhiều lợi nhuận hơn cho doanh nghiệp. Để đạt được mục tiêu này các doanh nghiệp phải tự xác định hướng kinh doanh, chiến lược kinh doanh cho mình. Trong mọi thời kỳ phát triển đều phải kinh doanh sao cho phù hợp với sự thay đổi của môi trường kinh doanh đó là phân bổ tốt các nguồn lực sẵn có.

Muốn kiểm tra tính hiệu quả của hoạt động sản xuất kinh doanh trước tiên ta phải đánh giá được hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp mình cũng như từng bộ phận kinh doanh.

Có thể nói rằng, sự thống nhất về quan điểm cho rằng phạm trù về hiệu quả kinh doanh phản ánh mặt chất lượng của hoạt động kinh doanh song lại rất khó có thể tìm thấy được sự thống nhất trong quan điểm về hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Theo nhà kinh tế học Manfred Kulin thì hiệu quả sản xuất kinh doanh đó là một phạm trù kinh tế nó phản ánh trình độ lợi dụng và cung cấp các nguồn lực như thiết bị máy móc nhằm đạt mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra.

Đề tài về hiệu quả sản xuất kinh doanh giúp các doanh nghiệp có thể đạt được lợi nhuận cao nhất nếu doanh nghiệp biết tận dụng mọi khả năng về lao động và về vốn thì sẽ có mức chi phí cho sản xuất kinh doanh là thấp nhất.

1.2. Bản chất.

Qua khái niệm về hiệu quả sản xuất kinh doanh ta thấy được rõ hơn hiệu quả kinh doanh là phạm trù phản ánh mặt chất lượng của các hoạt động kinh

doanh, nó phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất như máy móc thiết bị, nguyên nhiên liệu, tiền vốn trong quá trình tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Nếu ta xét ở hai khía cạnh: - Hiệu quả

- Kết quả.

-Kết quả là phạm trù phản ánh những cái thu được sau một quá trình sản xuất kinh doanh hay một khoảng thời gian kinh doanh nào đó.

Kết quả bao giờ cũng là mục tiêu của doanh nghiệp, kết quả có thể biểu hiện bằng đơn vị hiện vật hoặc đơn vị giá trị.

Các đơn vị hiện vật cụ thể được sử dụng tùy thuộc vào đặc trưng của sản phẩm mà quá trình sản xuất kinh doanh tạo ra nó có thể là tấn, tạ,... m^2 , m^3 lít. Các đơn vị giá trị như triệu đồng, ngoại tệ....

Kết quả còn có thể phản ánh mặt chất lượng của sản phẩm sản xuất kinh doanh như uy tín, danh tiếng của doanh nghiệp.

-Hiệu quả là phạm trù phản ánh mức độ, trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất mà trình độ lợi dụng ở đây không thể đo bằng đơn vị hiện vật hay giá trị mà nó lại là một phạm trù tương đối.

Nếu kết quả là mục tiêu của quá trình sản xuất kinh doanh thì hiệu quả là phương tiện để có thể đạt được mục tiêu đó.

Nói đến hiệu quả sản xuất kinh doanh ta lại nghĩ ngay đến hai chỉ tiêu đó là chi phí và kết quả đó là mối quan hệ giữa tỷ số và kết quả hao phí nguồn lực.

Hiệu quả sản xuất kinh doanh phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất trong một thời kỳ kinh doanh, nó hoàn toàn khác với việc so sánh sự tăng lên của kết quả với sự tăng lên của các yếu tố đầu vào.

1.3.Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh.

- Đối với doanh nghiệp :

Đối với doanh nghiệp, hiệu quả kinh doanh không những là thước đo chất lượng phản ánh trình độ tổ chức, quản lý kinh doanh mà còn là vấn đề sống còn. Trong điều kiện kinh tế thị trường ngày càng phát triển, cùng với quá trình hội nhập

kinh tế, doanh nghiệp muốn tồn tại, vươn lên thì trước hết kinh doanh phải mang lại hiệu quả. Hiệu quả kinh doanh càng cao, doanh nghiệp càng có điều kiện mở mang và phát triển kinh tế, điều kiện đầu tư, mua sắm máy móc thiết bị, phương tiện hiện đại cho quá trình kinh doanh, áp dụng các tiến bộ kỹ thuật và quy trình công nghệ mới, cải thiện và nâng cao đời sống người lao động, thực hiện tốt nghĩa vụ với ngân sách Nhà nước.

- Đối với kinh tế xã hội :

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

Hiệu quả sản xuất kinh doanh tăng doanh nghiệp sẽ có điều kiện nâng cao chất lượng hàng hóa, hạ giá thành sản phẩm, dẫn đến hạ giá bán, tạo mức tiêu thụ mạnh cho người dân, điều đó không những có lợi cho doanh nghiệp mà còn có lợi cho nền kinh tế quốc dân, góp phần ổn định và tăng trưởng kinh tế bền vững.

Chỉ khi kinh doanh có hiệu quả doanh nghiệp mới có điều kiện thực hiện tốt nghĩa vụ với Ngân sách Nhà nước.

- Đối với người lao động :

Hiệu quả kinh doanh tốt là động lực thúc đẩy, kích thích người lao động hăng say làm việc, hăng say sản xuất, luôn quan tâm đến kết quả lao động của mình và như vậy sẽ đạt kết quả kinh tế cao hơn. Nâng cao hiệu quả kinh doanh đồng nghĩa với việc nâng cao đời sống của người lao động trong doanh nghiệp. Nâng cao đời sống người lao động sẽ tạo động lực trong sản xuất làm tăng năng suất góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh. Mỗi người lao động làm ăn hiệu quả dẫn tới nâng cao hiệu quả của cả nền kinh tế quốc dân.

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

2.Các phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh.

2.1.Phương pháp so sánh.

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

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

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

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

So sánh tuyệt đối: $\Delta = C1 - C0$

$C0$:Số liệu kỳ gốc

$C1$:Số liệu kỳ phân tích

$C1$

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

$C0$

+Số tương đối động thái: Phản ánh xu hướng biến động, tốc độ phát triển của hiện tượng qua thời gian.

+Số tương đối kế hoạch: Dùng để đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch.

Có 2 loại:

-Dạng đơn giản:

$$\Delta k = \frac{C1}{Ckk} \times 100(\%)$$

-Dạng kết hợp: Khi tính cần liên hệ với một chỉ tiêu nào đó để đánh giá sự biến động của của chỉ tiêu có hợp lý hay không.

Mức độ biến động của chỉ tiêu nghiên cứu:

$$\Delta C = (C1 - Ckk) \times \frac{\text{Trị số của chỉ tiêu liên hệ kỳ thực hiện}}{\text{Trị số của chỉ tiêu liên hệ kỳ nghiên cứu}}$$

+Số tương đối kết cấu: Xác định tỷ trọng của từng bộ phận chiếm trong tổng thể:

$$d_i = \frac{y1}{ytt} \times 100(\%)$$

Trong đó d_i : Tỷ trọng của bộ phận thứ i

$y1$: Mức độ của bộ phận thứ i

ytt : Mức độ của tổng thể

2.2.Phương pháp thay thế liên hoàn.

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

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

2.3. Phương pháp chi tiết

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

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

Trong phân tích kết quả sản xuất nói chung, chỉ tiêu giá trị sản lượng thường được chi tiết theo các bộ phận có ý nghĩa kinh tế khác nhau.

- Chi tiết theo thời gian: Kết quả kinh doanh bao giờ cũng là kết quả của một quá trình. Do nhiều nguyên nhân chủ quan hoặc khách quan khác nhau, tiến độ thực hiện quá trình đó trong từng đơn vị thời gian xác định thường không đồng đều. Chi tiết theo thời gian sẽ giúp ích cho việc đánh giá kết quả kinh doanh được sát, đúng và tìm được các giải pháp có hiệu quả cho công việc kinh doanh, tùy nội dung kinh tế của từng chỉ tiêu phân tích và tùy mục đích phân tích... khác nhau có thể lựa chọn trong khoảng thời gian và chỉ tiêu phải chi tiết cho phù hợp.

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

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

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

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

2.4. Phương pháp liên hệ

Mọi kết quả kinh doanh đều có mối liên hệ mật thiết với nhau giữa các mặt, bộ phận,... để lượng hóa được mối liên hệ đó, ngoài các phương pháp đã nêu, trong phân tích kinh doanh còn phổ biến cách nghiên cứu mối liên hệ như : Liên hệ cân đối, liên hệ trực tuyến, liên hệ phi tuyến.

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

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

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

Thông thường chỉ có phương pháp liên hệ cân đối được dùng phổ biến, còn lại hai phương pháp liên hệ trực tuyến và phi tuyến là ít dùng.

2.5. Phương pháp cân đối

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

2.6. Phương pháp hồi quy tương quan

Hồi quy và tương quan là các phương pháp của toán học được vận dụng trong phân tích kinh doanh để biểu hiện và đánh giá mối liên 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 một phương pháp xác định độ biến thiên của tiêu thức kết quả theo sự biến thiên của tiêu thức nguyên nhân. Nếu quan sát đánh giá mối liên hệ giữa một tiêu thức kết quả và một tiêu thức nguyên nhân gọi là tương quan đơn và ngược lại gọi là tương quan bội.

3. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

3.1. Nhóm chỉ tiêu tổng quát

Nhóm chỉ tiêu này phản ánh hiệu quả của toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, bao gồm:

- Chỉ tiêu doanh thu trên 1 đồng chi phí của doanh nghiệp

$$\begin{array}{l} \text{Chỉ tiêu doanh thu trên 1 đồng} \\ \text{chi phí của doanh nghiệp} \end{array} \left| = \frac{\text{Doanh thu tiêu thụ sản phẩm} \\ \text{trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Tổng chi phí và tiêu thụ trong kỳ} \\ \text{của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết 1 đồng chi phí và tiêu thụ trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này cao khi tổng chi phí thấp, do vậy nó có ý nghĩa khuyến khích các doanh nghiệp tìm ra các biện pháp giảm chi phí để tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh.

- Chỉ tiêu doanh thu trên một đồng vốn sản xuất của doanh nghiệp

$$\begin{array}{l} \text{Sức sản xuất vốn của} \\ \text{doanh nghiệp} \end{array} \left| = \frac{\text{Doanh thu tiêu thụ sản phẩm trong kỳ của} \\ \text{doanh nghiệp}}{\text{Tổng vốn kinh doanh của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh của doanh nghiệp: một đồng vốn kinh doanh sẽ tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Vì vậy, nó sẽ giúp cho các doanh nghiệp trong việc quản lý vốn chặt chẽ, sử dụng tiết kiệm và có hiệu quả đồng vốn kinh doanh.

- Chỉ tiêu doanh lợi theo chi phí của doanh nghiệp

$$\text{Chỉ tiêu doanh lợi theo chi phí của doanh nghiệp} = \frac{\text{Lợi nhuận trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Tổng chi phí và tiêu thụ trong kỳ của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng chi phí và tiêu thụ trong kỳ của doanh nghiệp tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

- Chỉ tiêu doanh lợi theo vốn kinh doanh của doanh nghiệp

$$\text{Chỉ tiêu doanh lợi theo vốn kinh doanh của doanh nghiệp} = \frac{\text{Lợi nhuận trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Tổng vốn kinh doanh trong kỳ của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp: một đồng vốn tạo ra được bao nhiêu doanh lợi. Nó phản ánh trình độ sử dụng vốn của doanh nghiệp.

- Chỉ tiêu doanh lợi theo doanh thu thuần của doanh nghiệp

$$\text{Chỉ tiêu doanh lợi theo doanh thu thuần của doanh nghiệp} = \frac{\text{Lợi nhuận trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Doanh thu thuần trong kỳ của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết doanh nghiệp tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận từ một đồng doanh thu thuần. Chỉ tiêu này có ý nghĩa khuyến khích doanh nghiệp tăng doanh thu, giảm chi phí hoặc tốc độ tăng doanh thu phải lớn hơn tốc độ tăng chi phí.

3.2. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng các yếu tố đầu vào cơ bản

3.2.1. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

- Chỉ tiêu năng suất lao động của doanh nghiệp

$$\text{Chỉ tiêu năng suất lao động của doanh nghiệp} = \frac{\text{Tổng giá trị kinh doanh tạo ra trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Tổng số lao động bình quân trong kỳ của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một lao động sẽ tạo ra được bao nhiêu đồng giá trị kinh doanh.

- Chỉ tiêu kết quả kinh doanh trên một đồng chi phí tiền lương của doanh nghiệp

$$\text{Chỉ tiêu kết quả kinh doanh trên 1 đồng chi phí tiền lương của doanh nghiệp} = \frac{\text{Doanh thu tiêu thụ sản phẩm trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Tổng chi phí tiền lương trong kỳ của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết 1 đồng chi phí tiền lương trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu.

- Chỉ tiêu lợi nhuận bình quân tính cho một lao động của doanh nghiệp

$$\text{Chỉ tiêu lợi nhuận bình quân tính cho một lao động của doanh nghiệp} = \frac{\text{Lợi nhuận trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Tổng số lao động bình quân trong kỳ của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết bình quân một lao động trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

- Hệ số sử dụng lao động của doanh nghiệp

$$\text{Hệ số sử dụng lao động của doanh nghiệp} = \frac{\text{Tổng số lao động được sử dụng của doanh nghiệp}}{\text{Tổng số lao động hiện có của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trình độ sử dụng lao động của doanh nghiệp.

- Hệ số sử dụng thời gian lao động của doanh nghiệp

$$\text{Hệ số sử dụng thời gian lao động của doanh nghiệp} = \frac{\text{Tổng thời gian lao động thực tế của doanh nghiệp}}{\text{Tổng thời gian lao động định mức của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh thời gian lao động thực tế so với thời gian lao động định mức, nó cho biết tình hình sử dụng thời gian lao động trong doanh nghiệp.

3.2.2. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định của doanh nghiệp

- Sức sản xuất vốn cố định của doanh nghiệp

$$\text{Sức sản xuất vốn cố định của doanh nghiệp} = \frac{\text{Doanh thu tiêu thụ sản phẩm trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Vốn cố định bình quân trong kỳ của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng vốn cố định trong kỳ sẽ tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu.

- Sức sinh lợi vốn cố định của doanh nghiệp

$$\text{Sức sinh lợi vốn cố định của doanh nghiệp} = \frac{\text{Lợi nhuận trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Vốn cố định bình quân trong kỳ của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng vốn cố định trong kỳ sẽ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

- Hiệu suất sử dụng thời gian làm việc của máy móc thiết bị của doanh nghiệp

$$\text{Hiệu quả sử dụng thời gian làm việc của máy móc thiết bị của doanh nghiệp} = \frac{\text{Thời gian làm việc thực tế của doanh nghiệp}}{\text{Thời gian làm việc theo kế hoạch của doanh nghiệp}}$$

- Hệ số sử dụng tài sản cố định của doanh nghiệp

$$\text{Hệ số sử dụng tài sản cố định của doanh nghiệp} = \frac{\text{Tổng tài sản cố định được huy động của doanh nghiệp}}{\text{Tổng tài sản cố định hiện có của doanh nghiệp}}$$

- Hệ số đổi mới tài sản cố định của doanh nghiệp

$$\text{Hệ số đổi mới tài sản cố định của doanh nghiệp} = \frac{\text{Tổng giá trị tài sản cố định được đổi mới của doanh nghiệp}}{\text{Tổng tài sản cố định hiện có của doanh nghiệp}}$$

3.2.3. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả vốn lưu động của doanh nghiệp

- Sức sản xuất vốn lưu động của doanh nghiệp

$$\text{Sức sản xuất vốn lưu động của doanh nghiệp} = \frac{\text{Doanh thu tiêu thụ sản phẩm trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Vốn lưu động bình quân trong kỳ của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn lưu động trong kỳ sẽ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

- Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động của doanh nghiệp

$$\text{Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động của doanh nghiệp} = \frac{\text{Vốn lưu động bình quân trong kỳ của doanh nghiệp}}{\text{Doanh thu thuần của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cần bao nhiêu đồng vốn lao động đảm nhiệm để tạo ra một đồng doanh thu.

- Số vòng quay vốn lưu động của doanh nghiệp

$$\text{Số vòng quay vốn lưu động của doanh nghiệp} = \frac{\text{Doanh thu thuần của doanh nghiệp}}{\text{Vốn lưu động bình quân trong kỳ của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ việc sử dụng vốn lưu động có hiệu quả và ngược lại.

- Thời gian một vòng quay của doanh nghiệp

$$\text{Thời gian một vòng quay của doanh nghiệp} = \frac{\text{Thời gian kỳ phân tích của doanh nghiệp}}{\text{Số vòng quay vốn lưu động của doanh nghiệp}}$$

Chỉ tiêu này cho biết số ngày để vốn lưu động quay được một vòng. Thời gian này càng ngắn thì hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng cao và ngược lại.

3.2.4. Một số chỉ tiêu tài chính quan trọng:

3.2.4.1. Các tỷ số phản ánh khả năng thanh toán:

Các tỷ số phản ánh khả năng thanh toán đánh giá trực tiếp khả năng thanh toán bằng tiền mặt của 1 doanh nghiệp, cung cấp những dấu hiệu liên quan với việc xem xét liệu doanh nghiệp có thể trả được nợ ngắn hạn khi đến hạn hay không. Sau đây là một số chỉ tiêu:

+ Hệ số thanh toán ngắn hạn (K).

Hệ số thanh toán ngắn hạn thể hiện mối quan hệ tương đối giữa tài sản lưu động với nợ ngắn hạn. Công thức tính hệ số thanh toán ngắn hạn:

$$\text{Hệ số thanh toán ngắn hạn} = \frac{\text{Tài sản lưu động}}{\text{Nợ ngắn hạn}} \quad (\text{lần})$$

Hệ số thanh toán ngắn hạn có giá trị càng cao chứng tỏ khả năng thanh toán nợ ngắn hạn của doanh nghiệp càng lớn. Tuy nhiên nếu giá trị của hệ số thanh toán ngắn hạn quá cao thì điều này lại không tốt vì nó phản ánh sự việc doanh nghiệp đã đầu tư quá mức vào tài sản lưu động so với nhu cầu doanh nghiệp và tài sản lưu động dư thừa thường không tạo thêm doanh thu. Do vậy, nếu doanh nghiệp đầu tư quá đáng vốn của mình vào tài sản lưu động, số vốn đó sẽ không được sử dụng có hiệu quả.

Hệ số thanh toán ngắn hạn được các chủ nợ chấp nhận là $K \geq 2$. Nhưng để đánh giá hệ số thanh toán ngắn hạn của một doanh nghiệp tốt hay xấu thì ngoài việc dựa vào hệ số k còn phải xem xét ba yếu tố sau:

- Bản chất ngành kinh doanh.
- Cơ cấu tài sản lưu động.

- Hệ số quay vòng của một số loại tài sản lưu động như hệ số quay vòng các khoản phải thu của khách hàng, hệ số quay vòng hàng tồn kho, hệ số quay vòng vốn lưu động.

+ Hệ số thanh toán nhanh (tức thời) (Kn).

Hệ số thanh toán nhanh thể hiện quan hệ giữa các loại tài sản lưu động có khả năng chuyển nhanh thành tiền để thanh toán nợ ngắn hạn và nợ dài hạn đến hạn trả. Các loại tài sản lưu động được xếp vào loại chuyển nhanh thành tiền là tiền, CK ngắn hạn, các khoản phải thu của khách hàng. Công thức tính hệ số thanh toán nhanh như sau:

$$\text{Hệ số thanh toán nhanh} = \frac{\text{Tiền} + \text{Đầu tư CK ngắn hạn} + \text{Phải thu của khách hàng}}{\text{Nợ ngắn hạn}} \quad (\text{lần})$$

Hệ số thanh toán nhanh là một tiêu chuẩn đánh giá khắt khe hơn đối với khả năng chi trả các khoản nợ ngắn hạn so với hệ số thanh toán ngắn hạn. Kn càng lớn, khả năng thanh toán của doanh nghiệp càng cao.

3.2.4.2. Các tỷ số kết cấu của nguồn vốn:

Nếu ta chia các nguồn vốn thành 2 nhóm: Nguồn vốn từ chủ nợ và nguồn vốn từ chủ sở hữu đóng góp ta sẽ tính được các tỷ số kết cấu theo đối tượng cung cấp vốn.

- Các tỷ số này ngoài việc phản ánh tỷ lệ vốn được cung cấp theo từng nhóm đối tượng còn có ý nghĩa phản ánh tỷ lệ rủi ro mà chủ nợ phải chịu nếu doanh nghiệp thất bại.

Công thức tính các chỉ số kết cấu của nguồn vốn:

- Tỷ số vốn vay/nguồn vốn = $\frac{\text{Nợ phải trả}}{\text{Tổng nguồn vốn}} \times 100\%$
- Tỷ số vốn sở hữu/nguồn vốn = $\frac{\text{Nguồn vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng nguồn vốn}} \times 100\%$

Nếu doanh nghiệp đầu tư vào TSCĐ là chủ yếu thì doanh nghiệp phải biết cách lợi dụng tác động của đòn cân nợ và phần lớn nguồn vốn vay phải là vay

dài hạn. Vay dài hạn 1 năm là giảm nhu cầu vốn thường xuyên của doanh nghiệp, mặt khác tiền lãi phải trả được thừa nhận như một khoản chi phí cần thiết có doanh thu.

Ngoài các chỉ tiêu phản ánh về hiệu quả sản xuất kinh doanh và các chỉ tiêu tài chính quan trọng đã nêu ở trên còn nhiều chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh khác. Nhưng do giới hạn của bài luận văn này nên chúng tôi không sử dụng để phân tích như các chỉ tiêu về tài chính là: Tỷ lệ lãi gộp, tỷ lệ lãi thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh.

4. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh.

4.1. Các nhân tố bên trong.

4.1.1. Về lực lượng lao động.

Trong sản xuất kinh doanh lực lượng lao động của doanh nghiệp là lực lượng lao động của doanh nghiệp là lực lượng nòng cốt, lao động có thể sáng tạo ra công nghệ, kỹ thuật hiện đại và đưa chúng vào sử dụng tạo ra tiềm năng lớn cho doanh nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Hiện nay còn có nhiều doanh nghiệp do chưa đổi mới cơ chế, cơ sở vật chất còn nghèo nàn lạc hậu, trang thiết bị còn lạc hậu dẫn đến năng suất thấp. Ngày nay, với sự phát triển của khoa học kỹ thuật đã thúc đẩy sự phát triển cuat kinh tế tri thức, đòi hỏi lực lượng lao động phải là đội quân tinh nhuệ, có trình độ khoa học kỹ thuật cao. Điều đó càng chứng tỏ vai trò quan trọng của lực lượng lao động đối với việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

4.1.2. Trình độ phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật ứng dụng tiến bộ kỹ thuật.

Công cụ lao động là phương tiện để con người sử dụng để tác động lên đối tượng sử dụng các công cụ đó.

Quá trình phát triển sản xuất luôn gắn liền với quá trình phát triển của công cụ lao động và quá trình tăng năng suất lao động, chất lượng sản phẩm, hạ giá thành sản phẩm làm tăng năng suất dẫn đến hiệu quả kinh tế cao.

Trong thực tế, qua những năm chuyển đổi cơ chế kinh tế thị trường vừa qua cho thấy rằng doanh nghiệp nào đạt được trang bị công nghệ hiện đại thì

doanh nghiệp đó sẽ đạt được kết quả và hiệu quả kinh doanh cao tạo được lợi thế trên thị trường có thể cạnh tranh với các doanh nghiệp khác.

4.1.3. Nhân tố quản trị doanh nghiệp.

Càng ngày nhân tố quản trị càng đóng vai trò quan trọng đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Muốn tồn tại và phát triển trước hết doanh nghiệp phải chiến thắng trong cạnh tranh, tạo các lợi thế về chất lượng sản phẩm, sự khác biệt hoá sản phẩm. Người ta cũng phải khẳng định rằng ngay cả đối với việc đảm bảo và ngày càng nâng cao chất lượng sản phẩm của một doanh nghiệp cũng chịu ảnh hưởng của nhân tố quản trị chứ không phải nhân tố kỹ thuật, quản trị định hướng chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9000 chính là dựa trên nền tảng tư tưởng đó.

Trong quá trình kinh doanh, quản trị doanh nghiệp có trách nhiệm khai thác và thực hiện phân bổ các nguồn lực sản xuất, chất lượng sản phẩm có ảnh hưởng lớn đến hiệu quả kinh doanh của mỗi thời kỳ.

Đội ngũ các nhà quản trị, đặc biệt là các cấp lãnh đạo phải luôn dựa vào tài năng, năng lực sẵn có của mình. Lãnh đạo phải điều khiển doanh nghiệp làm cho doanh nghiệp phát triển một cách mạnh mẽ về mọi mặt. Mặt khác doanh nghiệp cũng phải dựa vào trình độ của đội ngũ công nhân làm việc lâu năm có nhiều kinh nghiệm và phải xác định rõ chức năng nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận và thiết lập được mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức.

4.1.4. Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin.

Ngày nay, cùng với sự phát triển như vũ bão của cách mạng khoa học kỹ thuật đang dần làm thay đổi nhiều về lĩnh vực sản xuất, trong đó công nghệ tin học đóng vai trò chủ chốt. Thông tin được coi là hàng hoá để đạt được những thành công trong kinh doanh, doanh nghiệp rất cần lượng thông tin chính xác về cung cầu thị trường hàng hoá, về công nghệ kỹ thuật, về người mua, về các đối thủ cạnh tranh. Ngoài ra, doanh nghiệp còn phải biết thêm về thông tin kinh nghiệm thành công hay thất bại của các doanh nghiệp khác ở trong nước hoặc quốc tế. Cần biết rõ các thông tin, các chính sách kinh tế của nhà nước để từ đó

đúc kết các kinh nghiệm cho bản thân mình và cho cả doanh nghiệp. Thông tin càng nhanh, càng chính xác thì doanh nghiệp có thể tránh được thiệt hại do nền kinh tế thị trường gây ra. Nói chung, về thông tin nếu doanh nghiệp nào nắm bắt được thông tin nhanh thì doanh nghiệp đó sẽ cầm chắc phần thắng lợi trong kinh doanh, nói cách khác trong kinh doanh nếu biết mình biết người mới có cơ giành thắng lợi.

4.1.5. Nhân tố tính toán kinh tế.

Hiệu quả kinh doanh được xác định bởi tỷ số giữa kết quả đạt được và hao phí nguồn lực, cả hai đại lượng kết quả và hao phí của mỗi thời kỳ rất khó đánh giá.

Nếu ta xét trên phương tiện giá trị và sử dụng lợi nhuận là kết quả, chi phí là cái phải bỏ ra ta sẽ có:

$$\Pi = TR - TC$$

Trong thực tế kinh tế học đã khẳng định tốt nhất là sử dụng phạm trù lợi nhuận kinh tế mới là lợi nhuận thực. Trong khi đó muốn xác định được lợi nhuận kinh tế trước hết phải xác định được chi phí kinh tế, phạm trù chi phí kinh tế phản ánh chi phí thực. Cho đến nay khoa học vẫn chưa tính toán được chi phí kinh tế mà vẫn sử dụng phạm trù chi phí tính toán trên cơ sở đó sẽ xác định được lợi nhuận tính toán.

Hiện nay chi phí tính toán được sử dụng có thể là chi phí tài chính và chi phí kinh doanh.

Chi phí tài chính được tính toán nhằm phục vụ cho các đối tượng bên ngoài quá trình kinh doanh nên phải dựa trên cơ sở nguyên tắc thống nhất.

Chi phí kinh doanh phục vụ cho bộ máy quản lý ra quyết định, nó tiếp cận dẫn đến chi phí thực nên sử dụng nó sẽ xác định được lợi nhuận chính xác hơn.

4.2. Các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài.

4.2.1. Môi trường pháp lý:

Gồm luật và văn bản dưới luật. Mọi quy định về luật kinh doanh sẽ có tác động rất lớn đến kết quả và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy, môi trường pháp lý tạo ra " sân chơi" bình đẳng để các doanh nghiệp đều tham gia

hoạt động kinh doanh vừa phải cạnh tranh vừa phải hợp tác với nhau tạo ra môi trường pháp lý lành mạnh, vừa tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động kinh doanh của mình và điều chỉnh các hoạt động kinh tế vi mô theo hướng chung đó là lợi ích của các thành viên khác trong xã hội. Vì tạo ra "sân chơi" bình đẳng nên mỗi doanh nghiệp buộc phải chú ý phát triển nhân tố nội lực, vận dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật, tận dụng cơ hội bên ngoài nhằm phát triển doanh nghiệp mình, nên tránh đổ vỡ không cần thiết có hại cho xã hội.

Để tiến hành hoạt động kinh doanh mọi doanh nghiệp đều phải có nghĩa vụ chấp hành nghiêm chỉnh mọi quy định của pháp luật, nếu kinh doanh trên thị trường quốc tế doanh nghiệp phải nắm chắc luật pháp của nước đó và tiến hành kinh doanh trên cơ sở tôn trọng luật pháp của nước sở tại

4. 2.2. Về môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế là nhân tố bên ngoài có tác động rất lớn đến hiệu quả kinh doanh của mỗi Doanh nghiệp. Trước hết phải nói đến chính sách đầu tư, chính sách phát triển kinh tế, chính sách cơ cấu... các chính sách kinh tế vĩ mô nói trên sẽ tạo ra sự phát triển hoặc kìm hãm sự phát triển của từng ngành.

Việc tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh các cơ quan quản lý phải làm tốt công tác dự báo để điều tiết các hoạt động đầu tư, không để ngành hay vùng kinh tế nào, doanh nghiệp nào sản xuất theo xu hướng cung vượt cầu, phải hạn chế doanh nghiệp sản xuất theo kiểu độc quyền, kiểm soát sự độc quyền để tạo ra môi trường cạnh tranh bình đẳng. Quản lý tốt các doanh nghiệp không để tạo ra sự đối xử khác biệt giữa các doanh nghiệp nhà nước và các doanh nghiệp tư nhân khác.

4.2.3. Môi trường văn hóa xã hội:

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

động chuyên môn cao và khả năng tiếp thu các kiến thức KH-KT, tác động tới việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp và ngược lại.

4.2.4. Môi trường sinh thái và cơ sở hạ tầng.

Đó là tình trạng môi trường, xử lý phế thải, các ràng buộc xã hội về môi trường... có tác động một cách chùng mực tới hiệu quả sản xuất kinh doanh. Các doanh nghiệp khi sản xuất kinh doanh cần phải thực hiện nghĩa vụ với môi trường như đảm bảo xử lý chất thải, sử dụng các nguồn lực tự nhiên một cách hiệu quả và tiết kiệm, nhằm đảm bảo một môi trường trong sạch. Môi trường bên ngoài trong sạch thoáng mát sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho môi trường làm việc bên trong doanh nghiệp và nâng cao hiệu quả sản xuất.

Các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng như: Hệ thống đường giao thông, hệ thống thông tin liên lạc, điện, nước, sự phát triển của ngành giáo dục và đào tạo. Tất cả đều là nhân tố có tác động mạnh mẽ đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, nếu doanh nghiệp nào kinh doanh ở khu vực có hệ thống đường giao thông thuận lợi, điện nước đầy đủ, dân cư đông đúc, trình độ dân trí cao sẽ có rất nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển sản xuất, tốc độ tiêu thụ sản phẩm rất nhanh do vậy sẽ tăng tính hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp mình.

4.2.5. Các chính sách kinh tế Nhà nước.

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

PHẦN II:

THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH Ở CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG BINH ĐOÀN KẾT.

2.1 Cơ sở hình thành và phát triển Công ty.

2.1.1. Một số thông tin cơ bản về Công ty:

- Tên giao dịch : Công ty Cổ phần Thương Binh Đoàn Kết.
- Tên giao dịch quốc tế : Doan ket Warinvalids Joint Stock Company
- Trụ sở chính của Công ty : Km 78+600 Quốc lộ 5, Lê Thiện, An Dương, Hải Phòng
- Tổng giám đốc Công ty : Ông Nguyễn Văn Khang
- Điện thoại Công ty : 031 3618974
- Fax: 031 3771900
- Tài khoản số : 710A-00407 Ngân hàng Công Thương- Lê Chân- Hải Phòng

2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển của Công ty

Công ty Cổ phần Thương Binh Đoàn Kết được chuyển đổi từ Hợp tác xã thương Binh Đoàn Kết và hoạt động theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0203000030 ngày 18/12/2000 và các giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh thay đổi lần thứ 3 vào ngày 10/05/2004, lần thứ 4 vào ngày 01/06/2006, lần thứ 5 vào ngày 01/02/2007 và lần thứ 6 vào ngày 16/03/2007 và lần thứ 7 vào ngày 06/01/2009 do phòng đăng ký kinh doanh – Sở kế hoạch và Đầu tư Thành phố Hải Phòng cấp.

Công ty cổ phần Thương Binh Đoàn Kết, tiền thân là Hợp tác xã Thương Binh Đoàn Kết được thành lập theo quyết định số 04/QĐ-UB ngày 22/08/1996 của UBND huyện An Dương và tại quyết định số 2482/QĐ-UB ngày 22/10/1996 của UBND TP Hải Phòng công nhận hợp tác xã là cơ sở của thương bệnh binh và người tàn tật.

Là một Công ty của thương bệnh binh và người tàn tật đã vượt khó vươn lên, sản xuất kinh doanh ngày càng phát triển và có tích lũy. Hàng năm Công ty hoàn

thành xuất sắc nghĩa vụ với Nhà nước, thực hiện tốt chế độ chính sách với người lao động, tham gia tích cực các phong trào xã hội.Được Huyện, Thành phố và Bộ LĐ-TBXH tặng nhiều bằng khen từ năm 1996 đến năm 2001.Năm 2002 được Thủ tướng chính phủ tặng bằng khen.Tại hội chợ "Hội nhập và phát triển"Hải Phòng lần thứ nhất năm 2004 Công ty đã đạt được hai huy chương vàng cho hai loại sản phẩm là ống thép và bao bì PP.

2.1.3. Chức năng nhiệm vụ của Công ty

➤ Ngành nghề kinh doanh

- Kinh doanh vật tư, nguyên liệu, thiết bị phục vụ ngành luyện kim, ngành sản xuất vải bạt và bao bì PP.
- Kinh doanh sắt thép phế liệu.
- Dịch vụ xuất nhập khẩu
- Đúc và kinh doanh các sản phẩm bằng kim loại.
- Sản xuất vải bạt và bao bì PP.

Vận tải hàng hóa,hành khách bằng đường bộ,đường thủy và xếp dỡ hàng hóa.

Khai thác quặng kim loại,cát,đá,sỏi và các khoáng sản khác.

- Sản xuất ống thép.
- In bao bì.
- Kinh doanh xăng dầu.

Xây dựng các công trình dân dụng,công nghiệp,giao thông, thủy lợi,công trình hạ tầng,công trình trang trí nội ngoại thất,san lấp mặt bằng....

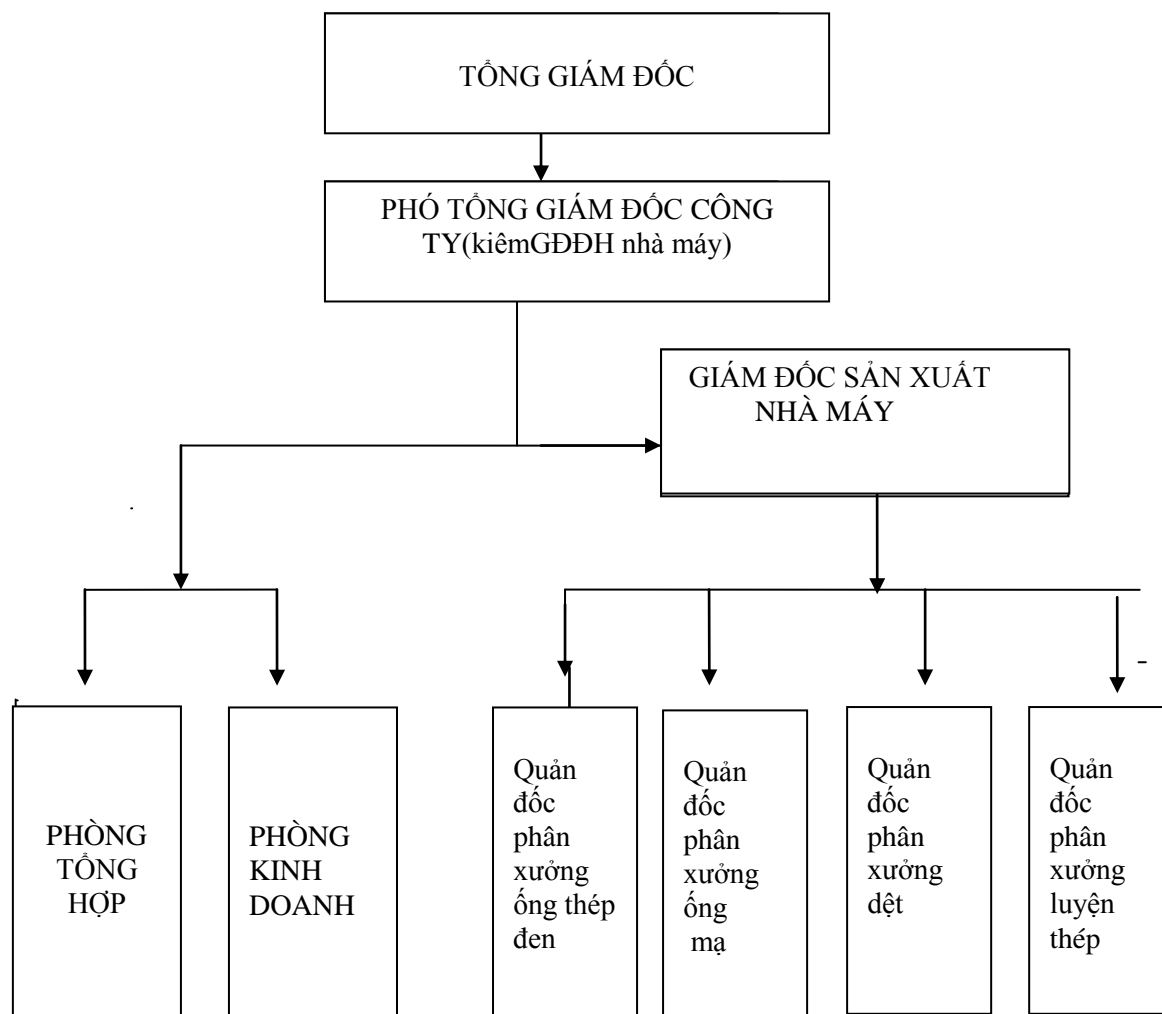
➤ Chức năng nhiệm vụ sản xuất kinh doanh chính của Công ty:

Công ty có 3 cơ sở sản xuất kinh doanh với chức năng nhiệm vụ sản xuất khác nhau:

- Sản xuất kinh doanh bao bì PP các loại.
- Sản xuất kinh doanh các loại ống thép.
- Sản xuất kinh doanh các loại phôi thép.

2.1.4. Cơ cấu tổ chức

2.1.4.1. SƠ ĐỒ CƠ CẤU TỔ CHỨC CỦA DOANH NGHIỆP



(Nguồn : Phòng tổng hợp)

2.1.4.2. Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban

➤ Tổng giám đốc Công ty:

- Phê duyệt các phương án tổ chức quản lý của phó tổng giám đốc điều hành theo quy chế hoạt động của Công ty.

- Chủ trì phương án, ký duyệt các hợp đồng liên quan đến đầu tư phát triển và mở rộng sản xuất, hợp đồng mua, bán hàng hóa.

➤ Phó tổng giám đốc Công ty (Kiêm giám đốc điều hành nhà máy):

- Giám đốc điều hành được tổng giám đốc Công ty phân công thực hiện những việc trong quản lý và điều hành mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của nhà máy.

- Chịu trách nhiệm trước tổng giám đốc Công ty về hiệu quả trong mọi hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Tổ chức thực hiện các hợp đồng kinh tế, hợp đồng tuyển dụng nhân sự, tổ chức bộ máy quản lý, sản xuất, kinh doanh và dịch vụ.

- Chỉ định mua nguyên vật liệu chính vật tư nhập khẩu.

- Đề xuất và trình tổng giám đốc duyệt các phương án kế hoạch và hoạt động quản lý sản xuất kinh doanh, dịch vụ quản lý nhân sự và thực hiện những quy định theo pháp luật hiện hành.

- Đề xuất với tổng giám đốc bổ nhiệm, miễn nhiệm, khen thưởng kỷ luật, nâng bậc lương các phó đơn vị trực thuộc.

- Phê duyệt các kế hoạch dài hạn, trung hạn, kế hoạch tháng, quý về sản xuất kinh doanh, tài chính của nhà máy.

➤ **Giám đốc sản xuất nhà máy:**

- Kiểm soát chặt chẽ quá trình thực hiện các chỉ tiêu định mức lao động vật tư.

- Tổ chức điều hành giám sát các quá trình sản xuất hàng ngày đảm bảo đúng tiến độ, đúng hướng dẫn công nghệ, đúng tiêu chuẩn chất lượng, kịp thời giải quyết các trở ngại về kỹ thuật trong quá trình sản xuất ở các phân xưởng.

➤ **Phòng kinh doanh:**

- Xúc tiến nghiên cứu tiếp thị giúp cho việc định hướng và lập kế hoạch khai thác các đơn đặt hàng tiếp nhận và chọn lọc các loại thông tin liên quan đến kinh doanh, báo cáo giám đốc điều hành.

- Xây dựng kế hoạch sản lượng, giá thành vật tư, kế hoạch sản xuất tháng, quý, năm, công trình tổng giám đốc phê duyệt.

- Thực hiện mua và cung ứng các loại nguyên vật liệu vật tư đầy đủ cả về số lượng, chất lượng đảm bảo sản xuất.

➤ **Phòng tổng hợp:**

Gồm có trưởng phòng, kế toán trưởng và nhân viên kế toán thực hiện các chức năng.

- Thực hiện chỉ đạo của giám đốc điều hành xây dựng bộ máy thích ứng với hệ thống tổ chức hoạt động của Công ty.

- Thực hiện các vấn đề về nhân sự: tuyển dụng lao động, quản lý lao động, đào tạo lao động, trả lương lao động, hình thức trả lương.

- Xây dựng kế hoạch tài chính về huy động vốn, quản lý và sử dụng vốn, nguồn vốn một cách có hiệu quả nhằm đáp ứng đầy đủ và kịp thời cho yêu cầu sản xuất kinh doanh của đơn vị, giúp cho tổng giám đốc trong quản lý chi phí đúng quy định.

➤ **Quản đốc phân xưởng:**

- Thực hiện nhiệm vụ phó tổng giám đốc giao.

- Trực tiếp quản lý điều hành hoạt động sản xuất của phân xưởng.

- Kiểm tra các quá trình sản xuất trong ca theo yêu cầu các bộ phận thực hiện đúng tiến độ.

- Tổ chức bố trí sắp xếp người và công việc.

2.1.5. Những thuận lợi và khó khăn của Công ty

2.1.5.1. Thuận lợi

- Được thành lập từ năm 1996, với gần 16 năm hình thành và phát triển Công ty có chỗ đứng trên thị trường và có nguồn khách hàng lớn và ổn định.

- Công ty cổ phần Thương Binh Đoàn Kết là cơ sở sản xuất kinh doanh của thương bệnh binh và người tàn tật có sử dụng 55,8% người lao động là thương bệnh binh và người tàn tật nên Công ty được hưởng chính sách ưu đãi của Nhà nước, sự ủng hộ và giúp đỡ của Huyện và Bộ LĐ-TBXH.

- Đội ngũ cán bộ công nhân viên:

Đội ngũ quản lý có trình độ nghiệp vụ vững vàng, có kinh nghiệm nhạy bén, sáng tạo, hoàn thành xuất sắc công việc được giao.

Đội ngũ nhân viên bán hàng tinh thông về kỹ thuật nghiệp vụ bán hàng và sản phẩm, có thái độ vui vẻ, lịch sự, gây được thiện cảm với khách hàng, kiên trì nhẫn nại trong giao tiếp và tính trung thực trong hành vi ứng xử; góp phần nâng cao uy tín của Công ty và thúc đẩy hoạt động tiêu thụ của Công ty.

- Số lượng đại lý và cửa hàng bán buôn bán lẻ đông nên việc cung cấp sản phẩm đến tay người tiêu dùng là nhanh chóng và nhiều thuận lợi trong việc thu thập từ khách hàng. Do đó sự phản hồi thông tin từ phía khách hàng đến nhà sản xuất rất linh hoạt.

- Việc hội nhập và phát triển như ngày nay thì nhu cầu về sản phẩm thép trong tương lai trên đà tăng cao do đó mang lại cơ hội phát triển lớn cho Công ty nói riêng và toàn ngành nói chung.

2.1.5.2. Khó khăn

- Nguồn nguyên vật liệu chưa được sản xuất trong nước vì vậy Công ty phải tìm kiếm nguyên liệu có chất lượng tốt và có độ cứng phù hợp với môi trường và thời tiết Việt Nam nhưng giá cả phải rẻ phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng.

- Nhu cầu đòi hỏi của thị trường về chủng loại ống và chiều dày thành ống tuân theo xu hướng mỏng dần. Công ty phải đầu tư trang thiết bị cho mình dây chuyền sản xuất ống để đa dạng hóa sản phẩm.

- Công ty có nhiều đại lý nhưng chưa có cửa hàng của mình nên gần như không sử dụng được kênh phân phối trực tiếp.

- Sự phát triển của các đối thủ cạnh tranh hiện tại cũng như gia nhập của các đối thủ cạnh tranh tiềm tàng.

- Chịu sức ép lớn đối với các Công ty lớn có bề dày kinh nghiệm trong cùng ngành.

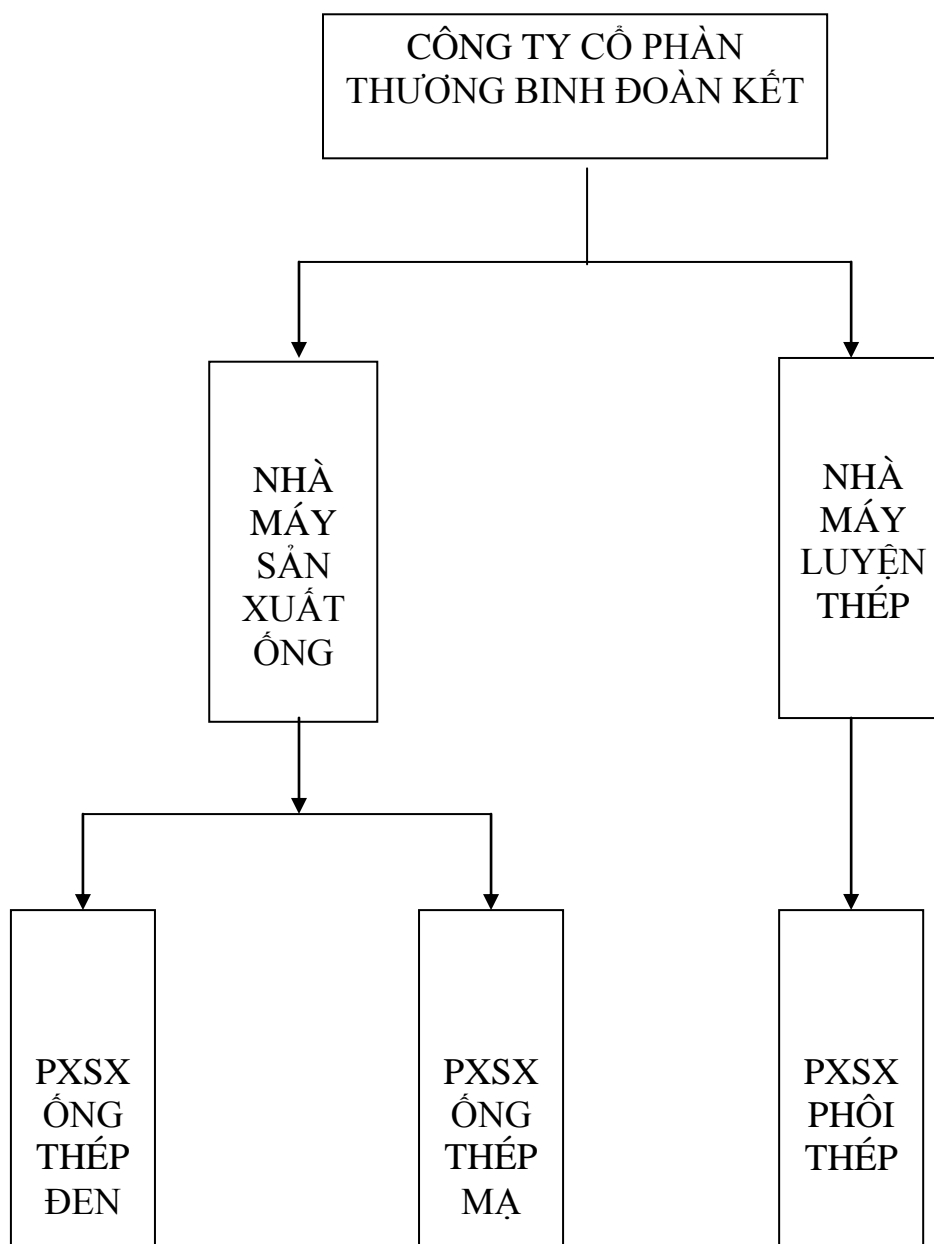
- Đội ngũ công nhân viên vẫn còn những hạn chế nhất định về kinh nghiệm.

- Cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu vừa qua cũng gây ra không ít khó khăn cho các Công ty thép nói chung, làm cho nhu cầu về sản phẩm của Công ty giảm.

- Đặc biệt các vấn đề lạm phát, sự tăng giá về điện nước, xăng dầu cũng gây ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

2.2. Hoạt động sản xuất kinh doanh

2.2.1. Mô tả hình thức tổ chức sản xuất kinh doanh



(Nguồn : Phòng tổng hợp)

Trong đó:

- Phân xưởng sản xuất ống thép đen: chuyên sản xuất các loại ống vuông từ 14 x 14 đến 60 x 60 ống tròn từ $\varnothing 20$ đến $\varnothing 90$.
- Phân xưởng sản xuất ống thép mạ kẽm: Chuyên sản xuất các loại ống vuông từ 14 x 14 đến 60 x 60, ống tròn mạ kẽm từ $\varnothing 20$ đến $\varnothing 90$...
- Phân xưởng sản xuất phôi thép: Chuyên sản xuất ra phôi thép.

2.2.2. Mô tả sản phẩm và quy trình sản xuất:

- Nhà máy ống thép: Với chức năng sản xuất ra các sản phẩm ống thép, ống vuông từ 14 x 14 đến 60 x 60, ống tròn từ Ø20 đến Ø90, có công suất là 24.000 tấn/năm. Độ bền sản phẩm cũng phụ thuộc rất nhiều vào điều kiện sử dụng và bảo quản. Sản phẩm này được dùng chủ yếu trong các ngành xây dựng, cơ khí... như: ống dẫn nước, ống sử dụng trong đường ống thông thường, ống dùng trong xây dựng thông thường, ống dùng làm hàng rào, ống dùng làm giàn giáo, cột chống, cột làm nhà kính.

- Đặc tính của ống thép:

- + Cứng, bền và chịu áp lực cao.
- + Chịu lửa
- + Độ bền cao
- + Kinh tế vệ sinh
- + Giữ nhiệt tốt hơn

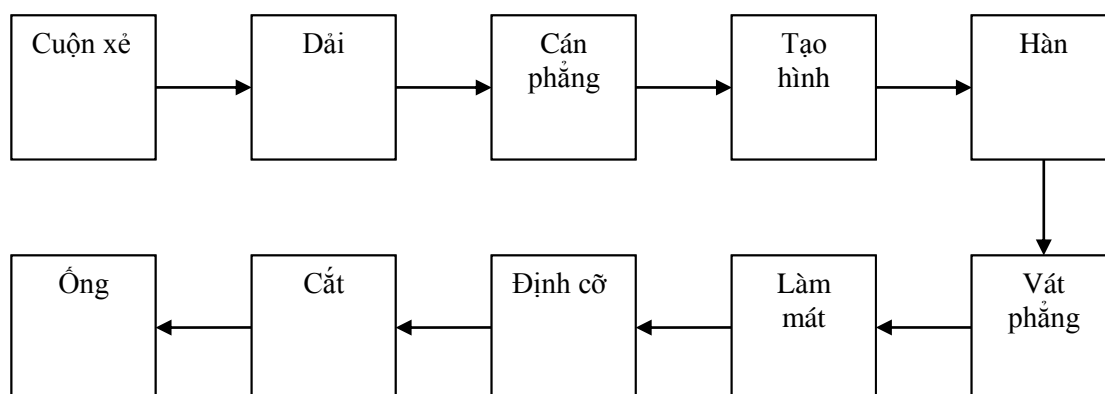
Căn cứ vào tiêu chuẩn chất lượng, công dụng của ống thép và đặc tính của ống thép, Công ty có thể đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng trong và ngoài nước. Vì vậy, Công ty đã tạo được uy tín với khách hàng về chất lượng, sản phẩm được đa dạng hóa, thẩm mỹ và an toàn trong sử dụng.

Bảng 2. 1: Sản phẩm ống thép của Đoàn Kết

Stt	Sản phẩm	Kích cỡ	Độ dày
1	Ống tròn	Φ 21 : Φ 90	0.7÷3.0
2	Ống vuông	14x14÷60x60	0.7÷3.0
3	Ống chữ nhật	20x4÷40x80	0.7÷3.0

(Nguồn : Phòng kinh doanh)

Bảng 2.2 : Quy trình công nghệ sản xuất ống thép



(Nguồn : Phòng tổng hợp)

2.2.3. Chiến lược kinh doanh của Công ty:

Công ty cũng tuân theo chiến lược chính sách 4P.

- Chiến lược về giá: Công ty áp dụng các chính sách khác nhau về giá và chiết khấu đối với từng loại khách hàng, và từng loại phương thức mua hàng. Mua hàng trả tiền ngay sẽ có giá ưu đãi hơn thanh toán sau và chậm trả. Công ty có thể thực hiện chiết khấu từ 0,5%- 1%.

- Chiến lược về sản phẩm: Công ty tạo ra đầy đủ chủng loại kích cỡ có chất lượng tốt, mẫu mã đẹp đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

- Chiến lược xúc tiến bán hàng: Công ty tham gia các hội nghị hội thảo, hội chợ cử cán bộ đi tìm hiểu thị trường để thu thập được thông tin về nhu cầu của khách hàng.

- Chiến lược phân phối hàng hóa: Việc bán hàng, bàn giao hàng được vận chuyển chủ yếu bằng ô tô. Hàng hóa có thể được vận chuyển bằng xe của Công ty hoặc khách hàng có thể tự đến lấy bằng xe của mình và Công ty sẽ hỗ trợ một phần về giá. Việc cung ứng sản phẩm của Công ty trên thị trường có thể phân phối trực tiếp đến tay người tiêu dùng cuối cùng hoặc qua trung gian là các nhà bán buôn bán lẻ.

Cơ cấu kênh phân phối của Công ty có ưu điểm là số lượng các đại lý và cửa hàng bán buôn bán lẻ đông nên việc cung ứng sản phẩm đến tay người tiêu dùng nhanh chóng và gặp nhiều thuận lợi trong việc thu thập thông tin từ phía khách hàng.

2.2.4. Đặc điểm lao động:

Lao động là nguồn nhân lực quan trọng nhất trong các yếu tố đầu vào sản xuất; quyết định tới toàn bộ kết quả sản xuất kinh doanh. Việc sử dụng có hiệu quả nguồn lao động là một trong những yếu tố quyết định sự thành bại của Công ty.

Hàng năm Công ty Cổ phần Thương Binh Đoàn Kết luôn có công tác quan tâm, đánh giá nhận xét và xem xét nhu cầu về nguồn nhân lực để đưa ra phương án điều chỉnh nhân lực hợp lý. Hiện nay đội ngũ cán bộ quản lý và công nhân viên của Công ty đều có trình độ chuyên môn kỹ thuật vững vàng đáp ứng các yêu cầu công việc.

Bảng 2. 3: Bảng cơ cấu lao động của Công ty năm 2007- 2010

Đvt: Người

Lao động	2007	2008	2009	2010
1.Trình độ	85	90	103	117
Đại học và trên đại học	3	7	10	15
Cao đẳng.	5	3	9	9
Trung cấp	4	5	7	13
THPT	73	75	77	80
2.Độ tuổi trung bình	27.8	28.6	30.7	31.5
3.Giới tính	85	90	103	117
Nam	75	77	89	98
Nữ	10	13	14	19

(Nguồn: Số liệu Phòng tổng hợp)

Tổng số lao động của Công ty tính đến ngày 31/12/2010 là 117 người. Trong đó lao động trực tiếp tại các phân xưởng là 94 người. Độ tuổi lao động bình quân còn rất trẻ, các cán bộ quản lý, kỹ thuật, đều có trình độ đại học và công nhân lành nghề. Họ đều trưởng thành và gắn bó với Công ty từ ngày đầu thành lập. Độ tuổi trung bình 31.5 năng động và có khả năng thích ứng cao góp phần không nhỏ vào việc đưa hình ảnh và sản phẩm của Công ty đến gần hơn với người tiêu dùng.

Ta thấy hàng năm Công ty bổ xung thêm hàng loạt lao động, đến cuối năm 2010 đã tăng lên 117 người trong cơ cấu lao động năm 2010 có 15 lao động có trình độ Đại học chiếm 12,8%, 22 lao động có trình độ cao đẳng và trung cấp chiếm 18,8%, do đặc thù ngành nên lao động nam chiếm 83,7%. Đến cuối năm 2010 số lao động đã tăng so với năm 2007 là 32 người bằng 137,6%, số người tăng thêm đã tạo điều kiện cho Công ty thay đổi cơ cấu lao động . Tỷ lệ lao động có trình độ Đại học tăng thêm 12 người. Những vấn đề này đều tác động có lợi cho Công ty. Từ những số liệu trên từ đó có thể rút ra một số đặc điểm về lao động của Công ty . Lao động của Công ty có quy mô vừa, chỉ gồm 117 người. Trong đó, số lượng lao động quản lý có trình độ cao chiếm 35% trong tổng số lao động.

- Người lao động trong Công ty chủ yếu là những người đã gắn bó lâu năm nên số tuổi bình quân cao (từ 40 tuổi trở lên).

- Công ty có đội ngũ công nhân sản xuất tay nghề cao, tương đối ổn định, đủ điều kiện để sản xuất và cho ra đời những sản phẩm có chất lượng cao.

2.3.Phân tích thực trạng hiệu quả sản xuất kinh doanh Công ty Cổ phần Thương Bình Đoàn Kết.

Như ta đã biết hiệu quả sản xuất kinh doanh là một chỉ tiêu kinh tế phản ánh trình độ các nguồn lực(lao động, vật tư, tiền vốn,...) của doanh nghiệp để đạt kết quả cao nhất trong quá trình kinh doanh với tổng chi phí thấp nhất. Để xác định được hiệu quả đó thì phải dựa vào các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả SXKD.

Thông qua các chỉ tiêu này, ta sẽ biết được mức độ hiệu quả của việc sử dụng các nguồn lực vào quá trình sản xuất. Sau đây là một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả SXKD của Công ty trong những năm vừa qua.

2.3.1. Phân tích hiệu quả doanh thu - chi phí - lợi nhuận.

Bảng 2. 4: Báo cáo kết quả kinh doanh (2009 – 2010)

ĐVT: VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
			Số tiền	(%)
Tổng DT	377,429,412,167	427,422,911,393	(49,993,499,226)	-11,7
Các khoản giảm trừ DT		10,039,714		
1. Doanh thu thuần	377,429,412,167	427,412,871,679	(49,983,459,512)	-11,69
2. Giá vốn hàng bán	357,650,788,027	411,325,264,542	(53,674,476,515)	-13,0
3. Lợi nhuận gộp	19,778,624,140	16,087,607,137	3,691,017,003	22,9
4. Doanh thu HĐTC	54,589,484	104,301,362	(49,711,878)	-47,7
5. Chi phí hoạt động TC	13,884,727,649	6,782,653,068	7,102,074,581	104,7
6. Chi phí bán hàng	1,115,769,375	5,295,818,818	(4,180,049,443)	-374,6
7. Chi phí quản lý doanh nghiệp	3,081,829,392	2,879,911,157	201,918,235	6,6
8. Lợi nhuận thuần từ HĐKD	1,750,887,208	1,233,525,456	517,316,752	41,94
9. Thu nhập khác	229,953,435	1,013,860,797	(783,907,362)	-77,3
10. Chi phí khác	128,109,349	700,399,995	(572,290,646)	-81,7
11. Lợi nhuận khác	101,844,086	313,460,802	(211,616,716)	
12. Tổng lợi nhuận trước thuế	1,852,731,294	1,546,986,258	305,745,036	19,76
13. Thuế TNDN phải nộp				
14. Lợi nhuận sau thuế	1,852,731,294	1,546,986,258	305,745,036	19,76

(Nguồn: Phòng tổng hợp Năm 2009 – 2010)

Căn cứ vào bảng báo cáo kết quả kinh doanh ta thấy:

- Tổng doanh thu của doanh nghiệp giảm mạnh (giảm gần 50 tỷ so với cùng kỳ năm 2009). Doanh thu giảm mạnh do sản lượng tiêu thụ giảm mạnh qua các năm mặc dù giá vốn hàng bán giảm tương ứng với số lượng hàng hoá tiêu thụ được là hơn 53 tỷ.

- Các khoản giảm trừ của Công ty năm 2009 là hơn 10 triệu nhưng năm 2010 là 0 đồng do trong năm 2010 ban lãnh đạo Công ty đã có những chính sách đào tạo nâng cao trình độ công nhân đồng thời nâng cao chất lượng sản phẩm sản xuất nên số hàng bán bị trả lại, giảm giá hàng bán giảm xuống và do số lượng hàng tiêu thụ được tập trung vào các đại lý phía bắc (các đại lý này được hưởng phần % chiết khấu nhỏ hơn so với các đại lý ở xa do chính sách khuyến khích bán hàng các đại lý ở xa) nên đã làm cho các khoản giảm trừ doanh thu giảm xuống.

- Giá vốn hàng bán trong năm 2010 giảm so với năm 2009 (13%), về số tiền là giảm hơn 53 tỷ. Khoản giảm này chủ yếu là khoản giảm của nguyên vật liệu đầu vào để tạo ra sản phẩm.

- Các chi phí tài chính, chi phí quản lý doanh nghiệp cũng tăng với các mức tương ứng là hơn 7 tỷ và hơn 200 triệu. Các khoản chi phí tài chính này là các khoản lãi tiền vay ngân hàng tăng do năm 2010 Công ty vay nhiều hơn, chiết khấu thanh toán và lãi bán hàng trả chậm, ngoài ra còn có một phần lỗ chênh lệch tỷ giá. Khoản chi phí quản lý doanh nghiệp tăng 6,6% là do trong năm Công ty đã thực hiện tốt công tác tiết kiệm điện nước...

- Chi phí bán hàng: Doanh thu bán hàng giảm cho nên chi phí bán hàng cũng giảm theo (giảm hơn 4 tỷ). Các khoản chi phí này giảm với tỷ lệ khá cao là do trong năm 2010 Công ty đã rất chú trọng tới công tác bán hàng. Đây là một chính sách phù hợp của Công ty nhằm thúc đẩy tiêu thụ trong hoàn cảnh cạnh tranh mạnh như hiện nay.

- Doanh thu hoạt động tài chính năm 2010 giảm hơn 49 triệu so với năm 2009 chủ yếu là do trong năm 2010 Công ty chưa giải quyết tốt kế hoạch thu nợ từ năm 2009.

- Lợi nhuận sau thuế tăng hơn 305 triệu so với cùng kỳ năm trước, điều này chứng tỏ doanh nghiệp kinh doanh có lãi, chú trọng tới chất lượng sản phẩm, giá cả phù hợp đáp ứng được nhu cầu khách hàng trong và ngoài nước.

Nhận xét: So sánh tình hình tài chính qua báo cáo kết quả kinh doanh năm 2009 và năm 2010 ta thấy, trong năm 2010 mặc dù trong năm 2010 với những khó khăn về nguồn nguyên vật liệu đầu vào và tình hình cạnh tranh mạnh mẽ nhưng Công ty đã có những bước phát triển tốt, đạt hiệu quả cao. Tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Thương Binh Đoàn Kết ổn định và phát triển.

Như ta đã biết hiệu quả sản xuất kinh doanh là một chỉ tiêu kinh tế phản ánh trình độ các nguồn lực(lao động, vật tư, tiền vốn,...) của doanh nghiệp để đạt kết quả cao nhất trong quá trình kinh doanh với tổng chi phí thấp nhất. Để xác định được hiệu quả đó thì phải dựa vào các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả SXKD.

Thông qua các chỉ tiêu này, ta sẽ biết được mức độ hiệu quả của việc sử dụng các nguồn lực vào quá trình sản xuất. Sau đây là một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả SXKD của Công ty trong những năm vừa qua.

Bảng 2. 5: Tình hình tiêu thụ sản phẩm thép

DVT :Triệu đồng

Mặt hàng	Năm 2009		Năm 2010	
	Sản lượng (Tấn)	Doanh thu (Tỷ)	Sản lượng (Tấn)	Doanh thu(Tỷ)
Phôi thép	10,000	121,120	9,200	97,111
Ống thép	29.632	305,302	22,654	279,318
Tổng	39,632	427,422	31,854	377,429

(Nguồn : Số liệu phòng kinh doanh)

Tình hình tiêu thụ thép năm 2010 giảm do những biến động chung của thị trường thép: giá nguyên vật liệu tăng cao, khủng hoảng kinh tế ... thị trường thép có nhiều biến động. Điều này là nguyên nhân quan trọng làm cho doanh thu và sản lượng tiêu thụ thép của Công ty giảm.

Bảng 2.6 : Chi phí sản xuất kinh doanh

ĐVT: VNĐ

Chi phí	Giá trị		Chênh lệch	
	Năm 2009	Năm 2010	Tuyệt đối	Tương đối
Chi phí nguyên liệu, vật liệu	70.302.864.912	81.831.588.436	11.528.723.524	16,39%
Chi phí nhân công	1.984.391.639	1.074.209.237	-910.182402	-45,86%
Chi phí khấu hao TSCĐ	3.074.834.107	1.570.189.893	-1.504.644.214	-48,93%
Chi phí dịch vụ mua ngoài	6.828.876.947	5.476.876.219	-1.352.000.728	-19,79%
Chi phí khác bằng tiền	847.363.563	128.109.349	-719.254.214	-84,88%
Cộng	83.038.331.168	90.080.973.134		

(Nguồn: Báo cáo tài chính – Công ty Cổ phần Thương Binh Đoàn Kết)

Qua bảng số liệu ta thấy, năm 2010 chi phí nguyên vật liệu tăng 16,39 % tuy nhiên các chi phí khác đều giảm. Trong đó chi phí nhân công giảm 45,86% , chi phí khấu hao tài sản cố định giảm 48,93%, giảm mạnh nhất là các khoản chi phí khác bằng tiền giảm 84,88% . Điều này chứng tỏ Công ty làm tốt công tác quản lý, đào tạo và bồi dưỡng đội ngũ lao động; bảo dưỡng, sửa chữa tốt máy móc trang thiết bị...giảm thiểu được các chi phí khác ...

Bảng 2.7 : Lợi nhuận sau thuế

ĐVT : Triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	2008	2009	2010
1	Doanh thu	250.746	427.422	377.429
2	Lợi nhuận sau thuế	468	1.546	1.852

(Nguồn: Trích báo cáo tài chính-Công ty CP Thương Binh Đoàn Kết)

Qua bảng số liệu ta thấy doanh thu của Công ty tăng dần theo các năm. Nếu lợi nhuận năm 2008 là hơn 468 triệu đồng thì sang năm 2009 con số này là hơn 1,546 tỉ đồng tăng hơn 1tỉ. Nguyên nhân chủ yếu là do doanh thu năm 2009 tăng mạnh gấp hơn 1,7 lần doanh thu năm 2008.

Doanh thu năm 2010 giảm so với năm 2009 hơn 49 tỉ đồng nhưng lợi nhuận năm 2010 lại tăng hơn lợi nhuận năm 2009 là hơn 305 triệu đồng. Điều này chứng tỏ doanh nghiệp làm tốt công tác tiết kiệm chi phí, góp phần nâng cao lợi nhuận cho Công ty.

2.3.2. Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản

Nhìn vào bảng cân đối kế toán ta có thể thấy được tình hình biến động tài sản và nguồn vốn của Công ty qua 2 năm 2009 và năm 2010, cụ thể như sau:

Bảng 2.8 : Trích bảng cân đối kế toán

ĐVT : VNĐ

TÀI SẢN	Mã số	31/12/2010	31/12/2009
1	2	3	4
A- TÀI SẢN NGẮN HẠN	100	168.298.906.824	125.508.313.252
I- Tiền và các khoản tương đương tiền	110	3.876.837.049	2.272.788.032
1. Tiền mặt	111	3.876.837.049	2.272.788.032
2. Các khoản tương đương tiền	112	—	—
III- Các khoản phải thu ngắn hạn	130	72.121.417.604	56.597.277.599
1. Phải thu khách hàng	131	64.136.529.822	54.959.572.057
2. Trả trước cho người bán	132	8.063.940.535	1.716.884.255
5. Các khoản phải thu khác	135	326.642.247	326.516.287
6. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi	139	(405.695.000)	(405.695.000)
IV- Hàng tồn kho	140	90.856.851.153	64.806.686.399
1. Hàng tồn kho	141	90.856.851.153	64.806.686.399
V- Tài sản ngắn hạn khác	150	1.443.801.018	1.831.561.222
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	151	-	7.516.109
2. Thuế GTGT được khấu trừ	152	1.04.975.167	893.216.258
3. Thuế và các khoản phải thu Nhà nước	154	-	123.703.093
4. Tài sản ngắn hạn khác	158	402.825.851	807.125.762
B- TÀI SẢN DÀI HẠN	200	35.138.466.534	36.115.061.999
II- Tài sản cố định	220	35.059.939.752	36.051.028.464
1. Tài sản cố định hữu hình	221	33.841.220.623	34.823.399.310
- Nguyên giá	222	47.030.400.211	46.484.654.757
- Giá trị hao mòn lũy kế	223	(13.189.179.588)	(11.661.255.447)
2. TSCĐ vô hình	227	1.025.648.857	1.067.914.609
-Nguyên giá		1.690.630.000	1.690.630.000
-Giá trị hao mòn lũy kế		(664.981.143)	(622.715.391)
3. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang		193.070.272	159.714.545

(nguồn: Phòng kinh doanh)

➤ Tài sản:

+ Phần tài sản được hình thành từ tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn chiếm tỷ lệ cao (năm 2010 là 82,73% tổng tài sản), nguyên nhân chủ yếu là do các khoản phải thu tăng là hơn 15 tỷ, các khoản phải thu này chủ yếu là của các đại lý truyền thống của Công ty theo chính sách bán hàng trả chậm nên Công ty không phát sinh nợ khó đòi. Riêng với hàng tồn kho tăng hơn 26 tỷ (Chiếm 44,66% tổng tài sản năm 2010) đây là lượng nguyên vật liệu Công ty dự trữ để sản xuất cho những tháng tới. Việc dự trữ này nhằm ổn định sản xuất kinh doanh cho Công ty. Đồng thời, với thực trạng giá thép nguyên liệu đang tăng giá từng ngày như hiện nay thì việc dự trữ nguyên liệu sẽ giúp cho Công ty có một chiến lược giá phù hợp để cạnh tranh.

+ Tài sản lưu động khác chiếm tỷ lệ nhỏ (năm 2009 là 1,13%, năm 2010 là 0.7%) .

+ Phần tài sản được hình thành từ tài sản cố định và đầu tư dài hạn giảm so với năm 2009 là gần 1 tỷ ứng với tỷ lệ giảm 2,7%. Phần giảm này nguyên nhân chủ yếu là do tài sản cố định giảm và nguyên nhân trực tiếp là do hao mòn máy móc thiết bị qua các năm.

+ Tài sản dài hạn khác tăng 22,63%. Mức độ tăng của tài sản dài hạn khá cao là do Công ty mở rộng thêm quy mô sản xuất.

2.3.3. Phân tích hiệu quả sử dụng nguồn vốn

Vốn là một yếu tố cấu thành quan trọng trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nó quyết định trực tiếp đến quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy muốn đánh giá hiệu quả sử dụng vốn của chi nhánh cần xem xét tình hình sử dụng vốn.

NGUỒN VỐN	Mã số	31/12/2010	31/12/2009
1	2	3	4
A- NỢ PHẢI TRẢ	300	39.036.739.593	33.047.067.303
I- Nợ ngắn hạn	310	25.536.739.593	19.547.067.303
1. Vay và nợ ngắn hạn	311	14.578.949.163	8.422.681.260
2. Phải trả người bán	312	9.339.164.328	9.986.529.312
3. Người mua trả tiền trước	313	2.020.200	-
4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	314	285.602.175	1.551.168
5. Phải trả người lao động	315	819.037.572	581.730.282
6. Chi phí phải trả	316	328.344.117	244.897.653
9. Các khoản phải trả, phải nộp ngắn hạn khác	319	123.622.038	310.711.740
II- Nợ dài hạn	330	13.500.000.000	13.500.000.000
4. Vay và nợ dài hạn	334	13.500.000.000	13.500.000.000
B- VỐN CHỦ SỞ HỮU	400	7.500.523.740	2.729.952.582
I- Vốn chủ sở hữu	410	7.500.523.740	2.729.952.582
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	411	12.000.000.000	4.000.000.000
10. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	420	(4.499.476.260)	(1.270.047.418)
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	440	46.537.263.333	41.236.925.049

➤ Nguồn vốn:

- Tổng nguồn vốn của doanh nghiệp tăng tương ứng với tổng tài sản là 25,87% . Trong đó nguồn vốn chủ yếu được hình thành là nợ ngắn hạn, được biểu hiện cụ thể:

+ Nợ phải trả chiếm 76,3% tổng nguồn vốn của doanh nghiệp năm 2010, tăng 34,35% và về số tiền là tăng hơn 39 tỷ so với cùng kỳ năm trước chứng tỏ

doanh nghiệp đã tận dụng nguồn vốn từ bên ngoài phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Các khoản nợ này chủ yếu là nợ ngắn hạn, chủ yếu là các khoản dư nợ ngắn hạn tại các ngân hàng và tăng so với năm 2009 là hơn 39 tỷ. Trong điều kiện nền kinh tế thị trường ngày càng cạnh tranh gay gắt, doanh nghiệp đã cố gắng mở rộng và phát triển để nâng cao vị trí của mình trên thị trường và như vậy việc tận dụng được nguồn vốn từ bên ngoài có ý nghĩa rất lớn.

+ Tài sản cố định: Bao gồm nhà xưởng, máy móc thiết bị. Tổng vốn đầu tư ban đầu của Công ty vào tài sản cố định của Công ty (hơn 36 tỷ), tuy nhiên do khấu hao hàng năm nên giá trị của toàn bộ xưởng, máy móc thiết bị này giảm dần do các năm, và đến năm 2010 còn hơn 35 tỷ, giảm gang 1 tỷ so với năm 2009.

+ Nguồn vốn chủ sở hữu chủ yếu là vốn đầu tư của chủ sở hữu và lợi nhuận sau thuế chưa phân phối. Năm 2010 vốn đầu tư của chủ sở hữu tăng hơn 2 tỷ so với năm 2009 là do Công ty thực hiện góp thêm vốn..

Qua phân tích bảng cân đối kế toán của doanh nghiệp qua 2 kỳ báo cáo ta thấy:

+ Tài sản của Công ty tăng chủ yếu là do tăng khoản phải thu, hàng tồn kho và giảm khoản phải trả người bán.

2.3.3.1. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn cố định.

Vốn cố định là số tiền để mua sắm TSCĐ trong quá trình sử dụng thì giá trị TSCĐ bị chuyển dịch tùy phần, qua nhiều chu kỳ kinh doanh. Việc trang thiết bị kỹ thuật cho người lao động sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất lao động và khả năng tăng sản lượng .

$$\frac{\text{Hệ số trang bị chung TSCĐ}}{\text{Số công nhân sản xuất}} = \frac{\text{Nguyên giá TSCĐ}}{\text{Số công nhân sản xuất}}$$

Bảng 2.9 : Tình hình trang bị TSCĐ.

Chỉ tiêu	Đơn vị	2008	2009	2010
1. Nguyên giá TSCĐ	TrĐ	46.149	46.484	47.030
2. Số công nhân sản xuất	người	90	103	117
3. Hệ số trang bị TSCĐ	TrĐ	512,76	451,3	401,96

(Nguồn : Phòng tổng hợp)

Trong thời gian 3 năm qua Công ty CP Thương Bình Đoàn Kết chưa chú trọng đến việc trang bị TSCĐ, tạo điều kiện cho quá trình sản xuất, ta thấy hệ số trang bị TSCĐ năm sau đều giảm hơn năm trước.

- Năm 2008 hệ số trang bị TSCĐ là hơn 512 triệu đồng
- Năm 2009 hệ số trang bị TSCĐ là hơn 451 triệu giảm hơn so với năm 2009 là 61 triệu
- Năm 2010 hệ số trang bị TSCĐ là hơn 401 triệu thấp hơn năm 2009 là hơn 50triệu.

$$\text{Hệ số hao mòn TSCĐ} = \frac{\text{Tổng khấu hao TSCĐ}}{\text{Nguyên giá TSCĐ}}$$

Để phân tích tình trạng của TSCĐ cần phân tích chỉ tiêu hệ số hao mòn TSCĐ.

Bảng 2.10 : Mức hao mòn TSCĐ.

Chỉ tiêu	Đơn vị	2008	2009	2010
1. Tổng mức khấu hao	Tr.đ	8.794	11.661	13.189
2. Nguyên giá TSCĐ	-	46.149	46.484	47.030
3. Hệ số hao mòn	-	0,190	0,25	0,28

Ta có thể nhận thấy phần lớn TSCĐ của Công ty là còn mới, giá trị sử dụng cao. Tuy nhiên mức khấu hao năm 2008 là 8,794 triệu đồng thấp hơn năm 2009 là 2,867 triệu, năm 2010 cao hơn năm 2009 là 1,528 triệu đồng. Điều này dẫn đến hệ số hao mòn năm sau cao hơn năm trước. Nguyên nhân là do những tài sản cũ đã dần bị hao mòn và hiệu quả sử dụng không còn.

Hiệu quả sử dụng TSCĐ được tính bằng nhiều chỉ tiêu nhưng phổ biến nhất là các chỉ tiêu : Khả năng sinh lời của TSCĐ và sức sản xuất của TSCĐ.

Bảng 2.11 : Sức sản xuất TSCĐ

Chỉ tiêu	Đơn vị	2008	2009	2010
1. Giá trị tổng Sản lượng	Tr.đ	250.746	427.422	377.429
2. Nguyên giá bq TSCĐ	-	43.075	46.317	46.757
3. Sức sản xuất TSCĐ	-	5,82	9,22	8,07

$$\text{Sức sản xuất TSCĐ} = \frac{\text{Giá trị tổng Sản lượng}}{\text{Nguyên giá bq TSCĐ}}$$

Qua số liệu trên ta thấy được :

Năm 2008 cứ 1 đồng nguyên giá bình quân TSCĐ tham gia vào quá trình sản xuất kinh doanh sẽ tạo ra 5,82 đồng giá trị tổng sản lượng, năm 2009 là 9,22 đồng và năm 2010 là 8,07 đồng. Như vậy giá trị tổng Sản lượng tạo ra năm 2010 cao hơn năm 2008 và năm 2010 lại thấp hơn năm 2009. Ta thấy giá trị Sản lượng năm 2010 giảm là do hệ số hao mòn TSCĐ trong những năm qua có rất nhiều thiết bị sản xuất được sử dụng trong nhiều năm nay đã hết giá trị sử dụng. Tuy Công ty đã tích cực đầu tư mua sắm, nâng cấp nhưng không đủ để bù đắp những TS cũ đã hao mòn.

*Khả năng sinh lời của TSCĐ.

$$\text{Khả năng sinh lời của TSCĐ} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Nguyên giá bq TSCĐ}}$$

Bảng 2.12: Khả năng sinh lời TSCĐ

Chỉ tiêu	Đơn vị	2008	2009	2010
1. Lợi nhuận thuần	TrĐ	1.023	1.233	1.750
2. Nguyên giá bq TSCĐ	-	43.075	46.317	46.757
3. Khả năng sinh lời của TSCĐ	-	0,024	0,027	0,037
4. Suất hao phí TSCĐ	-	6,05	3,03	4,45

Năm 2008, một đồng nguyên giá bình quân TSCĐ lại có 0,024 đồng lợi nhuận. Năm 2009 có 0,027 đồng lợi nhuận, năm 2010 có 0,037 đồng lợi nhuận. Ta thấy khả năng sinh lời của TSCĐ năm 2009 cao hơn năm 2008 nhưng năm 2009 lại thấp hơn năm 2010.

2.3.3.2. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn lưu động :

Tài sản lưu động của Công ty là những tài sản thuộc quyền sở hữu của Công ty, có thời gian sử dụng, luân chuyển, thu hồi trong 1 năm hoặc 1 chu kỳ kinh doanh. Tài sản lưu động của Công ty bao gồm vốn bằng tiền, các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn, các khoản phải thu, hàng tồn kho và tài sản lưu động khác.

Hiệu quả chung về sử dụng tài sản lưu động được phản ánh qua các chỉ tiêu như sức sản xuất, sức sinh lời của tài sản lưu động.

$$\text{Sức sản xuất của tài sản lưu động} = \frac{\text{I. Tổng DT tiêu thụ sp}}{\text{Vốn lưu động bình quân}}$$

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

Bảng 2.13: Sức sản xuất, sức sinh lời của VL Đ

Chỉ tiêu	Đơn vị	2008	2009	2010
1. DT thuần	Tr. Đ	250.746	427.422	377.429
2. LN thuần	-	1.023	1.233	1.750
3. VLĐ bình quân	-	45.733	85.621	168.298
4. Sức sinh lợi của vốn	-	0,022	0,014	0,01
5. Sức sản xuất của TSLĐ	-	5,483	4,992	2,243

Qua số liệu trên ta thấy được :

Năm 2008, cứ 1 đồng vốn lưu động bình quân bỏ ra mang lại 5,483 TrĐ DT thuần. Năm 2009, mang lại 4,992 TrĐ DT, năm 2010 mang lại 2,243 TrĐ DT. Như vậy số vốn lưu động bình quân hàng năm tăng. Năm 2009 tăng gần 30 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ 66% so với năm 2008, năm 2010 tăng gần 83 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ 49,9% so với năm 2009, cao hơn năm và năm 2009 tăng hơn năm 2008.

Tương tự ta thấy năm 2008 cứ 1 đồng vốn lưu động bình quân bỏ ra thu được 0,022 đồng LN, năm 2009 thu được 0,014 đồng LN, năm 2010 thu được 0,01 đồng LN. Sở dĩ năm 2009, 2010 sức sinh lợi của vốn có giảm so với năm 2000 là do tốc độ tăng vốn LĐ của Công ty lớn hơn tốc độ tăng của LN. Trong quá trình sản xuất kinh doanh, vốn lưu động vận động không ngừng, thường xuyên qua các giai đoạn của quá trình tái sản xuất. Đẩy nhanh tốc độ luân chuyển của vốn lưu động sẽ góp phần giải quyết nhu cầu về vốn cho Công ty, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

Để xét tốc độ luân chuyển vốn ta xét các chỉ tiêu.

$$\text{Số vòng quay của vốn lưu động} = \frac{\text{III. Tổng DT thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân}}$$

Bảng 2.14 : Vòng quay của vốn lưu động

Chỉ tiêu	Đơn vị	2008	2009	2010
1. DT thuần	TrĐ	235.371	427.412	377.429
2. VLD bình quân	-	45.733	85.621	168.298
3. Vòng quay VLD	-	5,147	4,991	2,243

Qua bảng phân tích trên ta thấy số vòng quay của VLD tại Công ty có xu hướng ,số vòng quay giảm ,vốn lưu động năm sau lớn hơn năm trước. Chứng tỏ rằng về mặt này hiệu quả kinh doanh của Công ty có nhiều cải thiện.

Năm 2008 vòng quay của VLD là 5,147; năm 2009 là 4,991; năm 2010 là nhưng để có cái nhìn đúng đắn hơn ta xét chỉ tiêu hệ số đảm nhận của VLD.

$$\text{Hệ số đảm nhận của vốn lưu động} = \frac{\text{VLD bình quân}}{\text{DT thuần}}$$

Cụ thể :

$$\begin{aligned} \text{Hệ số đảm nhận của vốn lưu động năm 2008} &= \frac{45.733}{235.371} = 0,194 \\ \text{Năm 2009} &= \frac{85.621}{427.412} = 0,2 \\ \text{Năm 2010} &= \frac{168.298}{377.429} = 0,445 \end{aligned}$$

Bảng 2.15 : Hệ số đảm nhận VLD

Chỉ tiêu	Đơn vị	2008	2009	2010
IV. Hệ số đảm nhiệm vốn LD		0,194	0,2	0,445

Trên thực tế cứ 1 đồng DT thuần có được năm 2008 thì cần 0,194 đồng VLD, năm 2009 bỏ ra 0,2 đồng VLD mới thu được 1 đồng DT thuần. Năm 2010 cần bỏ ra 0,445 đồng VLD thì thu được 1 đồng DT. Như vậy ta thấy Công ty chưa tiết kiệm được VLD.

$$\text{Số ngày của 1 vòng quay} = \frac{\text{V. Thời gian kì phân tích}}{\text{Vòng quay VLD}}$$

Chỉ tiêu này thể hiện số ngày cần thiết để cho VLD quay được 1 vòng. Năm 2008, số ngày của 1 vòng quay là 69,94 ngày, năm 2009 là 72,13 ngày, năm 2010 là 160,49 ngày.

Thời gian của 1 vòng quay càng tăng chứng tỏ rằng Công ty chưa thành công trong việc thúc đẩy tốc độ luân chuyển của vốn. Việc tăng được tốc độ luân chuyển của VLD sẽ làm giảm nhu cầu về vốn, tăng sản phẩm sản xuất. Từ đó làm cho hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty tăng lên.

Bảng 2.16 : Hiệu quả sử dụng VLD

Chỉ tiêu	2008	2009	2010
1. Hệ số luân chuyển (vòng quay)	5,147	4,991	2,243
2. Thời gian 1 kỳ luân chuyển (ngày/ vòng)	69,94	72,13	160,49
3. Hệ số đảm nhiệm VLD	0,194	0,2	0,445

Từ số liệu trên ta thấy, hệ số luân chuyển của VLD ngày càng giảm, thời gian 1 kỳ luân chuyển ngày càng tăng với hệ số đảm nhận vốn tăng. Điều đó cho thấy hiệu quả sử dụng VLD tại Công ty chưa tốt lên.

2. 3.4. Phân tích kết quả kinh tế tổng hợp

Bảng 2.17: Đánh giá hiệu quả kinh tế hoạt động

ĐVT: VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Tổng tài sản	203.437.373.358	161.623.375.251	41.813.998.107	25,87
2. Vốn chủ sở hữu	48.237.164.741	46.106.175.435	2.130.989.306	4,62
3. Lợi nhuận sau thuế	1.852.731.294	1.546.986.258	305.745.036	19,76
- ROA (3)/(1)	0.009107	0.009572	-0.000358	- 3,67
- ROE (3)/(2)	0,038409	0,033553	0.004856	14,47

(Nguồn: Phòng tổng hợp)

Qua bảng trên ta thấy: ROA năm 2010 giảm 3,67 % so với năm 2009. ROA năm 2009 cho biết với 1 đồng giá trị tài sản bình quân bỏ ra sản xuất kinh doanh trong kì sẽ thu được 0.009752 đồng lợi nhuận trong kì, trong khi đó ROA năm 2010 cho biết với 1 đồng giá trị tài sản bình quân bỏ ra sản xuất kinh doanh trong kì sẽ thu được 0.009107 đồng lợi nhuận trong kì. Lợi nhuận sau thuế năm 2010 tăng 305.745.036 đồng tương ứng tăng 19,76%. Tổng tài sản năm 2010 tăng 41.813.998.107 đồng tương ứng tăng 25,87%. Điều đó cho thấy hiệu quả sử dụng tài sản của Công ty tăng lên trong năm 2010, là một biểu hiện tích cực Công ty cần duy trì và phát huy hơn nữa.

ROE năm 2010 giảm 14,47% so với ROE năm 2009. ROE năm 2010 là 0,038409 trong khi đó ROE năm 2009 là 0,033553. ROE năm 2010 so với năm 2009 tăng là do tốc độ tăng nguồn vốn chủ sở hữu ít hơn so với tốc độ tăng của lợi nhuận sau thuế. Cụ thể là năm 2010 vốn chủ sở hữu tăng gần 4,62% so với năm 2009, trong khi đó lợi nhuận sau thuế tăng lên 19,76%. Do đó ROE năm 2010 tăng so với năm 2009.

2.3.5..Phân tích các hệ số tài chính đặc trưng của Công ty

2.3.5.1. Các hệ số về khả năng thanh toán

Bảng 2.18: Bảng chỉ tiêu về khả năng thanh toán

Chỉ tiêu	Cách tính	Năm 2009	Năm 2010	So sánh	
				Δ	%
Hệ số thanh toán tổng quát	$\frac{\text{Tổng tài sản}}{\text{Tổng nợ phải trả}}$	1.4	1.3	-0.1	-7.1
Hệ số thanh toán tạm thời	$\frac{\text{TSLĐ và ĐTNH}}{\text{Tổng nợ NH}}$	1.09	1.08	-0.01	-0.9
Hệ số thanh toán lãi vay	$\frac{\text{LN}_{tt} + \text{lãi vay}}{\text{Lãi vay phải trả}}$	1.32	1.16	-0.16	-12.1

Tình hình tài chính của mỗi Công ty đều được thể hiện một cách rõ nét qua khả năng thanh toán của Công ty đó. Tình hình tài chính của Công ty được coi là tốt, khả quan khi có hệ số thanh toán cao và ngược lại nếu hệ số này thấp thì tình hình tài chính của Công ty không tốt.

Hệ số thanh toán tổng quát năm 2010 cho biết Công ty có 1.3 đồng tổng tài sản để đảm bảo cho 1 đồng nợ. Hệ số thanh toán tổng quát của Công ty năm 2010 giảm 7,1% so với năm 2009. Tỷ số này năm 2010 kém hơn năm 2009. Phản ánh khả năng thanh toán nói chung của Công ty giảm tuy nhiên vẫn giữ ở mức đảm bảo (đều lớn hơn 1).

Hệ số thanh toán tạm thời cho biết Công ty có 1,08 đồng TSLĐ và ĐTNH để thanh toán ngay cho 1 đồng nợ ngắn hạn. Hệ số này của Công ty năm 2010 đã giảm so với năm 2009, khả năng thanh toán của Công ty chưa tốt.

Hệ số thanh toán lãi vay dùng để đo lường mức độ lợi nhuận có được do sử dụng vốn để đảm bảo trả lãi vay, năm 2010 hệ số này giảm so với năm 2009 và đều chưa cao, chứng tỏ việc sử dụng vốn vay chưa thật sự hiệu quả và khả năng an toàn trong việc sử dụng vốn vay chưa cao.

2.3.5.2. Các chỉ số về hoạt động.

Bảng 2.19 : Các chỉ tiêu về hoạt động

	Cách tính	Năm 2009	Năm 2010	So sánh	
				Δ	%
Vòng quay các khoản phải thu	$\frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Khoản phải thu bình quân}}$	6,64	5,87 vòng	(0,77)	11,5
Kì thu tiền bình quân	$\frac{360}{\text{Số vòng quay các khoản phải thu}}$	54,21	61,34 ngày	7,13	13,15
Vòng quay hàng tồn kho	$\frac{\text{Giá vốn hàng bán}}{\text{Hàng tồn kho bình quân}}$	5,28	4,59	(0,69)	0,13
Vòng quay vốn lưu động	$\frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân}}$	4,06	2,07 vòng	(1,99)	0,49

- Vòng quay các khoản phải thu năm 2010 là 5,87 giảm 0,77 vòng so với năm 2009.

Vòng quay khoản phải thu giảm làm cho kì thu tiền bình quân tăng 7 ngày. Điều này cho thấy Công ty thu hồi các khoản phải thu chậm hơn năm 2009.

- Vòng quay hàng tồn kho năm 2010 giảm so với năm 2009, giảm 0,69 vòng tương ứng với tỷ lệ giảm 13% . Hàng trong kho của Công ty khá nhiều dẫn tới hiện tượng đọng vốn.
- Vòng quay vốn lưu động của Công ty năm 2010 giảm so với năm 2009. Điều này cho thấy việc sử dụng vốn của Công ty chưa thật hiệu quả.

2.3.5.3.Các chỉ tiêu sinh lời.

Bảng 2.20: Bảng các chỉ tiêu sinh lời

ĐVT: VNĐ

Chỉ tiêu	Công thức tính	Thay số			Kết quả		
		Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010
Giá vốn hàng bán/doanh thu	Giá vốn hàng bán	226,935,642,405	411,325,264,542	357,650,788,027	0,905	0.962	0.947
	Doanh thu	250,746,600,904	427,422,911,393	377,429,412,167			
Tỷ suất lợi nhuận gộp	Lợi nhuận gộp	8,435,844,823	16,087,607,137	19,778,624,140	0,034	0.038	0.052
	Doanh thu	250,746,600,904	427,422,911,393	377,429,412,167			
Chi phí bán hàng và quản lý/doanh thu	Chi phí BH&QL	2,458,880,348	8,175,729,975	4,197,598,767	0,009	0.019	0.012
	Doanh thu	250,746,600,904	427,422,911,393	337,429,412,167			
Tỷ suất lợi nhuận hoạt động/doanh thu	Lợi nhuận	468,889,671	8,301,154,071	11,212,653,670	0,0018	0.029	0.034
	Doanh thu	250,746,600,904	427,422,911,393	377,429,412,167			

➤ Tỷ số giá vốn hàng bán/doanh thu:

Tỷ số giá vốn hàng bán/doanh thu đo lường tác động tương đối của các khoản chi phí như nguyên vật liệu, nhiên liệu, lao động và chi phí cố định đối với doanh thu của Công ty.

Năm 2008 = 0,905, năm 2009 = 0.9623, năm 2010 = 0.947596.

Theo tỷ số này trong năm 2010, cứ 1 đồng doanh thu thu được Công ty mất một khoản chi phí về nguyên vật liệu, nhiên liệu, lao động, chi phí cố định là 0.947596 đồng. Tỷ số này năm 2010 giảm so với năm 2009 do chi phí nguyên vật liệu dùng sản xuất giảm. Tỷ số này năm 2010 giảm so với năm 2009 là do chi phí đầu vào nguyên vật liệu (phôi) trong năm 2010 giảm và nhỏ hơn năm 2009.

➤ Tỷ suất lợi nhuận gộp:

Tỷ suất lợi nhuận gộp: Đo lường khả năng sinh lợi từ quá trình sản xuất. Tỷ số này phản ánh chính sách giá của Công ty và khả năng Công ty có thể chuyển chi phí đến khách hàng.

Tỷ số này ở Đoàn Kết năm 2009 = 0.0376, năm 2010 = 0.052404 cho thấy có sự thay đổi về chính sách giá và khả năng chuyển chi phí đến khách hàng của Công ty qua 2 năm hoạt động có sự thay đổi.

2.3.5.4. Hệ số về cơ cấu tài chính và tình hình đầu tư.

Bảng 2.21: Bảng hệ số cơ cấu tài sản

ĐVT: VNĐ

Chỉ tiêu	Công thức tính	Thay số		Kết quả	
		Năm 2009	Năm 2010	Năm 2009	Năm 2010
Tỷ suất đầu tư	TSCĐ+Đầu tư DH	36,115,061,999	35,138,466,534	0.2235	0.1727
	Tổng tài sản	161,623,375,251	203,437,373,358		
Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ	Vốn chủ sở hữu	46,106,175,435	48,237,164,741	1.2789	1.3727
	TSCĐ	36,051,028,464	35,059,939,752		
Hệ số nợ	Nợ phải trả	115,517,199,816	155,200,208,617	0.7147	0.7628
	Tổng nguồn vốn	161,623,375,251	203,437,373,358		

➤ Tỷ suất đầu tư.

Là tỷ lệ giữa tài sản cố định, đầu tư dài hạn với tổng tài sản của Công ty. Tỷ suất đầu tư này càng lớn càng thể hiện mức độ quan trọng của tài sản cố định trong tổng số tài sản của Công ty.

Tỷ số này năm 2009 = 0.2236, năm 2010 = 0.1727. Tỷ suất này năm 2010 thấp hơn năm 2009 phản ánh tài sản cố định của Công ty đã giảm do khấu hao hàng năm, và chiếm tỷ lệ ngày càng thấp trong tổng số tài sản của Công ty.

➤ Tỷ suất tự tài trợ tài sản cố định.

Tỷ suất này cung cấp dòng thông tin cho biết số vốn chủ sở hữu của Công ty dùng để trang bị tài sản cố định là bao nhiêu.

Tỷ số này ở Đoàn Kết năm 2009 = 1.2789, năm 2010 = 1.3727

Tỷ số này năm 2010 cho biết cứ 1 đồng tài sản cố định được trang bị bởi 1.3727 vốn chủ sở hữu. Tỷ số này năm 2010 cao hơn năm 2009 là tốt, phản ánh

nguồn vốn chủ đầu tư vào tài sản cố định tăng, thể hiện sự tin tưởng của nhà đầu tư vào tình hình sản xuất của Công ty. Tỷ số này của cả 2 năm đều lớn hơn 1 chứng tỏ khả năng tài chính của Công ty vững vàng và lành mạnh.

➤ **Hệ số nợ.**

Là một chỉ tiêu phản ánh trong 1 đồng vốn hiện nay Công ty đang sử dụng có mấy đồng vốn vay nợ.

Tỷ số này ở Đoàn Kết năm 2009 = 0.7147, năm 2010 = 0.7628. Tỷ số này năm 2010 lớn hơn năm 2009 chứng tỏ vốn vay nợ của Công ty năm 2010 cao hơn năm 2009. Tỷ số này năm 2010 lớn hơn 2009 là do năm 2010 các ngân hàng đã nâng hạn mức tín dụng cho các doanh nghiệp, và Công ty đã chủ động tăng hệ số vay nợ của mình để tận dụng nguồn vốn mở rộng sản xuất kinh doanh.

Nhận xét:

- Các tỷ số về doanh số giảm so với năm 2009 nhưng tỷ suất lợi nhuận của Công ty năm sau tăng hơn năm trước, chứng tỏ số lượng hàng bán ra của Công ty chưa được cải thiện nhưng Công ty làm ăn có hiệu quả, tiết kiệm được chi phí. Đây là những cố gắng lớn của Công ty trong tình hình giá ồng thép trên thị trường lên cao và cạnh tranh trên thị trường diễn ra mạnh mẽ.

- Các tỷ số về hiệu quả hoạt động năm 2010 không có nhiều sự thay đổi so với năm 2009, số ngày các khoản phải thu, số ngày hàng tồn kho, số ngày các khoản phải trả tương đối ổn định.

- Các tỷ số về khả năng thanh toán của Công ty giảm do Công ty gia tăng lượng hàng tồn kho và nợ vay ngắn hạn. Tuy nhiên, các hệ số thanh toán của Công ty đạt chỉ số an toàn và Công ty vẫn đảm bảo khả năng thanh toán cho các khoản nợ ngắn hạn vì hàng tồn kho của Công ty luân chuyển tốt và các khoản phải thu không phát sinh nợ khó đòi.

- Các tỷ số về cơ cấu tài chính: Hệ số nợ năm 2010 tăng hơn năm 2009 nhưng Công ty không mất khả năng thanh toán do phần lớn nợ vay của Công ty

được đầu tư vào các tài sản ngắn hạn. Tỷ suất tự tài trợ tài sản cố định tăng và ở mức cao phản ánh khả năng tài chính vững vàng và Công ty có khả năng đầu tư mở rộng dây chuyền sản xuất khi nhu cầu của thị trường biến đổi.

Bảng 2. 22 : Hiệu quả sử dụng lao động

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm		
		2008	2009	2010
Doanh thu	TrĐ	250.746	427.422	377.429
Lợi nhuận thuần từ hoạt động SXKD	TrĐ	468	8.301	11.212.
Số lao động bình quân	Người	90	103	117
Sức sinh lời bq/1ngườ/năm	TrĐ	5,209	80.592	95,829
Doanh thu bq/1ng	TrĐ/ng	2.786	4.149	3.225

❖ **Phân tích chỉ tiêu doanh thu bình quân một lao động.**

Chỉ tiêu này phản ánh một lao động của Xí nghiệp trong một năm làm ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Theo bảng trên ta thấy doanh thu bình quân một lao động trong Xí nghiệp là tăng qua các năm:

+ Năm 2009 so với năm 2008: doanh thu bình quân một lao động tăng là: $(4.149.737.003 - 2.786073.343) = 1.363.663.660$

+ Năm 2010 so với năm 2009 doanh thu bình quân một lao động giảm là: $(3.225.892.411 - 4.149.737.003) = - 923.844.592$

❖ **Phân tích chỉ tiêu mức sinh lợi của một lao động.**

Bên cạnh chỉ tiêu doanh thu bình quân một lao động thì chỉ tiêu mức sinh lời của một lao động cũng dùng để đánh giá và phân tích hiệu quả sử dụng lao động của Xí nghiệp.

Mức sinh lời một lao động cho biết bình quân một lao động trong Công ty trong một năm làm ra bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\text{Mức sinh lời một lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Số lao động bình quân trong năm}}$$

So với năm 2008 khả năng sinh lời của một lao động trong năm 2009 ở Công ty CP Thương Bình Đoàn Kết đã tăng là: $(80.593.728 - 5.209.885) = 75.383.843$.

Khả năng sinh lời của một lao động trong năm 2010 so với năm 2009 ở Công ty đã giảm là: $(59.834.646 - 80.593.728) = 20.759.082$

Qua biểu phân tích tình hình lao động ta thấy:

Số lượng lao động của tăng dần qua 3 năm: năm 2008 số lượng lao động là 90 người, sang năm 2009 số lượng lao động tăng lên 1,1% (từ 90 người lên 103 người). Và đến năm 2010 tăng lên 117 người.

Do số lượng lao động tăng lên qua các năm nên năng suất lao động của Công ty cũng tăng lên làm cho doanh thu bình quân một lao động của Công ty cũng tăng dần qua các năm. Tuy nhiên doanh thu năm 2010 của Công ty giảm do có nhiều biến động về giá cả nguyên vật liệu

Nhận xét: Qua thống kê các số liệu trên ta thấy trong hai năm 2009 và 2010 số lượng lao động của Xí nghiệp có tăng lên, giá trị doanh thu cao hơn, sức sinh lợi của lao động trong Xí nghiệp cũng tăng lên. Điều đó thể hiện hiệu quả sử dụng lao động đạt hết hiệu quả. Tính hiệu quả ở đây không chỉ thể hiện ở mặt giá trị đạt được, vấn đề là còn biểu thị sự điều chỉnh, phân bố lại cơ cấu lao động có tính kinh tế hợp lý hơn.

Do sự tăng thêm về nguồn nhân lực của Xí nghiệp năm 2009 và năm 2010 cùng với một số tác động tích cực khác tới hoạt động kinh tế của doanh nghiệp nên hiệu quả sử dụng lao động tương ứng tăng theo.

Như vậy qua phân tích trên ta thấy Công ty đã sử dụng lực lượng lao động của mình tương đối hiệu quả góp phần đáng kể vào nâng cao hiệu quả kinh doanh chung của Công ty.

Phân tích tình hình thực hiện các nghĩa vụ đối với Nhà nước

Bảng 2.23: Tình hình thực hiện nghĩa vụ đối với Nhà Nước

ĐVT: Triệu đồng

Yếu tố chi phí	Giá trị		Biến động	
	Năm 2008	Năm 2009	Tuyệt đối	Tương đối
Thuế GTGT phải nộp	707	145	-562	-79%
Nộp BHXH	626	887	261	41%
Cộng	1.333	1.032	-301	24,8%

(Nguồn: Phòng tổng hợp)

Tổng chỉ tiêu nộp Ngân sách Nhà nước năm 2009 so với năm 2008 giảm một con số tuyệt đối là 301 triệu đồng tương ứng với 24,8% bao gồm các khoản: Thuế Giá trị gia tăng phải nộp, thuế Thu nhập doanh nghiệp, nộp Bảo hiểm Xã hội.

Thuế GTGT phải nộp năm 2008 là 707 triệu đồng, năm 2009 là 145 triệu đồng, giảm 79% tương ứng với 562 triệu đồng. Công ty xin hoàn thuế, số lượng hàng hoá bán ra so với giá trị hàng nhập khẩu là nhỏ hơn. Vì vậy thuế GTGT nộp năm 2009 là ít hơn so với năm trước.

Nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề thực hiện nghĩa vụ đối với Nhà nước nên số thuế phát sinh đến đâu, Xí nghiệp kê khai và nộp đến đó không để tồn đọng.

2.4. Đánh giá thực trạng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty CP Thương Binh Đoàn Kết.

Trong quá trình thực hiện hoạt động kinh doanh, Công ty CP Thương Binh Đoàn Kết luôn đặt cho mình một mục tiêu phát triển và luôn nỗ lực trong việc thực hiện các mục tiêu đặt ra. Nhưng trong điều kiện hiện nay, mọi nỗ lực của Công ty đều nhằm mở rộng quy mô hoạt động của mình trên cơ sở mở rộng thị trường, mặt hàng kinh doanh, hình thức kinh doanh ... đồng thời Công ty cũng đặt ra vấn đề hiệu quả kinh doanh và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh lên hàng đầu.

Công ty thì còn có nhiều khó khăn, hạn chế từ môi trường bên ngoài cũng như bên trong nội tại của Công ty đã tác động tiêu cực không nhỏ tới mục tiêu nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Qua quá trình thực tế nghiên cứu tại Công ty CP Thương Binh Đoàn Kết, em rút ra được những nhận xét, đánh giá sau:

2.4.1. Những kết quả đã đạt được của Công ty CP Thương Binh Đoàn Kết trong thời gian qua:

Trong vòng hơn 10 năm qua, Công ty đã tạo lập được cơ sở sản xuất, trang bị những dây chuyền sản xuất công nghệ hiện đại với công suất lớn nên sản phẩm làm ra có chất lượng cao.

Những thành tựu đạt được của Công ty trong những năm qua thể hiện ở quy mô sản xuất không ngừng mở rộng, doanh thu, lợi nhuận, nghĩa vụ với nhà nước đều tăng lên qua các năm, ngày càng nâng cao mức thu nhập người lao động, cải thiện đời sống vật chất của người lao động. Để đạt được những thành tựu trên bằng những nỗ lực của bản thân ngoài ra còn có những thuận lợi đáng kể của các chính sách vĩ mô, thuận lợi của chính doanh nghiệp tạo ra đó là:

- Công ty có một cơ cấu tổ chức quản lý hiệu quả phù hợp với quy mô sản xuất. Điều này được thể hiện ở cơ cấu các phòng ban chức năng của Công ty. Hệ

thống này hoạt động một cách độc lập về công việc nhiệm vụ nhưng lại liên hệ rất chặt chẽ với nhau về nghiệp vụ cũng như sự phối hợp về vận động.

- Về quan hệ giao dịch của Công ty, Công ty có quan hệ hầu hết với các nguồn hàng trong nước với các cơ sở sản xuất. Công ty đã tạo được chữ tín để kinh doanh lâu dài trên cơ sở hai bên cùng có lợi.

- Công ty đã có tầm chiến lược về con người, luôn cử các cán bộ đi học, đào tạo tại chỗ nhằm nâng cao trình độ nghiệp vụ. Hiệu quả kinh doanh tăng lên qua các năm đã chứng minh chiến lược của Công ty là hợp lý.

2.4.2. Những tồn tại của Công ty và nguyên nhân dẫn đến tồn tại

Ngoài những thành tựu đã được nói trên, Công ty còn có những hạn chế nhất định trong quá trình sản xuất kinh doanh của mình như là:

- Thị trường chủ yếu của Công ty là thị trường trong nước mà thị trường trọng điểm là Hải Phòng tuy có những ưu điểm, song chính sách tập trung vào một thị trường này cũng có những hạn chế nhất định như gặp nhiều rủi ro trong sự biến động của thị trường, hoạt động tiêu thụ quá lệ thuộc vào một thị trường.

- Tuy đã xây dựng chiến lược mặt hàng nhưng chưa đảm bảo sự đa dạng mặt hàng, chủng loại, mẫu mã sản phẩm chưa phong phú. Hiện nay Công ty chỉ chủ yếu sản xuất các sản phẩm mẫu mã chủ yếu được sử dụng phổ biến trên thị trường. Đây là một hạn chế mà Công ty cần phải khắc phục ngay để đảm bảo sự đa dạng về mặt hàng, mẫu mã sản phẩm, từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty.

- Giá các sản phẩm của Công ty không tương xứng với vị thế của Công ty trên thị trường. Nhiều sản phẩm của Công ty giá còn cao hơn hoặc bằng các sản phẩm cùng loại do các Công ty có uy tín lâu năm trên thị trường.

- Chất lượng sản phẩm chưa cao, tỷ lệ sản phẩm hỏng chiếm khoảng 5-7%. Đây là một tỷ lệ khá cao đối với các doanh nghiệp sản xuất.

- Công ty có khá nhiều thợ giỏi nhưng trình độ lao động nói chung còn thấp. Năng suất lao động chưa cao cũng là do người lao động chưa có ý thức lao động, không gắn sự sống còn của Công ty với cuộc sống của mình.

- Số vòng quay vốn lưu động chưa cao hay hiệu quả sử dụng vốn lưu động còn thấp nguyên nhân chính là do hàng tồn kho nhiều, khả năng thu hồi nợ từ các đơn vị khác còn kém chưa có biện pháp hữu hiệu để thu hồi nợ.

- Việc sử dụng chi phí ở Công ty chưa thật sự tốt, chi phí có xu hướng tăng lên.

Mặc dầu Công ty có rất nhiều mối quan hệ làm ăn trong nước cũng như trên thế giới, nhưng Công ty vẫn chưa có mối quan hệ nào mang tính chất liên kết kinh tế.

Chính các sự hạn chế này đưa Công ty vào tình trạng khó giải quyết được những yếu điểm của mình như về: vấn đề về vốn kinh doanh, nguyên vật liệu sản xuất, đội ngũ lao động... đồng thời Công ty không khai thác được thế mạnh của mình như việc mở rộng các mối quan hệ kinh doanh, nâng cao uy tín...

Qua thực tế nghiên cứu ở Công ty ta thấy một số tồn tại cơ bản nói trên, đây chính là những nguyên nhân làm giảm hiệu quả kinh doanh của Công ty.

PHẦN III

MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CP THƯƠNG BINH ĐOÀN KẾT

3.1. Mục tiêu và kế hoạch kinh doanh của Công ty trong những năm tới.

Công ty CP Thương Binh Đoàn Kết là một đơn vị sản xuất kinh doanh do đó Công ty hoạt động luôn hướng tới lợi nhuận. Muốn vậy Công ty phải quan tâm đến điều hòa vốn và thời gian hoàn vốn, từ đó xác định được doanh số bán hàng, thời gian cho lãi và các nhân tố chủ quan, khách quan ảnh hưởng đến lợi nhuận

3.1.1. Mục tiêu

3.1.1.1. Mục tiêu chung : trong quá trình hoạt động Công ty đã xây dựng cho mình những mục tiêu chiến lược cụ thể.

- Tiếp tục mở rộng quy mô sản xuất, tăng lợi nhuận, tăng thu cho ngân sách, ổn định và nâng cao mức sống cho người lao động.
- Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, nâng cao năng suất lao động, đảm bảo nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.
- Nâng cao chất lượng sản phẩm thỏa mãn khách hàng nhằm tiêu thụ mạnh sản phẩm, chú trọng hơn về khâu marketing nâng cao chất lượng sản phẩm.
- Nâng cao sức cạnh tranh chiếm lĩnh thị trường để từng bước hội nhập nền kinh tế thế giới.

3.1.1.2. Mục tiêu cụ thể:

Năm 2011 và những năm tiếp theo Công ty tiếp tục đẩy mạnh sản xuất kinh doanh. Quyết tâm phấn đấu thực hiện tốt các chỉ tiêu kế hoạch do UBND huyện, thành phố giao cho và mục tiêu cụ thể của Công ty là:

- Giá trị sản xuất công nghiệp tăng trưởng 12% so với năm 2010
- Nộp ngân sách tăng 10 – 15 % so với cùng kỳ.

- Đảm bảo việc làm ổn định cho người lao động.
- Cố gắng mức thu nhập bình quân trên 3,400,000 đồng/1 người

3.1.2 .Kế hoạch sản xuất năm 2011.

Bảng 3.1 : Kế hoạch sản xuất của Công ty năm 2011

Chỉ tiêu	Năm 2011
Tổng doanh thu	478.265
Lợi nhuận	2.157

3.1.3. Định hướng phát triển Công ty.

3.1.3.1. Định hướng phát triển thị trường tiêu thụ

- Tập trung chỉ đạo và đầu tư cho công tác thị trường Hải Phòng là khu vực có sức tiêu thụ cao và Công ty có khả năng phát triển lâu dài. Mục tiêu những năm tới thị trường Hải Phòng chiếm tỷ lệ % lớn, khoảng hơn 50 % tổng doanh thu của Công ty.

- Tiếp tục phát triển thị trường miền bắc và mở rộng thêm ở thị trường miền Nam,miền Trung.

3.1.3.2. Định hướng phát triển sản phẩm.

Sản phẩm luôn là nhân tố có ảnh hưởng lớn dẫn tới chiến thắng trong cuộc cạnh tranh trên thị trường, đặc biệt với sản phẩm ống thép người tiêu dùng luôn đòi hỏi những sản phẩm không chỉ có chất lượng tốt mà phải có mẫu mã phù hợp với thị hiếu và nhu cầu của thị trường. Nắm bắt được vấn đề đó Công ty đã xác định các mục tiêu về chính sách sản phẩm của mình như sau:

- Sản phẩm phôi thép và đặc biệt ống thép là mặt hàng mang tính chiến lược nó sẽ đóng vai trò chủ yếu trong hoạt động kinh doanh của Công ty.

- Cải tiến mẫu mã, tăng cường chất lượng là một giải pháp mang tính sống còn để tồn tại và phát triển.

- Trên các thị trường khác nhau, Công ty sẽ tập trung tiêu thụ các mặt hàng khác nhau, có lượng tiêu thụ ổn định và các mặt hàng có nhu cầu lớn nhằm khai thác triệt để tiềm năng của thị trường.

3.2. Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty CP Thương Binh Đoàn Kết

3.2.1. Thành lập bộ phận Marketing, đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường.

3.2.1.1. Cơ sở đề ra giải pháp:

Kinh tế thị trường càng phát triển thì hoạt động marketing càng giữ vai trò quan trọng quyết định sự thành công hay thất bại trong hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty trên thị trường. Do đó việc nâng cao hiệu quả hoạt động marketing và nghiên cứu thị trường là mục tiêu mà các Công ty đang hướng tới. Hiệu quả của công tác này được nâng cao có nghĩa là Công ty càng mở rộng được nhiều thị trường, sản phẩm tiêu thụ nhiều, tăng doanh thu góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty.

Do tầm quan trọng của việc nghiên cứu thị trường nên trong giai đoạn hiện nay cũng như những năm sau Công ty phải xây dựng cho mình chiến lược cụ thể về việc nghiên cứu thị trường.

Hiện nay, Công ty chưa có một phòng riêng biệt nào đứng ra đảm trách về công tác marketing. Các hoạt động marketing của Công ty chủ yếu do việc phối hợp giữa Phòng tổng hợp – kinh doanh cùng với ban giám đốc xúc tiến và đảm nhiệm. Công tác nghiên cứu thị trường còn manh mún, chưa mang tính chất hệ thống. Chính vì vậy biện pháp thành lập và đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường là vấn đề cấp thiết. Biện pháp này có ý nghĩa quan trọng để tăng cường công tác nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty.

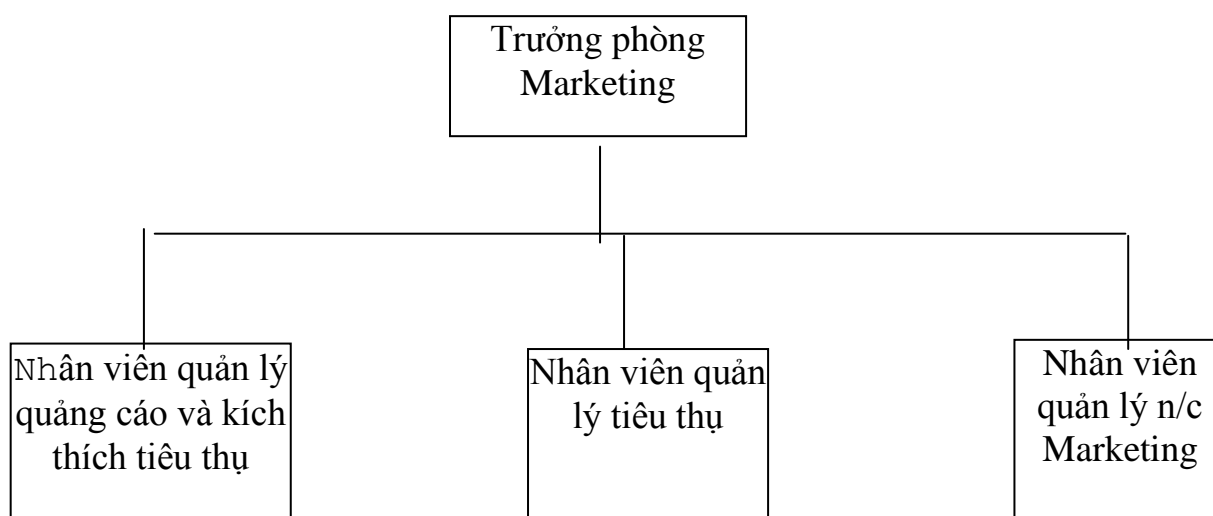
Đối với biện pháp này Công ty phải thực hiện theo các bước sau: Trước tiên là thành lập phòng Marketing sau đó xây dựng các chiến lược nghiên cứu thị trường.

3.2.1.2. Nội dung giải pháp:

- **Thành lập phòng marketing**

Để công tác nghiên cứu thị trường được tổ chức có hệ thống, có hiệu quả thì Công ty phải thành lập phòng Marketing. Ta có thể thiết lập phòng marketing với sơ đồ sau:

Sơ đồ : Phòng marketing trong tương lai



Việc tổ chức phòng marketing theo sơ đồ này có ưu điểm đơn giản về mặt hành chính. Với mỗi mảng của Marketing đều có từng bộ phận phụ trách, song để hoạt động marketing thực sự mang lại hiệu quả thì cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa những người phụ trách các mảng khác nhau, đòi hỏi mỗi người phải nắm được nhiệm vụ riêng của mình và nhiệm vụ chung của toàn phòng. Chính vì vậy nhân phải là người có trình độ, hiểu biết về nghiên cứu thị trường, có kinh nghiệm. Phòng marketing có nhiệm vụ:

- + Dự báo nhu cầu của thị trường
- + Thu thập và xử lý thông tin
- + Thực hiện các chính sách marketing tổng hợp
- + Tìm kiếm thị trường mới

- **Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường.**

- *Tổ chức hợp lý thu thập thông tin về các nhu cầu sản phẩm theo lĩnh vực ngành nghề:*

- + Ngành xây dựng và cấp nước
- + Ngành điện
- + Ngành giao thông vận tải và cơ khí
- + Ngành dân dụng

Từ việc nghiên cứu và thu thập thông tin, Công ty sẽ lập kế hoạch sản xuất cho từng ngành cụ thể với số lượng cần thiết để đáp ứng đư ợc đầy đủ các nhu cầu của các ngành nói trên.

Để lập kế hoạch sản xuất được chính xác đầy đủ Công ty phải thực hiện các biện pháp sau:

- + Cử cán bộ đại diện đi khảo sát thực tế và tiến hành trao đổi trực tiếp với từng ngành và khách hàng cụ thể để nắm bắt nhu cầu.
- + Lấy số liệu thống kê của Sở Công nghiệp Hải Phòng về nhu cầu các sản phẩm cung cấp cho từng ngành.
- + Ngoài ra còn có thể lấy thông tin từ sách báo chuyên ngành như Tạp chí Công nghiệp, bản tin nội bộ hay các sách báo thương mại do Nhà nước xuất bản và các tạp chí kinh tế có liên quan đến sự tồn tại và phát triển của Công ty.

lập kế hoạch sản xuất và tiêu thụ sản phẩm hợp lý và hiệu quả hơn, góp phần thực hiện chiến lược kinh doanh, thúc đẩy sản xuất và phát triển Công ty.

- Nghiên cứu thị trường theo địa dư hành chính

Cùng với việc nghiên cứu nhu cầu sử dụng thép theo lĩnh vực ngành thì việc nghiên cứu nhu cầu sử dụng sản phẩm thép ở từng thị trường cũng là một việc hết sức quan trọng. Bởi nghiên cứu chi tiết theo ngành và thị trường cụ thể, sẽ tạo cho việc lập kế hoạch sản xuất được chặt chẽ hiệu quả kinh tế cao hơn.

- Xác định chỉ tiêu kế hoạch tiêu thụ dựa vào nhu cầu và sản lượng tiêu thụ năm trước.

3.2.1.3. Chi phí của biện pháp:

1. Chi phí tiền lương trả cho nhân viên mới :

$$3 \text{ triệu/tháng} * 12 \text{ tháng} * 3 = 108 \text{ (triệu)}$$

2. Chi phí mua máy móc thiết bị văn phòng: 32,1 triệu

- Mua 3 máy tính để bàn :
4,8 triệu/chiếc * 3 = 14,4 (triệu)
- Mua 1 máy fax : = 2,4 (triệu)
- Mua 3 bàn làm việc :
1,5 triệu/chiếc * 3 = 4,5 (triệu)
- Mua 3 máy điện thoại bàn = 1 (triệu)
- Mua 1 máy photo copy = 7,3 (triệu)
- Mua 1 máy in HP = 2,5 (triệu)

Chi phí này khấu hao trong ba năm mỗi năm là:

$$(14,4 + 2,4 + 4,5 + 1 + 7,3 + 2,5) / 3 = \mathbf{10,7 \text{ triệu}}$$

3. Chi phí điện, nước :

$$0,5 \text{ triệu} * 12 \text{ tháng} = 6 \text{ (triệu)}$$

4. Chi phí phụ cấp công tác :

$$6 \text{ triệu} / 1 \text{ người} / \text{năm} * 3 = 18 \text{ (triệu)}$$

5. Chi phí giao dịch:

$$0,6 \text{ triệu} / \text{tháng} * 12 \text{ tháng} = 7,2 \text{ (triệu)}$$

Bảng 3.3 : Chi phí dự kiến

DVT : triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Thành tiền
1	Tiền lương nhân viên	108
2	Chi phí khấu hao TSCĐ	10.7
3	Chi phí điện, nước	6
4	Phụ cấp công tác	18
5	Chi phí giao dịch	7.2
	Tổng	149.9

Bảng 3.2 : Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí

ĐVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	Trước giải pháp	Sau giải pháp	Chênh lệch	
			Giá trị	Tỷ lệ%
Chi phí nhân viên	835,040	943,04	108	12,93
Chi phí đồ dùng văn phòng	167,755	177,455	9,7	32,11
Chi phí nhiên liệu	245,39		11,5	4,68
Thuế, phí và lệ phí	2,00	2,00	-	-
Chi phí dịch vụ mua ngoài	728,660	728,660	-	-
Chi phí giao dịch	975,24	987,562	12,322	1,26
Tổng			269,7	

3.2.1.4. Dự kiến kết quả thực hiện biện pháp:

Việc thành lập phòng Marketing bao gồm bộ phận chuyên làm công tác nghiên cứu thị trường, có nhiệm vụ Marketing và lĩnh vực xuất khẩu chủ động tìm bạn hàng, thu hút thêm nguồn khách hàng mới

Thực hiện việc xử lý thông tin nhanh chóng, chi tiết chính xác. Nắm bắt nhanh chóng tình hình biến động của thị trường, hoạt động kinh doanh được nâng cao. Thực hiện các hoạt động khuyến chương và yểm trợ công tác bán hàng như tham gia vào các hội chợ triển lãm, trưng bày sản phẩm nhằm thu hút khách hàng, đối tác.

Hiệu quả công tác nghiên cứu thị trường, phải thể hiện được thông qua các chỉ tiêu phát triển của Công ty, để hoàn thiện công tác nghiên cứu thị trường Công ty phải đưa các chỉ tiêu cụ thể để đánh giá hiệu quả công tác nghiên cứu thị trường như:

- Tốc độ tăng doanh thu là bao nhiêu?

- Tốc độ tăng lợi nhuận là bao nhiêu?
- Tỷ trọng các loại thị trường : thị trường trọng điểm, thị trường bổ sung.
- Tỷ lệ lợi nhuận, doanh thu từ hoạt động xuất khẩu so với tổng lợi nhuận và doanh thu của Công ty.

Bảng 3.4 : So sánh trước và sau khi thực hiện biện pháp

ĐVT : Triệu đồng

Chỉ tiêu	Trước khi thực hiện	Sau khi thực hiện	Chênh lệch	
			Số tiền	(%)
1.DTT	377.429	396.300,45	18.871,45	5
2.Tổng chi phí	18.080	18.299,5	219,7	1,21
3.LN sau thuế	1.852	2.213	361	19,49
4.ROA	0,010	0,012	0,001	10
5.ROE	0,046	0,047	0,001	10

3.2.2. Tăng tốc độ thu hồi các khoản phải thu.

3.2.2.1. Cơ sở đề ra biện pháp:

Các khoản phải thu chiếm một tỷ trọng lớn trong tổng tài sản ngắn hạn (42,85%) và trong tổng tài sản.

Công ty chưa có chính sách để giảm các khoản phải thu, khuyến khích khách hàng thanh toán sớm bằng tỷ lệ chiết khấu hợp lý.

- *Khoản phải thu* là số tiền khách hàng nợ Công ty do mua chịu hàng hóa hoặc dịch vụ. Có thể nói hầu hết các Công ty đều phát sinh các khoản phải thu nhưng với mức độ khác nhau, từ mức không đáng kể cho đến mức không thể kiểm soát nổi. Kiểm soát khoản phải thu liên quan đến việc đánh đổi giữa lợi nhuận và rủi ro. Nếu không bán chịu hàng hóa thì sẽ mất đi cơ hội bán hàng, do đó, mất đi lợi nhuận. Nếu bán chịu hàng hóa quá nhiều thì chi phí cho khoản phải thu tăng có

nguy cơ phát sinh các khoản nợ khó đòi, do đó, rủi ro không thu hồi được nợ cũng gia tăng.

Vì vậy, doanh nghiệp cần có khoản chiết khấu và chính sách bán chịu phù hợp.

3.2.2.2. Mục tiêu của giải pháp:

Việc đẩy nhanh tốc độ thu hồi các khoản phải thu giúp Công ty:

- Giảm tỷ trọng các khoản phải thu, sử dụng tốt nguồn vốn, quá trình lưu chuyển vốn lưu động nhanh hơn để phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh
- Giảm được các khoản vay ngắn hạn tại Ngân hàng, tiết kiệm chi phí đi vay.
- Tăng khả năng thanh toán tức thời.
- Giảm rủi ro khi khách hàng mất khả năng thanh toán.

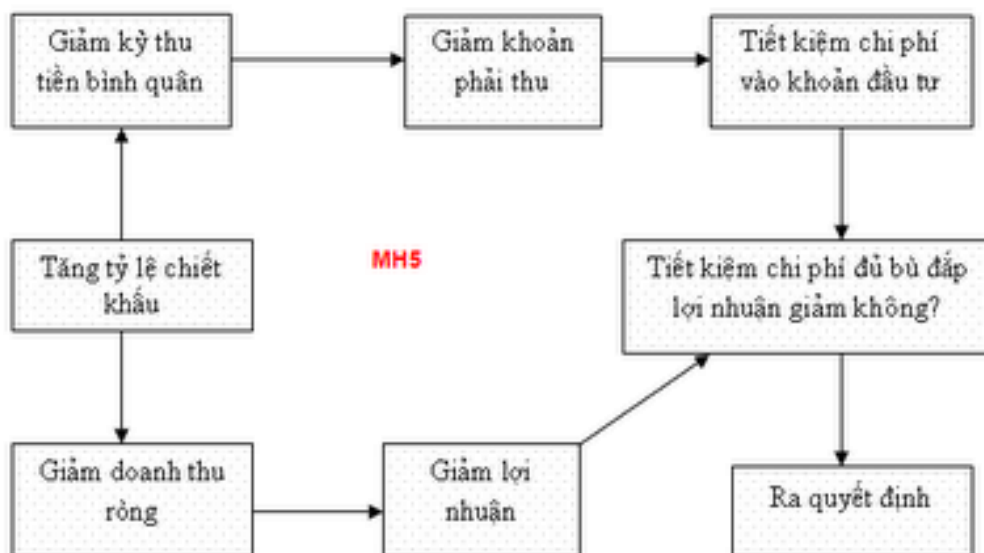
3.2.2.3. Nội dung thực hiện:

- *Khuyến khích khách hàng trả nợ sớm bằng chính sách chiết khấu hợp lý.*

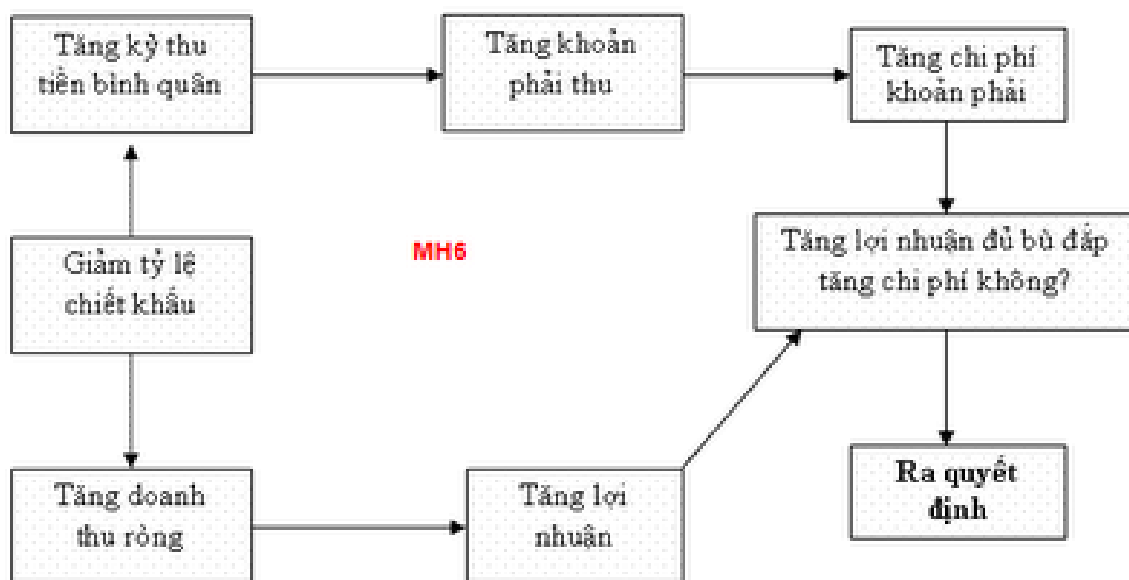
Công ty cần áp dụng những điều khoản về mức thời gian thanh toán hợp lý trong từng thời kỳ, từng khu vực thị trường và có mức thưởng phạt công minh đối với thời gian thanh toán của khách hàng. Công ty phải xây dựng thành văn bản những điều khoản khi khách hàng nợ quá thời hạn sẽ bị tính bằng lãi suất ngân hàng và ngừng cung cấp hàng. Đối với những khách hàng thanh toán nợ nhanh, đúng hạn thì sẽ được ưu tiên giảm giá bán và cung cấp hàng kịp thời nhanh chóng nhất.

Công ty có thể sử dụng nhiều hình thức thanh toán như bằng séc, tiền mặt, ngân phiếu hoặc đổi hàng...

Mô hình Tăng tỷ lệ chiết khấu



Mô hình giảm tỷ lệ chiết khấu



Chính sách tăng tỷ lệ chiết khấu hay giảm tỷ lệ chiết khấu cũng cần được xem xét thường xuyên xem có phù hợp với tình hình thực tiễn hay không. Sau khi thực hiện chính sách gia tăng tỷ lệ chiết khấu, do tình hình thay đổi, nếu tiết

kiệm chi phí không đủ bù đắp cho lợi nhuận giảm, khi ấy Công ty cần thay đổi chính sách chiết khấu. Nếu Công ty muốn xem xét có nên quyết định giảm tỷ lệ chiết khấu lại hay không thì tiến hành phân tích mô hình.

Bảng 3.5 : Dự kiến chính sách chiết khấu của Công ty

Số lượng	Mức chiết khấu	Điều kiện thanh toán	Ghi chú
<50tấn/tháng	50đ/kg	Thanh toán ngay	Hàng giao theo cân, KH tự vận chuyển
(50–100) tấn/tháng	100 đ/kg	Thanh toán ngay	Nếu Công ty vận chuyển : Giá bán + Cước vận chuyển
(100-300)tấn/tháng	160đ/kg	Thanh toán trước 10 ngày sau khi nhận hàng	Giao hàng tại nhà máy; KH tự vận chuyển
(300-500)tấn/tháng	220đ/kg	Thanh toán trước 15 ngày sau khi nhận hàng, khi giao hàng KH thanh toán 20% giá trị lô hàng	Nếu thanh toán trả chậm tăng 150đ/kg so với giá bán tại thời điểm mua hàng.

-Lập ban thu hồi công nợ thuộc phòng kinh doanh với chức năng sau:

- + Phân loại nợ
- + Định kỳ kiểm tra số lượng khách hàng nợ và thời gian thanh toán
- + Gọi điện, gửi thư nhắc nhở khách hàng đến hạn trả nợ, đơn đề nghị thanh toán
- +Cử người trực tiếp đến gặp khách hàng để đòi nợ.
- *Dự kiến chi phí : 64triệu/năm
- +Tuyển 2 nhân viên : Mức lương thử việc 2,5triệu/người/tháng
- +Đầu tư thêm máy móc thiết bị, văn phòng : 12triệu(Khấu hao trong 3 năm)

Chi phí tính cho một năm : 12triệu /3 = 4 triệu.

Nếu các biện pháp trên không thành Công ty tiến hành bán nợ hoặc phải ủy quyền cho người đại diện pháp luật của Công ty tiến hành các thủ tục pháp lý.

3.2.2.4. Dự kiến kết quả thực hiện biện pháp:

Bảng 3.6 : Dự kiến khoản phải thu

ĐVT : Nghìn đồng

Số lượng	Số lượng KH	Tỷ lệ chiết khấu	Đơn giá	Số tiền ttoán	Số tiền chiết khấu
25 tấn	7	50đ/kg	21,000đ/kg	3,675,000	8,750
70 tấn	3	100đ/kg	21,000đ/kg	4,410,000	21,000
220 tấn	2	160đ/kg	21,000đ/kg	9,240,000	70,400
360 tấn	1	220đ/kg	21,000đ/kg	7,560,000	79,200
Tổng	13			24,855,000	179,350

Bảng 3.8 : Bảng dự kiến kết quả sau khi thực hiện giải pháp

ĐVT : Triệu đồng

Chỉ tiêu	Trước khi thực hiện biện pháp	Sau khi thực hiện	Chênh lệch	
			+/-	%
1.Các khoản phải thu	64.136	40.281	-24.855	-38,8
2.Vòng quay các khoản phải thu	5,87	9,37	3,5	59,63
3.Kỳ thu tiền bình quân	61,33	38,4	-22,93	-37,39

Các khoản phải thu sau khi thực hiện biện pháp giảm 38,8 %, Vòng quay các khoản phải thu tăng 59,63 %. Kỳ thu tiền bình quân giảm 37,39 %.

3.2.3. Nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí quản lý doanh nghiệp

3.2.3.1. Cơ sở của biện pháp:

-Chi phí quản lý doanh nghiệp có xu hướng tăng lên theo các năm và cao hơn mức tăng doanh thu:

-Tiết kiệm chi phí để nâng cao lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Bảng 3.7 : Tình hình thực hiện chỉ tiêu chi phí

ĐVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	NĂM 2008	NĂM 2009	NĂM 2010	Chênh lệch			
				2009/2008		2010/2009	
				Δ	Δ%	Δ	Δ%
1. Chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh	229.393	419.499	371.846	190.106	82,8	-47.653	88,6
Giá vốn hàng bán	226.935	411.325	357.650	184.390	81,3	-53.675	13
Chi phí bán hàng	964	5.295	1.115	4331	449	-374,8	7,08
Chi phí quản lý doanh nghiệp	1.494	2.879	3.081	1.385	92,7	202	7,02
2. Chi phí hoạt động tài chính	6.959	6.782	13.844	-177	2,5	7.062	104
Chi phí lãi vay							
Chi phí khác ngoài lãi vay	-	-	-	-	-	-	-
3. Chi phí khác	-	-	-	-	-	-	-
Tổng chi phí	236.352	426.281	385.690				

Qua bảng trên, ta thấy chi phí quản lý doanh nghiệp tăng dần theo các năm: năm 2009 tăng mạnh so với năm 2008 là 92,7%, sang năm 2010 thì nó lại tiếp tục tăng nhẹ ở mức 7,02% so với năm 2009 nhanh nhất trong các loại chi phí. Ở đây ta thấy có dấu hiệu của việc sử dụng lãng phí chi phí quản lý doanh nghiệp.

3.2.3.2. Nội dung giải pháp:

Đầu tiên chúng ta sẽ tìm hiểu các yếu tố cấu thành lên chi phí quản lý doanh nghiệp. Dưới đây là bảng phân tích tính hình thực hiện chi phí QLDN:

Bảng 3.9: Phân tích tình thực hiện chi phí QLDN

ĐVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch			
				2009/2008		2010/2009	
				Δ	Δ%	Δ	Δ%
Chi phí nhân viên quản lý	378,256	765,325	835,040	387,069	102	69,715	9,1
Chi phí đồ dùng văn phòng	101,532	150,519	167,755	48,987	48,25	17,236	11,45
Chi phí khấu hao TSCĐ	189,357	239,264	245,39	49,907	26,36	6,126	2,6
Thuế, phí và lệ phí	1,2	1,8	2,00	0,6	50	0,2	11,1
Chi phí dịch vụ mua ngoài	343,876	743,234	728,660	399,358	116	-14,574	-1,96
Chi phí giao dịch	453,025	897,654	975,24	444,629	98,14	77,586	8,64
Chi phí bằng tiền khác	26,754	81,204	128,109	54,486	203,6	46,905	57,7
Tổng	1.494	2.879	3.081	1.385	92,7	202	7,02

Theo điều tra của Công ty cũng như kết quả thu được ở bảng trên ta thấy chi phí quản lý doanh nghiệp tăng liên tục trong các năm 2008, 2009 và 2010. Trong đó tăng mạnh nhất là chi phí dịch vụ mua ngoài và chi phí giao dịch. Năm 2009 chi phí dịch vụ mua ngoài tăng 116%, chi phí giao dịch tăng 98,14%. Tổng chi phí quản lý doanh nghiệp tăng mạnh qua các năm, đây là nguồn chi phí lớn ảnh hưởng không nhỏ đến lợi nhuận của Công ty. Ban lãnh đạo Công ty cần có những biện pháp hợp lý giải quyết tốt vấn đề chi phí quản lý trong Công ty .

3.2.3.3. Kết quả của giải pháp:

Sau khi sử dụng biện pháp giảm chi phí quản lý doanh nghiệp thông qua giảm tiền chi phí dịch vụ mua ngoài và tiền chi phí giao dịch, ta có bảng ước tính như sau:

Bảng 3.10 : Chi phí tiết kiệm sau khi thực hiện giải pháp

ĐVT: Triệu đồng

Chi phí dịch vụ mua ngoài		Mức ước tính giảm	Số tiền giảm
1	Chi phí dịch vụ mua ngoài	43,41%	316,32
2	Chi phí giao dịch	16,87%	164,60
Tổng			246,878

Từ bảng trên, ta có bảng phân tích tình hình sử dụng chi phí quản lý doanh nghiệp sau giải pháp:

Bảng 3.11 : Phân tích tình hình thực hiện chi phí QLDN sau giải pháp

ĐVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Trước giải pháp	Sau giải pháp	Chênh lệch	
			Giá trị	Tỷ lệ%
Chi phí nhân viên quản lý	835,040	835,040	-	-
Chi phí đồ dùng văn phòng	167,755	167,755	-	-
Chi phí khấu hao TSCĐ	245,39	245,39	-	-
Thuế, phí và lệ phí	2,00	2,00	-	-
Chi phí dịch vụ mua ngoài	728,660	412,340	(316,32)	-43,41
Chi phí giao dịch	975,24	810,64	(164,60)	-16,87
Chi phí bằng tiền khác	128,109	128,109	-	-
Tổng	3.082,194	2.601,274	(246,878)	-8

KẾT LUẬN

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của một doanh nghiệp là vấn đề hết sức quan trọng trong tình hình nền kinh tế cạnh tranh khốc liệt, nó quyết định sự thành công của mỗi doanh nghiệp trên thương trường. Vì vậy đề ra được biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh đúng đắn và hợp lý là yếu tố vô cùng quan trọng tạo nên sức mạnh tổng thể của mỗi doanh nghiệp.

Sau một thời gian thực tập tại Công ty Cổ Phần Thương Binh Đoàn Kết, em đã hoàn thành luận văn tốt nghiệp “Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty Cổ Phần Thương Binh Đoàn Kết”. Với hi vọng nâng cao kiến thức cũng như đóng góp một số ý kiến nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho Công ty.

Theo em để đề ra được một biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh hợp lý cho Công ty chúng ta cần phải hiểu nhiều khía cạnh : Mục tiêu kinh doanh, chiến lược kinh doanh, môi trường kinh doanh, thực tế điểm mạnh điểm yếu của Công ty... Vì vậy trong phần giải pháp em đã mạnh dạn đưa ra một số biện pháp:

Biện pháp 1: Thành lập phòng Marketing, đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường

Biện pháp 2: Tăng tốc độ thu hồi các khoản phải thu.

Biện pháp 3: Nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí quản lý doanh nghiệp

Những biện pháp này chủ yếu dựa vào kiến thức đã học, qua tình hình thực tế hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty, quan sát thực tế...

Trên đây là toàn bộ nội dung luận văn đề tài “ Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh tại Công ty Cổ phần Thương Binh Đoàn Kết”. Mặc dù rất cố gắng, nhưng do thời gian có hạn cộng với kinh nghiệm bản thân còn hạn chế nên bài viết khó tránh khỏi những thiếu sót, sai lầm nhất định. Rất mong được những ý kiến đóng góp của Quý Thầy Cô cùng toàn thể các bạn có quan tâm đến đề tài này.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tài chính Công ty CP Thương Bình Đoàn Kết năm 2008, 2009, 2010.
2. Nguyễn Hải Sản, **“Quản trị tài chính doanh nghiệp”**, Hà Nội 2004, NXB Thống Kê
3. Ngô Thế Chi : **“Độc, lập và phân tích báo cáo tài chính trong Công ty Cổ phần”**, Nhà xuất bản Tài chính năm 2000.
4. Lê Thế Giới : **“Quản trị Marketing”** NXB giáo dục năm 2005.
5. Nguyễn Ngọc Hiến : **“Quản trị kinh doanh”** NXB Lao Động năm 2003.
6. Cùng các trang Website: www.tailieu.vn
www.kinhtevietnam.vn
thitruongthep.vn
7. Ngoài ra còn tham khảo thêm khóa luận của khóa trước:
Khóa luận tốt nghiệp sinh viên Nguyễn Thị Phương Thảo - lớp QT 1001N tại thư viện nhà trường.