

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



ISO 9001:2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Sinh viên : Nguyễn Thị Diêm

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Phan Thị Thu Huyền

HẢI PHÒNG - 2013

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

**MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN
XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY HYUNDAI
THÁI BÌNH**

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

Sinh viên : Nguyễn Thị Diễm

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Phan Thị Thu Huyền

HẢI PHÒNG - 2013

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Nguyễn Thị Diễm

Mã SV: 1354020050

Lớp: QT1301N

Ngành: Quản trị doanh nghiệp

Tên đề tài: Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh
của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp

(về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

.....

.....

.....

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 25 tháng 03 năm 2013

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 29 tháng 06 năm 2013

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2013

Hiệu trưởng

GS.TS.NGƯT *Trần Hữu Nghị*

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

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

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

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

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

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

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2013

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP	3
1.1 Lý luận chung về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp	3
1.1.1 Khái niệm về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp	3
1.1.2 Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh	5
1.1.3 Mục đích của phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp	5
1.2 Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp	6
1.2.1 Các nhân tố bên ngoài	7
1.2.2 Các nhân tố bên trong	11
1.3 Hệ thống các chỉ tiêu về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp	15
1.3.1 Yêu cầu cơ bản trong phân tích và đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp	15
1.3.2 Hệ thống các chỉ tiêu	17
1.3.2.1 Chỉ tiêu doanh số lợi nhuận	18
1.3.2.2. Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng lao động	19
1.3.2.3. Chỉ tiêu về tài chính căn bản	20
1.3.2.4. Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng vốn	24
1.3.2.5. Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng chi phí	28
1.4. Các Phương pháp phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp	29
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG VÀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH	32
2.1 Một số nét khái quát về công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình	32
2.1.1 Giới thiệu chung về công ty	32
2.1.1.1 Quá trình hình thành và phát triển	32

2.1.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của công ty	34
2.1.2 Cơ cấu tổ chức và quản lý nhân sự	36
2.1.2.1 Cơ cấu tổ chức.....	36
2.1.2.2 Quản lý nhân sự	43
2.2 Phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty.	46
2.2.1 Đánh giá về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong giai đoạn 2010-2012	46
2.2.1.1 Về sản phẩm của doanh nghiệp.....	46
2.2.1.2 Về thị trường	48
2.2.1.3 Về giá	48
2.2.1.4 Những thuận lợi và khó khăn của công ty	49
2.2.1.5 Phân tích bảng báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty	52
2.2.2 Phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp thông qua các chỉ tiêu.....	53
2.2.2.1 Phân tích chỉ tiêu về doanh thu, lợi nhuận	53
2.2.2.2 Phân tích chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng chi phí	55
2.2.2.3 Phân tích chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng lao động.....	59
2.2.2.4 Phân tích chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng vốn	61
2.2.2.5 Phân tích chỉ tiêu về tài chính căn bản.....	71
2.2.2.6 Đánh giá chung về hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái bình.....	83
CHƯƠNG III: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH.....	84
3.1 Mục tiêu và phương hướng phát triển của công ty trong những năm tới .	84
3.1.1 Mục tiêu tổng quát	84
3.1.2 Mục tiêu và phương hướng thực hiện trước mắt	85
3.1.3 Các nhiệm vụ của doanh nghiệp	86

3.2. Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình.....	87
3.2.1 Giảm vốn vay	87
3.2.1.1 Cơ sở của biện pháp	87
3.2.1.2 Mục tiêu của biện pháp	88
3.2.1.3 Nội dung thực hiện biện pháp.....	88
3.2.1.4 Dự kiến kết quả	90
3.2.2 Giảm lượng hàng tồn kho.....	92
3.2.2.1 Cơ sở của biện pháp	92
3.2.2.2 Mục tiêu của biện pháp	93
3.2.2.3 Nội dung của biện pháp.....	93
3.2.2.4 Thực hiện biện pháp.....	93
3.2.2.5 Kết quả mong đợi.....	97
3.2.3 Nâng cao hiệu quả nguồn nhân lực	100
3.2.3.1 Cơ sở biện pháp.....	100
3.2.3.2 Mục tiêu giải pháp.....	101
3.2.3.3 Nội dung của giải pháp	102
3.2.3.4 Chi phí của thực hiện biện pháp.....	103
3.2.3.5 Kết quả mong đợi.....	103
KẾT LUẬN	105
TÀI LIỆU THAM KHẢO	

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1: Báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp	52
Bảng 2.2: Bảng chỉ tiêu về doanh thu, lợi nhuận của doanh nghiệp.....	54
Bảng 2.3: Bảng phân tích các chỉ tiêu chi phí	57
Bảng 2.4: Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng lao động	60
Bảng 2.5: Bảng đánh giá hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh.....	63
Bảng 2.6: Bảng phân tích về hiệu quả sử dụng vốn cố định.....	66
Bảng 2.7: Tình hình sử dụng vốn lưu động	69
Bảng 2.8: Bảng tổng hợp nhóm chỉ tiêu thanh toán.....	72
Bảng 2.9: Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời.....	75
Bảng 2.10: Các chỉ số hoạt động.....	77
Bảng 2.11: Các hệ số về cơ cấu nguồn vốn và cơ cấu tài sản.....	81
Bảng 3.1: Chi phí dự kiến khi thực hiện biện pháp giảm vốn vay	91
Bảng 3.2: Đánh giá kết quả sau khi thực hiện biện pháp giảm vốn vay	91
Bảng 3.3: Giá ưu đãi dự kiến giải phóng lượng HTK	94
Bảng 3.4: Chi phí dự kiến khi thực hiện biện pháp giảm lượng HTK.....	95
Bảng 3.5: Chi phí dự kiến khi thực hiện biện pháp giảm lượng HTK.....	97
Bảng 3.6: Đánh giá kết quả sau khi thực hiện biện pháp giảm lượng HTK... ..	98
Bảng 3.7: Dự kiến các chỉ tiêu hiệu quả sau khi thực hiện biện pháp giảm lượngHTK	99
Bảng 3.8: Về cơ cấu bậc thợ	101
Bảng 3.9: Dự kiến số lượng đào tạo và kinh phí đào tạo năm 2013.....	103
Bảng 3.10: Chi phí tổ chức thi tay nghề của người lao động	103

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

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, nhưng đồng thời cũng chứa đựng những nguy cơ đe dọa cho các doanh nghiệp. Để có thể đứng vững trước quy luật cạnh tranh khắc nghiệt của cơ chế thị trường đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn vận động, tìm tòi mọi hướng đi cho phù hợp. Việc doanh nghiệp đứng vững chỉ có thể khẳng định bằng các hoạt động kinh doanh có hiệu quả.

Thực tế cho thấy trong môi trường cạnh tranh gay gắt của thị trường hiện nay, nhiều doanh nghiệp đã bị thua lỗ phải giải thể hay phá sản, song cũng không ít những doanh nghiệp do hoạt động có hiệu quả nên đã không những đứng vững trên thị trường mà ngày càng phát triển hơn trước. Vì vậy doanh nghiệp phải chủ động tìm kiếm và áp dụng những biện pháp để nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Thêm vào đó, các nguồn lực đầu vào của quá trình kinh doanh ngày càng trở lên khan hiếm. Chính sự khan hiếm đó đã đặt ra yêu cầu cho các doanh nghiệp là phải làm sao tận dụng được tối đa các nguồn lực đầu vào cũng như để đạt được mục tiêu kinh doanh hay nói cách khác là phải nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình.

Từ tình hình trên để có thể tồn tại được trên thị trường thì việc “Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh” đang là một vấn đề hàng đầu được nhiều doanh nghiệp quan tâm hiện nay.

Vì vậy qua quá trình thực tập tại Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình, với những kiến thức đã tích lũy được cùng với sự giúp đỡ tận tình của Th.S: Phan Thị Thu Huyền nên em đã chọn đề tài **“Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình”** làm đề tài khóa luận của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

Em chọn đề tài với mục đích nghiên cứu, phân tích đánh giá thực trạng tình hình sản xuất kinh doanh tại công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình và rút ra những gì công ty đã đạt được, những khó khăn, vướng mắc trong quá trình tồn tại và phát triển. Từ đó em xin mạnh dạn đề xuất một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

+ Đối tượng nghiên cứu của đề tài là: Hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình được thể hiện qua các chỉ tiêu kinh tế cũng như hệ thống báo cáo tài chính của công ty.

+ Phạm vi nghiên cứu: Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty qua ba năm 2010, 2011, 2012.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đó là các phương pháp như: Phương pháp so sánh, phương pháp tương đối, phương pháp chỉ số và phương pháp theo thời gian.

5. Nội dung nghiên cứu

Chương I : Cơ sở lý luận chung về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Chương II: Thực trạng hoạt động và hiệu quả sản xuất kinh doanh ở Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình

Chương III: Một số biện pháp chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình.

Tuy nhiên, với trình độ hiểu biết và thời gian nghiên cứu thực tế có hạn nên bài khóa luận của em không thể tránh khỏi những thiếu sót, vì vậy em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy cô giáo cùng toàn thể độc giả để bài khóa luận của em được hoàn thiện hơn, góp phần nào đó vào việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình.

Em xin chân thành cảm ơn !

Sinh viên

NGUYỄN THỊ DIÊM

CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1 Lý luận chung về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

1.1.1 Khái niệm về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Từ trước đến nay tồn tại nhiều quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh:

- Hiệu quả kinh doanh là 1 phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn nhân tài, vật lực của doanh nghiệp để đạt được kết quả kinh doanh cao nhất trong quá trình kinh doanh với tổng chi phí là nhỏ nhất.

- Hiệu quả kinh doanh là phạm trù phản ánh quá trình sử dụng các nguồn lực xã hội trong lĩnh vực kinh doanh thông qua các chỉ tiêu đặc trưng kinh tế kỹ thuật được xác định bằng tỷ lệ so sánh giữa các đại lượng phản ánh kết quả đạt được về kinh tế với các đại lượng phản ánh chi phí đã bỏ ra hoặc nguồn vật lực đã được huy động trong lĩnh vực kinh doanh.

Tóm lại chúng ta có thể hiểu khái quát nhất về hiệu quả sản xuất kinh doanh như sau: Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh lợi ích thu được từ các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trên cơ sở so sánh lợi ích thu được với chi phí bỏ ra trong suốt quá trình kinh doanh của doanh nghiệp.

Trên cơ sở trên ta có thể nhận thấy:

- Hiệu quả kinh doanh phải là một đại lượng so sánh được.
- Bản chất của hiệu quả kinh doanh chính là hiệu quả của lao động xã hội được xác định bằng cách so sánh lượng kết quả hữu ích cuối cùng thu được với lượng hao phí lao động xã hội. Vì vậy thước đo hiệu quả là sự tiết kiệm hao phí lao động xã hội và tiêu chuẩn của hiệu quả là tối đa hóa kết quả hoặc tối thiểu hóa chi phí dựa trên điều kiện nguồn lực sẵn có.

Hiệu quả kinh doanh phải được xem xét một cách toàn diện.

+ Về mặt thời gian : Doanh nghiệp không được vì lợi ích trước mắt mà quên đi lợi ích lâu dài, không được coi việc giảm chi phí để tăng lợi nhuận là

tăng hiệu quả kinh doanh khi việc cắt giảm chi phí tiến hành một cách tùy tiện không lâu dài và không có tính khoa học. Việc nâng cao hiệu quả kinh doanh phải được cân nhắc và tiến hành một cách hệ thống có tính đến tính lợi ích lâu dài và lợi ích xã hội.

+ Về không gian: Hiệu quả kinh doanh được coi là toàn diện khi toàn bộ hoạt động của các phòng ban, bộ phận trong doanh nghiệp có hiệu quả và không ảnh hưởng tới hiệu quả chung.

+ Về mặt định tính: Hiệu quả kinh doanh phản ánh những nỗ lực của doanh nghiệp và phản ánh quản lý của doanh nghiệp, đồng thời gắn những nỗ lực đó với việc đáp ứng các mục tiêu và yêu cầu của doanh nghiệp và của xã hội về kinh tế - chính trị - xã hội hay nói cách khác hiệu quả mà doanh nghiệp đạt được phải gắn chặt với hiệu quả xã hội.

+ Về mặt định lượng: Hiệu quả kinh doanh là tương quan so sánh giữa kết quả thu được với chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó.

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là 1 phạm trù kinh tế biểu hiện tập trung của sự phát triển kinh tế theo chiều sâu, phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực (Nhân lực, vật lực, tiền vốn) và trình độ chi phí các nguồn lực đó trong quá trình tái sản xuất để đạt được các mục tiêu kinh doanh.

Nếu kí hiệu : H - Hiệu quả kinh doanh

K - Kết quả đạt được

C – Hao phí nguồn lực gắn với kết quả đó

Thì ta có công thức sau để mô tả hiệu kinh doanh

$$H = \frac{K}{C} \times 100\%$$

Như vậy hiệu quả sản xuất kinh doanh là thước đo ngày càng trở nên quan trọng của sự tăng trưởng kinh tế và là chỗ dựa cơ bản để đánh giá việc thực hiện mục tiêu kinh tế của doanh nghiệp trong từng thời kì.

1.1.2 Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là phạm trù phản ánh mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh, phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất trong quá trình tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Bản chất hiệu quả sản xuất kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm lao động xã hội. Đây là hai mặt có quan hệ mật thiết của vấn đề hiệu quả kinh tế. Để đạt được mục tiêu kinh doanh các doanh nghiệp phải chú trọng và phát huy tối đa năng lực, hiệu năng của các yếu tố sản xuất, tiết kiệm mọi chi phí. Tuy vậy để hiểu rõ bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh cần phân biệt hai khái niệm Hiệu quả và Kết quả sản xuất kinh doanh.

Kết quả là phạm trù sản xuất phản ánh những cái thu được sau một khoảng thời gian sản xuất kinh doanh được biểu hiện ở đơn vị hiện vật và đơn vị giá trị. Kết quả còn phản ánh qui mô hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Hiệu quả là phạm trù phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất hay phản ánh mặt chất lượng của quá trình kinh doanh. Việc xác định hiệu quả kinh doanh cũng rất phức tạp bởi kết quả kinh doanh và hao phí nguồn lực gắn với một thời kì cụ thể nào đó đều rất khó xác định một cách chính xác.

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

Yêu cầu của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là phải đạt được lợi nhuận tối đa với chi phí là tối thiểu

1.1.3 Mục đích của phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh thông qua việc nghiên cứu, tìm hiểu bản chất từng khoản mục như doanh thu, chi phí, lợi nhuận... Trên cơ sở đó, tìm kiếm những gì đạt được và chưa đạt được để có giải pháp cải thiện

hợp lý. Đồng thời, so sánh và phân tích biến động của các khoản mục năm nay với các năm trước, tìm ra những nguyên nhân gây lên sự chênh lệch đó để có hướng khắc phục nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

- Phân tích hiệu quả của hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp thông qua các chỉ tiêu hiệu quả, so sánh sự biến động của các khoản mục trong bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, bảng cân đối kế toán cũng như đánh giá tình hình tài chính của doanh nghiệp.

- Xác định nguyên nhân làm tăng, giảm hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

- Đưa ra một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

1.2 Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp là một chỉ tiêu chất lượng tổng hợp, nó liên quan đến tất cả các mặt hoạt động sản xuất kinh doanh, do đó nó chịu tác động của nhiều nhân tố khác.

Muốn đưa ra được biện pháp để nâng cao hiệu quả kinh tế thì trước hết doanh nghiệp phải xác định được nhân tố nào tác động tới kinh doanh và tác động tới hiệu quả kinh doanh, nếu không làm được điều này thì doanh nghiệp không thể biết được hiệu quả hình thành từ đâu và cái gì sẽ quyết định nó. Xác định nhân tố ảnh hưởng, ảnh hưởng như thế nào và mức độ, xu hướng tác động là nhiệm vụ của bất cứ nhà kinh doanh nào.

Nói đến nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả sản xuất kinh doanh có rất nhiều, nhưng chúng ta có thể chia làm 2 nhóm: Nhân tố bên trong và nhân tố bên ngoài doanh nghiệp. Vấn đề đặt ra là các doanh nghiệp phải có biện pháp tác động lên các yếu tố một cách hợp lý, có hiệu quả, làm cho doanh nghiệp ngày càng phát triển tốt hơn, phát huy tốt hơn các nhân tố tích cực và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

1.2.1 Các nhân tố bên ngoài

Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp phản ánh mối quan hệ giữa kết quả đạt được và chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó, nó phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực đầu vào để đạt được mục tiêu của doanh nghiệp. Các đại lượng kết quả đạt được và chi phí bỏ ra chịu tác động rất nhiều nhân tố khác nhau với mức độ khác nhau. Do đó nó ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, các nhân tố bên ngoài bao gồm:

- Thị trường

Thị trường là tổng hợp các thỏa thuận mà thông qua đó người mua và người bán trao đổi hàng hóa và dịch vụ. Chức năng cơ bản của thị trường là ấn định giá cả đảm bảo sao cho số lượng mà những người muốn mua bằng với số lượng của những người muốn bán. Thị trường được cấu thành bởi người bán, người mua, hàng hóa và hệ thống quy luật thị trường.

Doanh nghiệp hoạt động kinh doanh trong nền kinh tế thị trường thì tất yếu phải chịu sự tác động và tuân theo các quy luật của thị trường, việc thực hiện ngược lại các quy luật tất yếu sẽ bị đào thải. Thị trường tác động tới kinh doanh của doanh nghiệp thông qua các nhân tố sau:

- + Cầu về thị trường

Cầu về hàng hóa là số lượng hàng hóa và dịch vụ mà người mua muốn mua và sẵn sàng mua tại những mức giá cụ thể. Cầu là một bộ phận cấu thành lên thị trường, nó là lượng hàng hóa tối đa mà doanh nghiệp có thể tiêu thụ tại một thời điểm, tại một mức giá nhất định. Khi cầu thị trường về hàng hóa của doanh nghiệp tăng thì lượng tiêu thụ tăng lên, giá trị được thực hiện nhiều hơn, quy mô sản xuất mở rộng và doanh nghiệp đạt được lợi nhuận ngày một tăng. Chỉ có cầu thị trường thì hiệu quả kinh doanh mới được thực hiện, thiếu cầu thị trường thì sản xuất sẽ luôn trong tình trạng trì trệ, sản phẩm luôn tồn trong kho, giá trị không được thực hiện điều này tất yếu là không có hiệu quả.

Vấn đề cầu thị trường luôn được các doanh nghiệp quan tâm. Trước khi ra một quyết định về một hoạt động kinh doanh cụ thể nào thì công việc

đầu tiên được các doanh nghiệp xem xét đó là cầu thị trường và khả năng đưa sản phẩm của mình vào thị trường. Ngày nay cầu thị trường đang trong tình trạng trì trệ vấn đề kích cầu đang được nhà nước và chính phủ đặt lên hàng đầu để thúc đẩy phát triển kinh tế, đây cũng là vấn đề gây khó khăn cho các doanh nghiệp. Nghiên cứu cầu thị trường đầy đủ sẽ là nhân tố góp phần thành công của doanh nghiệp.

+ Cung về hàng hóa

Cung thị trường về hàng hóa là lượng hàng hóa mà người bán muốn bán và sẵn sàng bán tại mức giá cụ thể.

Nhìn chung cung thị trường về hàng hóa tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trên 2 phương diện sau:

Cung thị trường về tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua hệ thống các yếu tố đầu vào mà doanh nghiệp cần. Việc thị trường có đủ khả năng đáp ứng cho nhu cầu của doanh nghiệp sẽ đảm bảo hoạt động kinh doanh diễn ra đều đặn và liên tục, nếu không thì dẫn tới tình trạng cạnh tranh trong việc thu mua yếu tố đầu vào.

Cung thị trường tác động tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thông qua việc tiêu thụ. Nếu trên thị trường có quá nhiều đối thủ cung cấp mặt hàng mà doanh nghiệp sản xuất hay những mặt hàng thay thế, thì tất yếu sẽ dẫn tới cạnh tranh, làm giảm mức tiêu thụ của doanh nghiệp, sản phẩm không tiêu thụ được thì sản xuất sẽ ngừng trệ.

+ Giá cả

Giá cả trong cơ chế thị trường biến động phức tạp trên cơ sở quan hệ cung cầu, ở các thị trường khác thì giá cả khác nhau. Do vậy doanh nghiệp cần phải nắm vững thị trường, dự đoán thị trường, để xác định mức giá mua vào bán ra cho phù hợp.

Giá mua vào: Có vai trò quan trọng, ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh. Nó cần được xác định trên cơ sở của dự đoán thị trường và giá bán có thể. Giá mua vào càng thấp càng tốt và để đạt được giá mua vào thấp, doanh

nghiệp cần phải tìm kiếm thị trường, lựa chọn mua ở thị trường nào và mua của ai. Doanh nghiệp cũng có mối quan hệ rộng, có nhiều người cung cấp sẽ cho phép khảo giá ở nhiều nơi và lựa chọn mức giá thấp nhất.

Giá bán ra: Ảnh hưởng tới lợi nhuận của doanh nghiệp, nó được xác định bằng sự thỏa thuận của người mua và người bán thông qua quan hệ cung cầu. Để đạt được hiệu quả kinh doanh thì giá bán phải đảm bảo lớn hơn giá thành sản xuất cộng với chi phí lưu thông. Do vậy để đạt hiệu quả kinh doanh phải dự báo giá cả và thị trường.

+ Cạnh tranh

Tình hình cạnh tranh trên thị trường có ảnh hưởng lớn đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Cạnh tranh ngày càng gay gắt có nghĩa là doanh nghiệp càng phải khó khăn và vất vả để tồn tại và phát triển. Ngoài ra cạnh tranh còn dẫn tới giảm giá bán, ảnh hưởng trực tiếp tới lợi nhuận của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp có đối thủ cạnh tranh mạnh thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh sẽ trở lên khó khăn. Vì giờ đây doanh nghiệp phải nâng cao chất lượng của sản phẩm giảm giá thành, tổ chức lại bộ máy kinh doanh phù hợp... để bù đắp những mất mát cho công ty về giá cả, chiến lược, mẫu mã.

- Tập quán dân cư và mức độ thu nhập bình quân

Đây là nhân tố quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh. Nó quyết định mức độ chất lượng, số lượng, chủng loại, gam màu... Doanh nghiệp cần phải nắm bắt và nghiên cứu để làm sao phù hợp với sức mua, thói quen tiêu dùng ở mức giá cả chấp nhận được. Bởi những yếu tố này tác động một cách gián tiếp nên quá trình sản xuất kinh doanh cũng như hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

- Mối quan hệ và uy tín của doanh nghiệp trên thị trường

Đây là giá trị vô hình của doanh nghiệp nó tác động tới sự thành bại trong nâng cao hiệu quả kinh doanh, sự tác động đó là phi lượng hóa mà chúng ta không thể tính toán hay đo đạc bằng các phương pháp định lượng.

Quan hệ uy tín của doanh nghiệp sẽ cho phép mở rộng các cơ hội kinh doanh, mở rộng những đầu mối làm ăn và từ đó doanh nghiệp sẽ có quyền lựa chọn những gì có lợi cho mình. Hơn thế nữa quan hệ và uy tín sẽ cho phép doanh nghiệp có ưu thế trong việc tiêu thụ, vay vốn hay mua chịu hàng hóa...

- Kỹ thuật công nghệ

Yếu tố kỹ thuật công nghệ làm cơ sở cho yếu tố kinh tế, là phương cách để dẫn tới sự ra đời của sản phẩm mới, tác động vào mô hình tiêu thụ và hệ thống bán hàng. Những tiến bộ kỹ thuật và công nghệ đã làm thay đổi tận gốc hàng hóa và quy mô sản xuất, tác động sâu sắc tới hai yếu tố cơ bản tạo nên khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường, đó là chất lượng và giá bán sản phẩm.

Doanh nghiệp cần phải hiểu rõ những biến đổi đang diễn ra của yếu tố khoa học kỹ thuật. Phân tích yếu tố khoa học kỹ thuật giúp doanh nghiệp nhận thức được các thay đổi về mặt công nghệ và khả năng ứng dụng của nó vào doanh nghiệp, hướng nghiên cứu có thể bao gồm những yếu tố sau:

- + Cơ sở vật chất kỹ thuật của nền kinh tế
- + Tiến bộ kỹ thuật và khả năng ứng dụng trong hoạt động kinh doanh
- + Chiến lược phát triển kỹ thuật và công nghệ của đất nước

- Chính trị và pháp luật

Hoạt động kinh doanh phải tuân theo các quy định của pháp luật. Luật pháp là quy tắc của luật chơi kinh doanh mà ai vi phạm sẽ bị xử lý. Luật pháp ngăn cấm mọi người kinh doanh bất hợp pháp, trốn thuế, buôn lậu...xong nó cũng bảo vệ lợi ích chính đáng của các bên tham gia kinh doanh. Yếu tố chính trị là thể hiện sự điều tiết bằng pháp luật của nhà nước đến các hoạt động kinh doanh.

Để thành công trong kinh doanh các doanh nghiệp phải phân tích dự đoán về chính trị và luật pháp cùng xu hướng vận động của nó bao gồm:

- + Sự ổn định về chính trị và đường lối ngoại giao
- + Sự điều tiết và khuynh hướng can thiệp của chính phủ

- + Sự phát triển và quyết định bảo vệ người tiêu dùng
- + Hệ thống luật, sự hoàn thiện và hiệu lực thi hành

1.2.2 Các nhân tố bên trong

Một doanh nghiệp muốn hoạt động được thì nó phải có một hệ thống cơ sở vật chất, con người, đây chính là nhân tố thuộc về bản thân doanh nghiệp. Trong guồng máy hoạt động chung của doanh nghiệp, mỗi nhân tố đóng một vai trò nhất định, mà thiếu nó thì toàn bộ hệ thống sẽ làm việc kém hiệu quả hay ngừng hoạt động. Dưới đây là một số nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

- Nhân tố quản trị doanh nghiệp và nguồn lực lao động

Con người là khởi nguồn của hoạt động có ý thức. Hoạt động kinh doanh được bắt đầu là do con người, tổ chức thực hiện nó cũng chính là do con người. Một đội ngũ công nhân viên tốt là cơ sở để doanh nghiệp thực hiện việc kinh doanh có hiệu quả. Với khả năng lao động và sáng tạo thì nhân tố con người được đánh giá là nhân tố nòng cốt cho sự phát triển. Kết hợp với hệ thống tư liệu sản xuất con người đã hình thành lên quá trình sản xuất. Sự hoàn thiện của nhân tố con người sẽ từng bước hoàn thiện quá trình sản xuất và xác lập hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp. Tuy vậy mỗi cá nhân đặt ngoài sự phân công lao động sẽ lại là một nhân tố làm giảm hiệu quả kinh doanh khắc phục điều này chính là nguyên nhân ra đời của bộ máy tổ chức, quản lý.

Bộ máy tổ chức, quản lý là sự tác động trực tiếp của các cấp lãnh đạo xuống các cá nhân, công nhân viên nhằm mục đích buộc phải thực hiện một hành động hay một công việc nào đó. Bộ máy tổ chức, quản lý có hiệu quả là yếu tố quyết định sự thành công của doanh nghiệp. Sự kết hợp yếu tố sản xuất không phải là tự phát như quá trình tự nhiên mà là kết quả của hoạt động tổ chức, có kế hoạch, có điều khiển của con người, vì vậy hình thành bộ máy tổ chức có hiệu quả là một đòi hỏi để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Một cơ cấu tổ chức hợp lý sẽ tạo ra một cơ cấu sản xuất phù hợp và thúc đẩy doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả. Một cơ cấu hợp lý còn góp

phần xác định chiến lược kinh doanh thông qua cơ chế ra quyết định và ảnh hưởng đến việc thực hiện mục tiêu và chiến lược đó.

Cơ cấu tổ chức phù hợp góp phần phát triển nguồn nhân lực, xác định rõ thực lực của từng cá nhân cụ thể, đặt họ đúng vị trí trong doanh nghiệp sẽ là cách thúc đẩy hiệu quả và phát huy nhân tố con người. Đồng thời nó tạo động lực cho các cá nhân phát triển, nâng cao trình độ khả năng của mình.

- **Vốn kinh doanh**

Ngày nay nói đến kinh doanh thì vấn đề đầu tiên được nhắc tới chính là vốn, đây là yếu tố nền tảng cho một hoạt động kinh doanh bắt đầu. Ngay trong luật pháp của Việt Nam cũng có quy định điều luật một doanh nghiệp được xã hội thừa nhận thì phải có số vốn tối thiểu là bao nhiêu. Vì vậy có thể khẳng định tầm quan trọng của vốn trong kinh doanh

Vốn kinh doanh của doanh nghiệp được thực hiện bằng tiền của toàn bộ tài sản của doanh nghiệp dùng trong kinh doanh bao gồm:

- + Tài sản cố định hữu hình: Nhà cửa, kho tàng, cửa hàng, quầy hàng và các thiết bị máy móc...

- + Tài sản cố định vô hình: Bằng các phát minh sáng chế, bản quyền sở hữu công nghệ, uy tín của công ty trên thị trường, vị trí địa lí, nhãn hiệu các hàng hóa mà doanh nghiệp kinh doanh...

- + Tiền Việt Nam, ngoại tệ, vàng bạc đá quý...

Vốn kinh doanh trong doanh nghiệp có vai trò quyết định trong việc thành lập loại hình doanh nghiệp theo luật định. Nó là điều kiện quan trọng nhất cho sự ra đời, tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Vốn kinh doanh là một trong những tiềm năng quan trọng nhất của doanh nghiệp. Vốn lớn hay nhỏ là một trong những điều kiện quan trọng để xếp doanh nghiệp vào loại có quy mô lớn, trung bình hay nhỏ.

Vốn kinh doanh bao giờ cũng là cơ sở để hoạch định chiến lược và kế hoạch kinh doanh. Nó là một chất keo để chấp nối, dính kết các quá trình và các quan hệ kinh tế.

Vốn kinh doanh là điều kiện, khả năng để đẩy mạnh hoạt động kinh doanh. Nâng cao hiệu quả kinh doanh chính là việc tối đa hóa lợi ích dựa trên cơ sở chi phí bỏ ra hay là tối thiểu hóa chi phí cho một mục tiêu nhất định nào đó. Trong kinh doanh không thể thiếu khái niệm chi phí khi muốn có hiệu quả. Vì vậy vốn chính là cơ sở để tạo ra lợi nhuận, đạt được mục đích cuối cùng của nhà kinh doanh.

Thiếu vốn cho kinh doanh sẽ làm giảm hiệu quả do không tận dụng được lợi thế quy mô, không tận dụng được các thời cơ, cơ hội. Tuy nhiên thiếu vốn là vấn đề mà các doanh nghiệp luôn luôn gặp phải. Đứng trên góc độ của nhà kinh doanh thì cách thức giải quyết sẽ là tối đa hóa lợi ích trên cơ sở số vốn hiện có.

- Nghệ thuật kinh doanh và xử lý thông tin

Nghệ thuật kinh doanh là việc sử dụng có hiệu quả nhất các phương pháp, các tiềm năng, các cơ hội và các kinh nghiệm được tích lũy trong quá trình kinh doanh nhằm đạt được mục tiêu đề ra của doanh nghiệp

Nghệ thuật kinh doanh là đảm bảo cho doanh nghiệp luôn tồn tại và phát triển. Đó là việc sử dụng các tiềm năng của bản thân doanh nghiệp cũng như của người khác, các cơ hội các phương pháp thủ đoạn kinh doanh có thể đề: Bỏ ra chi phí ít, thu lại được nhiều, che dấu những nhược điểm của doanh nghiệp, giữ bí mật kinh doanh và khai thác những điểm mạnh, điểm yếu của người khác, giải quyết nhanh ý đồ của doanh nghiệp mà không lôi kéo các đối thủ mới vào cuộc. Bảo đảm cho doanh nghiệp phát triển lâu dài.

Ngày nay sự phát triển như vũ bão của cách mạng khoa học kỹ thuật đang làm thay đổi hẳn nhiều lĩnh vực sản xuất, trong đó công nghệ thông tin đóng vai trò quan trọng. Thông tin được coi là hàng hóa

Trong kinh doanh nếu biết mình, biết người và nhất là hiểu rõ các đối thủ cạnh tranh thì mới có đối sách giành thắng lợi trong cạnh tranh. Kinh nghiệm thành công của nhiều doanh nghiệp cho thấy nắm được các thông tin

cần thiết và biết sử lý, sử dụng nó kịp thời là một điều kiện rất quan trọng để ra các quyết định kinh doanh có hiệu quả cao.

Tổ chức khoa học hệ thống thông tin nội bộ vừa đáp ứng nhu cầu thông tin kinh doanh lại vừa đảm bảo giảm thiểu chi phí kinh doanh cho quá trình thu thập, sử lý, lưu trữ và sử lý thông tin. Do nhu cầu thông tin ngày càng lớn nên nhiệm vụ này cũng là nhiệm vụ rất quan trọng của công tác quản trị hiện nay.

- Mạng lưới tiêu thụ sản phẩm

Trong thời buổi kinh tế thị trường hiện nay mỗi doanh nghiệp cần phải mở rộng mạng lưới kinh doanh của mình, vì mạng lưới kinh doanh là cách thức để doanh nghiệp có thể tiêu thụ được sản phẩm của mình. Có tiêu thụ được sản phẩm thì mới thực hiện được kết quả kinh doanh và thực hiện được lợi nhuận. Mở rộng mạng lưới tiêu thụ cho phép doanh nghiệp mở rộng quy mô kinh doanh, tăng doanh số bán và lợi nhuận. Mạng lưới kinh doanh phù hợp sẽ cho phép doanh nghiệp nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Hiện nay tình hình thị trường rất biến động và cạnh tranh ngày càng gay gắt, mỗi doanh nghiệp cần phải năng động sáng tạo tìm ra cái mới, cái cần và ngày càng hoàn thiện mạng lưới kinh doanh để thích nghi trong cơ chế thị trường và đưa doanh nghiệp ngày càng đi lên.

- Đòn bẩy kinh tế trong doanh nghiệp

Việc doanh nghiệp sử dụng các hình thức trách nhiệm vật chất, thưởng phạt nghiêm minh sẽ tạo ra nguồn lực cho người lao động nỗ lực hơn trong phần trách nhiệm của mình, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh. Nhân tố này cho phép doanh nghiệp khai thác tối đa tiềm năng lao động, tạo điều kiện cho con người, mọi bộ phận phát huy đầy đủ quyền chủ động sáng tạo trong kinh doanh.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật

Cơ sở vật chất kỹ thuật là yếu tố vật chất hữu hình quan trọng phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Cơ sở vật chất dù chiếm

tỷ trọng lớn hay nhỏ trong tổng tài sản của doanh nghiệp thì nó vẫn có vai trò quan trọng thúc đẩy các hoạt động kinh doanh và thể hiện bộ mặt kinh doanh của doanh nghiệp.

- Môi trường làm việc

Bao gồm môi trường văn hóa và môi trường thông tin, hai yếu tố này cũng trực tiếp ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

1.3 Hệ thống các chỉ tiêu về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

1.3.1 Yêu cầu cơ bản trong phân tích và đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Có thể hiểu tiêu chuẩn hiệu quả kinh doanh là giới hạn, là mốc xác định danh giới có hay không có hiệu quả. Như thế trước hết cần xác định được tiêu chuẩn hiệu quả cho mỗi chỉ tiêu để phân biệt mức có hay không có hiệu quả.

Sẽ không có tiêu chuẩn chung cho các công thức xác định khác nhau. Nếu theo phương pháp so sánh toàn ngành có thể lấy giá trị bình quân đạt được của ngành làm tiêu chuẩn hiệu quả nếu giá trị đạt được ứng với một chỉ tiêu cụ thể xác định không thấp hơn giá trị bình quân của ngành.

Trong thực tiễn thì không phải ai cũng hiểu biết và quan niệm giống nhau về hiệu quả kinh doanh và chính những điều này làm triệt tiêu những cố gắng, nỗ lực của họ mặc dù ai cũng muốn làm tăng hiệu quả.

Như vậy khi đề cập tới vấn đề hiệu quả sản xuất kinh doanh chúng ta phải xem xét một cách toàn diện cả về mặt thời gian và không gian trong mối quan hệ với hiệu quả chung của toàn bộ nền kinh tế quốc dân, hiệu quả đó bao gồm hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội.

- Về mặt thời gian

Sự toàn diện của hiệu quả đạt được trong từng giai đoạn không được làm giảm hiệu quả khi xét trong dài hạn, hoặc hiệu quả của chu kỳ sản xuất trước không được làm hạ thấp hiệu quả của chu kỳ sau. Trong thực tế không ít trường hợp chỉ thấy lợi ích trước mắt, thiếu xem xét toàn diện lâu dài. Vấn đề

này đang tồn tại ở khá nhiều doanh nghiệp và trong đội ngũ cán bộ quản lý của doanh nghiệp. Nghiên cứu và xem xét hiệu quả và nâng cao hiệu quả kinh doanh về mặt thời gian là việc không thể thiếu nhằm để doanh nghiệp tồn tại và phát triển.

- Về mặt không gian

Có hiệu quả kinh doanh hay không còn tùy thuộc vào chỗ hiệu quả của hoạt động cụ thể nào đó, có ảnh hưởng tăng giảm như thế nào đối với cả hệ thống mà nó liên quan tức là giữa các ngành kinh tế này với các ngành kinh tế khác, giữa từng bộ phận với toàn bộ hệ thống, và đặt biệt đối với doanh nghiệp nhà nước thì có mối quan hệ giữa hiệu quả kinh doanh với việc thực hiện các nhiệm vụ khác ngoài kinh tế.

Như vậy, với nỗ lực được tính từ giải pháp kinh tế - tổ chức - kỹ thuật nào đó dự định áp dụng vào thực tiễn đều phải được đặt vào xem xét toàn diện. Khi hiệu quả ấy không làm ảnh hưởng tiêu cực tới hiệu quả chung thì nó mới được coi là thực tiễn có hiệu quả.

- Về mặt định lượng

Hiệu quả kinh doanh phải được thể hiện trong mối tương quan giữa thu và chi theo hướng tăng thu giảm chi. Điều đó có nghĩa là tiết kiệm đến mức tối đa chi phí sản xuất kinh doanh mà thực chất là hao phí lao động (lao động sống và lao động vật hóa) để tạo ra một đơn vị sản phẩm có ích nhất.

- Về mặt định tính

Trong bất kỳ hoạt động kinh doanh nào, khi đánh giá hiệu quả của hoạt động ấy không chỉ dừng lại ở việc đánh giá kết quả đạt được mà còn đánh giá chất lượng của kết quả đó. Có như vậy thì hiệu quả hoạt động kinh doanh mới được đánh giá một cách toàn diện .

Kết quả đạt được trong sản xuất mới đảm bảo được yêu cầu tiêu dùng của mỗi cá nhân và toàn xã hội. Nhưng kết quả tạo ra ở mức nào, với giá trị nào, đó chính là vấn đề cần xem xét, vì nó là chất lượng của hoạt động tạo ra kết quả. Vì thế đánh giá hoạt động kinh doanh không chỉ đánh giá kết quả mà

còn đánh giá chất lượng của hoạt động tạo ra kết quả đó, tức là đánh giá người sản xuất tạo ra kết quả bằng phương tiện gì, bằng cách nào và chi phí bao nhiêu. Ngoài ra nhu cầu tiêu dùng của con người bao giờ cũng lớn hơn khả năng tạo ra sản phẩm của họ, do đó vấn đề mà con người quan tâm là làm sao với khả năng hiện có tạo ra được nhiều sản phẩm nhất. Đây là nguyên nhân mà chúng ta phải xem xét lựa chọn phương cách để đạt kết quả lớn nhất. Điều này cũng minh họa cho sự khác biệt giữa hai khái niệm hiệu quả và kết quả.

- Đánh giá hiệu quả kinh doanh phải căn cứ vào cả hai mặt hiện vật và mặt giá trị của hàng hóa.

Mặt hiện vật của hàng hóa thể hiện ở số lượng của sản phẩm, chất lượng của sản phẩm, mặt giá trị là biểu hiện bằng tiền của hàng hóa sản phẩm, của kết quả và chi phí bỏ ra. Xem xét đánh giá hiệu quả kinh doanh trên cả 2 mặt là một tất yếu. Đứng trên giác độ mặt hiện vật nó cho biết khả năng cung cấp và thỏa mãn nhu cầu thị trường của doanh nghiệp, đứng trên góc độ mặt giá trị nó cho biết hiệu quả đích thực của doanh nghiệp.

1.3.2 Hệ thống các chỉ tiêu

Muốn có nhận thức đúng đắn hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cần phân tích và đánh giá. Qua đó thấy được trình độ quản lý điều kiện của doanh nghiệp cũng như đánh giá được chất lượng của phương án kinh doanh mà doanh nghiệp đã đề ra. Thông qua đó phát hiện ra những ưu điểm cần phát huy và những hạn chế, những nguyên nhân ảnh hưởng không tốt đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó có thể đưa ra những phương pháp, biện pháp thông qua những phương án sử dụng tối ưu các nguồn lực.

Hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp rất phức tạp. Do vậy không thể sử dụng 1 chỉ tiêu để đánh giá mà cần đưa ra 1 hệ thống các chỉ tiêu để đo lường và đánh giá chính xác, khoa học. Hệ thống chỉ tiêu này phải đáp ứng được các yêu cầu cơ bản sau:

Thứ nhất: Trong hệ thống các chỉ tiêu đánh giá phải có các chỉ tiêu đánh giá tổng hợp, phản ánh chung tình hình sản xuất kinh doanh, các chỉ tiêu bộ phận phản ánh hiệu quả sản xuất kinh doanh từng mặt, từng khâu như: lao động, vốn ... Các chỉ tiêu bộ phận là cơ sở cho việc tìm ra mặt mạnh, mặt yếu trong quá trình sử dụng từng yếu tố tham gia vào quá trình sản xuất kinh doanh.

Thứ hai: Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá phải bảo đảm tính hệ thống và toàn diện, tức là chỉ tiêu hiệu quả phải phản ánh hiệu quả sản xuất kinh doanh của toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp..

Thứ ba: Hệ thống các chỉ tiêu phản ánh tình hình trên cơ sở những nguyên tắc chung của hiệu quả, nghĩa là phản ánh được trình độ sử dụng lao động sống và lao động vật hóa thông qua việc so sánh giữa kết quả và chi phí.

Trong đó có các chỉ tiêu kết quả và chi phí phải có khả năng đo lường được thì mới có thể so sánh, tính toán được theo phương pháp tính toán cụ thể, thống nhất, các chỉ tiêu phải có phạm vi áp dụng nhất định phục vụ từng mục đích nhất định của công tác đánh giá.

Thứ tư: Hệ thống các chỉ tiêu phải đảm bảo phản ánh được tính đặc thù của từng ngành nghề kinh doanh khác nhau.

1.3.2.1 Chỉ tiêu doanh số lợi nhuận

Chỉ tiêu này đánh giá hiệu quả kinh doanh của toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Đây là chỉ tiêu phản ánh chính xác tình hình doanh nghiệp nên thường được dùng để so sánh giữa các doanh nghiệp với nhau.

❖ Tỷ suất lợi nhuận doanh thu

Xem xét lợi nhuận trong mối quan hệ với doanh thu, thể hiện cứ mỗi đồng doanh thu doanh nghiệp thực hiện trong kỳ, có bao nhiêu đồng lợi nhuận.

Tỷ suất lợi nhuận doanh thu

Lợi nhuận sau thuế

Doanh thu thuần

Lợi nhuận được xác định trong công thức có thể là lợi nhuận gộp, lợi nhuận từ hoạt động tiêu thụ sản phẩm hàng hóa và cung cấp dịch vụ, lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh, lợi nhuận trước thuế hay lợi nhuận sau thuế. Tương ứng với chỉ tiêu lợi nhuận, doanh thu được xác định ở mẫu số trong công thức trên có thể là doanh thu thu được từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ (Doanh thu thuần), doanh thu hoạt động kinh doanh (Bao gồm cả doanh thu thuần và doanh thu hoạt động tài chính), hoặc tổng doanh thu. Việc sử dụng mỗi chỉ tiêu tính toán khác nhau nhằm mục đích đánh giá hiệu quả của mỗi hoạt động khác nhau hoặc hiệu quả toàn bộ hoạt động của toàn doanh nghiệp.

- Đánh giá tổng hợp khả năng sinh lời của toàn bộ hoạt động doanh nghiệp:

$$\text{Tỷ suất LN trước (hoặc sau) thuế trên doanh thu} = \frac{\text{LN trước (hoặc sau) thuế}}{\text{DT và thu nhập khác}}$$

Thông thường, những doanh nghiệp có các chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận doanh thu cao là những doanh nghiệp quản lý tốt chi phí trong HĐKD hoặc thực hiện các chiến lược cạnh tranh về mặt chi phí.

1.3.2.2. Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng lao động

Số lượng và chất lượng lao động là một trong những nhân tố cơ bản quyết định quy mô kết quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Sử dụng tốt nguồn lao động, biểu hiện trên các mặt số lượng và thời gian lao động, tận dụng hết khả năng lao động kỹ thuật của người lao động là một yếu tố hết sức quan trọng làm tăng khối lượng sản phẩm, giảm chi phí sản xuất, hạ giá thành sản phẩm, tăng hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi vậy, việc phân tích hiệu quả sử dụng lao động tức là xác định mức tiết kiệm hay lãng phí trong việc sử dụng lao động. Trên cơ sở đó tìm mọi biện pháp để sử dụng lao động một cách tốt nhất.

+ Năng suất lao động: Biểu hiện hiệu quả trong việc sử dụng lực lượng lao động trong doanh nghiệp, cho biết 1 lao động tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu.

$$\text{Năng suất lao động} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng lao động}}$$

+ Mức sinh lời bình quân của 1 lao động : Cho biết mỗi lao động trong doanh nghiệp tạo ra được bao nhiêu lợi nhuận trong thời kỳ nhất định.

$$\text{Mức sinh lời bình quân 1 lao động} = \frac{\text{LN trước (sau) thuế}}{\text{Tổng doanh thu}}$$

1.3.2.3. Chỉ tiêu về tài chính căn bản

❖ Chỉ tiêu về khả năng thanh toán

- Hệ số khả năng thanh toán tổng quát

Hệ số khả năng thanh toán là mối quan hệ giữa tổng tài sản mà hiện nay doanh nghiệp đang quản lý sử dụng với tổng số nợ phải trả. Chỉ tiêu phản ánh năng lực thanh toán tổng thể của doanh nghiệp trong kỳ kinh doanh.

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

Chỉ tiêu cho biết một đồng cho vay thì có bao nhiêu đồng đảm bảo

. Nếu hệ số thanh toán tổng quát >1 thì khả năng thanh toán của doanh nghiệp tốt. Song nếu hệ số thanh toán tổng quát >1 quá nhiều cũng không tốt vì điều đó chứng tỏ doanh nghiệp chưa tận dụng hết cơ hội chiếm dụng vốn.

. Nếu hệ số thanh toán tổng quát <1 thì báo hiệu sự phá sản của doanh nghiệp, nguồn vốn chủ sở hữu bị mất hầu như toàn bộ, tổng số tài sản hiện có không đủ trả số nợ mà doanh nghiệp phải thanh toán.

- Khả năng thanh toán hiện thời

Hệ số khả năng thanh toán hiện thời còn được gọi là khả năng thanh toán ngắn hạn, được tính như sau:

$$\text{Khả năng thanh toán hiện thời} = \frac{\text{Tài sản ngắn hạn}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}}$$

Trong đó: Tài sản lưu động gồm vốn bằng tiền, tài sản dự trữ (vật tư, hàng hóa, chi phí sản xuất dở dang) và vốn trong thanh toán (các khoản phải thu). Số nợ gồm các khoản phải trả, các khoản vay nợ, các khoản thuế phải nộp mà chưa nộp và các khoản phải nộp và phải trả khác.

Hệ số khả năng thanh toán hiện thời là thước đo khả năng có thể trả nợ của doanh nghiệp, nó chỉ ra phạm vi, quy mô mà các yêu sách của các chủ nợ được tranh trả bằng những tài sản lưu động có thể chuyển đổi thành tiền trong thời kỳ phù hợp với hạn nợ phải trả.

Hệ số khả năng thanh toán hiện thời càng lớn thì khả năng thanh toán hiện thời của doanh nghiệp càng cao.

- Khả năng thanh toán nhanh

$$\text{Khả năng thanh toán nhanh} = \frac{\text{Tài sản ngắn hạn} - \text{Hàng tồn kho}}{\text{Tổng số nợ ngắn hạn}}$$

Hệ số thanh toán nhanh là thước đo về khả năng trả nợ ngay, nợ đến hạn không dựa vào việc bán vật tư hàng hóa

Hệ số thanh toán nhanh lớn hơn 1 thì doanh nghiệp có khả năng thanh toán nhanh và hệ số này càng cao càng tốt. Nếu cao hơn hệ số thanh toán trung bình của ngành thì khả năng thanh toán nhanh của doanh nghiệp khả quan hơn mức trung bình của ngành. Nếu doanh nghiệp thu các khoản phải thu thì đã đủ trả các khoản nợ trong kỳ hạn mà không cần phải bán đi vật tư hàng hóa.

❖ **Chỉ tiêu về khả năng sinh lợi**

Các chỉ số sinh lợi được các nhà quản trị rất quan tâm tới bởi vì chúng là cơ sở quan trọng để đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh trong một kỳ nhất định. Hơn thế các chỉ số này còn là cơ sở quan trọng để các nhà hoạch định đưa ra các quyết định tài chính trong tương lai.

+ Tỷ suất sinh lợi tổng tài sản (ROA)

Phản ánh mối quan hệ giữa lợi nhuận và tổng tài sản hiện có của doanh nghiệp, cho biết cứ 100 đồng tài sản doanh nghiệp mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

Theo cách viết này thì khả năng sinh lời tổng tài sản của doanh nghiệp là kết quả tổng hợp của một tỷ số năng lực hoạt động với một tỷ số khả năng sinh lời doanh thu. Khả năng sinh lời tổng tài sản thấp có thể do năng lực hoạt động tài sản thấp, cho thấy trình độ quản lý tài sản kém, hoặc tỷ suất lợi nhuận thấp do quản lý chi phí không tốt, hoặc kết hợp cả hai nhân tố đó.

+ Tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu (ROE)

Thể hiện mối quan hệ giữa lợi nhuận với phần vốn của chủ doanh nghiệp

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

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn mà chủ sở hữu bỏ vào kinh doanh mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Tỷ suất này càng lớn biểu hiện lợi nhuận đạt được trên vốn góp của các chủ sở hữu càng lớn nên nhà đầu tư thường rất quan tâm đến chỉ tiêu này của doanh nghiệp.

❖ Các chỉ số về hoạt động

+ Số vòng quay hàng tồn kho

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

Ư nghĩa: Chỉ số này cho biết trong năm hàng tồn kho quay được mấy vòng. Chỉ tiêu này càng cao thì chứng tỏ khả năng tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp nhanh, vốn được thu hồi nhanh và ngược lại.

+ Số ngày một vòng quay hàng tồn kho

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

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

+ Vòng quay các khoản phải thu

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

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết mức độ hợp lý của số dư các khoản phải thu và hiệu quả của việc thu hồi nợ. Nếu vòng quay các khoản phải thu lớn, chứng tỏ doanh nghiệp thu hồi tiền hàng nhanh kịp thời, ít bị chiếm dụng vốn và ngược lại.

+ Kỳ thu tiền bình quân

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

Ý nghĩa: Thời gian thu tiền càng ngắn, chứng tỏ tốc độ thu hồi tiền hàng nhanh, doanh nghiệp ít bị chiếm dụng vốn. Ngược lại thời gian thu tiền hàng càng dài, chứng tỏ tốc độ thu hồi tiền càng chậm, số vốn doanh nghiệp bị chiếm dụng nhiều.

❖ Các hệ số về cơ cấu nguồn vốn và cơ cấu tài sản

Các doanh nghiệp luôn thay đổi tỷ trọng các loại vốn theo xu hướng hợp lý. Những kết cấu này luôn được phá vỡ do tình hình đầu tư. Vì vậy nghiên cứu cơ cấu nguồn vốn, cơ cấu tài sản, tỷ suất tự tài trợ sẽ cung cấp cho các nhà quản trị tài chính một cái nhìn tổng quát về sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp

+ Hệ số nợ

Chỉ tiêu tài chính này trong một đồng vốn hiện nay doanh nghiệp đang sử dụng có mấy đồng vốn đi vay

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

Hệ số nợ càng cao chứng tỏ khả năng độc lập của doanh nghiệp về mặt tài chính càng kém

+ Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ

Tỷ suất tự tài trợ tài sản cố định cho thấy số vốn tự có của doanh nghiệp dùng để trang bị TSCĐ là bao nhiêu, phản ánh mối quan hệ giữa nguồn vốn chủ sở hữu với giá trị TSCĐ và đầu tư ngắn hạn

$$\text{Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ} = \frac{\text{Nguồn vốn chủ sở hữu}}{\text{TSCĐ và đầu tư ngắn hạn}}$$

Nếu tỷ suất này lớn hơn 1 chứng tỏ khả năng tài chính vững vàng và lành mạnh. Ngược lại, tỷ số này nhỏ hơn 1 có nghĩa là 1 bộ phận của TSCĐ được tài trợ bởi vốn vay và đặc biệt mạo hiểm là vốn vay ngắn hạn.

+ Tỷ suất phản ánh cơ cấu tài sản của doanh nghiệp

Tỷ suất đầu tư vào tài sản dài hạn càng lớn chứng tỏ mức độ quan trọng của tài sản dài hạn càng nhiều.

1.3.2.4. Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng vốn

Hiệu quả sử dụng vốn là nhân tố quyết định cho sự tồn tại và tăng trưởng của mỗi doanh nghiệp. Tính hiệu quả của việc sử dụng vốn nói chung là tạo ra nhiều sản phẩm tăng thêm lợi nhuận nhưng không tăng vốn hoặc đầu tư thêm vốn một cách hợp lý nhằm mở rộng quy mô sản xuất để tăng doanh thu nhưng vẫn đảm bảo yêu cầu tốc độ tăng lợi nhuận lớn hơn tốc độ tăng vốn.

Để nắm được hiệu quả sử dụng vốn, người phân tích phải sử dụng rất nhiều tài liệu khác nhau trong đó chủ yếu là các báo cáo tài chính của doanh nghiệp gồm:

+ Bảng cân đối kế toán bao gồm 2 phần: Tài sản và nguồn vốn

- Tài sản cho phép đánh giá tổng quát năng lực và trình độ sử dụng tài sản. Nó thể hiện số tiềm lực mà doanh nghiệp có quyền quản lý, sử dụng lâu dài gắn với mục đích thu được các khoản lợi ích trong tương lai.

- Nguồn vốn cho ta thấy được thực trạng tài chính của doanh nghiệp. Nó thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp về tổng số vốn đã đăng ký kinh doanh với nhà nước.

+ Báo cáo kết quả kinh doanh tóm lược các khoản doanh thu, chi phí và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp trong một thời kỳ nhất định.

❖ **Chỉ tiêu đánh giá về hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh**

+ Hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh: Là tỷ số giữa doanh thu trong kỳ và tổng số vốn phục vụ sản xuất kinh doanh trong kỳ.

$$\text{Hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng vốn kinh doanh trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn bỏ ra sản xuất kinh doanh trong kỳ thì đem lại bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ. Chỉ tiêu này thể hiện khả năng tạo ra kết quả sản xuất kinh doanh của 1 đồng vốn, hiệu quả sử dụng vốn càng cao thì biểu thị kết quả kinh tế càng lớn.

+ Mức hao phí vốn được tính theo công thức:

$$\text{Mức hao phí vốn} = \frac{\text{Tổng vốn sản xuất kinh doanh trong kỳ}}{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Tỷ số này cho biết muốn có được 1 đồng doanh thu thì cần bao nhiêu đồng vốn đưa vào sản xuất kinh doanh trong kỳ.

+ Hiệu quả sử dụng vốn còn được thể hiện qua công thức :

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

Ý nghĩa: Tỷ số này phản ánh cứ 1 đồng vốn bỏ ra sản xuất kinh doanh trong kỳ thì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế (hay sau thuế)

❖ **Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định**

+ Hiệu quả sử dụng vốn cố định được tính bằng nhiều chỉ tiêu nhưng phổ biến là chỉ tiêu sau:

$$\text{Hiệu quả sử dụng vốn cố định} = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng vốn cố định trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này phản ánh 1 đồng vốn cố định có thể tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ. Chỉ tiêu này càng cao thì chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn cố định của công ty trong hoạt động sản xuất kinh doanh tạo ra doanh thu càng cao.

+ Tỷ suất sử dụng vốn cố định

$$\text{Tỷ suất sử dụng vốn cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn cố định trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này phản ánh 1 đồng vốn cố định được sử dụng trong kỳ có thể tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn cố định rất tốt và ngược lại.

+ Tỷ suất hao phí tài sản cố định

$$\text{Tỷ suất hao phí tài sản cố định} = \frac{\text{Nguyên giá bình quân TSCĐ}}{\text{Doanh thu thuần (hay lợi nhuận)}}$$

Ý nghĩa: Qua chỉ tiêu này ta thấy để có 1 đồng doanh thu (hay lợi nhuận) có bao nhiêu đồng nguyên giá bình quân TSCĐ

+ Sức sản xuất của vốn cố định

$$\text{Sức sản xuất của vốn cố định} = \frac{\text{Tổng doanh thu thuần}}{\text{Nguyên giá bình quân TSCĐ}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết cứ 1 đồng nguyên giá bình quân TSCĐ của công ty đem lại bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

+ Sức sinh lời của vốn cố định

$$\text{Sức sinh lời của vốn cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế}}{\text{Vốn kinh doanh bình quân}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết cứ 1 đồng vốn kinh doanh bình quân của công ty đem lại bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế.

❖ **Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động**

Vốn lưu động là vốn bằng tiền, các khoản phải thu, tạm ứng... Đây chính là hình thái biểu hiện của vốn lưu động tại doanh nghiệp. Để đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động của doanh nghiệp có thể sử dụng các chỉ tiêu sau:

+ Hiệu quả sử dụng vốn lưu động

$$\text{Hiệu quả sử dụng vốn lưu động} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn lưu động làm ra máy đồng lợi nhuận trong kỳ.

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 (dự trữ - sản xuất - tiêu thụ). Đẩy nhanh tốc độ luân chuyển của vốn lưu động sẽ góp phần giải quyết nhu cầu về vốn cho doanh nghiệp, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cho doanh nghiệp.

+ Số vòng luân chuyển vốn lưu động

$$\text{Số vòng luân chuyển vốn lưu động} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết vốn lưu động được quay mấy vòng trong kỳ. Nếu số vòng quay tăng, chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn tăng và ngược lại. Chỉ tiêu này còn được gọi là “hệ số luân chuyển”.

+ Thời gian của một vòng luân chuyển

$$\text{Thời gian của một vòng luân chuyển} = \frac{360}{\text{Số vòng quay của VLĐ trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này thể hiện số ngày cần thiết cho vốn lưu động quay được một vòng. Thời gian của một vòng luân chuyển càng nhỏ thì tốc độ luân chuyển càng lớn.

+ Hệ số đảm bảo của VLĐ

$$\text{Hệ số đảm bảo của VLD} = \frac{\text{VLD bình quân}}{\text{Lợi nhuận thuần}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết tạo ra 1 đồng lợi nhuận cần bao nhiêu đồng vốn lưu động. Hệ số này càng nhỏ chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng cao.

+ Vòng quay các khoản phải thu

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

Ý nghĩa: Số vòng quay lớn chứng tỏ tốc độ thu hồi các khoản phải thu nhanh, đó là dấu hiệu tốt vì doanh nghiệp không phải đầu tư nhiều vào các khoản phải thu

+ Kỳ thu tiền bình quân

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

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết thời gian cần thiết cho các khoản phải thu quay được một vòng luân chuyển

1.3.2.5. Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng chi phí

Chi phí của doanh nghiệp là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ hao phí về vật chất và lao động mà doanh nghiệp phải bỏ ra để sản xuất sản phẩm trong một thời kỳ nhất định.

❖ Hiệu quả sử dụng chi phí

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

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

❖ Tỷ suất lợi nhuận chi phí

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

Chỉ tiêu này cho biết 100 đồng chi phí sản xuất và tiêu thụ trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

1.4. Các Phương pháp phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Sau khi xác định được các chỉ tiêu về hiệu quả sản xuất kinh doanh, để đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong một thời kỳ nhất định, người ta thường sử dụng phương pháp so sánh để đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp bằng các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh giữa các kỳ với nhau.

❖ Phương pháp so sánh

So sánh là phương pháp được dùng phổ biến nhất trong phân tích để xác định xu hướng, mức độ biến động của chỉ tiêu phân tích. Phương pháp này bao gồm 2 phương pháp sau:

❖ Phương pháp so sánh tuyệt đối

Phương pháp này cho biết khối lượng quy mô tăng giảm các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp so với doanh nghiệp và so với các doanh nghiệp khác nhau hay các thời kỳ khác nhau.

Mức tăng giảm tuyệt đối của các chỉ tiêu = Trị số chỉ tiêu của kỳ phân – Trị số chỉ tiêu ở kỳ gốc

Mức tăng giảm trên chỉ phản ánh về mặt lượng. Thực chất việc tăng giảm trên nói lên là có hiệu quả hay không, có tiết kiệm hay lãng phí không, nó thường được kèm với các phương pháp khác khi đánh giá hiệu quả giữa các kỳ.

❖ Phương pháp so sánh tương đối

Phương pháp này cho biết kết cấu, quan hệ tốc độ phát triển, và mức độ phổ biến của chỉ tiêu.

$$\text{Tỷ lệ so sánh} = \frac{G1}{G0}$$

Trong đó: G1: Trị số chỉ tiêu kỳ phân tích

G0: Trị số chỉ tiêu kỳ gốc

❖ 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. Thay thế liên hoàn 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. Xác định mối quan hệ giữa các nhân tố với chỉ tiêu được thể hiện bằng một phương trình kinh tế có quan hệ tích số trong đó cần phải đặt biệt chú ý đến trật tự sắp xếp các nhân tố trong phương trình kinh tế, các nhân tố phải được sắp xếp theo các nguyên tắc:

+ Nhân tố sản lượng đứng trước, nhân tố chất lượng đứng sau

+ Các nhân tố đứng liền kề nhau thì có mối quan hệ nhân quả và cùng nhau phản ánh một nội dung kinh tế

❖ 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

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 thu và nguồn chi, hoạt động và tình hình sử dụng các quỹ, các loại vốn. Mọi liên hệ cân đối về lượng của các yếu tố dẫn đến sự cân bằng cả về mức biến động về lượng giữa các mặt của các yếu tố và của quá trình kinh doanh.

❖ Liên hệ trực tuyến

Là một 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 và thuế

❖ **Liên hệ phi tuyến**

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

Thông thường chỉ có phương pháp liên hệ cân đối là được dùng phổ biến, còn lại 2 phương pháp liên hệ trực tuyến và liên hệ phi tuyến là ít dùng.

❖ **Phương pháp chi tiết**

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

Chi tiết theo bộ phận cấu thành chỉ tiêu. Mọi kết quả kinh doanh biểu hiện trên các chỉ tiêu đều bao gồm nhiều bộ phận cùng với sự biểu hiện về lượng các bộ phận đó sẽ giúp ích rất nhiều trong việc đánh giá kết quả đạt được.

Chi tiết theo lượng: Có thể chia theo từng tháng, quý, năm hoặc theo cùng chu kỳ mua vào bán ra của hàng hóa theo từng mùa vụ.

Chi tiết theo địa chỉ: Theo xưởng, đội.

❖ **Phương pháp cân đối**

Theo hệ thống các chỉ tiêu kinh tế - tài chính của doanh nghiệp. Có nhiều chỉ tiêu có mối liên hệ với nhau và những mối quan hệ này mang tính chất tương đối tổng thể và tương đối cá biệt.

Tương đối tổng thể là mối liên hệ cân đối của các chỉ tiêu kinh tế tổng hợp

Ví dụ: Giữa tài sản và nguồn vốn kinh doanh liên hệ với nhau bằng công thức

$$\text{Tổng tài sản} = \text{Tổng nguồn vốn}$$

Hoặc giữa doanh thu, chi phí, kết quả kinh doanh có mối liên hệ:

$$\text{Doanh thu} = \text{Chi phí} + \text{Kết quả}$$

Từ những mối liên hệ cân đối trên cho ta thấy nếu có sự thay đổi một chỉ tiêu này sẽ dẫn tới thay đổi chỉ tiêu khác.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG VÀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH

2.1 Một số nét khái quát về công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình.

2.1.1 Giới thiệu chung về công ty

Tên công ty: Công ty TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH

Tên giao dịch quốc tế: THAI BINH HYUNDAI COMPANY LIMITED

Tên công ty viết tắt : THAI BINH HYUNDAI CO., LTD

Địa chỉ: Số nhà 140, đường Quang Trung, Phường Trần Hưng Đạo, Thành phố Thái Bình, Tỉnh Thái Bình, Việt Nam

Điện Thoại: 0363.834534

Fax: 0363.643429

Email: info@hoangnamauto.com

2.1.1.1 Quá trình hình thành và phát triển

Công ty TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bán buôn, bán lẻ, ô tô, mô tô, xe máy, xe có động cơ khác và phụ tùng, các bộ phận phụ trợ của ô tô, mô tô, xe máy, xe có động cơ khác. Công ty được thành lập ngày 16 tháng 09 năm 2010 theo giấy phép số 1000785705 do sở kế hoạch đầu tư cấp.

Người đại diện: Giám Đốc - Ông Nguyễn Ngọc Tứ

Giấy phép đăng kí kinh doanh/Mã số thuế: 1000785705

Tổng số vốn đầu tư của công ty là: 8.000.000.000 đồng công ty TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH được thành lập vào ngày 16 tháng 09 năm 2009 sau khi thành lập thì công ty đã có đầy đủ tư cách pháp nhân, có con dấu riêng của công ty và đăng kí bản quyền tên công ty và sản phẩm của công ty. Công ty có quyền sản xuất kinh doanh và kí kết hợp đồng kinh tế như các thành phần kinh doanh khác.

Để đáp ứng được đầy đủ nhu cầu của thị trường trong thời kỳ đổi mới về các nhu cầu mua sắm để hoàn thiện cuộc sống cũng như nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng, công ty TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH được thành lập với mục tiêu trở thành một trong những công ty kinh doanh có chất lượng

phục vụ khách hàng tốt nhất tại Việt Nam, cam kết mang lại tối đa giá trị gia tăng cho khách hàng, nhà đầu tư và đối tác.

Ban lãnh đạo của công ty là những người có năng lực và kinh nghiệm trong ngành.

Đội ngũ nhân viên năng động, chuyên nghiệp, giàu kinh nghiệm, nhạy bén trong ngành nghề hoạt động kinh doanh và được đào tạo một cách có bài bản vậy lên khách hàng hoàn toàn có thể yên tâm về chất lượng phục vụ hoàn hảo nhất và mức giá ưu đãi nhất. Và hơn hết công ty luôn tâm huyết, trung thực và mong muốn trở thành người bạn đồng hành đáng tin cậy với khách hàng, với đối tác.

Với diện tích là trên 3.000m² nằm tại trung tâm thành phố Thái Bình được xây dựng theo tiêu chuẩn 3S của tập đoàn Hyundai, Hyundai Thái Bình có Showroom bán hàng sang trọng, lịch sự, xưởng dịch vụ được lắp đặt trang thiết bị hiện đại nhập khẩu từ châu Âu. Không chỉ mang đến những sản phẩm chất lượng cao mà còn cung cấp dịch bảo hành, bảo dưỡng, sửa chữa chuyên nghiệp, phụ tùng thay thế chính hãng, Hyundai Thái Bình cam kết đưa đến cho khách hàng sự hài lòng, thoải mái nhất khi sử dụng các sản phẩm của Hyundai.

Từ ngày thành lập thì công ty không ngừng phát triển ngày càng vững mạnh vươn lên để khẳng định mình trên thương trường.

Công ty TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH thực hiện kế hoạch kinh doanh tự chủ về tài chính và làm tròn nghĩa vụ với ngân sách nhà nước theo chế độ ban hành.

Trong quá trình hoạt động kinh doanh của mình, công ty đã trải qua nhiều khó khăn do tình hình kinh tế có nhiều biến động, thăng trầm của thị trường ô tô giàu tiềm năng nhưng cũng nhiều thử thách với chiến lược phù hợp cùng tư duy quản trị đứng đắn và tinh thần đoàn kết, nỗ lực của toàn công ty, thì công ty đã liên tục gặt hái được những thành công và không ngừng phát triển. Với các sản phẩm chất lượng cao của nhà sản xuất ô tô hàng đầu Hàn

Quốc, cộng với các nỗ lực vượt bậc về kinh doanh và dịch vụ, chỉ trong vòng 1 thời gian, Hyundai Thái Bình đã nhanh chóng chiếm lĩnh thị phần tại Việt Nam và được khách hàng đánh giá cao về sản phẩm và dịch vụ.

Không dừng lại ở đó, với tầm nhìn lâu dài và quan điểm phát triển bền vững, phục vụ tốt nhất cho khách hàng tại tỉnh Thái Bình và các tỉnh lân cận thì Hyundai Thái Bình luôn cập nhật các mẫu xe Hyundai mới nhất trên thị trường để phục vụ tốt nhu cầu của người tiêu dùng.

Hyundai Thái Bình có niềm tin mãnh liệt rằng với tốc độ phát triển hiện tại, nền kinh tế Việt Nam sẽ sớm đạt được mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa, thu nhập của người dân sẽ được nâng lên bắt kịp với thu nhập của các cường quốc trong khu vực thế giới. Với mục tiêu trở thành doanh nghiệp hàng đầu trong ngành công nghiệp ô tô tại thành phố Thái Bình trong tương lai, doanh nghiệp hy vọng sẽ có những đóng góp quan trọng vào quá trình phát triển của đất nước nói chung và ngành công nghiệp ô tô tại Thái Bình nói riêng.

Với phương châm vì khách hàng Hyundai Thái Bình sẽ tiếp tục cung cấp những sản phẩm chất lượng cao và liên tục đẩy mạnh các tiêu chuẩn dịch vụ nhằm mang lại sự hài lòng cao nhất cho khách hàng của mình.

2.1.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của công ty

Công ty TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH là đại lý ủy quyền thứ 21 thuộc hệ thống đại lý của Hyundai Thành Công – nhà lắp ráp và phân phối chính thức các dòng xe du lịch Hyundai Hàn Quốc tại Việt Nam. Hyundai Thái Bình có khả năng đáp ứng tốt cho nhu cầu mua sắm, sửa chữa, bảo dưỡng xe của khách hàng tại Thái Bình và các tỉnh lân cận khu vực Nam Trung Bộ với công suất phục vụ 100 lượt xe/ngày.

❖ Về chức năng

Hiện nay chức năng chủ yếu của công ty là bán buôn, bán lẻ ô tô, mô tô, xe máy, xe động cơ khác và phụ tùng, các bộ phận phụ trợ của ô tô, mô tô, xe máy, xe động cơ khác ...vv. Thị trường mà công ty cung cấp chủ

yếu là ở Thái Bình và các tỉnh lân cận. Mặt khác Công ty cũng không ngừng nghiên cứu nắm bắt kịp thời các nhu cầu mới nảy sinh trên thị trường và tìm các thỏa mãn tốt nhất các nhu cầu đó.

Chức năng này được thể hiện như sau:

- Phát hiện nhu cầu về hàng hóa, dịch vụ trên thị trường và tìm mọi cách đáp ứng nhu cầu đó.

- Không ngừng nâng cao trình độ thỏa mãn nhu cầu của khách hàng để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- Giải quyết tốt các mối quan hệ trong nội bộ doanh nghiệp và quan hệ giữa doanh nghiệp với bên ngoài

- Lập và triển khai các dự án dài hạn về kinh doanh những sản phẩm của hãng Hyundai với mẫu mã đẹp, chất lượng tốt và giá cả hợp lý phù hợp với mức thu nhập của người dân Thái Bình nói chung và các tỉnh lân cận nói riêng.

- Bao tiêu toàn bộ sản phẩm HYUNDAI tại thị trường thái bình .

❖ Về nhiệm vụ

- Xây dựng và thực hiện kế hoạch sản xuất, kinh doanh theo đúng ngành nghề được ghi trong giấy chứng nhận kinh doanh.

- Xây dựng các phương án kinh doanh, phát triển kế hoạch và mục tiêu chiến lược của Công ty.

- Tổ chức nghiên cứu sản xuất, nâng cao năng suất lao động áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật nhằm nâng cao năng suất lao động, chất lượng cho phù hợp với thị trường.

- Thực hiện chăm lo và không ngừng cải thiện điều kiện làm việc, đời sống vật chất tinh thần, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho người lao động

- Đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm theo đúng quy định của nhà nước

- Tuân thủ các quy định của nhà nước về bảo vệ Công ty, bảo vệ môi trường, bảo vệ di tích lịch sử văn hoá, danh lam thắng cảnh của đất nước và trật tự an toàn xã hội.

- Mở sổ sách kế toán, ghi chép sổ sách theo quy định của pháp lệnh thống kê về kế toán chịu sự kiểm tra của cơ quan thuế tài chính.

Nộp thuế và thực hiện các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật

- Công ty có nhiệm vụ tự hoạch toán kinh doanh bảo đảm bù đắp chi phí và chịu trách nhiệm bảo đảm vốn kinh doanh của Công ty.

- Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất kinh tế. Áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất kinh doanh.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức và quản lý nhân sự

2.1.2.1 Cơ cấu tổ chức

Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình là một Công ty có quy mô vừa do đó việc tổ chức bộ máy hoạt động của Công ty cũng đơn giản.

Được tổ chức theo cơ cấu trực tuyến - chức năng. Để tránh chồng chéo, quá tải, bộ máy quản lý được phân công phù hợp cho các bộ phận. Bao gồm: Ban Giám đốc, các phòng nghiệp vụ chuyên môn, bộ phận quản lý trực tiếp các phân xưởng. Ban Giám đốc Công ty trực tiếp chỉ đạo mọi hoạt động của toàn Công ty, các phòng ban nghiệp vụ giúp Giám đốc điều hành, quản lý Công ty.

Bộ máy quản lý của công ty có kết cấu liên kết chặt chẽ từ ban giám đốc xuống các phòng ban phân xưởng

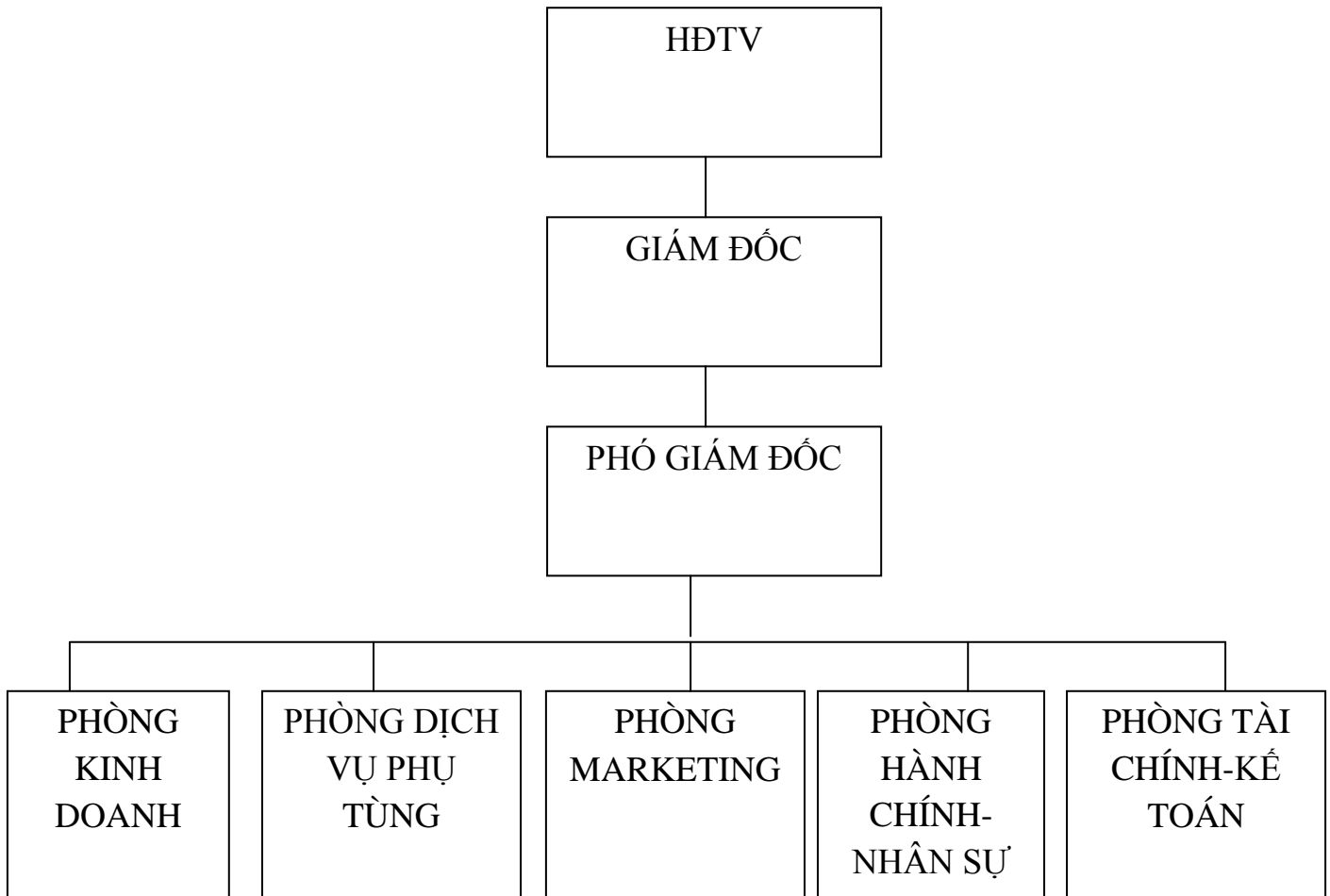
Công ty TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH là một doanh nghiệp hoạch toán độc lập. Do đó công ty đã tổ chức một bộ máy quản lý trên cơ sở tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả kinh tế thúc đẩy kinh doanh phát triển tạo điều kiện cho doanh nghiệp tồn tại.

Công ty TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH là công ty sản xuất kinh doanh và dịch vụ có cơ cấu tổ chức và quản lý bao gồm 2 cấp:

+ Cấp 1: HĐQT, Giám Đốc và Phó Giám Đốc.

+ Cấp 2: Các phòng ban

SƠ ĐỒ : CƠ CẤU TỔ CHỨC BỘ MÁY QUẢN LÝ CÔNG TY TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH



(Nguồn: Phòng hành chính – nhân sự)

Chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận quản lý

Các thành viên góp vốn, là cơ quan quyết định cao nhất của công ty. Ở công ty TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH có 2 thành viên góp vốn là:

1) Ông: Lương Giang Nam

Chức danh: Chủ tịch Hội đồng thành viên

2) Ông: Nguyễn Ngọc Tứ

Chức danh: Giám đốc

❖ **Hội đồng thành viên có quyền và nhiệm vụ sau đây:**

+ Quyết định chiến lược phát triển và kế hoạch kinh doanh hàng năm của công ty

+ Quyết định tăng giảm vốn điều lệ, quyết định thời điểm và phương thức huy động thêm vốn.

+ Quyết định phương thức đầu tư và dự án đầu tư có giá trị trên 50% tổng giá trị tài sản được ghi trong báo cáo tài chính tại thời điểm công bố gần nhất của công ty.

+ Quyết định giải pháp phát triển thị trường, tiếp thị và chuyển giao công nghệ, thông qua hợp đồng vay, cho vay, bán tài sản có giá trị bằng hoặc lớn hơn 50% tổng giá trị tài sản.

+ Bầu, miễn nhiệm, bãi nhiệm Chủ tịch hội đồng thành viên, quyết định bổ nhiệm, miễn nhiệm, cách chức, ký và chấm dứt hợp đồng đối với Giám đốc hoặc Tổng giám đốc, Kế toán trưởng và người quản lý khác.

+ Quyết định mức lương thưởng và lợi ích khác đối với Chủ tịch hội đồng thành viên, giám đốc, kế toán trưởng và người quản lý khác theo quy định của pháp luật, có quyết định về cơ cấu tổ chức quản lý công ty; quyết định thành lập công ty con, chi nhánh văn phòng đại diện. Sửa đổi, bổ sung điều lệ công ty, quyết định giải thể hoặc yêu cầu phá sản công ty.

Giám đốc là người điều hành hoạt động hàng ngày của công ty, chịu trách nhiệm trước hội đồng thành viên về việc thực hiện quyền và nhiệm vụ của mình.

❖ **Giám đốc**

Ông: Nguyễn Ngọc Tứ

Ông có vai trò là người quản lý cao nhất trong doanh nghiệp, chức năng là:

+ Tổ chức thực hiện quyết định của hội đồng thành viên

+ Quyết định các vấn đề liên quan đến hoạt động kinh doanh hàng ngày của công ty.

+ Tổ chức thực hiện kế hoạch kinh doanh và phương án đầu tư của công ty.

+ Ban hành quy chế quản lý nội bộ của công ty.

+ Bổ nhiệm miễn nhiệm các chức danh quản lý trong công ty, trừ các chức danh thuộc thẩm quyền của hội đồng thành viên, ký hợp đồng nhân danh công ty, kiến nghị phương án cơ cấu tổ chức công ty, trình báo quyết toán tài chính hàng năm lên Hội đồng thành viên, tuyển dụng lao động.

❖ **Phó giám đốc**

Ông Đặng Hồng Giao: Là người quản lý chủ yếu các bộ phận kinh doanh giúp cho giám đốc điều hành mọi công việc do giám đốc ủy quyền khi giám đốc vắng mặt và chịu trách nhiệm trước giám đốc. Cụ thể kiêm luôn phó giám đốc điều hành và phó giám đốc kinh doanh của công ty.

+ Điều hành mọi công việc do giám đốc ủy quyền khi giám đốc vắng mặt và chịu trách nhiệm trước giám đốc. Có thể kí thay giám đốc các lệnh khi giám đốc vắng mặt.

+ Giúp giám đốc hoạch định chiến lược sản xuất kinh doanh của công ty và chịu trách nhiệm nắm chắc toàn bộ nội dung công việc.

❖ **Phòng kinh doanh**

Là phòng chức năng của công ty. Phòng này có chức năng chính là giúp giám đốc hoạch định chiến lược sản xuất kinh doanh của công ty và chịu trách nhiệm nắm chắc toàn bộ nội dung công việc kinh doanh.

+ Chức năng: Tham mưu cho Giám đốc / Phó giám đốc kinh doanh về công tác thị trường, công tác đầu tư. Tham mưu cho Giám đốc về công tác quản lý, mua bán hàng hóa.

+ Nhiệm vụ: Xây dựng chiến lược phát triển sản xuất kinh doanh, chiến lược bán hàng và tổ chức tiếp thị, quảng bá sản phẩm. Xây dựng kế hoạch sản xuất kinh doanh từng thời kỳ. Theo dõi, kiểm tra việc thực hiện kế hoạch hàng tháng của Công ty. Tiếp nhận và đề xuất biện pháp xử lý thông tin theo yêu cầu của khách hàng. Xây dựng đơn giá, định mức và dự toán ...

❖ **Phòng dịch vụ-phụ tùng**

Phụ trách việc tư vấn, cung cấp, bảo dưỡng, sửa chữa các phụ tùng xe mô tô, ô tô, xe máy, xe cơ động khác.

❖ **Phòng khách hàng-marketing**

Là cầu nối giữa bên trong và bên ngoài, giữa sản phẩm và khách hàng, giữa thuộc tính của sản phẩm và nhu cầu của khách hàng. Nghiên cứu tiếp thị và thông tin, phân khúc thị trường, xác định mục tiêu, định vị thương hiệu.

❖ **Phòng tài chính kế toán**

Là phòng chức năng của công ty, có trách nhiệm giúp Giám đốc tổ chức thực hiện công tác tài chính, kế toán và quản lý tài sản, vật tư của công ty theo đúng quy định hiện hành của pháp luật. Tổ chức ghi chép và hạch toán các khoản thu chi, theo luật kế toán hiện hành đồng thời có nhiệm vụ lập báo cáo tài chính theo quý, năm để thường xuyên cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ, kịp thời cho Giám đốc nhằm tham mưu cho giám đốc về lĩnh vực quản lý tài chính và phục vụ cho việc ra quyết định của giám đốc.

+ Chức năng: Tham mưu cho Giám đốc Công ty về công tác tài chính, kế toán. Thực hiện hạch toán kinh tế trong hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty theo các quy định hiện hành. Thực hiện giám sát, kiểm soát các hoạt động có sử dụng vốn của Công ty nhằm bảo vệ tài sản, vật tư, tiền vốn... mà Hội đồng quản trị giao cho Công ty. Đề ra chiến lược tài chính để kịp thời phục vụ kinh doanh và sự phát triển của Công ty trong từng giai đoạn.

+ Nhiệm vụ: Tham mưu cho Giám đốc Công ty tổ chức bộ máy quản lý tài chính, hạch toán kinh doanh. Thực hiện hạch toán và phân tích các hoạt động kinh tế của Công ty. Tham mưu chiến lược huy động vốn, cơ cấu nguồn vốn, biện pháp phát huy hiệu quả đồng vốn. Tham mưu cho Giám đốc trình Hội đồng quản trị về quy chế phân phối lợi nhuận, thành lập các quỹ và phân chia cổ tức cho cổ đông. Hạch toán giá thành, thu, chi, báo cáo tài chính. Quản lý chứng từ gốc trong hoạt động sản xuất kinh doanh, thu hồi và chi trả công nợ theo đúng quy định. Tham mưu cho Giám đốc các biện pháp, quy chế quản lý tài chính, thiết lập hệ thống kiểm soát hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm nâng cao hiệu quả. Chỉ đạo và kiểm tra, kiểm soát các đơn vị thực hiện các chế độ quản lý tài chính, tiền tệ theo các quy định hiện hành. Lập kế

hoạch vốn cung ứng kịp thời cho sản xuất kinh doanh của Công ty, thanh toán lương, thưởng và các chế độ quyền lợi của người lao động theo đúng chế độ chính sách của Nhà nước và quy chế Công ty. Theo dõi công nợ của Công ty, đôn đốc thu kịp thời không để chiếm dụng vốn hoặc chậm luân chuyển chứng từ không thanh toán. Lập báo cáo quý, năm gửi cơ quan cấp trên và các Bộ, ngành liên quan theo đúng quy định của Nhà nước. Phối hợp với các phòng ban trong Công ty thực hiện kiểm kê tài sản, vật tư, công nợ hàng năm. Theo dõi việc trích lập khấu hao, bảo quản, giữ gìn, sử dụng tài sản trong Công ty. Kiểm tra và thực hiện kế hoạch thu chi tài chính, các định mức dự toán chi phí... trong Công ty. Lưu trữ tài liệu, chứng từ kế toán, thống kê, tổ chức việc khai thác tài liệu phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty theo các quy định hiện hành. Tổ chức thực hiện kiểm toán nội bộ, kiểm toán chuyên nghiệp hoặc kiểm toán Nhà nước theo quy định. Làm việc với cơ quan thuế, tài chính, thanh tra tài chính cấp trên theo sự ủy quyền của Giám đốc. Tìm các nguồn vốn và tham mưu cho Giám đốc Công ty trong việc đầu tư vốn có hiệu quả nhất. Tham gia thẩm định tài chính hoặc phân tích tài chính các dự án đầu tư. Đầu tư chiều sâu, đầu tư mở rộng, đầu tư mới hoặc đầu tư thay thế máy móc, thiết bị, liên doanh, liên kết, đầu tư tài chính... Phân tích tài chính thường xuyên kịp thời, báo cáo cho Giám đốc Công ty những điểm yếu, điểm mạnh. Tham mưu cho Giám đốc Công ty biện pháp điều chỉnh. Tham gia lập kế hoạch sản xuất kinh doanh hàng năm. Kế hoạch sản lượng, doanh thu, sản phẩm, kế hoạch thu nộp ngân sách Nhà nước. Lập và theo dõi, giám sát việc thực hiện, điều chỉnh các kế hoạch: Kế hoạch khấu hao tài sản cố định, kế hoạch nguồn vốn để đầu tư xây dựng cơ bản, mua sắm tài sản cố định, dụng cụ, công cụ của Công ty. Kế hoạch nhu cầu vốn lưu động, nguồn vốn đảm bảo nhu cầu vốn lưu động, kế hoạch thu nhập và phân phối thu nhập của doanh nghiệp, kế hoạch thu chi các quỹ lương Công ty.

❖ **Phòng hành chính-nhân sự**

+ Chức năng: Tham mưu, giúp việc cho Giám đốc Công ty trong các lĩnh vực như: Tổ chức sản xuất, bổ nhiệm cán bộ, quản lý lao động, tiền lương, đào tạo bồi dưỡng, nâng lương nâng bậc cho cán bộ công nhân viên, khen thưởng, kỷ luật, thực hiện chế độ chính sách đối với người lao động, Công tác văn thư, lưu trữ, công tác hành chính quản trị, quản lý thiết bị văn phòng, công tác bảo hộ lao động, vệ sinh lao động, phòng chống cháy nổ, đảm bảo an ninh trật tự.

+ Nhiệm vụ: Căn cứ vào chiến lược phát triển kinh tế, kế hoạch sản xuất kinh doanh của Công ty để xây dựng ra mô hình tổ chức sản xuất cho phù hợp. Tham mưu cho Giám đốc xây dựng cơ cấu tổ chức bộ máy sản xuất kinh doanh, phân loại cán bộ và đề ra những biện pháp nâng cao chất lượng cán bộ. Tham mưu cho Giám đốc tiến hành phân cấp, phân công quản lý tổ chức lao động và đào tạo bồi dưỡng. Tham mưu công tác bổ nhiệm, miễn nhiệm, luân chuyển cán bộ, nâng lương, nâng bậc, khen thưởng, kỷ luật, quản lý hồ sơ cán bộ, sắp xếp cán bộ hợp lý để cán bộ phát huy được trình độ và khả năng nghề nghiệp. Thực hiện chính sách đối với người lao động: thu nộp bảo hiểm xã hội, bảo hiểm tai nạn, giải quyết các chế độ chính sách với cán bộ công nhân viên đủ tiêu chuẩn về hưu, chuyển công tác... Xây dựng chức năng, nhiệm vụ quyền hạn, trách nhiệm, mối quan hệ trong toàn Công ty. Theo dõi thực hiện các biện pháp điều chỉnh thường xuyên cho phù hợp với nhiệm vụ thực tế của Công ty. Tham mưu, đề xuất những biện pháp quản lý để hạn chế những tiêu cực, thiếu trách nhiệm. Xây dựng Điều lệ, quy chế quản lý và phân phối thu nhập, tổ chức hoạt động toàn Công ty. Xây dựng tiêu chuẩn bậc thợ, hàng năm sát hạch trình độ cán bộ công nhân viên. Giám sát kiểm tra việc chấp hành nội quy kỷ luật lao động. Thực hiện chế độ báo cáo với cơ quan quản lý Nhà nước và cơ quan cấp trên. Xây dựng quy trình, kế hoạch tiếp nhận, đào tạo lao động phục vụ kịp thời nhu cầu sản xuất. Tổ chức quản lý lưu trữ công văn, giấy tờ (công văn đến và đi) phục vụ cho công tác đối nội và đối ngoại. Tổ chức thực hiện quản lý và sử dụng con dấu của

Công ty theo đúng quy định của Chính phủ và hướng dẫn của Bộ công an. Hướng dẫn các đơn vị về việc lập hồ sơ, thu nhận hồ sơ, tài liệu lưu trữ. Tổ chức và chuẩn bị cơ sở vật chất cho các cuộc họp, hội nghị của Công ty, bố trí nơi làm việc cho cán bộ công nhân viên và khách đến Công ty giao dịch, công tác. Quản lý trụ sở làm việc của Công ty. Quản lý trang bị, cấp phát các thiết bị, đồ dùng văn phòng cho các phòng ban, phân xưởng. Tổ chức các hoạt động của công tác y tế, công tác vệ sinh môi trường trong Công ty, tổ chức khám chữa bệnh và chăm sóc sức khỏe cho cán bộ công nhân viên. Đảm bảo an ninh trật tự 24/24h trên địa bàn Công ty, đảm bảo an toàn phòng cháy chữa cháy trên địa bàn.

2.1.2.2 Quản lí nhân sự

Đối với tất cả các Công ty, nguồn lao động luôn là nhân tố then chốt tạo lên sức mạnh và là một trong những yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của Công ty đó. Cùng với sự mở rộng quy mô kinh doanh, Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình chú trọng tới công tác tuyển dụng và đào tạo công nhân viên. Vì vậy, đi đôi với việc tăng số lượng lao động thì chất lượng nguồn lao động của Công ty cũng được nâng cao.

Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình đã thiết lập ra chế độ lao động và tiền lương cho người lao động theo quy định của Công ty đúng với luật pháp của Nhà nước. Bên cạnh đó Công ty còn xây dựng kế hoạch đào tạo, tuyển dụng hợp lý nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển về lâu dài của Công ty.

❖ Đặc điểm lao động trong doanh nghiệp

Nhân tố lao động có ảnh hưởng không nhỏ đến việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty.

Cùng với sự phát triển chung của đất nước thì các ngành công nghiệp thương mại, kinh doanh việt nam ngày càng được chú trọng hơn. Công ty HYUNDAI THÁI BÌNH được thành lập với đội ngũ cán bộ quản lý và công nhân viên được đào tạo bài bản đã trưởng thành vượt bậc

Đề tài: Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình

Phân theo độ tuổi	2010	2011	2012
Trên 50 tuổi	4	4	4
40 - 50 tuổi	2	2	2
30 - 40 tuổi	6	6	7
Dưới 30 tuổi	9	9	9
Phân theo giới tính			
Nam	15	14	14
Nữ	6	7	8
Phân theo trình độ chuyên môn			
Đại học	6	7	7
Cao đẳng và trung cấp	8	7	8
Lao động phổ thông	7	7	7

Qua bảng biểu trên ta thấy cán bộ quản lý và công nhân viên của Công ty có trình độ đảm bảo. Số người làm công tác quản lý và cán bộ công nhân viên của Công ty đều được trang bị kiến thức về chức năng nghiệp vụ của mình. Điều này tạo điều kiện cho việc hoàn thành nhiệm vụ được giao một cách hiệu quả nhất.

Xét theo trình độ nhân sự: Số lượng các bộ công nhân viên có trình độ đại học chiếm 31,82% (năm 2012) thường giữ vị trí lãnh đạo cấp cao đến lãnh đạo cấp cơ sở trong công ty. Trình độ cao đẳng và trung cấp chiếm 36,36%

(năm 2012) chủ yếu là nhân viên các phòng ban. Còn lại đa phần là nghề và lao động phổ thông.

Xét theo giới tính, nói chung nam chiếm tỷ trọng lớn hơn trong công ty (63,63%). Hầu hết các phòng ban nam giới chiếm tỷ trọng lớn hơn nữ giới. Đặc biệt là các phòng chủ chốt tại công ty. Còn lao động nữ trong công ty chiếm 36,37% thường là lao động gián tiếp.

Xét theo độ tuổi lao động, đội ngũ lao động của công ty có tuổi đời còn trẻ, độ tuổi khoảng 23- 30 tuổi chiếm 40,91%(năm 2012). Đội ngũ này tuy năng động, sáng tạo, nhạy bén trong công việc nhưng kinh nghiệm của họ còn bị hạn chế mà rất cần thiết cho cạnh tranh thị trường. Bên cạnh đó thì lao động ở độ tuổi 3- 40 chiếm 31,82%(năm 2012). Họ là những người có trình độ tay nghề và dày dặn kinh nghiệm. Họ là đội ngũ lao động có năng lực, trình độ, chuyên môn cao. Do vậy trong công việc họ là lực lượng chủ chốt. Nhóm tuổi trên 40 tuổi vẫn chiếm tỷ lệ không nhỏ trong công ty. Mặc dù có người đã quá tuổi lao động nhưng họ vẫn tiếp tục làm việc một phần là do sức khỏe tốt và tinh thần trách nhiệm tương đối cao

Tóm lại sự đan xem giữa các lao động trong công ty là cần thiết, luôn có sự bổ sung lẫn nhau giữa kinh nghiệm, trình độ và sức khỏe, môi trường làm việc thuận tiện nhất cho toàn công ty.

❖ Sử dụng quản lý lao động trong doanh nghiệp

Việc quản lý sử dụng lao động kết hợp với sự phân công lao động hợp lý sẽ làm cho năng suất lao động của công nhân tăng lên, làm cho lợi nhuận của Công ty tăng lên.

Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình lấy việc sử dụng hợp kí nguồn nhân lực là công cụ hữu hiệu và quan trọng để nâng cao hiệu suất hoạt động của Công ty, Công ty luôn hoàn thiện công tác tổ chức lao động của mình. Tình hình sử dụng lao động của Công ty đã làm được những mặt sau:

- Công ty đã có chính sách khen thưởng và khuyến khích cho người lao động.

- Người lao động đều được làm việc trong một điều kiện vật chất đầy đủ, có nơi nghỉ ngơi, sinh hoạt vệ sinh cá nhân... có khu nhà bếp riêng gồm bếp ga, tủ lạnh, đồ dùng... để phục vụ việc ăn uống của công nhân.

- Hàng năm Công ty đều trích tiền đóng bảo hiểm y tế và bảo hiểm xã hội theo đúng quy định của nhà nước cho người lao động.

- Vào những ngày lễ như 2/9, Tết dương lịch... người lao động đều được nhận tiền thưởng nghỉ lễ.

- Quá trình phân công lao động được thực hiện một cách rõ ràng, hợp lý.

- Trong quá trình lao động, Công ty có chế độ kỷ luật khen thưởng rõ ràng, đồng thời tổ chức thi đua lao động giữa các cá nhân để nâng cao năng suất lao động của họ.

2.2 Phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty.

2.2.1 Đánh giá về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong giai đoạn 2010-2012

Đánh giá về hoạt động sản xuất kinh doanh từ đó ta có thể thấy được kết quả kinh tế của doanh nghiệp, trên cơ sở đó có thể đề ra các quyết định, phát huy được những điểm mạnh, khắc phục điểm yếu khai thác tốt nhất mọi tiềm năng trong doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp nâng cao năng suất chất lượng và hiệu quả các chỉ tiêu sản xuất kinh doanh.

2.2.1.1 Về sản phẩm của doanh nghiệp

Đối với nền kinh tế thị trường cạnh tranh hết sức gay gắt. Để tạo chỗ đứng cho mình và hình ảnh của mình thích hợp và vững chắc cũng như đảm bảo sự tồn tại và phát triển trong môi trường này thì bắt buộc các Công ty phải vạch cho mình một định hướng chiến lược cho hoạt động sản xuất kinh doanh.

Ở Công ty TNHH để quá trình kinh doanh đạt hiệu quả cao phải có nguồn ổn định và độ tin cậy cao đáp ứng nhu cầu thị trường một cách ổn định tốt nhất. Khi đã có nguồn hàng ổn định và tin cậy cùng với chiến lược thì bán

hàng lại là khâu quyết định phản ánh quá trình hoạt động kinh doanh của Công ty. Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình là một Công ty chuyên cung cấp và kinh doanh các sản phẩm ô tô, mô tô... đa chủng loại, mẫu mã sản phẩm phong phú và đa dạng đạt tiêu chuẩn về chất lượng. Nhằm đáp ứng yêu cầu thị trường và kinh doanh ngày càng mở rộng của Công ty luôn phải tự bổ sung và hoàn thiện mình để quá trình kinh doanh diễn ra một cách tốt nhất.

Sản phẩm của doanh nghiệp bao gồm những sản phẩm chủ yếu sau

STT	Tên sản phẩm	Nguồn gốc
1	Xe HD Accent	Hàn Quốc
2	Xe HD Sonata	Hàn Quốc
3	Xe HD Santafa	Hàn Quốc
4	Xe HD i30cw	Hàn Quốc
5	Xe HD Starex	Hàn Quốc
6	Xe HD Avante	Hàn Quốc
7	Xe HD Tucson	Hàn Quốc
8	Xe HD i10	Hàn Quốc
9	Xe HD i20	Hàn Quốc
10	Xe HD Con	Hàn Quốc

Không chỉ mang đến những sản phẩm chất lượng cao mà còn cung cấp dịch vụ bảo hành, bảo dưỡng, sửa chữa chuyên nghiệp, phụ tùng thay thế chính hãng, Hyundai Thái Bình cam kết đưa đến cho khách hàng sự hài lòng, thoải mái nhất khi sử dụng các sản phẩm của Hyundai.

Để phát triển thì công ty không ngừng đưa ra những chính sách phát triển sản phẩm mới, xâm nhập ngày càng rộng rãi đến các thị trường. Không ngừng đưa ra những sản phẩm có mẫu mã đẹp, chất lượng tốt đến với khách hàng.

Các dịch vụ mà công ty cung cấp đều hướng vào nhu cầu của mọi đối tượng tiêu dùng nên từ khi thành lập tới nay, chính sách sản phẩm của công ty là đa dạng hóa các dịch vụ, nhằm phục vụ tốt hơn nữa nhu cầu của người dân.

2.2.1.2 Về thị trường

Nền kinh tế nước ta trong những năm gần đây tương đối khó khăn do ảnh hưởng bởi khủng hoảng nền kinh tế thế giới. Vì thế nhu cầu lưu thông hàng hóa tương đối thấp.

Trong tình hình cạnh tranh ngày càng gay gắt, đây là lĩnh vực công ty đặc biệt quan tâm.

Hoạt động tìm kiếm, khai thác thị trường được công ty thực hiện một cách linh hoạt. Thêm vào đó là uy tín mà công ty gây dựng trong suốt thời gian qua đã giúp công ty có được những khách hàng hiện tại.

Từ ngày thành lập công ty không ngừng thay đổi và phát triển ngày càng vững mạnh vươn lên tự khẳng định mình trên thương trường .

Tọa lạc tại Số 140, đường Quang Trung, phường Trần Hưng Đạo, Hyundai Thái Bình nằm trên trục đường chính của thành phố Thái Bình, là khu vực tiềm năng phát triển mạnh mẽ trong những năm sắp tới. Hyundai Thái Bình có khả năng đáp ứng tốt cho nhu cầu mua sắm, sửa chữa, bảo dưỡng xe của khách hàng tại Thái Bình và các tỉnh lân cận khu vực Nam Trung Bộ với công suất phục vụ tới 100 lượt xe/ngày.

2.2.1.3 Về giá

Giá cả là biến số marketing duy nhất tạo ra doanh thu cho doanh nghiệp nên nó có tầm quan trọng đối với tình hình cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp. Ngoài tác dụng tạo ra doanh thu, giá cả còn được công ty sử

dụng như một công cụ marketing hữu hiệu để thu hút khách hàng, tạo tính cạnh tranh cho các dịch vụ của công ty.

Mức giá dịch vụ của công ty được xác định dựa vào chi phí dịch vụ và mức lãi dự kiến. Mức giá này do Giám đốc và phòng kinh doanh thị trường quy định.

Mức giá = chi phí + lợi nhuận mong muốn

Mức giá của dịch vụ thay đổi khi có sự biến động về nhu cầu của khách hàng hoặc do chiến lược cạnh tranh về giá của đối thủ. Phương pháp này có ưu điểm là thu được mức lợi nhuận mong muốn và dễ dàng trong quản lý giá cả, nhưng nó lại có nhược điểm là phức tạp trong quá trình tính toán chi phí dịch vụ. Tuy nhiên trong quá trình tính toán chi phí dịch vụ và lợi nhuận mong muốn, công ty đã tối thiểu các khoản chi phí phụ phát sinh để đảm bảo mức giá vừa đem lại lợi nhuận cho công ty, vừa mang tính cạnh tranh trên thị trường.

Giá được áp dụng cho từng lĩnh vực dịch vụ cụ thể. Mức giá có thể thấp hơn giá của đối thủ một chút đối với một số dịch vụ nhất định. Một số dịch vụ có tính chất đặc biệt thì mức giá do Doanh nghiệp tự xác định không theo giá cạnh tranh nhưng cũng không được cao hơn quá nhiều so với dịch vụ khác.

2.2.1.4 Những thuận lợi và khó khăn của công ty

❖ Thuận lợi

Xe Hyundai là loại xe có kiểu dáng mẫu mã đẹp do nhập khẩu tại Hàn Quốc lên mẫu mã rất bắt mắt khách hàng.

Công ty Hyundai Thái Bình địa chỉ tại 140 Quang Trung, thành phố Thái Bình nằm trên trục đường chính của thành phố Thái Bình là khu vực tiềm năng phát triển mạnh mẽ trong những năm sắp tới. Hyundai thái bình có khả năng đáp ứng tốt cho nhu cầu mua sắm, sửa chữa, bảo dưỡng xe của khách hàng tại Thái Bình và các tỉnh lân cận khu vực nam trung bộ như Nam Định, Ninh Bình,...

Thái Bình là tỉnh có thu nhập trung bình của người dân không cao vì thế thị trường ô tô với những hãng xe ở mức giá cao thì không phát triển được. Hyundai là loại xe có mức giá trung bình phù hợp với mức thu nhập của người dân Thái Bình vì thế đây là khu vực tiềm năng phát triển mạnh mẽ với hãng xe này.

Đội ngũ nhân viên của công ty năng động, chuyên nghiệp, giàu kinh nghiệm và nhạy bén trong ngành nghề hoạt động kinh doanh của Công ty. Và hơn hết Hyundai Thái Bình luôn tâm huyết, trung thực và mong muốn được trở thành người bạn đồng hành đáng tin cậy với khách hàng, với đối tác...

Cơ sở vật chất nằm tại trung tâm thành phố Thái Bình với diện tích trên 3000m², tổng vốn đầu tư trên 40 tỷ đồng và được xây dựng trên cơ sở 3S của tập đoàn Hyundai. Hyundai Thái Bình có showroom bán hàng sang trọng, lịch sự, xưởng dịch vụ được lắp đặt trang thiết bị hiện đại nhập khẩu từ châu Âu. Không chỉ mang đến những sản phẩm có chất lượng cao mà còn cung cấp dịch vụ bảo hành, bảo dưỡng, sửa chữa chuyên nghiệp, phụ tùng thay thế chính hãng, Hyundai Thái Bình cam kết đưa đến cho khách hàng sự hài lòng thoải mái nhất khi sử dụng các sản phẩm của Hyundai.

❖ Khó khăn

+ Cuộc khủng hoảng tài chính trên toàn thế giới lan rộng đã tác động mạnh đến hoạt động kinh doanh của công ty.

+ Phải cạnh tranh với những doanh nghiệp lớn có tên tuổi trên thị trường xe ô tô trong nước như: Hãng xe Toyota, Ford, Nissan....

+ Hoạt động trong cơ chế thị trường vừa phải cạnh tranh vừa phải đảm bảo chất lượng sản phẩm dịch vụ.

+ Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình có quy mô nhỏ với nguồn vốn và nhân lực hạn chế nên chịu ảnh hưởng rất nhiều trước biến động của thị trường ô tô thế giới cũng như trong nước. Điều này còn ảnh hưởng đến việc mở rộng quy mô hoạt động cũng như đa dạng hoá kinh doanh và công tác tổ chức quản lý và triển khai các hoạt động nghiệp vụ.

+ Doanh thu qua các năm của Công ty đều tăng nhưng chưa đều một phần do biến động trong giá cả mặt hàng kinh doanh, phần khác do lượng bán ra phụ thuộc vào lượng hợp đồng kí kết với khách hàng.

+ Công ty chưa xây dựng được một chiến lược kinh doanh dài hạn, khả năng cạnh tranh của Công ty so với các đối thủ chưa cao .

2.2.1.5 Phân tích bảng báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty

Bảng 2.1: Báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	161,162,786,544	289,230,133,930	181,637,968,547
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	1,336,363,636	11,827,041,857	17,382,000
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	159,826,422,908	277,403,092,073	181,620,586,547
4. Giá vốn hàng bán	157,082,377,432	264,496,241,539	170,022,849,057
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	2,744,045,476	12,906,850,534	11,597,737,490
6. Doanh thu hoạt động tài chính	258,153,609	41,884,670	40,889,388
7. Chi phí tài chính	2,718,703,785	2,092,668,885	3,767,691,940
Trong đó : chi phí lãi vay	2,672,507,941	1,622,589,857	2,335,019,339
8. Chi phí bán hàng	5,078,859,805	10,562,698,979	5,607,121,667
9. Chi phí quản lý kinh doanh	1,591,508,360	3,362,395,172	1,857,009,002
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	406,804,269
11. Thu nhập khác	0	0	0
12. Chi phí khác	0	0	0
13. Lợi nhuận khác	0	0	0
14. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	406,804,269
15. Thuế thu nhập doanh nghiệp	0	0	101,701,067
16. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	305,103,202

Nhìn vào bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty ta thấy:

+ Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2012 so với 2011 giảm 37,2% tương ứng giảm 107,592,165,383 đồng. Nhưng các khoản giảm trừ doanh thu đã giảm những 99,9%, điều này chứng tỏ công ty đã phát huy được các tiềm lực của sản phẩm và những ưu điểm của công ty.

+ So với năm 2011 thì năm 2012 Doanh thu từ hoạt động tài chính giảm nhẹ 2,4%. Trong khi doanh thu từ hoạt động tài chính giảm xuống nhưng chi phí tài chính lại không hề giảm, ngược lại nó tăng lên những 80%, phần lớn nguyên nhân là do tăng chi phí lãi vay.

+ Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp của công ty so với năm 2011 thì đã giảm xuống được gần một nửa, chứng tỏ công ty đã dần ổn định quy mô, quen với môi trường làm việc, tiết kiệm được chi phí.

+ Năm 2012 chi phí đã giảm nhiều so với năm 2011 điều đó đã làm cho lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp tăng lên.

⇒ Nhìn chung năm 2012 lợi nhuận của công ty tăng. Mặc dù ảnh hưởng bởi nguyên nhân khách quan là do tác động nặng nề, phức tạp của khủng hoảng tài chính, suy thoái kinh tế toàn cầu nhưng công ty vẫn khắc phục được và đạt được hiệu quả trong kinh doanh.

2.2.2 Phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp thông qua các chỉ tiêu.

2.2.2.1 Phân tích chỉ tiêu về doanh thu, lợi nhuận

Bảng 2.2: Bảng chi tiêu về doanh thu, lợi nhuận của doanh nghiệp

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2011 so với năm 2010		Năm 2012 so với năm 2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	159,826,422,908	277,403,092,073	181,620,586,547	117,576,669,165	73,57%	(95,782,505,526)	(34,53)%
2. Doanh thu hoạt động tài chính	258,153,609	41,884,670	40,889,388	(216,268,939)	(83,78)%	(995,282)	(2,4)%
3. Thu nhập khác	0	0	0	0	0	0	0
4. Tổng doanh thu	160,084,576,517	277,444,976,743	181,661,475,935	117,360,400,226	73,31%	(95,783,500,808)	(34,52)%
5. Lợi nhuận sau thuế	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	305,103,202	3,317,845,033	51,95%	3,374,131,034	(109,9)%
6. Tỷ suất lợi nhuận doanh thu	(0.04)	(0,01)	0,002	0,03	75%	0,012	120%

Nguồn (Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình qua 3 năm 2010,2011 và 2012)

Theo số liệu ở bảng trên ta thấy: Tổng doanh thu năm 2011 tăng lên so với năm 2010 là 117,360,400,226 đồng tương đương với 73,31%. Tổng doanh thu năm 2012 so với năm 2011 là giảm 95,783,500,808 đồng tương đương với 34,52% nguyên nhân chủ yếu làm cho doanh thu năm 2012 giảm xuống là do doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ giảm. Nguyên nhân là do trong thời gian này tình hình kinh tế kém phát triển dẫn tới tình hình tiêu thụ sản phẩm ô tô tại Thái Bình nói riêng và cả nước nói chung bị ngừng lại dẫn tới doanh thu của doanh nghiệp giảm xuống đáng kể.

- Lợi nhuận sau thuế năm 2012 là 305,103,202 đồng, năm 2011 là - 3,069,027,832 đồng. Như vậy lợi nhuận của doanh nghiệp đã tăng lên 3,317,845,033 đồng tương ứng với tăng lên 109,9%. Nguyên nhân chính là do năm 2012 doanh thu giảm xuống so với năm 2011 là 34,52%, mức giảm của chi phí năm 2012 so với năm 2011 là 35,38% điều đó cho thấy mức giảm của chi phí cao hơn mức giảm của doanh thu. Lợi nhuận của doanh nghiệp tăng lên đây là ưu điểm của doanh nghiệp.

- Tỷ suất LNST trên doanh thu thuần của công ty năm 2012 là 0,002. Điều này có nghĩa là trong 1 đồng doanh thu thuần mà công ty thực hiện được trong năm 2012 có 0,002 đồng LNST. Tỷ suất này năm 2010 và 2011 không đạt được vì không có lợi nhuận.

2.2.2.2 Phân tích chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng chi phí

Chi phí trong quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ các hao phí về lao động và vật hóa mà doanh nghiệp đã bỏ ra trong kỳ kinh doanh nhất định.

Chi phí kinh doanh là một trong những chỉ tiêu quan trọng giúp cho các nhà hoạch định tài chính của doanh nghiệp có thể tổng hợp và đưa ra những giải pháp nhằm hoàn thiện và nâng cao tình hình tài chính của doanh nghiệp. Vì vậy khi phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh các chỉ tiêu chi phí là một chỉ tiêu không thể thiếu trong quá trình thực hiện.

Chi phí tài chính gồm:

- + Giá vốn bán hàng
- + Chi phí bán hàng
- + Chi phí quản lý doanh nghiệp
- + Chi phí tài chính

Bảng 2.3: Bảng phân tích các chỉ tiêu chi phí

ĐVT: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2011 so với năm 2010		Năm 2012 so với năm 2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1.Giá vốn hàng bán	157,082,377,432	264,496,241,539	170,022,849,057	107,413,864,107	68,38%	(94,473,392,482)	(35,72)%
2.Chi phí bán hàng	5,078,859,805	10,562,698,979	5,607,121,667	5,483,839,174	107,97%	(4,955,577,312)	(46,92)%
3.Chi phí quản lý doanh nghiệp	1,591,508,360	3,362,395,172	1,857,009,002	1,770,886,812	111,27%	(1,505,386,170)	(44,77)%
4.Chi tài chính	2,718,703,785	2,092,668,885	3,767,691,940	(626,034,900)	(23,63)%	1,675,023,055	80,04%
5.Tổng chi phí	166,471,449,382	280,514,004,575	181,254,671,666	114,042,555,193	68,5%	(99,259,332,909)	(35,38)%
6.Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	159,826,422,908	277,403,092,073	181,620,586,547	117,576,669,165	73,57%	(95,782,505,526)	(34,53)%
7.Thu nhập khác	0	0	0	0	0	0	0
8.Doanh thu hoạt động tài chính	258,153,609	41,884,670	40,889,388	(216,268,939)	(83,78)%	(995,282)	(2,4)%
9.Tổng doanh thu	160,084,576,517	277,444,976,743	181,661,475,935	117,360,400,226	73,31%	(95,783,500,808)	(34,52)%
10.Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	305,103,202	3,317,845,033	51,95%	3,374,131,034	(109,9)%
11.Hiệu quả sử dụng chi phí (9/5)	0,962	0,989	1,002	0,027	2,8%	0,013	1,31%
12.Sức sinh lời chi phí (10/5)	(0,038)	(0,011)	0,002	0,027	(71,05)%	(0,009)	81,81%

Nguồn (Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình qua 3 năm 2010,2011 và 2012)

Qua bảng tổng hợp về chi phí sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp ta có những kết luận sau:

+ Tổng chi phí năm 2011 so với năm 2010 tăng lên 114,042,555,193 nghìn đồng tương đương với tăng lên 68,5%. Tổng chi phí tăng lên do tăng của giá vốn hàng bán, chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp. Trong đó giá vốn hàng bán là một nhân tố quan trọng và chiếm phần lớn trong tổng chi phí và mang tính quyết định chi phí cao hay thấp.

Hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp năm 2011 là 0,989 có nghĩa là 1 đồng chi phí bỏ ra thì thu được 0,989 đồng doanh thu thuần. Ta có hiệu quả sử dụng chi phí của năm 2011 cao hơn 2010 là 0,027 lần tuy là 1 tỷ lệ tương đối nhỏ nhưng cũng là thành tích đáng mừng của doanh nghiệp trong việc đem lại hiệu quả cho doanh nghiệp.

Tổng chi phí của công ty năm 2011 tăng lên là do công ty đầu tư mua sắm 1 số máy móc thiết bị phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Chi phí ban đầu của việc đưa máy móc thiết bị vào quản lý là rất lớn lên kéo theo chi phí đào tạo sử dụng máy móc thiết bị của nhân viên là khá lớn. Vì vậy trong thời gian ban đầu chi phí chưa làm tăng doanh thu cho công ty. Trong thời gian tới và trong tương lai khi đã làm quen được với công việc mới, cách quản lý mới mong đợi sẽ đem lại nguồn tăng doanh thu đáng kể.

+ Tổng chi phí năm 2012 so với năm 2011 giảm 99,259,332,909 nghìn đồng tương đương với giảm 35,38%. Tổng chi phí giảm là do giảm của giá vốn hàng bán, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp. Trong đó giá vốn hàng bán là nhân tố quan trọng nhất giúp tổng chi phí của năm 2012 giảm so với năm 2011, giá vốn hàng bán giảm là do 1 số nguyên nhân sau:

- Do giá nguyên vật liệu đầu vào giảm, đồng thời doanh nghiệp tăng cường công tác quản lý sản xuất, sử dụng tối đa công suất máy móc thiết bị, giảm thời gian ngừng máy, khiến năng suất lao động tăng lên làm cho giá vốn hàng bán năm 2012 giảm xuống so với năm 2011, do nguyên nhân chủ yếu là không bán được hàng

- Chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp năm 2012 cũng giảm so với năm 2011 là do việc thắt chặt chi phí của doanh nghiệp, cắt giảm nhân công dư thừa

Hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp năm 2012 là 1,002 có nghĩa là 1 đồng chi phí bỏ ra thì thu được 1,002 đồng doanh thu thuần. Ta có hiệu quả sử dụng chi phí của năm 2012 cao hơn 2011 là 0,013 lần tuy là 1 tỷ lệ tương đối nhỏ nhưng cũng là thành tích đáng mừng của doanh nghiệp trong việc đem lại hiệu quả cho doanh nghiệp. Điều đó chứng tỏ việc thay đổi chi phí là hiệu quả hơn, hiệu quả sử dụng chi phí tăng. Do vậy đã làm tỷ suất lợi nhuận/ chi phí : Năm 2012 tỷ suất này đã cao hơn năm 2011 là 81,81%, đây là 1 dấu hiệu tốt chứng tỏ doanh nghiệp đã sử dụng chi phí hiệu quả hơn.

Như vậy trong năm 2012 cứ 1 đồng chi phí bỏ ra thu được 0,002 đồng lợi nhuận, còn trong năm 2011 cứ 1 đồng chi phí bỏ ra thì thu về (0,011) đồng lợi nhuận. Ta có thể thấy việc sử dụng chi phí của doanh nghiệp năm 2012 so với năm 2011 đã có hiệu quả. Tuy nhiên chỉ số này vẫn còn thấp vì vậy cần tìm ra những giải pháp để nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí hơn nữa để góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của mình trong thời gian tới.

2.2.2.3 Phân tích chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng lao động

Một doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả là một doanh nghiệp sử dụng các yếu tố đầu vào một cách hợp lý nhất trong đó lao động là yếu tố hàng đầu. Để một doanh nghiệp có thể tồn tại và phát triển được phụ thuộc vào 3 yếu tố: Con người, đối tượng lao động và công cụ lao động. Trên thực tế con người là yếu tố quan trọng hàng đầu, con người là người sản xuất ra máy móc thiết bị phù hợp với sản xuất kinh doanh, điều khiển chúng hoạt động. Ngoài ra con người có thể huy động, tìm kiếm nguồn vốn cho doanh nghiệp, tìm mọi biện pháp để bù đắp những thiếu hụt về mặt tài chính. Có thể nói lao động là nhân tố quan trọng quyết định đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp vì vậy đánh giá kết quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp chúng ta không thể bỏ qua nhân tố lao động.

Bảng 2.4: Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng lao động

Đơn vị: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2011 so với năm 2010		Năm 2012 so với năm 2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1.Số lao động bình quân	21	21	22	0	0	1	4,76%
2.Doanh thu thuần	159,826,422,908	277,403,092,073	181,620,586,547	117,576,669,165	73,57%	(95,782,505,526)	(34,53)%
3.Lợi nhuận sau thuế	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	305,103,202	3,317,845,033	51,95%	3,374,131,034	109,9%
4.Doanh lợi lao động(3/1)	(304,136,803)	(146,144,182)	13,868,327	157,992,620	(51,95)%	160,012,509	(109,5)%
5.Năng suất bình quân 1 lao động(2/1)	7,610,782,043	13,209,671,051	8,255,481,207	5,598,889,008	73,56%	(4,954,189,844)	(37,5)%

Nguồn (Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình qua 3 năm 2010,2011 và 2012)

+ Phân tích chỉ tiêu năng suất bình quân 1 lao động

Chỉ tiêu này phản ánh 1 lao động của doanh nghiệp trong năm làm ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Theo bảng trên ta thấy doanh thu bình quân của 1 lao động trong doanh nghiệp năm 2012 so với năm 2011 là giảm xuống 5,516,728,122 đồng tương đương với giảm 40,05%

+ Phân tích chỉ tiêu doanh lợi của 1 lao động

Bên cạnh chỉ tiêu doanh thu bình quân 1 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 doanh nghiệp.

Mức sinh lời 1 lao động cho biết bình quân 1 lao động trong công ty trong 1 năm làm ra bao nhiêu đồng lợi nhuận

Ta có khả năng sinh lời 1 lao động của năm 2012 so với năm 2011 là 160,012,509 đồng tương ứng với 109,5%

Qua bảng phân tích tình hình lao động ta thấy: Số lượng lao động của doanh nghiệp năm 2011 là 21 người, sang năm 2012 là 22 người tăng 4,76% so với năm 2011, sức sinh lời của doanh nghiệp tăng lên. Điều đó cho thấy doanh nghiệp sử dụng lao động 1 cách có hiệu quả. Do sự tăng lên về nguồn nhân lực của doanh nghiệp cùng với 1 sự tích cực khác tới hoạt động kinh tế của doanh nghiệp nên hiệu quả sử dụng lao động tương đối tăng lên. Như vậy qua phân tích trên ta thấy công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình đã sử dụng lực lượng lao động của mình tương đối hiệu quả góp phần đáng kể vào nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

2.2.2.4 Phân tích chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng vốn

Hoạt động sản xuất kinh doanh đòi hỏi phải có vốn đầu tư. Có thể nói rằng vốn là tiền đề cho mọi hoạt động của doanh nghiệp. Như chúng ta đã biết, trước khi đi vào hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp phải đi đăng ký vốn pháp định và vốn điều lệ.

Vốn là một nhân tố quan trọng quyết định đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Là chìa khóa, là điều kiện tiền đề cho các doanh

nghiệp thực hiện mục tiêu kinh doanh của mình là lợi nhuận và lợi thế an toàn.

Hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp là chỉ tiêu phản ánh kết quả tổng hợp nhất quá trình sử dụng các loại vốn. Đó là sự tối thiểu hóa các loại vốn cần sử dụng và tối đa hóa kết quả hay khối lượng nhiệm vụ sản xuất kinh doanh trong một giới hạn nguồn nhân tài, vật lực phù hợp với hiệu quả kinh tế nói chung.

Hiệu quả sử dụng vốn phản ánh mối quan hệ đầu vào và đầu ra trong quá trình sản xuất. Vì vậy có thể nói vốn là một nhân tố vô cùng quan trọng và thiết yếu cho bất kỳ doanh nghiệp nào.

- + Phải sử dụng vốn một cách tiết kiệm hợp lý
- + Quản lý vốn chặt chẽ nghĩa là không để vốn bị sử dụng sai mục đích, không để vốn thất thoát do buông lỏng quản lý.

❖ Phân tích đánh giá về hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh

Vốn kinh doanh phải có trước khi diễn ra các hoạt động sản xuất kinh doanh. Vốn được coi là số tiền ứng trước cho kinh doanh. Điều kiện này doanh nghiệp có thể vận dụng các hình thức huy động và đầu tư vốn khác nhau để đạt mức sinh lời cao nhất nhưng vẫn nằm trong khuôn khổ của pháp luật.

Vốn được biểu hiện là một khoản tiền bỏ ra nhằm mục đích kiếm lời. Vốn kinh doanh của doanh nghiệp là biểu hiện của toàn bộ tài sản của doanh nghiệp bỏ ra cho hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm mục đích sinh lời. Để biết được hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp ta đi phân tích một số chỉ tiêu kinh tế tổng hợp:

Bảng 2.5: Bảng đánh giá hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh

Đơn vị: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2011 so với năm 2010		Năm 2012 so với năm 2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1.Lợi nhuận trước thuế	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	406,804,269	3,317,845,033	51,95%	3,475,832,101	(113,25)%
2.Doanh thu thuần	159,826,422,908	277,403,092,073	181,620,586,547	117,576,669,165	73,57%	(95,782,505,526)	(34,53)%
3.Vốn kinh doanh bình quân	216,190,955,677	263,673,566,166	267,279,309,942	47,482,610,489	21,96%	3,605,743,776	1,37%
4.Sức sản xuất vốn kinh doanh(2/3)	0,74	1,05	0,68	0,31	41,33%	(0,37)	(35,23)%
5.Sức sinh lời vốn kinh doanh(1/3)	(0,03)	(0,01)	0,002	0,02	(66,67)%	0,012	(120)%

❖ Nguồn (Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và bảng cân đối kế toán của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình qua 3 năm 2010,2011 và 2012

+ Ta có vốn kinh doanh của năm 2011 tăng lên so với năm 2010 là 47,482,610,489 đồng tương đương với tăng 21,96%, năm 2012 tăng lên so với năm 2011 là 3,605,743,776 đồng tương đương với tăng lên 1,37% bên cạnh đó doanh thu năm 2012 cũng giảm xuống so với 2011 là 95,782,505,526 đồng tương đương với giảm 34,53%

+ Chỉ tiêu sức sinh lời: Nhằm phản ánh một đồng vốn kinh doanh bỏ ra trong kỳ sẽ thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Cụ thể:

- Năm 2010 một đồng vốn kinh doanh bỏ ra thu được -0,03 đồng lợi nhuận sau thuế

- Năm 2011 một đồng vốn kinh doanh bỏ ra thu được -0,01 đồng lợi nhuận sau thuế

- Năm 2012 một đồng vốn kinh doanh bỏ ra thu được 0,001 đồng lợi nhuận sau thuế

Như vậy năm 2012 sức sinh lời vốn kinh doanh đã tăng lên so với năm 2011 điều đó cho thấy doanh nghiệp đang làm ăn có lãi, đây là ưu điểm của doanh nghiệp trong việc sử dụng hiệu quả về vốn kinh doanh đem lại lợi nhuận cho doanh nghiệp. Điều đó cho thấy doanh nghiệp sử dụng vốn kinh doanh có hiệu quả hơn. Vì vậy doanh nghiệp cần duy trì và phát huy tốt hơn trong thời gian tới.

+ Chỉ tiêu về sức sản xuất vốn kinh doanh: Phản ánh cứ 1 đồng vốn kinh doanh bình quân tham gia vào kinh doanh trong kỳ tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu thuần. Với số liệu tính được theo bảng trên ta thấy sức sản xuất của vốn kinh doanh năm 2011 cao hơn so với năm 2010 là 0,31 đồng tương ứng với tăng 41,33% điều này cho thấy năm 2011 kinh doanh sử dụng vốn có hiệu quả hơn so với năm 2010, sức sản xuất năm 2012 giảm xuống so với năm 2011 là 0,37 đồng tương đương với 35,23% điều đó cho thấy đến năm 2012 kinh doanh sử dụng vốn của doanh nghiệp chưa có hiệu quả. Điều đó cho thấy hiệu suất sử dụng cũng như hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp chưa cao

đòi hỏi phải có những đầu tư, cải thiện hợp lý để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn hay tăng tốc độ vòng quay của vốn.

❖ Phân tích đánh giá về việc sử dụng vốn cố định

Vốn cố định là số vốn đầu tư trước để mua sắm xây dựng, hay lắp đặt TSCĐ hữu hình và vô hình. Số vốn này nếu được sử dụng hiệu quả thì sẽ không bị mất đi mà doanh nghiệp sẽ thu hồi lại được sau khi tiêu thụ sản phẩm hay dịch vụ của mình.

Bảng 2.6: Bảng phân tích về hiệu quả sử dụng vốn cố định

Đơn vị: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2011 so với năm 2010		Năm 2012 so với năm 2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1. Doanh thu thuần	159,826,422,908	277,403,092,073	181,637,968,547	117,576,669,165	73,57%	(95,765,123,526)	(34,52)%
2. Lợi nhuận trước thuế	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	406,804,269	3,317,845,033	(51,95)%	3,475,832,101	(113,25)%
3. Vốn cố định bình quân	58,879,248,704	64,865,433,960	59,454,602,898	5,986,185,256	10,17%	(5,410,831,063)	(8,34)%
4. Hiệu quả sử dụng vốn(1/3)	2,71	4,28	3,06	1,57	57,93%	(1,22)	(28,5)%
5. Tỷ suất sinh lời TSCĐ(2/3)	(0,11)	(0,05)	0,01	0,06	(54,55)%	0,06	(120)%

Nguồn (Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và bảng cân đối kế toán của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình qua 3 năm 2010,2011 và 2012

Qua bảng số liệu trên ta thấy, tình hình sử dụng vốn cố định của công ty là không có khả quan lắm. Việc sử dụng vốn là chưa có hiệu quả.

+ Tuy tỷ suất sinh lời tăng lên nhưng không đáng kể. Một đồng vốn cố định bình quân năm 2010 tạo ra -0,11 đồng lợi nhuận sau thuế, một đồng vốn cố định năm 2011 tạo ra -0,05 đồng lợi nhuận sau thuế và một đồng vốn cố định năm 2012 tạo ra được 0,01 đồng lợi nhuận sau thuế. Như vậy tỷ suất lợi nhuận trên vốn cố định bình quân năm 2012 so với năm 2011 là tăng lên 0,06 đồng tương ứng với 120%. Vốn cố định năm 2011 so với 2010 tăng lên là do công ty mua sắm thêm 1 số máy móc thiết bị nhằm phục vụ cho quá trình kinh doanh của công ty vậy lên việc tăng vốn cố định là điều đương nhiên. Ta thấy việc sử dụng hiệu quả vốn cố định tăng lên nhưng chưa đáng kể, nhưng đó cũng là điều đáng mừng của công ty trong việc sử dụng hiệu quả vốn cố định. Để đạt được kết quả cao hơn nữa, trong thời gian tới doanh nghiệp cần cho những biện pháp tiết kiệm chi phí sử dụng TSCĐ một cách hiệu quả nhất để nâng cao giá trị lợi nhuận của doanh nghiệp.

+ Hiệu quả sử dụng vốn cố định: Một đồng vốn cố định bình quân năm 2010 tạo ra 2,71 đồng doanh thu thuần, năm 2011 tạo ra 4,28 đồng doanh thu thuần và năm 2012 tạo ra 3,06 đồng doanh thu thuần. Ta so sánh 2 năm 2011 và 2012 ta thấy chỉ tiêu này giảm xuống 1,22 đồng tương ứng với giảm 28,5% điều đó cho thấy việc giảm vốn cố định kéo theo doanh thu của doanh nghiệp cũng giảm xuống.

Như vậy trong năm 2012 cùng với việc giảm vốn cố định kéo theo việc giảm lợi nhuận của doanh nghiệp trong năm. Để có được kết quả cao doanh nghiệp cần có những biện pháp tiết kiệm chi phí sử dụng TSCĐ một cách hiệu quả nhất để nâng cao giá trị lợi nhuận của doanh nghiệp.

❖ Phân tích đánh giá về việc sử dụng vốn lưu động

Vốn lưu động là biểu hiện bằng tiền của tài sản lưu động như nguyên vật liệu, bán thành phẩm... Nó chỉ tham gia vào một chu trình sản xuất kinh

doanh của doanh nghiệp và không giữ nguyên hình thái vật chất ban đầu, giá trị của nó được chuyển dịch toàn bộ một lần vào giá trị sản xuất.

Trong nền kinh tế thị trường để hình thành tài sản lưu động doanh nghiệp phải bỏ ra một số vốn đầu tư ban đầu nhất định. Vì vậy, cũng có thể nói vốn lưu động của doanh nghiệp là vốn ứng trước để đầu tư, mua sắm các tài sản lưu động của doanh nghiệp.

Để thấy được tình hình sử dụng vốn lưu động của doanh nghiệp ta đi phân tích 1 số chỉ tiêu sau:

Bảng 2.7: Tình hình sử dụng vốn lưu động

Đơn vị: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2011 so với năm 2010		Năm 2012 so với năm 2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1. Doanh thu thuần	159,826,422,908	277,403,092,073	181,637,968,547	117,576,669,165	73,57%	(95,765,123,526)	(34,52)%
2. Lợi nhuận trước thuế	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	406,804,269	3,317,845,033	(51,95)%	3,475,832,101	(113,25)%
3. Vốn lưu động bình quân	157,311,706,973	198,808,132,206	207,824,707,044	41,496,425,233	26,38%	9,016,574,838	4.54%
4. Các khoản phải thu bình quân	36,856,760,067	44,703,201,505	54,265,599,622	7,846,441,438	21,29%	9,562,398,117	21,39%
5. Hàng tồn kho	115,214,198,665	102,909,117,128	112,488,224,919	(12,305,081,537)	(10,68)%	9,579,107,791	9,3%
6. Sức sinh lời của vốn lưu động(2/3)	(0,04)	(0,02)	0,002	0,02	50%	0,022	110%
7. Sức sản xuất VLĐ(1/3)	1,02	1,4	0,87	0,38	37,25%	(0,53)	(37,85)%
8. Kỳ luân chuyển VLĐ(360/(7))	352,9	257,1	413,8	(95,8)	(27,15)%	156,7	60,94%

Nguồn (Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và bảng cân đối kế toán của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình qua 3 năm 2010,2011 và 2012)

Qua bảng số liệu trên ta thấy:

- Sức sản xuất vốn lưu động: Sức sản xuất của vốn lưu động năm 2012 giảm xuống so với năm 2011 là 0,53 đồng tương đương với giảm xuống 37,85% . Chỉ tiêu này cho biết 1 đồng vốn bình quân năm 2012 đem lại 0,87 đồng doanh thu thuần. Bên cạnh đó 1 đồng vốn lưu động bình quân năm 2011 đem lại 1,4 đồng doanh thu thuần. Điều này cho thấy tốc độ luân chuyển vốn lưu động của doanh nghiệp tương đối chậm.

- Sức sinh lợi của vốn lưu động: Qua số liệu tính toán được tại bảng trên ta thấy sức sinh lời của vốn lưu động qua các năm có xu hướng tăng lên. Sức sinh lợi của vốn lưu động năm 2012 tăng lên so với năm 2011 là 0,022 đồng tương ứng với 110%. Chỉ tiêu này trong năm 2012 phản ánh 1 đồng vốn lưu động bình quân đem lại 0,002 đồng lợi nhuận sau thuế. Bên cạnh đó năm 2011 một đồng vốn lưu động bình quân đem lại -0,02 đồng lợi nhuận sau thuế. Mặc dù sức sinh lời của vốn lưu động năm 2012 tăng lên so với năm 2011 nhưng chỉ số này vẫn ở mức thấp. Vì vậy trong thời gian tới doanh nghiệp cần có những biện pháp sử dụng chi phí VLD một cách hợp lý để nâng cao lợi nhuận của xí nghiệp.

- Kỳ luân chuyển vốn lưu động:

Kỳ luân chuyển vốn lưu động năm 2010 là 353 ngày, năm 2011 là 258 ngày và năm 2012 là 414 ngày. Như vậy kỳ luân chuyển của vốn lưu động bình quân năm 2012 so với năm 2011 là tăng lên 157 ngày tương ứng với tăng lên 60,94% ta thấy kỳ luân chuyển của vốn lưu động của doanh nghiệp ở mức khá cao. Ta thấy trung bình xí nghiệp cần gần 11 tháng để quay vòng vốn lưu động điều đó cho thấy hiệu quả sử dụng vốn lưu động còn ở mức thấp.

Qua việc phân tích tình hình sử dụng vốn lưu động trên ta có thể kết luận rằng tình hình sử dụng vốn lưu động còn chưa tốt, doanh nghiệp sử dụng chưa hiệu quả nguồn VLD.

2.2.2.5 Phân tích chỉ tiêu về tài chính căn bản

Phân tích báo cáo tài chính nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng thông tin của nhiều đối tượng quan tâm đến những khía cạnh khác nhau của vấn đề tài chính phục vụ cho các mục đích của mình.

Phân tích tài chính tính toán 1 vài chỉ số chủ yếu đo lường thành quả của công ty. Các chỉ số tài chính này có thể giúp chúng ta đưa ra những câu hỏi đúng, giả dụ giám đốc tài chính có thể đưa ra một vài câu hỏi về chỉ số nợ của công ty và phân tăng giảm lợi nhuận do lãi vay. Tương tự với các chỉ số tài chính có thể cảnh giác giám đốc về những khó khăn tiềm ẩn. Do đó các chỉ tiêu tài chính được coi là biểu hiện đặt trung nhất về tài chính của doanh nghiệp trong từng thời kỳ nhất định.

A, Các chỉ tiêu về khả năng thanh toán

Trong quá trình sản xuất kinh doanh, để tài trợ cho các tài sản của mình các doanh nghiệp không chỉ sử dụng nguồn vốn chủ sở hữu mà còn cần đến các nguồn tài trợ khác là vay nợ. Việc vay nợ này thực hiện cho nhiều đối tượng và nhiều hình thức khác nhau. Bất kỳ với một đối tượng nào thì mục đích đầu tiên và quan trọng nhất khi cho vay là người cho vay sẽ xem xét doanh nghiệp có khả năng thanh toán các khoản vay không tức là khả năng thanh toán của doanh nghiệp ở mức độ nào.

Khả năng thanh toán của doanh nghiệp phản ánh mối quan hệ tài chính giữa các khoản có khả năng thanh toán trong kỳ với các khả năng phải thanh toán trong kỳ. Đồng thời thể hiện rõ thanh toán đó sẽ là dấu hiệu đầu tiên của khó khăn tài chính, còn nếu nghiêm trọng hơn có thể đưa doanh nghiệp đến phá sản. Vì vậy khả năng thanh toán là một chỉ tiêu quan trọng trong phân tích tình hình tài chính của doanh nghiệp, trên cơ sở giúp doanh nghiệp tìm ra nguyên nhân và đưa ra các giải pháp nhằm hạn chế mức độ rủi ro của doanh nghiệp. Khả năng thanh toán của doanh nghiệp thường được xem xét ở mức độ ngắn hạn.

Bảng 2.8: Bảng tổng hợp nhóm chỉ tiêu thanh toán

Đơn vị: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2011 so với năm 2010		Năm 2012 so với năm 2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1. Tổng tài sản	226,190,955,677	301,156,176,655	233,402,443,228	74,965,220,978	33,14%	(67,753,733,427)	(22,5)%
2. Tổng nợ	132,579,903,447	191,790,295,802	145,746,346,343	59,210,392,355	44,66%	(46,043,949,459)	(24)%
3. Tài sản ngắn hạn	162,311,706,973	235,304,557,439	180,334,856,649	72,992,850,466	44,97%	(54,969,700,790)	(23,36)%
4. Nợ ngắn hạn	129,689,654,965	189,238,516,827	143,249,243,736	59,548,861,862	45,92%	(45,989,273,091)	(24,3)%
5. Hàng tồn kho	115,214,198,665	102,909,117,128	112,488,224,919	(12,305,081,537)	(10,68)%	9,579,107,791	9,3%
6. Lợi nhuận tt	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	406,804,269	3,317,845,033	(51,95)%	3,475,832,101	(113,3)%
7. Khả năng thanh toán tổng quát(1/2)	1,706	1,57	1,60	(0,136)	(7,97)%	0,03	1,91%
8. Khả năng thanh toán hiện thời(3/4)	1,252	1,243	1,26	(0,009)	(0,72)%	0,017	1,37%
9. Khả năng thanh toán nhanh(3-5/4)	0,36	0,7	0,47	0,34	94,44%	(0,23)	(32,86)%

Nguồn (Bảng cân đối kế toán công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình)

❖ Khả năng thanh toán tổng quát:

Khả năng thanh toán phản ánh mối quan hệ giữa tổng tài sản hiện tại mà công ty đang quản lý với tổng nợ phải trả, nó cho biết cứ 1 đồng vay nợ có bao nhiêu đồng trị giá tài sản đảm bảo. Qua bảng trên ta thấy hệ số thanh toán của doanh nghiệp năm 2010 là 1,7 lần, năm 2011 là 1,57 lần và năm 2012 là 1,6 lần, ta thấy tỷ số này không được cao tuy nhiên chỉ số này trong 3 năm vẫn lớn hơn 1 là tốt. Điều đó chứng tỏ các khoản huy động bên ngoài đều có tài sản đảm bảo.

+ Năm 2010 đi vay 1 đồng thì có 1,7 đồng đảm bảo

+ Năm 2011 đi vay 1 đồng thì có 1,57 đồng đảm bảo

+ Năm 2012 đi vay 1 đồng thì có 1,6 đồng đảm bảo

Ta có khả năng thanh toán qua 3 năm chưa cao nhưng hệ số này vẫn tương đối ổn định và lớn hơn 1. Do đó có thể thấy rằng khả năng thanh toán của doanh nghiệp vẫn có thể chấp nhận được và vẫn có thể giữ được lòng tin đối với đối tác, khách hàng và nhà đầu tư.

❖ Khả năng thanh toán hiện hành

Đây là 1 trong những thước đo khả năng thanh toán của công ty được sử dụng rộng rãi nhất. Hệ số thanh toán hiện hành cho thấy công ty có bao nhiêu tài sản có thể chuyển đổi thành tiền mặt để đảm bảo thanh toán các khoản nợ ngắn hạn, tỷ số này đo lường khả năng trả nợ của công ty.

+ Năm 2010 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì đảm bảo bởi 1,252 đồng tài sản ngắn hạn

+ Năm 2011 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì đảm bảo bởi 1,243 đồng tài sản ngắn hạn

+ Năm 2012 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì đảm bảo bởi 1,26 đồng tài sản ngắn hạn

Theo số liệu trên ta thấy hệ số thanh toán qua các năm có chiều hướng tăng lên nhưng không đáng kể, điều đó cho thấy khả năng thanh toán của công ty tăng lên

Khả năng thanh toán hiện thời của công ty không cao dễ dẫn tới không thể thanh toán được hết các khoản nợ ngắn hạn đến hạn. Đồng thời mất uy tín với các chủ nợ, lại vừa không có tài sản dự trữ kinh doanh.

❖ **Khả năng thanh toán nhanh**

Hệ số thanh toán nhanh của công ty năm 2010 là 0,36 lần có nghĩa là cứ 1 đồng tài sản có 0,36 đồng tính thanh khoản cao cho 1 đồng đến nợ ngắn hạn, năm 2011 là 0,38 lần và năm 2012 là 0,48 lần. Ta có hệ số thanh toán nhanh của năm 2012 so với năm 2011 giảm xuống là 0,23 đồng tương ứng với 32,86%. Có sự suy giảm này là do năm 2012 số tiền mặt giảm, lượng hàng tồn kho tăng lên đáng kể tăng 9,3% so với năm trước. Như vậy khả năng thanh toán của doanh nghiệp giảm là do lượng hàng hóa bán ra giảm xuống, lượng hàng tồn kho tăng lên.

B, Các chỉ tiêu về khả năng sinh lợi

Bảng 2.9: Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2011 so với năm 2010		Năm 2012 so với năm 2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1. Doanh thu thuần	159,826,422,908	277,403,092,073	181,620,586,547	117,576,669,165	73,57%	(95,782,505,526)	(34,53)%
2. LN trước thuế	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	406,804,269	3,317,845,033	(51,9)%	3,475,832,101	(113,3)%
3. LN sau thuế	(6,386,872,865)	(3,069,027,832)	305,103,202	3,317,845,033	(51,9)%	3,374,131,034	(109,9)%
4. Lãi phải trả	2,672,507,941	1,622,589,857	2,335,019,339	(1,049,918,084)	(39,3)%	712,429,482	43,9%
5. Vốn chủ sở hữu	93,611,052,230	109,365,880,853	87,656,096,885	15,754,828,623	16,83%	(21,709,783,968)	(19,85)%
6. Tổng tài sản	226,190,955,677	301,156,176,655	233,402,443,228	74,965,220,978	33,14%	(67,753,733,427)	(22,5)%
7. Tỷ suất LN/DT(3/1)	(0,04)	(0,011)	0,002	0,029	(72,5)%	0,013	(118,18)%
8. ROA(3/6)	(0,028)	(0,01)	0,001	0,018	(64,29)%	0,011	(110)%
9. ROE(3/5)	(0,068)	(0,028)	0,003	0,04	(58,82)%	0,031	(110,71)%

Nguồn (Bảng cân đối kế toán và bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình)

❖ Tỷ suất lợi nhuận doanh thu

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu phản ánh một đồng doanh thu mà công ty thực hiện trong kỳ có mấy đồng lợi nhuận.

+ Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu năm 2011 là -0,011 tăng lên so với năm 2010 là 0,029 so với năm 2010 điều đó cho thấy cứ 1 đồng doanh thu ở năm 2011 tạo ra -0,011 đồng lợi nhuận trước thuế. Năm 2012 tỷ suất lợi nhuận doanh thu là 0,002 tăng lên so với năm 2011 là 0,013 điều đó cho thấy cứ 1 đồng doanh thu ở năm 2012 tạo ra 0,002 đồng lợi nhuận trước thuế. Qua các năm ta thấy tỷ số này tăng lên nhưng không đáng kể vì thế doanh nghiệp cần có những biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

❖ Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản ROA

Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản đo lường sức mạnh tạo thu nhập của tài sản sau thuế và lãi vay

Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản phản ánh 1 đồng vốn bỏ vào đầu tư có bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Ta có năm 2010, năm 2011 và năm 2012 lần lượt là -0,028, -0,01 và 0,001 có nghĩa là năm 2010 cứ 100 đồng đầu tư vào tài sản thì sinh ra được -2,8 đồng lợi nhuận sau thuế, năm 2011 cứ 100 đồng đầu tư vào tài sản thì sinh ra được -1 đồng lợi nhuận sau thuế và năm 2012 cứ 100 đồng tài sản thì sinh ra được 0,1 đồng lợi nhuận sau thuế. Điều đó cho thấy việc sử dụng tổng tài sản của doanh nghiệp chưa mang lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp.

❖ Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu ROE

Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu thường đo lường mức độ thu nhập của các khoản đầu tư của cổ đông.

Tỷ số này cho biết 1 đồng vốn chủ sở hữu thì sinh ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Năm 2010 là -0,068 cho biết 100 đồng vốn chủ sở hữu sinh ra -6,8 đồng lợi nhuận sau thuế, năm 2011 là -0,028 cho biết cứ 100 đồng vốn chủ sở hữu tạo ra -2,8 đồng lợi nhuận sau thuế, và năm 2012 cứ 100 đồng vốn chủ sở hữu tạo ra 0,3 đồng lợi nhuận sau thuế. Điều đó cho thấy việc sử dụng vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp chưa có hiệu quả. Vì thế doanh nghiệp cần đưa ra biện pháp để khắc phục những tồn tại trên.

C, Các chỉ số hoạt động

Bảng 2.10: Các chỉ số hoạt động

Đơn vị: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2011 so với năm 2010		Năm 2012 so với năm 2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1.Hàng tồn kho bình quân	105,214,198,665	109,061,657,897	107,698,671,024	3,847,459,232	3,66%	(1,362,986,873)	(1,25)%
2.Tổng phải thu							
- Số đầu năm	35,856,760,067	37,856,760,067	12,389,676,298	2,000,000,000	5,58%	(25,467,083,769)	(67,27)%
- Số cuối năm	37,856,760,067	12,389,676,298	9,586,050,703	(25,467,083,769)	(67,27%)	(2,803,625,595)	(22,63)%
- Số bình quân	36,856,760,067	44,703,201,505	54,265,599,622	7,846,441,438	21,29%	9,562,398,117	21,39%
3.Tổng vốn	226,190,955,677	301,156,176,655	233,402,443,228	74,965,220,978	33,14%	(67,753,733,427)	(22,5)%
4.Tổng phải trả	132,579,903,447	191,790,295,802	145,746,346,343	59,210,392,355	44,66%	(46,043,949,459)	(24)%
5.Vốn lưu động BQ	157,311,706,973	198,808,132,206	207,824,707,044	41,496,425,233	26,38%	9,016,574,838	4.54%
6.Vốn cố định BQ	58,879,248,704	64,865,433,960	59,454,602,898	5,986,185,256	10,17%	(5,410,831,063)	(8,34)%
7.Doanh thu thuần	159,826,422,908	277,403,092,073	181,620,586,547	117,576,669,165	73,57%	(95,782,505,526)	(34,53)%
8.Giá vốn bán hàng	157,082,377,432	264,496,241,539	170,022,849,057	107,413,864,107	68,38%	(94,473,392,482)	(35,72)%
9.Vòng quay hàng tồn kho(7/1)	1.52	2.54	1.69	1.02	67,44%	(0.86)	(33,7%)
10.Vòng quay các khoản phải thu	4,34	6,2	3,35	1,86	42,86%	(2,85)	46%
11.Kỳ thu tiền bình quân(360/10)	85,27	16,08	19	(69,19)	(81,1)%	2,29	18,16%

Đề tài: Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình

12. Vòng quay vốn lưu động(7/5)	1,02	1,4	0,87	0,38	37,25%	(0,53)	(37,86)%
13. Vòng quay vốn cố định(7/6)	2,71	4,28	3,05	1,57	57,93%	(1,23)	(28,74)%
14. Vòng quay toàn bộ vốn(7/3)	0,7	0,92	0,78	0,22	31,43%	(0,14)	(15,22)%
15. Số ngày 1 vòng quay HTK(360/9)	237	142	214	(95)	(40,08)%	72	50,7%

Nguồn (Bảng cân đối kế toán và bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình)

❖ Vòng quay hàng tồn kho

Số vòng quay hàng tồn kho của công ty sau 3 năm không ổn định. Cụ thể, năm 2010 công ty có 1,52 vòng quay hàng tồn kho nhưng năm 2011 tăng lên 2,54 vòng, đã tăng 1,02 vòng (tương đương 67,44% so với năm 2010). Đến năm 2012, số vòng quay hàng tồn kho chỉ còn 1,69 vòng, giảm 0,82 vòng (tương đương -33,7%) so với năm 2011. Số vòng quay hàng tồn kho giảm làm cho số ngày một vòng quay hàng tồn kho tăng lên, năm 2011 số ngày một vòng quay hàng tồn kho là 142 ngày thì năm 2012 đã tăng lên là 72 ngày. Đây là một biểu hiện không tốt chứng tỏ khả năng giải quyết hàng tồn kho của công ty bị chậm đi. Hàng tồn kho bị ứ đọng dẫn tới hiệu quả sử dụng vốn và tài sản kém, doanh nghiệp mất thêm các chi phí lưu kho bãi, chi phí bảo quản... Vì vậy doanh nghiệp nên sớm tìm ra các biện pháp để khắc phục tình trạng ứ đọng hàng tồn kho, tăng hiệu quả sử dụng.

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

❖ Vòng quay các khoản phải thu

Vòng quay các khoản phải thu phản ánh tốc độ chuyển đổi các khoản thu thành tiền mặt của doanh nghiệp nhanh hay chậm.

+ Vòng quay các khoản phải thu năm 2010 là 4,34 và vòng quay năm 2011 là 6,2. Ta có số vòng quay qua 2 năm trên tăng lên là 1,86 vòng điều đó chứng tỏ tốc độ thu hồi của công ty là rất tốt. Công ty đã có biện pháp thu hồi 1 cách hợp lý.

+ Vòng quay các khoản phải thu năm 2011 so với năm 2012 giảm 2,85 vòng tương đương với giảm 46% điều đó cho thấy tốc độ thu hồi qua 2 năm trên của công ty là không tốt. Công ty cần đưa ra những biện pháp để khắc phục những tồn tại trên.

❖ Kỳ thu tiền bình quân

Kỳ thu tiền bình quân phản ánh số ngày cần thiết để thu hồi các khoản phải thu

Ta có kỳ thu tiền bình quân của năm 2010 là 85,27 ngày, năm 2011 là 16,08 ngày và năm 2012 là 19 ngày. Con số này cho thấy công ty có biện pháp thu hồi nợ rất tốt.

❖ Vòng quay vốn lưu động

Vòng quay vốn lưu động phản ánh trong kỳ vốn lưu động quay được mấy vòng.

Vòng quay vốn lưu động của năm 2010 là 1,02 vòng điều này có ý nghĩa là cứ 1 đồng vốn lưu động tạo ra 1,02 đồng doanh thu thuần . Năm 2011 vòng quay vốn lưu động là 1,4 vòng và năm 2012 vòng quay vốn lưu động là 0,87 vòng. Qua đó thấy hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp có sự tăng trưởng nhưng không đáng kể. Vì vậy doanh nghiệp cần đưa ra những biện pháp để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp.

❖ Vòng quay vốn cố định

Năm 2010 đầu tư 1 đồng vốn cố định sẽ tạo ra 2,71 đồng doanh thu thuần, đến năm 2011 khi đầu tư 1 đồng vốn cố định sẽ tạo ra 4,28 đồng doanh thu thuần và đến năm 2012 khi đầu tư 1 đồng vốn cố định tạo ra 3,05 đồng doanh thu thuần. Con số này tăng, giảm không đều qua 3 năm điều đó chứng tỏ công ty sử dụng chưa tốt nguồn vốn cố định. Vì vậy trong thời gian tới công ty cần đưa ra biện pháp để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cố định.

❖ Vòng quay tổng vốn

Chỉ tiêu này phản ánh vốn của công ty trong 1 thời kỳ quay được bao nhiêu vòng. Qua chỉ tiêu này có thể đánh giá được khả năng sử dụng tài sản của công ty hoặc doanh thu thuần có thể sinh ra từ tài sản mà công ty đã đầu tư.

Vòng quay toàn bộ vốn của công ty năm 2010 là 0,7 vòng, năm 2011 là 0,92 vòng và năm 2012 là 0,78 vòng điều đó cho thấy việc đầu tư của công ty đã giảm xuống qua 2 năm 2011 và 2012, con số này giảm xuống chứng tỏ công ty sử dụng tổng vốn chưa được tốt. Vì vậy công ty cần đưa ra những biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả việc sử dụng tổng vốn.

D, Các hệ số về cơ cấu nguồn vốn và cơ cấu tài sản

Bảng 2.11: Các hệ số về cơ cấu nguồn vốn và cơ cấu tài sản

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2011 so với năm 2010		Năm 2012 so với năm 2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1.Nợ phải trả	132,579,903,447	191,790,295,802	145,746,346,343	59,210,392,355	44,66%	(46,043,949,459)	(24)%
2.Vốn chủ sở hữu	93,611,052,230	109,365,880,853	87,656,096,885	15,754,828,623	16,83%	(21,709,783,968)	(19,85)%
3.Tổng vốn	226,190,955,677	301,156,176,655	233,402,443,228	74,965,220,978	33,14%	(67,753,733,427)	(22,5)%
4.Hệ số nợ Hv(1/3)	0,59	0,64	0,62	0,05	8,47%	(0,02)	(3,12)%
5.Hệ số vốn chủ(2/3)	0,41	0,36	0,38	(0,05)%	(12,2)%	0,02	5,56%
6.Hệ số đảm bảo nợ(2/1)	0,7	0,57	0,6	(0,13)	(18,57)%	0,03	5,26%

Nguồn (Bảng cân đối kế toán của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình)

- Hệ số nợ Hv

Hệ số nợ cho biết: Trong một đồng vốn kinh doanh có mấy đồng là từ vay nợ từ bên ngoài.

Ta thấy hệ số nợ của công ty năm 2010 là 0,59, năm 2011 là 0,64 và năm 2012 là 0,62. Theo số liệu tính toán được ta thấy hệ số nợ của công ty tăng giảm không đều. Với số liệu đó ta thấy hệ số nợ của công ty vẫn còn rất cao từ đó cho thấy doanh nghiệp không có khả năng độc lập về tài chính. Các chủ nợ thường không thích các công ty có hệ số nợ cao vì như thế công ty không có khả năng trả nợ đúng hạn. Đây cũng được coi là nhược điểm của doanh nghiệp.

- Hệ số vốn chủ sở hữu

Hệ số vốn chủ đo lường vốn chủ sở hữu trong tổng nguồn vốn hiện tại của công ty, nó cho biết cứ 100 đồng vốn kinh doanh của doanh nghiệp năm 2010 có 0,41 đồng vốn chủ sở hữu, năm 2011 có 0,36 đồng vốn chủ sở hữu và năm 2012 có 0,38 đồng vốn chủ sở hữu. Ta có hệ số vốn chủ năm 2012 tăng lên so với năm 2011 là 0,02 lần tương đương với tăng 5,56% chiếm tỷ trọng rất nhỏ chứng tỏ mức độ tự tài trợ của doanh nghiệp ở mức thấp. Công ty sẽ chịu rất nhiều sức ép từ chủ nợ.

- Hệ số đảm bảo nợ

Năm 2010 cứ một đồng vốn đi vay thì được đảm bảo bằng 0,7 đồng vốn chủ sở hữu. Năm 2011 cứ một đồng vốn đi vay thì được đảm bảo bằng 0,57 đồng vốn chủ sở hữu, hệ số này giảm đi 0,13 lần (tương đương 18,57%) so với năm 2010. Đến năm 2012 hệ số này lại tăng lên, cứ một đồng vốn đi vay thì được đảm bảo bằng 0,6 đồng vốn chủ sở hữu, tăng lên 0,03 lần (tương đương 5,26%) so với năm 2011.

2.2.2.6 Đánh giá chung về hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái bình

❖ Ưu điểm

Qua phân tích tình hình tài chính của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình trong giai đoạn 2010-2012 em xin đưa ra 1 số nhận xét sau:

+ Mặc dù thị trường ô tô bị biến động không ngừng nhưng doanh thu của doanh nghiệp đã tăng lên đáng kể. Năm 2011 tăng 51,9% so với năm 2010 và năm 2012 tăng 109,9% so với năm 2011.

+ Là một công ty chuyên kinh doanh nên cần đầu tư vào tài sản ngắn hạn, mà ta có tỷ trọng của tài sản ngắn hạn chiếm phần lớn trong tổng tài sản của doanh nghiệp như thế là hợp lý.

❖ Những tồn tại

+ Hàng tồn kho tăng và lượng hàng tồn kho chiếm tỷ trọng rất cao trong tổng tài sản của doanh nghiệp, dẫn đến tình trạng ứ đọng vốn, làm cho vòng quay hàng tồn kho chậm lại và tăng các khoản chi phí, thêm các khó khăn cho doanh nghiệp. Nguyên nhân là do một số mặt hàng khó bán do nhu cầu thị trường thấp. Công ty nên có biện pháp giải quyết hàng tồn kho để thúc đẩy hoạt động sản xuất kinh doanh

+ Nợ phải trả chiếm tỷ trọng rất cao trong tổng nguồn vốn làm cho công ty chịu nhiều sức ép từ các chủ nợ, chịu chi phí tài chính lớn. Nguyên nhân là do việc tồn đọng nhiều hàng tồn kho và vốn của công ty bị các khách hàng chiếm dụng nhiều. Công ty nên xem xét để thu hồi vốn kinh doanh, tăng vốn chủ sở hữu để tránh gặp phải những rủi ro về tài chính.

CHƯƠNG III: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH HYUNDAI THÁI BÌNH

3.1 Mục tiêu và phương hướng phát triển của công ty trong những năm tới

Trong điều kiện của nền kinh tế thị trường hiện nay, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp đang càng ngày trở lên gay gắt và khốc liệt. Các doanh nghiệp muốn tồn tại phải có một con đường duy nhất là không ngừng phát triển. Luôn đặt cho mình những mục tiêu để phấn đấu trong tương lai. Đó chính là động lực giúp doanh nghiệp vượt qua mọi khó khăn hiện nay.

Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình cũng như các doanh nghiệp khác luôn mong muốn và đảm bảo việc kinh doanh có lãi và thực hiện đầy đủ các nhiệm vụ của nhà nước theo quy định. Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh luôn là mong muốn và là mục tiêu cơ bản của tất cả các doanh nghiệp. Đồng thời góp phần xây dựng đất nước ngày càng giàu mạnh văn minh hơn. Để quá trình kinh doanh đạt hiệu quả cao phải có nguồn hàng ổn định và tin cậy đáp ứng nhu cầu thị trường một cách ổn định tốt nhất. Khi đã có nguồn hàng ổn định và tin cậy cùng với chiến lược thì bán hàng lại là khâu quyết định phản ánh quá trình hoạt động kinh doanh của Công ty. Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình là một Công ty chuyên cung cấp và kinh doanh các sản phẩm ô tô đa chủng loại, mẫu mã sản phẩm phong phú và đa dạng đạt tiêu chuẩn về chất lượng. Nhằm nâng cao hơn nữa tốc độ tăng trưởng và phát triển trong những năm tới, tạo chỗ đứng riêng trên thương trường, công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình đã đề ra một số mục tiêu và phương hướng hoạt động trong những năm tiếp theo như sau:

3.1.1 Mục tiêu tổng quát

- Nâng cao tốc độ tăng doanh thu
- Tăng tổng lợi nhuận của công ty
- Mở rộng quy mô của doanh nghiệp

3.1.2 Mục tiêu và phương hướng thực hiện trước mắt

Trên cơ sở phân tích hoạt động kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình ở phần chương 2, có thể thấy rằng mặc dù đã có những cố gắng và nỗ lực không ngừng nhưng bên cạnh những mặt đã đạt được có thể thấy công ty vẫn còn bộc lộ rất nhiều hạn chế trong công tác quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh. Vì vậy trong thời gian tới công ty đã có những phương hướng và kế hoạch phát triển trong thời gian tới như sau:

+ Giữ vững thị trường mà công ty đang chiếm lĩnh và có uy tín. Tăng cường đầu tư chiều sâu của hoạt động tìm kiếm thị trường, tìm hiểu nhu cầu thị trường, khách hàng.

+ Chấn chỉnh hoạt động của các khâu cho đồng bộ hơn từ lúc dự đoán nhu cầu, lập kế hoạch mua hàng, giao nhận và bán hàng, đối chiếu các khoản phải thu, tiết kiệm tối đa các khoản chi phí. Đây là một khâu rất quan trọng trong công tác tổ chức hoạt động kinh doanh.

+ Hoàn thiện công tác tổ chức quản lý nhằm nâng cao trình độ chuyên môn cho nhân viên công ty. Đào tạo cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật và công nhân lành nghề.

+Thực hiện các biện pháp nhằm thúc đẩy bán hàng, tăng doanh thu và tăng sản lượng hàng bán.

+ Kế hoạch hóa việc sử dụng vốn nhằm nâng cao số vòng quay của vốn để nâng cao hoạt động sản xuất kinh doanh.

+ Giữ được khách hàng truyền thống có khối lượng tiêu thụ lớn đồng thời phải tích cực tìm khách hàng mới.

+ Phát triển mạng lưới tiêu thụ giữ vững và ngày càng tăng tốc độ phát triển trên mọi chỉ tiêu: Doanh số, thị phần, nhân lực, uy tín trên thị trường.

+ Phát huy và nâng cao hơn nữa về cơ chế quản lý, nhân lực, quy cách phục vụ...lên một tầng cao mới để đáp ứng những nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

+ Chăm lo, cải thiện đời sống người lao động

+ Cải thiện điều kiện làm việc cũng như làm tốt các công tác xã hội khác

+ Xây dựng quy trình làm việc, quản lý chuyên nghiệp

3.1.3 Các nhiệm vụ của doanh nghiệp

Đứng trước các mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra trong thời kỳ mới thì ngay từ bây giờ doanh nghiệp phải cần có ngay những kế hoạch và những nhiệm vụ để thực hiện những mục tiêu đó. Trong đó có cả nhiệm vụ trước mắt và lâu dài, đây là những nhiệm vụ rất quan trọng để hoàn thành tốt các mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra. Cụ thể đó là các nhiệm vụ:

+ Đối với nghĩa vụ với Nhà nước thì doanh nghiệp cần hoàn thành tốt nghĩa vụ Nhà nước 100%: Nộp bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và các loại thuế theo quy định. Cần liên tục bổ sung các quỹ: Quỹ phúc lợi, quỹ khen thưởng, quỹ dự phòng... để phục vụ sản xuất kinh doanh, hoạt động của doanh nghiệp.

+ Đối với việc thu hút vốn đầu tư: Đây là nhiệm vụ rất cần thiết và vô cùng quan trọng. Cần phải tranh thủ nắm bắt các nguồn vốn đầu tư để phục vụ cho sản xuất kinh doanh.

+ Đối với quan hệ khách hàng: Doanh nghiệp cần tạo được mối quan hệ thân thiết lâu dài. Đây chính là nguồn sống của doanh nghiệp, doanh thu của doanh nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào khách hàng. Ngoài những khách hàng trong nước, trong ngành thì doanh nghiệp cần nhanh chóng nắm bắt những mối khách hàng trong khu vực và có thể rộng hơn nữa.

+ Cần thực hiện tốt chế độ quản lý tài chính, tiết kiệm chống lãng phí.

+ Có nhiệm vụ đẩy mạnh phong trào văn hóa thể dục thể thao, thực hiện tốt kế hoạch hóa gia đình. Tổ chức tốt việc thực hiện phong trào tự quản, bảo đảm an ninh trật tự, góp phần bảo vệ an toàn trật tự xã hội.

3.2. Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình

Trên đây, em đã phân tích mọi vấn đề về tình hình về hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình. Qua đó, phần nào thấy được những mặt đã đạt được và những mặt hạn chế còn tồn tại. Đối với những mặt đã đạt được, doanh nghiệp nên tiếp tục phát huy hơn nữa, còn những mặt hạn chế doanh nghiệp nên phấn đấu tìm biện pháp khắc phục.

Trong những mặt hạn chế tại doanh nghiệp, có những vấn đề thuộc nguyên nhân khách quan mà mọi doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế thị trường hiện nay đều đang gặp phải như: Sự cạnh tranh khốc liệt cả trong và ngoài nước khiến hoạt động kinh doanh ngày càng khó khăn, khủng hoảng kinh tế,...những mặt khách quan này đòi hỏi doanh nghiệp phải linh động, uyển chuyển thích nghi để khắc phục.

Để tồn tại đã khó, để đứng vững càng khó khăn hơn rất nhiều. Lúc này, vấn đề của doanh nghiệp là khắc phục những khó khăn chủ quan tồn tại trong nội bộ doanh nghiệp. Những khó khăn này là bước cản trở doanh nghiệp trên con đường phát triển.

Từ những nhận định đó, cộng thêm với sự tìm hiểu về tình hình thực tế tại doanh nghiệp và một chút hiểu biết của bản thân, em mạnh dạn xin đưa ra một số biện pháp nhằm cải thiện tình hình tài chính của công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình với mong muốn đóng góp một phần nào đó nhằm cải thiện tình hình sản xuất kinh doanh của công ty.

3.2.1 Giảm vốn vay

3.2.1.1 Cơ sở của biện pháp

Từ bảng cân đối kế toán của doanh nghiệp ta thấy: Trong tổng nguồn vốn của công ty thì vốn vay chiếm tỷ trọng nhiều hơn vốn chủ, vốn vay chiếm tỷ trọng từ 58,61% đến 63,68%. Cụ thể năm 2010, nợ phải trả chiếm 58,61% trên tổng nguồn vốn, năm 2011 chiếm 63,68%, và năm 2012 chiếm 62,44%. Qua 3 năm, tỷ trọng của nợ phải trả có tăng lên nhưng lại tăng qua các năm.

Cụ thể năm 2011, nợ phải trả của công ty là 191,790,295,802 đồng, tăng 59,210,392,355 đồng (tương ứng 44,66%) so với năm 2010. Năm 2012, nợ phải trả của công ty là 145,746,346,343 đồng giảm 46,043,949,459 đồng (tương ứng 24%) so với năm 2011

Việc đi vay vốn về để kinh doanh là có lợi cho doanh nghiệp, tuy nhiên nếu vay nhiều quá doanh nghiệp không tránh khỏi các rủi ro, chịu chi phí tài chính lớn, mất khả năng thanh toán lãi vay, sẽ làm giảm uy tín của doanh nghiệp đối với các chủ nợ, tăng nguy cơ phá sản của doanh nghiệp. Đây là một trong những nhược điểm của công ty khiến cho quá trình hoạt động kinh doanh của công ty gặp khó khăn. Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình nên tìm ra các biện pháp để khắc phục thực trạng này.

Nguyên nhân cơ bản dẫn tới tình trạng trên có thể là:

- Doanh nghiệp chưa tích cực trong việc thu hồi các khoản nợ của khách hàng. Để nguồn vốn của công ty bị chiếm dụng.
- Mua hàng với số lượng lớn để được chiết khấu, hàng nhập về chưa bán được, ứ đọng vốn ở hàng tồn kho dẫn tới thiếu vốn kinh doanh phải đi vay.
- Thanh toán chậm trễ các hóa đơn. Việc thanh toán chậm trễ hóa đơn sẽ dẫn tới nhiều bất lợi, không chỉ làm phát sinh các khoản nợ mà khoản nợ sẽ ngày một lớn hơn theo con số lãi suất trả chậm.
- Công ty chưa thực sự chặt chẽ trong việc theo dõi công nợ, đôn đốc khách hàng trả tiền theo đúng kì hạn. Dẫn tới tình trạng vốn của doanh nghiệp bị các đơn vị khác chiếm dụng.

3.2.1.2 Mục tiêu của biện pháp

- + Giảm các khoản vốn bị chiếm dụng
- + Tăng vòng quay vốn lưu động

3.2.1.3 Nội dung thực hiện biện pháp

Sử dụng vốn vay nhiều sẽ bị gánh nặng về lãi vay và rủi ro tài chính sẽ rất cao. Nếu tăng vốn chủ sở hữu thì sẽ giúp công ty tự chủ hơn về mặt tài chính, tạo động lực lớn trong việc tăng khả năng chiếm dụng vốn của các công ty

khác. Như vậy, công ty nên thay đổi cấu trúc nguồn vốn bằng cách bổ sung thêm vốn chủ sở hữu, các khoản vốn vay tìm kiếm những nguồn vốn dài hạn để ko chịu áp lực về nợ ngắn hạn. Một số biện pháp giảm vốn vay công ty có thể áp dụng đó là:

➤ Thu hồi các khoản nợ ngắn hạn về trả nợ. Hạn chế việc chiếm dụng vốn từ các đơn vị khác quá nhiều.

- Công ty phải giải quyết tốt công tác thu hồi nợ từ các đơn vị khác. Về tình hình thanh toán công nợ công ty cần sử dụng các biện pháp sao cho có thể thu hồi các khoản nợ một cách nhanh nhất. Công ty nên áp dụng các biện pháp sau:

- Mở sổ theo dõi chi tiết từng khoản phải thu, thường xuyên kiểm tra đơn đốc để thu hồi đúng hạn.

- Trong hợp đồng cần quy định rõ ràng, chặt chẽ về thời hạn và phương thức thanh toán, nếu vượt quá thời hạn thanh toán theo hợp đồng thì công ty được thu lãi tương ứng với lãi suất quá hạn ngân hàng.

- Để thúc đẩy công tác thu hồi nợ nhanh, công ty lập cho mình một hệ thống theo dõi quản lý về thời gian các khoản nợ, xem xét khoản nào đã đến hạn và khoản nào chưa đến hạn thanh toán để từ đó lập kế hoạch thu hồi nợ. Hết thời hạn thanh toán mà khách hàng chưa trả tiền thì doanh nghiệp có thể tiến hành quy trình thu hồi như sau:

- + Gọi điện, gửi thư nhắc nợ đối với khách hàng.

- + Cử người trực tiếp đến gặp khách hàng để đòi nợ

- + Cuối cùng biện pháp trên không thành công thì phải ủy quyền cho người đại diện tiến hành các thủ tục pháp lí

- Doanh nghiệp có thể áp dụng tỷ lệ chiết khấu, khuyến khích khách hàng trả tiền hàng nhanh chóng.

- Giải phóng hàng tồn kho: Một số mặt hàng tồn kho do lấy với số lượng nhiều và không đáp ứng nhu cầu thị trường nên khó bán, làm cho doanh nghiệp bị ứ đọng vốn. Thực hiện tốt công tác giảm lượng hàng tồn kho sẽ

giúp cho doanh nghiệp thu hồi được vốn bị ứ đọng của mình. Từ đó góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn. Việc bán hàng tồn kho, thu được tiền mặt, doanh nghiệp có thể dùng để trả một phần nợ cho người bán, làm giảm lượng vốn vay của mình. Để giảm lượng hàng tồn kho, công ty có thể thực hiện một số biện pháp sau:

➤ Huy động những khoản vay ưu đãi và có mức lãi suất thấp từ các tổ chức, đơn vị kinh tế khác. Công ty nên hợp tác tốt với các ngân hàng lớn, quỹ hỗ trợ đầu tư phát triển để tìm được những khoản vay ưu đãi của họ. Những khoản vay dài hạn sẽ giúp doanh nghiệp tránh khỏi tình trạng chịu áp lực từ những khoản nợ vay và giảm được chi phí lãi vay cho doanh nghiệp.

➤ Chú ý đầu tư chiều sâu, đầu tư vào những mặt hàng có khả năng đem lại hiệu quả và thu hồi vốn nhanh. Việc tăng tốc độ luân chuyển vốn lưu động có tác dụng làm giảm nhu cầu về vốn

➤ Công ty cần phải tăng nhanh nguồn vốn chủ sở hữu của mình lên bằng cách hàng năm trích một phần lợi nhuận vào vốn chủ sở hữu, để giảm vốn vay tiết kiệm chi phí trả lãi, làm tăng lợi nhuận.

Tóm lại, với điều kiện hiện nay để huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn thì công ty cần phải có các biện pháp huy động vốn, tăng nhanh vòng quay của vốn bằng cách giảm các chi phí không cần thiết, tránh thời hạn ứ đọng vốn của doanh nghiệp.

3.2.1.4 Dự kiến kết quả

- Dự kiến với một số biện pháp trên công ty sẽ giảm được 15% nợ phải trả tương đương: $145,746,346,343 * 15\% = 21,861,951,952$ đồng

- Để thực hiện một loạt các biện pháp trên, công ty cần bỏ ra các chi phí sau:

Bảng 3.1: Chi phí dự kiến khi thực hiện biện pháp giảm vốn vay

Đơn vị: Đồng

Chỉ tiêu	Số tiền
1. Chi phí từ hoạt động thu nợ	30.000.000
2. Chi phí từ hoạt động giảm hàng tồn kho	100.000.000
3. Chi phí khác	10.000.000
4. Tổng chi phí	140.000.000

Sau khi thực hiện biện pháp thì ta có số nợ phải trả của công ty được giảm được là:

Số tiền thu được = Tổng thu – Tổng chi = 21,721,951,952 đồng

+ Đánh giá kết quả sau khi thực hiện biện pháp giảm vốn vay là:

Bảng 3.2: Đánh giá kết quả sau khi thực hiện biện pháp giảm vốn vay

Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm dự kiến	So sánh năm 2012 và năm dự kiến	
			Δ	%
1. Nợ phải trả	145,746,346,343	124,024,394,391	(21,721,951,952)	(14,9)%
2. Tổng nguồn vốn	233,402,443,228	211,680,491,276	(21,721,951,952)	(9,3)%
3. Khả năng thanh toán tổng quát	1,6	1,71	0,11	6,9%
4. Hệ số nợ	0,62	0,58	(0,04)	(6,5)%

Như vậy sau khi thực hiện các biện pháp giảm vốn vay, doanh nghiệp giảm được 21,721,951,952 đồng vốn vay, tương đương 14,9%. Làm cho nợ phải trả từ 145,746,346,343 đồng giảm xuống còn 124,024,394,391 đồng. Cùng với đó, tổng nguồn vốn của công ty cũng giảm 9,3%.

Khả năng thanh toán tổng quát của công ty đã từ 1,6 lần tăng lên 1,71lần (tăng 0,11 lần, tương đương 6,9%). Điều này nói lên là khả năng thanh toán nợ của công ty tốt lên, cứ 1 đồng đi vay thì có 1,71 đồng đảm bảo.

Hệ số nợ của công ty từ 0,62 lần giảm đi còn 0,58 lần (giảm 0,04 lần, tương đương 6,5%). Hệ số này cho biết trong một đồng tài sản có bao nhiêu vốn nợ. Hệ số này giảm đi, làm doanh nghiệp giảm bớt được các rủi ro tài chính.

Công ty nên cố gắng giảm vốn vay của mình, không nên để con số này quá cao. Cải thiện được tình hình vốn vay, sẽ giúp doanh nghiệp tăng khả năng kiểm soát nợ, tăng uy tín của doanh nghiệp đối với các chủ nợ.

3.2.2 Giảm lượng hàng tồn kho

3.2.2.1 Cơ sở của biện pháp

Các doanh nghiệp bao giờ cũng phải có một lượng hàng tồn trữ nhất định trong kho để cho quá trình kinh doanh được thông suốt, liên tục. Song nếu hàng tồn kho lớn sẽ làm ứ đọng vốn dẫn tới hiệu quả sử dụng vốn và sử dụng tài sản kém. Ngoài ra doanh nghiệp lại mất các khoản chi phí lưu kho, lưu bãi, chi phí bảo quản, lãi ngân hàng. Điều này sẽ làm tăng chi phí và giảm lợi nhuận của doanh nghiệp. Thực hiện tốt công tác giảm hàng tồn kho sẽ giúp cho doanh nghiệp tăng sản lượng sản phẩm tiêu thụ, tăng doanh thu, giảm lượng hàng tồn kho, giảm chi phí kho bãi. Từ đó góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng tài sản lưu động.

Qua bảng cân đối kế toán ta thấy năm 2010 hàng tồn kho của công ty là 115,214,198,665 đồng chiếm 50,93% tổng tài sản, đến năm 2011, hàng tồn kho là 102,909,117,128 đồng chiếm 34,17% tổng tài sản, giảm 12,305,081537 đồng (tương đương 10,68%) so với năm 2010. Đến năm 2012, hàng tồn kho là 112,488,224,919 đồng chiếm 50,4% tổng tài sản, tăng 9,579,107,791 đồng (tương đương 9,3% so với năm 2011. Trong 3 năm qua, tốc độ tăng của hàng tồn kho rất nhanh làm ảnh hưởng không nhỏ tới tình hình kinh doanh của công ty. Việc tăng lên của hàng tồn kho là do những nguyên nhân sau:

- Do tình hình kinh tế biến động chung nên ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của công ty.

- Tốc độ hàng bán ra giảm xuống do đó lượng hàng tồn kho tăng lên

- Do công tác nhập hàng chưa được chú trọng. Nhập hàng nhiều theo số lượng để giảm chiết khấu mà không theo nhu cầu của thị trường dẫn tới việc ứ đọng một số mặt hàng.

3.2.2.2 Mục tiêu của biện pháp

Giảm số lượng hàng tồn kho sẽ giảm được chi phí bảo quản, chi phí lưu kho, lưu bãi, tránh được những hao hụt về số lượng và quan trọng là giúp cho quá trình luân chuyển vốn lưu động nhanh hơn để phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh, và giảm các khoản vay ngắn hạn, thúc đẩy khả năng thanh toán.

3.2.2.3 Nội dung của biện pháp

Việc dự trữ 1 lượng hàng tồn kho tối ưu sẽ giảm được chi phí bảo quản, chi phí lưu kho, lưu bãi, tránh được những hao hụt về số lượng và quan trọng là giúp cho quá trình luân chuyển vốn lưu động nhanh hơn để hoạt động quá trình sản xuất kinh doanh và giảm các khoản vay ngắn hạn tại ngân hàng. Do vậy cần phải giảm lượng hàng tồn kho, muốn vậy doanh nghiệp có thể quan tâm đến vấn đề sau:

Nâng cao hiệu quả marketing trong đó đặc biệt phải chú trọng đến chính sách bán hàng. Hiện nay khách hàng chủ yếu của doanh nghiệp là những bạn hàng chuyển thống, mà chưa chú trọng đến khách hàng tiềm năng khác có thể sử dụng 1 số biện pháp sau:

+ Đối với những khách hàng mua với số lượng lớn hoặc thanh toán nhanh thì áp dụng phương pháp chiết khấu...

+ Thực hiện chính sách hậu khách hàng: Nhân dịp ngày lễ, tết gửi qua đến chúc các khách hàng..

3.2.2.4 Thực hiện biện pháp

Để giảm lượng hàng tồn kho hay tăng lượng hàng hóa tiêu thụ, doanh nghiệp nên thực hiện các biện pháp sau:

❖ Doanh nghiệp nên cải tiến các khâu nhập hàng hóa. Thường xuyên theo dõi thị trường, điều tra nhu cầu của thị trường. Nhập về những chủng loại hàng hợp lí.

❖ Công ty cần theo dõi sát sao tình hình giá cả, tìm được các nhà cung ứng hàng hóa có chất lượng tốt và giá cả hợp lí để từ đó có thể đáp ứng được yêu cầu của khách hàng tốt nhất. Có kế hoạch dự phòng các nguồn cung ứng thay thế, phục vụ tốt nhu cầu sản xuất kinh doanh trong mọi trường hợp.

❖ Đối với những sản phẩm với giá thành cao không phù hợp với mức thu nhập của người dân Thái Bình do nhu cầu thị trường thấp nên khó bán. Công ty có thể áp dụng các biện pháp để giảm lượng hàng này như:

- Đặt vấn đề với nhà cung cấp để đổi lại lấy những mặt hàng có sự lưu thông nhanh hơn. Doanh nghiệp có thể để lại với giá thấp hơn giá khi mua vào.

- Tăng cường giới thiệu sản phẩm đến khách hàng cùng với các chính sách ưu đãi như:

+ Giảm giá đối với các sản phẩm có giá thành cao. Bảng giảm giá như sau:

Bảng 3.3: Giá ưu đãi dự kiến giải phóng lượng HTK

Đơn vị: Đồng

Tên sản phẩm	Giá cũ	Giá mới
Xe HD Santafe	1,018,181,818	1,015,272,727
Xe HD Sonata	860,636,363	855,636,364
Xe Tucson	845,454,545	840,909,091

+ Cho phép thanh toán chậm hơn. Với các hợp đồng mua bán bình thường thì công ty sẽ cho khách hàng từ 10 đến 15 ngày để thanh toán tiền hàng. Nhưng với chính sách này, doanh nghiệp có thể gia hạn dài hơn cho khách hàng lên 20 đến 45 ngày. Để tạo điều kiện cho khách hàng không có nhu cầu tài chính ngay lấy hàng. Tuy nhiên, doanh nghiệp cũng nên nắm bắt tình hình

tài chính của khách hàng để đảm bảo rằng họ có khả năng thanh toán tiền hàng cho công ty.

+ Chiết khấu khi mua thanh toán ngay: Khi khách hàng mua hàng mà thanh toán trả hết thì chiết khấu giảm giá cho khách hàng đó. Tùy vào giá trị của sản phẩm mà mức chiết khấu là khác nhau. Doanh nghiệp chấp nhận bán bằng giá vốn để có thể nhanh chóng thu về tiền mặt để đầu tư vào kinh doanh.

Dự kiến doanh nghiệp giảm được khoảng 9% hàng tồn kho khi thực hiện các biện pháp với các mặt hàng tồn kho khó bán với mức giá của sản phẩm là hơi cao.

Để thực hiện các biện pháp trên, công ty cần bỏ ra một số khoản chi phí sau:

Bảng 3.4: Chi phí dự kiến khi thực hiện biện pháp giảm lượng HTK

Chỉ tiêu	Số tiền (đồng)
1. Số tiền chiết khấu cho khách hàng hoặc chịu lỗ khi đổi lại cho nhà cung ứng	192,469,385
2. Chi phí khác(quảng cáo...)	50,00,000
3. Tổng	242,469,385

❖ Tăng lượng hàng hóa bán ra: Để thực hiện được biện pháp này, doanh nghiệp nên tăng cường công tác marketing.

Hiện nay công ty cũng đã có phòng marketing nhưng chưa được chú trọng vào trong kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy công ty nên đầu tư vào hoạt động này để phục vụ quá trình kinh doanh hiệu quả hơn.

Bước đầu công ty phải hoạch định chương trình marketing: Hoạch định về ngân quỹ cho các hoạt động marketing. Khi hoạch định chương trình marketing cần tiến hành lập ngân sách chung cho tất cả các hoạt động sau đó phân phối chi tiết từng hoạt động marketing. Cụ thể những hoạt động là: phân phối, khuyến mãi, hoạt động nghiên cứu phát triển....

- Công ty cần có một khẩu hiệu, một sứ mạng làm kim chỉ nam cho mọi hoạt động của công ty, chuyển hóa thành các biện pháp và chiến lược kinh

doanh. Nhờ vậy, công ty thiết lập được mối quan hệ giữa công ty với khách hàng, tạo hình ảnh của mình trên thị trường.

- Xây dựng cung cách phục vụ bán hàng chuyên nghiệp cho đội ngũ bán hàng và giao dịch. Giao hàng đúng số lượng và thời hạn.

- Ưu đãi những khách hàng lâu năm, khách hàng mua với số lượng lớn....

- Công ty phải có quy trình quản lý chặt chẽ từ khâu giao nhận, vận chuyển, lưu kho đến khi hàng đến tay khách hàng và chú ý đến khâu hậu mãi đối với khách hàng thì mới tạo được lòng tin.

- Thường xuyên theo dõi thị trường, điều tra nhu cầu và mong muốn của khách hàng để đáp ứng kịp thời.

- Mở rộng thị trường: Công ty nên chú trọng nhiều đến việc mở rộng thị trường để tăng thị phần. Không nên chỉ tập trung khai thác nguồn hàng từ các khách hàng thường xuyên và truyền thống. Thị trường của công ty là thị trường mở rộng và đầy tiềm năng. Không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cho người dân Thái Bình mà còn cung cấp cho các tỉnh lân cận như: Nam định, Ninh Bình...

- Chú trọng công tác quảng bá hình ảnh công ty. Công ty nên in logo lên bì a kẹp, hồ sơ, giấy tờ....khi khách hàng tới giao dịch. Nhưng đặc biệt khách hàng có thể mang về nếu muốn, vì nó chưa thông tin tương đối đầy đủ như tên công ty, các mặt hàng kinh doanh, dịch vụ, địa chỉ, số điện thoại, số fax...

- Nhập đa dạng các chủng loại và mẫu mã hàng hóa để có sự cung cấp hàng đầy đủ, nâng cao vị thế cạnh tranh của công ty so với các đối thủ cạnh tranh. Đây chính là lợi thế cạnh tranh vốn có của công ty và công ty nên chú trọng phát huy hơn nữa lợi thế của mình. Nếu các công ty khác tự sản xuất sản phẩm và giá cả là ưu thế của họ, thì công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình lại có đa dạng các chủng loại hàng hóa để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng tốt hơn. Lợi thế của của công ty là mẫu mã đẹp giá phù hợp với mức thu nhập của người dân Thái Bình và các tỉnh thành lân cận.

- Đối với các công ty cùng phương thức kinh doanh là không sản xuất, chỉ nhập hàng từ các nhà máy về bán. Thì công ty nên chú trọng đến giá và giá chính là công cụ cạnh tranh chính của công ty với họ. Với một số mặt hàng, công ty nên bán với giá rẻ hơn đối thủ cạnh tranh vài triệu để thu hút khách hàng về phía mình.

- Dự kiến doanh nghiệp sẽ giảm được 4% lượng hàng tồn kho thực hiện các biện pháp thúc đẩy bán hàng, tăng sản lượng tiêu thụ và tăng doanh thu.

Chi phí dự kiến khi doanh nghiệp thực hiện biện pháp tăng sản lượng hàng bán như sau:

Bảng 3.5: Chi phí dự kiến khi thực hiện biện pháp giảm lượng HTK

Chỉ tiêu	Số tiền (đồng)
1. Chi phí hoạt động marketing	40.000.000
2. Chi phí in logo	5.000.000
3. Chi phí khác	5.000.000
4. Tổng	50.000.000

3.2.2.5 Kết quả mong đợi

- Dự kiến đạt được và tổng chi phí dự kiến

Như vậy, ước tính khi thực hiện các biện pháp trên, tổng hàng tồn kho của công ty sẽ giảm được 13%. Trong đó 9% là do chính sách giảm giá các mặt hàng tồn kho và 4% là do tăng số lượng hàng bán từ các biện pháp marketing. Lượng giảm hàng tồn kho = $112,488,224,919 \text{ đồng} \times 13\% = 14,623,469,239 \text{ đồng}$

Tổng chi phí ước tính khi thực hiện biện pháp giảm lượng hàng tồn kho là:

$$\text{Tổng chi phí} = 242,469,385 + 50,000,000 = 292,469,385 \text{ đồng}$$

Như vậy, sau khi thực hiện biện pháp giảm lượng hàng tồn kho, số tiền dự kiến thu được = Tổng thu - Tổng chi = $14,623,469,239 - 292,469,385 = 14,330,999,854 \text{ đồng}$.

➤ Đánh giá kết quả đạt được của biện pháp:

Việc thực hiện biện pháp giảm lượng hàng tồn kho góp phần nâng cao được hiệu quả sử dụng vốn lưu động của công ty

Bảng 3.6: Đánh giá kết quả sau khi thực hiện biện pháp giảm lượng HTK

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2012	Năm dự kiến	So sánh năm 2012 và năm dự kiến	
				Δ	%
1. Hàng tồn kho					
-Số đầu năm	Đồng	102,909,117,128	102,909,117,128	0	0
-Số cuối năm	Đồng	112,488,224,919	97,864,755,680	(14,623,469,239)	(13)%
-Số bình quân	Đồng	107,698,671,024	100,386,936,404	(7,311,734,620)	(6,8)%
2. Giá vốn	Đồng	170,022,849,057	170,022,849,057	0	0
3. Vòng quay hàng tồn kho	Vòng	1,58	1,69	0,11	7%
4. Số ngày 1 vòng quay hàng tồn kho	Ngày	228	213	(15)	(6,6)%

Bảng 3.7: Dự kiến các chỉ tiêu hiệu quả sau khi thực hiện biện pháp giảm lượngHTK

Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm dự kiến	So sánh năm 2012 và năm dự kiến	
			Δ	%
1.Hàng tồn kho	112,488,224,919	97,864,755,680	(14,623,469,239)	(13)%
2. VLĐ				
- Số đầu năm	235,304,557,439	235,304,557,439	0	0
- Số cuối năm	180,344,856,649	165,721,387,410	(14,623,469,239)	(8,1)%
- Số bình quân	207,824,707,044	200,512,972,425	(7,311,734,620)	(3,5)%
3. Doanh thu thuần	181,637,968,547	181,637,968,547	0	0
4.Vòng quay VLĐ	0,87	0,91	0,04	4,6%
5.Số ngày 1 vòng quay VLĐ	414	396	(18)	(4,3)%

Như vậy, sau khi thực hiện biện pháp này, công ty đã tiết kiệm được 14,623,469,239 đồng, làm cho hàng tồn kho bình quân từ 107,698,671,024 đồng giảm xuống còn 100,386,936,404 đồng. Nhờ đó vòng quay hàng tồn kho của công ty cũng tăng lên đạt 1,69 vòng (tăng 0,11 vòng, tương đương 7%), số ngày một vòng quay hàng tồn kho cũng giảm đi còn 213 ngày. Và hiệu quả sử dụng vốn lưu động cũng được nâng cao, số vòng quay vốn lưu động tăng

lên đạt 0,91 vòng (tăng 0,04 vòng, tương đương 4,6%), số ngày một vòng quay hàng tồn kho cũng giảm đi còn 396 ngày.

Doanh nghiệp nên gắng giảm lượng hàng tồn kho bằng cách thúc đẩy nhanh việc bán hàng. Cân đối giữa giảm lượng hàng tồn kho mà không làm tăng các khoản phải thu là mong muốn của mọi doanh nghiệp.

3.2.3 Nâng cao hiệu quả nguồn nhân lực

3.2.3.1 Cơ sở biện pháp

Trong giai đoạn hiện nay, vấn đề nâng cao trình độ chuyên môn của người lao động là hết sức quan trọng và cần thiết. Doanh nghiệp cần phải đào tạo nguồn nhân lực vì những lý do sau:

+ Công tác đào tạo lao động của doanh nghiệp chưa thực sự hiệu quả về mặt chất lượng, làm cho hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp chưa được cao.

+ Đối với công nhân – lực lượng lao động trực tiếp: Trình độ tay nghề của họ quyết định sản phẩm của doanh nghiệp, trực tiếp tạo ra doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp, vì thế công tác đào tạo phải được thực hiện thường xuyên và liên tục.

+ Đối với cán bộ quản lý: Một lực lượng chủ chốt trực tiếp điều hành quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cho nên phải thường xuyên bồi dưỡng và nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho họ.

Bảng 3.8: Về cơ cấu bậc thợ

Đơn vị: Đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Tổng lao động	21	22	1	4,76%
2. Doanh thu thuần	277,403,092,073	181,620,586,547	(95,782,505,526)	(34,53)%
3. Lợi nhuận sau thuế	(3,069,027,832)	305,103,202	3,374,131,034	109,9%
4. NSLĐ bình quân	13,774,858,029	8,255,481,207	(4,954,189,844)	(37,5)%
5. Doanh lợi lao động	(146,144,182)	13,868,327	160,012,509	(109,5)%

Căn cứ vào bảng hiệu quả sử dụng lao động trong doanh nghiệp ta thấy năng suất lao động bình quân bị giảm cụ thể năm 2011 năng suất lao động bình quân là 13,774,858,029 đồng, đến năm 2012 giảm xuống còn 8,255,481,207 đồng tương đương với giảm 37,5%, và doanh lợi lao động tăng lên nhưng con số này vẫn còn rất hạn chế. Điều đó cho thấy doanh nghiệp cần thực hiện biện pháp nâng cao trình độ quản lý, tay nghề cho cán bộ công nhân viên và người lao động trong doanh nghiệp bằng cách cho đi học đào tạo tay nghề nhằm nâng cao năng suất lao động góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

3.2.3.2 Mục tiêu giải pháp

Nâng cao trình độ quản lý, tay nghề cho cán bộ công nhân viên của doanh nghiệp nhằm phát huy tinh thần sáng tạo của người lao động, giúp người lao động kịp thời tiếp thu với sự tiên tiến của khoa học công nghệ. Từ

đó khai thác được tối đa khả năng vốn có của họ nhằm tăng năng suất lao động, đẩy mạnh tiêu thụ, quản lý hiệu quả, tiết kiệm chi phí.

3.2.3.3 Nội dung của giải pháp

+ Với đội ngũ cán bộ quản lý

Nâng cao trình độ năng lực quản lý để phù hợp với xu thế phát triển nền kinh tế của đất nước. Hàng năm cử cán bộ luân phiên nhau đi bồi dưỡng, tham gia hội thảo, tập huấn chuyên môn nghiệp vụ quản lý theo cơ chế mới ban hành của nhà nước.

Mặt khác khi cử cán bộ đi đào tạo phải đào tạo theo đúng chuyên môn nghiệp vụ công việc mà họ đang đảm trách qua các trung tâm chuyên bồi dưỡng cán bộ quản lý. Thường xuyên cập nhật các kiến thức mới về quản lý, cung cấp kiến thức cơ bản về kinh tế thông qua các bài giảng hoặc thông qua việc xây dựng, phân tích xử lý các tình huống, đào tạo trực tiếp thông qua việc (đối với nhân viên mới vào làm tại công ty), tiến hành đào tạo tập được thông qua hình thức xây dựng đề án cải thiện công tác hoạt động của bộ máy quản lý trong công ty.

+ Đối với đội ngũ lao động trực tiếp

Số lượng lao động trực tiếp chiếm tối đa trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, do vậy nâng cao trình độ tay nghề cho người lao động là một vấn đề hết sức quan trọng và cấp thiết.

- Đối với đội ngũ công nhân kỹ thuật đầu tư kinh phí cho họ đi học tập, tiếp thu công nghệ mới. Đẩy mạnh hợp tác với các doanh nghiệp cùng ngành nhằm tiếp thu kinh nghiệm và công nghệ hiện đại từ đó đào tạo đội ngũ công nhân kỹ thuật theo hướng chuyên nghiệp hơn đem lại hiệu quả cao hơn.

- Tổ chức các cuộc thi tay nghề lao động giỏi, cuộc thi sáng tạo trong lao động để khuyến khích người lao động tích cực tìm tòi, sáng tạo, cải tiến kỹ thuật và tìm được những người lao động có tay nghề tốt phù hợp với yêu cầu công việc, nâng cao tay nghề và ư thức làm việc của người lao động, đồng thời cũng phát hiện ra những hạn chế của những lao động khác để khắc phục,

đưa đi đào tạo nâng cao tay nghề, hoặc cho nghỉ việc với những lao động không thể đào tạo được. Từ đó các công nhân có tay nghề cao, có kinh nghiệm sẽ kèm cặp những nhân viên mới hoặc công nhân có trình độ tay nghề kém.

3.2.3.4 Chi phí của thực hiện biện pháp

Bảng 3.9: Dự kiến số lượng đào tạo và kinh phí đào tạo năm 2013

Đơn vị: Đồng

Khóa đào tạo	Số người	Thời gian	Kinh phí
Đào tạo đội ngũ quản lý	2	3	20,400,000
Đào tạo công nhân kỹ thuật	2	1,5	6,300,000
Đào tạo công nhân kế toán	2	1,5	6,300,000
Đào tạo công nhân vận hành	2	1	4,200,000
Tổng			37,200,000

Bảng 3.10: Chi phí tổ chức thi tay nghề của người lao động

Stt	Các khoản chi phí	Số tiền(Đồng)
1	Chi phí tổ chức	2,400,000
2	Chi thưởng cho người lao động	12,000,000
3	Tổng	14,400,000

Tổng chi phí của dự án = 37,200,000 + 14,400,000 = 51,600,000 đồng

3.2.3.5 Kết quả mong đợi

Hiệu quả đạt được sau khóa học được biểu hiện bằng sự nâng cao năng lực làm việc trong khối lao động gián tiếp và nâng cao năng suất, chất lượng lao động trong khối lao động trực tiếp.

- Đối với đội ngũ công nhân trong doanh nghiệp
 - + Sử dụng thuần thục các thiết bị công nghệ sản xuất, đảm bảo an toàn, hạn chế được sự hỏng hóc trong sản xuất.

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

- Đối với đội ngũ cán bộ giữ các chức vụ chủ chốt trong doanh nghiệp
 - + Nâng cao năng lực quản lý, điều hành công việc 1 cách chuyên môn hóa, khoa học hiệu quả.
 - + Tiết kiệm chi phí quản lý và các khoản chi phí khác
 - + Tạo dựng được hình ảnh doanh nghiệp thông qua tác phong làm việc chuyên nghiệp, xây dựng chiến lược kinh doanh hiệu quả.

Dự kiến doanh thu thuần đạt được sau khi thực hiện giải pháp là 195,805,730,094 đồng tăng lên 7,8% so với năm trước.

Bảng 3.11: So sánh trước và sau khi thực hiện biện pháp nâng cao hiệu quả nguồn nhân lực

Đơn vị: đồng

Chỉ tiêu	Trước khi thực hiện	104 Sau khi thực hiện	Chênh lệch	
			+/-	%
1. Tổng lao động	22	22	0	0
2. Doanh thu thuần	181,637,968,547	195,805,730,094	14,167,761,547	7,8%
3. NSLĐ bình quân	8,256,271,298	8,900,260,459	643,989,161	7,8%

Như vậy sau khi thực hiện biện pháp thì làm cho doanh thu thuần của doanh nghiệp tăng lên 7,8% so với năm 2012, kéo theo đó là năng suất lao động bình quân của cũng tăng lên 7,8%. Vì vậy biện pháp làm tăng hiệu quả sử dụng lao động đã góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

KẾT LUẬN

Thị trường luôn mở ra các cơ hội kinh doanh mới cho mọi doanh nghiệp, nhưng đồng thời cũng chứa đựng rất nhiều những nguy cơ đe dọa. Đặc biệt trong giai đoạn hiện nay khi Việt Nam đã là thành viên của WTO, để có thể đứng vững trước quy 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 các hoạt động kinh doanh có hiệu quả. Việc nâng cao hiệu quả kinh doanh đang là một bài toán rất khó đòi hỏi mỗi doanh nghiệp cần phải thực sự quan tâm, 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 phải có độ nhạy bén, linh hoạt trong quá trình hoạt động kinh doanh của mình. Trong thời gian tới để hoạt động sản xuất kinh doanh đạt được những kết quả cao hơn nữa, công ty cần khắc phục những điểm yếu và phát huy những lợi thế sẵn có biến mỗi thách thức thành một cơ hội kinh doanh trong tương lai.

Qua quá trình thực tập tại công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình, em đã được tìm hiểu thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty trong thời gian gần đây. Tuy nhiên với thời gian và kiến thức, thực tiễn có hạn nên bài viết không thể tránh khỏi những thiếu sót, em rất mong có sự đóng góp của các thầy giáo, cô giáo... để bài luận văn của em được hoàn thiện hơn.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các thầy cô giáo trong trường, trong khoa đã giúp đỡ em trong quá trình làm khóa luận tốt nghiệp.

Đặc biệt em gửi lời cảm ơn tới cô giáo ThS. Phan Thị Thu Huyền. Cô đã chỉ bảo và hướng dẫn tận tình cho em những kiến thức lý thuyết, cũng như các kỹ năng trong lập trình, cách giải quyết vấn đề, đặt câu hỏi ... Cô luôn là người truyền động lực, giúp em hoàn thành tốt khóa luận của mình.

Cho phép em gửi lời cảm ơn sâu sắc đến ban lãnh đạo và phòng tài chính kế toán Công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình đã tạo mọi điều kiện thuận lợi giúp em hoàn thành khóa luận này.

Em xin chân thành cảm ơn !!!

Hải phòng, ngày 15 tháng 6 năm 2013.

Sinh viên thực hiện

NGUYỄN THỊ DIÊM

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GVC.Nguyễn Thị My và TS.Phan Đức Dũng (2009). Giáo trình Phân tích hoạt động kinh doanh. NXB Thống kê.
2. Lê Văn Tâm.(2000).Giáo trình Quản trị doanh nghiệp. Hà nội: NXB Thống kê
3. Ngô Đình Giao.(1997). Giáo trình Quản trị kinh doanh tổng hợp. Hà nội: NXB Thống kê
4. Khóa luận tốt nghiệp sinh viên trường Đại học Dân lập Hải Phòng, ngành Quản trị doanh nghiệp khóa 11, 12.
5. Một số tài liệu liên quan do công ty TNHH HYUNDAI Thái Bình cung cấp.