

LỜI MỞ ĐẦU

Bước vào thế kỷ XXI, nền kinh tế nước ta đang có sự chuyển biến lớn theo xu hướng tích cực với mục đích phát triển kinh tế - văn hoá - xã hội nhanh chóng hoà nhập cùng sự phát triển của các nước trong khu vực và thế giới. Đặc biệt, khi Việt Nam là thành viên chính thức của tổ chức thương mại, WTO nên có sự cạnh tranh để có một chỗ đứng trên thị trường là một tất yếu.

Trong nền kinh tế thị trường doanh nghiệp muốn tồn tại phải làm ăn có “lãi” nhất là những doanh nghiệp tiến hành Cổ phần hoá bước vào hoạt động với tư cách là công ty Cổ phần vận hành theo cơ chế thị trường, tự chịu trách nhiệm về công việc kinh doanh của mình.

Xuất thân từ một doanh nghiệp nhà nước, được Nhà nước bảo trợ trong thời gian bao cấp, nên khi bước vào kinh tế thị trường có tính chất sinh tử, công ty Cổ phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng gặp không ít những khó khăn thử thách. Có những lúc tưởng như phải đóng cửa, với đội ngũ cán bộ công nhân viên trình độ còn hạn hẹp, mang nặng tư tưởng bao cấp. Đứng trước những khó khăn đó, công ty đã tìm ra những biện pháp hữu hiệu từng bước tháo gỡ khó khăn, thay đổi các vị trí cán bộ, mạn dạn đưa cán bộ trẻ, năng động, có học hàm học vị và kinh nghiệm vào quản lý các mũi chủ chốt. Triển khai, mở rộng thị trường mua bán và tiêu thụ sản phẩm của công ty.

Như vậy hiệu quả kinh tế là thước đo, là căn cứ quan trọng để đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh, là vấn đề cốt lõi mang tính sống còn của mỗi doanh nghiệp. Đồng thời vấn đề nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp cũng là một trong những nhân tố quan trọng để đánh giá được Xã hội đó đang phát triển hay suy thoái. Xuất phát từ nhận thức đó nên em chọn đề tài ***“Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty Cổ Phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng”***.

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

Khoá luận nhằm nghiên cứu các mặt căn bản của hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng, phản ánh những nét tương đối chủ yếu về hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty. Từ đó đề xuất các biện pháp trong tương lai.

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung của khoá luận được chia làm 3 phần như sau:

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

Phần II: Phân tích thực trạng hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu HP.

Phần III: Phương hướng và một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu HP.

Vì điều kiện về thời gian và kiến thức còn hạn chế nên khoá luận của em khó tránh khỏi những sai sót, em mong thầy cô thông cảm và góp ý.

PHẦN I:

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH

1.1 Quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.1.1 Khái niệm về hoạt động sản xuất kinh doanh

Trong thời đại ngày nay, hoạt động sản xuất tạo ra của cải vật chất và dịch vụ luôn gắn liền với cuộc sống của con người, công việc sản xuất thuận lợi khi các sản phẩm tạo ra được thị trường chấp nhận tức là đồng ý sử dụng sản phẩm đó. Để được như vậy thì các chủ thể tiến hành sản xuất phải có khả năng kinh doanh. “Nếu loại bỏ các phần khác nhau nói về phương tiện, phương thức kết quả cụ thể của hoạt động kinh doanh thì có thể hiểu kinh doanh là các hoạt động kinh tế nhằm mục tiêu sinh lời của chủ thể kinh doanh trên thị trường”.

Hoạt động kinh doanh có những đặc điểm sau:

- Do 1 chủ thể thực hiện được gọi là chủ thể kinh doanh, chủ thể kinh doanh có thể là cá nhân, hộ gia đình, tổ chức.
- Kinh doanh phải gắn với thị trường, các chủ thể kinh doanh có mối quan hệ mật thiết với nhau, đó là quan hệ với các bạn hàng, các nhà cung ứng khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nhà nước. Các mối quan hệ này giúp chủ thể kinh doanh duy trì hoạt động kinh doanh đưa doanh nghiệp mình ngày càng phát triển.
- Kinh doanh phải có sự vận dụng của đồng vốn: Vốn là yếu tố quyết định cho hoạt động kinh doanh, không có vốn thì không thể duy trì hoạt động kinh doanh cũng như duy trì hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Chủ thể kinh doanh dùng vốn để mua nguyên vật liệu, máy móc thiết bị, thuê nhân công...
- Mục đích chủ yếu của hoạt động sản xuất kinh doanh là tối đa hoá lợi nhuận.

1.1.2 Khái niệm và bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.1.2.1 Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn nhân tài, vật lực của doanh nghiệp để đạt được hiệu quả cao nhất

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

trong quá trình kinh doanh với chi phí thấp nhất.

Trình độ sử dụng các nguồn lực chỉ có thể đánh giá trong mối quan hệ với kết quả tạo ra để xem xét với mỗi sự hao phí nguồn lực xác định có thể tạo ra kết quả ở mức độ nào. Như vậy hiệu quả kinh doanh phản ánh chất lượng các hoạt động sản xuất kinh doanh, không phụ thuộc vào quy mô và tốc độ biến động của từng nhân tố.

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

Trong đó:

Các nguồn lực đầu vào là: nhân lực (lao động), vật lực (nguyên vật liệu, máy móc, thiết bị) và các nguồn lực tài chính.

Các kết quả đầu ra là: giá trị tổng sản lượng, doanh thu, lợi nhuận.

* Hiệu quả: gồm hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả tương đối.

Hiệu quả tuyệt đối được xác định như sau: $A = K - C$

Trong đó:

A: Hiệu quả sản xuất kinh doanh

K: Kết quả thu được

C: Nguồn lực đầu vào

Căn cứ vào nguồn lực bỏ ra để thu kết quả thì chỉ tiêu hiệu quả được xác định như sau:

$$A = \frac{K}{C}$$

Trong đó:

A: Hiệu quả sản xuất kinh doanh

K: Kết quả thu được

C: Nguồn lực đầu vào

1.1.2.2 Bản chất hiệu quả sản xuất kinh doanh

Bản chất hiệu quả sản xuất kinh doanh là nâng cao năng xuất lao động xã hội và tiết kiệm lao động xã hội. Đây là hai mặt có mối quan hệ mật thiết của vấn đề

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

hiệu quả kinh tế. Chính việc khan hiếm nguồn lực và việc sử dụng chúng có tính cạnh tranh nhằm thoả mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội, đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp buộc phải chú trọng các nguồn lực nội tại, phát huy năng lực, hiệu năng của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí.

Vì vậy yêu cầu của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là phải đạt kết quả tối đa với chi phí tối thiểu, hay chính xác hơn là đạt kết quả tối đa với chi phí nhất định hoặc ngược lại đạt kết quả nhất định với chi phí tối thiểu. Chi phí ở đây được hiểu theo nghĩa rộng là tạo ra nguồn lực và chi phí sử dụng nguồn lực, đồng thời phải bao gồm chi phí cơ hội. Chi phí cơ hội là giá trị của việc lựa chọn tốt nhất bị bỏ qua, hay giá trị của sự hy sinh công việc kinh doanh khác để thực hiện hoạt động kinh doanh này. Chi phí cơ hội phải được bổ sung vào chi phí kế toán và loại ra khỏi lợi nhuận kế toán để thấy được lợi ích kinh tế thực sự. Cách tính như vậy sẽ khuyến khích các nhà kinh doanh lựa chọn phương án kinh doanh tốt nhất, các mặt hàng sản xuất có hiệu quả hơn.

1.1.3 Vai trò và ý nghĩa của hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.1.3.1 Vai trò

**** Hiệu quả kinh doanh – công cụ quản trị doanh nghiệp***

Mục tiêu bao trùm, lâu dài của mọi doanh nghiệp hoạt động kinh doanh là tối đa hóa lợi nhuận. Để thực hiện mục tiêu này, doanh nghiệp phải đưa ra các giải pháp:

- Hoạch định chiến lược và kế hoạch kinh doanh luôn phù hợp với thị trường. Muốn vậy doanh nghiệp phải sử dụng các nguồn lực sản xuất xã hội nhất định. Doanh nghiệp càng sử dụng tiết kiệm các nguồn lực này bao nhiêu sẽ càng có cơ hội để thu được nhiều lợi nhuận bấy nhiêu. Nói cách khác, doanh nghiệp phải phân bổ một cách hợp lý các nguồn lực sản xuất.

- Thực hiện các điều chỉnh cần thiết trong quá trình tổ chức chiến lược, kế hoạch kinh doanh. Để có được giải pháp đúng doanh nghiệp phải đo lường được hiệu quả kinh doanh ở phạm vi toàn doanh nghiệp cũng như ở từng bộ phận. Sau

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

đó phân tích tìm ra nguyên nhân từ đó mới có được giải pháp thích hợp. Nhiều nhà quản trị cho rằng: Hiệu quả kinh doanh vừa là mục tiêu vừa là phương tiện để thực hiện hoạt động quản trị kinh doanh

** Nâng cao hiệu quả kinh doanh là một tất yếu đối với mọi doanh nghiệp.*

Do tồn tại quy luật khan hiếm: càng ngày người ta sử dụng càng nhiều các nguồn lực sản xuất vào các hoạt động sản xuất phục vụ cho nhu cầu khác của con người. Trong khi các nguồn lực sản xuất xã hội ngày càng giảm thì nhu cầu của con người ngày càng đa dạng và tăng lên không giới hạn. Chính vì thế, nó bắt buộc mọi tổ chức, mọi doanh nghiệp, mọi cá nhân phải hoạt động một cách có hiệu quả. Bắt buộc mọi doanh nghiệp phải lựa chọn và trả lời chính xác 3 câu hỏi: Sản xuất cái gì? Sản xuất như thế nào? Và sản xuất cho ai? Vì thị trường chỉ chấp nhận các doanh nghiệp nào quyết định sản xuất đúng loại sản phẩm (dịch vụ) với số lượng và chất lượng phù hợp. Mọi doanh nghiệp không trả lời đúng 3 câu hỏi trên sẽ sử dụng các nguồn lực xã hội để sản xuất các sản phẩm không tiêu thụ được trên thị trường, tức kinh doanh không có hiệu quả, lãng phí các nguồn lực sản xuất xã hội - sẽ không có khả năng tồn tại.

Xét trên phương diện kỹ thuật: Sự phát triển của khoa học kỹ thuật cho phép con người có thể thỏa mãn nhu cầu của mình bằng nhiều phương pháp hoặc cách thức sản xuất khác nhau. Chính vì vậy con người có thể lựa chọn một phương pháp, một cách thức sản xuất có hiệu quả.

Xét trên phương diện kinh tế: mọi doanh nghiệp kinh doanh trong cơ chế thị trường, mở cửa và ngày càng hội nhập phải chấp nhận và đứng vững trong cạnh tranh muốn chiến thắng trong cạnh tranh doanh nghiệp phải luôn tạo ra và duy trì lợi thế cạnh tranh: chất lượng và sự khác biệt hóa trong sản phẩm, giá cả và tốc độ cung ứng. Để duy trì các lợi thế về giá doanh nghiệp phải sử dụng tiết kiệm các nguồn lực sản xuất hơn so với các doanh nghiệp cùng ngành. Các chỉ tiêu cơ sở sản xuất kinh doanh và hiệu quả kinh tế cao thì doanh nghiệp mới có khả năng đạt được điều này. Mọi doanh nghiệp phải thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh có

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

hiệu quả càng cao càng tốt (điều này luôn là một quá trình không ngừng).

Hoạt động kinh doanh là phạm trù phản ánh tính tương đối của việc sử dụng tiết kiệm các nguồn lực sản xuất xã hội và là điều kiện để thực hiện các mục tiêu bao trùm, lâu dài của doanh nghiệp. Hoạt động kinh doanh càng cao càng phản ánh doanh nghiệp đã sử dụng tiết kiệm các nguồn lực sản xuất. Vì vậy, nâng cao hiệu quả kinh doanh là đòi hỏi khách quan để doanh nghiệp thực hiện mục tiêu bao trùm lâu dài là tối đa hóa lợi nhuận.

1.1.3.2 Ý nghĩa

**** Đối với nền kinh tế quốc dân:***

Hoạt động kinh doanh là một phạm trù kinh tế quan trọng, phản ánh yêu cầu quy luật tiết kiệm thời gian, phản ánh trình độ sử dụng nguồn lực, trình độ sản xuất và mức độ hoàn thiện của sản xuất trong cơ chế thị trường. Trình độ phát triển của lực lượng sản xuất ngày càng cao, quan hệ sản xuất và trình độ hoàn thiện sản xuất ngày càng cao, yêu cầu của quy luật kinh tế ngày càng thỏa mãn là điều kiện quản lý kinh tế cơ bản ngày càng được phát huy đầy đủ hơn vai trò của nó. Tóm lại, ngày càng nâng cao hiệu quả kinh doanh đem lại cho quốc gia sự phân bố, sử dụng các nguồn lực càng hợp lý thì càng có hiệu quả.

**** Đối với bản thân doanh nghiệp:***

Hoạt động kinh doanh xét về tuyệt đối chính là lợi nhuận thu được. Nó là cơ sở để tái sản xuất mở rộng, cải thiện đời sống của cán bộ công nhân viên. Đối với mỗi doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp hoạt động trong cơ chế thị trường thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Nó giúp cho doanh nghiệp bảo tồn và phát triển về vốn, qua đó doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh của mình trên thị trường, vừa giải quyết tốt đời sống lao động, vừa đầu tư mở rộng, cải tạo, hiện đại hoá cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho việc sản xuất kinh doanh. Do vậy hiệu quả chính là căn cứ quan trọng và chính xác để doanh nghiệp đánh giá các hoạt động của mình. Nhận thức đúng đắn về hiệu quả sẽ giúp cho doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả hơn.

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

*** Đối với người lao động:**

Hoạt động sản xuất kinh doanh là động lực thúc đẩy, kích thích người lao động hăng say sản xuất, luôn quan tâm tới kết quả lao động của mình. Nâng cao hiệu quả đồng nghĩa với nâng cao đời sống người lao động trong doanh nghiệp để tạo động lực trong sản xuất, do đó năng suất lao động sẽ góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh.

1.1.4 Quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.1.4.1 Một số quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh

Từ trước tới nay đã có rất nhiều quan điểm khác nhau đề cập tới vấn đề cách hiểu về hiệu quả. Đứng trên các góc độ khác nhau, các nhà kinh tế lại đưa ra các cách nhìn nhận riêng về hiệu quả. Để hiểu được về phạm trù hiệu quả sản xuất kinh doanh trước tiên ta hiểu về hiệu quả nói chung.

Quan điểm thứ nhất: Theo P.Samerelson và W.Nordhous thì “ Hiệu quả sản xuất kinh doanh diễn ra khi xã hội không tăng sản lượng một loại hàng hoá mà cũng không cắt giảm một loại hàng hóa khác. Một nền kinh tế có hiệu quả nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất của nó”. Thực chất quan điểm này đề cập tới vấn đề phân bổ và đề cập tới các nguồn lực của nền sản xuất trên đường giới hạn khả năng sản xuất sẽ làm cho nền kinh tế có hiệu quả cao. Có thể nói hiệu quả ở đây mà tác giả đưa ra là cao nhất, là lý tưởng và không có mức hiệu quả nào cao hơn.

Quan điểm thứ hai: “ Hiệu quả sản xuất kinh doanh thể hiện ngay tại số hiệu số giữa doanh thu và chi phí, nếu doanh thu lớn hơn chi phí thì kết luận doanh nghiệp có hiệu quả. Ngược lại doanh thu nhỏ hơn chi phí tức là doanh nghiệp làm ăn thua lỗ”. Quan điểm này đánh giá một cách chung chung hoạt động của doanh nghiệp, giả dụ như: Doanh nghiệp có doanh thu lớn hơn chi phí nhưng do khách hàng chiếm dụng vốn của doanh nghiệp do vậy tiền chi lại lớn hơn tiền thu thực tế, khi đó doanh nghiệp bị thâm hụt vốn, khả năng chi trả kém cũng dễ dẫn đến khủng hoảng mà cao hơn nữa có thể bị phá sản.

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

Quan điểm thứ ba: “ Hiệu quả sản xuất kinh doanh được xác định bởi quan hệ tỷ lệ giữa doanh thu/ vốn hay lợi nhuận/ vốn...” Quan điểm này nhằm đánh giá khả năng thu hồi vốn nhanh hay chậm, khả năng sinh lời của một đồng vốn bỏ ra cao hay thấp, đây cũng chỉ là những quan điểm riêng lẻ chưa mang tính khái quát thực tế.

Quan điểm thứ tư: Lại đề cập tới hiệu quả kinh tế ở dạng khái quát, coi: “Hiệu quả kinh tế được xác định bởi tỷ số giữa kết quả đạt được và chi phí bỏ ra để đạt được hiệu quả đó”. Quan điểm này đánh giá được tốt nhất trình độ lợi dụng các nguồn lực ở mọi điều kiện “động” của hoạt động kinh tế. Theo quan điểm này thì hoàn toàn có thể tính toán được hiệu quả kinh tế cùng sự biến động và vận động không ngừng của hoạt động kinh tế, chúng phụ thuộc vào quy mô và tốc độ biến động khác nhau.

Qua các định nghĩa cơ bản về hiệu quả kinh tế được trình bày ở trên, chúng ta cũng hiểu được rằng: “Hiệu quả kinh tế hay hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế biểu hiện tập trung của sự phát triển kinh tế theo chiều sâu, phản ánh trình độ khai thác (tận dụng) các nguồn lực (lao động, máy móc, thiết bị, khoa học công nghệ và vốn) trong quá trình tái sản xuất nhằm đạt được các mục tiêu mong đợi mà doanh nghiệp đã đặt ra”. Nó là thước đo mà ngày càng trở lên quan trọng của sự tăng trưởng kinh tế và là chỗ dựa cơ bản để đánh giá việc thực hiện mục tiêu kinh tế của doanh nghiệp trong từng thời kỳ.

1.1.4.2 Hiệu quả kinh tế cá biệt và hiệu quả kinh tế quốc dân

Hiệu quả kinh tế cá biệt: là hiệu quả kinh tế thu được từ hoạt động thương mại của doanh nghiệp. Biểu hiện trực tiếp của hiệu quả kinh tế này là lợi nhuận mà mỗi doanh nghiệp thu được chất lượng thực hiện những yêu cầu mà Xã hội đề ra cho nó.

Hiệu quả kinh tế quốc dân: là hiệu quả được tính toán cho toàn bộ nền kinh tế quốc dân, về cơ bản đó là giá trị thặng dư, thu nhập quốc dân hoặc tổng sản phẩm Xã hội mà đất nước căn bản thu được trong từng thời kỳ so với lượng vốn sản xuất, lao động Xã hội và tài nguyên đã hao phí.

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

Giữa hiệu quả kinh tế cá biệt và hiệu quả kinh tế quốc dân có mối quan hệ và tác động qua lại lẫn nhau. Trong việc thực hiện cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước, không những cần tính toán và đạt được hiệu quả trong hoạt động sản xuất kinh doanh của từng doanh nghiệp mà còn cần phải đạt được hiệu quả của nền kinh tế quốc dân. Mức hiệu quả kinh tế quốc dân lại phụ thuộc vào mức hiệu quả cá biệt. Nghĩa là phụ thuộc vào sự cố gắng của người lao động, của mỗi doanh nghiệp đồng thời qua hoạt động của cơ quan quản lý nhà nước cũng có tác động trực tiếp tới hiệu quả cá biệt. Ngược lại chính sách sai lầm cũng dẫn tới kìm hãm nâng cao hiệu quả kinh doanh.

1.1.4.3 Hiệu quả chi phí bộ phận và hiệu quả chi phí tổng hợp

- Hiệu quả chi phí bộ phận: Thể hiện mối tương quan giữa kết quả thu được với chi phí của từng yếu tố cần thiết đã được sử dụng để thực hiện nhiệm vụ sản xuất kinh doanh như: lao động, máy móc, thiết bị, nguyên vật liệu,... Việc tính toán hiệu quả chi phí tổng hợp cho thấy hiệu quả chung của toàn doanh nghiệp hay của nền kinh tế quốc dân. Việc tính toán và phân tích hiệu quả của những chi phí bộ phận cho thấy sự tác động và những nhân tố bộ phận sản xuất kinh doanh đến hiệu quả kinh tế nói chung. Về nguyên tắc, hiệu quả của chi phí tổng hợp phụ thuộc vào chi phí của các bộ phận. Việc giảm chi phí bộ phận sẽ giúp cho giảm chi phí tổng hợp, tăng hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp.

- Hiệu quả chi phí tổng hợp: Thể hiện mối tương quan giữa kết quả thu được và tổng hợp chi phí bỏ ra để thực hiện nhiệm vụ sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

1.4.4 Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả tương đối

Trong công tác quản lý hiệu quả kinh doanh, việc xác định hiệu quả nhằm giúp hai mục đích: Thứ nhất là phân tích đánh giá trình độ quản lý và sử dụng các loại chi phí trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Thứ hai: là phân tích luận chứng về kinh tế xã hội của các phương án khác nhau trong nhiệm vụ cụ thể nào đó khi chọn lấy một phương án có lợi nhất.

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

- Hiệu quả tuyệt đối: là hiệu quả được tính toán cho từng phương án bằng cách xác định mức lợi ích thu được so với chi phí bỏ ra. Chẳng hạn tính toán lượng lợi nhuận thu được từ một đồng chi phí hoặc một đồng vốn bỏ ra. Về mặt lượng, hiệu quả này biểu hiện ở các chỉ tiêu khác nhau: năng suất lao động, lợi nhuận, thời gian hoà vốn,...

- Hiệu quả tương đối: Là hiệu quả đạt được xác định bằng cách sắp xếp tương quan các đại lượng thể hiện chi phí hoặc các kết quả ở các phương án với nhau, các chỉ tiêu sắp xếp được sử dụng để đánh giá mức độ hiệu quả các phương án để chọn phương án có lợi nhất về kinh tế

Tuy nhiên việc xác định ranh giới hiệu quả các doanh nghiệp phải được xem xét một cách toàn diện cả về mặt không gian và thời gian trong mối quan hệ chung với hiệu quả của nền kinh tế quốc dân.

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

1.2.1 Nhân tố khách quan

**** Môi trường pháp lý:***

“Môi trường pháp lý bao gồm luật, văn bản dưới luật, quy trình, quy phạm kỹ thuật sản xuất kinh doanh đều tác động trực tiếp đến kết quả và hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp”. Đó là các quy định của Nhà nước về những thủ tục, vấn đề có liên quan đến phạm vi hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, đòi hỏi mỗi doanh nghiệp khi tham gia vào môi trường kinh doanh cần phải nghiên cứu, tìm hiểu và chấp hành đúng theo những quy định đó.

- Môi trường pháp lý tạo môi trường hoạt động, một môi trường pháp lý lành mạnh sẽ tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiến hành thuận lợi các hoạt động sản xuất kinh doanh của mình lại vừa điều chỉnh các hoạt động kinh tế vĩ mô theo hướng chú trọng tới các thành viên khác trong xã hội, quan tâm đến các mục tiêu khác ngoài mục tiêu lợi nhuận. Ngoài ra các chính sách liên quan đến các hình thức thuế, cách tính, thu thuế có ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

- Môi trường pháp lý tạo sự bình đẳng của mọi loại hình kinh doanh, mọi doanh nghiệp có quyền và nhiệm vụ như nhau trong phạm vi hoạt động của mình. Trong nền kinh tế thị trường mở của hội nhập không thể tránh khỏi hiện tượng những doanh nghiệp lớn có khả năng cạnh tranh sẽ thôn tóm những doanh nghiệp nhỏ. Nhà nước đứng ra bảo vệ quyền lợi cho các doanh nghiệp “yếu thế” có thể duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh của mình và điều chỉnh các lĩnh vực sản xuất cho phù hợp với cơ chế, đường lối kinh tế chung của toàn Xã hội.

- Tính công bằng và nghiêm minh của luật pháp ở bất kỳ mức độ nào đều có ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nếu môi trường kinh doanh mà mọi thành viên đều tuân thủ pháp luật thì hiệu quả tổng thể sẽ lớn hơn, ngược lại nhiều doanh nghiệp sẽ tiến hành những hoạt động kinh doanh bất chính, sản xuất hàng giả, trốn lậu thuế, gian lận thương mại, vi phạm các quy định về bảo vệ môi trường làm hại tới Xã hội.

**** Môi trường chính trị, văn hoá- xã hội:***

- Hình thức thể chế đường lối chính trị của Đảng và Nhà nước quy định các chính sách, đường lối kinh tế chung, từ đó quyết định các lĩnh vực, loại hình hoạt động của các doanh nghiệp. Môi trường chính trị ổn định sẽ có tác dụng thu hút các hình thức đầu tư nước ngoài liên minh, liên kết tạo thêm được nguồn vốn lớn cho doanh nghiệp mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Ngược lại, nếu môi trường chính trị rối ren thiếu ổn định thì không những hoạt động hợp tác sản xuất kinh doanh với các doanh nghiệp nước ngoài hầu như là không mà ngay hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp ở trong nước cũng gặp nhiều bất ổn.

- Môi trường Văn hoá- Xã hội bao gồm các nhân tố điều kiện Xã hội, phong tục tập quán, trình độ, lối sống của người dân,... Đây là những yếu tố rất gần gũi và có ảnh hưởng trực tiếp hay gián tiếp đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp chỉ có thể duy trì và thu được lợi nhuận khi sản phẩm làm ra phù hợp với nhu cầu, thị hiếu khách hàng, phù hợp với lối sống của người dân nơi

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

tiến hành hoạt động sản xuất. Mà những yếu tố này do các nhân tố thuộc môi trường Văn hoá – Xã hội quy định.

**** Môi trường kinh tế***

Môi trường kinh tế là các chính sách đầu tư, chính sách phát triển kinh tế, chính sách cơ cấu ở tầm vĩ mô. Các chính sách này tạo ra sự ưu tiên hay kìm hãm sự phát triển của từng ngành, từng vùng kinh tế, do đó nó tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp thuộc các ngành các vùng kinh tế nhất định.

Nhà nước dùng các chính sách kinh tế để hướng các doanh nghiệp đi theo quỹ đạo của mình, không để ngành, vùng kinh tế nào phát triển theo quy luật cung vượt cầu, hạn chế sự độc quyền trong kinh doanh, kiểm soát sự độc quyền tạo môi trường cạnh tranh kinh tế bình đẳng. Các chính sách kinh tế của Nhà nước như: Chính sách về các loại thuế, chính sách lãi suất, chính sách giá cả có tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp.

- Các chính sách về các loại thuế: Mức thuế cao hay thấp ảnh hưởng đến chi phí và lợi nhuận của doanh nghiệp. Như vậy ảnh hưởng trực tiếp tới cả đầu vào và đầu ra của doanh nghiệp.

- Chính sách giá cả: Sự điều tiết về giá cả tại thị trường của doanh nghiệp ảnh hưởng không nhỏ đến các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp, dẫn đến ảnh hưởng đến kết quả đầu ra thông qua giá bán sản phẩm của doanh nghiệp, ảnh hưởng đến hiệu quả của doanh nghiệp.

- Chính sách về lãi suất tiền tệ: Trong sản xuất kinh doanh, ngoài vốn Chủ sở hữu các doanh nghiệp thường phải huy động nguồn vốn vay để hoạt động và phải trả lãi vay, chính sách về lãi suất tiền tệ thay đổi sẽ làm ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

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

- Đó là tình trạng môi trường, xử lý phế thải, các ràng buộc về môi trường,...có tác động một cách chùng mực tới hiệu quả sản xuất kinh doanh. Các doanh nghiệp khi sản xuất kinh doanh cần phải thực hiện các nhiệm vụ với môi

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

trường như đảm bảo xử lý chất thải, sử dụng các nguồn lực tự nhiên một cách hiệu quả và tiết kiệm, nhằm đảm bảo một môi trường trong sạch. Môi trường bên ngoài trong sạch thoáng mát sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho môi trường làm việc bên trong của doanh nghiệp và nâng cao hiệu quả sản xuất.

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

****Môi trường quốc tế:***

Trong xu thế toàn cầu hoá nền kinh tế như hiện nay thì môi trường quốc tế có sức ảnh hưởng lớn tới kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Các xu hướng, chính sách bảo hộ hay mở cửa, sự ổn định hay biến động của chính trị, những cuộc bạo động, khủng bố, những khủng hoảng về tài chính tiền tệ, thái độ hợp tác làm ăn của các quốc gia, nhu cầu và xu thế sử dụng hàng hoá có liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Môi trường quốc tế ổn định còn là cơ sở để các doanh nghiệp tiến hành nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của mình.

1.2.2 Nhân tố chủ quan

Là yếu tố rất quan trọng ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp. Đó là những yếu tố nội tại của doanh nghiệp, được doanh nghiệp sử dụng có hiệu quả, phát huy sức mạnh của doanh nghiệp.

**** Lực lượng lao động:***

Con người là một trong những nguồn lực sản xuất. Con người vừa là động lực vừa là mục tiêu của sự phát triển kinh tế Xã hội. Sự thành bại trong sản xuất kinh doanh có liên quan mật thiết đến vấn đề lợi ích, nghệ thuật quản lý, sự nghiệp đào

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

tạo, năng lực của mỗi con người,... Trong xu thế toàn cầu hoá như hiện nay thì nhiệm vụ của các nhà lãnh đạo, quản lý là làm thế nào để khai thác và phát huy tiềm năng của con người trong sản xuất kinh doanh. Khoa học kỹ thuật dù có tiên tiến đến đâu nhưng vai trò của người lao động là không thể phủ nhận, bởi máy móc dù có tối tân cũng là do con người tạo ra và máy móc dù có hiện đại đến đâu cũng phải phù hợp với trình độ tổ chức, kỹ thuật, khả năng sử dụng của người lao động thì mới phát huy trong sức mạnh kỹ thuật, tránh lãng phí... Do vậy trong hoạt động sản xuất kinh doanh, lực lượng lao động tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh tế về các mặt sau:

Bằng lao động sáng tạo của mình con người tạo ra công nghệ mới, máy móc thiết bị mới, nguyên vật liệu mới tốt hơn trước.

Trực tiếp điều khiển máy móc thiết bị để tạo ra kết quả.

Lao động có kỷ luật chấp hành, mọi quy định về thời gian, kỷ luật.

Hiện nay các doanh nghiệp cần đào tạo và nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ lao động, đây là nhiệm vụ hàng đầu của các doanh nghiệp.

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

Nhân tố này cho phép các doanh nghiệp nâng cao năng suất, chất lượng, tạo khả năng lớn cho việc tiết kiệm hao phí lao động sống và lao động vật hoá trong quá trình sản xuất và hạ giá thành sản phẩm. Vì vậy doanh nghiệp nào nắm bắt và ứng dụng kịp thời các thành tựu tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất sẽ có nhiều lợi thế trong cạnh tranh, tăng vòng quay của vốn lưu động, tăng lợi nhuận, đảm bảo thực hiện yêu cầu tái sản xuất mở rộng. Nhân tố này đảm bảo cho dây chuyền sản xuất cân đối, cho phép doanh nghiệp khai thác đến mức tối đa các yếu tố vật chất trong sản xuất, nhờ đó mà góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Biện pháp nâng cao hiệu quả ứng dụng tiến bộ kỹ thuật và công nghệ.

- Sử dụng có hiệu quả cơ sở vật chất kỹ thuật hiện có
- Mua sắm trang thiết bị mới, đổi mới quy trình công nghệ sản xuất
- Đẩy mạnh phong trào phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, hợp lý hoá sản xuất.

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

- Liên kết ứng dụng khoa học kỹ thuật trong nước và nước ngoài
- Tích cực đào tạo, sử dụng cán bộ khoa học kỹ thuật, khoa học quản lý trên cơ sở đảm bảo bồi dưỡng vật chất thoả mãn cho họ.
- Nâng cao trình độ quản lý
- Tăng cường đầu tư vốn

Ứng dụng tiến bộ kỹ thuật công nghệ trong sản xuất không nên chỉ hiểu là đầu tư mua sắm những trang thiết bị mới, áp dụng những quy trình công nghệ tiên tiến mà điều đặc biệt quan trọng hiện nay là phải tận dụng kỹ thuật hiện có trong doanh nghiệp. Đây cũng là hướng quan trọng của nhiều nước trên thế giới kể cả các nước phát triển.

**** Nhân tố quản trị doanh nghiệp:***

Nhân tố quản trị đóng vai trò quan trọng đối với việc bảo đảm và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Việc xác định một hướng đi đúng đắn là nhân tố đầu tiên và quan trọng nhất quyết định sự thành công hay thất bại của một doanh nghiệp. Muốn tồn tại và phát triển doanh nghiệp phải chiến thắng trong cạnh tranh, chiếm ưu thế về chất lượng, mẫu mã và sản phẩm, giá cả và tốc độ cung ứng. Điều này phụ thuộc chủ yếu vào nhân quan, khả năng quản trị của quản trị doanh nghiệp. Bên cạnh đó việc khai thác và phân bổ nguồn lực sản xuất cũng là một nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Thật vậy ở mỗi doanh nghiệp kết quả và hiệu quả của hoạt động ở doanh nghiệp đều phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp, việc xác định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận, nhiệm vụ, quyền hạn của từng cá nhân và thiết lập mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức đó.

**** Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin***

Ngày nay với sự phát triển như vũ bão của khoa học kỹ thuật đặc biệt là công nghệ thông tin, nền kinh tế thị trường được coi là nền kinh tế thông tin. Để đạt được thành công trong kinh doanh, doanh nghiệp phải cần rất nhiều thông tin chính

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

xác về nhu cầu thị trường, về công nghệ kỹ thuật, về đối tác, về đối thủ cạnh tranh cũng như những thông tin về kinh nghiệm thành công hay thất bại của các doanh nghiệp khác nhau trong và ngoài nước, các chính sách kinh tế của nhà nước và của các nhà nước khác nhau có liên quan. Việc nắm bắt những thông tin chính xác, xử lý và sử dụng những thông tin đó sẽ giúp cho doanh nghiệp xác định được phương hướng kinh doanh, xác định chiến lược kinh doanh dài hạn cũng như hoạch định các chương trình sản xuất ngắn hạn. Do đó thông tin, trao đổi và xử lý thông tin là một điều quan trọng đem lại hiệu quả kinh doanh cao, tổ chức khoa học hệ thống thông tin nội bộ vừa đáp ứng nhu cầu thông tin kinh doanh vừa đảm bảo giảm thiểu chi phí kinh doanh cho quá trình thu thập, xử lý, lưu trữ và sử dụng thông tin dưới nhiều hình thức. Trong đó đặc biệt là hệ thống tin quan trọng trong quản trị doanh nghiệp hiện nay phù hợp với xu thế phát triển hệ thống thông tin nội bộ phải là hệ thống thông tin nối mạng cục bộ và cao hơn nữa là nối mạng trong nước và quốc tế.

**** Quản trị quy mô và sản xuất kinh doanh***

Tổ chức sản xuất kinh doanh là quá trình biến các yếu tố đầu vào như nguyên vật liệu, thiết bị máy móc, đất đai, vật lực, lao động (nhân lực), vốn (tài lực) thành hàng hoá và dịch vụ mong muốn. Sử dụng vốn hợp lý, vật tư mua đúng chủng loại đảm bảo chất lượng với giá cả thấp, sử dụng tiết kiệm nguyên vật liệu đầu vào sẽ làm hạ giá thành, tăng hiệu quả sản xuất.

Lựa chọn thiết bị công nghệ sản xuất phù hợp, thiết bị công nghệ có chất lượng, kết cấu dây chuyền sản xuất hợp lý ăn khớp giữa các khâu, phát huy hết được năng lực thiết bị hiện có sẽ tăng được năng suất lao động, nâng cao được hiệu quả sản xuất kinh doanh.

1.3 Nội dung phân tích và một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh.

1.3.1 Nội dung phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh

Để biết được hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp có đạt hiệu quả hay không, ta cần phân tích các kết quả đầu ra và nguồn lực đầu vào.

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

Kết quả đầu ra của một hoạt động sản xuất kinh doanh bao gồm: Giá trị tổng sản lượng, doanh thu, lợi nhuận,... Do vậy khi phân tích các kết quả đầu ra ta cần phân tích những chỉ tiêu này.

- Phân tích các chỉ tiêu kết quả, sự biến động và các nguyên nhân biến động
- Phân tích các chỉ tiêu hiệu quả tổng hợp ROE, ROA

Để đánh giá hiệu quả kinh doanh có hệ thống các chỉ tiêu về kinh tế, chính trị, xã hội. Một phương án kinh doanh chỉ được đưa ra xem xét về hiệu quả nếu nó được xác định trên cơ sở những quy định của Nhà nước và đạt những tiêu chuẩn sau:

- Phải tuân thủ sự quản lý vĩ mô của Nhà nước
- Phải kết hợp hài hoà ba lợi ích: cá nhân, tập thể, Nhà nước.

1.3.2 Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh

Kết quả đầu ra được đo bằng chỉ tiêu: Doanh thu và lợi nhuận

Các yếu tố đầu vào bao gồm: Lao động, tư liệu lao động, đối tượng lao động, vốn kinh doanh (Vốn chủ sở hữu và vốn vay)

$$\text{HQ SXKD} = \frac{\text{Kết quả đầu ra}}{\text{Yếu tố đầu vào}}$$

$$\text{HQ tuyệt đối} = \text{KQ đầu ra} - \text{CPhí đầu vào}$$

1.3.2.1 Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế tổng hợp

$$\text{Chỉ tiêu doanh thu trên một đồng chi phí} = \frac{\text{DT tiêu thụ SP trong kỳ}}{\text{Tổng CP SX và tiêu thụ trong kỳ}}$$

$$\text{Chỉ tiêu doanh lợi trên một đồng vốn sản xuất} = \frac{\text{DT tiêu thụ SP trong kỳ}}{\text{Vốn kinh doanh BQ trong kỳ}}$$

$$\text{Chỉ tiêu doanh lợi theo chi phí} = \frac{\text{LN trong kỳ}}{\text{Tổng CP SX và tiêu thụ trong kỳ}}$$

$$\text{Chỉ tiêu doanh lợi doanh thu thuần} = \frac{\text{LN trong kỳ}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

$$\text{Chỉ tiêu doanh lợi theo vốn sản xuất} = \frac{\text{LN trong kỳ}}{\text{Vốn kinh doanh BQ trong kỳ}}$$

1.3.2.2 Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh

Có 4 nhóm chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sản xuất kinh doanh:

- + Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động
- + Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn
- + Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản
- + Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí

* Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động:

$$\text{Sức sản xuất của lao động} = \frac{\text{DT thuần}}{\text{Số lao động BQ trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ, cứ 1 lao động tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu thuần, thực chất đây là chỉ tiêu năng suất lao động.

$$\text{Sức sinh lợi của lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Số lao động BQ trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này cho biết số lao động đưa vào sản xuất bình quân trong kỳ thì tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế.

* Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn:

$$\text{Sức sản xuất của VCSH} = \frac{\text{DT thuần}}{\text{VCSH bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong một năm, một đồng vốn CSH bỏ ra kinh doanh tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

$$\text{Sức sinh lợi của VCSH (ROE)} = \frac{\text{LN sau thuế}}{\text{VCSH bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết trong một kỳ cứ 1 đồng vốn chủ sở hữu thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

* Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản:

$$\text{Sức sản xuất tổng tài sản} = \frac{\text{DT thuần}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho ta biết trong một năm cứ một đồng tổng tài sản thì tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

$$\text{Sức sản xuất của TSCĐ} = \frac{\text{DT thuần}}{\text{TSCĐ bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho ta biết trong kỳ cứ một đồng tài sản cố định thì mang lại bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

$$\text{Sức sinh lợi của TSCĐ} = \frac{\text{LN sau thuế}}{\text{TSCĐ bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho ta biết trong kỳ cứ một đồng TSCĐ thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế.

$$\text{Sức sản xuất của TSLĐ} = \frac{\text{DT thuần}}{\text{TSLĐ bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho ta biết trong kỳ cứ một đồng TSLĐ thì tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

$$\text{Sức sinh lời của TSLĐ} = \frac{\text{LN sau thuế}}{\text{TSLĐ bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho ta thấy trong kỳ cứ một đồng TSLĐ thì mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế.

* Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí:

$$\text{Sức sản xuất của chi phí} = \frac{\text{DT thuần}}{\text{Chi phí trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này cho biết 1 đồng chi phí bỏ ra sản xuất trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

$$\text{Sức sinh lợi của chi phí} = \frac{\text{LN sau thuế}}{\text{Chi phí trong kỳ}}$$

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

+

$$\text{Vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{GV hàng bán}}{\text{Hàng tồn kho bình quân}}$$

+

$$\text{Vòng quay khoản phải thu} = \frac{\text{DT thuần}}{\text{Khoản phải thu bình quân}}$$

1.3.2.3 Nhóm chỉ tiêu xét về mặt hiệu quả kinh tế Xã hội

** Tăng thu ngân sách*

Mọi doanh nghiệp khi tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh thì phải có nhiệm vụ nộp ngân sách cho Nhà nước dưới hình thức là các loại thuế như thuế doanh nghiệp, thuế đất thuế lợi tức, thuế xuất khẩu (đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu), thuế TTĐB,... Nhà nước sẽ sử dụng các khoản thu này cho sự phát triển của nền kinh tế Quốc dân và ở các lĩnh vực phi sản xuất, góp phần phân phối lại thu nhập Quốc dân.

** Tạo thêm công ăn việc làm cho người lao động*

Khi hoạt động có hiệu quả, hầu hết các doanh nghiệp muốn mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh bằng cách tuyển thêm lao động hoặc tổ chức cho công nhân làm việc ngoài giờ. Điều này đặc biệt quan trọng với nước ta ngày nay khi mà mức thu nhập chung của người lao động còn rất thấp và tỷ lệ thất nghiệp còn cao.

** Nâng cao mức sống của người lao động*

Ngoài việc tạo công ăn việc làm cho người lao động đòi hỏi các doanh nghiệp phải làm ăn có hiệu quả để góp phần nâng cao mức sống người lao động. Xét trên phương diện kinh tế, việc nâng cao mức sống của người lao động được thể hiện qua các chỉ tiêu như gia tăng thu nhập quốc dân bình quân trên đầu người, gia tăng đầu tư xã hội, mức tăng trưởng phúc lợi Xã hội...

** Tái phân phối lợi tức xã hội*

Sự phát triển không đồng đều về mặt kinh tế xã hội giữa các vùng, lãnh thổ trong một quốc gia được xem là hiện tượng khá phổ biến, đặc biệt là đối với các

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

nước đang phát triển như nước ta. Để từng bước xoá bỏ sự cách biệt này, góp phần tái phân phối lợi tức giữa các vùng, đòi hỏi cần có những chính sách khuyến khích đầu tư phát triển vào các vùng kinh tế kém phát triển.

Theo quan điểm hiện nay của các nhà kinh tế, hiệu quả kinh tế Xã hội còn thể hiện qua các chỉ tiêu như: Bảo vệ nguồn lợi môi trường, hạn chế gây ô nhiễm môi trường, chuyển dịch cơ cấu kinh tế...

1.4 Phương pháp đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.4.1 Nguyên tắc

Khi đánh giá hiệu quả kinh tế của hoạt động sản xuất kinh doanh, cần lưu ý:

- Ngoài việc xuất phát từ lợi ích doanh nghiệp còn phải xuất phát từ lợi ích nền kinh tế Quốc dân.

- Phải đảm bảo tính thống nhất trong các mối liên hệ giữa các chỉ tiêu đánh giá, thể hiện trong việc lựa chọn các yếu tố chi phí, đơn vị thanh toán chi phí, định mức chi phí.

- Phải đảm bảo tính chính xác, đầy đủ các kết quả đạt được cũng như các chi phí bỏ ra.

- Để tính toán tiêu chuẩn hiệu quả phải dựa vào mức trung bình của ngành, của nền kinh tế hoặc số liệu của doanh nghiệp các năm trước.

1.4.2 Phương pháp so sánh

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

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

Khi tiến hành so sánh theo thời gian cần chú ý phải đảm bảo được tính thống

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

nhất về mặt kinh tế, về phương pháp tính các chỉ tiêu, đơn vị tính các chỉ tiêu cả về số lượng thời gian và giá trị.

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

So sánh tuyệt đối:

$$\Delta = C1 - C0$$

So sánh tương đối:

$$\% \Delta = C1 / C0$$

Trong đó: C0 : Số liệu kỳ gốc

C1 : Số liệu kỳ phân tích

1.4.3 Phương pháp thay thế liên hoàn

Phương pháp này giúp ta nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố đến kết quả sản xuất kinh doanh. Để xem xét mức độ ảnh hưởng của một nhân tố nào đó, ta sẽ thay thế số liệu kỳ gốc hoặc số liệu kỳ kế hoạch bằng số liệu thực tế của nhân tố trong khi giả thiết các nhân tố khác là không thay đổi

Điều kiện áp dụng phương pháp này là có mối quan hệ hàm số giữa các nhân tố, và chỉ tiêu kết quả kinh doanh.

* Nội dung:

- Xác lập mối quan hệ giữa các chỉ tiêu phân tích với các nhân tố ảnh hưởng bằng một công thức. Sắp xếp các nhân tố theo thứ tự nhất định, nhân tố số lượng đứng trước, nhân tố chất lượng đứng sau hay theo quan hệ nhân quả.

- Thay thế lần lượt và liên tiếp các nhân tố từ giá trị kỳ gốc sang kỳ phân tích theo thứ tự trên. Sau mỗi lần thay thế tính giá trị của chỉ tiêu khi nhân tố đó thay đổi sau đó so sánh với giá trị của chỉ tiêu khi nhân tố đó không thay đổi hoặc giá trị của lần thay thế trước đó chính là mức độ ảnh hưởng tuyệt đối của nhân tố vừa thay thế.

- Có bao nhiêu nhân tố thay thế bấy nhiêu lần, nhân tố nào thay thế rồi giữ nguyên giá trị ở kỳ phân tích cho đến lần thay thế cuối cùng, nhân tố nào chưa thay

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

thế giữa nguyên giá trị ở kỳ gốc. Cuối cùng tổng hợp ảnh hưởng của các nhân tố so với biến động của chỉ tiêu phân tích.

* Khái quát: $y = abc$

- Xác định giá trị chỉ tiêu kỳ gốc: $y_0 = a_0 b_0 c_0$

- Xác định giá trị chỉ tiêu nghiên cứu: $y_1 = a_1 b_1 c_1$

- Xác định đối tượng phân tích: $\Delta y = y_1 - y_0 = a_1 b_1 c_1 - a_0 b_0 c_0$

- Xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến chỉ tiêu phân tích:

+ Ảnh hưởng của nhân tố a với mọi y:

Thay thế lần 1: $y_a = a_1 b_0 c_0$

Ảnh hưởng tuyệt đối của nhân tố a: $\Delta y_a = y_a - y_0 = a_1 b_0 c_0 - a_0 b_0 c_0$

Ảnh hưởng tương đối của nhân tố a:

$$\delta y_a = \frac{\Delta y_a}{y_0} * 100 (\%)$$

+ Ảnh hưởng của nhân tố b với mọi y:

Thay thế lần 1: $y_b = a_1 b_1 c_0$

Ảnh hưởng tuyệt đối của nhân tố b: $\Delta y_b = y_b - y_a = a_1 b_1 c_0 - a_1 b_0 c_0$

Ảnh hưởng tương đối của nhân tố b:

$$\delta y_b = \frac{\Delta y_b}{y_0} * 100 (\%)$$

+ Ảnh hưởng của nhân tố c với mọi y:

Thay thế lần 1: $y_c = a_1 b_1 c_1$

Ảnh hưởng tuyệt đối của nhân tố c: $\Delta y_c = y_c - y_b = a_1 b_1 c_1 - a_1 b_1 c_0$

Ảnh hưởng tương đối của nhân tố c:

$$\delta y_c = \frac{\Delta y_c}{y_0} * 100 (\%)$$

$\Delta y_a + \Delta y_b + \Delta y_c = \Delta y$

$$\delta y_a + \delta y_b + \delta y_c = \frac{\Delta y_c}{y_0} * \delta y * 100 (\%)$$

1.4.4 Phương pháp số chênh lệch

Phương pháp số chênh lệch là một dạng đặc biệt của phương pháp thay thế liên hoàn nhằm phân tích các nhân tố thuận lợi ảnh hưởng tới sự biến động của các chỉ tiêu kinh tế.

Phương pháp này chỉ sử dụng trong trường hợp nhân tố có quan hệ với chỉ tiêu bằng tích số và cũng có thể áp dụng trong trường hợp nhân tố có quan hệ với chỉ tiêu bằng thương số.

1.4.5 Phương pháp tương quan

* Khái niệm: Là quan sát mối liên hệ giữa một tiêu thức kết quả với một hay nhiều tiêu thức là nguyên nhân nhưng dưới dạng liên hệ thực.

* Mục đích: Nhằm xác định tính quy định của quy luật của các hoạt động, quy trình và kết quả kinh tế từ đó cung cấp các thông tin cần thiết phục vụ cho công tác quản lý.

* Điều kiện áp dụng: Phải thiết lập các mối liên hệ tương quan giữa các hiện tượng, quy trình và kết quả kinh tế thông qua một hàm mục tiêu nào đó cùng với các điều kiện ràng buộc nó.

* Nội dung:

Bước 1: Nhằm xác định hàm mục tiêu dựa vào mối quan hệ vốn có của các hiện tượng, quá trình và kết quả kinh tế với mục tiêu kinh tế đề ra.

Bước 2: Bằng nghiên cứu, khảo sát sự biến động của hàm mục tiêu đó trong các điều kiện ràng buộc của nó nhằm phát hiện ra tính quy luật của các hiện tượng, quy trình và kết quả kinh tế đó.

Bước 3: Rút ra những thông tin cần thiết để dự đoán, dự báo phục vụ công tác quản lý.

1.5 Biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế

1.5.1 Sử dụng tốt nguồn nhân lực trong kinh doanh

Yếu tố con người luôn đứng giữa vai trò quyết định, khai thác và sử dụng tốt nguồn lực trong kinh doanh được thể hiện qua :

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

- Sắp xếp lao động hợp lý cho doanh nghiệp, hoàn thiện bộ máy quản lý
- Nâng cao trình độ tay nghề, trình độ chuyên môn cho cán bộ công nhân, tận dụng thời gian làm việc, đảm bảo các định mức lao động.
- Trang bị công nghệ, áp dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật vào sản xuất.
- Có chế độ khen thưởng đãi ngộ đối với người lao động

1.5.2 Sử dụng tài sản có hiệu quả

Tài sản luôn là nhân tố quan trọng đối với bất kỳ doanh nghiệp nào. Huy động và sử dụng Tài sản có hiệu quả là vấn đề lớn mà doanh nghiệp luôn chú trọng trong hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Thông thường doanh nghiệp sử dụng một số biện pháp sau:

- Tận dụng triệt để năng lực sẵn có của doanh nghiệp, nâng cao hiệu suất sử dụng thiết bị máy móc.
- Giảm tối đa các bộ phận thừa không cần thiết
- Xây dựng cơ cấu vốn tối ưu
- Tiết kiệm chi phí và hạ giá thành
- Đẩy nhanh tốc độ quay vòng vốn lưu động
- Lựa chọn đổi mới công nghệ phù hợp, sử dụng đúng mục tiêu nguồn vốn công nghệ, nghiên cứu sử dụng các loại nguyên vật liệu mới và nguyên vật liệu thay thế nhằm nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm.

1.5.3 Tăng doanh thu

Doanh thu được xác định như sau:

$$D = \sum Q \times P$$

Trong đó: D – Doanh thu

Q - Số lượng sản phẩm tiêu thụ trong kỳ

P – Giá bán đơn vị sản phẩm

Vì vậy, muốn tăng doanh thu cần phải tăng số lượng sản phẩm tiêu thụ hoặc tăng giá bán. Việc tăng giá bán là không khả thi bởi vì nếu cùng một loại sản phẩm được cung cấp bởi nhiều nhà sản xuất mà ta tăng giá bán thì các doanh nghiệp khác

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

có giá thấp hơn sẽ chiếm được thị trường.

Do vậy để tăng doanh thu thì doanh nghiệp phải tìm cách tiêu thụ được càng nhiều sản phẩm càng tốt. Muốn đạt được điều này thì doanh nghiệp phải đa dạng hoá sản phẩm, đa dạng hoá ngành nghề kinh doanh, mở rộng sản xuất,... và mở rộng thị trường để chiếm lĩnh thị trường

1.5.4 Giảm chi phí

Giảm chi phí nguyên vật liệu, tiết kiệm nguyên vật liệu vì chi phí nguyên vật liệu chiếm tới hơn 50% giá thành lên khi doanh nghiệp tiết kiệm chi phí về nguyên vật liệu và điều này sẽ làm giảm giá thành sản phẩm. Nhưng bên cạnh việc hạ giá thành sản phẩm thì khi tiết kiệm nguyên vật liệu quá mức sẽ dẫn tới chất lượng sản phẩm kém. Vì vậy doanh nghiệp cần có kế hoạch dự trữ, bảo quản cũng như cấp phát nguyên vật liệu một cách hợp lý .

Để giảm các chi phí trong sản xuất thì doanh nghiệp thực hiện các biện pháp sau:

- Cắt giảm lao động dư thừa để giảm chi phí lao động
- Sắp xếp bộ máy quản lý gọn nhẹ, bố trí công việc hợp lý hoạt động có hiệu quả sẽ góp phần giảm chi phí quản lý...

1.5.5 Nghiên cứu thị trường

Nghiên cứu để nắm chắc chắn nhu cầu thị trường và khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường của doanh nghiệp để từ đó xây dựng kế hoạch và phương án kinh doanh phù hợp. Để nghiên cứu thị trường doanh nghiệp cần tiến hành những bước sau:

- Tìm kiếm khách hàng mới
- Làm tăng khả năng mua
- Mở rộng thị trường cũng như thị phần
- Xác định kênh phân phối thích hợp
- Ngoài ra doanh nghiệp cần phải khai thác các khách hàng tiềm năng, sử dụng các hình thức quảng cáo, tiếp thị, cải tiến về mẫu mã,... Nhằm gia tăng ý muốn mua sắm của khách hàng.

PHẦN II:

**PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT
KINH DOANH CỦA CÔNG TY CP KINH DOANH
HÀNG XUẤT KHẨU HP**

2.1 Khái quát về công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng

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

Công ty kinh doanh hàng xuất khẩu nay là công ty Cổ Phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng, tiền thân là một doanh nghiệp Nhà nước được tái lập lại theo Quyết định số 107/QĐ-TCCQ ngày 19/01/1993 của UBND Thành phố Hải Phòng ký và quyết định số 3097/QĐ ngày 05/11/2001 của UBND Thành phố ký sáp nhập Công ty thương mại Vĩnh Bảo vào công ty. Công ty trực thuộc Sở thương mại Hải Phòng với giấy đăng ký kinh doanh số 0203001796 ngày 14 tháng 10 năm 2005 do Sở Kế hoạch và Đầu tư thành phố Hải Phòng cấp.

Nhằm thích ứng với sự chuyển đổi của nền kinh tế thị trường công ty tiến hành cổ phần hoá theo Quyết định số 2281/QĐ ngày 30/09/2005 do UBND Thành Phố ký chuyển đổi thành công ty cổ phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

- Tên hợp pháp của công ty bằng tiếng Việt:

CÔNG TY CỔ PHẦN KINH DOANH HÀNG XUẤT KHẨU HẢI PHÒNG.

Công ty có tư cách pháp nhân phù hợp với pháp luật Việt Nam.

- Tên tiếng Anh:

HAI PHONG TRADING GOODS EXPORT JOINT STOCK COMPANNY

- Tên viết tắt: TRAGOCO

- Trụ sở đăng ký của công ty: Số 746 - Đường Nguyễn Văn Linh - Phường Niệm Nghĩa - Quận Lê Chân – Thành phố Hải Phòng.

- Số điện thoại: 0313.856.190 – 0313.835.824

- Fax: 0313.782.407

- Tại ngày thông qua điều lệ công ty (tháng 09/2005), vốn điều lệ của công ty là

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

10.000.000.000 (mười tỷ đồng chẵn). Trong đó Nhà nước sở hữu 32% vốn điều lệ. Cổ phần người lao động trong doanh nghiệp và các đối tượng ngoài doanh nghiệp sở hữu 68% vốn điều lệ công ty. Tổng số vốn điều lệ của công ty được chia thành 1.000.000 cổ phần với mệnh giá là 10.000 đồng Việt Nam 1 cổ phần.

2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của công ty

2.1.2.1 Chức năng

Công ty tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh với các chức năng sau:

- Thu mua sản xuất chế biến hàng thực phẩm nông sản xuất khẩu.
- Dịch vụ kho vận – dịch vụ xuất nhập khẩu hàng hóa.
- Kinh doanh hàng thủy sản, hàng thực phẩm công nghệ (bánh kẹo, rượu các loại từ 30 độ cồn trở xuống, bia, nước giải khát).
- Kinh doanh hàng bông, vải sợi may mặc, kim khí điện máy, nông sản thực phẩm, vật liệu xây dựng và chất đốt.
- Kinh doanh phân bón phục vụ sản xuất nông nghiệp.
- Sản xuất kinh doanh thức ăn gia súc
- Kinh doanh xăng dầu
- Dịch vụ ăn uống giải khát
- Kinh doanh khách sạn nhà nghỉ
- Sản xuất gia công giày dép xuất khẩu

2.1.2.2 Nhiệm vụ

- Không ngừng phát triển các hoạt động sản xuất, thương mại, dịch vụ trong các lĩnh vực hoạt động kinh doanh của công ty nhằm tối đa hóa lợi nhuận cho các cổ đông, cải thiện điều kiện làm việc và nâng cao thu nhập cho người lao động.

- Thực hiện đầy đủ nghĩa vụ với ngân sách Nhà nước
- Bảo đảm an toàn về hàng hóa, an toàn trong vận chuyển, an toàn về con người, bảo vệ môi trường, trật tự an toàn xã hội.

- Lập quy hoạch tổng thể, kế hoạch đầu tư, xây dựng và từng bước đổi mới cơ sở vật chất kỹ thuật, hệ thống trang thiết bị hiện đại, và phát triển công ty ngày càng lớn mạnh.

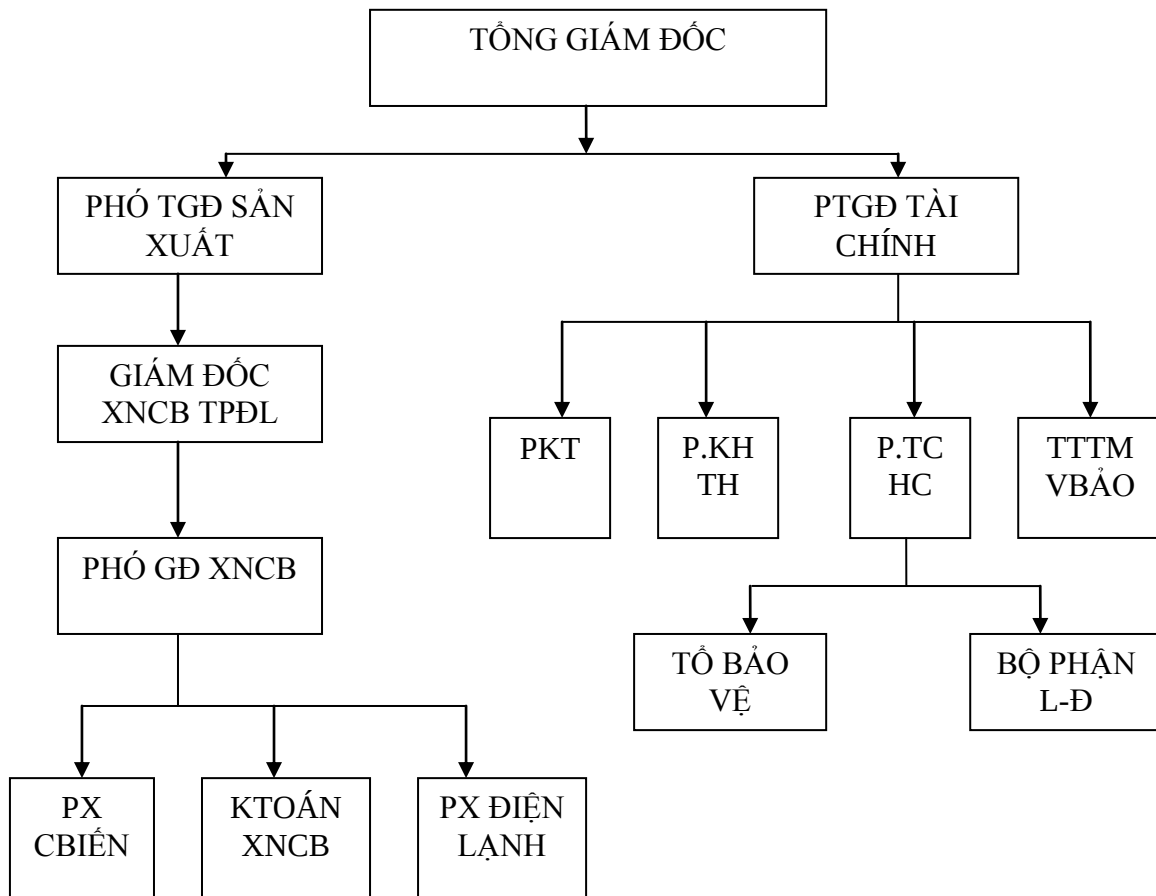
2.1.3 Cơ cấu tổ chức của công ty

2.1.3.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức

Công ty Cổ phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng là một doanh nghiệp trực thuộc UBND thành phố theo quyết định số 2281/QĐ ngày 30/09/2005 của UBND Thành Phố. Mô hình bộ máy quản lý hiện nay của công ty được tổ chức phù hợp với đặc điểm quản lý hạch toán, sản xuất kinh doanh những mặt hàng thuộc nhóm ngành nghề đăng ký nhằm khai thác có hiệu quả cơ sở vật chất, đất đai, nhà xưởng dây chuyền sản xuất, nguồn nhân lực hiện có. Bộ máy quản lý của công ty được xây dựng nhằm đảm bảo sản xuất có hiệu quả và quản lý tốt sản xuất. Với cơ cấu trên vừa phát huy được năng lực chuyên môn của các phòng ban trong tham mưu giúp việc cho Tổng Giám Đốc, đồng thời Tổng Giám đốc có thời gian dành cho các kế hoạch, mục tiêu chiến lược phát triển sản xuất kinh doanh của công ty nhưng vẫn đảm bảo theo dõi được tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh và đưa ra những quyết định kịp thời đối với những phát sinh trong quá trình hoạt động của công ty.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

Sơ đồ 1.1



2.1.3.2 Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban

- **Tổng giám đốc**: Do HĐQT bổ nhiệm và ký hợp đồng lao động. Nhiệm kỳ của TGD là 3 năm trừ khi HĐQT có quy định khác.

Quyền hạn và trách nhiệm:

- Thực hiện các nghị quyết của HĐQT và ĐHĐCĐ kế hoạch kinh doanh và kế hoạch đầu tư của công ty đã được HĐQT và ĐHĐCĐ thông qua.
- Thay mặt công ty ký kết các hợp đồng tài chính và thương mại, tổ chức và điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh hàng ngày của công ty.
- Thực hiện kế hoạch kinh doanh hàng năm do ĐHĐCĐ và HĐQT thông qua.
- Đề xuất các biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động và quản lý công ty.

- **Hai phó tổng Giám đốc**: Giúp việc cho Tổng Giám đốc, có trách nhiệm thay thế TGD trong quản lý sản xuất kinh doanh của công ty cũng như ký kết các hợp đồng kinh tế nếu được TGD ủy quyền.

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

- **Phòng tổ chức hành chính** (TCHC): Giúp việc cho TGD về công tác quy hoạch, sắp xếp bố trí cán bộ, công nhân viên phù hợp với năng lực và trình độ để đáp ứng được yêu cầu sản xuất kinh doanh. Ngoài ra còn lập kế hoạch tái đào tạo đội ngũ cán bộ, công nhân để nâng cao trình độ tay nghề, chuyên môn.

- **Bộ phận liên doanh đầu tư**: Giúp TGD quản lý việc liên doanh với bên ngoài.

- **Phòng kế toán**: Giúp việc cho TGD trong nghĩa vụ thực hiện nghiêm túc chế độ kế toán theo quy định của Bộ Tài chính ban hành. Đồng thời thu nhận và lưu giữ chứng từ hóa đơn có liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh trong năm tài chính để làm cơ sở cho việc ghi chép sổ sách, thiết lập các báo cáo hàng tháng, quý, năm và thường xuyên cung cấp các thông tin về tình hình tài chính khi TGD hoặc đoàn thanh tra có thẩm quyền yêu cầu.

- **Phòng kế hoạch tổng hợp** (P.KHTH): Giúp việc cho TGD trong công tác quản lý và chỉ đạo việc thực hiện kế hoạch sản xuất. Giám sát theo dõi việc thực hiện chế độ sản xuất. Tham mưu giúp TGD đề ra biện pháp để thúc đẩy sản xuất và tiến độ thời gian giao hàng theo kế hoạch.

- **Trung tâm thương mại Vĩnh Bảo** (TTTM VB): Nhiệm vụ chính là bán xăng dầu, chịu trách nhiệm báo cáo kết quả kinh doanh về công ty .

Các phòng ban, bộ phận còn lại trực tiếp hay gián tiếp thực hiện các hoạt động liên quan đến sản xuất.

2.1.4 Hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty

Một số chỉ tiêu của công ty:

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008
Sản lượng	1000 kg thịt	38.000	60.000	100.000
Doanh thu	1000 đồng	22.500.000	29.650.000	64.900.000
Lợi nhuận	1000 đồng	250	405	845
Thu nhập bình quân	1000 đồng	1.200	1.500	1.700
Nộp ngân sách	1000 đồng	65.000	80	122

2.1.5 Những thuận lợi, khó khăn của công ty

*** Thuận lợi:**

Công ty tiến hành Cổ phần hóa trong thời điểm Đảng và nhà nước ta ban hành nhiều chủ trương, chính sách ưu đãi, khuyến khích đối với các doanh nghiệp nhà nước tiến hành Cổ Phần hóa. Đó là chính sách ưu đãi về thuế Thu nhập doanh nghiệp những năm đầu Cổ Phần, chính sách đối với người lao động dôi dư do công tác cổ phần. Đặc biệt Đảng ta chủ trương công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và tiếp tục đẩy mạnh công cuộc đổi mới đã tạo nhiều cơ hội thuận lợi cho các doanh nghiệp phát triển.

Sau hơn 10 năm thành lập và gần 5 năm cổ phần hóa công ty đã tạo được uy tín của mình trên thị trường trong nước và nước ngoài. Cùng với việc không ngừng nghiên cứu nâng cao chất lượng sản phẩm, sản phẩm ngày càng lấy được lòng người tiêu dùng.

Có đội ngũ cán bộ công nhân viên giàu kinh nghiệm và nhiệt tình.

Đội ngũ lãnh đạo có thâm niên quản lý, tích lũy được các kinh nghiệm quý báu, đưa ra được các chiến lược phát triển phù hợp với tình hình mới.

*** Khó khăn:**

Nền kinh tế nước ta đang trên con đường hội nhập với khu vực và thế giới nên sức ép cạnh tranh ngày càng tăng. Điều này đòi hỏi công ty phải có những chính sách phù hợp, lôi cuốn được khách hàng.

Tình trạng sản xuất hàng giả, hàng kém chất lượng ngày càng trở lên phổ biến, công ty phải bảo vệ được thương hiệu của mình tạo uy tín trên thị trường.

Nguyên liệu chính của công ty là thịt lợn mà hiện nay tình hình dịch bệnh của gia súc, gia cầm nói chung và của lợn nói riêng đang ảnh hưởng nghiêm trọng tới chất lượng nguyên liệu cũng như khả năng tiêu thụ của khách hàng. Như dịch lở mồm long móng, dịch heo tai xanh... Do vậy công ty cần có biện pháp để cải thiện tình hình trên.

2.2 Các hoạt động của công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng

2.2.1 Hoạt động sản xuất kinh doanh

Quá trình mua hàng được coi là hoàn tất khi hàng hóa nói chung đã được nhập kho và đơn vị chấp nhận thanh toán tiền hàng cho người bán. Việc thanh toán có thể dưới nhiều hình thức: thanh toán bằng tiền mặt, tiền gửi hay mua chịu (nếu người bán chấp nhận).

Quá trình thanh toán nợ của công ty Cổ phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng diễn ra như sau: Đối với nguyên liệu lợn hơi (bao gồm lợn choai và lợn sữa) hình thức thanh toán chủ yếu là tiền mặt. Điều này xuất phát từ đặc điểm đa số nguyên liệu được tiến hành thu mua từ các hộ nông dân cá thể riêng lẻ.

Trước tiên XNCB viết giấy đề nghị thanh toán gửi Tổng Giám đốc công ty với mục đích thanh toán tiền mua nguyên vật liệu lợn hơi, giấy đề nghị tạm ứng được chuyển cho kế toán trưởng công ty xem xét và ghi ý kiến đề nghị thủ trưởng công ty (TGD) duyệt chi. Căn cứ vào quyết định của TGD kế toán lập phiếu chi kèm theo giấy đề nghị tạm ứng và chuyển cho thủ quỹ làm thủ tục xuất quỹ.

a- Các sản phẩm của công ty

Từ một công ty nhỏ lẻ ban đầu trải qua quá trình lao động sản xuất với sự phấn đấu không ngừng của đội ngũ cán bộ công nhân viên Công ty Cổ Phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng nhanh chóng phát triển cả về quy mô sản xuất đến số lượng sản phẩm, chất lượng sản phẩm luôn là mục tiêu luôn được đặt lên hàng đầu của công ty. Với việc tăng cường đầu tư máy móc dây truyền trang thiết bị sản xuất hiện đại công ty đã và đang khẳng định vị trí của mình trên thị trường và tạo niềm tin cho nhà đầu tư.

Hàng năm công ty đã cung cấp cho thị trường hàng ngàn tấn thịt lợn chủ yếu là thịt lợn đông lạnh và thịt lợn qua chế biến. Cụ thể như sau: Năm 2006 mức sản lượng là 38.000 tấn thịt lợn và doanh thu là 22,5 tỉ VNĐ. Năm 2007 mức sản lượng là 60.000 tấn thịt lợn và doanh thu là 29,65 tỉ. Năm 2008 sản lượng là 100.000 tấn doanh thu 64,9 tỉ. Kế hoạch năm 2009 sản lượng đạt là 150.000 tấn.

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

Bên cạnh đó công ty còn kinh doanh xăng dầu ở chi nhánh bên Vĩnh Bảo và cho một số đơn vị kinh doanh thuê nhà xưởng.

b- Công nghệ sản xuất

Do đặc điểm sản xuất của công ty mà nguồn nguyên liệu đầu vào để sản xuất ra sản phẩm của công ty là nguồn nguyên liệu trong nước. Trải qua nhiều bước công nghệ, sản phẩm của công ty luôn đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng.

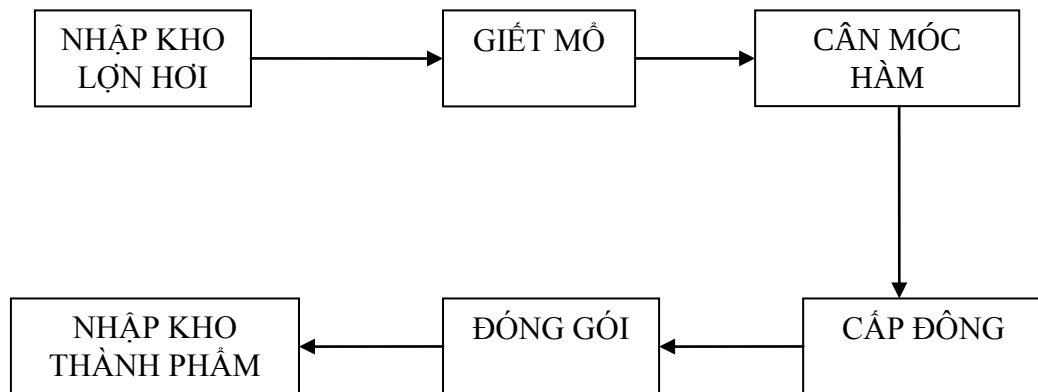
Để đảm bảo các sản phẩm có chất lượng cao, thu hút càng nhiều khách hàng, hòa chung vào nền kinh tế phát triển, Ban Giám đốc công ty đã tiến hành xây dựng và thực hiện chính sách quản lý chất lượng theo các tiêu chuẩn quốc tế trong quá trình tiêu thụ và sản xuất hàng hóa. Ban Giám đốc công ty cam kết sẽ chịu trách nhiệm về chất lượng sản phẩm của công ty trước khách hàng.

Toàn bộ công nghệ thiết bị sản xuất thịt đông lạnh của công ty đều được nhập khẩu từ Nhật Bản, Trung Quốc, Đài Loan.

Quy trình công nghệ sản xuất thịt lợn đông lạnh xuất khẩu:

Để có thành phẩm thịt lợn đông lạnh xuất khẩu, khâu đầu tiên công ty tiến hành tổ chức thu mua lợn hơi từ các đầu mối thu mua chính do tổ chức thu mua của công ty chịu trách nhiệm. Yêu cầu đầu tiên đặt ra là lợn phải là lợn hơi siêu nạc, khỏe mạnh, không dịch bệnh đã được cơ quan thú y cấp giấy chứng nhận kiểm dịch. Lợn choai phải có trọng lượng từ 35Kg - 55Kg, lợn sữa phải có trọng lượng 7Kg - 15Kg. Lợn đáp ứng đủ yêu cầu trên sau khi thu mua, xác định trọng lượng tiến hành nhập kho lợn hơi dưới sự kiểm tra của bác sĩ kiểm dịch thú y sau 4 giờ lợn đưa vào giết mổ và cân móc hàm đồng thời qua lần kiểm dịch thứ 2. Tiếp đó lợn được đưa vào cấp đông, đóng gói, nhập kho thành phẩm theo quy định của thành phẩm phải được bảo quản ở nhiệt độ là 18°C đến 20°C và giữ cho tám thành phẩm được bảo quản từ 10 °C đến 20°C.

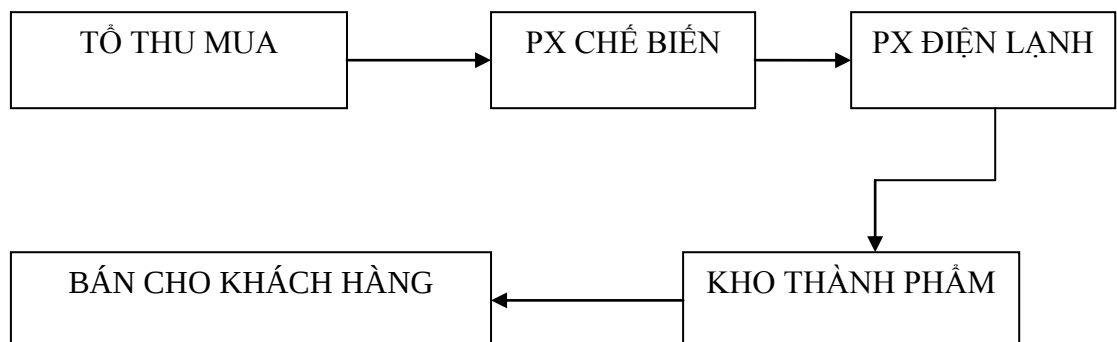
***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***



(Nguồn : Phân xưởng Chế biến)

Mô hình tổ chức sản xuất:

Mô hình tổ chức sản xuất của công ty Cổ Phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng được thể hiện qua sơ đồ sau:



2.2.2 Thị trường của công ty

Thị trường đầu vào:

Xét trong toàn bộ quá trình kinh doanh thì mua hàng là giai đoạn mở đầu, một khâu khá quan trọng vì kết quả của nó là tiền đề cho giai đoạn tiếp theo. Xác định được như vậy nên công ty Cổ Phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng đặt mối quan tâm của mình vào ngay từ khâu mua nguyên vật liệu, công cụ, dụng cụ, hàng hóa. Vì sản phẩm truyền thống của công ty là thịt lợn đông lạnh nên nguyên liệu chính là lợn sữa hơi và lợn choai hơi.

Căn cứ vào nhu cầu thực tế của hoạt động sản xuất kinh doanh công ty xác định số lượng nguyên vật liệu, hàng hóa cần thiết sử dụng trong kỳ. Vì nguyên liệu chính của công ty là lợn hơi được thu mua trên thị trường tự do người bán không

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

có hóa đơn nên kế toán xí nghiệp phải lập “bảng kê mua hàng” để làm căn cứ lập phiếu nhập kho và làm thủ tục thanh toán đồng thời để làm căn cứ khấu trừ thuế (nếu có).

Nguyên liệu chính được công ty thu mua từ các tỉnh thành trong cả nước như Thái Bình, Thanh Hóa, Vĩnh Phúc, Hải Phòng,...

Thị trường đầu ra:

Thị trường của công ty là thị trường trong nước và với thị trường nước ngoài thì chủ yếu là thị trường Hồng- Kông.

Bảng sản lượng tiêu thụ của công ty năm 2008

Thị trường trong nước	Thị trường nước ngoài	
25%	Thị trường Hồng - Kông	Thị trường khác
	70%	5%

Công ty đang xúc tiến mở rộng thị trường sang Đài Loan và MaCao, đây là những thị trường tiềm năng vì nhu cầu thịt lợn sữa cao do họ ưa dùng mặt hàng này. Bên cạnh đó thị trường Singapo là một thị trường khó tính nhưng rất tiềm năng. Muốn vào được thị trường này công ty phải xây dựng trang trại lợn tập trung, quy mô khoảng 1.500 đầu lợn nhằm tạo nguồn hàng ổn định và sạch bệnh. Để làm được điều này thì công tác marketing, nghiên cứu thị trường của công ty phải được hết sức coi trọng.

Phương thức bán hàng và thanh toán:

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay mục tiêu hàng đầu của doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận. Công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng cũng không nằm ngoài quy luật đó. Để thực hiện được mục tiêu của mình công ty áp dụng chính sách đa phương thức bán hàng dưới hình thức bán hàng trực tiếp. Công ty sử dụng các phương thức bán hàng sau:

- Bán buôn: Công ty bán hàng thông qua hợp đồng kinh tế. Hợp đồng kinh tế ký kết giữa công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu với các đơn vị, doanh nghiệp khác hay các đơn đặt hàng. Trong hợp đồng kinh tế ghi rõ tên đơn vị mua, số

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

lượng, đơn giá, phẩm chất hàng hóa, giá trị hợp đồng, thời gian giao nhận hàng, thanh toán. Hợp đồng kinh tế này đồng thời là căn cứ để giải quyết trong trường hợp có mâu thuẫn, tranh chấp.

- Bán lẻ: Ngoài hình thức bán buôn thì bán lẻ là hình thức khá hiện hữu để hàng hóa của công ty có thể chiếm lĩnh trên diện rộng trên thị trường. Hình thức này chủ yếu áp dụng đối với mặt hàng xăng dầu thông qua hình thức bán hàng thu tiền trực tiếp. Nhân viên bán hàng trực tiếp thu tiền và giao hàng cho khách. Cuối ngày lập bảng kê bán hàng nhằm xác định doanh số bán hàng cũng như kiểm kê lượng xăng dầu hiện còn. Phương thức bán buôn cũng được áp dụng với mặt hàng này.

2.2.3 Quản trị nhân sự

a- Đặc điểm lao động trong công ty

Tính đến ngày 31/12/2008 số lao động hiện có của công ty là 120 lao động. Do đặc thù sản xuất hàng thực phẩm đông lạnh xuất khẩu (chủ yếu là thịt lợn đông lạnh) nên số lượng lao động trực tiếp chiếm tỷ trọng lớn.

Bảng thống kê tình hình lao động của công ty qua các năm:

Cơ cấu lao động:

Đơn vị: Người

Lao động	Năm 2007			Năm 2008			Chênh lệch	%
	Nam	Nữ	Σ	Nam	Nữ	Σ		
Trực tiếp	50	30	80	48	29	77	-3	-3,75
Gián tiếp	25	19	44	25	18	43	-1	-2,27
Σ	75	49	124	73	47	120	-4	-3,23

(Nguồn: Phòng tổ chức hành chính)

Qua bảng số liệu trên ta thấy: Tổng số lao động của công ty năm 2007 là 124 người, năm 2008 là 120 người, như vậy tốc độ giảm là 3,2% tương ứng với 4 người.

Công ty có tỷ lệ lao động nam cao hơn lao động nữ. Năm 2007 lao động nam chiếm 60,5%, lao động nữ chiếm 39,5%. Năm 2008 lao động nam chiếm 60,8%,

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

lao động nữ chiếm 39,2%.

Cơ cấu về độ tuổi lao động năm 2008:

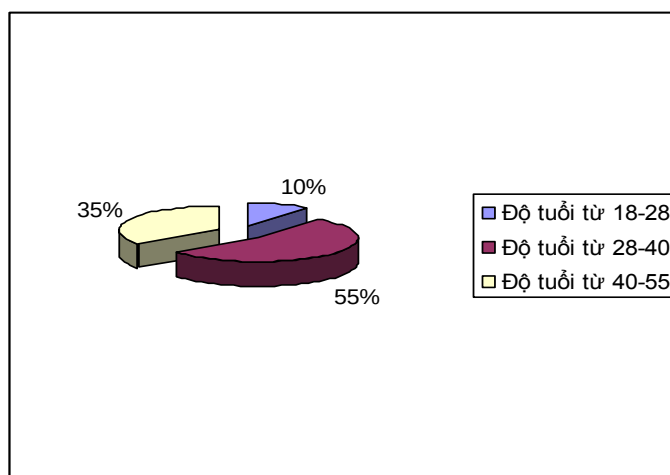
Độ tuổi từ 18-28	Độ tuổi từ 28-40	Độ tuổi từ 40-55
10%	55%	35%

(Nguồn: Phòng Tổ chức hành chính)

Đa số nhân viên trong công ty có độ tuổi từ 28 – 40. Đây là những thành viên trẻ, năng động, hoạt bát, có kinh nghiệm làm việc trong công ty. Nhưng đây cũng là tâm tuổi sinh đẻ, con nhỏ nên hay phải nghỉ. Vì vậy công ty phải hết sức tạo điều kiện cho họ để họ yên tâm công tác, hoàn thành tốt nhiệm vụ công ty giao.

Nhân viên trong độ tuổi từ 40-55 cũng chiếm tương đối lớn. Đây là độ tuổi của nhân viên chín chắn, dày dạn kinh nghiệm cống hiến cho công ty. Công ty cần có những chính sách phù hợp tạo điều kiện thuận lợi cho họ yên tâm phát huy khả năng của mình.

Sơ đồ về cơ cấu độ tuổi lao động:



b- Công tác tuyển dụng nhân sự trong công ty

Để đáp ứng nhu cầu lao động trong công ty thì từng bộ phận trong công ty xác định nhu cầu lao động trong bộ phận để đưa ra phương hướng tuyển dụng lao động đúng và phù hợp với nhu cầu.

- Nhu cầu lao động phụ thuộc vào chế độ lao động, chế độ và khả năng làm việc, nhu cầu và tính chất của công việc.

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

- Tiêu chí tuyển dụng của công ty tùy thuộc vào từng vị trí cụ thể, từng bộ phận mà có những tiêu chí khác nhau.

**Phương pháp tuyển dụng lao động trong công ty:*

Công ty áp dụng theo phương pháp phỏng vấn trực tiếp, cụ thể như sau:

- Khi có nhu cầu tuyển dụng Phòng Tổ chức hành chính chịu trách nhiệm thông báo cho công nhân viên trong công ty biết và thông báo rộng khắp để mọi người có nhu cầu tuyển dụng vào công ty đều biết. (Bằng cách dán thông báo trước cổng công ty,...)

- Nhận hồ sơ của những cá nhân có nhu cầu tuyển dụng vào công ty

- Gọi những ứng cử viên có hồ sơ đủ tiêu chuẩn và điều kiện tham gia phỏng vấn trực tiếp.

- Gọi những ứng viên đạt tiêu chuẩn theo đúng yêu cầu của công ty vào thử việc và nhận làm việc chính thức.

c- Sử dụng và quản lý lao động trong công ty

Để sử dụng và quản lý có hiệu quả nguồn lao động trong công ty, công ty đã tiến hành phân bổ lao động, giao đến từng cán bộ công nhân viên những quyền hạn và nhiệm vụ nhất định.

d- Phương pháp trả lương, thưởng trong công ty

** Thanh toán lương:*

- Lương theo thời gian:

Áp dụng đối với mọi phòng ban trong công ty, trừ xí nghiệp chế biến. Mỗi phòng ban có một bảng chấm công riêng để chấm công cho nhân viên trong phòng. Trưởng phòng có nhiệm vụ theo dõi thời gian làm việc của mọi người để ghi vào bảng chấm công. Cuối tháng tính tổng số công cho từng người. Sau đó chuyển sang phòng Tổ chức hành chính cùng các giấy tờ liên quan khác lập bảng thanh toán tiền lương.

Để tính lương cho từng công nhân viên trong một tháng kế toán công ty căn cứ vào:

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

- + Số ngày công thực tế làm việc của từng công nhân viên theo bảng chấm công.
- + Hệ số lương cấp bậc cá nhân theo quy định chung của Nhà Nước.
- + Mức lương tối thiểu do nhà nước quy định
- + Các khoản phụ cấp (Mức phụ cấp $\times$ Hệ số phụ cấp)
- + Số ngày công làm việc của công nhân viên theo quy định nhà nước : 26 ngày

$$\text{Lương thực tế} = \text{Lương thời gian} + \text{Phụ cấp}$$

$$\text{Lương thời gian} = \text{lương cơ bản} \times \text{hệ số lương} \times \text{ngày công} / 26$$

- Lương khoán theo sản phẩm:

Áp dụng với phân xưởng chế biến. Trong phân xưởng chế biến thì bộ phận quản lý xí nghiệp (bao gồm GĐXN, PGĐXN, KT, thủ quỹ) được hưởng lương theo thời gian và phụ cấp trách nhiệm. Còn đối với công nhân trực tiếp sản xuất hay sản xuất theo hợp đồng thì được công ty áp dụng theo hình thức lương khoán với mức 400.000đ/ tấn lợn sữa, và 450.000đ/ tấn lợn choai. Bằng cách hàng tháng kế toán tiền lương căn cứ vào *sản lượng sản phẩm hoàn thành $\times$ đơn giá sản lượng hoàn thành*. Tính ra tổng tiền lương phải trả trong tháng.

$$\text{Lương CNTTSX} = \text{sản lượng sản phẩm hoàn thành} \times \text{đơn giá sản lượng hoàn thành}$$

Sau đó tính ra tiền lương bình quân 1 ngày.

$$\text{Lương BQ ngày} = \frac{\text{Lương của CNTTSX}}{\text{Tổng số công hưởng lương SP}}$$

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

Công ty CPKD hàng XK HP
Phòng TCHC

Mẫu số:02-LĐTL
(Ban hành theo QĐ số:15/2006/QĐ/BTC
Ngày 20/3/2006 của Bộ trưởng BTC)

BẢNG TỔNG HỢP THANH TOÁN TIỀN LƯƠNG
Tháng 01 năm 2009

STT	Đơn vị	Số người	Số tiền phải trả			Tru y lĩnh	Các khoản phải KT vào lương			Cộng	Kỳ II được lĩnh	
			Lương sp	Lương TG	Tạm ứng kỳ I		BHXX	BHYT	Công đoàn		Số tiền	Ký nhận
	B	1		2	6		3	4	5	7	8	9
1	Phòng TCHC	5		8,533,461			320,760	64,152	75,335	460,247	8,073,214	
2	Phòng kế toán	5		12,076,493			539,460	107,892	120,766	768,118	11,308,375	
3	Phòng Kế hoạch TH	2		3,026,707			136,080	27,216	30,267	193,563	2,833,144	
4	Đội bảo vệ	7		11,224,000			514,620	102,924	112,240	729,784	10,494,216	
5	TTTTM Vĩnh Bảo	3		5,156,000			304,470	68,094	51,560	424,124	4,731,876	
6	Xí nghiệp CB TPXK	24	39.771.349	13.050.226			1,284,930	256,986	395,377	1,937,293	50.884.282	
7	Tiền ăn ca Bảo vệ			310,000							310,000	
	Tổng cộng	46	39.771.349	53.376.887			3,100,320	627,264	785,545	4,513,129	90.010.145	

Tổng số tiền bằng chữ: *Chín mươi triệu không trăm linh mười nghìn một trăm bốn mươi lăm nghìn đồng chẵn ./.*

Người lập phiếu

Phòng TCHC

Phòng KTTC

Tổng GD

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

**** BHXX, BHYT, kinh phí công đoàn và các khoản phụ cấp thuộc lương***

* **BHXX**: Tỷ lệ trích 20% trên tiền lương phải thanh toán của cán bộ công nhân viên. Trong đó 15% trích vào chi phí sản xuất kinh doanh, 5% do người lao động đóng góp và được tính trừ vào thu nhập hàng tháng của họ. Toàn bộ số tiền trích công ty nộp lên cho cơ quan bảo hiểm xã hội thành phố Hải phòng. Trợ cấp BHXX của công nhân viên của công ty sẽ thanh toán sau khi tính chi phí thực tế phát sinh.

* **BHYT**: Tỷ lệ trích 3% lương phải trả cho cán bộ công nhân viên. Trong đó 2% tính vào chi phí sản xuất kinh doanh, 1% trừ vào thu nhập của cán bộ công nhân viên. Toàn bộ số tiền được nộp cho cơ quan bảo hiểm xã hội.

Khoản trích 1% vào thu nhập của người lao động được tính như sau:

$1\% \times (\text{hệ số lương} + \text{hệ số phụ cấp}) \times \text{lương cơ bản}.$

* **KP CD**: Tỷ lệ trích 1% lương thực tế của cán bộ công nhân viên, tính vào chi phí sản xuất kinh doanh. Sau đó công ty nộp hết lên cho cơ quan cấp trên.

**** Thanh toán BHXX***:

Ngoài tiền lương công ty phải trả cho người lao động thì họ còn được hưởng trợ cấp BHXX. Nhà nước quy định chính sách BHXX nhằm từng bước mở rộng và nâng cao việc đảm bảo vật chất, góp phần ổn định đời sống của người lao động và gia đình trong các trường hợp: người lao động ốm đau, thai sản, hết tuổi lao động.

* **Phụ cấp thuộc lương**: Phụ cấp trách nhiệm giành cho những lao động vừa trực tiếp sản xuất vừa tham gia quản lý. Ví dụ như trưởng phòng được hưởng trợ cấp thuộc lương là 232.000 đồng /tháng. Phó phòng là 174.000 đồng/tháng. Thủ quỹ là 58.000 đồng/tháng.

* **Tiền ăn ca** : Đội bảo vệ, những lao động làm tăng cường ban đêm khi hàng về nhiều được hưởng thêm tiền ăn ca. Khi hàng về nhiều thì nhân viên từ các văn phòng được bố xung xuống phân xưởng làm nhiệm vụ đóng thùng, gói hàng vào thùng các-tông.

2.3 Đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu HP

2.3.1 Thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty

Trong những năm qua hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty đã có nhiều chuyển biến, đóng góp về hiệu quả kinh tế và xây dựng cho đất nước và nâng cao đời sống cho người lao động, giải quyết công ăn việc làm cho họ.

Các cán bộ công nhân viên trong công ty luôn nỗ lực, cố gắng hết mình hoàn thành tốt công việc. Chính vì lý do đó Công ty đang ngày càng phát triển qua các năm. Điều này được thể hiện cụ thể qua bảng Báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

Năm 2008

Đơn vị tính: VND

CHỈ TIÊU	NĂM 2007	NĂM 2008	Chênh lệch	
1	2	3	±	%
1. DT bán hàng và cung cấp dịch vụ	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
2. Các khoản giảm trừ DT				
3. DT thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10=01-03)	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
4. Giá vốn hàng bán	28.433.813.539	62.784.834.769	34.351.021.230	121
5. LN gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20=10-11)	1.209.129.741	2.129.226.904	920.097.163	76,09
6. DT hoạt động tài chính	410.652.938	309.617.404	- 101.035.534	-24,6
7. Chi phí tài chính				
Trong đó: Chi phí lãi vay				
8. Chi phí bán hàng	432.150.864	410.124.624	- 22.026.240	-5,1
9. Chi phí QL doanh nghiệp	782.810.115	1.182.012.204	399.202.089	51
10. LN thuần từ HĐSXKD (30=20+(21+22)-(24+25))	404.821.700	846.707.480	4410885.780	109,15
11. Thu nhập khác	181.901.448	45.756.445	- 136.145.003	-74,84
12. Chi phí khác	300.000	20.000.000	19.700.000	6566,67
13. Lợi nhuận khác (40=31-32)	181.601.448	25.756.445	- 155.845.003	-85,82
14. Tổng LN kế toán trước thuế (50=30+4)	586.423.148	872.463.925	286.040.777	48,78
15. CP thuế TNDN hiện hành		122.144.950	122.144.950	
16. CP thuế TNDN hoãn lại				
17. LN sau thuế TNDN (60=50-51)	586.423.148	750.318.976	163.895.828	27,95

(Nguồn: Phòng tài chính kế toán)

Qua bảng báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty năm 2008 ta thấy lợi nhuận sau thuế chưa phân phối:

- Năm 2007 là 586.423.148 đồng
- Năm 2008 là 750.318.976 đồng

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

Như vậy là lợi nhuận năm 2008 tăng lên so với lợi nhuận năm 2007. Cụ thể là tăng 163.895.828 đồng tương ứng với tỷ lệ 27,95%. Nguyên nhân là do trong năm 2008 sản lượng tiêu thụ tăng 40.000 tấn dẫn tới doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ tăng 35.271.127.393 đồng (118,98%).

Giá vốn tăng 30.435.102.123 đồng tương ứng với 121%. Giá vốn tăng lên là do hoạt động kinh doanh của công ty có hiệu quả đã tiến hành mở rộng thị trường, có thêm khách hàng mới nên cần phải nhiều hàng hoá hơn ...

Chi phí bán hàng trong kỳ của công ty giảm 22.026.240 đồng tương ứng với 5,1%. Tuy đây là con số không nhiều nhưng đã phản ánh được hiệu quả tiết kiệm chi phí bán hàng của công ty.

Chi phí quản lý doanh nghiệp tăng 399.202.089 đồng tương ứng với 51%. Nguyên nhân là chi phí mua đồ dùng văn phòng tăng, trong kỳ doanh nghiệp mua sắm 15 máy tính mới tạo điều kiện làm việc tốt hơn cho Cán bộ CNV trong văn phòng, chi phí khấu hao tài sản cố định tăng 381.242.918 đồng,

Từ việc phân tích Báo cáo kết quả kinh doanh của công ty Cổ phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng cho ta thấy hoạt động kinh doanh của công ty có nhiều biến động. Cụ thể Tài sản và nguồn vốn của công ty đều tăng 1.967.692.890 đồng tương ứng với 13,37% làm cho lợi nhuận của công ty cũng tăng 163.895.828 đồng tương ứng với 27,95%. Đây là biểu hiện tốt công ty cần phát huy.

2.3.2 Phân tích, đánh giá HQSXKD

2.3.2.1 Nhóm chỉ tiêu kinh tế tổng hợp

Công ty Cổ phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng là một đơn vị chuyên sản xuất và xuất khẩu mặt hàng thịt lợn đông lạnh. Trong những năm qua công ty luôn hoàn thành tốt mọi nhiệm vụ được giao trong kinh doanh, nó được thể hiện qua các tiêu chí như sản lượng, doanh thu, lợi nhuận, chi phí, nộp ngân sách... để thấy rõ hơn được tình hình kinh doanh của công ty thì cần phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty qua các năm 2007- 2008.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

Bảng: Một số chỉ tiêu để tính hiệu quả kinh doanh

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	%
DT từ hoạt động KD	đồng	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
DT thuần	đồng	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
Lợi nhuận sau thuế	đồng	586.423.148	750.318.976	163.895.828	27,95
TSCĐ bình quân	đồng	6.446.241.889	6.100.998.971	-345.242.918	- 5,36
TSLĐ bình quân	đồng	4.434.420.259	4.386.152.728	-48.267.500,5	- 1,09
NV CSH bình quân	đồng	10.485.319.870	10.687.526.410	202.206.540	1,93
Số lao động b.quân	người	122	120	- 2	-1,67

Công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng là một doanh nghiệp có lĩnh vực hoạt động tương đối rộng nhưng doanh thu chủ yếu là từ việc kinh doanh mặt hàng thịt lợn đông lạnh, bán xẻng. Sản phẩm của công ty chủ yếu được xuất sang thị trường Hồng Kông. Hàng năm công ty xuất từ 60.000 tấn đến 100.000 tấn thịt lợn đông lạnh và được coi là một trong những doanh nghiệp làm ăn tương đối tốt. Điều này thể hiện qua các chỉ tiêu sản lượng, doanh thu, lợi nhuận,... cụ thể như:

* Về doanh thu:

Trong năm 2008 doanh thu thuần của công ty tăng 35.271.127.393 đồng, tương ứng với 119,98%. Điều này chứng tỏ trong năm 2008 công ty đã làm ăn có hiệu quả và có khả năng mở rộng sản xuất kinh doanh. Công ty cần phát huy trong thời gian tới.

* Lợi nhuận sau thuế:

Ta thấy lợi nhuận sau thuế trong năm 2008 tăng 163.895.828 đồng, tương ứng với tỷ lệ 27,95%. Mặt khác doanh thu của công ty trong năm 2008 tăng so với năm 2007 là 118,98% tương ứng với số tiền là 35.271.127.393 đồng. Qua đây cho ta thấy rằng chi phí còn cao, hiệu quả mang lại là chưa cao.

* TSCĐ:

Ta thấy rằng trong năm 2008 TSCĐ bình quân của công ty giảm một lượng là 345.242.918 đồng tương ứng với giảm 1,09%. Nguyên nhân giảm là do khấu hao

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

và trong kỳ công ty không đầu tư mua mới TSCĐ.

* TSLĐ:

TSLĐ bình quân giảm 48.267.500,5 đồng tương ứng với giảm 1,09%, nguyên nhân là do trong kỳ công ty đã trả các khoản vay và nợ ngắn hạn. Nhưng bên cạnh đó cơ cấu TSLĐ năm 2008 đã tăng 2.512.232.469 đồng, tương ứng với 44,15% so với năm 2007, đây là một thuận lợi lớn cho doanh nghiệp. Điều này thể hiện công ty đã dễ dàng luân chuyển vốn hơn, đã chủ động hơn trong sản xuất kinh doanh và có khả năng thanh toán các khoản nợ đến hạn. Doanh nghiệp cần giữ vững và phát huy trong thời gian tới.

2.3.2.2 Phân tích hiệu quả sử dụng nguồn vốn CSH

* **Sức sản xuất của nguồn vốn chủ sở hữu:**

Được xác định bằng công thức:

$$SSX_{VCSH} = \frac{\text{Doanh thu thuần HĐKD}}{\text{VCSH bình quân}}$$

+ Sức sản xuất của NVCSH năm 2007 là:

$$SSX_{VCSH} (2007) = \frac{29.642.943.280}{10.485.319.870} = 2,83(\text{lần})$$

+ Sức sản xuất của NVCSH năm 2008 là:

$$SSX_{VCSH} (2008) = \frac{64.914.061.673}{10.687.526.410} = 6,07(\text{lần})$$

Như vậy năm 2007 cứ một đồng vốn chủ sở hữu đưa vào kinh doanh trong kỳ thì sẽ tạo ra 2,83 đồng doanh thu thuần và năm 2008 là 6,07 đồng.

+ Mức chênh lệch SSX của NVCSH giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta SSX_{VCSH} = 6,07 - 2,83 = 3,24$$

Sức sản xuất của NVCSH năm 2008 tăng 3,24 đồng so với năm 2007. Nguyên nhân là do trong năm 2008 doanh thu tăng 35.271.118.390 đồng tương ứng với 118%.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

*** Sức sinh lời của VCSH (ROE):**

Được xác định bằng công thức:

$$SSL_{VCSH} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{VCSH bình quân}}$$

+ Sức sinh lợi của NVCSH năm 2007 là:

$$SSL_{VCSH} (2007) = \frac{586.423.148}{10.485.319.870} = 0,056(\text{lần})$$

+ Sức sinh lợi của NVCSH năm 2008 là:

$$SSL_{VCSH} (2008) = \frac{750.318.976}{10.687.526.410} = 0,07(\text{lần})$$

Như vậy năm 2007 cứ một đồng vốn chủ sở hữu đưa vào kinh doanh trong kỳ thì sẽ tạo ra 0,05 đồng lợi nhuận sau thuế và năm 2008 là 0,07 đồng.

+ Mức chênh lệch SSL của NVCSH giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta SSL_{VCSH} = 0,07 - 0,056 = 0,014$$

Sức sinh lợi của NVCSH năm 2008 tăng 0,014 đồng so với năm 2007. Nguyên nhân là do trong năm 2008 lợi nhuận sau thuế tăng 163.895.828 đồng, tương ứng với 27,9% trong khi đó VCSH bình quân tăng 202.206.540 đồng, tương ứng với 1,9%.

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				±	%
DT từ HĐKD	đồng	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
LN sau thuế	đồng	586.423.148	750.318.976	163.895.828	27,95
VCSH _{BQ}	đồng	10.485.319.870	10.687.526.410	202.206.540	1,93
SSX _{VCSH}	lần	2,83	6,07	3,24	114
SSL _{VCSH}	lần	0,056	0,07	0,014	25

Qua bảng trên ta thấy: Việc sử dụng NVCSH của công ty có kết quả tốt, SSX của VCSH tăng 3,24 đồng tương ứng với 114%, SSL của VCSH cũng tăng 0,014 đồng tương ứng với 25%.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

2.3.2.3 Phân tích hiệu quả sử dụng TS

a. Hiệu quả sử dụng Tổng tài sản

*** Sức sản xuất của Tổng tài sản:**

Được xác định bằng công thức:

$$SSX_{TTS} = \frac{\text{Doanh thu thuần HĐSXKD}}{\text{Tổng TS bình quân}}$$

+ Sức sản xuất của Tổng TS năm 2007 là:

$$SSX_{TTS} (2007) = \frac{404.821.700}{13.735.321.880} = 0,029(\text{lần})$$

+ Sức sản xuất của Tổng TS năm 2008 là:

$$SSX_{TTS} (2008) = \frac{846.707.480}{15.703.014.770} = 0,054(\text{lần})$$

Như vậy năm 2007 cứ một đồng TS đưa vào sử dụng bình quân trong kỳ thì sẽ tạo ra 0,03 đồng doanh thu và năm 2008 là 0,05 đồng.

+ Mức chênh lệch SSX của TTS giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta SSX_{TTS} = 0,054 - 0,029 = 0,025$$

Doanh thu tăng làm Sức sản xuất của TTS năm 2008 tăng 0,025 đồng so với năm 2007.

*** Sức sinh lời của TTS :**

Được xác định bằng công thức:

$$SSL_{TTS} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{TTS bình quân}}$$

+ Sức sinh lợi của TTS năm 2007 là:

$$SSL_{TTS} (2007) = \frac{586.423.148}{13.735.321.880} = 0,043(\text{lần})$$

+ Sức sinh lợi của TTS năm 2008 là:

$$SSL_{TTS} (2008) = \frac{750.318.976}{15.703.014.770} = 0,048(\text{lần})$$

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

Như vậy năm 2007 cứ một đồng TS đưa vào sử dụng bình quân trong kỳ thì sẽ tạo ra 0,043 đồng lợi nhuận sau thuế và năm 2008 là 0,048 đồng.

+ Mức chênh lệch SSL của TTS giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta \text{SSL}_{\text{TTS}} = 0,048 - 0,043 = 0,005$$

Lợi nhuận sau thuế tăng làm cho Sức sinh lợi của TTS năm 2008 tăng 0,005 đồng so với năm 2007.

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				±	%
DT từ HĐKD	đồng	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
LN sau thuế	đồng	586.423.148	750.318.976	163.895.828	27,95
TTS _{BQ}	đồng	13.735.321.880	15.703.014.770	1.967.692.895	14,32
SSX _{TTS}	lần	0,029	0,054	0,025	86,2
SSL _{TTS}	lần	0,043	0,048	0,005	11,6

Qua bảng trên ta thấy: SSX của TTS tăng 0,025 đồng tương ứng với 86,2%, SSL của TTS cũng tăng 0,005 đồng tương ứng với 11,6%. Tuy nhiên xét về tuyệt đối thì việc sử dụng tổng tài sản của doanh nghiệp là chưa cao, doanh thu và lợi nhuận mang lại còn thấp.

b. Hiệu quả sử dụng tài sản

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

Được xác định bằng công thức:

$$\text{SSX}_{\text{TSCĐ}} = \frac{\text{Doanh thu thuần HĐSXKD}}{\text{TSCĐ bình quân}}$$

+ Sức sản xuất của TSCĐ năm 2007 là:

$$\text{SSX}_{\text{TSCĐ}} (2007) = \frac{404.821.700}{6.446.241.889} = 0,063(\text{lần})$$

+ Sức sản xuất của TSCĐ năm 2008 là:

$$\text{SSX}_{\text{TSCĐ}} (2008) = \frac{846.707.480}{6.100.998.971} = 0,139(\text{lần})$$

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

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

Được xác định bằng công thức:

$$SSX_{TSCĐ} = \frac{\text{Doanh thu thuần H\&SXKD}}{\text{TSCĐ bình quân}}$$

+ Sức sản xuất của TSCĐ năm 2007 là:

$$SSX_{TSCĐ} (2007) = \frac{404.821.700}{6.446.241.889} = 0,063(\text{lần})$$

+ Sức sản xuất của TSCĐ năm 2008 là:

$$SSX_{TSCĐ} (2008) = \frac{846.707.480}{6.100.998.971} = 0,139(\text{lần})$$

Như vậy năm 2007 cứ một đồng TSCĐ đưa vào sử dụng bình quân trong kỳ thì sẽ tạo ra 0,063 đồng doanh thu và năm 2008 là 0,139 đồng.

+ Mức chênh lệch SSX của TSCĐ giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta SSX_{TSCĐ} = 0,139 - 0,063 = 0,076$$

Sức sản xuất của TSCĐ năm 2008 tăng 0,076 đồng so với năm 2007.

*** Sức sinh lời của TSCĐ :**

Được xác định bằng công thức:

$$SSL_{TSCĐ} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{TSCĐ bình quân}}$$

+ Sức sinh lợi của TSCĐ năm 2007 là:

$$SSL_{TSCĐ} (2007) = \frac{586.423.148}{6.446.241.889} = 0,091(\text{lần})$$

+ Sức sinh lợi của TSCĐ năm 2008 là:

$$SSL_{TSCĐ} (2008) = \frac{750.318.976}{6.100.998.971} = 0,123(\text{lần})$$

Như vậy năm 2007 cứ một đồng TSCĐ đưa vào sử dụng bình quân trong kỳ thì sẽ tạo ra 0,091 đồng lợi nhuận sau thuế và năm 2008 là 0,123 đồng.

+ Mức chênh lệch SSL của TSCĐ giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta SSL_{TSCĐ} = 0,123 - 0,091 = 0,032$$

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

Sức sinh lợi của TSCĐ năm 2008 tăng 0,032 đồng so với năm 2007. Nguyên nhân là do trong kỳ lợi nhuận sau thuế tăng 163.895.828 tương ứng với 27,95%. TSCĐ trong kỳ lại giảm 345.242.918 tương ứng với 5,3%.

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				±	%
DT từ HĐKD	đồng	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
LN sau thuế	đồng	586.423.148	750.318.976	163.895.828	27,95
TSCĐ _{BQ}	đồng	6.446.241.889	6.100.998.971	- 345242918	-5,36
SSX _{TSCĐ}	lần	0,063	0,139	0,076	121
SSL _{TSCĐ}	lần	0,091	0,123	0,032	35,16

Qua bảng trên ta thấy: SSX của TSCĐ tăng 0,076 đồng tương ứng với 121%, SSL của TTS cũng tăng 0,032 đồng tương ứng với 35,16%. Như vậy việc sử dụng TSCĐ của doanh nghiệp là tương đối tốt.

c - Hiệu quả sử dụng tài sản lưu động:

TSLĐ thể hiện một phần giá trị TS của doanh nghiệp. TSLĐ là toàn bộ tiền hay hiện vật có chu kỳ luân chuyển. Trong một chu kỳ sản xuất kinh doanh, để đánh giá hiệu quả sử dụng TSLĐ ta cần phân tích các chỉ tiêu sau:

*** Sức sản xuất của TSLĐ**

Được xác định bằng công thức:

$$SSX_{TSLĐ} = \frac{\text{Doanh thu thuần HDSXKD}}{\text{TSLĐ bình quân}}$$

+ Sức sản xuất của TSLĐ năm 2007 là:

$$SSX_{TSLĐ} (2007) = \frac{404.821.700}{4.434.420.259} = 0,091(\text{lần})$$

+ Sức sản xuất của TSLĐ năm 2008 là:

$$SSX_{TSLĐ} (2008) = \frac{846.707.480}{4.386.152.728} = 0,193(\text{lần})$$

Như vậy năm 2007 cứ một đồng TSLĐ đưa vào sử dụng bình quân trong kỳ thì sẽ tạo ra 0,091 đồng doanh thu và năm 2008 là 0,193 đồng.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

+ Mức chênh lệch SSX của TSLĐ giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta SSX_{TSLĐ} = 0,193 - 0,091 = 0,102$$

Sức sản xuất của TSLĐ năm 2008 tăng 0,102 đồng so với năm 2007.

*** Sức sinh lời của TSLĐ :**

Được xác định bằng công thức:

$$SSL_{TSLĐ} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{TSLĐ bình quân}}$$

+ Sức sinh lợi của TSCĐ năm 2007 là:

$$SSL_{TSLĐ} (2007) = \frac{586.423.148}{4.434.420.259} = 0,132(\text{lần})$$

+ Sức sinh lợi của TSLĐ năm 2008 là:

$$SSL_{TSLĐ} (2008) = \frac{750.318.976}{4.386.152.728} = 0,171(\text{lần})$$

Như vậy năm 2007 cứ một đồng TSLĐ đưa vào sử dụng bình quân trong kỳ thì sẽ tạo ra 0,13 đồng lợi nhuận sau thuế và năm 2008 là 0,17 đồng.

+ Mức chênh lệch SSL của TSLĐ giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta SSL_{TSLĐ} = 0,171 - 0,132 = 0,039$$

Sức sinh lợi của TSLĐ năm 2008 tăng 0,01 đồng so với năm 2007

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				±	%
DT từ HĐKD	đồng	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
LN sau thuế	đồng	586.423.148	750.318.976	163.895.828	27,95
TSLĐ _{BQ}	đồng	4.434.420.259	4.386.152.728	-48.267.500,5	- 1,09
SSX _{TSLĐ}	lần	0,091	0,193	0,102	112
SSL _{TSLĐ}	lần	0,132	0,171	0,039	29,54

Qua bảng trên ta thấy: TSLĐ bình quân trong kỳ giảm là do trong kỳ doanh nghiệp đã trả các khoản vay và nợ ngắn hạn. Việc sử dụng TSLĐ của công ty có kết quả tương đối tốt, SSX của TSLĐ tăng 0,102 đồng tương ứng với 112%, SSL của TSLĐ cũng tăng 0,039 đồng tương ứng với 29,54%.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

Các chỉ tiêu xác định tốc độ luân chuyển của TSLĐ:

+ Vòng quay hàng tồn kho

$$\text{HS vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{GV hàng bán}}{\text{Hàng tồn kho bình quân}}$$

$$\text{HS vòng quay hàng tồn kho (2007)} = \frac{28.433.813.539}{1.171.567.434} = 24,3(\text{lần})$$

$$\text{HS vòng quay hàng tồn kho (2008)} = \frac{62.784.834.769}{2.279.579.889} = 27,5(\text{lần})$$

$$\text{Số ngày BQ của một vòng quay hàng tồn kho (2007)} = \frac{360}{24,3} = 15(\text{ngày})$$

$$\text{Số ngày BQ của 1 vòng quay hàng tồn kho (2008)} = \frac{360}{27,5} = 13(\text{ngày})$$

+ Vòng quay khoản phải thu:

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

$$\text{Vòng quay khoản phải thu (2007)} = \frac{29.642.943.280}{1.690.174.172} = 17,538(\text{lần})$$

$$\text{Vòng quay khoản phải thu (2008)} = \frac{64.914.061.673}{3.164.138.999} = 20,515(\text{lần})$$

+ Kỳ thu tiền bình quân

$$\text{Kỳ thu tiền bình quân} = \frac{\text{Các khoản phải thu}}{\text{Doanh thu tiêu thụ}} \times 360$$

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

$$\text{Kỳ thu tiền bình quân (2007)} = \frac{2.427.156.585}{29.642.943.280} \times 360 = 29(\text{ngày})$$

$$\text{Kỳ thu tiền bình quân (2008)} = \frac{3.901.121.412}{64.914.061.673} \times 360 = 21(\text{ngày})$$

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				±	%
DT từ HĐKD	đồng	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
GV hàng bán	đồng	28.433.813.539	62.784.834.769	34.351.021.230	120,8
Hàng tồn kho BQ	đồng	1.171.567.434	2.279.579.889	1.108.012.455	94,57
HS vòng quay hàng tồn kho	vòng	24,3	27,5	3,2	13,17
Số ngày BQ của 1 vòng quay hàng tồn kho	ngày	15	13	-2	13,33
Kỳ thu tiền bình quân	ngày	29	21	-8	-27,59

Qua bảng trên ta thấy: Tuy số ngày bình quân của 1 vòng quay hàng tồn kho có giảm nhưng hàng tồn kho trong kỳ còn cao, năm 2008 hàng tồn kho bình quân tăng so với năm 2007 là 1.108.012.445đồng, tương ứng với tăng 94,57%.

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008
Khoản phải thu/ Khoản phải trả	0,59	0,66

Ta thấy rằng công ty đi chiếm dụng vốn từ bên ngoài luôn nhiều hơn so với công ty bị chiếm dụng. Trong năm 2008 công ty có khoản phải thu/khoản phải trả tăng hơn so với năm 2007.

Chỉ tiêu	Năm 2007 (%)	Năm 2008 (%)
Khoản phải thu/Tổng vốn lưu động	42,65	47,56
Hàng tồn kho/Vốn lưu động	23,59	39,21

Qua số liệu trên cho ta thấy công ty có tỷ lệ khoản phải thu khá lớn trong tổng số vốn lưu động, và còn có xu hướng ngày càng tăng. Điều này thể hiện trong kỳ doanh nghiệp bị chiếm dụng vốn tăng dẫn đến vốn kinh doanh bị eo hẹp, dẫn đến

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

phải tăng vốn kinh doanh từ vay ngân hàng hoặc từ góp vốn cổ đông. Vậy doanh nghiệp cần có biện pháp đòi nợ.

Bên cạnh đó hàng tồn kho cũng chiếm tỷ trọng tương đối lớn và có xu hướng tăng, điều này làm cho vòng luân chuyển vốn lưu động không cao.

2.3.2.4 Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

Trong ba yếu tố của quá trình sản xuất, lao động của con người có tính chất quyết định nhất. Sử dụng tốt nguồn lực lao động thể hiện trên các mặt sản 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 lợi nhuận cho doanh nghiệp.

*** Sức sản xuất của lao động**

Được xác định bằng công thức:

$$SSX_{LD} = \frac{\text{Doanh thu thuần H\&KD}}{\text{Số lao động bình quân}}$$

+ Sức sản xuất của lao động năm 2007 là:

$$SSX_{LD} (2007) = \frac{29.642.943.280}{122} = 242.974.944(\text{lần})$$

+ Sức sản xuất của lao động năm 2008 là:

$$SSX_{LD} (2008) = \frac{64.914.061.673}{120} = 540.950.513(\text{lần})$$

Như vậy năm 2007 cứ một lao động đưa vào kinh doanh trong kỳ thì sẽ tạo ra 242.974.944 đồng doanh thu thuần và năm 2008 là 540.950.513 đồng.

+ Mức chênh lệch SSX của LD giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta SSX_{LD} = 540.950.513 - 242.974.944 = 297.975.569$$

Sức sản xuất của lao động năm 2008 tăng 3,24 đồng so với năm 2007.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

*** Sức sinh lời của lao động:**

Được xác định bằng công thức:

$$SSL_{LD} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Lao động bình quân}}$$

+ Sức sinh lợi của lao động năm 2007 là:

$$SSL_{LD} (2007) = \frac{586.423.148}{122} = 4.806.747 \text{ (lần)}$$

+ Sức sinh lợi của lao động năm 2008 là:

$$SSL_{LD} (2008) = \frac{750.318.976}{120} = 6.252.658 \text{ (lần)}$$

Như vậy năm 2007 cứ một lao động đưa vào kinh doanh trong kỳ thì sẽ tạo ra 4.806.747 đồng lợi nhuận sau thuế và năm 2008 là 6.252.658 đồng.

+ Mức chênh lệch SSL của lao động giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta SSL_{LD} = 6.252.658 - 4.806.747 = 1.445.911$$

Sức sinh lợi của lao động năm 2008 tăng 1.445.911 đồng so với năm 2007.

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				±	%
DT từ HĐKD	đồng	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
LN ST	đồng	586.423.148	750.318.976	163.895.828	27,95
Số LĐ _{BQ}	người	122	120	-2	-1,64
SSX _{LD}	đ/đ	242.974.944	540.950.513	297.975.569	122,6
SSL _{LD}	đ/đ	4.806.747	6.252.658	1.445.911	30,08

Qua bảng trên ta thấy: Việc sử dụng lao động của công ty có kết quả tốt, mặc dù số lao động trong kỳ có giảm nhưng SSX của lao động tăng 297.975.569 đồng tương ứng với 122,6 %, SSL của lao động cũng tăng 1.445.911 đồng tương ứng với 30,08%.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

2.3.2.5 Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí

*** Sức sản xuất của chi phí**

Được xác định bằng công thức:

$$SSX_{CP} = \frac{\text{Doanh thu thuần H\&S\&K\&D}}{\text{Tổng chi phí}}$$

+ Sức sản xuất của CP năm 2007 là:

$$SSX_{CP} (2007) = \frac{29.642.943.280}{29.649.074.510} = 1(\text{lần})$$

+ Sức sản xuất của CP năm 2008 là:

$$SSX_{CP} (2008) = \frac{64.914.061.673}{64.396.971.590} = 1,008(\text{lần})$$

Như vậy năm 2007 cứ một đồng CP đưa vào kinh doanh trong kỳ thì sẽ tạo ra 1 đồng doanh thu thuần và năm 2008 là 1,008 đồng.

+ Mức chênh lệch SSX của CP giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta SSX_{CP} = 1,008 - 1 = 0,008$$

Sức sản xuất của CP năm 2008 tăng 0,008 đồng so với năm 2007.

*** Sức sinh lời của chi phí:**

Được xác định bằng công thức:

$$SSL_{CP} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng chi phí}}$$

+ Sức sinh lợi của CP năm 2007 là:

$$SSL_{CP} (2007) = \frac{586.423.148}{29.649.074.510} = 0,02(\text{lần})$$

+ Sức sinh lợi của CP năm 2008 là:

$$SSL_{CP} (2008) = \frac{750.318.976}{64.396.971.590} = 0,012(\text{lần})$$

Như vậy năm 2007 cứ một đồng chi phí đưa vào kinh doanh trong kỳ thì sẽ tạo ra 0,02 đồng lợi nhuận sau thuế và năm 2008 là 0,012 đồng.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

+ Mức chênh lệch SSL của CP giữa 2 năm 2008 và 2007 là:

$$\Delta \text{SSL}_{\text{CP}} = 0,012 - 0,02 = -0,008$$

Sức sinh lợi của CP năm 2008 giảm 0,008 đồng so với năm 2007.

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				±	%
DT từ HĐKD	đồng	29.642.943.280	64.914.061.673	35.271.127.393	118,98
LN sau thuế	đồng	586.423.148	750.318.976	163.895.828	27,95
Tổng CP	đồng	29.649.074.550	64.396.971.590	34.747.897.040	117
GV hàng bán	đồng	28.433.813.539	62.784.834.769	34.351.021.230	120,8
CP bán hàng	đồng	432.150.864	410.124.624	-22.026.240	-5
CP QLDN	đồng	782.810.155	1.182.012.204	399.202.049	51
CP khác	đồng	300.000	20.000.000	19.700.000	6567
SSX _{CP}	lần	1	1,008	0,008	0,8
SSL _{CP}	lần	0,02	0,012	-0,008	-40

Ta đi phân tích quy mô của chi phí, dùng phương pháp có liên hệ với doanh thu : $\Delta C = C_1 - C_0 \times (D_1/D_0)$

C_1, C_0 : Chi phí năm 2008, 2007

D_1, D_0 : Doanh thu năm 2008, 2007

Ta có:

$$\begin{aligned} \Delta C &= 64.396.971.590 - 29.649.074.510 \times \frac{64.914.061.673}{29.642.943.280} \\ &= -530.536.362,4 \text{ đồng.} \end{aligned}$$

Như vậy là công ty trong năm 2008 đã tiết kiệm được 530.536.362,4 đồng chi phí. Mặc dù giá vốn hàng bán, chi phí quản lý doanh nghiệp có tăng cao hơn so với năm 2007 nhưng điều này hoàn toàn hợp lý với mức tăng của doanh thu. Chứng tỏ trong kỳ công ty đã đầu tư vào hoạt động sản xuất để tăng sản lượng hàng hoá bán ra.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

2.3.2.6 Nhận xét chung

Đơn vị tính: lần

Chỉ tiêu	SSX				SSL			
	2008	2007	±	%	2008	2007	±	%
NVCSH	6,07	2,83	3,24	114	0,07	0,056	0,024	25
Tổng TS	0,054	0,029	0,025	86,2	0,048	0,043	0,005	11,6
TSCĐ	0,139	0,063	0,076	121	0,123	0,091	0,032	35,16
TSLĐ	0,193	0,091	0,102	112	0,171	0,132	0,039	29,54
CP	1,008	1	0,008	0,8	0,02	0,012	-0,008	-40
Chi phí sử dụng LĐ	540.950.513	242.974.944	297.975.569	122,6	4.806.747	6.252.658	1.445.911	30,08

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

trước,...

- Hàng tồn kho của công ty còn lớn. Năm 2008 hàng tồn kho bình quân tăng 1.108.012.455 tương ứng với tăng 94,57% so với năm 2007.
- Các khoản phải thu còn nhiều. Năm 2008 các khoản phải thu tăng 1.473.964.827 tương ứng với 60,73%.
- Trang thiết bị máy móc phục vụ trong khâu sản xuất sản xuất hàng hoá chưa được đầu tư mới và sử dụng chưa hết công suất.
- Mặt khác nền kinh tế nước ta đang trên đường hội nhập với khu vực và thế giới nên sức ép cạnh tranh ngày càng cao, vì thế đòi hỏi công ty phải có những chính sách thu hút khách hàng, mở rộng hơn nữa các chủng loại sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, trình độ tay nghề cho người lao động. Nhưng hạn chế không chỉ riêng Công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng là thiếu vốn đầu tư để mở rộng sản xuất.

PHẦN III:

**MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT
KINH DOANH TẠI CÔNG TY CP KINH DOANH
HÀNG XUẤT KHẨU HP**

3.1 Mục tiêu và phương hướng phát triển

Hiện nay nền kinh tế nước ta đã gia nhập WTO tạo cho mỗi doanh nghiệp nhiều cơ hội và thách thức mới. Hàng hoá ngoại nhập nhiều, sự bình đẳng giữa các hàng hoá được xem trọng. Thị trường cạnh tranh ngày càng thêm khốc liệt. Hiện nay vấn đề dịch bệnh của gia súc, gia cầm đang là mối lo của cả thế giới, mặt hàng thịt lợn đông lạnh của công ty sản xuất là mặt hàng thực phẩm chế biến từ thịt lợn cũng chịu nhiều ảnh hưởng biến động.

Người tiêu dùng luôn mong muốn về sản phẩm là giá cả phải hợp lý, chất lượng tốt, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Như vậy để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và chiếm được thị trường như hiện nay, ban lãnh đạo công ty đã phối kết hợp với bộ phận có liên quan như thị trường, tài chính,...Xây dựng các mục tiêu chiến lược cho quá trình hoạt động của mình. Phương hướng hoạt động trong thời gian tới của công ty là:

- + Phân đầu áp dụng có hiệu quả hệ thống quản lý chất lượng tiêu chuẩn ISO 9001:2000 vào những tháng đầu năm 2009.
- + Phân đầu đạt doanh thu 100 tỷ năm 2009.
- + Thường xuyên nâng cao chất lượng sản phẩm
- + Luôn luôn tạo niềm tin và chữ tín đối với khách hàng
- + Khai thác triệt để thị trường sẵn có và phải có kế hoạch cho cho việc xâm nhập và chiếm lĩnh thị trường
- + Tập trung vào sản phẩm có thể mạnh và đem lại nguồn lợi lớn cho công ty

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

Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.

- Tăng cường công tác quản lý và xác định mức tiêu hao vật tư, nguyên nhiên liệu một cách hợp lý và tìm cách giảm mức tiêu hao nhằm giảm giá thành sản phẩm.
- Nghiên cứu nhu cầu thị trường, khách hàng.
- Thông qua việc mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng sản phẩm tiêu thụ sẽ tạo điều kiện cho công ty thu hút được khách hàng. Bên cạnh đó sẽ tạo nên một đội ngũ lao động có trình độ và thu hút thêm được nhiều khách hàng mới.

Về lâu dài công ty sẽ đa dạng hóa ngành nghề của mình, kết hợp chặt chẽ hơn nữa các hoạt động thu mua nguyên vật liệu trong nước và nước ngoài, cố gắng mua với giá thấp nhất để bán có lợi hơn. Để có thể thực hiện tốt các mục tiêu dài hạn thì ngay bây giờ công ty phải tăng cường sản xuất, đặc biệt là phải kích thích tiêu thụ, tăng doanh thu, tăng lợi nhuận nhằm chuẩn bị tốt tiềm lực về tài chính, nhân lực, vật lực cho phát triển lâu dài. Để tăng doanh thu và tăng lợi nhuận thì công ty phải khai thác hết thị trường hiện có, thu hút thêm khách hàng, tích cực tìm kiếm thị trường mới, đầu tư vào công tác marketing.

Để sản xuất kinh doanh của công ty được ổn định, hiệu quả và bền vững công ty sẽ ký hợp đồng thu mua nguyên liệu với các huyện, thị trong Hải Phòng và dự kiến sẽ mở rộng trạm thu mua nhằm đảm bảo nguồn thu mua ổn định, đảm bảo chất lượng và giảm tối thiểu chi phí thu mua, vận chuyển để có thể nâng cao chất lượng, hạ giá thành sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh của công ty trên thị trường.

3.2 Các biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng

3.2.1 Giải pháp tổ chức khai thác tốt nguồn vốn lưu động và biện pháp nhằm tăng khả năng thu hồi nợ, hạn chế sự chiếm dụng vốn của khách hàng.

Vốn là yếu tố cực kỳ quan trọng, dù ở bất kỳ cấp độ nào yêu cầu đặt ra là phải có vốn để tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh. Tất cả những đồng tiền đi vào quá trình sản xuất kinh doanh đại diện cho hàng hoá là tài sản của nền kinh tế quốc dân, tham gia vào quá trình đầu tư kinh doanh và sản sinh ra giá trị thặng dư gọi là vốn. Vốn được biểu hiện bằng tiền nhưng phải là tiền vận động với mục đích sinh

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

lời. Sử dụng vốn và các loại vốn của doanh nghiệp để phục vụ kịp thời các nhu cầu trong kinh doanh theo nguyên tắc bảo toàn có hoàn trả. Vì vậy cần phải xác định nhu cầu vốn sao cho hợp lý nhất, vì nếu xác định nhu cầu vốn lưu động quá cao sẽ gây ra tình trạng ứ đọng vốn, vật tư hàng hoá, vốn không tham gia vào sản xuất kinh doanh làm mất khả năng sinh lời của vốn. Ngược lại, nếu xác định nhu cầu vốn lưu động quá thấp sẽ gây ra nhiều khó khăn và bất lợi cho doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất kinh doanh như: gây ngừng do gián đoạn sản xuất vì thiếu vốn đầu vào, không đảm bảo được sự liên tục trong sản xuất gây ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm và gây lãng phí thời gian và tiền do thời gian chờ đợi.

Qua phân tích trong chương II cho ta thấy: Vốn lưu động bình quân giảm 48.267.500,5 đồng (1,09%). Năm 2007 vốn lưu động bình quân là 4.434.420.259 đồng và giảm xuống còn 4.386.152.728 đồng trong năm 2008. Vốn lưu động trong năm giảm trong khi doanh thu của công ty vẫn tăng cụ thể là tăng 35.271.127.393.đồng (118,98%). Qua đó cho ta thấy Vốn lưu động trong công ty sử dụng tương đối tốt. Nhưng trong vốn lưu động thì khoản phải thu chiếm tỷ trọng tương đối lớn và có xu hướng tăng từ 42,65% năm 2007 lên 47,56% năm 2008. Vậy công ty cần phát huy hiệu quả sử dụng vốn lưu động và cần phải có biện pháp để thu hồi nợ.

* *Căn cứ thực hiện giải pháp:* Như đã phân tích tình hình sử dụng vốn lưu động của công ty không được tốt, các khoản phải thu cao chứng tỏ khách hàng chiếm dụng vốn của công ty.

* *Giải pháp thực hiện:*

- Tổ chức khai thác tốt nguồn vốn lưu động:

+ Giảm TSLĐ trong khâu dự trữ

+ Tối thiểu hoá lượng tiền mặt dự trữ để việc chi phí cơ hội cho dự trữ là thấp nhất đảm bảo lượng tiền mặt tối thiểu đủ để cho tiền mặt phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh

+ Công ty cần xác định nhu cầu vốn lưu động sao cho hợp lý để cho hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty được diễn ra liên tục và có hiệu quả.

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

- Các biện pháp nhằm hạn chế khách hàng chiếm dụng vốn. Luôn tăng cường kiểm tra tài chính đối với việc sử dụng vốn lưu động, thực hiện thông qua việc phân tích một số các chỉ tiêu: vòng quay vốn lưu động, SSL vốn lưu động. Trên cơ sở đó nắm được tình hình về vốn lưu động, phát hiện những vướng mắc cần sửa chữa kịp thời nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động.

Khách hàng chiếm dụng vốn VLD của công ty hàng năm đều rất lớn: chiếm 42,65% năm 2007 và 47,56% năm 2008. Các khoản phải thu hay nói cách khác là công ty để khách hàng chiếm dụng vốn khá lớn, năm sau cao hơn năm trước 4,91%. Điều này ảnh hưởng đến tình hình sản xuất kinh doanh của công ty. Do đó công ty phải có một số chính sách thanh toán hợp lý.

- + Trước hết là phải quản lý tốt các khoản phải thu, nhanh chóng thu hồi công nợ.
- + Thường xuyên đôn đốc theo dõi, kiểm tra, đôn đốc thu hồi nợ đến hạn thanh toán.
- + Có sự ràng buộc chặt chẽ trong hợp đồng kinh tế và thời gian thanh toán nếu vượt qua thời hạn thanh toán theo hợp đồng thì doanh nghiệp được thu lãi suất tương ứng với lãi suất quá hạn của ngân hàng.

- + Giảm giá, chiết khấu hợp lý với các khách hàng mua hàng với số lượng lớn và thanh toán đúng hạn. Thực hiện chính sách thu tiền linh hoạt, mềm dẻo nhằm mục đích vừa không làm mất thị trường vừa thu hồi được các khoản nợ khó đòi. Bởi lẽ, trên thực tế, rõ ràng nếu công ty áp dụng các biện pháp cứng rắn thì cơ hội thu hồi nợ lớn hơn nhưng sẽ khiến cho khách hàng khó chịu dẫn đến việc họ có thể cắt đứt các mối quan hệ làm ăn với công ty.

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

Cuối cùng, nếu biện pháp trên không thành công thì phải uỷ quyền cho đại diện tiến hành các thủ tục pháp lý.

- + Trước hết là phải quản lý tốt các khoản phải thu, nhanh chóng thu hồi công nợ.
- + Thường xuyên đôn đốc theo dõi, kiểm tra, đôn đốc thu hồi nợ đến hạn thanh toán.

- + Có sự ràng buộc chặt chẽ trong hợp đồng kinh tế và thời gian thanh toán nếu vượt qua thời hạn thanh toán theo hợp đồng thì doanh nghiệp được thu lãi suất

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

tương ứng với lãi suất quá hạn của ngân hàng.

+ Giảm giá, chiết khấu hợp lý với các khách hàng mua hàng với số lượng lớn và thanh toán đúng hạn. Thực hiện chính sách thu tiền linh hoạt, mềm dẻo nhằm mục đích vừa không làm mất thị trường vừa thu hồi được các khoản nợ khó đòi. Bởi lẽ, trên thực tế, rõ ràng nếu công ty áp dụng các biện pháp cứng rắn thì cơ hội thu hồi nợ lớn hơn nhưng sẽ khiến cho khách hàng khó chịu dẫn đến việc họ có thể cắt đứt các mối quan hệ làm ăn với công ty.

Vì vậy, hết thời hạn thanh toán, nếu khách hàng vẫn chưa trả tiền thì công ty có thể tiến hành thu hồi nợ theo các cấp độ.

- Gọi điện, gửi thư nhắc nhở, thư khuyến nủ hoặc thư chuyển cho cơ quan chuyên trách thu hồi giúp.

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

Cuối cùng, nếu biện pháp trên không thành công thì phải uỷ quyền cho đại diện tiến hành các thủ tục pháp lý.

Mặt khác, đối với các khoản nợ bị khách hàng chiếm dụng cũ, công ty cần phải dứt điểm theo dõi chặt chẽ và tuân thủ theo nguyên tắc: các khoản nợ cũ phải dứt điểm so với các khoản nợ mới phát sinh.

Công ty áp dụng chính sách khuyến khích khách hàng như: Khách hàng thanh toán sớm hơn thời hạn ghi trong hợp đồng thì sẽ được chiết khấu 1% tổng giá trị hợp đồng.

Công ty cũng nên có những phần thưởng khuyến khích những nhân viên của công ty làm công việc đòi nợ thường xuyên (hiện nay những nhân viên làm nhiệm vụ này là nhân viên phòng kinh doanh) tích cực nhắc nhở và đòi khách hàng thanh toán đúng hạn một cách khéo léo. Phần thưởng cho việc đòi nợ là 0,3% các khoản thu về.

Khách hàng phải thanh toán ngay các khoản nợ trong vòng 40 ngày, nếu thanh toán trong 20 ngày thì được hưởng chiết khấu 0,8%.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

* *Kết quả dự tính:*

Dự kiến thu được 60% số nợ:

$$60\% \times 3.901.121.412 = 2.340.672.847 \text{ (đồng)}$$

Tổng doanh thu (TR) = 2.340.672.847 (đồng)

Chi phí dự kiến:

Đơn vị tính: VNĐ

Chỉ tiêu	Cách tính	Số tiền
Số tiền chiết khấu cho khách hàng(1,1%)	$1,1\% \times 2.340.672.847$	25.747.401
Chi thường khi thu được nợ(0,3%)	$0,3\% \times 2.340.672.847$	7.022.018
Tổng chi phí(TC)		32.769.419

Số tiền thu về sau khi thực hiện giải pháp:

$$TR - TC = 2.340.672.847 - 32.769.419 = 2.307.903.428 \text{ đồng}$$

Dự kiến kết quả đạt được và so sánh với giá trị khi chưa thực hiện

Chỉ tiêu	Trước khi thực hiện	Sau khi thực hiện	Chênh lệch	
			±	%
Các khoản phải thu(đồng)	3.901.121.412	1.593.217.984	-2.307.903.428	-59,16
Vòng quay khoản phải thu	20,515	23,63	3,115	15,18
Kỳ thu tiền bình quân	21	9	-12	-57,14

Theo bảng trên ta thấy rằng: Các khoản phải thu của công ty giảm 59,34% tương ứng với giảm số tiền là 2.307.903.428 đồng. Vòng quay khoản phải thu tăng 3,115 vòng tương ứng với 15,18%. Kỳ thu tiền bình quân giảm 12 ngày tương ứng với giảm 57,14%.

Nhờ sử dụng biện pháp tăng tốc độ thu hồi các khoản phải thu từ khách hàng công ty đã giảm được số ngày đi thu tiền, điều này giúp công ty hạn chế ứ đọng vốn, có thêm tiền mặt để chi tiêu hay thanh toán các khoản nợ khác.

Ngoài ra khi nền kinh tế ở nước ta ngày càng phát triển công ty có thể nghiên cứu xem xét chính sách thu thuế tín dụng bằng đảo nợ (factoring). Thực chất của chính sách này là việc công ty giảm thiểu các khoản phải thu, phải trả trong cân đối

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

tài chính nhằm tạo ra một bức tranh tài chính thuận lợi hơn cho hoạt động kinh doanh thông qua một loại công ty tài chính trung gian là Factoring. Các khoản phải thu, phải trả xuất hiện khi công ty có việc mua chịu, bán chịu. Khi đó công ty Factoring sẽ đứng ra làm trung gian thanh toán với một tỷ lệ chiết khấu thỏa thuận (thông thường là cao hơn lãi suất vay tín dụng ngắn hạn).

3.2.2 Giải pháp đẩy mạnh công tác điều tra, nghiên cứu thị trường để có biện pháp thu hút thêm khách hàng nhằm tăng doanh thu.

* *Căn cứ:* Hiện nay công ty chủ yếu bán sản phẩm thịt đông lạnh trong nước và xuất sang Hồng - Kông. Công ty đang xúc tiến mở rộng thị trường sang Đài Loan, MaCao, xa hơn nữa là thị trường khó tính Singapo. Do vậy công tác marketing rất cần được đầu tư.

* *Giải pháp thực hiện:*

- Đẩy mạnh nghiên cứu thị trường: Hoạt động này giúp công ty thu thập thêm thông tin, số liệu về thị trường, sau đó công ty sẽ so sánh, phân tích những số liệu đó, rút ra những kết luận. Những kết luận này giúp người quản trị đưa ra các quyết định đúng đắn và lập kế hoạch.

- Thu thập thông tin: Cử nhân viên đi thu thập thêm các thông tin về tình hình cung cầu thị trường. Tìm khách hàng mới cho công ty. Thăm dò về đối thủ cạnh tranh, các chiến lược mà họ đang áp dụng.

- Xử lý thông tin:

+ Lựa chọn thị trường: Dựa vào tình hình cụ thể của công ty, tình hình thị trường mới mà có quyết định đầu tư vào thị trường nào trước, thị trường nào sau. Tìm thị trường đầu vào phù hợp.

+ Lựa chọn chiến lược: Sản phẩm, giá, phân phối, kết hợp với các quảng cáo thích hợp để tăng hiệu quả cạnh tranh trên thị trường.

Để thực hiện được tốt các công việc trên công ty cần lập phòng Marketing. Công ty cần tuyển thêm tất cả là 4 người (1 trưởng phòng và 3 nhân viên). Dự kiến chi phí tuyển dụng và chi phí tiền lương phải trả cho 4 nhân viên là:

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

- Chi phí cho khâu tuyển dụng là: 400.000đồng
- Lương trả cho nhân viên tuyển thêm là:
 - + Lương trả cho trưởng phòng: $12\text{tháng} \times 3,5\text{tr/tháng} \times 1\text{người} = 42\text{tr /năm}$
 - + Lương trả cho nhân viên: $12\text{tháng} \times 2\text{tr/tháng} \times 3\text{người} = 72\text{tr/năm}$
- Mua thiết bị văn phòng:
 - + Mua thêm 4 máy vi tính: $4\text{bộ} \times 5\text{tr/bộ} = 20\text{triệu}$
 - + Mua bàn làm việc: $4\text{bộ} \times 500\text{nd/bộ} = 2\text{tr}$

Các thiết bị máy móc này được khấu hao đều trong 3 năm, mức khấu hao hàng năm là: $(20\text{tr} : 3) + (2\text{tr} : 3) = 7,3\text{trđ/năm}$

- Chi phí giao dịch : $12\text{tháng} \times 300\text{nghìnđ/th} = 3,6\text{ triệuđ/năm}$
- Chi phí điện nước, điện thoại, giấy tờ:
 $12\text{tháng} \times 1,5\text{trđ/tháng} = 18\text{ trđ/năm}$

Tổng chi phí dự kiến trả cho 1 năm hoạt động:

$$42 + 72 + 22 + 7,3 + 3,6 + 18 = 164,9\text{ trđ}$$

** Kết quả mong đợi của biện pháp:*

Với dân số khoảng 23 triệu (thống kê năm 2006) thì người Đài Loan với ẩm thực chủ yếu là các món ăn chế biến từ thịt lợn, đây là một thị trường hết sức tiềm năng. Bên cạnh đó thị trường MaCao với dân số không lớn (550.000 người) nhưng đây lại là thị trường chủ yếu đi nhập thịt do đây là một khu kinh tế có công nghiệp hết sức phát triển không có đất cho phát triển chăn nuôi.

Do vậy nên dự kiến doanh thu trong năm tới của công ty tăng 10%.

Doanh thu (TR) là: $64.914.061.673 \times 1,1 = 71.405.467.840\text{ đồng}$

Dự kiến chi phí(TC):

Nội dung	Cách tính	Số tiền
Giá vốn hàng bán (97%)	$71.405.467.840 \times 97\%$	69.263.303.805
Chi phí nghiên cứu thị trường (0,5%)	$71.405.467.840 \times 0,5\%$	357.027.339
Chi phí khác (0,3%)	$71.405.467.840 \times 0,3\%$	214.216.403
Tổng chi phí (TC)		69.641.752.784

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

Đánh giá kết quả đạt được: Số tiền thu được sau khi thực hiện biện pháp:

$$= TR - TC = 71.405.467.840 - 69.641.752.784 = 1.763.715.056 \text{ đồng}$$

Chỉ tiêu	Trước khi thực hiện	Sau khi thực hiện	Chênh lệch	
			±	%
Doanh thu thuần	64.914.061.673	71.405.467.840	6.491.406.167	10
Giá vốn hàng bán	62.784.834.769	69.263.303.805	6.478.469.036	10,32
Lợi nhuận gộp(DT-GV)	2.129.226.904	2.142.164.035	12.937.131	0,6
Lợi nhuận sau thuế	750.318.976	754.877.896	4.558.920	0.61

Nhận xét: Nhờ thực hiện biện pháp đã thúc đẩy tăng doanh thu của công ty lên kéo theo tăng lợi nhuận sau thuế lên 0,6%. Qua đó cho thấy hiệu quả của việc thực hiện biện pháp và công ty nên phát huy.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh xu hướng quốc tế hoá đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ, cùng với sự đi lên của nền kinh tế nước nhà, công ty Cổ phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng cũng giống như các doanh nghiệp khác đang tự mình vận động và phát triển theo xu hướng chung của thời đại.

Qua những tài liệu thu thập được và kết quả phân tích trong nội dung của khoá luận em nhận thấy công ty đang làm ăn có hiệu quả thể hiện qua các chỉ tiêu doanh thu và lợi nhuận. Các chỉ tiêu này đều tăng lên dù chưa cao nhưng đã cho thấy sự cố gắng của công ty trong việc từng bước nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của mình.

Bên cạnh những thuận lợi đó công ty cũng đang gặp phải rất nhiều khó khăn. Trước tình hình đó công ty đã và đang nghiên cứu để tìm ra các biện pháp khắc phục để giữ vững nhịp độ tăng trưởng góp phần tích cực xây dựng và phát triển công ty.

Mặc dù đã cố gắng và nỗ lực nhưng do kiến thức thực tế còn ít và thời gian thực tập có hạn nên quá trình thực hiện khoá luận này khó tránh khỏi những thiếu sót, em mong được thầy cô thông cảm và góp ý.

Em xin chân thành cảm ơn cô giáo: Thạc sỹ Nguyễn Thị Ngọc Mỹ cùng các cán bộ trong công ty Cổ Phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng đã rất nhiệt tình giúp đỡ tạo mọi điều kiện giúp em hoàn thành khoá luận tốt nghiệp.

Em xin chân thành cảm ơn !

Sinh viên thực hiện

Lưu Thị Tươi

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình lý thuyết Quản trị kinh doanh chủ biên PTS. Nguyễn Thị Ngọc Huyền và TS. Nguyễn Thị Hồng Thuỷ - Trường Đại học kinh tế quốc dân – NXB Khoa học và kỹ thuật.
2. Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh. Chủ biên Phạm Quang Niêm - Viện Đại học Mở Hà Nội – NXB thống kê.
3. Báo cáo tài chính các năm 2007, 2008 của công ty Cổ phần kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.
4. Tài liệu tham khảo trên internet.
5. Khoá luận tốt nghiệp của Trần Thị Ngọc An – Năm 2008

MỤC LỤC

PHẦN I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH	 3
1.1 Quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh	 3
1.1.1 Khái niệm về hoạt động sản xuất kinh doanh	 3
1.1.2 Khái niệm và bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh	 3
1.1.2.1 Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh	 3
1.1.2.2 Bản chất hiệu quả sản xuất kinh doanh	 4
1.1.3 Vai trò và ý nghĩa của hiệu quả sản xuất kinh doanh	 5
1.1.3.1 Vai trò	 5
1.1.3.2 Ý nghĩa	 7
1.1.4 Quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh	 8
1.1.4.1 Một số quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh	 8
1.1.4.2 Hiệu quả kinh tế cá biệt và hiệu quả kinh tế quốc dân	 9
1.1.4.3 Hiệu quả chi phí bộ phận và hiệu quả chi phí tổng hợp	 10
1.1.4.4 Hiệu quả tuyệt đối và hiệu quả tương đối	 10
1.2 Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả sản xuất kinh doanh	 11
1.2.1 Nhân tố khách quan	 11
1.2.2 Nhân tố chủ quan	 14
1.3 Nội dung phân tích và một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	 17
1.3.1 Nội dung phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh	 17
1.3.2 Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	 18
1.3.2.1 Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế tổng hợp	 18
1.3.2.2 Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	 19
1.3.2.3 Nhóm chỉ tiêu xét về mặt hiệu quả kinh tế Xã hội	 21
1.4 Phương pháp đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	 22
1.4.1 Nguyên tắc	 22
1.4.2 Phương pháp so sánh	 22
1.4.3 Phương pháp thay thế liên hoàn	 23
1.4.4 Phương pháp số chênh lệch	 25
1.4.5 Phương pháp tương quan	 25

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

1.5 Biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế	25
1.5.1 Sử dụng tốt nguồn nhân lực trong kinh doanh.....	25
1.5.2 Sử dụng tài sản có hiệu quả.....	26
1.5.3 Tăng doanh thu.....	26
1.5.4 Giảm chi phí	27
1.5.5 Nghiên cứu thị trường	27
PHẦN II: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY CP KINH DOANH HÀNG XUẤT KHẨU HP	28
2.1 Khái quát về công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng	28
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của công ty	28
2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của công ty	29
2.1.2.1 Chức năng.....	29
2.1.2.2 Nhiệm vụ	29
2.1.3 Cơ cấu tổ chức của công ty	30
2.1.3.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức	30
2.1.3.2 Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban.....	31
2.1.4 Hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty	32
2.1.5 Những thuận lợi, khó khăn của công ty	33
2.2 Các hoạt động của công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.....	34
2.2.1 Hoạt động sản xuất kinh doanh.....	34
2.2.2 Thị trường của công ty	36
2.2.3 Quản trị nhân sự	38
2.3 Đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu HP	44
2.3.1 Thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty	44
2.3.2 Phân tích, đánh giá HQSXKD	46
2.3.2.1 Nhóm chỉ tiêu kinh tế tổng hợp.....	46
2.3.2.2 Phân tích hiệu quả sử dụng nguồn vốn CSH	48
2.3.2.3 Phân tích hiệu quả sử dụng TS.....	50
2.3.2.4 Phân tích hiệu quả sử dụng lao động	57

***Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.***

2.3.2.5 Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí	59
2.3.2.6 Nhận xét chung.....	61
PHẦN III: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CP KINH DOANH HÀNG XUẤT KHẨU HP	64
3.1 Mục tiêu và phương hướng phát triển.....	64
3.2 Các biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.....	65
3.2.1 Giải pháp tổ chức khai thác tốt nguồn vốn lưu động và biện pháp nhằm tăng khả năng thu hồi nợ, hạn chế sự chiếm dụng vốn của khách hàng	65
3.2.2 Giải pháp đẩy mạnh công tác điều tra, nghiên cứu thị trường để có biện pháp thu hút thêm khách hàng nhằm tăng doanh thu	70

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Ngày 31 tháng 12 năm 2008

Đơn vị tính: VNĐ

TÀI SẢN	MÃ SỐ	SỐ CUỐI NĂM	SỐ ĐẦU NĂM
1	2	3	4
A- TS NGẮN HẠN (100=110+120+130+140+150)	100	8.202.768.962	5.690.536.493
I- Tiền và các khoản tương đương tiền	110	795.636.824	1.549.120.349
1. Tiền	111	795.636.824	1.549.120.349
2. Các khoản tương đương tiền	112	0	
II- Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	120		
1. Đầu tư chứng khoán ngắn hạn	121		
2. Dự phòng giảm giá đầu tư ngắn hạn	129		
III- Các khoản phải thu	130	3.901.121.412	2.427.156.585
1. Phải thu của khách hàng	131	2.118.256.710	1.300.567.162
2. Trả trước cho người bán	132		
3. Các khoản phải thu khác	138	1.782.864.702	1.126.589.423
4. Dự phòng các khoản phải thu khó đòi(*)	139		
IV- Hàng tồn kho	140	3.216.548.416	1.342.611.382
1. Hàng hoá tồn kho	146	3.216.548.416	1.342.611.382
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho(*)	149		
V- Tài sản ngắn hạn khác	150	289.462.310	371.648.177
1. Thuế GTGT được khấu trừ	151		
2. Thuế và các khoản phải thu nhà nước	152		
3. Tài sản ngắn hạn khác	158	289.462.310	371.648.177
B- TS DÀI HẠN (200=210+220+230+240)	200	8.484.092.249	9.028.631.835
I- Tài sản cố định	210	5.910.377.512	6.291.620.430
1. Nguyên giá	211	6.531.358.007	6.531.358.007
2. Giá trị hao mòn lũy kế (*)	212	(646.666.908)	(265.423.990)
3. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	213		
II- Bất động sản đầu tư	220	0	0
1. Nguyên giá	221		
2. Giá trị hao mòn lũy kế (*)	222		

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

III- Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	230	2.260.619.270	2.518.715.814
1. Đầu tư tài chính dài hạn	231	2.260.619.270	2.518.715.814
2. Góp vốn liên doanh	239		
IV. Tài sản dài hạn khác	240	313.095.467	218.295.591
1. Phải thu dài hạn	241		
2. Tài sản dài hạn khác	248		
TỔNG TÀI SẢN (250=100+200)	250	16.686.861.211	14.719.168.328
NGUỒN VỐN			
A-NỢ PHẢI TRẢ (300=310+320)	300	5.898.231.522	4.132.745.180
I- Nợ ngắn hạn	310	5.898.231.522	4.132.745.180
1. Vay và nợ ngắn hạn	311	2.500.000.000	3.000.000.000
2. Phải trả cho người bán	312	831.781.979	114.068.041
3. Người mua trả tiền trước	313		
4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	314	671.678.540	598.241.365
5. Chi phí phải trả	315	34.476.772	118.476.772
6. Phải trả về cổ phần hóa	316		
7. Các khoản phải trả, phải nộp khác	318	1.860.294.231	301.959.002
8. Dự phòng phải ngắn hạn	319		
II- Nợ dài hạn	320		
1. Vay và nợ dài hạn	321		
2. Quỹ dự phòng trợ cấp mất việc làm	322		
3. Phải trả phải nộp dài hạn khác	328		
4. Dự phòng phải trả dài hạn	329		
B- NGUỒN VỐN CHỦ SỞ HỮU (400=410+420)	400	10.788.629.689	10.586.423.148
I- Vốn chủ sở hữu	410	10.788.629.689	10.586.423.148
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	411	10.000.000.000	10.000.000.000
2. Thặng dư vốn cổ phần	412		
3. Vốn khác của chủ sở hữu	413	38.310.713	
4. Cổ phiếu quỹ(*)	414		
5. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	415		
6. Các quỹ thuộc vốn chủ sở hữu	416		
7. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	417	750.318.976	585.423.148
II- Quỹ khen thưởng, phúc lợi	420		
TỔNG NGUỒN VỐN (430=300+400)	430	16.686.861.211	14.719.168.328

(Nguồn: Phòng tài chính kế toán)

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty CP
kinh doanh hàng xuất khẩu Hải Phòng.**

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

Năm 2008

Đơn vị tính: VNĐ

CHỈ TIÊU	MÃ SỐ	NĂM 2008	NĂM 2007
1	2	3	4
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	01	64.914.061.673	29.642.943.280
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	03		
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10=01-03)	10	64.914.061.673	29.642.943.280
4. Giá vốn hàng bán	11	62.784.834.769	28.433.813.539
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20=10-11)	20	2.129.226.904	1.209.129.741
6. Doanh thu hoạt động tài chính	21	309.617.404	410.652.938
7. Chi phí tài chính	22		
Trong đó: Chi phí lãi vay	23		
8. Chi phí bán hàng	24	410.124.624	432.150.864
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	25	1.182.012.204	782.810.115
10. Lợi nhuận thuần từ HĐSXKD (30=20+(21+22)-(24+25))	30	846.707.480	404.821.700
11. Thu nhập khác	31	45.756.445	181.901.448
12. Chi phí khác	32	20.000.000	300.000
13. Lợi nhuận khác (40=31-32)	40	25.756.445	181.601.448
14. Tổng LN kế toán trước thuế (50=30+40)	50	872.463.925	586.423.148
15. Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	122.144.950	
16. Chi phí thuế TNDN hoãn lại			
17. LN sau thuế TNDN (60=50-51)	<u>60</u>	750.318.976	586.423.148
Lãi cơ bản trên cổ phiếu			

(Nguồn: Phòng tài chính kế toán)