

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Cùng với thời gian và sự phát triển của đất nước, nền kinh tế Việt Nam đã bước vào thời kỳ phát triển mới: chuyển từ nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý vĩ mô của nhà nước. Cơ chế thị trường đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp nhưng bên cạnh đó cũng tạo ra không ít khó khăn và thách thức. Tồn tại và phát triển không phải là một điều dễ dàng đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào, đặc biệt khi Việt Nam chính thức gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO, nền kinh tế Việt Nam từ một nền kinh tế bao cấp tập trung đã có bước chuyển mình ra với biển lớn thì sự cạnh tranh sẽ càng trở nên gay gắt và khó khăn hơn, đòi hỏi các Doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh để có thể tạo thế thắng lợi trong cạnh tranh, đứng vững trên thương trường.

Mục tiêu lớn nhất trong kinh doanh của doanh nghiệp là tối thiểu hóa chi phí, tối đa hóa lợi nhuận, song để đạt được điều đó thực sự không phải là dễ dàng vì nó còn chịu sự tác động của rất nhiều yếu tố bên trong và bên ngoài đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn nỗ lực phấn đấu tự khẳng định mình, nhất là trong thời buổi khó khăn như hiện nay thì mới có thể tồn tại và phát triển được. Chính vì vậy nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là một vấn đề đặt ra hết sức cần thiết đối với mọi doanh nghiệp nói chung và Công ty TNHH Dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng nói riêng.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh đối với mỗi một doanh nghiệp và qua thời gian thực tập tại Chi nhánh công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng, tác giả đã tìm hiểu, nghiên cứu và lựa chọn đề tài *“Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH dịch vụ giao nhận vận tải Quang Hưng”* làm khóa luận tốt nghiệp.

2. Xác lập và tuyên bố đề tài

Căn cứ vào tính cấp thiết của đề tài, tác giả đã quyết định nghiên cứu đề tài *“Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại*

công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng”. Những vấn đề cần nghiên cứu trong bài luận này bao gồm:

Phân tích cơ sở lý luận về hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, các phương pháp nghiên cứu, nhân tố ảnh hưởng và các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Tìm hiểu, nghiên cứu, phân tích, đánh giá về tình hình hoạt động kinh doanh của công ty Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng qua 2 năm 2008 và 2009.

Thông qua quá trình phân tích về tình hình hoạt động kinh doanh của công ty, phát hiện điểm mạnh, điểm yếu, từ đó đề xuất một số các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh cho công ty.

3. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

Đề tài tập trung phân tích cơ sở lý luận của hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Đánh giá thực trạng thị trường dịch vụ vận tải nói chung và về tình hình, cũng như hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Dịch vụ vận tải Quang Hưng nói riêng trong giai đoạn 2008-2009.

Đồng thời đề tài phát hiện điểm mạnh, điểm yếu trong nội tại công ty, từ đó có thể đề xuất các biện pháp nhằm phát huy điểm mạnh, khắc phục điểm yếu, nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty dịch vụ vận tải Quang Hưng.

Phạm vi nghiên cứu: Do thời gian làm đề tài có hạn nên đề tài chỉ tập trung phân tích thực trạng kinh doanh của chi nhánh công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng tại Hải Phòng với số liệu nghiên cứu trong hai năm 2008–2009.

5. Nguồn số liệu nghiên cứu

Các nguồn số liệu nghiên cứu chủ yếu được lấy từ báo cáo tài chính do phòng Tài chính - kế toán tại Hải Phòng cung cấp, và các văn bản, ấn phẩm của chi nhánh công ty TNHH giao nhận vận tải Quang Hưng.

6. Phương pháp nghiên cứu

Phân tích tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh là một đề tài rộng vì thế tác giả sử dụng một số các phương pháp sau đây:

Phương pháp đối chiếu so sánh: là phương pháp đối chiếu so sánh các chỉ tiêu có cùng một nội dung, tính chất để xác định xu hướng, mức biến động của các chỉ tiêu. Tác giả tiến hành đối chiếu, so sánh các kết quả kinh doanh, các chỉ tiêu kinh tế của CN qua các năm để từ đó thấy được thực trạng hoạt động kinh doanh của chi nhánh.

Phương pháp đồ thị: là phương pháp biểu diễn các số liệu, tài liệu thông qua đồ thị, để thấy được sự thay đổi của các số liệu qua các năm phân tích.

Nghiên cứu dựa trên các kiến thức được học, các thông tin tài liệu thực tế báo cáo về tình hình kinh doanh của chi nhánh từ đó tổng hợp phân tích, đánh giá để phục vụ cho quá trình nghiên cứu đề tài.

7. Kết cấu khóa luận tốt nghiệp

Ngoài phần tóm lược, lời cảm ơn, lời cam kết, mục lục danh mục tài liệu tham khảo, danh mục bảng biểu, danh mục sơ đồ hình vẽ, danh mục từ viết tắt và các phụ lục, mở đầu và kết luận thì luận văn còn được chia thành 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Chương 2: Đánh giá thực trạng về hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng.

Chương 3: Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH DV và GNVN Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng.

CHƯƠNG I

**CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH
CỦA DOANH NGHIỆP****1.1. Khái niệm và vai trò về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp****1.1.1. Khái niệm về hiệu quả sản xuất kinh doanh**

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế, gắn với cơ chế thị trường và có quan hệ với các yếu tố trong quá trình sản xuất kinh doanh, (Nguyễn Phương Thảo, 2004). Hiệu quả sản xuất kinh doanh là vấn đề vô cùng quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp, vì mục tiêu hàng đầu của doanh nghiệp là nâng cao hiệu quả kinh doanh để hướng tới mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Đạt được điều này doanh nghiệp mới có điều kiện mở rộng sản xuất kinh doanh, đủ sức cạnh tranh trên thương trường.

Có rất nhiều quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh. Sau đây là một số các quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh:

Theo nhà kinh tế học người Anh Adam Smith: Hiệu quả là kết quả đạt được trong hoạt động kinh tế, doanh thu tiêu thụ hàng hóa, ở đây hiệu quả đồng nhất với chỉ tiêu phản ánh kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

Hiệu quả là lợi ích tối đa thu được trên chi phí tối thiểu (Ngô đình Giao, 1997).

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \frac{\text{Kết quả kinh doanh}}{\text{Chi phí kinh doanh}}$$

Hiệu quả kinh tế của một hiện tượng (hoặc quá trình) kinh tế là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (nhân lực, tài lực, vật lực, tiền vốn) để đạt được mục tiêu xác định. (Ngô đình Giao, 1997).

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là chỉ tiêu tổng hợp đánh giá sự phát triển kinh tế theo chiều sâu, phản ánh sự khai thác các nguồn lực một cách tốt nhất phục vụ cho mục tiêu kinh tế của doanh nghiệp, và mục tiêu xã hội của Doanh nghiệp đối với Nhà nước.

Từ những quan điểm khác nhau về hiệu quả SXKD của các nhà kinh tế ta có thể đưa ra một khái niệm chung, thống nhất về hiệu quả sản xuất kinh doanh như sau:

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế biểu hiện sự tập trung của sự phát triển kinh tế theo chiều sâu, phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ chi phí các nguồn lực trong quá trình tái sản xuất nhằm thực hiện mục tiêu kinh doanh. Nó là thước đo ngày càng trở nên quan trọng của 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.

1.1.2. Bản chất của hiệu quả SXKD

Bản chất của hiệu quả kinh tế là hiệu quả của lao động xã hội, được xác định bằng cách so sánh giữa chất lượng kết quả lợi ích thu được với lượng hao phí, lao động xã hội và tiêu chuẩn của hiệu quả là tối đa hóa kết quả hoặc tối thiểu hóa chi phí trên nguồn thu sẵn có. (Ngô đình Giao, 1997)

Thực chất khái niệm hiệu quả hoạt động SXKD là biểu hiện mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh, phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (nguyên vật liệu, thiết bị máy móc, lao động và đồng vốn) để đạt được mục tiêu cuối cùng của mọi hoạt động SXKD của doanh nghiệp là mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận.

Để hiểu rõ bản chất của hiệu quả hoạt động SXKD chúng ta có thể dựa vào việc phân biệt hai khái niệm kết quả và hiệu quả:

Kết quả của hoạt động SXKD là những gì mà doanh nghiệp đạt được sau một quá trình SXKD nhất định, kết quả là mục tiêu cần thiết của mỗi doanh nghiệp. Kết quả hoạt động SXKD có thể là những đại lượng cụ thể có thể định lượng cân đong đo đếm được cũng có thể là những đại lượng chỉ phản ánh được mặt chất lượng hoàn toàn có tính chất định tính như thương hiệu, uy tín, sự tín nhiệm của khách hàng về chất lượng sản phẩm. Chất lượng bao giờ cũng là mục tiêu của doanh nghiệp.

Trong khái niệm hiệu quả hoạt động SXKD của doanh nghiệp đã sử dụng cả hai chỉ tiêu là kết quả đạt được và chi phí bỏ ra để có được kết quả đó (cả trong lý thuyết và thực tế thì hai đại lượng này có thể được xác định bằng đơn vị giá trị hay hiện vật) nhưng nếu sử dụng đơn vị hiện vật thì khó khăn hơn vì trạng thái hay đơn vị tính của đầu vào và đầu ra là khác nhau. Còn sử dụng đơn vị giá

trị sẽ luôn đưa được các đại lượng khác nhau về cùng một đơn vị. Trong thực tế người ta sử dụng hiệu quả hoạt động SXKD là mục tiêu cuối cùng của hoạt động sản xuất cũng có những trường hợp sử dụng nó như là một công cụ để đo lường khả năng đạt đến mục tiêu đã đặt ra.

1.1.3. Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.1.3.1. Đối với doanh nghiệp

Hiệu quả sản xuất kinh doanh có vai trò quan trọng đối với doanh nghiệp nó quyết định đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong kỳ kinh doanh. Đặc biệt là trong nền kinh tế thị trường như hiện nay khi mà các cuộc cạnh tranh giữa các doanh nghiệp đang ngày càng trở nên gay gắt, hiệu quả kinh doanh thực sự là mối quan tâm hàng đầu của doanh nghiệp.

Hiệu quả kinh doanh là điều kiện đảm bảo quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp diễn ra nhẹ nhàng, liên tục, nâng cao số lượng chất lượng hàng hóa, gia tăng lợi nhuận, xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật, mua sắm trang thiết bị đầu tư công nghệ mới mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, đồng thời cải thiện điều kiện làm việc cho người lao động, gia tăng lợi ích cho xã hội, vững vàng ổn định từ bên trong giúp doanh nghiệp củng cố vị thế của mình trên thị trường. Nhưng nếu hoạt động kinh doanh không hiệu quả, lợi nhuận mang lại thấp không đủ bù đắp chi phí và trang trải nợ nần thì hệ quả kéo theo là doanh nghiệp không thể phát triển, khó đứng vững và dẫn đến phá sản doanh nghiệp. Vì vậy hiệu quả kinh doanh đối với doanh nghiệp là hết sức quan trọng, là yếu tố quyết định sự sống còn của mỗi một doanh nghiệp.

1.1.3.2. Đối với nền kinh tế xã hội

Một xã hội được coi là phát triển khi mà nền kinh tế phát triển, các Doanh nghiệp làm ăn có hiệu quả sẽ gia tăng sản phẩm cho xã hội, tăng nguồn thu vào ngân sách Nhà nước, vì nguồn thu chủ yếu của ngân sách Nhà nước là từ các DN thông qua việc đóng thuế. Khi Doanh nghiệp làm ăn hiệu quả không những sẽ có lợi cho bản thân DN mà còn có lợi cho nền kinh tế quốc dân, đóng góp vào nguồn ngân sách Nhà nước nhiều hơn, để Nhà nước xây dựng thêm cơ sở hạ tầng, mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế, tạo chính sách thông thoáng hơn cho

DN. Kèm theo đó là văn hóa xã hội, trình độ dân trí ngày càng được nâng cao, thúc đẩy kinh tế phát triển, nâng cao mức sống cho người lao động.

Doanh nghiệp kinh doanh hiệu quả hơn sẽ tiến hành mở rộng quy mô kinh doanh và cần có thêm lực lượng lao động mới, chính điều này đã giải quyết được vấn đề khó khăn cho xã hội đó là vấn đề lao động việc làm cho người dân.

1.2. Phân loại hiệu quả SXKD

1.2.1. Căn cứ theo thời gian

Hiệu quả kinh doanh ngắn hạn: Là hiệu quả kinh doanh được xem xét, đánh giá trong khoảng thời gian ngắn hạn như tuần, quý, năm.

Hiệu quả kinh doanh dài hạn: Là hiệu quả kinh doanh được xem xét, đánh giá trong khoảng thời gian dài hạn gắn với các kế hoạch dài hạn, thậm chí gắn liền với thời gian tồn tại và phát triển của DN.

1.2.2. Căn cứ theo yêu cầu của tổ chức xã hội và tổ chức quản lý kinh tế

Hiệu quả kinh tế cá biệt: Là hiệu quả kinh tế thu hút được từ hoạt động của từng doanh nghiệp kinh doanh thông qua lợi nhuận thu được và chất lượng thực hiện những yêu cầu của xã hội.

Hiệu quả kinh tế quốc dân: Là hiệu quả kinh tế tính cho toàn bộ nền kinh tế quốc dân. Nó là sản phẩm thặng dư, thu nhập quốc dân tổng sản phẩm xã hội mà Nhà nước thu được trong từng thời kỳ so với lượng vốn sản xuất lao động xã hội và tài nguyên đã hao phí.

1.3. Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả SXKD

1.3.1. Đối với doanh nghiệp

Nâng cao hiệu quả kinh doanh là cơ sở để đảm bảo sự tồn tại của doanh nghiệp, mà hiệu quả kinh doanh lại là nhân tố trực tiếp đảm bảo sự tồn tại này. Do đó việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là một đòi hỏi tất yếu khách quan đối với tất cả các doanh nghiệp hoạt động trong cơ chế thị trường hiện nay.

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là nhân tố thúc đẩy sự cạnh tranh và tiến bộ trong kinh doanh. Chính việc thúc đẩy cạnh tranh yêu cầu các doanh nghiệp phải tự tìm tòi, đầu tư tạo nên sự tiến bộ trong kinh doanh. Thị trường ngày càng phát triển thì sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng gay gắt

và khốc liệt hơn. Đó là cạnh tranh trên mọi phương diện: hàng hóa, giá sản phẩm, chất lượng phục vụ, về vị trí, thị phần,... Vì thế, cạnh tranh là yếu tố làm các doanh nghiệp mạnh lên để tìm được chỗ đứng trên thị trường, nhưng ngược lại cũng có thể là các doanh nghiệp không thể phát triển tồn tại và dẫn đến phá sản.

Mục tiêu bao trùm, lâu dài của doanh nghiệp là tối đa hoá lợi nhuận. Để thực hiện mục tiêu này doanh nghiệp phải tiến hành mọi hoạt động sản xuất kinh doanh để tạo ra sản phẩm, cung cấp cho nguồn nhân lực sản xuất xã hội nhất định.

1.3.2. Đối với người lao động

Hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp có tác động tương hỗ với người lao động. Khi doanh nghiệp làm ăn hiệu quả, người lao động sẽ được trả lương cao hơn, việc làm của họ được ổn định, sẽ kích thích người lao động làm việc hăng say, phấn khởi hơn, có ý thức đóng góp cho doanh nghiệp nhiều hơn. Ngược lại, doanh nghiệp làm ăn kém hiệu quả người lao động sẽ phải nhận mức thu nhập thấp, sinh chán nản có thể khiến họ rời bỏ DN để tìm DN khác với mức thu nhập cao hơn, điều kiện làm việc tốt hơn.

1.3.3. Đối với nền kinh tế

Hiệu quả sản xuất kinh doanh được nâng cao thì quan hệ sản xuất càng củng cố lực lượng sản xuất phát triển. Việc doanh nghiệp đạt được hiệu quả sản xuất kinh doanh có vai trò hết sức quan trọng với chính bản thân doanh nghiệp cũng như với xã hội. Nó tạo tiền đề vững chắc cho sự phát triển của doanh nghiệp cũng như của toàn xã hội, trong đó mỗi doanh nghiệp là một cá thể nhưng nhiều cá thể vững vàng và phát triển sẽ tạo ra một nền kinh tế, một xã hội bền vững.

1.4. Phương pháp phân tích hiệu quả SXKD

1.4.1. Phương pháp so sánh

Phương pháp so sánh là phương pháp được sử dụng phổ biến trong phân tích để xác định xu hướng biến động của chỉ tiêu phân tích

Mục đích của phương pháp này là thông qua so sánh cho phép xác định được sự biến động chung của chỉ tiêu phân tích để từ đó kết hợp với phương pháp khác xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến chỉ tiêu phân tích

- *Các vấn đề cơ bản khi áp dụng phương pháp so sánh*

Xác định gốc so sánh: Tùy thuộc vào mục đích nghiên cứu mà lựa chọn gốc so sánh thích hợp

- Khi nghiên cứu mức tăng trưởng của các chỉ tiêu theo thời gian: gốc so sánh là giá trị số của chỉ tiêu kỳ trước.

- Khi nghiên cứu mức độ thực hiện nhiệm vụ kinh doanh trong từng khoảng thời gian một năm: gốc so sánh là giá trị số của chỉ tiêu ở cùng kỳ năm trước.

- Khi đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch: gốc so sánh là giá trị số của chỉ tiêu ở kỳ kế hoạch.

- Khi nghiên cứu vị trí của doanh nghiệp: gốc so sánh là giá trị số của chỉ tiêu trung bình ngành hoặc trung bình kế hoạch.

- *Điều kiện áp dụng*

- Phải tồn tại ít nhất 2 đại lượng trở lên.

- Bảo đảm tính thống nhất về nội dung kinh tế của chỉ tiêu.

- Bảo đảm tính thống nhất về phương pháp tính các chỉ tiêu, khi so sánh cần lựa chọn hoặc tính lại các chỉ theo một phương pháp thống nhất.

- Bảo đảm tính thống nhất về đơn vị tính.

- *Các kỹ thuật so sánh*

- + So sánh thực tế với kế hoạch: mục đích là để đánh giá mức độ thực hiện kế hoạch về một chỉ tiêu kinh tế tài chính nào đó. Khi so sánh ta tiến hành so sánh dựa trên số tuyệt đối, số tương đối, và số tương đối hoàn thành kế hoạch.

So sánh tuyệt đối: $\Delta Q = Q_1 - Q_0$

Trong đó: ΔQ : Mức chênh lệch tuyệt đối

Q_1 : Giá trị số chỉ tiêu kỳ phân tích

Q_0 : Giá trị số chỉ tiêu kỳ gốc

So sánh tương đối: $\Delta Q = (Q_1 - Q_0)/Q_0 \cdot 100$.

So sánh tương đối hoàn thành kế hoạch: $\Delta Q = Q_1/Q_0$

- + So sánh về mặt thời gian: tiến hành so sánh kỳ này với kỳ trước được biểu hiện bằng số %, số lần. Sự biến động của một chỉ tiêu kinh tế qua khoảng thời gian nào đó sẽ cho thấy tốc độ và nhịp điệu phát triển của các hiện tượng và kết quả kinh tế.

+ So sánh định gốc: Xác định một khoảng thời gian làm gốc sau đó so sánh trị số của chỉ tiêu ở kỳ gốc. Số này phản ánh sự phát triển của chỉ tiêu nghiên cứu trong khoảng thời gian dài.

+ So sánh liên hoàn : Kỳ gốc sẽ tuần tự thay đổi và được chọn kể ngay trước kỳ nghiên cứu. Số so sánh này phản ánh sự phát triển của chỉ tiêu kinh tế qua hai thời kỳ kế tiếp nhau, chỉ thấy tính quy luật rõ hơn.

+ So sánh về mặt không gian : Tiến hành so sánh số liệu của đơn vị này với số liệu của đơn vị khác, kết quả của đơn vị thành viên với kết quả trung bình của tổng thể để từ đó đánh giá được điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp.

+ So sánh bộ phận với tổng thể : biểu hiện mối quan hệ tỷ trọng giữa mức độ đạt được của bộ phận trong mức độ đạt được của tổng thể của một chỉ tiêu kinh tế nào đó.

- *Ưu nhược điểm của phương pháp so sánh*

Phương pháp so sánh mới chỉ cho biết sự biến động chung của chỉ tiêu mà chưa cho biết sự ảnh hưởng cụ thể của từng nhân tố vì vậy việc đề xuất các biện pháp là thiếu cụ thể.

Kết quả của phép so sánh có ý nghĩa hay không hoàn toàn phụ thuộc vào khả năng so sánh được của các chỉ tiêu.

1.4.2. Phương pháp thay thế liên hoàn

Là phương pháp xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố lên chỉ tiêu cần phân tích bằng cách thay thế lần lượt và liên tiếp các nhân tố từ giá trị gốc sang kỳ phân tích để xác định trị số của chỉ tiêu khi nhân tố đó thay đổi. Sau đó so sánh trị số của chỉ tiêu vừa tính được với trị số của chỉ tiêu khi chưa có biến đổi của nhân tố cần xác định sẽ tính được mức độ ảnh hưởng của nhân tố đó.

- *Mục đích và điều kiện áp dụng*

Mục đích: Cho phép xác định mức độ ảnh hưởng cụ thể của từng nhân tố đến đối tượng phân tích.

Điều kiện áp dụng: các nhân tố có mối quan hệ tích số, thương số hoặc cả tích số và thương số. Khi sử dụng phương pháp này cần chú ý đến trật tự sắp xếp các nhân tố trong phương trình kinh tế và cần sắp xếp theo thứ tự sau:

- Nhân tố số lượng đứng trước, chất lượng đứng sau.
- Nhân tố khối lượng thay thế trước, trọng lượng thay thế sau.
- Nếu có nhiều nhân tố số lượng thì nhân tố số lượng chủ yếu xếp trước, thứ yếu xếp sau và không đảo lộn trật tự này trong suốt quá trình phân tích.

- *Ưu, nhược điểm*

Ưu điểm: Xác định được mức độ ảnh hưởng của các nhân tố từ đó có thể đề xuất ra các biện pháp để phát huy điểm mạnh, khắc phục điểm yếu một cách cụ thể.

Nhược điểm: Điều kiện áp dụng nghiêm ngặt, số liệu giữa các lần thay thế phụ thuộc vào nhau. Vì vậy nếu không tính được hoặc tính sai lần thay thế nào đó thì sẽ làm ảnh hưởng đến lần thay thế sau.

1.4.3. Phương pháp số chênh lệch

Đây là phương pháp biến dạng của phương pháp thay thế liên hoàn. Nhưng cách tính đơn giản hơn và cho phép tính ngay được kết quả cuối cùng bằng cách xác định mức độ ảnh hưởng của nhân tố nào thì trực tiếp dùng số chênh lệch về giá trị kỳ phân tích so với kỳ kế hoạch của nhân tố đó.

- *Mục đích, điều kiện áp dụng*

Mục đích: Để xác định mức độ ảnh hưởng cụ thể của từng nhân tố đến đối tượng phân tích.

Điều kiện áp dụng: Các nhân tố ảnh hưởng có mối quan hệ tích số với chỉ tiêu phân tích.

- *Ưu nhược điểm của phương pháp số chênh lệch*

Ưu điểm: Xác định được mức độ ảnh hưởng của các nhân tố, vì vậy việc đề xuất các biện pháp là rất cụ thể. Số liệu giữa các lần thay thế không phụ thuộc vào nhau. Vì vậy nếu tính sai hoặc không đúng một lần thay thế nào thì không ảnh hưởng đến các lần thay thế khác.

Nhược điểm: Phạm vi áp dụng hẹp

1.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh

1.5.1. Các yếu tố bên ngoài

Nhân tố bên ngoài doanh nghiệp là các yếu tố khách quan mà doanh nghiệp không thể kiểm soát được. Môi trường bên ngoài doanh nghiệp tác động

liên tục tới hoạt động của doanh nghiệp theo những xu hướng khác nhau, vừa tạo ra cơ hội vừa hạn chế khả năng thực hiện mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp. (Nguyễn Thùy Trang, 2008)

1.5.1.1. Môi trường- chính trị – pháp luật

Đây là nhân tố có ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động kinh doanh của Doanh nghiệp, đó là bao gồm các chính sách, quy chế, thể chế, luật lệ,... đó là các công cụ kinh tế vĩ mô của Nhà nước tác động đến doanh nghiệp. Sự ổn định về mặt chính trị được coi là tiền đề quan trọng thúc đẩy doanh nghiệp phát triển, ngược lại sự không ổn định về mặt chính trị, khắt khe trong luật lệ kinh doanh sẽ kìm hãm sự phát triển của Doanh nghiệp. Bởi vì nó ảnh hưởng đến mặt hàng, sản phẩm mà doanh nghiệp sản xuất và phương thức kinh doanh của DN. Không những thế nó còn có tác động đến chi phí đầu vào của các Doanh nghiệp đặc biệt là các DN kinh doanh xuất nhập khẩu như: chi phí lưu thông vận chuyển, hàng rào thuế quan, hạn ngạch của một quốc gia, các chính sách thương mại quốc tế,... Như vậy, môi trường chính trị, pháp luật có một ảnh hưởng to lớn đến hoạt động kinh doanh của DN.

1.5.1.2. Đối thủ cạnh tranh

Đối thủ cạnh tranh bao gồm đối thủ cạnh tranh trực tiếp và đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp là những cá nhân, tổ chức có cùng hoạt động sản xuất kinh doanh những sản phẩm, dịch vụ giống doanh nghiệp và cạnh tranh trực tiếp về thị phần, khách hàng với doanh nghiệp. Đối thủ cạnh tranh tiềm tàng là đối thủ chưa thực hiện kinh doanh nhưng đã có đủ tiềm lực để sẵn sàng gia nhập ngành. Như vậy có thể nói đối thủ cạnh tranh là nhân tố quan trọng thúc đẩy doanh nghiệp phát triển vì trong nền kinh tế thị trường cạnh tranh hoàn hảo, có nhiều đối thủ, hoạt động kinh doanh sẽ gặp khó khăn hơn, đòi hỏi doanh nghiệp phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh bằng cách không ngừng cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ; tạo ra lợi thế tuyệt đối về giá thành, đẩy mạnh tốc độ tiêu thụ hàng hóa, mở rộng quy mô sản xuất...để từ đó có thể giúp doanh nghiệp đứng vững trên thị trường.

Khi nghiên cứu về cạnh tranh phải nắm bắt được ưu nhược điểm của đối

thủ, quy mô, thị phần kiểm soát, tiềm lực tài chính, kỹ thuật công nghệ, trình độ tổ chức quản lý, lợi thế cạnh tranh, uy tín, hình ảnh của doanh nghiệp. Qua đó xác định được vị thế của đối thủ và doanh nghiệp trên thị trường

1.5.1.3. Nhà cung ứng

Các nhà cung ứng thường cung cấp cho doanh nghiệp các nhân tố đầu vào phục vụ cho quá trình hoạt động của Doanh nghiệp như: Nguyên vật liệu, máy móc thiết bị, nhiên liệu, lao động, vốn,... Do vậy, hoạt động của các nhà cung ứng sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp như chất lượng sản phẩm dịch vụ, số lượng sản phẩm, giá cả sản phẩm... Vì vậy việc nghiên cứu các nhà cung ứng, tìm ra nhà cung ứng tốt nhất sẽ giúp cho doanh nghiệp giảm được áp lực nguồn đầu vào, đem lại cho doanh nghiệp cơ hội, đạt lợi thế về cạnh tranh hoặc về chất lượng sản phẩm trên thị trường tiêu dùng. Nhưng đôi khi nhà cung ứng cũng là một nguy cơ đối với doanh nghiệp khi họ đòi nâng giá hoặc giảm chất lượng sản phẩm cung cấp làm cho lợi nhuận của doanh nghiệp giảm. Vì vậy doanh nghiệp nên tự xây dựng cho mình hệ thống các nhà cung ứng đa dạng, tránh bị phụ thuộc bởi một nhà cung cấp, từ đó tránh được sức ép của nhà cung cấp và đồng thời xây dựng mối quan hệ tốt đôi bên cùng có lợi.

1.5.1.4. Khách hàng

Khách hàng và lợi nhuận chính là cái đích của doanh nghiệp. Doanh nghiệp muốn kinh doanh và phát triển phải có sự tồn tại của khách hàng. Đặc biệt trong thời kỳ kinh tế thị trường như hiện nay, khi mà có nhiều nhà cung cấp sản phẩm. Sản phẩm đa dạng phong phú thì nhu cầu sử dụng hàng hóa giữa các nhóm người cũng đều khác nhau, nắm bắt được tâm lý khách hàng đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng, chất lượng thực sự là một điều khó khăn. Vì thế mà doanh nghiệp cần phải nắm bắt thị trường khách hàng, phân loại hàng hóa cho phù hợp với từng nhóm khách hàng riêng biệt, đáp ứng phù hợp với các nhu cầu khác nhau của khách hàng. Đây là nội dung quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, nó quyết định đến số lượng, chất lượng, chủng loại sản phẩm, dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp ngoài thị trường.

Đồng thời doanh nghiệp cần phải phân tích nhu cầu tiêu dùng và thu nhập của khách hàng, người tiêu dùng. Bởi vì khi người tiêu dùng có thu nhập trung bình cao thì nhu cầu về mua sắm hàng hóa của khách hàng cũng cao hơn đồng nghĩa với việc mức tiêu thụ hàng hóa của doanh nghiệp cũng cao hơn và ngược lại. Sức tiêu thụ của khách hàng sẽ đem lại doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp. Vì thế doanh nghiệp cần phải am hiểu, nắm bắt tâm lý khách hàng, phục vụ khách hàng một cách tốt nhất.

1.5.2. Nhân tố bên trong

Mỗi biến động của nhân tố thuộc về nội tại doanh nghiệp đều có thể ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh, làm cho mức độ hiệu quả của quá trình sản xuất của doanh nghiệp thay đổi theo cùng xu hướng của nhân tố đó. Để thấy rõ được mức độ ảnh hưởng của các nhân tố bên trong doanh nghiệp ta đi phân tích các nhân tố sau.

1.5.2.1. Nhân tố vốn

Đây là nhân tố quan trọng quyết định duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp hay không. Do vậy việc huy động vốn, sử dụng và bảo toàn nguồn vốn có vai trò quan trọng đối với DN. Đây là nhân tố nằm trong tầm kiểm soát của DN vì vậy hoạch định chiến lược kinh doanh, DN cần phải xác định cho mình nguồn vốn cần thiết để có thể lựa chọn được phương pháp kinh doanh tối ưu. Huy động các nguồn vốn hợp lý trên cơ sở khai thác tối đa mọi nguồn lực sẵn có của mình. Từ đó tổ chức chu chuyển, tái tạo nguồn vốn ban đầu, phát triển nguồn vốn hiện có của DN. Trong nền kinh tế thị trường hiện nay doanh nghiệp cần phải tự đi tìm hướng đi cho riêng mình, cùng với đó thì việc bảo toàn và mở rộng quy mô vốn là hết sức quan trọng, vì đó là điều kiện cần thiết cho việc duy trì, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Bởi vì muốn đạt hiệu quả kinh tế và phát triển nguồn vốn hiện có thì trước hết các DN phải bảo toàn được nguồn vốn của mình.

Do đó việc huy động, sử dụng bảo toàn vốn một cách hợp lý và hiệu quả sẽ góp phần tăng khả năng và sức mạnh tài chính cho DN, thúc đẩy cho quá trình sản xuất kinh doanh phát triển và đảm bảo hiệu quả kinh tế cho DN.

1.5.2.2. Nhân tố quản trị

Đây là nhân tố quan trọng chính trong hoạt động sản xuất kinh doanh của DN. Trong môi trường kinh doanh đầy biến động như hiện nay trình độ quản lý sẽ quyết định đến sự sống còn của DN. Đội ngũ cán bộ quản trị sẽ phải là người đưa ra các quyết định trong chiến lược kinh doanh của mình: Sản xuất cái gì?, sản xuất cho ai?, sản xuất như thế nào? đồng thời phải xác định, phân tích cơ cấu tổ chức của DN mình đã hợp lý hay chưa? Đánh giá uy tín của công ty đối với khách hàng và đối với các đối tác khác, đánh giá việc tổ chức thông tin và giao tiếp của khách hàng với công ty như thế nào? Đánh giá bầu không khí, văn hóa nề nếp trong DN mình, đánh giá năng lực và mức độ quan tâm của người lãnh đạo cao nhất tới hoạt động chung của DN. Điều đó là thể hiện năng lực chuyên môn và trình độ quản lý của người lãnh đạo. Việc xác định chức năng và nhiệm vụ quyền hạn của từng bộ phận cá nhân và thiết lập mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức DN có ảnh hưởng rất lớn tới tình hình tổ chức sản xuất kinh doanh của DN.

1.5.2.3. Nhân tố lao động

Trong quá trình sản xuất kinh doanh thì yếu tố con người là yếu tố quan trọng hàng đầu để đảm bảo thành công của DN. Ngày nay khi khoa học, kỹ thuật phát triển máy móc thiết bị ngày càng trở nên tiên tiến hiện đại nhưng vẫn không thể thay thế lao động con người. Lực lượng lao động có thể sáng tạo ra công nghệ kỹ thuật mới và đưa chúng vào sử dụng, tạo ra tiềm năng lớn cho việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Trình độ tay nghề của người lao động sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng sản phẩm sản xuất ra, người lao động có tay nghề, trình độ cao, có ý thức trách nhiệm trong công việc sẽ nâng cao năng suất lao động cho DN. Đồng thời tiết kiệm và giảm được định mức tiêu hao nguyên vật liệu, góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh.

Lực lượng lao động sẽ có tác động trực tiếp đến năng suất lao động, hiệu quả kinh doanh của DN vì thế cần tổ chức, phân công lao động hợp lý giữa các bộ phận, cá nhân trong DN, sử dụng đúng người, đúng việc sao cho tận dụng tối đa được năng lực, sở trường và phát huy được tính sáng tạo của người lao động

nhằm tạo ra sự thống nhất, hợp lý trong tiến trình thực hiện nhiệm vụ chung của DN. Do vậy ban lãnh đạo Công ty nên có chính sách đào tạo, tạo điều kiện nâng cao năng lực cho người lao động. Đồng thời cũng cần phải tìm hiểu, quan tâm đến tâm tư nguyện vọng của người lao động, có chính sách khuyến khích động viên kịp thời để họ đóng góp cho DN nhiều hơn, xử phạt nghiêm minh hợp lý để họ nâng cao ý thức trách nhiệm của mình trong công việc, tạo được sự đồng thuận thống nhất từ ban lãnh đạo đến toàn thể nhân viên trong Công ty, từ đó có thể thực hiện mục tiêu chung đặt ra của DN.

1.5.2.4. Nhân tố trình độ kỹ thuật công nghệ

Đây là nhân tố quan trọng quyết định đến khả năng sản xuất cũng như là chỉ tiêu hàng đầu đánh giá quy mô Doanh nghiệp. Tiến bộ khoa học kỹ thuật là quá trình hoàn thiện sản phẩm, đổi mới không ngừng và nhanh chóng công cụ lao động, năng lượng, nguyên vật liệu, công nghệ và tổ chức sản xuất trên cơ sở kết quả nghiên cứu khoa học và nghiên cứu ứng dụng nhằm đạt hiệu quả sản xuất kinh doanh cao nhất (Lê Văn Tâm, 2005).

Ngày nay khi khoa học công nghệ ngày càng phát triển đòi hỏi các Doanh nghiệp phải nhanh chóng nắm bắt và ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật hiện đại vào sản xuất kinh doanh, vì các sản phẩm có ứng dụng khoa học công nghệ cao và hiện đại sẽ thắng thế trong cạnh tranh. Công nghệ và đổi mới công nghệ là động lực là nhân tố của phát triển trong các doanh nghiệp. Đổi mới công nghệ là yếu tố, biện pháp cơ bản giữ vai trò quyết định để doanh nghiệp giành thắng lợi trong cạnh tranh. Công nghệ lạc hậu sẽ tiêu hao nguyên vật liệu lớn, chi phí nhân công và lao động nhiều, do vậy và giá thành tăng, đem lại lợi nhuận thấp.

Các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh phải tạo được trên thị trường bằng những sản phẩm có năng lực làm thỏa mãn người tiêu dùng về số lượng, chất lượng, kiểu dáng, tính thẩm mỹ của sản phẩm và quan trọng hơn là phải có khả năng thỏa mãn người tiêu dùng cao hơn nhưng sản xuất với chi phí thấp hơn các sản phẩm cùng loại của các đối thủ cạnh tranh.

1.6. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh**1.6.1. Chỉ tiêu tổng quát**

$$\text{Hiệu quả SXKD} = \frac{\text{Giá trị kết quả đầu ra}}{\text{Giá trị kết quả đầu vào}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh để tạo ra một đơn vị đầu ra cần phải hao phí hết bao nhiêu đơn vị đầu vào.

1.6.2. Chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng chi phí

Chi phí là những hao phí lao động xã hội được biểu hiện bằng tiền trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh. Chi phí của DN là tất cả những chi phí phát sinh gắn liền với DN trong quá trình hình thành, tồn tại và hoạt động từ khâu mua nguyên liệu tạo ra sản phẩm cho đến khi tiêu thụ nó. Chi phí phục vụ cho quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của DN bao gồm: chi phí mua nguyên vật liệu, chi phí trả cho người lao động, nhân viên trong DN, chi phí bán hàng, chi phí quản lý DN, chi phí hoạt động mua ngoài, chi phí hoạt động tài chính,... Như vậy để tạo ra sản phẩm dịch vụ phải là sự tập hợp của tất cả các khoản chi tương ứng. Chi phí thế nào sẽ quyết định giá thành sản phẩm dịch vụ cao hay thấp, vì thế hạ giá thành, giảm chi phí là nhiệm vụ quan trọng trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó gia tăng lợi nhuận, nâng cao hiệu quả kinh doanh cho DN.

Đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí thông qua các chỉ tiêu sau:

a. Hiệu quả sử dụng chi phí

$$\text{Hiệu quả sử dụng chi phí} = \frac{\text{Tổng doanh thu}}{\text{Tổng chi phí}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ một đồng chi phí bỏ ra kinh doanh trong kỳ thì tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ hiệu quả sử dụng chi phí của DN càng cao và ngược lại.

b. Tỷ suất lợi nhuận chi phí

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

Chỉ tiêu này cho biết cứ một đồng chi phí DN bỏ ra kinh doanh thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ DN kinh doanh hiệu quả và ngược lại.

1.6.3. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh**a. Hiệu suất sử dụng vốn kinh doanh**

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn kinh doanh} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng vốn kinh doanh}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh, cứ một đồng vốn DN bỏ ra kinh doanh thì tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ hiệu quả kinh tế càng cao và ngược lại.

b. Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh} = \frac{\text{LNST}}{\text{Tổng vốn kinh doanh}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh, cứ một đồng vốn bỏ ra kinh doanh trong kỳ thì sẽ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh càng cao và ngược lại.

1.6.4. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định**a. Sức sinh lời tài sản cố định**

$$\text{Sức sinh lời TSCĐ} = \frac{\text{DTT}}{\text{Nguyên giá TSCĐ}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng TSCĐ thì đem lại bao nhiêu đồng doanh thu. Sức sản xuất TSCĐ càng lớn thì hiệu quả sử dụng TSCĐ càng tăng và ngược lại.

b. Hiệu suất sử dụng vốn CĐ

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn CĐ} = \frac{\text{DTT}}{\text{Tổng vốn CĐ bq}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ trung bình một đồng vốn CĐ được đưa vào đầu tư trong kỳ thì tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng TSCĐ vào hoạt động sản xuất kinh doanh càng cao và ngược lại.

c. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn CĐ.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên vốn CĐ} = \frac{\text{LNST}}{\text{Vốn cố định bq}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ trung bình một đồng vốn CĐ đầu tư vào hoạt động kinh doanh thì tạo ra bao nhiêu đồng LNST, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn CĐ càng tốt và ngược lại.

d. Tỷ suất hao phí TSCĐ

$$\text{Tỷ suất hao phí TSCĐ} = \frac{\text{Nguyên giá bq TSCĐ}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

Chỉ tiêu này cho biết để tạo ra được một đồng doanh thu thì phải cần bao nhiêu đồng nguyên giá bình quân TSCĐ.

1.6.5. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động

a. Sức sinh lời của vốn lưu động

$$\text{Sức sinh lời của vốn lưu động} = \frac{\text{LNST}}{\text{Vốn lưu động bq}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn lưu động bình quân bỏ ra sẽ thu lại bao nhiêu đồng lợi nhuận. Sức sinh lời của vốn lưu động càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng cao và ngược lại.

b. Số vòng quay vốn lưu động

$$\text{Số vòng quay VLD} = \frac{\text{DTT}}{\text{Vốn lưu động bq}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh trong kỳ kinh doanh vốn lưu động quay được mấy vòng, số vòng quay càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng VLD càng tăng và ngược lại.

c. Số ngày một vòng quay VLD

$$\text{Số ngày một vòng quay VLD} = \frac{360(\text{ngày})}{\text{Vòng quay VLD}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh trung bình một vòng quay cần hết bao nhiêu ngày. Số vòng quay càng nhỏ thì tốc độ luân chuyển VLD càng lớn và rút ngắn được chu kỳ kinh doanh.

d. Hệ số đảm nhiệm VLD

$$\text{Hệ số đảm nhiệm VLD} = \frac{\text{VLD bình quân}}{\text{Tổng doanh thu tiêu thụ}}$$

Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động phản ánh để được một đồng doanh thu tiêu thụ thì cần phải bỏ ra bao nhiêu đồng vốn lưu động. Hệ số này càng cao thì chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng cao, số vốn lưu động tiết kiệm được càng lớn.

1.6.6. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

a. Doanh thu bình quân một lao động

$$\text{Doanh thu bình quân một lao động} = \frac{\text{DTT}}{\text{Tổng số lao động}}$$

Chỉ tiêu này cho biết mỗi một lao động tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh trong kỳ thì tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu.

b. Mức sinh lời của một lao động

$$\text{Mức sinh lời của một lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Số lao động bq}}$$

Chỉ tiêu này cho biết mỗi một lao động tham gia vào quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh trong kỳ thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

c. Năng suất sử dụng lao động

$$\text{Năng suất sử dụng lao động} = \frac{\text{Tổng sản lượng tạo ra trong kỳ}}{\text{Số lao động bq}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh trung bình một lao động trong kỳ thì tạo ra bao nhiêu đồng giá trị sản lượng sản xuất ra.

1.6.7. Các chỉ tiêu sinh lời

Các chỉ số sinh lời luôn được các nhà quản trị tài chính quan tâm. Chúng là cơ sở quan trọng để đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong một kỳ nhất định, là đáp số sau cùng của hiệu quả kinh doanh, và còn là một luận cứ quan trọng để các nhà hoạch định đưa ra các quyết định tài chính trong tương lai. (*Đọc, lập, phân tích BCTC Doanh nghiệp – NXB Thống kê*)

a. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu} = \frac{\text{LNST} \cdot 100}{\text{DTT}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng doanh thu mà doanh nghiệp thực hiện trong kỳ thì tạo ra được mấy đồng lợi nhuận.

b. Tỷ suất sinh lời của tài sản

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế} \times 100}{\text{Tổng TS bq}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng giá trị tài sản tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế.

c. Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế} \times 100}{\text{Vốn kinh doanh bq}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn doanh nghiệp bỏ ra kinh doanh thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế.

1.6.8. Một số chỉ tiêu đánh giá tình hình tài chính của doanh nghiệp**1.6.8.1. Chỉ tiêu phản ánh cơ cấu nguồn vốn và tài sản****a. Hệ số nguồn vốn chủ sở hữu (hệ số tự tài trợ)**

$$\text{Hệ số vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$$

Hệ số này cho biết trong một đồng vốn kinh doanh thì có bao nhiêu đồng hình thành từ nguồn vốn chủ. Nó đo lường sự góp vốn của chủ sở hữu trong tổng nguồn vốn. Hệ số này lớn chứng tỏ doanh nghiệp có nhiều vốn tự có, tính độc lập cao với các khoản nợ, không bị ràng buộc bởi các khoản nợ vay.

b. Hệ số nợ

$$\text{Hệ số nợ} = \frac{\text{Nợ phải trả}}{\text{Tổng nguồn vốn}} = 1 - \text{Hệ số vốn chủ sở hữu}$$

Hệ số này cho biết cứ một đồng vốn doanh nghiệp bỏ ra kinh doanh thì có bao nhiêu đồng được hình thành từ vay nợ bên ngoài. Hệ số này càng cao chứng tỏ doanh nghiệp đang phải chịu sức ép từ các khoản nợ vay bên ngoài, giảm khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Tuy nhiên cũng thể coi đây cũng là một chính sách, chiến lược của doanh nghiệp để gia tăng lợi nhuận vì đang được hưởng vốn chiếm dụng từ bên ngoài, tuy nhiên cần phải kiểm soát hệ số này một cách chặt chẽ.

c. Tỷ suất đầu tư vào tài sản dài hạn

$$\text{Tỷ suất đầu tư vào tài sản dài hạn} = \frac{\text{TSCĐ và đầu tư dài hạn} * 100}{\text{Tổng TS}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ một đồng doanh nghiệp đầu tư vào tài sản thì có bao nhiêu đồng đầu tư vào TSCĐ và đầu tư dài hạn. Tỷ suất này càng cao chứng tỏ doanh nghiệp rất chú trọng đầu tư vào TSCĐ và đầu tư dài hạn trong hoạt động kinh doanh của mình.

d. Tỷ suất đầu tư vào tài sản ngắn hạn.

$$\text{Tỷ suất đầu tư vào tài sản ngắn hạn} = \frac{\text{TSLĐ và đầu tư ngắn hạn} * 100}{\text{Tổng TS}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ một đồng tài sản thì có bao nhiêu đồng doanh nghiệp đầu tư vào tài sản TSLĐ và đầu tư ngắn hạn. Tỷ suất này càng cao chứng tỏ doanh nghiệp chú trọng vào việc đầu tư vào tài sản ngắn hạn và ngược lại.

1.6.8.2. Các chỉ số về hoạt động.**a. Số vòng quay hàng tồn kho.**

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

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

Số vòng quay hàng tồn kho càng cao chu kỳ kinh doanh được rút ngắn, thời gian tồn kho càng ít, lượng vốn bỏ ra vào hàng tồn kho được thu hồi nhanh, chứng tỏ tổ chức hoạt động kinh doanh của Công ty có hiệu quả.

b. Số ngày một vòng quay hàng tồn kho

Phản ánh số ngày trung bình cho một vòng quay hàng tồn kho.

$$\text{Số ngày của một vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{Số ngày trong kỳ}}{\text{Vòng quay hàng tồn kho}}$$

c. Vòng quay các khoản phải thu.

Vòng quay các khoản phải thu phản ánh tốc độ chuyển đổi các khoản phải thu sang tiền mặt.

$$\text{Vòng quay các khoản phải thu} = \frac{\text{DTT}}{\text{Các khoản phải thu bq}}$$

Vòng quay này càng lớn chứng tỏ tốc độ thu hồi các khoản phải thu của doanh nghiệp nhanh vì doanh nghiệp không phải đầu tư nhiều vào các khoản phải thu.

d. Kỳ thu tiền bình quân.

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

Kỳ thu tiền bình quân phản ánh số ngày cần thiết để thu được các khoản phải thu. Kỳ thu tiền bình quân thấp chứng tỏ doanh nghiệp không bị ứ đọng vốn trong khâu thanh toán, không gặp phải các khoản nợ khó đòi và ngược lại. Vòng quay các khoản phải thu càng lớn thì kỳ thu tiền bình quân càng nhỏ và ngược lại.

1.6.8.3. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán.

Đây là chỉ tiêu được rất nhiều bên quan tâm như các nhà đầu tư, người cho vay, bên cung cấp hàng hóa, nguyên vật liệu đầu vào. Vì chỉ số này cho biết khả năng thanh toán các khoản nợ của doanh nghiệp đến đâu.

a. Hệ số khả năng thanh toán tổng quát (K_{TQ})

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

Hệ số này nói lên mối quan hệ giữa tổng tài sản mà hiện nay doanh nghiệp đang sử dụng với tổng nợ phải trả, nó phản ánh khả năng thanh toán chung của các loại tài sản ở doanh nghiệp. Hệ số này cho biết cứ một đồng đi vay thì có bao nhiêu đồng tài sản đảm bảo trả nợ.

$K_{TQ} > 1$: Cho thấy khả năng thanh toán của doanh nghiệp là tốt.

$K_{TQ} = 1$: Cho thấy khả năng thanh toán của doanh nghiệp chưa tốt, doanh nghiệp đang gặp khó khăn đối với các khoản nợ.

$K_{TQ} < 1$: Cho thấy doanh nghiệp đang rất khó khăn trong việc trả nợ, tổng tài sản hiện có của doanh nghiệp không đủ để trang trải các khoản nợ. Báo hiệu sự phá sản của doanh nghiệp.

b. Hệ số thanh toán hiện hành (K_{HH})

$$\text{Hệ số thanh toán hiện hành} = \frac{\text{Tài sản ngắn hạn}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$$

Hệ số này cho biết khả năng sử dụng tài sản ngắn hạn để thanh toán cho các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp. Đây là chỉ tiêu được các chủ nợ ngắn hạn quan tâm nhất vì nó cho biết các khoản nợ của họ có được trang trải bằng tài sản ngắn hạn của doanh nghiệp hay không. Hệ số này cho biết cứ một đồng nợ ngắn hạn thì có bao nhiêu đồng tài sản ngắn hạn được đảm bảo trả nợ.

c. Khả năng thanh toán nhanh. (K_N)

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

Hệ số khả năng thanh toán nhanh là thước đo về khả năng trả nợ ngay không dựa vào việc phải bán các loại vật tư hàng hóa. Hệ số này cho biết khả năng hoàn trả các khoản nợ ngắn hạn không phụ thuộc vào việc bán hàng tồn kho bởi trên thực tế hàng tồn kho kém thanh khoản hơn vì phải mất nhiều thời gian và chi phí tiêu thụ mới có thể chuyển thành tiền, nhất là hàng tồn kho ứ đọng kém phẩm chất.

$K_N > 1$: Khả năng thanh toán của doanh nghiệp là tốt.

$K_N = 1$: Khả năng thanh toán của doanh nghiệp là bình thường.

$K_N < 1$: Khả năng thanh toán của doanh nghiệp là khó khăn.

CHƯƠNG II

ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VỀ TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ GIAO NHẬN VẬN TẢI QUANG HƯNG CHI NHÁNH HẢI PHÒNG

2.1. Quá trình hình thành và phát triển của chi nhánh Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng tại Hải Phòng

2.1.1. Giới thiệu chung

Trong xu thế hội nhập và phát triển ngày càng mạnh mẽ của nền kinh tế Thế giới, các doanh nghiệp Việt Nam đã và đang có những bước đột phá lớn, góp phần quan trọng thúc đẩy nền kinh tế đất nước. Đặc biệt từ khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của tổ chức thương mại WTO thì quan hệ thông thương hàng hóa ngày càng mở rộng, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kinh doanh lĩnh vực vận tải phát triển mà trong đó có Công ty TNHH dịch vụ vận tải Quang Hưng.

Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng đã phát huy tinh thần chủ động, sáng tạo đạt được những tiến bộ vượt bậc, giữ vai trò chủ đạo, ổn định thị trường, mở rộng mạng lưới kinh doanh trên cả nước Bắc, Trung, Nam. Do thời gian có hạn nên đề tài chỉ tập trung nghiên cứu tại chi nhánh công ty Quang Hưng trên địa bàn thành phố Hải Phòng.

Dưới đây là một số thông tin tóm tắt về chi nhánh Công ty như sau:

Tên giao dịch: Chi nhánh Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng tại Hải Phòng

Tên giao dịch tiếng Anh: Sunny Transportation

Tên viết tắt: Sunnytrans

Địa chỉ: Phòng 7+8, tầng 3 tòa nhà Thành Đạt, Số 3 Lê Thánh Tông, Ngô Quyền, Hải Phòng.

Điện thoại: (031) 810430

Fax : (031) 810521

Email: sunnytrans.hpg@hn.vnn.vn

Mã số thuế: 0301245691 – 002

Ngành nghề kinh doanh: vận chuyển và giao nhận hàng hóa vận tải.

2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển của chi nhánh công ty Quang Hưng tại Hải Phòng

Chi nhánh Công ty TNHH dịch vụ giao nhận vận tải Quang Hưng tại Hải Phòng thuộc Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng. Được thành lập vào ngày 11 tháng 06 năm 2002 và đăng ký lại vào ngày 21 tháng 11 năm 2008, vào sổ đăng ký kinh doanh số 0202010117 do Sở kế hoạch và đầu tư TP Hải Phòng cấp.

Công ty kinh doanh dịch vụ thương mại vận tải vận chuyển hàng hóa, giao nhận hàng hóa trong nước và quốc tế phục vụ cho các Công ty xuất nhập khẩu, các Công ty có nhu cầu vận chuyển hàng hóa trên địa bàn Hải Phòng và các khu vực lân cận.

Chi nhánh công ty đã đi vào hoạt động được 8 năm, gặp không ít những khó khăn, sự cạnh tranh gay gắt của nền kinh tế thị trường và sự khủng hoảng của nền kinh tế thế giới nói chung, kinh tế Việt Nam nói riêng. Nhưng công ty vẫn đứng vững, từng bước khẳng định vị trí của mình, tạo được uy tín không nhỏ trên thương trường.

Có được thành công đó là do Công ty đã tự xây dựng cho mình một tầm nhìn chiến lược và sứ mạng mục tiêu hoàn thành như sau:

❖ Tầm nhìn

Công ty SUNNYTRANS sẽ trở thành một trong những công ty hàng đầu trong lĩnh vực hàng hải, giao nhận quốc tế và phân phối bằng cách cung cấp cho khách hàng những dịch vụ có chất lượng cao, giá cả hợp lí, thời gian nhanh và đảm bảo an toàn.

❖ Sứ mạng

Để đạt được mục tiêu nói trên, Công ty không ngừng cải tiến và vươn tới quản lí chất lượng toàn diện theo mô hình ISO 9000, đáp ứng và thỏa mãn các yêu cầu ngày càng cao hơn của khách hàng. Vì quyền lợi của công ty không thể tách rời khỏi quyền lợi của khách hàng, Công ty xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài, bền vững hướng tới mục tiêu chung là hai bên cùng có lợi, cùng phát triển và góp phần vào sự tăng trưởng của xã hội.

Công ty bảo đảm huy động các nguồn lực thích hợp để thực hiện những chỉ tiêu cụ thể cho mỗi thời kỳ hoạt động. Tất cả nhân viên của Công ty đều được đào tạo kỹ thuật nghiệp vụ, để có đủ năng lực cần thiết thực hiện công việc được giao và phát triển toàn diện nhân cách và tri thức.

2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ của Doanh nghiệp

Chi nhánh công ty TNHH dịch vụ vận tải Quang Hưng tại Hải phòng là một tổ chức kinh doanh hạch toán phụ thuộc và hoạt động theo sự ủy quyền của Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng, tổ chức hoạt động kinh doanh theo chức năng nhiệm vụ của mình và được pháp luật bảo vệ. Công ty có chức năng và nhiệm vụ sau:

2.1.3.1. Chức năng

Cung ứng cước dịch vụ vận tải và giao nhận vận tải hàng hóa bằng đường biển và đường hàng không trong cả nước và quốc tế.

Cung ứng đại lí hàng hải, môi giới thuê tàu...

Sản phẩm của công ty là chất lượng dịch vụ vì vậy công ty chủ yếu tập trung vào việc nâng cao chất lượng phục vụ, bảo đảm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao hơn của khách hàng.

2.1.3.2. Nhiệm vụ

Luôn đảm bảo về giá và công ty luôn không ngừng cải tiến và vươn tới quản lí chất lượng toàn diện theo mô hình ISO 9000, đáp ứng và thỏa mãn các yêu cầu ngày càng cao hơn của khách hàng .

Công ty xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài, bền vững hướng tới mục tiêu chung là hai bên cùng có lợi, cùng phát triển và góp phần vào sự tăng trưởng của xã hội.

Không ngừng bồi dưỡng và nâng cao nghiệp vụ cho cán bộ công nhân viên trong Công ty.

Bảo đảm an toàn về hàng hóa trong quá trình vận chuyển.

Xây dựng, tổ chức và thực hiện các mục tiêu kế hoạch do Nhà nước đề ra, tổ chức hoạt động kinh doanh theo đúng ngành nghề đã đăng ký, đúng mục đích thành lập doanh nghiệp.

Tuân thủ chính sách, chế độ pháp luật của Nhà nước về quản lý quá trình tổ chức kinh doanh, tuân thủ những quy định trong các hợp đồng kinh doanh với các bạn hàng trong và ngoài nước.

Bảo đảm an toàn trong quá trình vận chuyển về hàng hóa, tính mạng con người.

Tuy Công ty TNHH DV giao nhận vận tải Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng là một trong những chi nhánh trong hệ thống các chi nhánh của tổng công ty TNHH Quang Hưng nhưng vẫn hoạt động một cách tự chủ trong suốt quá trình kinh doanh của mình, công ty có quyền hạn sau:

- Được chủ động đàm phán, ký kết và thực hiện những hợp đồng của công ty. Giám đốc là người đại diện cho công ty về quyền lợi, nghĩa vụ kinh doanh của chi nhánh theo quy định của pháp luật hiện hành.

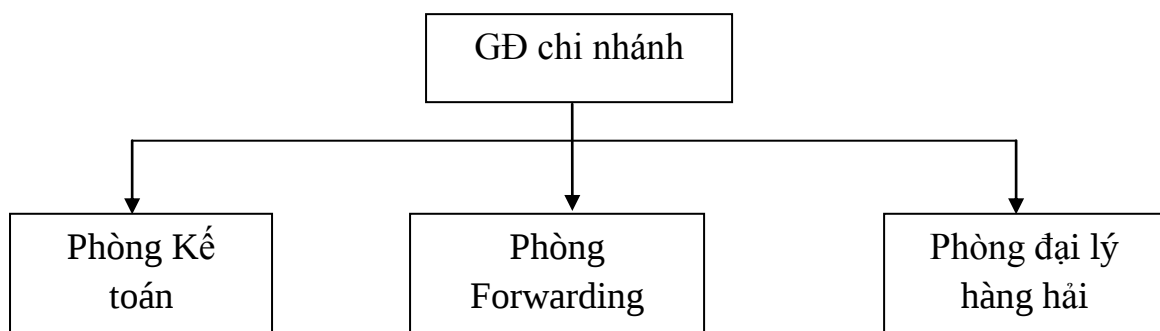
- Hoạt động theo chế độ hạch toán kinh tế phụ thuộc vào công ty TNHH DV vận tải Quang Hưng, có con dấu, tài khoản riêng tại ngân hàng: VIETCOM Bank và EXIM Bank.

2.1.4. Bộ máy quản lý và cơ chế điều hành của công ty Quang Hưng chi nhánh tại Hải Phòng

2.1.4.1. Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH DV GNVТ Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng

Cơ cấu tổ chức của công ty được thể hiện ở sơ đồ sau:

Sơ đồ 2.1: Bộ máy quản lý của chi nhánh công ty tại Hải Phòng



(Nguồn: Phòng Tổ chức của công ty)

2.1.4.2. Chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận

1. Giám đốc – Ông Trần Quốc Hương: Là người đứng đầu chi nhánh, nắm quyền điều hành, chỉ đạo mọi hoạt động kinh doanh của chi nhánh, kiểm soát

các hoạt động của phòng Forwarding, chịu trách nhiệm báo cáo trực tiếp mọi hoạt động của chi nhánh với GD Tổng Công ty.

2. Phòng Forwarding:

- Điều hành các hoạt động xuất nhập hàng Sea và Air.
- Điều hành các hoạt động xuất nhập container của đại lý CCNI Line, Logistics và đại lý Wallenius Wilhelmsen Line.

3. Phòng kế toán:

- Lập kế hoạch tài chính và kiểm soát ngân quỹ .
- Lập hóa đơn thanh toán và thực hiện thu chi .
- Báo cáo tài chính với cơ quan thuế nhà nước.
- Giám sát và điều hòa tài chính cho các công ty trong hệ thống .
- Báo cáo trực tiếp với GD.

4. Phòng đại lý tàu chuyển :

Điều hành các hoạt động xuất nhập hàng bằng tàu chuyển.

2.1.5. Những thuận lợi và khó khăn hiện nay của chi nhánh Công ty Quang Hưng tại Hải Phòng

2.1.5.1. Thuận lợi

– Nhu cầu về dịch vụ vận tải thông thương giao nhận hàng hóa ngày càng tăng lên, đặc biệt khi Việt Nam đã là thành viên chính thức của tổ chức thương mại Thế giới WTO, đã tạo điều kiện thuận lợi cho ngành dịch vụ vận tải phát triển mà trong đó có Công ty TNHH DV và GNVN Quang Hưng.

– Bộ máy gọn nhẹ, thuận lợi cho việc quản lý và điều hành chi nhánh.

– Công ty có mối quan hệ tốt với chủ hàng, tạo được uy tín của mình trên thị trường, bên cạnh đó cũng đã tạo lập mối quan hệ tốt với các cảng Hải Phòng, cảng Đình Vũ, điều đó đã tạo thuận lợi trong công việc xếp dỡ, giảm giá thành sản phẩm.

– Để nâng cao chất lượng dịch vụ công ty không ngừng đổi mới công nghệ cải thiện môi trường làm việc.

– Đội ngũ cán bộ nhân viên trong công ty TNHH Quang Hưng chi nhánh

Hải Phòng đều là những người trẻ tuổi năng động, có trình độ năng lực, có khả năng thích ứng nhanh chóng với điều kiện làm việc và áp lực của công việc, có tinh thần đoàn kết nhất trí cao từ lãnh đạo công ty đến các phòng ban, nhân viên trong công ty. Mọi nhân viên trong công ty luôn nhận thức không ngừng học hỏi, tìm tòi, sáng tạo để đưa công ty ngày càng phát triển vững mạnh hơn.

2.1.5.2. Khó khăn

- Công ty được thành lập trong thời kỳ Chính phủ Việt Nam thực hiện chính sách đổi mới. Ra đời trong bối cảnh ấy, đồng thời với nhiều đối thủ lớn đi trước nên Công ty phải đối mặt với không ít những khó khăn như: Sự cạnh tranh về thị trường, khách hàng, nhà cung ứng,...

- Công tác marketing quảng cáo hình ảnh và sản phẩm của công ty chưa được chú ý nhiều.

- Chưa có sự đầu tư vào tài sản cố định.

- Chưa có sự chủ động trong kinh doanh, hầu hết các hợp đồng của công ty đều do tổng công ty tìm kiếm, và do khách hàng chỉ định cho chi nhánh thực hiện.

2.2. Tình hình sản xuất kinh doanh tại chi nhánh

2.2.1. Phân tích môi trường tác động đến chi nhánh

2.2.1.1. Môi trường ngoài CN công ty

a. Nhà cung ứng.

Công ty kiểm soát quá trình mua hàng/dịch vụ để đảm bảo sản phẩm mua vào phù hợp với các yêu cầu của quá trình. Các chi tiết sản phẩm/DV mua vào cũng phải được xác định rõ với nhà cung ứng trước khi đặt hàng.

Công ty tổ chức đánh giá và lựa chọn nhà cung ứng dựa trên khả năng cung cấp DV phù hợp với các yêu cầu. Các chuẩn mực đánh giá nhà cung ứng cũng phải được xác lập trước khi đánh giá. Kết quả đánh giá cũng phải được định kì theo dõi để bảo đảm tính phù hợp vẫn còn duy trì. Trước khi giao dịch với nhà cung ứng mới, bộ phận liên quan cũng phải xem xét theo các chuẩn mực đã định.

Khi khách hàng có ý định kiểm tra xác nhận tại cơ sở nhà cung ứng, chi nhánh công ty thu xếp cho khách hàng xác nhận chất lượng tại nhà cung ứng.

b. Đối thủ cạnh tranh.

Trong nền kinh tế thị trường đối thủ cạnh tranh là tính tất yếu đối với mỗi doanh nghiệp, công ty Quang Hưng cũng vậy, công ty cũng đã nhận định đối thủ cạnh tranh trực tiếp của công ty là các công ty đang kinh doanh dịch vụ vận tải trong cả nước, đối thủ cạnh tranh tiềm tàng là các công ty có vị thế thấp hơn doanh nghiệp và các DN chuẩn bị sẵn sàng gia nhập ngành. Trên địa bàn Hải Phòng, chi nhánh công ty TNHH DV giao nhận vận tải Quang Hưng xác định cho mình đối thủ cạnh tranh trực tiếp là các công ty dịch vụ giao nhận vận tải đối thủ như: Công ty CP dịch vụ vận tải PETROLIMEX, công CP vận tải biển VINASHIP, công ty CP DV vận tải và thương mại Hải Phòng, công ty CP vận tải xăng dầu VIPCO, công ty CP DV vận tải và thương mại TRANSCO...

c. Khách hàng

Hơn 8 năm hoạt động CN công ty Quang Hưng tại Hải Phòng đã xây dựng cho mình hệ thống khách hàng.

Một số khách hàng tiêu biểu của công ty:

- Ansac, USA
- Connexxion Maritime Logistic Pte.Ltd.,Singapore
- Dorval Kaiun KK.Tokyo
- Dockwise N.V .,belgium
- Hyundai merchant Marine Co.,Ltd.,Soeul,Korea
- LD Seals, antwerpenLam Sheng Hang Co.Pte.Ltd.,Singapore
- Orient Shipping , Rotterdam
- Parcific carie Liné, melboune
- Phu my Port, Viet Nam
- Hợp tác xã may Đại Đồng
- Công ty CP tập đoàn HIPT
- Công ty TNHH Dịch vụ vận tải MAERSK
- Công ty CP hệ thống thông tin FPT....

2.2.1.2. Môi trường nội bộ trong CN**a. Nhân tố lao động**

Lao động là một nguồn lực vô cùng quan trọng trong bất kỳ hoạt động sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Đây cũng chính là nhân tố ảnh hưởng lớn đến hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp nhưng quản lý lao động một cách hợp lý khoa học là một vấn đề hết sức phức tạp. Vì vậy các doanh nghiệp đều luôn quan tâm tới nguồn nhân lực, cố gắng sử dụng nguồn nhân lực một cách tốt nhất để góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp.

Công ty TNHH DV vận tải Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng là công ty kinh doanh trong lĩnh vực DV vận tải giao nhận hàng hóa vì thế luôn coi trọng nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng hàng đầu trong việc tạo ra thắng lợi kinh doanh của mình. Vì vậy công ty luôn đòi hỏi nguồn lao động có trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tinh thần trách nhiệm cao, nhiệt tình, tâm huyết với công việc để có thể đáp ứng nhu cầu công việc một cách tốt nhất.

Ta hãy đi tìm hiểu cơ cấu lao động trong CN Công ty Quang Hưng tại Hải Phòng thông qua bảng sau:

Bảng 2.1: Cơ cấu lao động CN Công ty Quang Hưng, Hải Phòng

Chỉ tiêu	Năm 2008		Năm 2009	
	Số người	Tỷ lệ %	Số người	%
Tổng số lao động	10	100	12	100
1.Theo giới tính.				
- Nam	4	40	6	50
- Nữ	6	60	6	50
2.Theo trình độ học vấn :				
- Cao học	1	10	1	8,3
- Đại học, Cao đẳng	7	70	9	75
- Trung cấp	2	20	2	16,6
- Trung học phổ thông				
3.Theo độ tuổi :				
- Từ 30 - 40	9	90	10	83,4
- Dưới 30	1	10	2	16,6

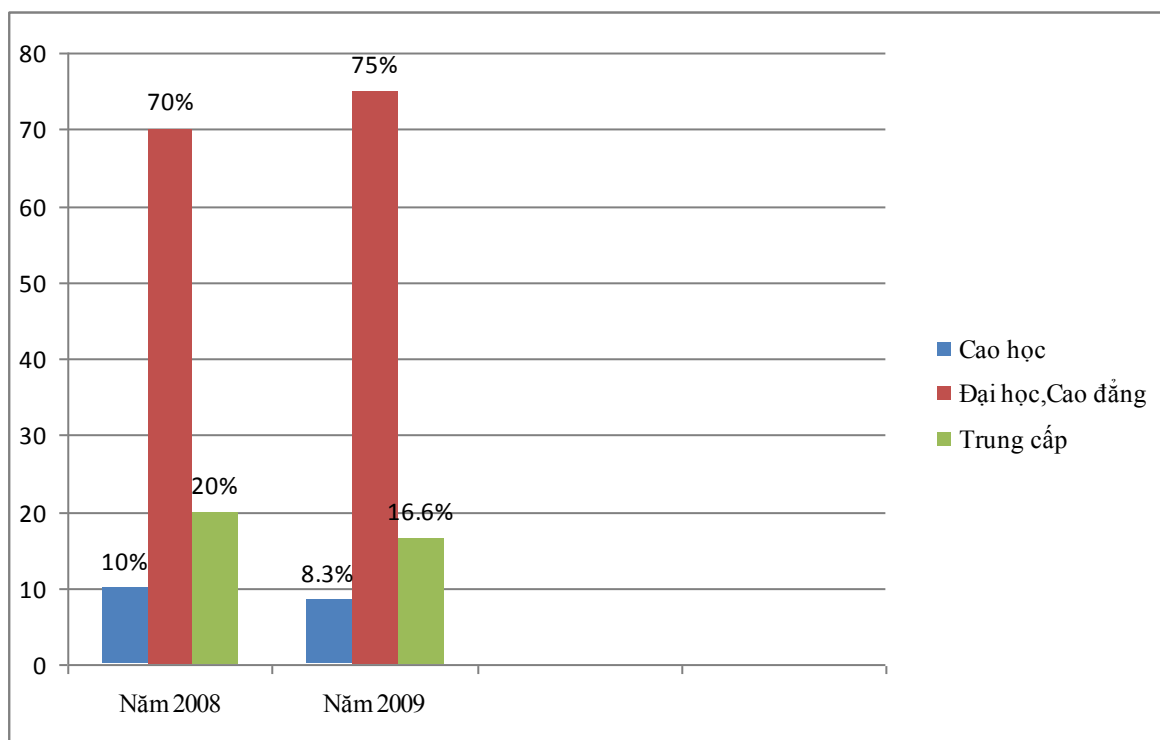
(Nguồn : Phòng Hành chính – Công ty Quang Hưng)

Qua bảng trên ta thấy cơ cấu lao động của công ty năm 2008 là 10 người, năm 2009 là 12 người, như vậy số lao động của chi nhánh công ty tăng lên 2 người tương ứng với tỉ lệ là 20% .

Xét về độ tuổi ta thấy cơ cấu lao động của công ty Quang Hưng là cơ cấu lao động trẻ. Đây cũng là một lợi thế cho công ty vì đội ngũ lao động trẻ năng động sáng tạo, tiếp thu nhanh, vì vậy công ty cần có kế hoạch bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ cho nhân viên góp phần vào sự phát triển của chi nhánh.

Xét về trình độ học vấn của CBCNV ta hãy xem xét biểu đồ dưới đây để thấy rõ hơn về trình độ lao động trong chi nhánh công ty sau:

Sơ đồ 2.2: Trình độ học vấn của người lao động năm 2008 và 2009



(Nguồn: Phòng hành chính nhân sự - Công ty Quang Hưng)

Qua bảng trên ta thấy lực lượng lao động đa số là trình độ đại học, cao đẳng chiếm 70% với năm 2008 và 75% năm 2009, Trung cấp chiếm khoảng 10% năm 2008 và 16,6% năm 2009, không có lao động bậc THPT. Như vậy nhu cầu về lao động có trình độ của chi nhánh ngày càng cao. Qua đây ta thấy GD Công ty rất chú trọng tới nguồn nhân lực trong chi nhánh nhằm phát huy tối đa nguồn lực của mình, nâng cao năng suất lao động góp phần thúc đẩy hiệu quả kinh doanh.

b. Nhân tố vốn

Trong quá trình sản xuất kinh doanh vốn là một trong những yếu tố hết sức quan trọng. Vốn tạo điều kiện giúp doanh nghiệp tồn tại, hoạt động liên tục, nâng cao hiệu quả kinh tế, mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh. (Trần Mai Hương, 2008). Trong quá trình hoạt động Công ty Quang Hưng chi nhánh tại Hải Phòng đã xây dựng cho mình cơ cấu vốn như sau:

Công ty có tổng vốn kinh doanh là 429,25 triệu đồng. Trong đó:

Vốn vay : 276,58 triệu đồng

Vốn chủ sở hữu : 152,67 triệu đồng.

2.2.2. Phân tích tình hình kinh doanh của chi nhánh trong thời gian qua

Đối với mỗi một doanh nghiệp thì kết quả kinh doanh có ý nghĩa rất quan trọng vì nó phản ánh tổng quát tình hình kinh doanh của doanh nghiệp có hiệu quả hay không, trên cơ sở đó có thể đề ra các quyết định có lợi nhất đối với doanh nghiệp, phát huy điểm mạnh, khắc phục điểm yếu, khai thác tốt nhất mọi tiềm năng trong doanh nghiệp để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp. Đồng thời cũng để thể hiện trách nhiệm, nghĩa vụ của doanh nghiệp với Nhà nước về các khoản phí, lệ phí ...trong một kỳ báo cáo. (Nguyễn Phương Thảo, 2008)

Để biết công ty TNHH DV và GNVN Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng hoạt động kinh doanh có hiệu quả hay không ta hãy phân tích các số liệu trong bảng báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong 2 năm 2008 – 2009 vừa qua thông qua bảng 2.2 như sau:

Bảng 2.2: Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh*Đơn vị tính: triệu đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
			Số tiền	%
Doanh thu BH và cung cấp DV	4.115,774	4.507,884	392,110	9,53
Doanh thu thuần	4.115,774	4.507,884	392,110	9,53
Giá vốn hàng bán	4,859	0	-4,859	-100
Lợi nhuận gộp	4.110,915	4.507,884	396,969	9,65
Doanh thu hoạt động tài chính	2,469	8,719	6,25	253,13
Chi phí tài chính	4,910	0,059	-4,851	-98,8
Chi phí quản lý kinh doanh	4.069,412	4.029,702	-39,71	-0,975
Lợi nhuận từ HĐ kinh doanh	39,061	486,842	447,781	1.146,36
Tổng lợi nhuận trước thuế	39,061	486,842	447,781	1.146,36
Chi phí thuế TNDN	9,765	121,710	111,945	1.146,39
Lợi nhuận sau thuế TNDN	29,296	365,132	335,836	1.146,354

(Nguồn: Phòng kế toán – CN Công ty Quang Hưng tại Hải Phòng)

Qua bảng báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trên ta thấy kết quả hoạt động kinh doanh của CN năm 2009 so với năm 2008 đã đạt hiệu quả tốt, điều đó được thể hiện thông qua phân tích dưới đây:

– Tổng doanh thu của năm 2008 là 4.115,774 triệu đồng, năm 2009 là 4.507,884 triệu đồng, như vậy tăng 392,110 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 9,53%. Điều này có được là do sản lượng tiêu thụ của chi nhánh năm 2009 đã tăng lên so với năm 2008, đồng thời chi phí đầu vào giảm khiến cho doanh thu tăng.

– Năm 2008 giá vốn hàng bán là 4,859 triệu đồng nhưng năm 2009 lại không có giá vốn hàng bán điều đó là do năm 2008 chi nhánh có phát sinh việc mua bán lô hàng unitor. Nhưng do sản lượng tiêu thụ của mặt hàng này thấp doanh thu không đủ bù đắp chi phí, lại không phải là lĩnh vực kinh doanh chính của chi nhánh vì vậy năm 2009 công ty quyết định không kinh doanh mặt hàng này, không có chi phí hàng hóa đầu vào và không có giá vốn.

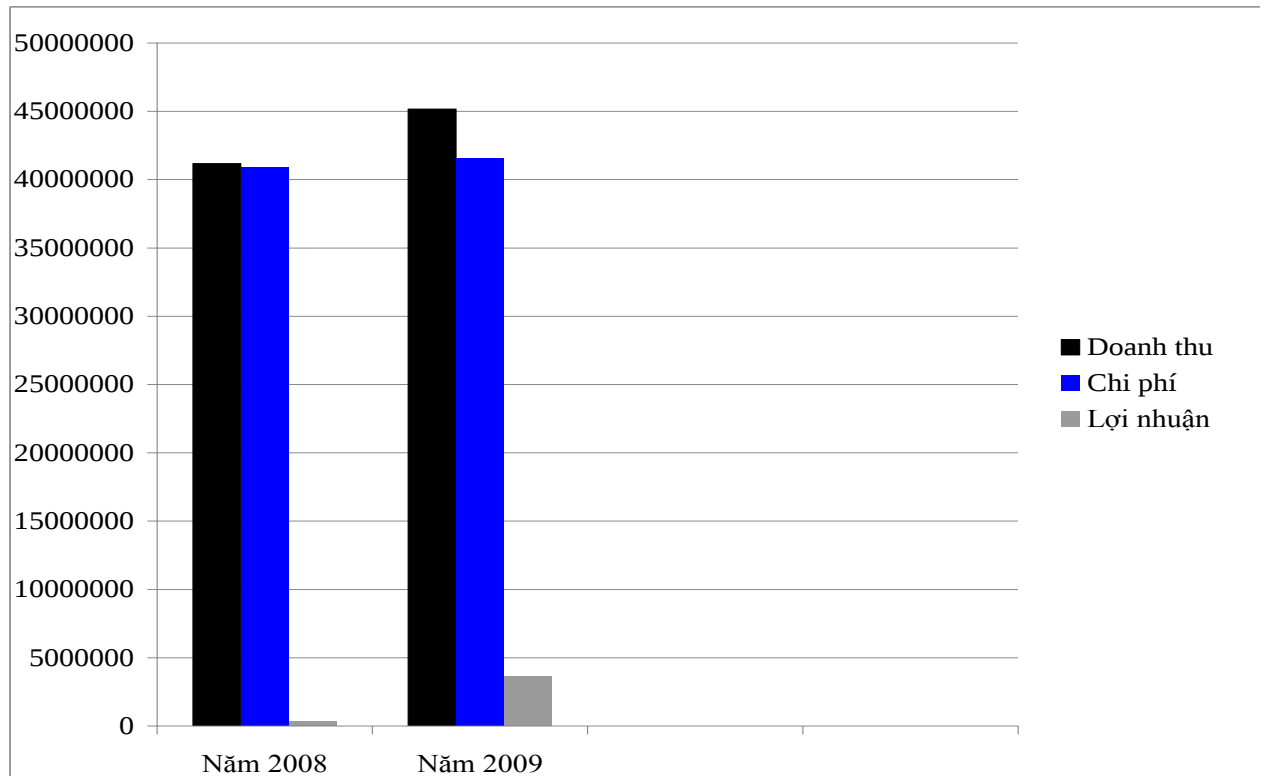
– Doanh thu hoạt động tài chính năm 2009 tăng so với năm 2008 là 6,25 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 253,13%. Mặc dù đây là hoạt động mang tính chất phụ trợ nhưng đã góp phần nâng cao lợi nhuận cho chi nhánh.

– Chi phí quản lý kinh doanh: Mọi chi phí DV đầu vào của chi nhánh đều được ghi vào chi phí quản lý kinh doanh. Năm 2008 chi phí kinh doanh là 4.069,412 triệu đồng, năm 2009 là 4.029,702 triệu đồng, giảm 39,71 triệu đồng (0,98%). Mặc dù tỷ lệ giảm chưa cao nhưng chi nhánh đã thực hiện tốt việc giảm giá thành sản phẩm đầu vào.

– Lợi nhuận thuần từ hoạt động sản xuất kinh doanh của chi nhánh cuối năm 2009 đã tăng 447,781 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 1.146,36% so với cuối năm 2008, đây là một tốc độ tăng cao. Sở dĩ có sự tăng lên cao như vậy là do lợi nhuận gộp tăng (9,65%), doanh thu từ hoạt động tài chính cũng tăng với tỷ lệ không nhỏ (253,13%), chi phí tài chính lại giảm 98,8%, chi phí quản lý doanh nghiệp giảm 0,975% đã làm cho lợi nhuận thuần tăng mạnh so với năm 2008 và kéo theo tổng lợi nhuận kế toán trước thuế tăng cao (1.146,36%).

– Lợi nhuận sau thuế của chi nhánh cuối năm 2009 so với năm 2008 tăng lên 335,836 triệu đồng, tương ứng với tỷ lệ là 1.146,35%, đây là một tốc độ tăng trưởng cao của Công ty, là một tín hiệu đáng mừng thể hiện sự cố gắng nỗ lực hết mình của CBCNV đưa chi nhánh thoát ra khỏi cuộc khủng hoảng năm 2008, đầu năm 2009, đồng thời giúp công ty có thêm vốn để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh.

Để thấy rõ hơn kết quả kinh doanh của chi nhánh trong 2 năm qua, ta có thể xét biểu đồ sau:

Sơ đồ 2.3: Sơ đồ tổng doanh thu, chi phí và lợi nhuận

(Nguồn: Bảng BCKQKD – CN công ty Quang Hưng tại Hải Phòng)

Qua đồ thị ta có thể thấy một cách rõ nét hơn về tình hình kinh doanh của chi nhánh trong 2 năm 2008-2009. Doanh thu năm 2009 tăng cao hơn đồng thời chi phí bỏ ra phục vụ cho quá trình kinh doanh lại thấp hơn, khiến cho lợi nhuận năm 2009 tăng. Có được kết quả trên là do năm 2008, chịu tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới, hoạt động vận tải biển gặp khó khăn. Do khách hàng giảm và giá cước vận tải đều giảm mạnh từ đầu tháng 07/2008 đến tháng 12/2010, với mức giảm trung bình là khoảng 70% đã làm cho doanh thu tiêu thụ thấp, lợi nhuận thấp. Năm 2009 nền kinh tế dần phục hồi, đặc biệt là vào tháng 6 trở đi, giá cước vận tải tăng lên. Giá cước vận tải container loại 40 feet xuất khẩu, thời điểm tháng 03/2009 là 500 đô la cho một container. Từ tháng 06/2009, giá cước này tăng lên là 2.500 USD/container loại 40 feet, tăng gấp 5 lần so với thời điểm vào tháng 03/2009. Phí chứng từ cũng đồng loạt tăng từ 23USD/bộ vận đơn lên 30USD/bộ. Chuyện niêm chi trước đây hoàn toàn miễn phí, sang năm 2009 chi nhánh công ty quyết định tiến hành thu theo mức cứ mỗi bộ niêm chi là 2 USD. Vì vậy mà đã làm cho doanh thu hoạt động kinh doanh tăng lên, mà chi phí lại giảm khiến cho lợi nhuận của chi nhánh tăng (1.146,36%)

2.2.3. Phân tích các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh của chi nhánh Công ty Quang Hưng tại Hải Phòng

2.2.3.1. Phân tích hiệu quả về chi phí

Bảng 2.3: Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng chi phí

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
				Số tiền	%
1	Giá vốn hàng bán	4,859	0	-4,859	-100
2	Chi phí tài chính	4,910	0,058	-4,851	-98,8
3	Chi phí kinh doanh	4.069,412	4.029,702	-39,71	-0,975
4	Tổng chi phí	4.079,181	4.029,761	-49,42	-1,21
5	DTT	4.115,774	4.507,884	392,11	9,527
6	LNST	29,296	365,132	335,836	1.146,35
7	Hiệu quả sử dụng CP (5/4)	1,01	1,12	0,11	10,9
8	Tỷ suất lợi nhuận CP (6/4)	0,071	0,09	0,083	1.161,64

(Nguồn : Bảng Báo cáo KQKD – CN Công ty Quang Hưng tại Hải Phòng)

Qua bảng trên ta thấy các chi phí năm 2009 giảm so với năm 2008, cụ thể là năm 2009 chi nhánh không có giá vốn hàng bán, chi phí QLKD giảm 39,71 triệu đồng (0,975%), chi phí tài chính giảm 4,851 triệu đồng (98,8%), dẫn đến tổng chi phí cuối năm 2009 giảm 1,21% so với năm 2008. Tốc độ tăng của doanh thu cao 9,527%, khiến cho lợi nhuận tăng cao 1206,6%.

Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí năm 2009 tăng 10,9% so với năm 2008. Chỉ tiêu này nói lên cứ một đồng công ty bỏ ra phục vụ cho quá trình kinh doanh thì thu lại được bao nhiêu đồng doanh thu. Năm 2008 cứ 1 triệu đồng chi phí bỏ ra kinh doanh thì chi nhánh thu lại được 1,01 triệu đồng doanh thu, năm 2009 thu được 1,12 triệu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này tăng là do tổng chi phí năm 2009 thấp hơn so với năm 2008, doanh thu tăng lên, chứng tỏ trong năm vừa qua tình hình sử dụng chi phí của Công ty đã có hiệu quả.

Chỉ tiêu tỷ suất lợi chi phí năm 2009 tăng 1.161,64% so với năm 2008. Chỉ tiêu này nói lên cứ một đồng chi phí bỏ ra thì thu lại được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Năm 2008 cứ 1 triệu đồng chi phí bỏ ra kinh doanh thu lại được 0,071 triệu đồng lợi nhuận, năm 2009 thu 0,09 triệu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này tăng lên là do LNST năm 2009 tăng 335,836 triệu đồng tương ứng với 1.146,354% so với năm 2008. Đây là một tốc độ tăng trưởng cao đã làm cho tỷ suất lợi nhuận chi phí tăng cao, chứng tỏ việc sử dụng chi phí để làm tăng lợi nhuận của chi nhánh là tốt. Ban lãnh đạo cần duy trì và phát huy hơn nữa trong tương lai để đem lại hiệu quả kinh doanh cho công ty.

2.2.3.2. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh

Để hiểu hơn về việc sử dụng vốn kinh doanh của chi nhánh ta hãy tìm hiểu về cơ cấu vốn kinh doanh qua 2 năm vừa qua:

Bảng 2.4: Cơ cấu vốn kinh doanh của chi nhánh trong 2 năm

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008	%	Năm 2009	%	Chênh lệch	
					Số tiền	%
Vốn kinh doanh	565,243	100	429,251	100	-135,992	-24,06
Vốn LĐ	565,243	100	429,251	100	-135,992	-24,06
Vốn vay	535,947	94,8	276,580	64,4	-259,367	-48,38
Vốn chủ SH	29,296	5,2	152,671	35,6	123,375	421,13

(Nguồn: bảng cân đối kế toán – CN công ty Quang Hưng)

Qua bảng trên ta thấy cơ cấu vốn của chi nhánh chỉ tập trung vào vốn lưu động, công ty không có sự đầu tư vào vốn cố định, vì ngành nghề kinh doanh của chi nhánh là kinh doanh thương mại vì thế mà nhu cầu đầu tư cho trang thiết bị, TSCĐ là không lớn. Tài sản cố định của chi nhánh công ty là kho bãi container nhưng đã được khấu hao hết.

Là chi nhánh thuộc tổng công ty Quang Hưng, tài sản lưu động của công ty là bao gồm các khoản vốn bằng tiền, các khoản phải thu ngắn hạn. Năm 2009 tài sản lưu động giảm 24,06% so với năm 2008. Tài sản lưu động giảm là do tiền

và các khoản tương đương tiền của chi nhánh giảm, bên cạnh đó các khoản phải thu khách hàng và các khoản phải thu khác lại tăng lên so với năm 2008 rất cao, vì thế công ty cần có phương pháp để thu hồi các khoản phải thu, tránh tình trạng bị khách hàng chiếm dụng vốn.

Để có thể thấy được hiệu quả sử dụng vốn lưu động như thế nào ta hãy phân tích các chỉ tiêu sau:

Bảng 2.5: Các chỉ số đánh giá hiệu quả sử dụng VLD

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
			Số tiền	%
1.Doanh thu thuần	4.115,774	4.507,884	392,110	9,53
2.LNST	29,296	365,132	335,836	1.146,35
3.Tổng vốn lưu động bq	642,475	492,746	-149,729	-23,3
4.Sức sinh lợi của vốn (2/3)	0,046	0,74	0,695	1.525,1
5.Số vòng quay của VLD (1/3)	6,41	9,15	2,74	42,81
6.Thời gian vòng quay VLD (360/5)	56,2	39,35	-16,85	-29,97
7.Hệ số đảm nhận của VLD (3/1)	0,156	0,109	-0,047	-29,97

(Nguồn : bảng BCKQKD và CĐKT – CN công ty Quang Hưng)

Sức sinh lời của VLD : Năm 2008 cứ 1 triệu đồng VLD của chi nhánh thì tạo ra được 0,046 triệu đồng lợi nhuận, năm 2009 cứ 1 triệu đồng VLD thì tạo được ra 0,74 triệu đồng LN. Như vậy năm 2009 đã tăng lên 0,695 triệu đồng tương ứng với 1525,1%. Đây là một tốc độ tăng trưởng cao, nguyên nhân của sự tăng lên này là do năm 2009 LNST tăng trưởng rất cao 1.146,354% trong khi đó VLD lại giảm so với năm 2008. Điều đó chứng tỏ trong năm vừa qua chi nhánh đã sử dụng hiệu quả nguồn VLD phục vụ cho quá trình hoạt động kinh doanh.

Hệ số đảm nhận VLD: Chỉ tiêu này cho biết cứ 1 triệu đồng doanh thu thu được trong năm 2008 thì cần 0,156 triệu đồng VLD, 1 triệu đồng doanh thu thu được trong năm 2009 thì cần 0,109 triệu đồng VLD. Như vậy năm 2008 công ty sử dụng VLD nhiều hơn so với năm 2009 là 0,047 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 29,98%. Điều này chứng tỏ năm 2009 công ty đã sử dụng nguồn VLD một cách tiết kiệm và hợp lý, nên công ty cần phát huy.

Nhìn vào bảng trên ta thấy số vòng quay của VLĐ trong năm qua tăng hơn so với năm ngoái 2,74 vòng. Thời gian để quay vòng vốn cũng nhanh hơn so với năm 2008 là 16,85 vòng. Vòng quay của VLĐ tăng sẽ đẩy nhanh tốc độ luân chuyển của VLĐ từ đó sẽ giải quyết nhu cầu về vốn cho chi nhánh vì thế công ty không cần phải huy động VLĐ cho hoạt động kinh doanh như năm ngoái mà ngược lại vẫn đạt được tốt hiệu quả kinh tế. Điều đó chứng tỏ hiệu quả sử dụng VLĐ tăng cao do vậy công ty cần phát huy.

2.2.3.3. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

Để đánh giá tình hình lao động của chi nhánh trong năm vừa qua có hiệu quả hay không ta xem xét bảng sau :

Bảng 2.6: Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
			+/-	%
1. Tổng số lao động	10 lao động	12 lao động	2 lao động	20
2. DTT	4.115,774	4.507,884	392,11	9,53
3. LNST	29,296	365,132	335,836	1.146,35
4. Năng suất lao động (2/1)	411,577	375,657	-35,92	-8,73
5. Sức sinh lời 1 lao động (3/1)	2,93	30,43	27,5	938,63

(Nguồn: Bảng BCKQKD- CN Công ty Quang Hưng, Hải Phòng)

Qua số liệu trên ta thấy số lượng lao động năm 2009 so với năm 2008 tăng lên 2 người, tương ứng với tỷ lệ tăng là 20% đã góp phần làm tăng doanh thu và lợi nhuận cho công ty. Năng suất lao động giảm, cụ thể là năm 2008 năng suất của một lao động là 411,577 triệu đồng/người, năm 2009 là 375,657 triệu đồng/người, như vậy là giảm đi 8,73% .Nguyên nhân của sự giảm năng suất này là do tốc độ tăng của doanh thu thấp hơn tốc độ tăng của lao động, nên làm năng suất một lao động giảm. Nhưng mức sinh lời một lao động tăng lên 27,5 triệu đồng/người với tỷ lệ tăng rất cao là 938,63%, chứng tỏ chi nhánh đã có phương pháp sử dụng lao động một cách hợp lý, đã góp phần làm tăng cao lợi nhuận sau

thuế, nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh cho Công ty.

Qua 2 năm ta thấy chi nhánh đã sử dụng hiệu quả nguồn lao động, đó có thể là do sự chỉ đạo sáng suốt của ban GD và đặc biệt là sự quan tâm của GD chi nhánh tới toàn thể CBCNV. Công ty luôn có chính sách trả lương hợp lý cho NV, tạo điều kiện cho NV có điều kiện làm việc tốt. Chính điều đó đã làm cho đời sống CBCNV trong chi nhánh ngày càng nâng cao. Đồng thời Công ty có chế độ khen thưởng, kỷ luật kịp thời, rút ngắn khoản cách từ ban lãnh đạo tới các nhân viên, tạo cho họ một môi trường làm việc thoải mái, thân thiện, có chế độ đãi ngộ hợp lý, tăng thêm sự đoàn kết nội bộ giữa các nhân viên trong công ty, từ đó làm cho họ thấy gắn bó và phấn đấu hơn nữa cho Công ty.

2.2.3.4. Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời

Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời là các chỉ tiêu quan trọng để đánh giá hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của một doanh nghiệp trong một thời kỳ nhất định, là đáp số sau cùng của hiệu quả kinh doanh, và là luận cứ quan trọng để các nhà hoạch định đưa ra các quyết định tài chính trong tương lai. (Nguyễn Mai Hương, 2008)

Bảng 2.7: Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
			Số tiền	%
1.DTT	4.115,774	4.507,884	392,110	9,53
2.LNST	29,296	365,132	335,836	1.146,35
3.Tổng TS	565,243	429,250	-135,993	-24,06
4.Vốn CSH	29,296	152,669	123,373	421,13
5.Tỷ suất sinh lợi trên doanh thu (ROF)-(2/1)	0,0071	0,081	0,074	1.037,94
6.Tỷ suất sinh lợi trên tổng TS (ROA)-(2/3)	0,052	0,85	0,79	1.541,22
7.Tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ (ROE)-(2/4)	1	2,39	1,39	139,17

(Nguồn: Bảng BCKQKD và bảng CĐKT – CN công ty Quang Hưng HP)

Chỉ tiêu tỷ suất sinh lợi doanh thu: Tỷ suất sinh lợi doanh thu năm 2009 tăng lên rất nhiều so với năm 2008, cụ thể là năm 2008 cứ 1 triệu đồng doanh

thu thì tạo ra được 0,0071 triệu đồng LNST và năm 2009 cứ 1 triệu đồng doanh thu thì tạo ra được 0,081 triệu đồng LNST như vậy là tăng 1.037,94%. Nguyên nhân là do tốc độ tăng của doanh thu chậm hơn so với tốc độ tăng của LNST là 9,53%. Nguyên nhân là do sản lượng tiêu thụ của công ty trong năm 2009 tăng, phí cước DV tăng mà chi phí đầu vào thấp khiến cho DT tăng lên và làm cho lợi nhuận tăng lên đáng kể.

Chỉ tiêu suất sinh lợi tổng TS: ta thấy năm 2008 cứ 1 triệu đồng tài sản thì tạo ra được 0,052 triệu đồng LNST, năm 2009 cứ 1 triệu đồng tài sản thì tạo ra được 0,85 triệu đồng LNST. Nguyên nhân là do tổng TS bình quân năm 2009 giảm 24,06% so với năm 2008. Công ty đã có sự sắp xếp, phân bổ sử dụng hợp lý nguồn TS hơn so với năm 2008.

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu: Qua bảng trên ta thấy cuối năm 2008 cứ 1 triệu đồng vốn chủ sở hữu tham gia vào quá trình kinh doanh thì tạo ra được 1 triệu đồng LNST, cuối năm 2009 cứ 1 triệu đồng vốn chủ sở hữu thì tạo ra được 2,39 triệu đồng LNST, như vậy đã tăng lên 1,39 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 139,17% so với năm 2008. Nguyên nhân là do tốc độ tăng của LNST tăng cao hơn so với tốc độ tăng của vốn chủ sở hữu (725,23%) điều đó làm cho sức sinh lời vốn chủ sở hữu tăng lên. Chỉ tiêu này tăng chứng tỏ Công ty đã sử dụng hiệu quả nguồn vốn CSH, sử dụng thành công công cụ đòn bẩy tài chính để gia tăng lợi nhuận cho mình. Vì vậy Công ty cần phát huy và mở rộng lượng vốn chủ trong tương lai để tăng khả năng tài chính, mở rộng mạng lưới tiêu thụ, góp phần hơn nữa vào sự phát triển của tổng công ty.

2.2.3.5. Phân tích các chỉ tiêu tài chính đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty

a. Các chỉ tiêu về khả năng thanh toán

Các chỉ số về khả năng thanh toán phản ánh tính độc lập và chất lượng của công tác tài chính của doanh nghiệp. Nếu hoạt động tài chính tốt thì doanh nghiệp ít phải đi vay nợ, khả năng thanh toán đảm bảo kịp thời và ngược lại. Để có khả năng thanh toán tốt thì doanh nghiệp luôn duy trì mức luân chuyển các khoản nợ phải trả để chuẩn bị cho các khoản phải thanh toán, đảm bảo cho quá

trình kinh doanh được thuận lợi.

Căn cứ qua bảng cân đối kế toán ta sẽ phân tích tình hình khả năng thanh toán của chi nhánh công ty Quang Hưng tại Hải Phòng qua bảng dưới đây:

Bảng 2.8: Các chỉ tiêu về khả năng thanh toán

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
			Số tiền	%
1. Tổng TS	565,243	429,250	-135,992	-24,06
2. TSNH	565,243	429,250	-135,992	-24,06
3. Tổng nợ phải trả	535,947	276,581	-259,366	-48,39
4. Tổng nợ ngắn hạn	535,947	276,581	-259,366	-48,39
5. Hệ số khả năng thanh toán tổng quát (1/3)	1,055	1,552	0,497	47,16
6. Hệ số khả năng thanh toán hiện hành (2/4)	1,055	1,552	0,497	47,16
7. Hệ số khả năng thanh toán nhanh (2/4)	1,055	1,552	0,497	47,16

(Nguồn: Bảng BCKQKD – CN công ty Quang Hưng Hải Phòng)

Qua bảng 2.8 ta thấy :

Về khả năng thanh toán tổng quát: ta thấy năm 2008 cứ 1 triệu đồng chi nhánh đi vay thì có 1,055 triệu đồng tài sản được đảm bảo và năm 2009 cứ 1 triệu đồng đi vay thì có 1,55 triệu đồng tài sản được đảm bảo. Chỉ tiêu này năm 2008 so với năm 2009 nhỏ hơn 0,497 triệu đồng tương ứng với 47,16%. Nguyên nhân là do năm 2009 tổng nợ phải trả giảm hơn so với mức tăng của tổng tài sản. Qua 2 năm hệ số thanh toán tổng quát của công ty đều lớn hơn 1 chứng tỏ khả năng thanh toán các khoản nợ và tình hình tài chính của Công ty là bình thường chưa đáng báo động.

Về khả năng thanh toán hiện hành: Ta thấy năm 2008 cứ 1 triệu đồng nợ ngắn hạn thì có 1,05 triệu đồng TSNH được đảm bảo, năm 2009 cứ một triệu đồng nợ ngắn hạn có 1,55 triệu đồng TSNH được đảm bảo. Như vậy qua 2 năm

chỉ số này của chi nhánh tăng lên 0,497 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 47,16%. Chứng tỏ khả năng thanh toán các khoản nợ bằng tài sản của chi nhánh là bình thường, có thể chấp nhận được.

Về khả năng thanh toán nhanh: Qua bảng trên ta thấy khả năng thanh toán nhanh bằng với khả năng thanh toán hiện hành, vì chi nhánh không có hàng tồn kho. Năm 2008 cứ 1 triệu đồng nợ ngắn hạn được đảm bảo bằng 1,05 triệu đồng tài sản tương đương tiền, năm 2009 cứ một triệu đồng nợ ngắn hạn được đảm bảo bằng 1,55 triệu đồng tài sản tương đương tiền. Hệ số này tăng chứng tỏ khả năng thanh toán nhanh của chi nhánh rất tốt, công ty không gặp khó khăn bằng cách bán tài sản để trả nợ.

Qua việc phân tích các chỉ tiêu về khả năng thanh toán ta thấy tình hình thanh toán các khoản nợ của chi nhánh công ty đều tương đối tốt, chưa đáng lo ngại, vì vậy nên cần phát huy trong tương lai để tăng thêm uy tín của chi nhánh đối với các nhà cung ứng, nhà đầu tư, thu hút thêm vốn, mở rộng hoạt động kinh doanh.

b. Các chỉ tiêu phản ánh cơ cấu nguồn vốn và tài sản.

Bảng 2.9: Chỉ tiêu phản ánh cơ cấu nguồn vốn và tài sản

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
			Số tiền	%
1. Tổng nguồn vốn	565,243	429,251	-135,992	-24,06
2. Nguồn vốn CSH	29,296	152,669	123,374	421,13
3. Nợ phải trả	535,947	276,581	-259,366	-48,39
4. TSNH	556,243	429,251	-126,992	-22,83
5. Hệ số nợ (3/1)	0,95	0,64	-0,31	-32,04
6. Hệ số vốn chủ sở hữu (2/1)	0,05	0,36	0,31	586,23
7. Tỷ suất đầu tư TSNH (4/1)	0,98	1	0,02	1,62

(Nguồn: bảng BCKQKD – CN công ty Quang Hưng Hải Phòng)

Bảng 2.9 ta thấy:

Hệ số nợ: Năm 2008 cứ 1 triệu đồng vốn mà chi nhánh sử dụng thì có 0,95 triệu đồng đi vay, năm 2009 cứ 1 triệu đồng sử dụng thì có 0,64 đồng đi

vay. Chỉ tiêu này giảm là do tốc độ giảm của nợ phải trả cao hơn tốc độ giảm của tổng NV. Nguyên nhân là do các khoản phải thu của DN năm 2009 tăng, số vốn của CN đang bị khách hàng chiếm dụng, nhưng khoản nợ phải trả của chi nhánh năm 2009 giảm so với năm 2008, chi nhánh đã huy động được nguồn vốn chủ từ tổng công ty, giảm thiểu chi phí vay nợ ngoài, gia tăng lợi nhuận cho chi nhánh.

Hệ số vốn chủ sở hữu: Cuối năm 2008 cứ 1 triệu đồng sử dụng thì có 0,05 triệu đồng vốn CSH, năm 2009 cứ 1 triệu đồng vốn sử dụng thì có 0,36 triệu đồng vốn CSH. Hệ số này qua năm 2009 tăng lên 586,23% so với năm 2008, chứng tỏ mức độ tài trợ của công ty với nguồn vốn kinh doanh là tốt vì chi nhánh đã huy động tốt vốn tự có, có tính độc lập cao với các chủ nợ, mức độ vay nợ thấp nên không bị sức ép từ các khoản nợ vay.

Tỷ suất đầu tư TSNH: Tỷ suất đầu tư vào TSNH có xu hướng tăng lên, năm 2008 1 triệu đồng vốn kinh doanh thì có 0,98 triệu đồng đầu tư vào TSNH, năm 2009 cứ 1 triệu đồng vốn kinh doanh thì có 1 triệu đồng đầu tư vào TSNH. Như vậy qua 2 năm tỷ suất này đều rất cao, xấp xỉ và bằng 1 chứng tỏ chi nhánh hoàn toàn đầu tư vào TSNH trong suốt quá trình kinh doanh của mình.

2.2.3.6. Đánh giá tổng hợp hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưngchi nhánh Hải Phòng

Trong năm vừa qua, cả nền kinh tế trong nước cùng chịu sự ảnh hưởng của sự suy thoái toàn cầu, tuy đã có sự khởi sắc nhưng thực sự vẫn còn nhiều khó khăn trở ngại đối với các DN Việt Nam nói chung và công ty Quang Hưng nói riêng. Hiểu được thực tại đó công ty Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng đã không ngừng cố gắng, nỗ lực phấn đấu và đã đem lại cho công ty những bước tiến đáng kể. Nền kinh tế dần phục hồi và đặc biệt là sự lãnh đạo của giám đốc cùng với toàn thể cán bộ công nhân viên của chi nhánh đã làm cho lợi nhuận tăng trưởng cao 1.146,354%. Đây thực sự là con số đáng ghi nhận trong quá trình thực hiện chiến lược kinh doanh của chi nhánh trong năm vừa qua. Vì vậy công ty nên cố gắng phát huy, phấn đấu nhiều hơn nữa nâng cao hiệu quả kinh doanh góp phần cho sự phát triển của công ty.

2.2.4. Đánh giá chung về kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng

a. Những thành tựu đạt được của chi nhánh

Qua việc phân tích thực trạng tình hình kinh doanh của chi nhánh trong năm vừa qua ta có thể thấy những thành tựu mà công ty đã đạt được như sau:

- Lợi nhuận của chi nhánh Công ty Quang Hưng đã có sự tăng trưởng, cụ thể năm 2009 tăng so với năm 2008 là 335,836 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 1.146,354 %. Đây là kết quả đáng ghi nhận, Công ty cần phát huy trong năm tới.

- Chi phí đầu vào để phục vụ cho quá trình kinh doanh của Công ty đã có sự kiểm soát hợp lý. Điều đó được thể hiện qua hiệu quả sử dụng chi phí năm 2009 tăng 10,9% so với năm 2008 và tỷ suất lợi nhuận chi phí 1.161,64%. Đây thực sự là một sự tăng trưởng cao, Công ty đã sử dụng chi phí đầu vào hiệu quả từ đó gia tăng lợi nhuận đáng kể cho chi nhánh.

- Các chỉ tiêu sinh lời của công ty trong năm qua tăng so với năm 2008. Cụ thể năm 2008 tỷ suất sinh lời tài sản ROA tăng 1.541,22% và tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu ROE tăng 139,17% so với năm 2008. Các chỉ tiêu này dương và tăng trưởng hơn so với năm trước đã chứng tỏ trong năm qua Công ty làm ăn tốt, từng bước nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho chi nhánh và toàn bộ Công ty.

- Là công ty chuyên kinh doanh về lĩnh vực dịch vụ thương mại, vốn lưu động chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu vốn kinh doanh của chi nhánh. Trong năm vừa qua Công ty đã sử dụng tốt nguồn vốn này, tiết kiệm được vốn phục vụ cho quá trình kinh doanh mà vẫn đem lại hiệu quả kinh tế cao.

- Số lượng lao động của chi nhánh công ty không nhiều nhưng đã đem lại hiệu quả lớn. Điều đó được chứng minh qua các chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng lao động của Công ty đã tăng lên so với năm 2008 tương ứng với tỷ lệ là 20%, mặc dù năng suất lao động chưa cao nhưng khả năng sinh lời của người lao động lại rất cao, đó cũng là do sự chỉ đạo sáng suốt và cách dùng người hợp lý của giám đốc công ty.

– Công ty có chế độ khen thưởng, trả lương hợp lý, chế độ đãi ngộ đã thúc đẩy mọi người hăng hái làm việc, tạo lập niềm tin và động viên nhân viên gắn bó với công ty lâu dài hơn.

– Công ty TNHH giao nhận vận tải Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng trong quá trình kinh doanh đã tạo lập được mối quan hệ tốt đẹp và là khách hàng lớn thường xuyên của cảng Hải Phòng, cảng Đình Vũ. Nên đã giảm thiểu ít nhiều chi phí đầu vào phục vụ trong quá trình làm hàng như chi phí xếp dỡ hàng hóa từ đó giảm giá thành sản phẩm, nâng cao sản lượng, doanh thu tiêu thụ hàng hóa. Theo số liệu thống kê từ báo cáo tổng hợp sản lượng xếp dỡ container năm 2008 tại cảng Hải Phòng, 6 tháng đầu năm 2008 sản lượng hàng hóa của Công ty thông qua cảng đạt 25,636 teus, tăng 31% so với cùng thời điểm năm 2007, và cho đến cuối năm sản lượng hàng hóa của công ty tiếp tục tăng mặc dù thị trường vận tải biển gặp nhiều khó khăn. Tổng sản lượng xếp dỡ container thông qua cảng năm 2008 đạt 50,062 teus, tăng 23% so với thực hiện năm 2007. Sang năm 2009, sản lượng lại không ngừng tăng nhanh do nền kinh tế dần phục hồi tạo điều kiện nâng cao sản lượng tiêu thụ và doanh thu cho chi nhánh.

b. Những hạn chế của chi nhánh

– Công tác tuyên truyền quảng bá hình ảnh và sản phẩm của Công ty tới khách hàng còn chưa được chú ý. Hình ảnh Công ty chỉ được giới thiệu trên website của công ty. Và việc thu hút thêm hợp đồng mới chủ yếu là do khách hàng và do tổng công ty Quang Hưng chỉ định chi nhánh thực hiện, vì vậy chưa có tính chủ động trong hoạt động kinh doanh, mà trên địa bàn Hải Phòng công ty đã có rất nhiều các đối thủ cạnh tranh. Vì thế Công ty cần đẩy mạnh hơn nữa hoạt động này để thu hút khách hàng đến với chi nhánh ngày một nhiều, đem lại doanh thu và lợi nhuận cao hơn.

– Các khoản phải thu của chi nhánh tăng cao trong năm vừa qua. Điều đó khiến công ty bị khách hàng chiếm dụng vốn, làm ảnh hưởng tới việc quay vòng vốn kinh doanh mở rộng sản xuất và hoạt động kinh doanh của chi nhánh.

CHƯƠNG III

MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ GIAO NHẬN VẬN TẢI QUANG HƯNG CHI NHÁNH HẢI PHÒNG

3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển của chi nhánh Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng tại Hải Phòng trong thời gian tới.

3.1.1. Về công tác tổ chức và lao động

- Công ty vẫn giữ nguyên các bộ phận phòng ban, tên gọi cũng như chức năng và nhiệm vụ như hiện nay.
- Số lao động trong Công ty khoảng 12 người được bố trí phù hợp tại các phòng ban, phù hợp với cơ cấu tổ chức, bố trí công việc khả năng từng người.
- Việc giải quyết các chế độ bảo hiểm, chế độ đãi ngộ, thuyên chuyển, tuyển dụng đảm bảo nguyên tắc theo hướng dẫn của bộ lao động.
- Chế độ tiền lương và nâng cấp tay nghề cho công nhân áp dụng theo hướng dẫn của Bộ lao động thương binh và xã hội.
- Có chính sách đào tạo thêm các nghiệp vụ mới cho 2 nhân viên của ban đại lý trong 3 tháng, vì đây là phòng ban tiếp xúc trực tiếp với khách hàng thực hiện các thủ tục làm hàng cho chi nhánh, vì thế cần cho đi đào tạo để phù hợp với nhu cầu phát triển của thị trường, với chi phí đào tạo như sau:
Tiền học: 1.800.000 đồng/người; Hỗ trợ tiền ăn: 300.000 đồng/người/tháng.

3.1.2. Về công tác kinh doanh

- Công ty tiến hành củng cố giữ vững thị trường hiện có đồng thời mở rộng thị trường ra cả khu vực miền Bắc, mở rộng thêm các đối tác làm ăn không chỉ trong nước mà cả quốc tế.
- Giữ vững và củng cố chất lượng dịch vụ hiện có trong hoạt động vận nhằm ổn định mặt bằng chung của Công ty.
- Mở rộng, tăng cường công tác phục vụ khách hàng, khai thác vận chuyển hàng hoá, gây dựng thương hiệu bằng phương tiện vận tải và chất lượng phục vụ, marketing trực tiếp với khách hàng tạo lợi thế cạnh tranh, làm tăng thêm thị phần.

- Giảm thiểu các khoản phải thu, hạn chế cho khách hàng nợ đọng vốn quá nhiều khiến chi nhánh không chủ động trong việc luân chuyển vốn.
- Đảm bảo nộp đầy đủ và đúng hạn các khoản thuế, phí, lệ phí cho Nhà nước.

3.1.3. Về thông tin nội bộ

- Công ty duy trì hệ thống thông tin liên lạc hai chiều thông suốt giữa ban lãnh đạo và các bộ phận chức năng khác nhau ở tổng công ty đến chi nhánh nhằm thúc đẩy toàn thể nhân viên tích cực tham gia vào các hoạt động kinh doanh, tạo ra dịch vụ có chất lượng.
- Hệ thống thông tin được thực hiện thông qua báo cáo ngày, báo cáo tuần, hoặc báo cáo tháng bằng văn bản hoặc qua mạng máy tính nội bộ.
- Các kết quả hoạt động kinh doanh cũng được thông báo để các nhân viên liên quan biết để có hướng cải tiến cho phù hợp.

3.1.4. Về sản lượng, chất lượng sản phẩm

Nâng sản lượng dịch vụ lên so với năm ngoái khoảng 15%, áp dụng triệt để mô hình quản lý chất lượng ISO 9001: 2000, bảo đảm huy động các nguồn lực thích hợp để thực hiện tốt các dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất.

Với mục tiêu trở thành một trong những Công ty hàng đầu trong lĩnh vực hàng hải và giao nhận trong nước và quốc tế, Công ty luôn không ngừng cải tiến và vươn tới quản lý chất lượng toàn diện theo mô hình ISO 9000:2000, mục tiêu chất lượng chủ yếu của chi nhánh trong những năm tới như sau:

Bảng 3.1: Mục tiêu chất lượng của Công ty Quang Hưng

STT	Mục tiêu	Chỉ tiêu	Tỉ lệ	Biện pháp	Trách nhiệm thực hiện
1	Thỏa mãn yêu cầu của khách hàng	Số ý kiến khách hàng đánh giá dưới trung bình so với số ý kiến khách hàng	Dưới 5%	- Thường xuyên đào tạo nâng cao tính chuyên nghiệp . - Xây dựng thái độ phục vụ văn minh, hiện đại, thủ tục đơn giản, tránh phiền hà.	Toàn thể nhân viên trong công ty.
2	Chất lượng dịch vụ	Số dịch vụ bị sai sót so với tổng số dịch vụ thực hiện	Dưới 3%	- Xem xét yêu cầu của khách hàng trước khi chấp nhận . - Áp dụng đúng quy trình đã ban hành. - Thường xuyên cập nhật và nâng cao trình độ chuyên môn . - Thực hiện nhanh chóng và giải quyết dứt điểm các công việc. - Xử lý kịp thời những phát sinh	- Nhân viên chứng từ. - Nhân viên giao nhận - Nhân viên chăm sóc khách hàng - Nhân viên đại lí
3	An toàn	Giá trị thiệt hại do thiếu an toàn so với giá trị thực hiện được	Dưới 3%	- Huấn luyện an toàn cho nhân viên thực hiện . - Tạo môi trường và điều kiện làm việc an toàn. Lựa chọn nhà cung ứng . - Mua bảo hiểm theo chế độ	Toàn thể nhân viên trong công ty.

(Nguồn: Ban ISO – Công ty Quang Hưng)

3.2. Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng

Trên cơ sở phân tích tình hình sản xuất kinh doanh của chi nhánh Công ty Quang Hưng tại Hải Phòng ta đã thấy những kết quả mà Công ty đã đạt được của chi nhánh trong thời gian qua, đó là sự cố gắng nỗ lực hết mình của tất cả các cán bộ công nhân viên và sự chỉ đạo sáng suốt của giám đốc chi nhánh đã từng bước cải thiện tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty. Tuy nhiên bên cạnh đó chi nhánh vẫn còn tồn tại một số các hạn chế đã gây ảnh hưởng không nhỏ tới quá trình kinh doanh. Qua quá trình nghiên cứu và phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty TNHH DV và GNVТ Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng, đề tài xin đưa ra một số các ý kiến về các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại chi nhánh công ty như sau:

3.2.1. Thành lập phòng Marketing để đẩy mạnh công tác nghiên cứu mở rộng thị trường

Mặc dù trong năm 2009 doanh thu của Công ty đã tăng cao so với năm 2008, bên cạnh sự cố gắng nỗ lực của tập thể cán bộ công nhân viên, kết quả mà Công ty đạt được trong năm vừa rồi cũng là do sự dần hồi phục của nền kinh tế trong nước và quốc tế. Vì thế công ty cần có sự chủ động hơn nữa trong việc tìm hiểu, nghiên cứu thị trường, tự tạo cơ hội cho mình để không ngừng mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, tăng sản lượng tiêu thụ và tăng doanh thu.

Hiện nay tổng công ty TNHH Dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng vẫn chưa có phòng ban Marketing chuyên môn. Hoạt động marketing nghiên cứu thị trường là do phòng ban kinh doanh đảm nhiệm nhưng hiệu quả vẫn chưa được cao, đồng thời việc giới thiệu hình ảnh, sản phẩm dịch vụ của công ty cũng như của chi nhánh tới khách hàng vẫn chưa được quảng bá, phổ biến rộng rãi, chủ yếu là qua website của Công ty. Chi nhánh Công ty Quang Hưng tại Hải Phòng hoạt động kinh doanh chủ yếu là thụ động vào tổng công ty, các đơn đặt hàng và hợp đồng chủ yếu là do tổng công ty tìm kiếm và chỉ định thực hiện, và do khách hàng thường xuyên ký kết và chỉ định chi nhánh thực hiện. Vì thế, đây là một hạn chế trong việc giới thiệu hình ảnh công ty tới khách hàng. Công ty

DV GNVN Quang Hưng là công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh thương mại dịch vụ thì hoạt động marketing chiếm một vị trí vô cùng quan trọng, nó thể hiện trình độ quản lý, khả năng kinh doanh, nắm bắt và xử lý thông tin về thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nhà cung ứng. Một công ty mà có hoạt động marketing tốt sẽ thu hút được nhiều khách hàng mới, nâng cao doanh thu bán hàng, từ đó đem lại hiệu quả kinh tế cao.

Từ những điều kiện khách quan và chủ quan trên, thì giải pháp cần thiết hiện nay là Công ty nên xây dựng cho mình phòng Marketing hoạt động như một phòng ban chuyên môn trong Công ty, giúp chi nhánh tăng lượng khách hàng đến, tăng sản lượng cung cấp dịch vụ và từ đó tăng doanh thu và lợi nhuận.

Để thành lập bộ phận marketing thì chi nhánh cần tuyển thêm 2 nhân viên có trình độ chuyên môn, có khả năng hiểu biết về lĩnh vực marketing. Phòng Marketing sẽ có nhiệm vụ sau:

- Thu thập thông tin về cung cầu thị trường tại Hải Phòng
- Thu thập thông tin từ phía các đối thủ cạnh tranh cùng ngành trong địa bàn Hải Phòng bao gồm các thông tin về sản phẩm dịch vụ, giá cả, chính sách xúc tiến bán, khách hàng của đối thủ cạnh tranh. Đánh giá đối thủ cạnh tranh để có thể so sánh sản phẩm chất lượng dịch vụ của công ty mình và với đối thủ cùng ngành, thông qua đó đánh giá mặt mạnh và mặt yếu của Công ty với đối thủ từ đó đề ra phương pháp khắc phục, cải thiện điều chỉnh phù hợp và có các chiến lược kinh doanh mới, nâng cao hiệu quả kinh tế cho chi nhánh.
- Dự báo nhu cầu của thị trường, đưa ra những thông tin về nhu cầu thị trường về khối lượng sản phẩm dịch vụ tiêu thụ trong lĩnh vực dịch vụ vận tải, khả năng tiêu thụ sản phẩm của chi nhánh trong tương lai. Đây là việc làm cần thiết vì Việt Nam gia nhập WTO sẽ tạo điều kiện cho việc giao lưu thông thương hàng hóa trong nước và với quốc tế phát triển, vì thế cần phải nghiên cứu dự báo thị trường để nắm bắt cơ hội.
- Thực hiện các chính sách marketing trong việc quảng cáo, xúc tiến bán hàng. Hiện nay, chi nhánh công ty đã có trang web riêng nhưng để tạo tính chủ động chi nhánh nên xây dựng cho mình chiến lược quảng cáo phù hợp, tiết kiệm

chi phí. Chi nhánh công ty có thể gửi đơn chào hàng tới các công ty xuất nhập khẩu trong nước trên địa bàn Hải Phòng. Trong đó nêu ưu điểm đã đạt được trong thời gian qua, những hạn chế mà công ty đang từng bước hoàn thiện, và lời cam kết thực hiện, từ đó tạo được lòng tin nói khách hàng và lựa chọn đến với chi nhánh công ty.

Dự kiến chi phí cho việc thành lập phòng Marketing trong thời gian tới

Lương cho Nhân viên Marketing: 3,5 triệu đồng/người/tháng

Thiết bị văn phòng: Máy vi tính: 4,5 triệu đồng/máy

Mua bàn ghế: 0,8 triệu đồng/bộ

Các thiết bị này sẽ được khấu hao trong 2 năm, mức khấu hao là

$(4,5 + 0,8) * 2 / 2 = 5,3$ triệuđ/năm = 0,442 triệu đồng/tháng

Hỗ trợ chi phí điện thoại, đi lại, xăng dầu: 0,5 triệu đồng/người/tháng

Tổng chi phí dự kiến hàng tháng phải trả là:

$3,5 * 2 + 0,442 + 0,5 * 2 = 8,442$ triệu đồng

Qua quá trình phân tích kết quả kinh doanh trong những năm gần đây, cùng với kinh nghiệm của các công ty khác ta thấy khi áp dụng biện pháp đưa bộ phận Marketing vào hoạt động sẽ đẩy nhanh được tốc độ tiêu thụ hàng hóa dịch vụ đồng thời doanh thu dự kiến sẽ tăng lên thêm khoảng 5%

Bảng 3.2: Bảng dự kiến kết quả trước và sau khi thực hiện biện pháp

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Thực tế	Dự kiến	Chênh lệch	
				Số tiền	%
1	Doanh thu thuần	4.507,884	4.733,278	225,394	5
2	Tổng chi phí	4.029,761	4.131,065	101,304	2,5
3	LNTT	486,842	610,932	124,09	25,5
4	LNST	365,131	458,199	93,068	25,5

(Nguồn : Bảng BCKQKD – CN công ty Quang Hưng Hải Phòng)

Qua bảng trên ta thấy sau khi thực hiện biện pháp LNST của chi nhánh tăng lên 93,068 triệu đồng, tương ứng với tỷ lệ là 25,5%. Như vậy, việc thành

lập phòng Marketing sẽ giúp chi nhánh Công ty gia tăng được lợi nhuận, đồng thời còn có thể nắm bắt được tình hình thị trường để có thể đề ra chiến lược kinh doanh phù hợp cho mình.

3.2.2. Tăng tốc độ thu hồi các khoản phải thu

Trong điều kiện hiện nay, việc giảm thiểu các khoản phải thu, giảm khoản vốn bị chiếm dụng của Công ty là hết sức cần thiết để có đủ vốn kịp thời cung ứng cho việc làm hàng, duy trì mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng. Do vậy Công ty cần có những biện pháp để tăng cường công tác thu hồi công nợ.

Qua phân tích ta thấy các khoản phải thu của chi nhánh năm 2009 chiếm tỷ trọng cao 272,282 triệu đồng trong tổng TS tương ứng với tỷ lệ là 63,43%, năm 2008 là 39,443 triệu đồng, tương ứng với tỷ lệ là 7,1%, như vậy năm 2009 các khoản phải thu tăng lên là 7,94% so với năm 2008. Các khoản phải thu của chi nhánh tăng chứng tỏ công ty đang bị khách hàng chiếm dụng vốn.

Ta hãy so sánh tốc độ thu hồi các khoản phải thu với tốc độ tăng doanh thu qua bảng sau:

Bảng 3.3: Bảng so sánh tốc độ thu hồi khoản phải thu và doanh thu

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
				Số tiền	%
1	DTT	4.115,774	4.507,884	392,110	9,53
2	Các khoản phải thu	39,442	272,282	232,840	590,3

(Nguồn Bảng BCKQKD, CĐKT – CN công ty Quang Hưng Hải Phòng)

Qua bảng trên ta thấy tốc độ tăng các khoản phải thu lớn hơn so với tốc độ tăng của doanh thu là 580,8%. Đây là tốc độ tăng cao, các khoản phải thu của chi nhánh tăng nhanh là do:

- Chi nhánh công ty có nhiều khách hàng truyền thống lâu năm, dễ khuyến khích và giữ mối quan hệ làm ăn lâu dài thì cần phải áp dụng phương pháp bán chịu cho khách hàng.
- Công ty chưa làm tốt công tác thu hồi công nợ.

Để thu hồi các khoản nợ từ phía khách hàng công ty có thể tiến hành thu hồi theo cách sau :

– Trước khi ký kết hợp đồng lớn chi nhánh cần tìm hiểu thông tin về khách hàng, về tình hình kinh doanh hiện tại của khách hàng, khả năng trả nợ của khách hàng ra sao để có thể quyết định về khoản nợ, phương pháp thanh toán của công ty khách hàng.

– Tiến hành kiểm tra lại các khoản công nợ của chi nhánh trong các năm hoạt động, nếu khoản nợ nào lâu thì tiến hành thu hồi nợ trước để tránh tình trạng bị chiếm dụng vốn trong thời gian dài. Đồng thời phải xem xét đề ra biện pháp đòi nợ hợp lý như gửi thư, văn bản đòi nợ, cử nhân viên đến đàm phán, thương lượng về các khoản nợ.

– Đối với các khách hàng lâu năm hay những khách hàng thanh toán nhanh cho chi nhánh trước khi hết hạn hợp đồng, Công ty có thể áp dụng phương pháp chiết khấu, giảm giá với tỷ lệ 0,8%. Khi áp dụng tỷ lệ chiết khấu cho khách hàng chi nhánh có thể thu hồi được nhanh chóng các khoản phải thu với tỷ lệ thu được là khoảng 30% số nợ. Ta có thể thu được số tiền như sau:

Bảng 3.4: Dự kiến doanh thu và chi phí khi thực hiện biện pháp

Đơn vị tính : đồng

Nội dung	Số tiền
Khoản tiền thu được là:	$272,282 \times 30\% = 81,684$ triệu đồng
Chi phí cho các khoản phải thu:	2,45053 triệu đồng
1. Chi tiền chiết khấu cho KH	$272,282 \times 0,8\% = 2,178$ triệu đồng
2. Chi phí quản lý các khoản phải thu	$272,282 \times 0,1\% = 0,2723$ triệu đồng

Số tiền sẽ được thu hồi là: 79,234 triệu đồng

So sánh kết quả sau khi thực hiện

Bảng 3.5: Bảng so sánh kết quả trước và sau khi thực hiện biện pháp

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Thực tế	Dự kiến	Chênh lệch	
				Số tiền	%
1	Các khoản phải thu	272,282	190,598	81,684	-30
2	Vòng quay các khoản phải thu bq	26,4	35,8	9,4	35,6
3	Kỳ thu tiền bình quân	13,64	10,05	-3,59	-26,32

(Nguồn: Bảng CĐKT – CN công ty Quang Hưng Hải Phòng)

Qua bảng trên ta thấy các khoản phải thu của chi nhánh đã giảm đi 81,684 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ giảm là 30%. Điều đó làm cho vòng quay các khoản phải thu tăng lên 9,4 vòng tương ứng với tỷ lệ là 35,6% và kỳ thu tiền bình quân giảm 3,59 ngày tương ứng với tỷ lệ là 26,32%.

Như vậy ta thấy nếu chi nhánh áp dụng phương pháp chiết khấu giá bán cho khách hàng thì có thể sẽ thu được tiền nhanh hơn, tránh bị khách hàng chiếm dụng, nâng cao khả năng quay vòng vốn, tránh tình trạng phải đi vay vốn ngắn hạn, từ đó làm tăng hiệu quả sử dụng vốn và tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh.

3.2.3. Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công nhân viên trong chi nhánh

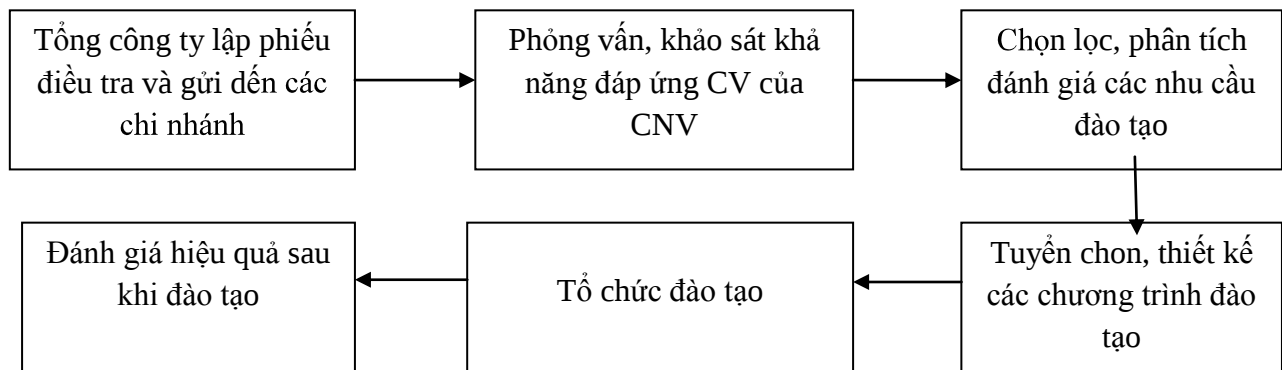
Cán bộ, nhân viên là khâu quyết định hiệu quả kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty. Kết quả này phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, tính năng động sáng tạo, đạo đức nghề nghiệp, thái độ phục vụ của cán bộ nhân viên. Do vậy, để góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ và tạo được niềm tin và hình ảnh thân thiện trong lòng khách hàng thì việc nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, nhân viên chính là một giải pháp rất quan trọng, có giá trị trong mọi giai đoạn phát triển của Sunny. Thực hiện giải pháp này, chi nhánh công ty nên tập trung trên các phương diện sau:

- Sunny nên xây dựng một quy trình tuyển dụng nhân viên khoa học, chính xác và hợp lý nhằm tuyển dụng được những nhân viên có trình độ và phù hợp với yêu cầu công việc.

– Định kỳ tổ chức các khoá đào tạo kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn cho đội ngũ cán bộ nhân viên về khả năng thực hiện công việc với kỹ thuật công nghệ hiện đại, khả năng ứng xử khi tiếp xúc với khách hàng. Đồng thời, lập kế hoạch cử các cán bộ trẻ có năng lực đi đào tạo chuyên sâu ở các lĩnh vực kinh doanh, các nghiệp vụ mới, theo kịp đà phát triển mau lẹ của nền kinh tế và nắm bắt được nhu cầu khác nhau của thị trường. Bên cạnh đó, quá trình đào tạo còn nhằm xây dựng được đội ngũ nhân viên giỏi, làm nòng cốt cho nguồn nhân lực trong tương lai.

– Song nhu cầu giáo dục đào tạo phải dựa trên cơ sở kế hoạch nguồn nhân lực thực hiện mục tiêu chiến lược của công ty và việc xác định nhu cầu đào tạo phải do trực tiếp các phòng ban chức năng tiến hành dưới sự chỉ đạo của ban giám đốc công ty, khảo sát về trình độ hiểu biết, năng lực đáp ứng công việc dưới hình thức phỏng vấn trực tiếp và các phiếu điều tra. Quá trình đào tạo sẽ được thể hiện dưới mô hình sau:

Sơ đồ 3.1: Kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực



Qua mô hình trên công ty sẽ căn cứ vào tình hình thực tế để có thể điều chỉnh cho phù hợp với mục tiêu chiến lược đề ra. Công ty cần thực hiện nội dung đào tạo như sau:

+ Giáo trình đào tạo được chuyển từ đào tạo toàn diện, dài ngày sang đào tạo tiểu tác, ngắn hạn, kết hợp chặt chẽ giữa đào tạo với thực hành tại các trường đại học và trường học do công ty tổ chức.

+ Cử học viên đến tham dự các cuộc hội thảo, cuộc nói chuyện với các chuyên gia kinh tế để họ có thể học tập những kiến thức kinh nghiệm làm việc

tiên tiến hiện đại.

- + Công ty bảo đảm người được phân công trong hệ thống chất lượng có đủ năng lực trên cơ sở tuyển dụng, đào tạo kỹ năng và kinh nghiệm thích hợp.
- + Tổ chức các cuộc thi về nghiệp vụ chuyên môn, thể thao và các vấn đề xã hội khác. Qua việc kiểm tra khả năng ứng xử của nhân viên, Công ty có thể một mặt khen thưởng để khích lệ, mặt khác có thể rút ra những yếu kém hiện tại để có thể có biện pháp cải thiện kịp thời. Từ đó, ngày càng nâng cao chất lượng phục vụ của chi nhánh.
- + Đối với những nhân viên mới lẫn nhân viên cũ, cần làm cho họ hiểu rõ tầm quan trọng của việc thường xuyên nghiên cứu, học tập để cập nhật những kiến thức về chuyên môn và những kiến thức xã hội, gắn lý luận với thực tiễn để có thể vận dụng một cách linh hoạt, sáng tạo và có hiệu quả.
- + Trong chính sách đãi ngộ cán bộ, cần chú trọng đến trình độ, năng lực của cán bộ và có chính sách lương thưởng, chế độ thỏa đáng khác nhau đối với những nhân viên có trình độ chuyên môn cao, có nhiều đóng góp để khuyến khích họ cống hiến nhiều hơn nữa cho công ty.
- + Nâng cao tính kỷ cương, kỷ luật của cán bộ và nhân viên trong công ty.

3.2.4. Giảm thiểu chi phí trong kinh doanh

Chi phí là tất cả những phí tổn mà doanh nghiệp cần phải bỏ ra để phục vụ cho quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh. Vì thế chi phí sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới giá thành sản phẩm, doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp. Giảm thiểu chi phí trong kinh doanh luôn là bài toán khó đòi hỏi các doanh nghiệp phải tìm ra phương pháp giải quyết đúng đắn. Qua đánh giá tình hình thực tế tại công ty Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng, ta thấy năm 2009 doanh thu và lợi nhuận của đạt cao hơn so với năm 2008 nhưng cùng với nó là việc tăng lên của chi phí, trong đó chi phí quản lý kinh doanh đóng vai trò chính trong các khoản chi, vì mọi chi phí mua hàng đầu vào và chi phí phục vụ cho nhân viên trong quá trình kinh doanh đều được tập hợp vào chi phí quản lý kinh doanh.

a. Đối với chi phí quản lý doanh nghiệp:

Bảng 3.6: Tỷ trọng các chi phí trong chi phí QLKD

Đơn vị tính: triệu đồng

Nội dung	Năm 2009	Tỷ trọng	Năm 2008	Tỷ trọng	Chênh lệch
Tổng chi QLKD	1.631,928	100	1.532,178	100	0
Chi phí lương cho nhân viên	683,600	41,89	652,746	42,60	-0,71
Chi phí tiền thuê văn phòng	173,160	10,61	159,840	10,43	0,18
Chi phí đồ dùng văn phòng	54,339	3,33	32,621	2,13	1,20
Thuế, phí, lệ phí	3,581	0,02	3,143	0,21	-0,19
Chi phí dịch vụ mua ngoài	291,181	17,84	230,743	15,06	2,78
Chi phí bằng tiền khác	426,065	26,11	453,085	29,57	-3,46

(Nguồn: Phòng kế toán – CN công ty Quang Hưng Hải Phòng)

Qua bảng trên ta thấy chi phí quản lý kinh doanh của chi nhánh năm 2009 tăng so với năm 2008 mà nguyên nhân tăng chủ yếu là do chi phí đồ dùng văn phòng và chi phí dịch vụ mua ngoài tăng lên. Cụ thể là chi phí văn phòng phẩm tăng từ 2,13% lên 3,33%, chi phí dịch vụ mua ngoài bao gồm chi phí điện, nước, điện thoại, internet tăng từ 15,06% lên 17,84%. Nguyên nhân của sự tăng lên này có thể là do tác động từ phía CBCNV trong chi nhánh. Nhân viên sử dụng dịch vụ trên vào việc riêng đã làm cho chi phí dịch vụ mua ngoài tăng lên, thiết bị vật tư văn phòng cũng được sử dụng với mục đích cá nhân làm cho chi phí đồ dùng văn phòng tăng lên. Chính vì vậy chi nhánh cần phải đưa ra quy định để sử dụng một cách hợp lý, tiết kiệm. Với chi phí điện thoại Công ty cần đưa ra định mức sử dụng một cách hợp lý và thực tế cho từng bộ phận, phòng ban. Các phòng ban phải tự bảo quản thiết bị của phòng mình, trước khi ra về tắt toàn bộ hệ thống điện nhằm đảm bảo an toàn, chống cháy nổ gây tổn thất cho công ty. Kèm theo đó là đưa ra khung hình thức xử phạt hành chính nếu nhân không thực hiện đúng nội quy đặt ra. Từ đó mọi người sẽ ý thức tốt hơn trong việc tiết kiệm

chi phí cho doanh nghiệp. Đối với dịch vụ mua ngoài điện nước, điện thoại, nếu công ty quán triệt các chi phí này thì tiền dịch vụ mua ngoài có thể giảm 15%. Như vậy sẽ tiết kiệm được một khoản tiền là:

$$291,181 * 12\% = 34,9417 \text{ triệu đồng.}$$

Ngoài ra cần phải tiết kiệm các khoản chi bằng tiền mặt khác như: chi tiền tiếp khách, hội họp, liên hoan... chi nhánh cần đưa ra định mức chi tiêu cho khoản này hợp lý, tránh tình trạng chi thừa gây lãng phí. Giải pháp đưa ra là tất cả các khoản chi này đều là khoản chi phải hợp lệ, có hóa đơn giấy tờ hợp lý. Tiền chi hội họp, tiếp khách trung bình không vượt quá 2% doanh thu tháng phát sinh. Sau khi thực hiện dự án, chi phí dự kiến có thể giảm 8%.

$$\text{Số tiền tiết kiệm là : } 426,065 * 8\% = 34,085 \text{ triệu đồng}$$

Đối với vật tư trang thiết bị, dụng cụ, công cụ, đồ dùng văn phòng, Công ty cần xây dựng một định mức sử dụng tiết kiệm hợp lý nhất. Những công cụ dụng cụ như máy tính, máy in, máy fax, máy foto... Công ty nên mua sản phẩm được sản xuất trong nước, giá cả phải chăng, dễ sửa chữa, đồng thời tìm những nhà cung cấp có uy tín, đảm bảo chất lượng, giá cả ưu đãi.

Như vậy sau khi thực hiện ta có thể giảm chi phí kinh doanh, được thể hiện dưới bảng sau đây:

Bảng 3.7: Bảng ước tính tổng chi phí sau khi thực hiện biện pháp

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Thực tế	Kế hoạch	Chênh lệch
Chi phí lương cho nhân viên	683,6	683,6	0
Chi phí tiền thuê văn phòng	173,16	173,16	0
Chi phí đồ dùng văn phòng	54,339	54,339	0
Khoản thuế, phí, lệ phí	3,581	3,581	0
Chi phí dịch vụ mua ngoài	291,181	256,239	-34,942
Chi phí bằng tiền khác	426,065	391,98	-34,085
Tổng chi phí	1.631,928	1.562,901	-69,027

(Nguồn: phòng kế toán – CN công ty Quang Hưng Hải Phòng)

Sau khi thực hiện biện pháp chi phí sẽ giảm đi 69,027 triệu đồng, từ đó có thể tăng lợi nhuận, thêm vốn cho Công ty phục vụ vào quá trình hoạt động SXKD của chi nhánh, đồng thời cũng tăng thêm tinh thần, trách nhiệm của CBCNV trong việc bảo vệ tài sản của doanh nghiệp.

b. Giảm thiểu chi phí mua dịch vụ đầu vào

Đây là một khoản chi chiếm tỷ trọng lớn nhất, nó ảnh hưởng đến tổng chi phí và giá sản phẩm dịch vụ của chi nhánh. Do vậy, để giảm thiểu khoản chi này Công ty cần có những biện pháp sau:

Tìm kiếm và lựa chọn nhà cung ứng dịch vụ đầu vào hợp lý về giá cả và chất lượng.

Tạo lập mối quan hệ tốt đẹp với các cảng trên địa bàn thành phố, cơ quan hải quan hữu quan để từ đó giảm thiểu được chi phí xếp dỡ, nâng hàng, lưu kho hàng..., thời gian, thủ tục làm hàng nhanh chóng gọn nhẹ, tiết kiệm chi phí một cách tối ưu nhất.

3.2.5. Huy động và sử dụng vốn có hiệu quả

Vốn luôn là vấn đề quan tâm hàng đầu của mọi đơn vị sản xuất kinh doanh, việc huy động vốn và sử dụng vốn có hiệu quả sẽ quyết định đến sự thành công hay thất bại của mỗi một doanh nghiệp. Chi nhánh công ty Quang Hưng hoạt động chủ yếu dựa trên nguồn vốn chủ sở hữu, đây là một điều thuận lợi, nhưng chưa linh hoạt bởi khi có hợp đồng làm hàng nhưng lại thiếu vốn để tiến hành, chi nhánh phải chờ nguồn vốn từ công ty mẹ quyết định và gửi đến, dẫn đến chậm chễ, mất cơ hội kinh doanh. Vì vậy trong thời gian tới chi nhánh công ty có thể huy động thêm nguồn vốn từ các hình thức sau:

- Huy động nguồn vốn từ công nhân viên trong chi nhánh, từ các nguồn như tiền gửi, tiền tiết kiệm, tiền thưởng... Khi tiến hành huy động vốn từ công nhân viên thì Công ty cần phải xây dựng các phương án kinh doanh, nội dung của hợp đồng thực hiện, thông báo về lượng vốn bỏ ra khi thực hiện hợp đồng.

Để công việc góp vốn được thực hiện tốt công ty phải thực hiện trên tinh thần nhất trí, tự nguyện của toàn thể CBCNV trong chi nhánh, tiến hành rõ ràng và công khai để tạo niềm tin của nhân viên vào công ty. Đồng thời tuyên truyền

cho họ thấy lợi ích của việc góp vốn không chỉ khiến cho chi nhánh ngày một phát triển mà bên cạnh đó họ còn được hưởng khoản lãi từ nguồn tiền nhàn rỗi của mình. Tỷ lệ lãi suất được tính trên kết quả kinh doanh, cao hơn mức lãi suất gửi tiết kiệm và nhỏ hơn lãi tiền gửi ngân hàng. Qua việc góp vốn sẽ khiến cho nhân viên thấy gắn bó với Công ty hơn vì quyền lợi của họ gắn với quyền lợi của Công ty.

- Đối với những hợp đồng làm ăn lớn, Công ty có thể thương lượng với khách hàng, yêu cầu họ hỗ trợ một phần tín dụng để phục vụ cho quá trình làm hàng.

- Huy động vốn qua các tổ chức tín dụng thông qua các hình thức vay ngắn hạn

Để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn công ty có thể thực hiện một số các biện pháp sau:

- + Đẩy nhanh tốc độ thực hiện hợp đồng, quản lý tốt các khoản phải thu, phải trả, tránh tình trạng bị chiếm dụng vốn để có thể quay vòng vốn phục vụ cho quá trình kinh doanh.

- + Tiến hành phân tích và đưa ra một cơ cấu chi phí và nguồn vốn huy động tối ưu cho Công ty trong từng thời kỳ kinh doanh.

- + Tranh thủ các điều kiện tín dụng mà phía bạn hàng dành cho.

- + Kiểm soát việc sử dụng cả các tài sản trong công ty, tránh tình trạng sử dụng lãng phí, sai mục đích.

KẾT LUẬN

Trong xu thế cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ của nền kinh tế thế giới nói chung và ở Việt Nam nói riêng, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh vẫn đang là những vấn đề được các doanh nghiệp quan tâm chú trọng, Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng cũng vậy. Công ty Quang Hưng ra đời trong bối cảnh Nhà nước ta đang thực hiện chính sách đổi mới, điều đó tạo ra những thuận lợi nhưng cũng có không ít những khó khăn. Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả SXKD, Công ty Quang Hưng chi nhánh Hải phòng cùng sát cánh với tổng công ty đã không ngừng học hỏi, tìm tòi, có rất nhiều sự cố gắng nỗ lực trong quá trình đổi mới tổ chức quản lý kinh doanh nhằm đưa chi nhánh thoát khỏi sự khủng hoảng của nền kinh tế. Kết quả là Công ty đã hoạt động kinh doanh có lãi, lợi nhuận cao mở rộng vốn kinh doanh cho năm sau. Tuy nhiên, để đứng vững và phát triển trong tương lai đòi hỏi Công ty phải không ngừng tìm tòi các biện pháp mới nâng cao hiệu quả kinh doanh nhằm theo kịp sự biến động có xu hướng ngày càng phát triển của nền kinh tế trong nước và quốc tế.

Qua việc đưa ra những lý luận cơ bản về hiệu quả SXKD, đề tài đã phân tích sâu về tình hình hoạt động kinh doanh của chi nhánh công ty trong 2 năm 2008-2009. Cùng với những số liệu thu thập được, đề tài đã sử dụng phương pháp so sánh, đối chiếu tổng hợp để phân tích các chỉ số về hiệu quả hoạt động kinh doanh, các chỉ số tài chính để đánh giá rõ nét về tình hình hoạt động kinh doanh trong 2 năm qua. Từ đó, đề tài nhận diện được điểm mạnh, điểm yếu, những thành tựu đã được và những hạn chế của công tác nâng cao hiệu quả kinh doanh của chi nhánh.

Trên cơ sở phân tích, đánh giá về hiệu quả kinh doanh của chi nhánh, đề tài đã đưa ra một số các giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng. Hy vọng giải pháp mà đề tài đưa ra sẽ có tính thực tiễn trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Phan Đức Dũng, Nguyễn Thị My. (2009). *Giáo trình Phân tích hoạt động kinh doanh*. Hà Nội: NXB Thống kê.

Lê Văn Tâm. (2000). *Giáo trình Quản trị doanh nghiệp*. Hà Nội: NXB Thống kê.

Ngô Thế Chi. (2001). *Giáo trình Đọc, lập, phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp*. Hà Nội: NXB Thống kê.

Ngô Đình Giao. (1997). *Giáo trình quản trị kinh doanh tổng hợp*. Hà Nội: NXB Thống kê.

Nguyễn Phương Thảo. (2009). “*Một số biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty CPTM Gia Trang*”. Luận văn tốt nghiệp Đại học dân lập Hải Phòng

Ngô Anh Hoàng. (2007). “*Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sử dụng vốn ở công ty TNHH Duy Thịnh*”. Luận văn tốt nghiệp Đại học Thương Mại

Nguyễn Thùy Trang. (2008). “*Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại chi nhánh công ty hóa dầu Hải Phòng*”. Luận văn tốt nghiệp Đại học Thương Mại

Hoàng Mai Hương. (2008). “*Phân tích tài chính và biện pháp nhằm cải thiện tình hình tài chính tại công ty PTS hải Phòng*”. Luận văn tốt nghiệp Đại học dân lập Hải Phòng

Lê Văn Chính. (2008). “*Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH thương mại TVT*”. Luận văn tốt nghiệp Đại học Thương Mại

Xuân Vũ. (12/11/2008). “*Cước vận tải biển giảm chưa từng thấy*”. Nguồn <http://vneconomy.vn/20081112033921163P0C10/cuoc-van-tai-bien-giam-chua-tung-thay.htm>.

Shipping Time. (12/2009). “*Giá cước vận tải biển tăng*”. Nguồn <http://www.nosco.com.vn/default.aspx?modul=home&ctr=news&id=11>.

TTXVN,(18/12/2008) http://www.vinafor.com.vn/Desktop.aspx/News/Tin-tuc-su-kien/Gia_cuoc_van_tai_bien_giam_toi_70/

PHỤ LỤC 1

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	Chi tiêu	Mã	Thuyết minh	Năm 2008	Năm 2009
1	Doanh thu hàng hóa và cung cấp dịch vụ	01	IV.08	4.115,774	4.507,884
2	Các khoản giảm trừ doanh thu	02			
3	Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ(10=01-02)	10		4.115,774	4.507,884
4	Giá vốn hàng bán	11		4.856	0
5	Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ(20=10-11)	20		4.110,914	4.507,884
6	Doanh thu hoạt động tài chính	21		2,469	8,719
7	Chi phí tài chính	22			
	- Trong đó lãi vay	23			
8	Chi phí quản lý kinh doanh	24		4.069,412	4.029,702
9	Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh(30=20+21-22-24)	30		39,061	486,842
10	Thu nhập khác	31			
11	Chi phí khác	32			
12	Lợi nhuận khác(40=31-32)	40			
13	Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế(50=30+40)	50		39,061	486,842
14	Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	51		9,765	121,71
15	Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp(60=50-51)	60	IV.09	29,296	365,132

(Nguồn: Phòng kế toán – CN công ty Quang Hưng Hải Phòng)

PHỤ LỤC 2
BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Đơn vị tính: triệu đồng

STT	CHỈ TIÊU	Năm 2009	Năm 2008
	TÀI SẢN		
A	A – TÀI SẢN NGẮN HẠN (100=110+120+130+140+150)	429,250	556,243
I	I.Tiền và các khoản tương đương tiền	156,967	525,8
II	II.Đầu tư tài chính ngắn hạn(120=121+129)		
1	1.Đầu tư tài chính ngắn hạn		
2	2.Dự phòng giảm giá đầu tư TC ngắn hạn(*)		
III	III.Các khoản phải thu ngắn hạn	272,282	39,442
1	1.Phải thu của khách hàng	177,069	3,268
2	2.Phải trả trước cho người bán	2,423	0
3	3.Các khoản phải thu khác	92,79	36,1745
4	4.Dự phòng phải thu khó đòi		
IV	IV.Hàng tồn kho		
1	1.Hàng tồn kho		
2	2.Dự phòng giảm giá hàng tồn kho(*)		
V	V.Tài sản ngắn hạn khác		
1	1.Thuế GTGT được khấu trừ		
2	2.Thuế và các khoản khác phải thu nhà nước		
3	3.Tài sản khác		
B	B – TÀI SẢN DÀI HẠN (200=210+220+230+240)		
I	I.Tài sản cố định		
1	1.Nguyên giá		
2	2.Giá trị hao mòn lũy kế(*)		

3	3.Chi phí xây dựng cơ bản dở dang		
II	II.Bất động sản đầu tư		
1	1.Nguyên giá		
2	2.Giá trị hao mòn lũy kế(*)		
III	III.Các khoản đầu tư tài chính dài hạn		
1	1.Đầu tư tài chính dài hạn		
2	2.Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn(*)		
IV	IV.Tài sản dài hạn khác		
1	1.Phải thu dài hạn		
2	2.Tài sản dài hạn khác		
3	3.Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi(*)		
	TỔNG CỘNG TÀI SẢN($250=100+200$)	429,250	565,243
	NGUỒN VỐN		
A	A- NỢ PHẢI TRẢ($300=310+320$)	276,581	535,947
I	I.Nợ ngắn hạn	276,581	535,947
1	1.Vay ngắn hạn		
2	2.Phải trả cho người bán	224,363	360,79
3	3.Người mua trả tiền trước	1,941	
4	4.Thuế và các khoản nộp nhà nước	15,743	14,812
5	5.Phải trả người lao động		
6	6.Chi phí phải trả	34,533	22,595
7	7.Các khoản phải trả ngắn hạn		137,75
8	8.Dự phòng phải trả dài hạn		
II	II.Nợ dài hạn		
1	1.Vay và nợ dài hạn		
2	2.Quỹ dự phòng trợ cấp mất việc làm		
3	3.Phải trả, nộp dài hạn khác		
4	4.Dự phòng phải trả dài hạn		

B	B – VỐN CHỦ SỞ HỮU (400=410+430)	152,669	29,296
I	I.Vốn chủ sở hữu	152,669	29,296
1	1.Vốn đầu tư của chủ sở hữu		
2	2.Thặng dư vốn cổ phần		
3	3.Vốn khác của chủ sở hữu		
4	4.Cổ phiếu quỹ(*)		
5	5.Chênh lệch tỷ giá hối đoái		
6	6.Các quỹ thuộc vốn chủ sở hữu		
7	7.Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	152,669	29,296
II	II.Quỹ khen thưởng phúc lợi		
	TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN(440=300+400)	429,250	556,243
	CÁC CHỈ TIÊU NGOÀI BẢNG		
1	1.Tài sản thuê ngoài		
2	2.Vật tư, hàng hóa nhận giữ hộ, nhận gia công		
3	3.Hàng hóa nhận giữ hộ, nhận ký gửi, ký cược		
4	4.Nợ khó đòi đã xử lý		
5	5.Ngoại tệ các loại		

(Nguồn: phòng kế toán – CN Công ty Quang Hưng Hải Phòng)

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
1.Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Xác lập và tuyên bố đề tài	1
3. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài.....	2
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
5.Nguồn số liệu nghiên cứu.....	2
6. Phương pháp nghiên cứu.....	3
7. Kết cấu khóa luận tốt nghiệp.....	3
CHƯƠNG I CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH	
DOANH CỦA DOANH NGHIỆP.....	
1.1. Khái niệm và vai trò về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.....	4
1.1.1. Khái niệm về hiệu quả sản xuất kinh doanh	4
1.1.2. Bản chất của hiệu quả SXKD.....	5
1.1.3. Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh	6
1.1.3.1. Đối với doanh nghiệp	6
1.1.3.2. Đối với nền kinh tế xã hội.....	6
1.2. Phân loại hiệu quả SXKD	7
1.2.1. Căn cứ theo thời gian	7
1.2.2. Căn cứ theo yêu cầu của tổ chức xã hội và tổ chức quản lý kinh tế	7
1.3. Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả SXKD.....	7
1.3.1. Đối với doanh nghiệp	7
1.3.2. Đối với người lao động	8
1.3.3. Đối với nền kinh tế.....	8
1.4. Phương pháp phân tích hiệu quả SXKD	8
1.4.1. Phương pháp so sánh.....	8
1.4.2. Phương pháp thay thế liên hoàn.....	10
1.4.3. Phương pháp số chênh lệch.....	11
1.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh	11
1.5.1. Các yếu tố bên ngoài	11

1.6. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	17
1.6.1. Chỉ tiêu tổng quát	17
1.6.2. Chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng chi phí	17
1.6.3. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh	18
1.6.4. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định	18
1.6.6. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động	20
1.6.7. Các chỉ tiêu sinh lời	20
1.6.8. Một số chỉ tiêu đánh giá tình hình tài chính của doanh nghiệp	21
CHƯƠNG II ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VỀ TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ GIAO NHẬN VẬN TẢI QUANG HƯNG CHI NHÁNH HẢI PHÒNG	25
2.1. Quá trình hình thành và phát triển của chi nhánh Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng tại Hải Phòng	25
2.1.1. Giới thiệu chung	25
2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển của chi nhánh công ty Quang Hưng tại Hải Phòng	26
2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ của Doanh nghiệp	27
2.1.4. Bộ máy quản lý và cơ chế điều hành của công ty Quang Hưng chi nhánh tại Hải Phòng	28
2.1.5. Những thuận lợi và khó khăn hiện nay của chi nhánh Công ty Quang Hưng tại Hải Phòng	29
2.2. Tình hình sản xuất kinh doanh tại chi nhánh	30
2.2.1. Phân tích môi trường tác động đến chi nhánh	30
2.2.2. Phân tích tình hình kinh doanh của chi nhánh trong thời gian qua	34
2.2.3. Phân tích các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh của chi nhánh Công ty Quang Hưng tại Hải Phòng	38
2.2.4. Đánh giá chung về kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng	47

CHƯƠNG III MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ GIAO NHẬN VẬN TẢI QUANG HƯNG CHI NHÁNH HẢI PHÒNG.....	49
3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển của chi nhánh Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng tại Hải Phòng trong thời gian tới.	49
3.1.1. Về công tác tổ chức và lao động	49
3.1.2. Về công tác kinh doanh.....	49
3.1.3. Về thông tin nội bộ.....	50
3.1.4. Về sản lượng, chất lượng sản phẩm	50
3.2. Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng	52
3.2.1. Thành lập phòng Marketing để đẩy mạnh công tác nghiên cứu mở rộng thị trường	52
3.2.2. Tăng tốc độ thu hồi các khoản phải thu	55
3.2.3. Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công nhân viên trong chi nhánh.....	57
3.2.4. Giảm thiểu chi phí trong kinh doanh	59
KẾT LUẬN	64
TÀI LIỆU THAM KHẢO	65
PHỤ LỤC 1	66
PHỤ LỤC 2	67

LỜI CAM KẾT

Tên đề tài: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH dịch vụ và giao nhận vận tải Quang Hưng.

Giáo viên hướng dẫn: ThS. NCS. Phan Thế Công

Tên sinh viên: Nguyễn Thị Huệ

Lớp: QT1001N

Địa chỉ sinh viên:

Số điện thoại liên lạc:

Ngày nộp khóa luận:

Lời cam kết: “Tôi xin cam đoan bản luận văn này là công trình do chính tôi nghiên cứu và soạn thảo. Tôi không sao chép từ bất kỳ một bài viết nào đã được công bố mà không trích dẫn nguồn gốc. Nếu có bất kỳ một sự vi phạm nào, tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm”.

Hải Phòng, ngày 25 tháng 06 năm 2010

Ký tên

Nguyễn Thị Huệ

LỜI CẢM ƠN

Trong thời gian thực tập tại Công ty TNHH giao nhận vận tải Quang Hưng chi nhánh Hải Phòng, thông qua việc nghiên cứu hiệu quả kinh doanh của công ty, tác giả đã thấy rõ được vai trò quan trọng của công tác này đối với các doanh nghiệp, đồng thời cũng thấy được những thuận lợi và khó khăn trong sản xuất kinh doanh của công ty.

Trong quá trình nghiên cứu đề tài gặp phải một số khó khăn và không thể tránh khỏi những thiếu sót, vì vậy tác giả rất mong nhận được sự giúp đỡ cũng như đóng góp ý kiến của ban giám đốc công ty, đặc biệt là phòng kinh doanh để tác giả có thể hoàn thành tốt đề tài luận văn của mình.

Tác giả xin gửi lời cảm ơn chân thành tới thầy Phan Thế Công, là người đã trực tiếp hướng dẫn và giúp đỡ tận tình tác giả hoàn thành đề tài luận văn tốt nghiệp của mình. Tác giả cũng xin gửi lời cảm ơn các thầy cô trong trường Đại học Dân lập Hải Phòng đã giảng dạy nhiệt tình và trang bị cho tác giả một nền tảng kiến thức vững chắc trong thời gian học tập tại trường.

Qua đây, tác giả xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới gia đình và bạn bè đã luôn động viên và khuyến khích tác giả trong suốt thời gian làm luận văn.

Đồng thời, tác giả cũng xin gửi lời cảm ơn trân trọng tới Ban giám đốc và các phòng ban, đặc biệt là phòng kinh doanh của Công ty TNHH giao nhận vận tải Quang Hưng đã giúp đỡ và tạo điều kiện cho tác giả hoàn thành đợt thực tập và bài luận văn tốt nghiệp.

Hải Phòng, ngày 25 tháng 06 năm 2010

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Huệ

