

LỜI MỞ ĐẦU

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

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế, là một chỉ tiêu chất lượng tổng hợp. Đánh giá hiệu quả kinh doanh chính là quá trình so sánh giữa chi phí bỏ ra và kết quả thu về với mục đích đã được đặt ra và dựa trên cơ sở giải quyết các vấn đề cơ bản của nền kinh tế này: sản xuất cái gì? Sản xuất như thế nào? Và sản xuất cho ai? Do đó việc nghiên cứu và xem xét vấn đề nâng cao hiệu quả kinh doanh là một đòi hỏi tất yếu đối với mỗi doanh nghiệp trong quá trình kinh doanh hiện nay. Việc nâng cao hiệu quả kinh doanh đang là một bài toán khó đòi hỏi mỗi doanh nghiệp đều phải quan tâm đến, đây là một vấn đề có ý nghĩa quan trọng quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, đòi hỏi các doanh nghiệp phải có độ nhạy bén, linh hoạt cao trong quá trình kinh doanh của mình. Vì vậy, qua quá trình thực tập ở công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội, với những kiến thức đã tích lũy được cùng với sự nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề này cho nên em đã chọn đề tài “Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội “ làm khóa luận tốt nghiệp.

Ngoài phần mở đầu và kết luận, khóa luận được trình bày với những nội dung sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Chương 2: Phân tích thực trạng về hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội.

Chương 3: Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội.

Với trình độ hiểu biết và thời gian nghiên cứu thực tế có hạn nên bài làm của em không tránh khỏi những thiếu sót. Vì vậy, em rất mong nhận được sự chỉ bảo của các thầy cô giáo và góp ý của các bạn để bài khóa luận của em được hoàn thiện hơn.

Sau cùng em xin chân thành cảm ơn tới tập thể cán bộ tại Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội, các thầy cô giáo trong bộ môn Quản trị kinh doanh, đặc biệt là cô giáo: VŨ THỊ LÀNH đã giúp đỡ em hoàn thành bài khóa luận này.

Em xin chân thành cảm ơn!

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1 Khái niệm và vai trò về hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

1.1.1. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả 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 kinh doanh. Hiệu quả 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 kinh doanh, đủ sức cạnh tranh trên thương trường.

Có rất nhiều quan điểm về hiệu quả kinh doanh. Sau đây là một số các quan điểm về hiệu quả 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 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 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 kinh doanh của các nhà kinh tế ta có thể đưa ra một khái niệm chung, thống nhất về hiệu quả kinh doanh như sau:

Hiệu quả 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 kinh doanh

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 kinh doanh 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 kinh doanh của doanh nghiệp là mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận.

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

Kết quả của hoạt động kinh doanh là những gì mà doanh nghiệp đạt được sau một quá trình kinh doanh nhất định, kết quả là mục tiêu cần thiết của mỗi doanh nghiệp. Kết quả hoạt động kinh doanh 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 kinh doanh 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 kinh doanh là mục tiêu cuối cùng của hoạt động kinh doanh 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 kinh doanh

1.1.3.1. Đối với doanh nghiệp

Hiệu quả 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 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 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 kinh doanh

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 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 kinh doanh

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 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

manh 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 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 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 doanh nghiệp để tìm doanh nghiệp khác với mức thu nhập cao hơn, điều kiện làm việc tốt hơn.

1.3.3 Đối với nền kinh tế

Hiệu quả kinh doanh được nâng cao thì quan hệ kinh doanh càng củng cố lực lượng kinh doanh phát triển. Việc doanh nghiệp đạt được hiệu quả 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 kinh doanh

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 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 trị số chỉ tiêu ở cùng kỳ năm trước.

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

- Khi nghiên cứu vị trí của doanh nghiệp: gốc so sánh là 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: $Q = Q_1 - Q_0$

Trong đó: ΔQ : Mức chênh lệch tuyệt đối

Q_1 : Trị số chỉ tiêu kỳ phân tích Δ

Q_0 : Trị số chỉ tiêu kỳ gốc

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

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 kê 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

❖ *Mục đích, điều kiện áp dụng:*

- Mục đích:

Xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến chỉ tiêu kinh tế từ đó giúp cho việc đề xuất các biện pháp được chính xác và cụ thể hơn.

- Điều kiện áp dụng:

Các nhân tố ảnh hưởng có mối quan hệ với chỉ tiêu phân tích ở phương trình kinh tế dạng tích số, thương số hoặc cả tích và thương.

❖ *Nội dung phương pháp:*

Bước 1: Xác định số lượng các nhân tố ảnh hưởng, mối quan hệ của các nhân tố với chỉ tiêu phân tích, công thức tính chỉ tiêu.

Bước 2: Sắp xếp các nhân tố theo trật tự nhất định: nhân tố số lượng xếp trước, nhân tố chất lượng xếp sau. Nếu có nhiều nhân tố số lượng thì nhân tố số lượng chủ yếu xếp trước, thứ yếu xếp sau và không được đảo lộn trật tự trong suốt quá trình phân tích.

Bước 3: Xác định đối tượng cụ thể của phân tích.

Tính trị số của chỉ tiêu ở các kỳ: kỳ phân tích và kỳ gốc.

Đối tượng cụ thể của phân tích = Trị số của chỉ tiêu kỳ phân tích - Trị số của chỉ tiêu kỳ gốc

Bước 4: Tiến hành thay thế và xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố.

- Quy tắc thay thế:

Nhân tố nào được thay thế nó sẽ lấy giá trị thực tế từ đó nhân tố nào chưa được thay thế thì giữ nguyên giá trị ở kỳ gốc. Mỗi lần thay thế chỉ được thay thế một nhân tố. có bao nhiêu nhân tố thì phải thay bấy nhiêu lần.

Mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đúng bằng hiệu số giữa kết quả của lần thay thế trước đó(với kết quả của kỳ gốc nếu nhân tố thay lần thứ nhất).

Bước 5: Tổng hợp mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đúng bằng với đối tượng cụ thể phân tích.

❖ *Ưu nhược điểm của phương pháp thay thế liên hoàn*

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 thay 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:

Nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố.

- Điều kiện áp dụng:

Khi các nhân tố ảnh hưởng có mối quan hệ tích số với chỉ tiêu phân tích.

❖ *Nội dung phương pháp:*

Cũng gồm 5 bước nhưng ở dạng rút gọn hơn. Khi tính mức độ ảnh hưởng của các nhân tố sẽ đơn giản hơn.

❖ *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 tới 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

1.5.1.1. Môi trường – Chính trị - Pháp luật

Sự ổn định chính trị được xác định là một trong những tiền đề quan trọng cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sự thay đổi của môi trường chính trị có thể ảnh hưởng có lợi cho một nhóm doanh nghiệp này nhưng lại kìm hãm sự phát triển của nhóm doanh nghiệp khác và ngược lại. Mức độ hoàn thiện, sự thay đổi và thực thi pháp luật trong nền kinh tế có ảnh hưởng lớn tới việc hoạch định và tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Môi trường này có tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi môi trường pháp luật ảnh hưởng đến mặt hàng sản xuất, ngành nghề, phương thức kinh doanh. Không những thế nó còn tác động đến chi phí doanh nghiệp: chi phí lưu thông, chi phí vận chuyển, mức độ về thuế. Đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu còn bị ảnh hưởng bởi chính sách thương mại quốc tế. Hạn ngạch do Nhà nước giao. Tóm lại môi trường chính trị luật pháp có ảnh hưởng rất lớn đến việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bằng cách tác động đến quá trình hoạt động của doanh nghiệp thông qua hệ thống pháp luật.

1.5.1.2 Môi trường kinh tế

Đây là nhân tố tác động rất lớn tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Nó bao gồm các chính sách đầu tư, chính sách phát triển kinh tế, chính sách vĩ mô... tác động tích cực hay tiêu cực tới sự phát triển của từng ngành, lĩnh vực

hay khu vực kinh tế từ đó tác động đến doanh nghiệp thuộc vùng, ngành kinh tế đó. Môi trường kinh tế tốt sẽ tạo ra sự dự báo tốt để doanh nghiệp ra quyết định đúng đắn các hoạt động đầu tư của mình.

1.5.1.3 Môi trường văn hóa xã hội

Mỗi yếu tố văn hoá xã hội đều có tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp theo cả hai hướng tích cực và tiêu cực. Các yếu tố về văn hoá như: Điều kiện xã hội, trình độ giáo dục, phong cách lối sống, tôn giáo, tín ngưỡng, sinh hoạt cộng đồng,... đều ảnh hưởng rất lớn. Yếu tố trình độ giáo dục sẽ ảnh hưởng tới doanh nghiệp đào tạo đội ngũ lao động chuyên môn cao và khả năng tiếp thu các kiến thức khoa học kỹ thuật, tác động tới việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp và ngược lại.

1.5.1.4 Cơ sở hạ tầng của nền kinh tế

Các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng như hệ thống đường giao thông, hệ thống thông tin liên lạc, điện nước đều là những nhân tố tác động mạnh mẽ đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp kinh doanh ở khu vực có hệ thống giao thông thuận lợi, điện nước đầy đủ, dân cư đông đúc và có trình độ dân trí cao sẽ có điều kiện thuận lợi để phát triển kinh doanh, tăng tốc độ tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu, nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

1.5.1.5 Môi trường tự nhiên

Môi trường tự nhiên bao gồm các nhân tố như khí hậu, thời tiết, mùa vụ, tài nguyên thiên nhiên, vị trí địa lý... Những nhân tố này ảnh hưởng rất lớn tới quy trình công nghệ, tiến độ thực hiện hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

1.5.2 Nhân tố bên trong

1.5.2.1 Nhân tố vốn

Đây là nhân tố quan trọng quyết định duy trì hoạt động 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 doanh nghiệp. Đây là nhân tố nằm trong tầm kiểm soát của doanh nghiệp vì vậy hoạch định chiến lược kinh doanh, doanh nghiệp 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.

1.5.2.2 Nhân tố quản trị

Đây là nhân tố quan trọng chính trong hoạt động 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 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.

1.5.2.3 Nhân tố lao động

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.

1.5.2.4 Nhân tố trình độ kỹ thuật công nghệ

Trình độ kỹ thuật tiên tiến cho phép doanh nghiệp chủ động nâng cao chất lượng hàng hóa, năng suất lao động, giá cả của hàng hóa, đặc điểm của sản phẩm. Nhờ vậy mà doanh nghiệp có thể tăng khả năng cạnh tranh của mình trên thị trường, tăng vòng quay vốn lưu động, tăng lợi nhuận đảm bảo cho quá trình tái sản xuất mở rộng. Ngược lại, trình độ kỹ thuật lạc hậu sẽ kìm hãm khả năng phát triển của doanh nghiệp khiến cho doanh nghiệp bị tụt hậu trong quá trình cạnh tranh với các doanh nghiệp khác.

1.6 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả 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 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 của doanh nghiệp. Chi phí phục vụ cho quá trình hoạt động kinh doanh của DN bao gồm: chi phí mua hàng, 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.

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

Hiệu quả sử dụng vốn là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng vốn của doanh nghiệp, để đạt được kết quả cao nhất trong quá trình kinh doanh với tổng chi phí thấp nhất.

► Sức sản xuất của vốn kinh doanh:

$$\text{Sức sản xuất của VKD} = \frac{\text{Tổng doanh thu thuần}}{\text{Vốn SXKD bình quân}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết một đồng vốn bỏ ra vào kinh doanh tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Bể thị khả năng tạo ra kết quả kinh doanh của một đồng vốn. Sức sản xuất của VKD càng cao chứng tỏ hiệu quả sử vốn càng cao và ngược lại.

► Sức sinh lời của vốn kinh doanh

$$\text{Sức sinh lời của VKD} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn sản xuất bình quân}}$$

Ý nghĩa: Sức sinh lời của vốn kinh doanh cho biết một đồng vốn sử dụng vào kinh doanh mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Chỉ tiêu này tính ra càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh càng cao và ngược lại sức sinh lời của vốn kinh doanh càng thấp chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn thấp dẫn đến hiệu quả kinh doanh giảm. Nhóm chỉ tiêu này có ý nghĩa chủ yếu về mặt xã hội trong việc kinh doanh tạo ra giá trị sản phẩm hàng hoá có khả năng đáp ứng hoặc đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

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

$$\text{Sức sinh lời TSCĐ} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Nguyên giá TSCĐ}}$$

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

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn CĐ} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng vốn CĐ bình quân}}$$

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 kinh doanh càng cao và ngược lại.

c. Hàm lượng vốn cố định (VCD).

$$\text{Hàm lượng vốn cố định} = \frac{\text{VCD bình quân}}{\text{Tổng doanh thu thuần}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết để tạo ra một đơn vị doanh thu thuần cần sử dụng bao nhiêu đơn vị vốn, tài sản cố định.

d. 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.

e. 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

- *Sức sản xuất của vốn lưu động (VLD).*

$$\text{Sức sản xuất của VLD} = \frac{\text{Tổng doanh thu}}{\text{VLD bình quân trong năm}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết một đồng vốn lưu động tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu thuần trong kỳ. Sức sản xuất của vốn lưu động càng lớn thì hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng tăng và ngược lại, nếu sức sản xuất của vốn lưu động càng nhỏ thì hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng giảm.

- *Sức sinh lời của vốn lưu động (VLD)*

$$\text{Sức sinh lời của VLD} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{VLD bình quân trong năm}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết 1 đồng vốn lưu động bình quân đem lại mấy đồng lợi nhuận thuần sau thuế. Sức sinh lời của vốn lưu động càng lớn thì hiệu quả sử dụng vốn càng cao và ngược lại.

- *Số vòng luân chuyển vốn lưu động.*

$$\text{Số vòng luân chuyển VLD} = \frac{\text{Tổng doanh thu thuần}}{\text{VLD bình quân trong năm}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết trong 1 năm vốn lưu động quay được mấy vòng. Nếu số vòng quay càng lớn chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng cao và ngược lại, nếu số vòng luân chuyển của vốn giảm sẽ làm giảm hiệu quả sử dụng của VLD.

- *Số ngày 1 vòng luân chuyển VLD.*

$$\text{Số ngày luân chuyển VLD} = \frac{360}{\text{Số vòng luân chuyển VLD}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết số thời gian cần thiết cho vốn lưu động quay được 1 vòng. Thời gian 1 vòng luân chuyển càng nhỏ thì tốc độ luân chuyển vốn lưu động càng lớn và làm rút ngắn chu kỳ kinh doanh, vốn vòng quay hiệu quả hơn.

► *Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động.*

$$\text{Hệ số đảm nhiệm VLD} = \frac{\text{VLD bình quân trong năm}}{\text{Tổng doanh thu thuần}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết để tạo ra được 1 đồng doanh thu cần bỏ ra bao nhiêu đồng vốn lưu động. Trị số của chỉ tiêu này càng nhỏ, chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn càng cao, số vốn tiết kiệm được càng nhiều.

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 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 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

Doanh lợi là chỉ tiêu tương đối biểu hiện quan hệ so sánh giữa mức lợi nhuận đạt được với mức chi phí để đạt được lợi nhuận đó.

➤ *Doanh lợi tiêu thụ:*

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu} = \frac{\text{LNST (LNSTT)}}{\text{Doanh thu}}$$

Là chỉ tiêu tổng hợp phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, cho biết số lợi nhuận sau thuế trong một trăm đồng doanh thu.

➤ *Doanh lợi tài sản: ROA*

$$\text{ROA} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế và lãi vay (EBIT)}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Hoặc: $\text{ROA} = \text{LNST} / \text{Tổng tài sản}$

Đây là một chỉ tiêu tổng hợp nhất được dùng để đánh giá khả năng sinh lời của một đồng vốn đầu tư. Tùy thuộc vào tình hình cụ thể của doanh nghiệp được phân tích và phạm vi so sánh mà người ta lựa chọn thu nhập trước thuế và lãi hoặc thu nhập sau thuế để so sánh với tổng tài sản.

➤ *Doanh lợi vốn chủ sở hữu: ROE*

$$\text{ROE} = \frac{\text{LNST}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh khả năng sinh lợi của vốn chủ sở hữu và được các nhà đầu tư đặc biệt quan tâm khi họ quyết định bỏ vốn đầu tư vào doanh nghiệp. Tăng mức doanh lợi vốn chủ sở hữu là một mục tiêu quan trọng nhất trong hoạt động quản lý tài chính doanh nghiệp.

➤ *Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh.*

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh} = \frac{\text{LNST (LNSTT)}}{\text{Vốn kinh doanh bình quân}}$$

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

* Cơ cấu nguồn vốn

Cơ cấu nguồn vốn phản ánh bình quân trong một đồng vốn kinh doanh mà doanh nghiệp đang sử dụng có mấy đồng vay nợ, có mấy đồng vốn chủ sở hữu. Hệ số nợ và hệ số vốn chủ sở hữu là hai tỷ số quan trọng nhất phản ánh cơ cấu nguồn vốn.

➤ Hệ số nợ:

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

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 đây cũng có thể coi là một chính sách, chiến lược của doanh nghiệp để gia tăng lợi nhuận vì đang được hưởng chiếm dụng vốn từ bên ngoài, tuy nhiên cần phải kiểm soát hệ số này một cách chặt chẽ.

➤ Hệ số nguồn vốn chủ sở hữu (tỷ suất tự tài trợ)

$$\text{Hệ số nguồn vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Nguồn vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng nguồn vốn}} = 1 - \text{hệ số nợ}$$

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 vay.

* Cơ cấu tài sản

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

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

$$\begin{aligned} \text{Tỷ suất đầu tư vào} &= \frac{\text{TSLĐ và đầu tư ngắn hạn}}{\text{Tài sản ngắn hạn}} * 100 \\ \text{Cơ cấu tài sản} &= \frac{\text{TSLĐ và đầu tư ngắn hạn}}{\text{TSCĐ và đầu tư dài hạn}} \end{aligned}$$

1.6.8.2 Chỉ tiêu về khả năng thanh toán

► *Hệ số khả năng thanh toán tổng quát.*

Là mối quan hệ giữa tổng tài sản mà doanh nghiệp đang quản lý và sử dụng với tổng số nợ phải trả.

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

Nếu hệ số này nhỏ hơn 1 là báo hiệu khả năng phá sản của doanh nghiệp, vốn chủ sở hữu bị mất toàn bộ, toàn bộ tài sản của doanh nghiệp không đủ để trả số nợ mà doanh nghiệp phải thanh toán.

► *Hệ số khả năng thanh toán nợ ngắn hạn.*

Là mối quan hệ giữa tài sản ngắn hạn mà doanh nghiệp đang quản lý và sử dụng với các khoản nợ ngắn hạn.

$$\text{Hệ số khả năng thanh toán nợ ngắn hạn} = \frac{\text{Tài sản ngắn hạn}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}}$$

Đây là chỉ tiêu cho biết, với tổng giá trị thuần của TSLĐ và đầu tư ngắn hạn hiện có, doanh nghiệp có đảm bảo khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn hay không. Trị số của chỉ tiêu tính ra càng lớn, khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp càng cao và ngược lại.

➤ *Hệ số khả năng thanh toán nhanh.*

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

Hệ số này lớn chứng tỏ khả năng thanh toán của doanh nghiệp là tương đối khả quan, còn nếu trị số của chỉ tiêu này nhỏ chứng tỏ doanh nghiệp có thể gặp khó khăn trong việc thanh toán công nợ.

➤ *Hệ số thanh toán tức thời.*

$$\text{Hệ số thanh toán tức thời} = \frac{\text{Tiền + Các khoản tương đương tiền}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}}$$

Hệ số này phản ánh khả năng thanh toán ngay lập tức của doanh nghiệp bằng tiền mặt, tiền gửi ngân hàng, tiền đang chuyển.

➤ *Hệ số thanh toán nợ dài hạn.*

Nợ dài hạn là những khoản nợ có thời gian đáo hạn trên một năm, Doanh nghiệp đi vay dài hạn để đầu tư hình thành TSCĐ. Số dư nợ dài hạn thể hiện số nợ dài hạn mà doanh nghiệp còn phải trả cho chủ nợ. Nguồn để trả nợ dài hạn chính là giá trị TSCĐ được hình thành bằng vốn vay chưa thu hồi.

$$\text{Hệ số thanh toán nợ dài hạn} = \frac{\text{Giá trị còn lại của TSCĐ được hình thành từ vốn vay hoặc nợ dài hạn}}{\text{Nợ dài hạn}}$$

1.6.8.3 Các chỉ tiêu 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.

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

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.

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

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.

CHƯƠNG 2:

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG VỀ TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH LOCK&LOCK HÀ NỘI

2.1 Tổng quan về công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội

2.1.1 Giới thiệu chung về công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội

- Công ty trách nhiệm hữu hạn Lock&Lock Hà Nội là công ty hoạt động trong lĩnh vực cung ứng hàng gia dụng và đồ dùng trong bếp. Được cấp giấy phép kinh doanh tại Việt Nam số : 472043000310.

- Công ty Lock&Lock có trụ sở chính đặt tại Hàn Quốc và có văn phòng đại diện tại Hà Nội. Lock&Lock đã có mặt trên 80 quốc gia trên thế giới.

Tại Hà Nội:

Địa chỉ: P A304b, tòa tháp The Manor, Mỹ Đình, Hà Nội

Lock & Lock Hà Nội là công ty 100% vốn nước ngoài, được thành lập từ tháng 07 năm 2007.

Điện thoại: 04. 37940496

Fax : + 84.4.6297.8321

MST: 0103401934

Website: www.locknlock.com.vn

2.1.2 Chức năng và nhiệm vụ của doanh nghiệp

2.1.2.1 Chức năng

- Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội cung ứng hàng gia dụng và đồ dùng bếp ra thị trường.

- Các lĩnh vực kinh doanh chủ yếu của doanh nghiệp:

+ Sản xuất và phân phối vật dụng nhà bếp và đồ gia dụng

- Các sản phẩm nhập khẩu chính của doanh nghiệp:

+ Hộp bảo quản thực phẩm

+ Bình đựng nước

+ Bình giữ nhiệt

+ Bộ đồ nấu bếp

+ Máy hút chân không

- + Tủ vải, túi thông minh
- Các thị trường nhập khẩu chủ yếu:
 - + Thị trường Hàn Quốc
 - + Thị trường Trung Quốc
 - + Thị trường Nhật Bản

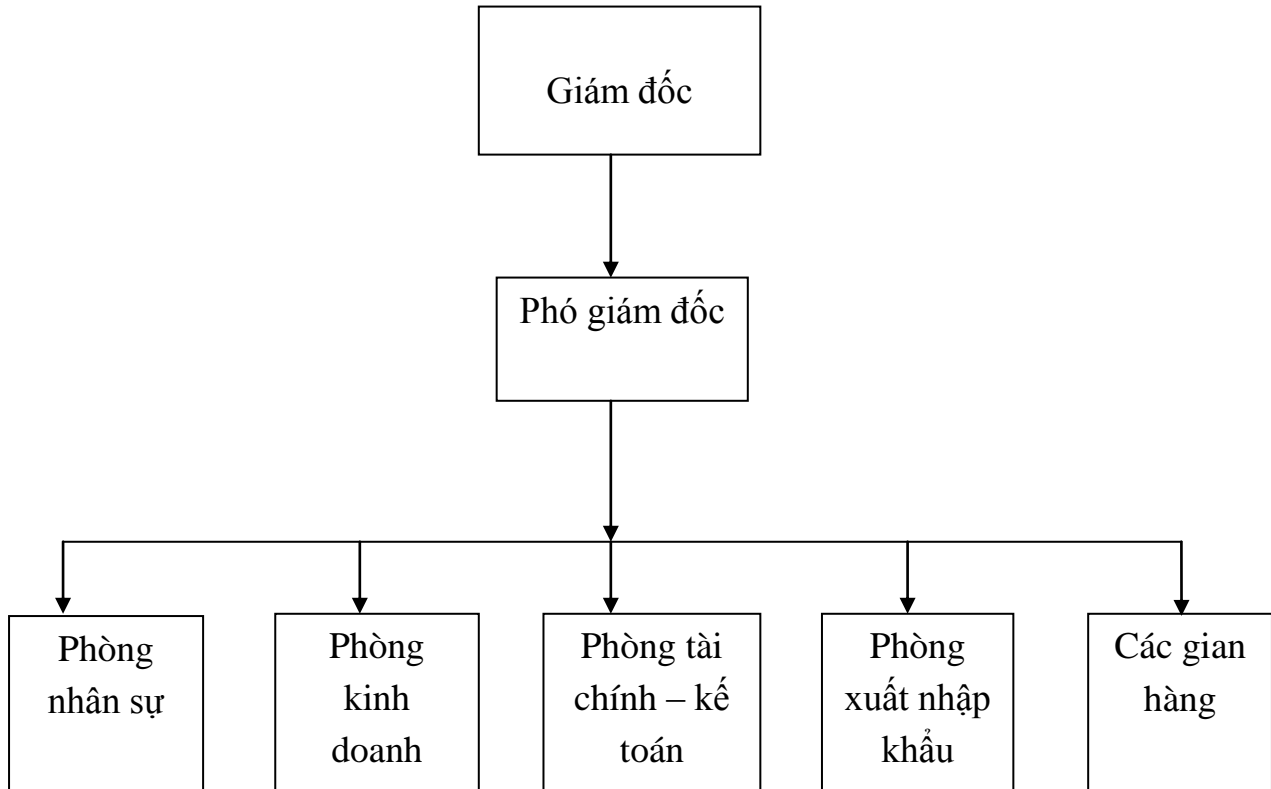
2.1.2.2 Nhiệm vụ

- Mở rộng và phát triển kinh doanh, thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ đối với Nhà nước.
- Lập kế hoạch đầu tư, xây dựng và từng bước đổi mới cơ sở vật chất kỹ thuật, hệ thống trang thiết bị hiện đại.
- Đảm bảo an toàn về hàng hóa, an toàn trong vận chuyển, an toàn lao động.
- Chú trọng đầu tư trang thiết bị, đào tạo công nhân viên và đảm bảo môi trường.
- Hoạt động kinh doanh trong khuôn khổ pháp luật, hạch toán và báo cáo trung thực theo chế độ Nhà nước quy định.
- 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.
- 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.

2.1.3 Cơ cấu tổ chức của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội

2.1.3.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức

Sơ đồ 1: Sơ đồ bộ máy tổ chức quản lý của Công ty



Cơ cấu tổ chức của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội theo trực tuyến chức năng. Bao gồm giám đốc của công ty, phó giám đốc và các phòng ban trong công ty.

2.1.3.2 Nhiệm vụ của các phòng ban

- Giám đốc Công ty:

Là người đại diện theo pháp luật của Công ty, đảm nhận việc kí kết hợp đồng, đưa ra các quyết định đầu tư, mua sắm tài sản cố định, đầu tư phát triển hoạt động kinh doanh, ban hành các quy chế, quy định trong nội bộ công ty như thời gian làm việc, chế độ thưởng, phạt..., chịu trách nhiệm về các báo cáo tài chính.

Có trách nhiệm chỉ đạo chung và điều hành toàn bộ mọi hoạt động của Công ty, là người chịu trách nhiệm cao nhất về toàn bộ hoạt động kinh doanh tại Công ty, chịu trách nhiệm với Nhà nước về mọi hoạt động của công ty.

Hoạch định các chính sách, các kế hoạch cung cấp nguồn lực cho hoạt động kinh doanh của Công ty.

Xây dựng mục tiêu, chiến lược, dự án phát triển hoạt động kinh doanh.

- **Phó giám đốc:** là người đứng sau Giám đốc, có trách nhiệm hoàn thành nhiệm vụ Giám đốc phân công và chịu trách nhiệm trước Giám đốc về công tác chỉ đạo điều hành nhiệm vụ đó, và kết quả hoạt động kinh doanh của công ty.

- **Phòng nhân sự:** Là phòng nghiệp vụ tham mưu cho Giám đốc về công tác tổ chức cán bộ, lao động, tiền lương trong hoạt động kinh doanh của Công ty. Phòng có các nhiệm vụ sau:

✓ Nắm chế độ, chính sách điều động, tuyển dụng, quản lý lưu trữ hồ sơ bảo hộ lao động cho toàn bộ công nhân viên trong Công ty.

✓ Thực hiện các chính sách liên quan đến người lao động, theo dõi lao động, an toàn lao động như các chính sách về BHXH, BHYT...

✓ Theo dõi chấm công, làm lương, xét nâng lương, thưởng cho toàn bộ công nhân viên trong Công ty.

- **Phòng kinh doanh:** Là bộ phận chịu trách nhiệm lập kế hoạch tiêu thụ sản phẩm, xây dựng chiến lược kinh doanh, đàm phán kí kết các hợp đồng kinh tế, tạo nguồn hàng điều chỉnh các khâu xuất hàng tới các siêu thị, đại lí, quản lý hàng, hóa đơn chứng từ, hệ thống sổ sách theo dõi thống kê báo cáo, đồng thời thực hiện các hoạt động Marketing – Mix, tìm kiếm khách hàng mới, mở rộng thị trường cũng như xúc tiến hoạt động bán hàng.

- **Phòng tài chính kế toán:** Hạch toán, thống kê các hoạt động sản xuất kinh doanh theo quy định của nhà nước. Tham mưu giúp việc cho giám đốc, thực hiện nghiêm túc các quy định về kế toán - tài chính hiện hành. Phân tích các hoạt động sản xuất kinh doanh. Thường xuyên cung cấp cho giám đốc về tình hình tài chính, nguồn vốn, hiệu quả sử dụng vốn. Lập kế hoạch về vốn và đào tạo cho các hoạt động kinh doanh.

- **Phòng xuất nhập khẩu:** Chịu trách nhiệm nhập khẩu hàng gia dụng từ thị trường nước ngoài về Công ty để tiêu thụ tại thị trường Việt Nam và lên kế hoạch nhập khẩu cho các lô hàng đó.

- **Các gian hàng:** Là nơi bày bán các sản phẩm của doanh nghiệp ra ngoài thị trường.

2.1.4 Hoạt động Marketing của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội

2.1.4.1 Thị trường tiêu thụ

Nắm bắt được tâm lý khách hàng công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội đã lựa chọn mặt hàng kinh doanh là hàng gia dụng cao cấp, không gây hại tới sức khỏe con người. Khách hàng mà công ty nhắm tới là các khách hàng có thu nhập ở mức trung bình trở lên. Công ty lựa chọn kênh phân phối chủ yếu là bày bán tại các siêu thị ví dụ như Bigc, Thái Hà, Vincom... Với kênh phân phối này giúp cho công ty tạo được sự tin tưởng cao với người tiêu dùng và không gây tốn kém cho công ty do phải xây dựng kênh phân phối riêng. Khách hàng rất dễ dàng tìm thấy sản phẩm Lock&Lock Hà Nội tại các siêu thị Big C trên thị trường miền Bắc. Công ty lựa chọn kênh phân phối qua các đại lý là chủ yếu nên việc thực hiện chương trình xúc tiến thương mại cũng có được những thuận lợi đáng kể, do chính các siêu thị mang lại.

2.1.4.2 Đối thủ cạnh tranh

Hàng gia dụng được coi như mặt hàng thiết yếu trong cuộc sống con người, chính vì vậy mà với thị trường sản phẩm này công ty gặp rất nhiều đối thủ cạnh tranh, có thể kể đến như Công ty Đại Đồng Tiến, Công ty Super Lock, công ty phân phối nhựa từ Nhật Bản.

2.1.5 Tình hình lao động trong công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội

Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội là công ty có quy mô ở mức trung bình, số lượng lao động trong công ty cũng không quá nhiều nhưng công ty luôn đòi hỏi những nguồn lao động có khả năng đáp ứng được nhu cầu công việc, có trình độ về chuyên môn, nghiệp vụ, có tinh thần trách nhiệm cao. Tính đến năm 2010 công ty có tổng số cán bộ, nhân viên là 150 người.

* Về số lượng lao động

**BẢNG 1: SỐ LƯỢNG LAO ĐỘNG TRONG CÔNG TY
TNHH LOCK & LOCK HÀ NỘI**

Đơn vị: Người

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
Lao động trực tiếp	98	115	17	17,3
Lao động gián tiếp	22	35	13	59
Tổng số lao động	120	150	30	25

(Nguồn: Phòng nhân sự- công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

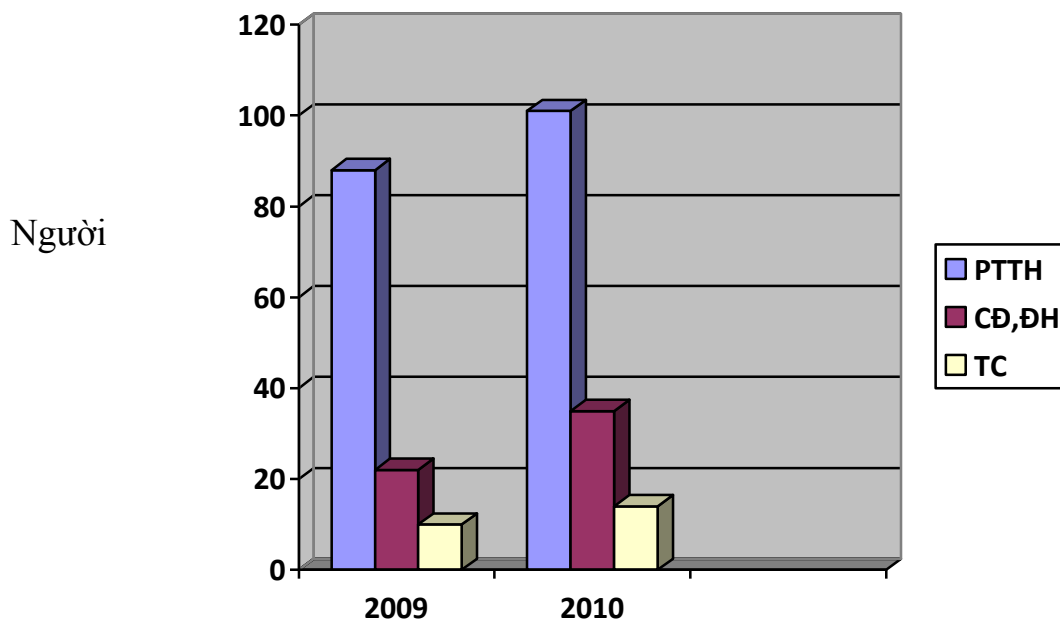
Qua bảng trên ta thấy tổng số lao động của công ty năm 2010 đã tăng so với năm 2009 là 30 người tương ứng với tốc độ tăng là 25%. Sở dĩ có sự tăng lên như vậy là do lao động trực tiếp và lao động gián tiếp của công ty năm 2010 đều tăng so với năm 2009. Cụ thể là lao động trực tiếp của công ty năm 2010 đã tăng 17,3% còn lao động gián tiếp tăng rất cao là 59%. Nguyên nhân của sự tăng lên về số lượng lao động là do công ty có sự tăng lên về quy mô thị trường, năm 2010 công ty mở thêm một số chi nhánh và gian hàng mới trên địa bàn miền Bắc nước ta, việc mở rộng thị trường đã thúc đẩy hoạt động kinh doanh của công ty vì vậy mà công ty cần tuyển dụng thêm lao động để có thể đáp ứng được hoạt động kinh doanh của mình.

* Cơ cấu lao động theo mức độ đào tạo

BẢNG 2: CƠ CẤU LAO ĐỘNG THEO MỨC ĐỘ ĐÀO TẠO

Năm	Năm 2009		Năm 2010	
	Số lượng (Người)	Tỷ trọng (%)	Số lượng (Người)	Tỷ trọng (%)
Đại học, cao đẳng	22	18,33	35	23,33
Trung cấp	10	8,33	14	9,33
PTTH	88	73,3	101	67,3
Tổng	120	100	150	100

(Nguồn: Phòng nhân sự - công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)



Biểu đồ 1: Cơ cấu lao động theo mức độ đào tạo

Qua sơ đồ trên ta thấy số lượng lao động trong công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội chủ yếu là lao động phổ thông được đào tạo chuyên nghiệp tại công ty. Lao động phổ thông làm việc ở các bộ phận như bán hàng là chủ yếu ngoài ra còn làm ở kho hay bên vận chuyển hàng hóa. Nhìn vào biểu đồ trên ta dễ dàng nhận ra số lượng lao động có sự gia tăng đáng kể qua các năm từ năm 2009 đến năm 2010 từ 120 lên 150, sự gia tăng này không chỉ thể hiện bằng sự tăng lên về số lượng, mà nó còn là sự gia tăng theo mức độ đào tạo, từ 22 người tốt nghiệp cao đẳng đại học năm 2009 lên thành 35 người năm 2010. Trung cấp năm 2009 là 10 người, năm 2010 đã tăng lên thành 14 người. Năm 2010 tỷ trọng tốt nghiệp lao động phổ thông là 67,3% so với năm 2009 là 73,3%, như vậy năm 2010 đã giảm đi so với năm 2009.

* Cơ cấu lao động theo nhóm tuổi

BẢNG 3: CƠ CẤU LAO ĐỘNG THEO NHÓM TUỔI NĂM 2010

Nhóm tuổi lao động	Số lượng (Người)	Tỷ lệ (%)
Từ 18 – 25	117	78
Từ 25 – 35	28	18.67
Từ 35 – 45	5	3.33

(Nguồn: Phòng nhân sự - công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Nhìn vào bảng trên ta thấy số lượng lao động trong độ tuổi 18 – 25 là cao nhất chiếm tới 78%, từ 25 – 35 tuổi là 18.67% và chiếm tỷ lệ ít nhất là 3.33% ở độ tuổi từ 35 - 45. Điều đó cho thấy cơ cấu lao động trong công ty là lao động trẻ. Lao động trẻ cũng là một lợi thế cho công ty vì lao động trẻ luôn năng động, sáng tạo và nhiệt tình trong công việc phù hợp với hình thức kinh doanh mua đi bán lại của doanh nghiệp. Tuy nhiên lao động trẻ cũng có những nhược điểm như dễ dãi bỏ công việc hiện tại để tìm kiếm việc làm mới hay những quyết định của họ chưa được chín chắn vì lao động trẻ có ít kinh nghiệm làm việc hơn so với những người trung tuổi.

2.1.6 Những thuận lợi và khó khăn

2.1.6.1 Thuận lợi

*** Khách quan**

- Xã hội ngày càng phát triển, đời sống của người dân ngày càng nâng cao chính vì vậy mà nhu cầu mong muốn được sử dụng những mặt hàng thiết yếu, tốt cho sức khỏe của người dân càng cao hơn. Năm bắt được nhu cầu đó công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội đã tung ra thị trường dòng sản phẩm hàng gia dụng cao cấp không gây hại cho sức khỏe con người, bên cạnh đó sản phẩm của Công ty lại có nhiều tính năng vượt trội nên đã được người tiêu dùng ưu thích và lựa chọn.

*** Chủ quan**

- Sản phẩm của Công ty kinh doanh đã đạt nhiều chứng nhận nên có uy tín trên toàn cầu, chính vì lý do đó việc xâm nhập vào thị trường Việt Nam có một lợi thế rất lớn với công ty. Công ty không mất nhiều chi phí cho việc quảng bá hình ảnh sản phẩm, cũng như đánh bóng thương hiệu cho mình.

- Việc lựa chọn kênh phân phối chủ yếu qua các siêu thị và qua hệ thống cửa hàng của công ty đã mang lại một hệ thống kênh phân phối rất rộng lớn và gần gũi, tạo uy tín với người tiêu dùng.

- Do đặc thù là công ty hoạt động trong lĩnh vực thương mại nên đội ngũ cán bộ, nhân viên của công ty được tuyển chọn và đào tạo rất kỹ lưỡng, họ luôn năng động, nhiệt tình, và hết sức chuyên nghiệp.

2.1.6.2 Khó khăn

*** Khách quan:**

- Công ty kinh doanh trên thị trường có nhiều đối thủ cạnh tranh nên Công ty vẫn phải đối mặt với không ít những khó khăn như: sự cạnh tranh về thị trường, khách hàng...

Ví dụ có thể kể đến một số đối thủ cạnh tranh như: Công ty Đại Đồng Tiên, Công ty Super Lock...

- Sản phẩm chủ yếu phải nhập từ thị trường nước ngoài. Chính vì vậy mà doanh nghiệp có thể gặp một số khó khăn như làm thủ tục hải quan khi nhập khẩu, khó khăn về vận chuyển, kho bãi...ngoài ra nhập khẩu có thể gặp khó khăn khi lạm phát, khủng hoảng kinh tế xảy ra, chênh lệch giữa đồng ngoại tệ và nội tệ lớn, dẫn đến doanh nghiệp sẽ phải mua hàng với giá đầu vào cao...

*** Chủ quan:**

- Giá là một lợi thế rất lớn khi kinh doanh tuy nhiên sản phẩm của Công ty lại có giá cao hơn so với đối thủ cạnh tranh.

Ví dụ: Hộp bảo quản bằng thủy tinh của lock&lock LLG122 450ml với giá: 182.000VNĐ. Hộp Super Lock thủy tinh chữ nhật 450ml của công ty super lock có giá: 97.900VNĐ.

2.2 Phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH

Lock&Lock Hà Nội

2.2.1 Đánh giá chung về hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty

TNHH Lock&Lock Hà Nội

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 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.

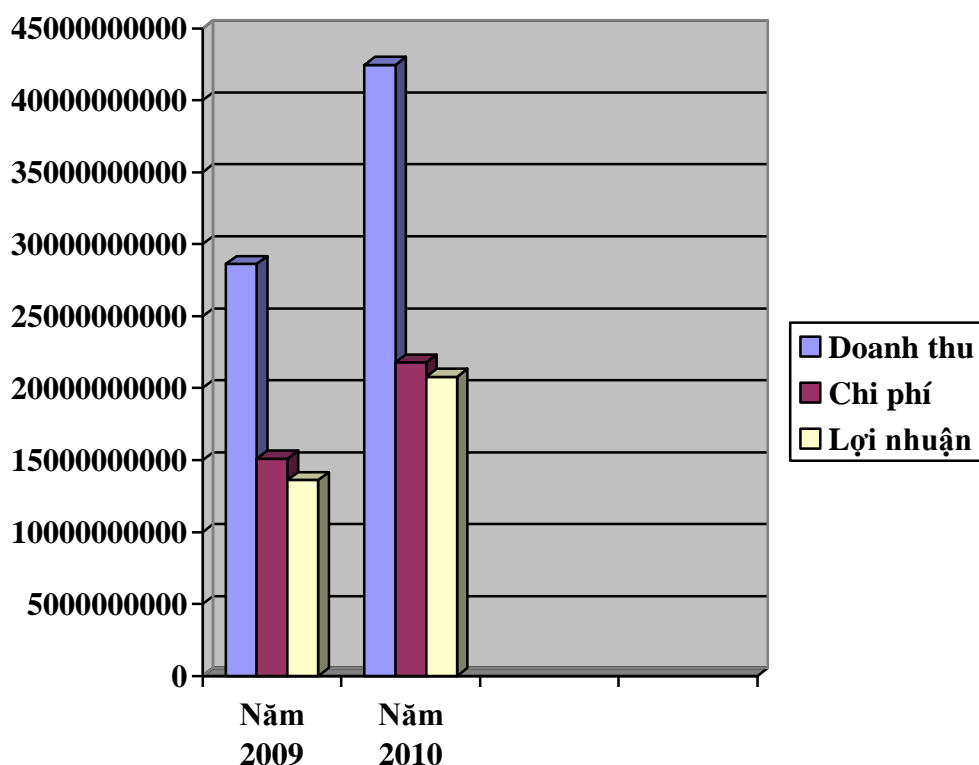
Để biết công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội hoạt động kinh doanh có hiệu quả hay không ta đi phân tích các số liệu trong bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trong 2 năm 2009, 2010 như sau:

BẢNG 4: BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH LOCK&LOCK HÀ NỘI NĂM 2009, 2010

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Mã số	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Δ	%
Doanh thu cung cấp hàng hóa dịch vụ	01	28.640.000.000	42.469.019.638	13.829.019.630	48,29
Doanh thu thuần về cung cấp dịch vụ	10	28.640.000.000	42.469.019.638	13.829.019.630	48,29
Giá vốn bán hàng	11	7.160.000.000	10.617.254.910	3.457.254.910	48,286
Lợi nhuận gộp về cung cấp dịch vụ	20	21.480.000.000	31.851.764.720	10.371.764.720	48,29
Chi phí bán hàng	24	2.470.423.700	2.978.450.000	508.026.300	20,56
Chi phí quản lý doanh nghiệp	25	892.548.692	1.203.475.259	310.926.567	34,8
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	30	18.117.027.608	27.669.839.461	9.552.811.853	52,73
Thu nhập khác	31	81.652.564	92.354.461	10.701.897	13,11
Chi phí khác	32	50.278.640	51.161.259	882.619	1,76
Lợi nhuận khác	40	31.373.924	41.193.202	9.819.278	31,3
Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	50	18.148.401.532	27.711.032.663	9.562.631.131	52,7
Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành	51	4.537.100.383	6.927.758.166	2.390.657.783	52,7
Lợi nhuận sau thuế	60	13.611.302.149	20.783.274.497	7.171.972.348	52,7

(Nguồn Phòng tài chính kế toán công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)



Biểu đồ 3: Biểu đồ tổng doanh thu, chi phí và lợi nhuận năm 2009,2010

Qua báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trên ta thấy kết quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội năm 2010 so với năm 2009 đã đạt hiệu quả rất tốt được thể hiện thông qua các con số và tỷ lệ tăng trưởng như sau:

- Tổng doanh thu bán hàng của năm 2010 là 42.469.019.638(đồng) so với năm 2009 là 28.640.000.000(đồng) đã tăng 48,29% tương ứng với 13.829.019.630 (đồng). Đây là một tỷ lệ tăng trưởng khá cao của Công ty. Doanh thu của năm 2010 tăng là do những nguyên nhân sau:

+ Do nền kinh tế Việt Nam gặp khó khăn do khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2009, vì lý do khách quan đó nên người tiêu dùng cũng áp dụng chính sách thắt chặt chi tiêu, đến đầu năm 2010 nền kinh tế Việt Nam cơ bản thoát khỏi tình trạng khủng hoảng kinh tế, lúc này nền kinh tế Việt Nam cũng có những bước tiến khởi sắc hơn, thúc đẩy cầu tiêu dùng tăng cao. Nắm bắt được nhu cầu thị trường, công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội đã cung ứng kịp thời và

đúng nhu cầu của khách hàng. Bán được số lượng hàng hóa lớn hơn, dẫn đến doanh thu của công ty năm 2010 tăng cao so với năm 2009.

+ Công tác quản lý và công tác bán hàng đã được Công ty thực hiện tốt. Các bộ phận phòng, ban, đơn vị chức năng đã phối hợp một cách nhịp nhàng có hiệu quả, từ khâu quản lý chung cho đến những khâu bán hàng, vận chuyển... tất cả đã tạo thành một khối thống nhất đem lại cho Công ty hiệu quả hoạt động kinh doanh có một kết quả rất tốt.

+ Công ty luôn giữ uy tín với khách hàng, luôn đảm bảo đem đến cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng tốt nhất, luôn nhiệt tình phục vụ khách hàng nên càng thu hút thêm nhiều khách hàng, bán hàng mới. Chính điều đó đã góp phần làm cho hoạt động kinh doanh của Công ty ngày càng tốt hơn.

- Các chi phí của năm 2010 đều tăng hơn so với năm 2009. Cụ thể là giá vốn hàng bán năm 2010 tăng hơn năm 2009 là 3.457.254.910(đồng) tương ứng với 48,28%, chi phí quản lý doanh nghiệp cũng tăng 310.926.567(đồng) so với năm 2009 tương ứng với 34,8%, chi phí bán hàng cũng tăng lên 508.026.300(đồng) tương ứng 20,56%, Ngoài ra chi phí khác năm 2010 cũng tăng hơn năm 2009 là 882.619 (đồng) tương ứng 1,76% dẫn đến tổng chi phí tăng lên từ 15.110.351.415 (đồng) lên tới 21.778.099.594 tăng 6.667.748.180(đồng) so với năm 2009 với phần trăm tăng tương ứng là 44,1%.

- Lợi nhuận gộp của Công ty tăng rất lớn là 10.371.764.720 (đồng) tương ứng với 48,29% vì vậy làm cho lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh tăng lên 9.552.811.853 (đồng) tương ứng 52,73%.

- Lợi nhuận sau thuế năm 2010 là 20.783.274.497 (đồng) so với năm 2009 là 13.611.302.149 (đồng) đã tăng lên 7.171.972.348 (đồng) tương ứng với 52,7%. Điều đó chứng tỏ công ty đã hoạt động kinh doanh có hiệu quả, đặc biệt là trong công tác bán hàng đã đem về cho công ty một khoản doanh thu rất lớn. Đây là một tín hiệu đáng mừng thể hiện sự cố gắng nỗ lực hết mình của cán bộ công nhân viên của công ty trong năm qua.

2.2.2 Phân tích hiệu quả về chi phí

BẢNG 5: CHỈ TIÊU VỀ HIỆU QUẢ SỬ DỤNG CHI PHÍ

Đơn vị tính: đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Δ	%
1	Giá vốn hàng bán	7.160.000.000	10.617.254.910	3.457.254.910	48,28
2	Chi phí bán hàng	2.470.423.700	2.978.450.000	508.026.300	20,56
3	Chi phí quản lý doanh nghiệp	892.548.692	1.203.475.259	310.926.567	34,8
4	Chi phí khác	50.278.640	51.161.259	882.619	1,76
5	Tổng chi phí (1+2+3+4)	15.110.351.415	21.778.099.594	6.667.748.180	44,1
6	Doanh thu thuần	28.640.000.000	42.469.019.638	13.829.019.630	48,3
7	Thu thập khác	81.652.564	92.354.461	10.701.897	13,11
8	Tổng doanh thu(6+7)	28.721.652.560	42.561.374.090	13.839.721.530	48,2
9	Lợi nhuận sau thuế	13.611.302.149	20.783.274.497	7.171.972.348	52,7
10	Hiệu quả sử dụng chi phí (8/5)	1,9	1,95	0,05	2,6
11	Tỷ suất lợi nhuận chi phí (9/5)	0,9	0,95	0,05	5,55

(Nguồn: Bảng báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Qua bảng trên ta thấy các chi phí của năm 2010 đều tăng hơn so với năm 2009 cụ thể là:

- Giá vốn hàng bán cũng tăng lên từ 7.160.000.000 (đồng) của năm 2009 lên 10.617.254.910 (đồng) vào năm 2010 và tăng một lượng tuyệt đối là 3.457.254.910 (đồng), tương ứng với 48,286%. Sở dĩ có sự tăng lên về giá vốn hàng bán là do có sự tăng lên về quy mô thị trường của công ty, trong năm 2010 công ty đã mở rộng thêm một số chi nhánh và gian hàng trên địa bàn miền Bắc nước ta, việc mở rộng thị trường đã thúc đẩy hoạt động kinh doanh của công ty, giúp công ty tiêu thụ được nhiều sản phẩm trên thị trường hơn so với năm 2009. Việc công ty tiêu thụ được nhiều sản phẩm, chứng tỏ công ty phải nhập thêm nhiều sản phẩm hơn để có thể đáp ứng được nhu cầu thị trường cũng như giúp cho hoạt động kinh doanh của công ty được tốt hơn. Ngoài ra, việc giá vốn hàng bán tăng lên một phần là do giá xăng dầu tăng có ảnh hưởng trực tiếp tới chi phí vận chuyển hàng hóa về kho, khiến chi phí này cao hơn so với năm 2009.

- Chi phí quản lý doanh nghiệp của năm 2010 là 1.203.475.259(đồng) đã tăng khá cao so với năm 2009 là 310.926.567(đồng) tương ứng với 34,8%. Chi phí quản lý doanh nghiệp cao một phần là do có sự tăng mạnh về số lượng công nhân viên quản lý trong năm 2010, cộng thêm là do nguyên nhân khách quan tác động từ môi trường kinh tế xã hội: lạm phát tăng cao dẫn tới giá cả tăng cao đòi hỏi thu nhập của công nhân viên cũng cần tăng theo vì vậy mà lương cũng phải tăng. Điều này chứng tỏ quy mô của công ty đang phát triển, hứa hẹn một năm 2011 sẽ phát triển cao hơn nữa.

- Chi phí bán hàng năm 2010 là 2.978.450.000(đồng), năm 2009 là 2.470.423.700(đồng), năm 2010 có sự tăng lên là 508.026.300(đồng), đạt mức tăng trưởng tương đối là 20,56% so với năm 2009. Nguyên nhân dẫn đến chi phí bán hàng tăng lên là do: Thứ nhất, có sự tăng mạnh về nhân viên bán hàng trong năm 2010 tăng cao hơn năm 2009. Thứ hai, trong năm 2010 công ty đã chú trọng đầu tư vào hoạt động Marketing nhiều hơn năm 2009, Tính trong tháng 8 năm 2010 công ty đã mở 5 đợt quảng cáo trên địa bàn Hà Nội, tăng 2 đợt so với năm 2009. Tốc độ tăng của chi phí bán hàng thấp hơn so với tốc độ tăng của doanh thu (tốc độ tăng chi phí bán hàng: 20,56%, tốc độ tăng của doanh thu: 48,29%), điều này chứng tỏ công ty đã thực hiện tốt chính sách tiết kiệm chi phí bán hàng.

- Ngoài ra chi phí khác năm 2010 cũng tăng hơn năm 2009 là 882.619(đồng) tương ứng 1,76% dẫn đến tổng chi phí tăng lên từ 15.110.351.415(đồng) lên tới 21.778.099.594(đồng) tăng 6.667.748.180 (đồng) so với năm 2009 với phần trăm tăng tương ứng là 44,1%.

* Các chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng chi phí

Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí: năm 2010 tăng 2,6% so với năm 2009. 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 2009 cứ 1 đồng chi phí bỏ ra kinh doanh thì công ty thu lại được 1,9 đồng doanh thu, năm 2010 cứ 1 đồng chi phí bỏ ra kinh doanh thì công ty thu lại được 1,95 đồng doanh thu. Như vậy năm 2010, 1 đồng chi phí công ty bỏ ra thu được về thêm 0.05 đồng doanh thu so với năm 2009.

o Các nhân tố ảnh hưởng

- Doanh thu tăng làm cho chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí tăng.

$$\frac{DT\ 2010}{DT\ 2009} = \frac{42.561.374.090}{28.721.652.560} = 2,8 - 1,9 = 0,9$$

$$\frac{TCP\ 2009}{TCP\ 2009} = \frac{15.110.351.415}{15.110.351.415}$$

- Tổng chi phí tăng làm cho chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí giảm.

$$\frac{DT\ 2010}{DT\ 2010} = \frac{42.561.374.090}{42.561.374.090} = 1,95 - 2,8 = -0,85$$

$$\frac{TCP\ 2010}{TCP\ 2009} = \frac{21.778.099.594}{15.110.351.415}$$

Tổng hợp 2 nhân tố trên ta có: $0,9 + (-0,85) = 0,05$

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận chi phí: năm 2010 tăng 5,55% so với năm 2009. Chỉ tiêu này nói lên cứ 1 đồng chi phí bỏ ra thì thu lại được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Năm 2009 cứ 1 đồng chi phí bỏ ra kinh doanh thu lại được 0,9 đồng lợi nhuận, còn năm 2010 cứ 1 đồng chi phí bỏ ra kinh doanh thì thu lại được 0,95 đồng lợi nhuận. Như vậy năm 2010, 1 đồng chi phí bỏ ra thu được về thêm 0.05 đồng lợi nhuận so với năm 2009.

o Các nhân tố ảnh hưởng

- Lợi nhuận sau thuế tăng làm cho tỷ suất lợi nhuận chi phí tăng.

$$\frac{LNST\ 2010}{LNST\ 2009} = \frac{20.783.274.497}{13.611.302.149} = 1,37 - 0,9 = 0,47$$

$$\frac{TCP\ 2009}{TCP\ 2009} = \frac{15.110.351.415}{15.110.351.415}$$

- Tổng chi phí tăng làm cho chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận chi phí giảm.

$$\frac{LNST\ 2010}{LNST\ 2010} = \frac{20.783.274.497}{20.783.274.497} = 0,95 - 1,37 = -0,42$$

$$\frac{TCP\ 2010}{TCP\ 2009} = \frac{21.778.099.594}{15.110.351.415}$$

Tổng hợp 2 nhân tố trên ta có: $0,47 + (-0,42) = 0,05$

2.2.3 Phân tích hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh

Hoạt động kinh doanh đòi hỏi phải có vốn đầu tư. Có thể nói rằng, vốn là tiền đề cho mọi hoạt động của doanh nghiệp. Vốn kinh doanh của doanh nghiệp là biểu hiện của toàn bộ tài sản của doanh nghiệp bỏ ra cho hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm mục đích sinh lợi.

BẢNG 6: PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ SỬ DỤNG VỐN KINH DOANH

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Vốn lưu động	47.439.978.892	61.568.321.681	14.128.342.790	29,8
2. Vốn cố định	20.279.504.458	27.414.039.189	7.134.534.730	35,2
3 Vốn kinh doanh (1+2)	67.719.483.350	88.982.360.870	21.262.877.520	31,4
4. Doanh thu thuần	28.640.000.000	42.469.019.638	13.829.019.630	48,3
5. Lợi nhuận sau thuế	13.611.302.149	20.783.274.497	7.171.972.348	52,7
6. Sức sản xuất vốn kinh doanh(4/3)	0,42	0,47	0,05	11,9
7. Sức sinh lợi vốn kinh doanh(5/3)	0,2	0,23	0,03	15

(Nguồn: Bảng báo cáo kết quả kinh doanh và bảng cân đối kế toán của công ty TNHH
Lock&Lock Hà Nội)

Qua bảng trên ta thấy vốn kinh doanh của năm 2010 tăng hơn so với năm 2009 là 21.262.877.520 đồng tương ứng với 31,4% . Nguyên nhân làm cho vốn kinh doanh tăng là:

- Vốn lưu động tăng, năm 2009 là 47.439.978.892 đồng đến năm 2010 là 61.568.321.681 đồng như vậy là năm 2010 vốn lưu động đã tăng 14.128.342.790 đồng so với năm 2009 tương ứng với tỷ lệ tăng là 29,8%.

- Vốn cố định cũng tăng, năm 2009 là 20.279.504.458 đồng đến năm 2010 là 27.414.039.189 đồng như vậy năm 2010 vốn cố định tăng hơn 7.134.534.730 đồng so với năm 2009 tương ứng với 35,2%.

* *Sức sản xuất vốn kinh doanh*: Chỉ tiêu này cho thấy cứ một đồng vốn kinh doanh tham gia vào quá trình kinh doanh trong kỳ sẽ tạo ra 0.42 đồng doanh thu năm 2009 và 0.47 đồng doanh thu năm 2010. Như vậy sức sản xuất vốn kinh doanh của công ty năm 2010 cao hơn năm 2009 là 0.05 đồng tương ứng với 11,9%.

o Các nhân tố ảnh hưởng

- Doanh thu tăng làm cho sức sản xuất vốn kinh doanh tăng.

DT 2010 DT 2009 42.469.019.638 28.640.000.000

————— - ————— = ————— - ————— = 0,63– 0,42 = 0,21

VKD 2009 VKD 2009 67.719.483.350 67.719.483.350

- Vốn kinh doanh tăng làm cho sức sản xuất vốn kinh doanh giảm.

$$\frac{DT\ 2010}{VKD\ 2010} - \frac{DT\ 2009}{VKD\ 2009} = \frac{42.469.019.638}{88.982.360.870} - \frac{42.469.019.638}{67.719.483.350} = 0,47 - 0,63 = -0,16$$

$$\frac{DT\ 2010}{VKD\ 2010} - \frac{DT\ 2009}{VKD\ 2009} = \frac{42.469.019.638}{88.982.360.870} - \frac{42.469.019.638}{67.719.483.350}$$

Tổng hợp 2 nhân tố trên ta có: $0,21 + (-0,16) = 0,05$

* *Sức sinh lợi của vốn kinh doanh*: Chỉ tiêu này phản ánh cứ 1 đồng vốn kinh doanh bình quân bỏ ra trong kỳ mang lại cho công ty 0.2 đồng lợi nhuận trước thuế năm 2009 và 0.23 đồng lợi nhuận trước thuế năm 2010. Như vậy sức sinh lợi của vốn kinh doanh năm 2010 cao hơn năm 2009 là 0.03 đồng.

o Các nhân tố ảnh hưởng

- Lợi nhuận sau thuế tăng làm cho sức sinh lợi của vốn kinh doanh tăng

$$\frac{LNST\ 2010}{VKD\ 2010} - \frac{LNST\ 2009}{VKD\ 2009} = \frac{20.783.274.497}{88.982.360.870} - \frac{13.611.302.149}{67.719.483.350} = 0,23 - 0,2 = 0,03$$

$$\frac{LNST\ 2010}{VKD\ 2010} - \frac{LNST\ 2009}{VKD\ 2009} = \frac{20.783.274.497}{88.982.360.870} - \frac{13.611.302.149}{67.719.483.350}$$

- Vốn kinh doanh tăng làm cho sức sinh lợi vốn kinh doanh giảm.

$$\frac{LNST\ 2010}{VKD\ 2010} - \frac{LNST\ 2009}{VKD\ 2009} = \frac{20.783.274.497}{88.982.360.870} - \frac{20.783.274.497}{67.719.483.350} = 0,23 - 0,3 = -0,07$$

$$\frac{LNST\ 2010}{VKD\ 2010} - \frac{LNST\ 2009}{VKD\ 2009} = \frac{20.783.274.497}{88.982.360.870} - \frac{20.783.274.497}{67.719.483.350}$$

Tổng hợp 2 nhân tố trên ta có: $0,1 + (-0,07) = 0,03$

2.2.3.1 *Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng tài sản cố định và vốn cố định*

BẢNG 7: HIỆU QUẢ SỬ DỤNG TÀI SẢN CỐ ĐỊNH

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Δ	%
1. Nguyên giá TSCĐ	Đồng	20.793.479.670	28.284.741.140	7.491.261.470	36
2. Vốn cố định bình quân	Đồng	16.639.727.230	23.846.771.820	7.207.044.590	43,3
3. Doanh thu thuần	Đồng	28.640.000.000	42.469.019.638	13.829.019.638	48,3
4. Lợi nhuận sau thuế	Đồng	13.611.302.149	20.783.274.497	7.171.972.348	52,7
5. Sức sản xuất của TSCĐ(3/1)	Lần	1,38	1,5	0,12	8,7
6. Sức sinh lời của TSCĐ(4/1)	Lần	0,65	0,73	0,08	12,3
7. Hiệu suất sử dụng vốn cố định(3/2)	Lần	1,7	1,78	0,08	4,7
8. Sức sinh lời của vốn cố định(4/2)	Lần	0,82	0,87	0,05	6,1

(Nguồn: Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và bảng cân đối kế toán của công ty

TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Qua bảng trên ta thấy nguyên giá tài sản cố định năm 2010 tăng 36% so với năm 2009, vốn cố định bình quân năm 2009 là 16.639.727.230 đồng, năm 2010 là 23.846.771.820 đồng. Điều đó cho thấy tài sản cố định bình quân năm 2010 tăng 7.207.044.590 đồng tương ứng 43,3% so với năm 2009. Nguyên nhân là do năm 2010 công ty mở thêm các chi nhánh, đại lý, mở rộng quy mô hoạt động kinh doanh của công ty vì vậy mà công ty cần đầu tư vào tài sản cố định nhiều hơn.

Sức sản xuất của tài sản cố định: Năm 2009 sức sản xuất của tài sản cố định là 1,38 nghĩa là cứ 1 đồng tài sản cố định đem lại 1,38 đồng doanh thu. Năm 2010 sức sản xuất của tài sản cố định là 1,5 tức là cứ 1 đồng tài sản cố định đem lại 1,5 đồng doanh thu. Như vậy năm 2010 cứ 1 đồng tài sản cố định thì thu về thêm 0,12 đồng doanh thu. Điều này cho thấy năm 2010 công ty đã đầu tư vào tài sản cố định hiệu quả hơn so với năm 2009. Nguyên nhân làm cho sức sản xuất của tài sản cố định tăng là do tốc độ tăng của doanh thu(48,3%) cao hơn tốc độ tăng của nguyên giá tài sản cố định(36%).

Sức sinh lời của tài sản cố định: Năm 2009 sức sinh lời của tài sản cố định là 0,65 tức là cứ đầu tư 1 đồng tài sản cố định sẽ thu về 0,65 đồng lợi nhuận. Năm 2010 cứ đầu tư 1 đồng tài sản cố định sẽ thu về 0,73 đồng lợi nhuận. Như vậy năm 2010 cứ 1 đồng tài sản cố định thì thu về thêm 0,08 đồng lợi nhuận. Chứng tỏ năm 2010 công ty đầu tư hiệu quả tài sản cố định, thể hiện ở chỗ sức sinh lợi năm 2010 cao hơn năm 2009.

Hiệu suất sử dụng vốn cố định: Năm 2009 hiệu suất sử dụng vốn cố định là 1,7 nghĩa là cứ 1 đồng vốn cố định đem lại 1,7 đồng doanh thu. Năm 2010 hiệu suất sử dụng vốn cố định là 1,78 nghĩa là cứ 1 đồng vốn cố định đem lại 1,78 đồng doanh thu. Như vậy năm 2010 cứ 1 đồng vốn cố định thì thu về thêm 0,08 đồng doanh thu. Điều này cho thấy năm 2010 công ty đã đầu tư hiệu quả hơn so với năm 2009.

➤ Các nhân tố ảnh hưởng

- Doanh thu tăng làm cho hiệu suất sử dụng vốn cố định tăng

$$\frac{DT\ 2010}{TSCĐ\ 2010} - \frac{DT\ 2009}{TSCĐ\ 2009} = \frac{42.469.019.638}{16.639.727.230} - \frac{28.640.000.000}{16.639.727.230} = 2,55 - 1,7 = 0,85$$

- Tài sản cố định bình quân tăng làm cho hiệu suất sử dụng vốn cố định giảm

DT 2010 DT 2010 42.469.019.638 42.469.019.638

———— - ——— = ————— - ————— = 1,78 – 2,55 = -0,77

TSCĐ 2010 TSCĐ 2009 23.846.771.820 16.639.727.230

Tổng hợp 2 nhân tố trên ta có: 0,85 + (-0,77) = 0,08

Sức sinh lợi của vốn cố định: Năm 2009 sức sinh lợi vốn cố định là 0,82 có nghĩa là cứ đầu tư 1 đồng vốn cố định sẽ thu về 0,82 đồng lợi nhuận. Năm 2010 sức sinh lợi vốn cố định là 0,87 có nghĩa là cứ đầu tư 1 đồng vốn cố định sẽ thu về 0,87 đồng lợi nhuận. Như vậy năm 2010 cứ 1 đồng vốn cố định thì thu về thêm 0,05 đồng lợi nhuận.

➤ Các nhân tố ảnh hưởng

- Lợi nhuận sau thuế tăng làm cho sức sinh lợi vốn cố định tăng

LNST 2010 LNST 2009 20.783.274.497 13.611.302.149

———— - ——— = ————— - ————— = 1,25 – 0,82 = 0,43

TSCĐ 2009 TSCĐ 2009 16.639.727.230 16.639.727.230

- Tài sản cố định bình quân tăng làm cho sức sinh lợi vốn cố định giảm

LNST 2010 LNST 2010 20.783.274.497 20.783.274.497

———— - ——— = ————— - ————— = 0,87 – 1,25 = -0,38

TSCĐ 2010 TSCĐ 2009 23.846.771.820 16.639.727.230

Tổng hợp 2 nhân tố trên ta có: 0,43 + (-0,38) = 0,05

2.2.3.2 Phân tích hiệu quả sử dụng vốn lưu động

Trước hết chúng ta hãy đi tìm hiểu về cơ cấu vốn lưu động trong công ty.

BẢNG 8: BẢNG CƠ CẤU VỐN LƯU ĐỘNG

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Tiền và các khoản tương tiền	11.352.849.360	17.370.629.060	6.017.779.700	53
2. Các khoản phải thu	4.962.142.470	6.931.038.888	1.968.896.418	39,7
3. Hàng tồn kho	27.936.096.247	32.998.988.416	5.062.892.170	18
4. Tài sản lưu động khác	3.188.890.824	4.267.665.326	1.078.774.502	33,8
Tổng vốn lưu động	47.439.978.892	61.568.321.681	14.128.342.790	29,8

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Qua bảng trên ta thấy vốn lưu động năm 2010 cao hơn năm 2009 29,8%.

Nguyên nhân làm cho vốn lưu động tăng lên là do:

- Tiền và các khoản tương đương tiền năm 2010 tăng lên khá cao so với năm 2009 là 6.017.779.700 đồng tương đương với 53%.
- Các khoản phải thu cũng tăng lên 39,7%.
- Hàng tồn kho và tài sản lưu động khác của công ty cũng đều tăng lên. Cụ thể là hàng tồn kho tăng lên 18% còn tài sản lưu động khác tăng 33,8%.

BẢNG 9: ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ SỬ DỤNG VỐN LƯU ĐỘNG

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Vốn lưu động bình quân	41.014.514.450	54.504.150.290	13.489.635.840	32,9
2. Doanh thu thuần	28.640.000.000	42.469.019.638	13.829.019.630	48,3
3. Lợi nhuận trước thuế	18.148.401.532	27.711.032.663	9.562.631.131	52,7
4. Vòng quay vốn lưu động(2/1)	0,69	0,78	0,09	13,04
5. Số ngày 1 vòng quay vốn lưu động(360/4)	521	461	-60	-11,5
6. Sức sinh lời của vốn lưu động(3/1)	0,44	0,51	0,07	15,9
7. Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động(1/2)	1,4	1,28	-0,12	-8,6

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán và bảng báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH

Lock&Lock Hà Nội)

Qua bảng trên ta thấy sức sản xuất của vốn lưu động trong năm 2010 tăng 13,04%. Nguyên nhân là do tốc độ tăng của doanh thu thuần cao hơn so với tốc độ tăng của vốn lưu động bình quân. Sức sinh lợi cũng tăng 15,9%, cụ thể: năm 2009 1 đồng vốn lưu động tham gia vào quá trình kinh doanh đem lại 0,44 đồng

lợi nhuận. Năm 2010 1 đồng vốn lưu động tham gia vào quá trình kinh doanh đem lại 0,51 đồng lợi nhuận.

Vòng quay vốn lưu động: Chỉ tiêu này cho biết vốn lưu động quay được bao nhiêu vòng trong 1 năm. Ta thấy rằng vòng quay vốn lưu động năm 2010 tăng 0,09 vòng so với năm 2009. Cụ thể, năm 2009 vốn lưu động quay được 0,69 vòng/năm, năm 2010 vốn lưu động quay được 0,78 vòng/năm.

Tương ứng với chỉ tiêu vòng quay vốn lưu động là chỉ số ngày một vòng quay vốn lưu động. Chỉ tiêu này cho ta biết số ngày cần thiết cho vốn lưu động quay được 1 vòng trong một năm. Qua bảng hiệu quả sử dụng vốn lưu động ở trên chúng ta thấy rằng: tốc độ luân chuyển vốn lưu động năm 2010 là 461 ngày trong khi tốc độ luân chuyển vốn lưu động năm 2009 là 521 ngày. Như vậy, vòng quay của vốn lưu động đã giảm 60 ngày. Điều này đồng nghĩa với việc chu kỳ kinh doanh của doanh nghiệp đã giảm làm cho khả năng sinh lời của vốn tăng.

Chỉ tiêu sức sinh lời của tài sản lưu động: Năm 2009 sức sinh lợi của tài sản lưu động là 0,44 có nghĩa là cứ 1 đồng tài sản lưu động của công ty tham gia quá trình kinh doanh thì thu về 0,44 đồng lợi nhuận. Năm 2010 sức sinh lợi của tài sản lưu động là 0,51 tức là cứ 1 đồng tài sản lưu động của công ty tham gia quá trình kinh doanh thì thu về 0,51 đồng lợi nhuận. Như vậy năm 2010 cứ 1 đồng tài sản lưu động thì thu về thêm 0,07 đồng lợi nhuận. Nguyên nhân là do tốc độ tăng của lợi nhuận sau thuế cao hơn tốc độ tăng của vốn lưu động bình quân.

Chỉ tiêu hệ số đảm nhận tài sản lưu động(suất hao phí): Năm 2009 hệ số đảm nhận tài sản lưu động là 1,4 có nghĩa là để tạo ra 1 đồng doanh thu thì cần 1,4 đồng tài sản lưu động. Tương tự, hệ số đảm nhận tài sản lưu động năm 2010 là 1,28 tức là để tạo ra 1 đồng doanh thu thì cần 1,28 đồng tài sản lưu động. Như vậy năm 2010 hao phí để tạo ra 1 đồng doanh thu đã giảm hơn so với năm 2009 là 0,12 tương ứng với 8,6%.

➤ Các nhân tố ảnh hưởng

- Tài sản lưu động bình quân tăng làm cho mức đảm nhận tài sản lưu động tăng.

$$\frac{\text{TSLĐ 2010}}{\text{DT 2009}} - \frac{\text{TSLĐ 2009}}{\text{DT 2009}} = \frac{54.504.150.290}{28.640.000.000} - \frac{41.014.514.450}{28.640.000.000} = 1,9 - 1,4 = 0,5$$

- Doanh thu tăng làm cho mức đảm nhận tài sản lưu động giảm

TSLĐ 2010 TSLĐ 2010 54.504.150.290 54.504.150.290

_____ - _____ = _____ - _____ = 1,28- 1,9 = -0,62

DT 2010 DT 2009 42.469.019.638 28.640.000.000

Tổng hợp 2 nhân tố trên ta có: $0,5 + (-0,62) = -0,12$

2.2.5. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

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

BẢNG 10: CHỈ TIÊU HIỆU QUẢ SỬ DỤNG LAO ĐỘNG

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Tổng số lao động	120	150	30	25
2. Doanh thu thuần	28.640.000.000	42.469.019.638	13.829.019.630	48,3
3. Lợi nhuận sau thuế	13.611.302.149	20.783.274.497	7.171.972.348	52,7
4. Năng suất lao động (2/1)	238.666.667	283.126.798	44.460.131	18,63
5. Sức sinh lời lao động(3/1)	113.427.518	138.555.163	25.127.645	22,2

(Nguồn: Bảng báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Qua số liệu trên ta thấy số lượng lao động năm 2010 so với năm 2009 tăng lên 30 người, tương ứng với tỷ lệ tăng là 25% đã góp phần làm tăng doanh thu và lợi nhuận cho công ty. Năng suất lao động tăng, cụ thể là năm 2009 năng suất của một lao động là 238.666.667 đồng/người, năm 2010 là 283.126.798 đồng/người như vậy đã tăng lên 18,63%. Nguyên nhân của sự tăng năng suất này là do tốc độ tăng của doanh thu cao hơn nhiều so với tốc độ tăng của lao động, nên làm năng suất một lao động tăng. Mức sinh lợi một lao động cũng tăng 25.127.645 đồng/người so với năm 2009 tương ứng với 22,2%, điều này chứng tỏ công ty 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 kinh doanh cho công ty.

Qua 2 năm 2009, 2010 ta có thể thấy công ty đã sử dụng hiệu quả nguồn lao động, đó có thể là do sự chỉ đạo sáng suốt của ban giám đốc tới toàn thể công nhân viên trong công ty. Công ty luôn có chính sách trả lương hợp lý cho nhân

viên, tạo điều kiện cho nhân viên có điều kiện làm việc tốt. Chính điều đó đã làm cho đời sống cán bộ công nhân viên trong công ty ngày càng nâng cao. Đồng thời Công ty có chế độ khen thưởng, kỷ luật kịp thời, rút ngắn khoảng 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.

2.2.6. 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 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.

BẢNG 11: CÁC CHỈ TIÊU VỀ KHẢ NĂNG SINH LỜI

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Tổng doanh thu	28.721.652.560	42.561.374.090	13.839.721.530	48,2
2. Lợi nhuận sau thuế	13.611.302.149	20.783.274.497	7.171.972.348	52,7
3. Tổng TS	67.719.483.350	88.982.360.870	21.262.877.520	31,4
4. Vốn CSH	55.677.738.610	73.154.300.450	17.476.561.840	31,38
5. Tỷ suất sinh lợi trên DT (ROF) (2/1)	0,47	0,49	0,02	4,3
6. Tỷ suất sinh lợi trên TTS (ROA) (2/3)	0,2	0,23	0,03	15
7. Tỷ suất sinh lợi trên vốn chủ (ROE)-(2/4)	0,24	0,28	0,04	16,67

(Bảng báo cáo kết quả kinh doanh và bảng cân đối kế toán của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Chỉ tiêu tỷ suất sinh lợi doanh thu: Tỷ suất sinh lợi doanh thu năm 2010 tăng lên so với năm 2009, cụ thể là năm 2009 cứ 1 đồng doanh thu thì tạo ra được 0,47 đồng lợi nhuận sau thuế và năm 2010 cứ 1 đồng doanh thu thì tạo ra được 0,49 đồng lợi nhuận sau thuế. Như vậy năm 2010 cứ 1 đồng doanh thu thì tạo thêm được 0,02 đồng lợi nhuận sau thuế.

➤ Các nhân tố ảnh hưởng

- Lợi nhuận sau thuế tăng làm cho tỷ suất sinh lời doanh thu tăng

$$\frac{\text{LNST 2010}}{\text{DT 2009}} - \frac{\text{LNST 2009}}{\text{DT 2009}} = \frac{20.783.274.497}{28.640.000.000} - \frac{13.611.302.149}{28.640.000.000} = 0,73 - 0,48 = 0,25$$

$$\text{DT 2009} \quad \text{DT 2009} \quad 28.640.000.000 \quad 28.640.000.000$$

- Doanh thu tăng làm cho tỷ suất sinh lời doanh thu giảm

$$\frac{\text{LNST 2010}}{\text{DT 2010}} - \frac{\text{LNST 2010}}{\text{DT 2009}} = \frac{20.783.274.497}{42.469.019.638} - \frac{20.783.274.497}{28.640.000.000} = 0,5 - 0,73 = -0,23$$

$$\text{DT 2010} \quad \text{DT 2009} \quad 42.469.019.638 \quad 28.640.000.000$$

Tổng hợp 2 nhân tố trên ta có: $0,25 + (-0,23) = 0,02$

Chỉ tiêu Tỷ suất sinh lợi trên tổng tài sản: Ta thấy năm 2009 cứ 1 đồng tài sản thì tạo ra được 0,2 đồng lợi nhuận sau thuế, năm 2010 cứ 1 đồng tài sản thì tạo ra được 0,23 đồng lợi nhuận sau thuế. Như vậy năm 2010 cứ 1 đồng tài sản thì tạo thêm được 0,03 đồng lợi nhuận sau thuế.

➤ Các nhân tố ảnh hưởng

- Lợi nhuận sau thuế tăng làm cho tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản tăng

$$\frac{\text{LNST 2010}}{\text{TTS 2009}} - \frac{\text{LNST 2009}}{\text{TTS 2009}} = \frac{20.783.274.497}{67.719.483.350} - \frac{13.611.302.149}{67.719.483.350} = 0,3 - 0,2 = 0,1$$

$$\text{TTS 2009} \quad \text{TTS 2009} \quad 67.719.483.350 \quad 67.719.483.350$$

- Tổng tài sản tăng làm cho tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản giảm

$$\frac{\text{LNST 2010}}{\text{TTS 2010}} - \frac{\text{LNST 2010}}{\text{TTS 2009}} = \frac{20.783.274.497}{88.982.360.870} - \frac{20.783.274.497}{67.719.483.350} = 0,23 - 0,3 = -0,07$$

$$\text{TTS 2010} \quad \text{TTS 2009} \quad 88.982.360.870 \quad 67.719.483.350$$

Tổng hợp 2 nhân tố trên ta có: $0,1 + (-0,07) = 0,03$

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu: Qua bảng trên ta thấy năm 2009 cứ 1 đồng vốn chủ sở hữu tham gia vào quá trình kinh doanh thì tạo ra được 0,24 đồng lợi nhuận sau thuế, năm 2010 cứ 1 đồng vốn chủ sở hữu tham gia vào quá trình kinh doanh thì tạo ra được 0,28 đồng lợi nhuận sau thuế, như vậy năm 2010 cứ 1 đồng vốn chủ sở hữu bỏ ra thì tạo thêm được 0,04 đồng lợi nhuận sau thuế. 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.

➤ Các nhân tố ảnh hưởng

- Lợi nhuận sau thuế tăng làm cho tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu tăng

LNST 2010 LNST 2009 20.783.274.497 13.611.302.149

———— - ———— = ————— - ————— = 0,37 – 0,24 = 0,13

VCSH 2009 VCSH 2009 55.677.738.610 55.677.738.610

- Vốn chủ sở hữu tăng làm cho tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu giảm

LNST 2010 LNST 2010 20.783.274.497 20.783.274.497

———— - ———— = ————— - ————— = 0,28 – 0,37 = -0,09

VCSH 2010 VCSH 2009 73.154.300.450 55.677.738.610

Tổng hợp 2 nhân tố trên ta có: 0,13 + (-0,09) = 0,04

2.2.7. Phân tích các chỉ tiêu tài chính

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 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 công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội qua bảng dưới đây:

BẢNG 12: CÁC CHỈ TIÊU VỀ KHẢ NĂNG THANH TOÁN

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
1.Tổng TS	67.719.483.350	88.982.360.870	21.262.877.520	31,4
2.TSNH	47.439.978.892	61.568.321.681	14.128.342.790	29,8
3.Tổng nợ phải trả	12.041.744.740	15.828.060.420	3.786.315.680	31,44
4.Tổng nợ ngắn hạn	12.041.744.740	15.828.060.420	3.786.315.680	31,44
5.Hàng tồn kho	27.936.096.247	32.998.988.416	5.062.892.170	18,1
6.Hệ số khả năng thanh toán tổng quát (1/3)	5,624	5,62	-0,004	-0,07
7. Hệ số thanh toán nợ ngắn hạn (lần)(2/4)	3,94	3,89	-0,05	-1,3
8.Hệ số khả năng thanh toán hiện hành (2/4)	3,94	3,89	-0,05	-1,3
9.Hệ số khả năng thanh toán nhanh (2-5)/4	1,62	1,8	0,18	11,11

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Qua bảng 11 ta thấy :

Về khả năng thanh toán tổng quát: Qua bảng trên ta thấy khả năng thanh toán tổng quát của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội trong 2 năm 2009, 2010 đều lớn hơn 1, chứng tỏ công ty có đủ khả năng thanh toán. Tất cả các khoản huy động từ bên ngoài đều có tài sản đảm bảo. Cụ thể: năm 2009 Công ty cứ đi vay 1 đồng thì có 5,624 đồng tài sản đảm bảo, còn ở năm 2010 cứ đi vay nợ 1 đồng thì có 5,62 đồng tài sản đảm bảo để trả nợ. Hệ số này ở năm 2010 thấp hơn năm 2009 là không đáng kể là 0,004 lần tương ứng với tỷ lệ 0,07% là do Công ty đã huy động thêm vốn từ bên ngoài là 3.786.315.680 đồng, trong khi đó tài sản tăng 21.262.877.520đồng. Tuy nhiên hệ số thanh toán của công ty TNHH Lock & Lock Hà Nội lớn nên chứng tỏ Công ty chưa tận dụng được cơ hội chiếm dụng vốn.

Về khả năng thanh toán nợ ngắn hạn: Qua bảng trên ta thấy trong năm 2009 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì có 3,94 đồng tài sản lưu động đảm bảo, sang năm 2010 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì chỉ còn 3,89 đồng vốn lưu động đảm bảo. Dù khả năng thanh toán nợ ngắn hạn có thấp hơn so với năm 2009 là 0,05 lần tương ứng với tỷ lệ 1,3% nhưng vẫn an toàn vì hệ số khả năng thanh toán ngắn hạn của công ty khá cao. Hệ số khả năng thanh toán ngắn hạn của Công ty cao điều này chứng tỏ khả năng thanh toán hiện thời của doanh nghiệp dư thừa.

Về khả năng thanh toán hiện hành: Ta thấy năm 2009 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì có 3,94 đồng tài sản ngắn hạn được đảm bảo, năm 2010 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì có 3,89 đồng tài sản ngắn hạn được đảm bảo. Như vậy qua 2 năm chỉ số này của công ty giảm đi 0,05 đồng tương ứng với tỷ lệ là 1,3%. Điều này cho thấy khả năng thanh toán hiện hành của công ty năm 2010 không tốt so với năm 2009, đã bị sụt giảm tuy nhiên sự sụt giảm về khả năng thanh toán hiện hành của công ty trong năm 2010 vẫn không bị ảnh hưởng tới khả năng thanh toán hiện hành của công ty trong năm đó, vì khả năng thanh toán hiện hành của công ty giảm không đáng kể so với năm 2009 vẫn ở mức cao, vẫn ở mức dư thừa.

Về khả năng thanh toán nhanh: Trong năm 2009, Công ty có 1,62 đồng tiền và các khoản tương đương tiền để đảm bảo thanh toán nhanh cho 1 đồng nợ, còn đến năm 2010 thì cứ 1,8 đồng tiền và các khoản tương đương tiền đảm bảo cho 1 đồng nợ. Như vậy so sánh 2 năm ta thấy hệ số thanh toán nhanh của công ty năm 2010 so với năm 2009 đã tăng lên là 0,18 lần. Hệ số thanh toán nhanh của công ty lớn hơn 1 do đó công ty không có nguy cơ rơi vào tình trạng vỡ nợ.

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

** Cơ cấu nguồn vốn*

Đánh giá hệ số nợ, hệ số vốn CSH của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội thông qua bảng sau:

BẢNG 13: HỆ SỐ NỢ VÀ HỆ SỐ VỐN CHỦ SỞ HỮU CỦA CÔNG TY TNHH LOCK&LOCK HÀ NỘI QUA 2 NĂM 2009, 2010.

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	ĐVT	2009	2010	Chênh lệch
Nợ phải trả	Đồng	12.041.744.740	15.828.060.420	3.786.315.680
Vốn CSH	Đồng	55.677.738.610	73.154.300.450	17.476.561.840
Tổng NV	Đồng	67.719.483.350	88.982.360.870	21.262.877.520
Hệ số nợ	%	17,78	17,79	0,01
Hệ số vốn CSH	%	82,22	82,2	-0,02

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán)

Ta thấy hệ số nợ của Công ty năm 2010 đạt 17,79% cao hơn năm 2009 là 0,01% tuy nhiên mức tăng này không đáng kể. Như vậy tổng nguồn vốn của Công ty đã tăng lên nhưng đi theo đó khoản nợ phải trả cũng tăng theo. Công ty cần chuẩn bị kế hoạch kinh doanh thật cẩn thận, chu đáo để làm ăn có hiệu quả hơn và có thể trả nợ đúng thời hạn.

Hệ số vốn chủ sở hữu năm 2010 đạt 82,2% giảm so với năm 2009 là 0,02%, mức giảm này không đáng kể vì vậy mức độ tài trợ của công ty với nguồn vốn kinh doanh có thể coi là chưa đáng lo. Tuy nhiên năm sau công ty nên huy động tốt hơn vốn tự có cho công ty. 29,9 30,8 0,9

* Cơ cấu tài sản

BẢNG 14: CƠ CẤU TÀI SẢN CỦA CÔNG TY TNHH LOCK&LOCK HÀ NỘI TRONG 2 NĂM 2009, 2010

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	ĐVT	2009	2010	Chênh lệch
TSLĐ và đầu tư NH	Đồng	47.439.978.892	61.568.321.681	14.128.342.790
TSCĐ và đầu tư DH	Đồng	20.279.504.458	27.414.039.189	7.134.534.730
Tổng TS	Đồng	67.719.483.350	88.982.360.870	21.262.877.520
Tỷ suất đầu tư vào TSNH	%	70,05	69,2	-0,85
Tỷ suất đầu tư vào TSDH	%	29,9	30,8	0,9
Cơ cấu TS	%	2,34	2,24	-0,1

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán)

Qua 2 tỷ số đầu tư vào tài sản ngắn hạn và tài sản dài hạn cho ta thấy sự thay đổi trong tài sản của Công ty. Tỷ suất đầu tư vào TSDH năm 2010 lớn hơn so với năm 2009 là 0,9% bên cạnh đó thì tỷ suất đầu tư vào tài sản ngắn hạn của năm 2010 lại nhỏ hơn so với năm 2009 cũng là 0,85%. Điều này chứng tỏ năm 2010 Công ty quan tâm tới việc đầu tư vào TSCĐ mà chưa quan tâm đầu tư vào TSLĐ.

2.2.8 Các chỉ số hoạt động

BẢNG 15. BẢNG CÁC CHỈ TIÊU HOẠT ĐỘNG

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
1.Doanh thu thuần	28.640.000.000	42.469.019.638	13.829.019.630	48,3
2.Khoản phải thu bình quân	3.686.141.085	5.946.590.679	2.260.449.594	61,3
3.Giá vốn hàng bán	7.160.000.000	10.617.254.910	3.457.254.910	48,28
4.Hàng tồn kho bình quân	25.062.583.300	30.467.542.330	5.404.959.025	21,56
5.Vòng quay các khoản phải thu(1/2)	7,77	7,14	-0,63	-8,1
6.Kì thu tiền bình quân(360/5)	46	50	4	8,7
7.Vòng quay hàng tồn kho(3/4)	0,29	0,35	0,06	20,7

(Nguồn: Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và bảng cân đối kế toán của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Vòng quay các khoản phải thu: năm 2009 là 7,77 vòng, năm 2010 là 7,14 vòng. Như vậy vòng quay các khoản phải thu năm 2010 đã giảm so với năm 2009 là 0,63 vòng. Vì thế làm cho kì thu tiền bình quân tăng 4 ngày. Năm 2009, bình quân cứ 46 ngày thì các khoản phải thu hoàn thành 1 vòng quay. Năm 2010, bình quân cứ 50 ngày thì các khoản phải thu hoàn thành 1 vòng quay. Ta thấy thời gian bình quân của 1 vòng quay năm 2010 tăng hơn so với năm 2009. Điều này chứng tỏ năm 2010 doanh nghiệp bị ứ đọng vốn trong khâu thanh toán, gặp phải các khoản nợ khó đòi.

Vòng quay hàng tồn kho: Năm 2009, hàng tồn kho của công ty quay được 0,29 vòng, năm 2010 quay được 0,35 vòng. Như vậy, năm 2010 hàng tồn kho quay thêm được 0,06 vòng. Tuy nhiên 1 năm hàng tồn kho của công ty quay

được là thấp. Do 2 năm qua nền kinh tế trong nước chịu sự ảnh hưởng của sự suy thoái kinh tế toàn cầu vì vậy vòng quay hàng tồn kho của công ty thấp là không tốt, hàng tồn kho bị ứ đọng nhiều, không bán được.

2.3. Đánh giá chung về kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội

2.3.1 Những kết quả hiệu quả đạt được

Qua việc phân tích thực trạng tình hình kinh doanh của công ty trong 2 năm vừa qua, ta có thể thấy những thành tựu mà công ty đã đạt được như sau:

- Lợi nhuận của công ty đã có sự tăng trưởng cụ thể là năm 2010 tăng so với năm 2009 là 7.171.972.348 đồng tương ứng với tỷ lệ 52,7%. Đây là kết quả đáng ghi nhận, hứa hẹn năm 2011 sẽ là năm hoạt động kinh doanh có hiệu quả tốt.

- Các chỉ tiêu sinh lời của công ty trong năm 2010 tăng so với năm 2009. Cụ thể năm 2010 tỷ suất sinh lời tài sản ROA tăng 15%, so với năm 2009, và tỷ suất sinh lời vốn sở hữu ROE tăng 16,67% so với năm 2009. 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 kinh doanh.

- Chất lượng lao động của công ty được đánh giá là tốt. Thể hiện qua các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao. Cụ thể là năng suất lao động năm 2010 tăng 18,63% và sức sinh lời lao động tăng 22,2%. Điều này đã góp phần tạo nên thành công cho công ty trong những năm qua.

- Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội đã khẳng định được thương hiệu và tạo dựng được niềm tin trên thị trường Việt Nam với việc cung ứng những sản phẩm tốt nhất tới tay người tiêu dùng.

2.3.2 Những hạn chế còn tồn tại

- Ngoài việc đầu tư và sử dụng đúng, sử dụng tốt các nguồn lực đã đem lại cho Công ty những kết quả tốt trong kinh doanh thì Công ty đã không sử dụng có hiệu quả một số nguồn lực đầu vào(chi phí tăng)

- Trên thị trường có nhiều DN cung cấp các sản phẩm cùng loại với Công ty do đó cạnh tranh rất gay gắt, muốn tiêu thụ hàng hóa giá của công ty cần phải thấp hơn so với đối thủ cạnh tranh tuy nhiên giá của công ty lại cao hơn. Chính vì vậy nó ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh của Công ty.

- Doanh nghiệp chưa sử dụng hiệu quả nguồn vốn kinh doanh dẫn đến việc chưa đạt được hiệu quả kinh tế mong muốn. Thể hiện ở chỗ sức sản xuất vốn kinh doanh và sức sinh lợi vốn kinh doanh của doanh nghiệp năm 2010 đều tăng lên không đáng kể hay có thể coi là thấp so với năm 2009.

- Số ngày một vòng quay vốn lưu động cao, chứng tỏ số ngày cần thiết để quay được một vòng vốn lưu động cao. Sẽ làm cho tốc độ luân chuyển vốn lưu động càng nhỏ và làm kéo dài chu kỳ kinh doanh của công ty.

- Khả năng thanh toán năm 2010 giảm so với năm 2009. Điều này chứng tỏ khả năng thanh toán của năm 2010 không tốt so với năm 2009.

- Hệ số nợ của công ty năm 2010 tăng cao hơn so với năm 2009, bên cạnh đó hệ số vốn chủ sở hữu lại giảm. Công ty cần có kế hoạch làm ăn hiệu quả hơn nữa để có thể trả nợ đúng hạn và tăng nguồn vốn chủ cho công ty.

- Kỳ thu tiền bình quân năm 2010 cao hơn so với năm 2009. Điều này chứng tỏ năm 2010 doanh nghiệp bị ứ đọng vốn trong khâu thanh toán, gặp phải các khoản nợ khó đòi.

- Dự trữ hàng tồn kho nhiều, vòng quay hàng tồn kho thấp. Vì vậy hàng tồn kho bị ứ đọng nhiều, không bán được.

BẢNG TỔNG HỢP CHỈ TIÊU TÀI CHÍNH

Đơn vị tính: đồng,%

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Chỉ tiêu về chi phí				
a. Hiệu quả sử dụng chi phí	1,9	1,95	0,05	2,6
b. Tỷ suất lợi nhuận chi phí	0,9	0,95	0,05	5,55
2. Chỉ tiêu sử dụng vốn				
a. Sức sản xuất vốn kinh doanh	0,42	0,47	0,05	11,9
b. Sức sinh lời vốn kinh doanh	0,2	0,23	0,03	15
c. Sức sản xuất của tài sản cố định	1,38	1,5	0,12	8,7
d. Sức sinh lời của tài sản cố định	0,65	0,73	0,08	12,3
e. Hiệu suất sử dụng vốn cố định	1,7	1,78	0,08	4,7
f. Sức sinh lời của vốn cố định	0,82	0,87	0,05	6,1
g. Vòng quay vốn lưu động	0,69	0,78	0,09	13,04
h. Số ngày một vòng quay vốn lưu động	521	461	-60	-11,5
i. Sức sinh lời của vốn lưu động	0,44	0,51	0,07	15,9
k. Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động	1,4	1,28	-0,12	-8,6
3. Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động				
a. Năng suất lao động	238.666.667	283.126.798	44.460.131	18,63
b. Sức sinh lời lao động	113.427.518	138.555.163	25.127.645	22,2
4. Chỉ tiêu về khả năng sinh lời				
a. Tỷ suất sinh lời trên doanh thu	0,47	0,49	0,02	4,3
b. Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản	0,2	0,23	0,03	15
c. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ	0,24	0,28	0,04	16,67
5. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán				
a. Hệ số khả năng thanh toán tổng quát	5,624	5,62	-0,004	-0,07
b. Hệ số thanh toán nợ ngắn hạn	3,94	3,89	-0,05	-1,3
c. Hệ số khả năng thanh toán hiện hành	3,94	3,89	-0,05	-1,3
d. Hệ số khả năng thanh toán nhanh	1,62	1,8	0,18	11,11
6. Chỉ tiêu về cơ cấu tài sản và nguồn vốn				
a. Tỷ suất đầu tư và tài sản dài hạn(%)	29,9	30,8		0,9
b. Tỷ suất đầu tư vào tài sản ngắn hạn(%)	70,05	69,2		-0,85
c. Hệ số nợ(%)	17,78	17,79		0,01
d. Hệ số vốn chủ sở hữu(%)	82,22	82,2		-0,02
7. Các chỉ tiêu hoạt động				
a. Vòng quay các khoản phải thu	7,77	7,14	-0,63	-8,1
b. Kỳ thu tiền bình quân	46	50	4	8,7
c. Vòng quay hàng tồn kho	0,29	0,35	0,06	20,7

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH LOCK&LOCK HÀ NỘI

3.1 Phương hướng và mục tiêu phát triển của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội

3.1.1. Phương hướng phát triển

- 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 mới.
- Giữ vững và củng cố chất lượng dịch vụ hiện có trong hoạt động kinh doanh của công ty.
- Mở rộng, tăng cường công tác phục vụ khách hàng, chất lượng phục vụ, marketing trực tiếp với khách hàng tạo lợi thế cạnh tranh, làm tăng thêm thị phần.
- Với mục tiêu trở thành một trong những Công ty hàng đầu trong lĩnh vực hàng gia dụng, Công ty luôn không ngừng cải tiến và vươn tới quản lý chất lượng toàn diện nhằm đưa sản phẩm của Công ty tới tay người tiêu dùng một cách tốt nhất nhằm đáp ứng được sự hài lòng của khách hàng.
- Nâng cao mức thu nhập cho cán bộ công nhân viên trong Công ty.

3.1.2. Mục tiêu phát triển

- Các sản phẩm của Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội chiếm khoảng 70% được bày bán chủ yếu ở các siêu thị trên địa bàn miền Bắc, chủ yếu được đặt tại các siêu thị tại Hà Nội. Khoảng 30% phân phối cho các đại lý độc quyền.
- Mục tiêu của Công ty là mở rộng thêm các gian hàng ở khắp các tỉnh thành trên toàn miền Bắc nhằm đưa sản phẩm của Công ty vào thị trường rộng hơn. Đồng thời tìm kiếm thêm các đại lý độc quyền riêng cho Công ty trong năm tới.

BẢNG 16: BẢNG CÁC MỤC TIÊU VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
			Δ	%
Doanh thu bán hàng	42.469.019.638	63.569.561.790	21.100.542.160	49,7
Lợi nhuận	20.783.274.497	32.776.062.630	11.992.788.143	57,7
Thu nhập bìnhquân đầu người	3.000.000	3.500.000	500.000	16,67

3.2. Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội

Trên cơ sở phân tích tình hình kinh doanh của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội ta đã thấy những kết quả mà công ty đạt được 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 công ty đã từng bước nâng cao tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty. Tuy nhiên bên cạnh đó Công ty vẫn còn tồn tại một số những hạn chế đã gây ảnh hưởng tới quá trình kinh doanh. Qua quá trình nghiên cứu và phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội, đề tài xin đưa ra một số các ý kiến về các biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty.

3.2.1. Thành lập phòng Marketing

3.2.1.1. Cơ sở thực hiện biện pháp

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 kinh doanh, tăng sản lượng tiêu thụ và tăng doanh thu.

Hiện nay công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội chưa có phòng 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

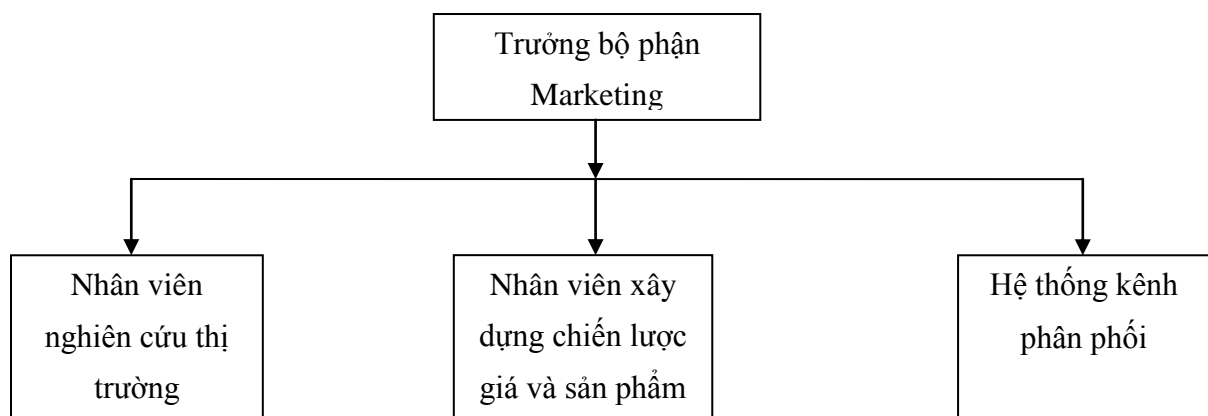
hình ảnh, sản phẩm dịch vụ của công ty cũng tới khách hàng vẫn chưa được quảng bá, phổ biến rộng rãi, chủ yếu là qua website của Công ty. Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội là công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh thương mại thì hoạt động marketing chiếm một vị trí vô cùng quan trọng, nó thể hiện trình 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.

3.2.1.2. Mục đích thực hiện biện pháp

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 Công ty tăng lượng khách hàng đến, tăng sản lượng và từ đó tăng doanh thu và lợi nhuận.

3.2.1.3. Nội dung thực hiện biện pháp

Để thành lập phòng marketing thì Công ty cần tuyển thêm 4 nhân viên có trình độ chuyên môn, có khả năng hiểu biết về lĩnh vực marketing.



Phòng marketing có nhiệm vụ sau:

- *Trưởng bộ phận*: Là người điều hành hoạt động chung của phòng marketing và chịu trách nhiệm về hiệu quả hoạt động của phòng marketing cũng như chịu trách nhiệm quản lý nhân sự của phòng đó.

- Nhân viên nghiên cứu thị trường:

+ Thu thập thông tin về cung cầu của thị trường.

+ Thu thập thông tin từ phía các đối thủ cạnh tranh cùng lĩnh vực 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 với đối thủ cùng lĩnh vực, 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 Công ty.

+ Dự báo nhu cầu của thị trường, đưa ra những thông tin về nhu cầu thị trường về khối lượng sản phẩm tiêu thụ trong lĩnh vực hàng gia dụng và đồ dùng bếp, khả năng tiêu thụ sản phẩm của Công ty 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.

- *Nhân viên xây dựng chiến lược giá và sản phẩm*: Chịu trách nhiệm xây dựng chiến lược phát triển chung của Công ty, nghiên cứu và đưa ra cách thức tiến hành hoạt động marketing của Công ty.

Ví dụ như trong năm 2011 công ty nên áp dụng chiến lược thâm nhập thị trường hay xâm nhập thị trường, xây dựng chính sách giá, chính sách sản phẩm như thế nào...

Về giá: Hiện nay công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội đang theo đuổi chiến lược đa dạng về giá, có nhiều mức giá khác nhau tùy theo từng sản phẩm. Tuy nhiên Công ty nên áp dụng thêm chiến lược khác biệt về giá để tạo sự thu hút từ phía khách hàng. Như những mặt hàng bình thường thì Công ty có thể đưa ra mức giá tương đương so với đối thủ cạnh tranh. Nhưng những mặt hàng có tính đặc thù, có nhiều tính năng, những mặt hàng cao cấp hơn thì Công ty nên đưa ra mức giá cao hơn hẳn so với những mặt hàng khác, để tạo sự khác biệt về giá, đây là việc làm rất cần thiết, đánh vào tâm lý khách hàng, tạo cho khách hàng cảm giác: Mặt hàng đó của công ty đặc biệt, khác biệt so với của công ty khác. Hàng tồn kho của Công ty năm 2010 khá cao chính vì vậy mà Công ty nên đưa ra các chính sách khuyến mại nhằm tiêu thụ được nhiều lượng hàng tồn kho hơn bằng cách: giảm giá

hàng bán, bán hàng theo gói sản phẩm hay khuyến mại kèm theo sản phẩm để đánh vào tâm lý khách hàng mua nhiều sản phẩm của Công ty hơn.

Sản phẩm: Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội đang theo đuổi chiến lược đa dạng hóa sản phẩm. Tuy nhiên Công ty chỉ chú trọng tới thay đổi các chất liệu của sản phẩm mà ít chú trọng tới mẫu mã của sản phẩm. Vì vậy mà Công ty cần quan tâm và chú trọng hơn nữa tới mẫu mã sản phẩm, vì mẫu mã đẹp cũng là một lợi thế đánh vào tâm lý khách hàng sử dụng sản phẩm của Công ty.

Thực hiện các chính sách marketing trong việc quảng cáo, xúc tiến bán hàng. Hiện nay, Công ty thực hiện các biện pháp xúc tiến thương mại chủ yếu bằng phương tiện quảng cáo trên website riêng, bên cạnh đó công ty cũng thực hiện quảng cáo trên các kênh truyền hình và có những poster quảng cáo tại các siêu thị. Công ty đã có website riêng đây là một lợi thế rất lớn, công ty nên đẩy mạnh hoạt động xúc tiến bán hàng trên website bằng việc quảng cáo trên các website khác. Công ty có thể quảng cáo trực tiếp trên các website khác hoặc liên kết link tới website của công ty. Đây là một biện pháp Marketing rất hiệu quả và tốn ít chi phí.

- *Hệ thống kênh phân phối:* Có nhiệm vụ lựa chọn cho Công ty hệ thống kênh phân phối phù hợp nhất nhằm đem lại hiệu quả trong hoạt động kinh doanh của Công ty.

Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội lựa chọn kênh phân phối chủ yếu là bày bán tại các siêu thị, phân phối qua các đại lý và đã đem lại hiệu quả cho Công ty. Nhưng muốn đem lại hiệu quả cao hơn Công ty nên mở rộng các gian hàng ở các siêu thị, đồng thời tìm kiếm thêm các đại lý độc quyền cho Công ty. Bên cạnh đó Công ty có thể mở thêm các gian hàng riêng cho mình ở các tỉnh khác. Trong thời kỳ thương mại điện tử đang ngày càng phát triển như hiện nay, công ty nên lựa chọn thêm kênh phân phối là bán hàng trực tuyến trên trang website của Công ty.

* Dự kiến chi phí cho việc thành lập phòng marketing trong thời gian tới.

Chi phí tuyển dụng: 1 triệu đồng

Lương cho trưởng bộ phận: 5 triệu* 12 tháng = 60 triệu đồng/năm

Lương cho nhân viên: 4 triệu*12 tháng *3 người= 144 triệu đồng/năm

Thiết bị văn phòng: Mua 4 máy vi tính: 7 triệu đồng* 4 bộ = 28 triệu đồng

Mua bàn ghế: 0,8 triệu đồng* 4 bộ = 3,2 triệu đồng

Các thiết bị này sẽ được khấu hao trong 4 năm, mức khấu hao là:

(28 triệu: 4) + (3,2 triệu : 4) = 7,8 triệu đồng/năm

Hỗ trợ chi phí điện thoại, đi lại, xăng dầu: 0,5 triệu* 4người*12 = 24 triệu

Tổng chi phí cho một năm hoạt động:

1 + 60 + 144 + 7,8 + 24 = 236,8 triệu đồng

3.2.1.4. Dự kiến kết quả đạt được

Qua tìm hiểu 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 đồng thời doanh thu dự kiến cũng tăng lên thêm khoảng 10%.

- Doanh thu dự kiến: $42.469.019.638 + 42.469.019.638 * 10\% = 46.715.921.590$

- Chi phí dự kiến:

BẢNG 17: BẢNG CHI PHÍ DỰ KIẾN

Đơn vị: đồng

Chỉ tiêu	Cách tính	Số tiền
1. Chi phí nghiên cứu thị trường	$46.715.921.590 * 0,6\%$	280.295.529
2. Chi phí khác	$46.715.921.590 * 0,4\%$	186.863.686
3. Giá vốn hàng bán	$46.715.921.590 * 25\%$	11.678.980.400
Tổng:		12.146.139.620

Như vậy, sau khi thực hiện biện pháp này doanh nghiệp thu được số tiền là:

$46.715.921.590 - 12.146.139.620 = 34.569.781.970$ đồng

BẢNG 18: BẢNG DỰ KIẾN KẾT QUẢ TRƯỚC VÀ SAU KHI THỰC HIỆN BIỆN PHÁP

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Trước khi thực hiện biện pháp	Sau khi thực hiện biện pháp	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Doanh thu thuần	42.469.019.638	46.715.921.590	4.246.901.963	10
2. Giá vốn hàng bán	10.617.254.910	11.678.980.400	1.061.725.490	9,99
3. Lợi nhuận gộp	31.851.764.720	35.036.941.190	3.185.176.470	9,99

Như vậy, nhờ biện pháp lập bộ phận marketing mà doanh thu thuần của doanh nghiệp tăng lên, làm cho lợi nhuận gộp tăng thêm 9,99%.

3.2.2. Biện pháp giảm các khoản phải thu

3.2.2.1. Cơ sở thực hiện biện pháp

Các khoản phải thu là những hoá đơn bán hàng chưa thu tiền về do Công ty thực hiện chính sách bán chịu và các khoản tạm ứng chưa thanh toán...

BẢNG 19: CHỈ TIÊU CÁC KHOẢN PHẢI THU

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Doanh thu thuần	28.640.000.000	42.469.019.638	13.829.019.630	48,3
2. Các khoản phải thu bình quân	3.686.141.085	5.946.590.679	2.260.449.594	61,3
3. Vòng quay các KPT (1/2)	7,77	7,14	-0,63	-8,1
4. Kỳ thu tiền bình quân(360/3)	46	50	4	8,7

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán – báo cáo kết quả kinh doanh công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Qua bảng trên cho thấy trong năm 2010, các khoản phải thu bình quân đã tăng 2.260.449.594 đồng so với năm 2009. Điều đó cũng có nghĩa là vòng quay các khoản phải thu bị giảm so với năm 2009, cụ thể là giảm 0,63 vòng, làm cho kỳ thu tiền bình quân của năm tăng từ 46 lên 50 ngày. Đây là một điều không tốt cho doanh nghiệp trong khâu thanh toán, doanh nghiệp bị ứ đọng vốn trong khâu thanh toán vì gặp phải các khoản nợ khó đòi. Vì vậy, giảm các khoản phải thu là một yêu cầu cấp thiết Công ty cần thực hiện trong giai đoạn này.

3.2.2.2. Mục đích thực hiện biện pháp

Giải quyết được các khoản nợ khó đòi để vốn của Công ty không bị ứ đọng nhằm đáp ứng được nhu cầu vốn lưu động thường xuyên, tăng khả năng thanh toán cho Công ty. Đồng thời cũng tránh được rủi ro khi khách hàng mất khả năng thanh toán.

3.2.2.3. Nội dung thực hiện biện pháp

BẢNG 20: BẢNG CƠ CẤU CÁC KHOẢN PHẢI THU

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Δ	%
1. Phải thu khách hàng	2.914.526.452	3.982.019.444	1.067.492.992	36,6
2. Trả trước cho người bán	1.952.765.476	2.869.780.461	917.014.985	46
3. Các khoản phải thu khác	94.850.542	79.238.983	-15.611.559	16,5
4. Tổng các khoản phải thu	4.962.142.470	6.931.038.888	1.968.896.418	39,6

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Qua bảng trên ta thấy các khoản phải thu khách hàng, trả trước cho người bán năm 2010 đều tăng hơn so với năm 2009. Vì vậy mà làm cho các khoản phải thu ngắn hạn tăng theo. Năm 2010 tăng 1.968.896.418 đồng so với năm 2009. Vì vậy Công ty cần thực hiện biện pháp thu hồi công nợ theo cách sau:

- Mở sổ chi tiết, phân loại và theo dõi các khoản phải thu, thường xuyên đôn đốc khách hàng để có thể thu hồi nợ đúng hạn.

- Trước khi ký kết hợp đồng Công ty 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 với khách hàng. Nếu nguồn vốn thanh toán của khách hàng chưa chắc chắn, đề nghị khách hàng có văn bản bảo lãnh thanh toán của ngân hàng. Hợp đồng ghi rõ điều khoản tạm ứng, thời hạn thanh toán, nếu quá hạn khách hàng phải chịu tính thêm lãi suất quá hạn.

- Tiến hành kiểm tra lại các khoản công nợ của Công ty 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.

- Có các biện pháp phòng ngừa rủi ro không thanh toán như: yêu cầu đặt cọc, trả trước một phần giá trị hợp đồng...

- Công ty nên thành lập tổ công tác thu nợ bao gồm các nhân viên phòng kinh doanh vì họ là những người tiếp xúc trực tiếp và thường xuyên với khách hàng

nên sẽ thuận lợi trong việc đôn đốc khách hàng thanh toán các khoản nợ. Đồng thời phải luôn có chế độ khen thưởng xứng đáng cho các nhân viên có đóng góp tích cực trong quá trình thu hồi nợ. Có thể đưa ra mức thưởng bằng 0,5% các khoản nợ thu hồi được.

- Để cải thiện những bất lợi của chính sách bán chịu, doanh nghiệp cần phải giảm thời gian bán chịu xuống.

- Công ty không có các khoản giảm trừ doanh thu vì vậy mà đối với những khách hàng lâu năm hay khách hàng thanh toán nhanh cho Công ty trước khi hết hạn hợp đồng, Công ty có thể áp dụng phương pháp chiết khấu, giảm giá.

BẢNG 21: BẢNG CHI PHÍ CHIẾT KHẤU THANH TOÁN

Số ngày thanh toán(ngày)	Lãi suất chiết khấu thanh toán(%)	Số lượng khách hàng(%)	Khoản phải thu năm 2010(đồng)	Chi phí chiết khấu(đồng)
0	1,2	12	831.724.666	9.980.696
1-22	0,95	19	1.316.897.389	12.510.525
22-45	0,6	30	2.079.311.666	12.475.870
45-60	0,3	28	1.940.690.889	5.822.073
> 60	0	11	762.414.278	-
Tổng		100	6.931.038.888	40.789.164

Khi áp dụng tỷ lệ chiết khấu cho khách hàng Công ty 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 22: BẢNG CHI PHÍ DỰ KIẾN CỦA BIỆN PHÁP

Đơn vị tính: đồng

Nội dung	Số tiền
Khoản tiền thu được là:	$6.931.038.888 * 30\% = 2.079.311.666$
Chi phí cho các khoản phải thu	56.037.449,55
1. Chi tiền chiết khấu cho khách hàng	40.789.164
2. Chi phí quản lý cho các khoản phải thu	$6.931.038.888 * 0.1\% = 6931038,888$
3. Chi phí khen thưởng	$6.931.038.888 * 0.12\% = 8317246,666$

Số tiền sẽ thu hồi được là: $2.079.311.666 - 56.037.449,55 = 2.023.274.216$ đồng.

3.2.2.4 Dự kiến kết quả đạt được

BẢNG 23: ƯỚC TÍNH HIỆU QUẢ CỦA BIỆN PHÁP

Chỉ tiêu	Trước khi thực hiện biện pháp	Sau khi thực hiện biện pháp	Chênh lệch
1.Doanh thu thuần	42.469.019.638	42.469.019.638	-
2.Các khoản phải thu bình quân	5.946.590.679	4.162.613.475	-1.783.977.204
3.Vòng quay các khoản phải thu(1/2)	7,77	10,2	2,43
4.Kỳ thu tiền bình quân(360/3)	46	35	-11

Qua bảng trên ta thấy các khoản phải thu bình quân của công ty đã giảm xuống 1.996.936.269đồng, làm vòng quay các khoản phải thu tăng lên 3,03vòng và kỳ thu tiền bình quân giảm 13 ngày.

Như vậy ta có thể thấy công ty 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 vốn, nâng cao khả năng quay vòng vốn, tránh tình trạng phải đi vay vốn ngắn hạn, từ đó nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

3.2.3 Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công nhân viên trong Công ty.

3.2.3.1 Lý do thực hiện biện pháp

Các bộ công 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 công nhân viên. Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội đã thực hiện tốt điều này, thể hiện ở các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động của công ty đều tăng so với năm 2009. Tuy nhiên công ty vẫn còn non trẻ nên việc nâng cao đội ngũ chất lượng cán bộ công nhân viên là việc rất cần thiết đối với công ty.

3.2.3.2 Mục đích thực hiện biện pháp

Mỗi một nhân viên sau khi được công ty đào tạo đều nâng cao được trình độ chuyên môn, về kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng bán hàng kinh doanh. Điều này vừa đem lại lợi ích cho người lao động, vừa mang lại lợi ích lâu dài, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh cho Công ty.

3.2.3.3 Nội dung thực hiện biện pháp

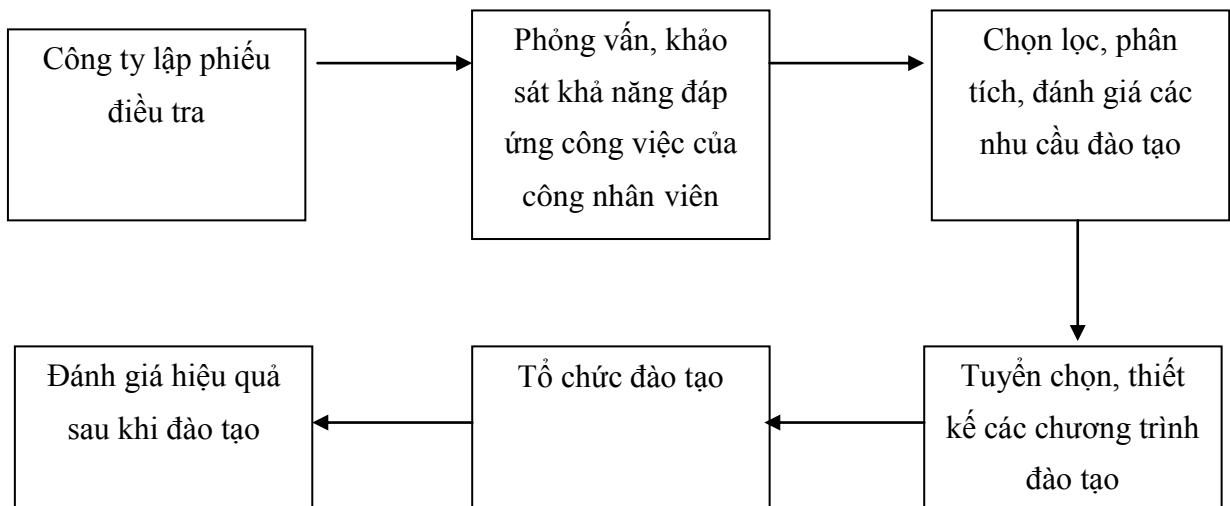
Thực hiện giải pháp này Công ty nên tập trung trên các phương diện sau:

- Công ty 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 khóa đào tạo kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn cho đội ngũ cán bộ công nhân viên về khả năng thực hiện công việc, 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 2: 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 tiêu 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 Công ty.

- 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 nhập 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 cần chú ý 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.

**BẢNG 24: DỰ TÍNH CHI PHÍ ĐÀO TẠO NHÂN VIÊN BÁN HÀNG VÀ
NHÂN VIÊN KINH DOANH CÔNG TY TNHH LOCK&LOCK HÀ NỘI
NĂM 2011**

Đơn vị: Đồng

Loại	Thời gian	Số lượng	Chi phí/tháng	Tổng chi phí/tháng	Tổng chi phí đào tạo
Nhân viên bán hàng	3 tháng	20 người	300.000	6.000.000	18.000.000
Nhân viên kinh doanh	3 tháng	10 người	500.000	5.000.000	15.000.000
Cán bộ kinh doanh	3 tháng	5 người	850.000	4.250.000	12.750.000

(Nguồn: Phòng nhân sự công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

Tổng chi phí = 45.750.000

KẾT LUẬN

Trong môi trường kinh doanh đầy biến động như hiện nay, mọi doanh nghiệp đều phải thận trọng trong từng bước đi của mình. Mỗi bước đi đúng sẽ củng cố thêm sức mạnh và uy tín của doanh nghiệp, song ngược lại mỗi quyết định không được cân nhắc kỹ lưỡng sẽ có thể dẫn tới những sai phạm nghiêm trọng. Công việc nghiên cứu thị trường và hoạt động kinh doanh của mọi doanh nghiệp đều nhằm vào mục đích nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội hiện nay đang ngày càng khẳng định được vị thế của mình trong lĩnh vực hàng gia dụng.

Trong thời gian thực tập và làm khóa luận tốt nghiệp tại Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội, cùng với những lý thuyết đã được tiếp thu trong quá trình học tập đã giúp em lý giải những vấn đề thực tế xảy ra trong quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Qua bản khóa luận tốt nghiệp này em xin bày tỏ lòng biết ơn đến cán bộ công nhân viên trong Công ty, đặc biệt là cô giáo, thạc sĩ Vũ Thị Lành và các thầy cô trong khoa Quản trị kinh doanh – Trường Đại học dân lập Hải Phòng đã giúp đỡ em hoàn thành bài khóa luận này.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hải Phòng, ngày 28 tháng 06 năm 2011

Sinh viên

Vũ Thị Yến

DANH MỤC BẢNG BIỂU

- Bảng 1: Số lượng lao động trong công ty TNHH Lock&lock Hà Nội
- Bảng 2: Cơ cấu lao động theo mức độ đào tạo
- Bảng 3: Cơ cấu lao động theo nhóm tuổi năm 2010
- Bảng 4: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội năm 2009,2010
- Bảng 5: Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng chi phí
- Bảng 6: Phân tích hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh
- Bảng 7: Hiệu quả sử dụng tài sản cố định
- Bảng 8: Bảng cơ cấu vốn lưu động
- Bảng 9: Đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động
- Bảng 10: Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động
- Bảng 11: Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời
- Bảng 12: Các chỉ tiêu về khả năng thanh toán
- Bảng 13: Hệ số nợ và hệ số vốn chủ sở hữu của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội năm 2009, 2010
- Bảng 14: Cơ cấu tài sản của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội năm 2009, 2010
- Bảng 15: Bảng các chỉ tiêu hoạt động
- Bảng 16: Bảng các mục tiêu về hiệu quả kinh doanh
- Bảng 17: Bảng chi phí dự kiến
- Bảng 18: Bảng dự kiến kết quả trước và sau khi thực hiện biện pháp
- Bảng 19: Chỉ tiêu các khoản phải thu
- Bảng 20: Bảng cơ cấu các khoản phải thu
- Bảng 21: Bảng chi phí chiết khấu thanh toán
- Bảng 22: Bảng chi phí dự kiến của biện pháp
- Bảng 23: Ước tính hiệu quả của biện pháp
- Bảng 24: Dự tính chi phí đào tạo nhân viên bán hàng và nhân viên kinh doanh công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình: Tài chính doanh nghiệp.
Chủ biên : TS Nguyễn Minh Kiều, nhà xuất bản Thống Kê – 2006
2. PTS Nguyễn Văn Công (1996), *Phân tích báo cáo tài chính và hoạt động kinh doanh*, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
3. Quản trị nhân sự : Nguyễn Hữu Thân - Nhà xuất bản thống kê – 2006
4. Trang web : www.lock&lock.com.vn
5. Luận văn tốt nghiệp khóa 9, ngành Quản trị doanh nghiệp – Đại học Dân Lập Hải Phòng.

PHỤ LỤC 1
BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN CỦA CÔNG TY TNHH LOCK&LOCK HÀ NỘI
Tại thời điểm 31/12/2009

Đơn vị tính: VNĐ

TÀI SẢN	MÃ SỐ	Số đầu năm	Số cuối năm
A – TÀI SẢN NGẮN HẠN	100	34.589.050.000	47.439.978.892
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110	7.829.297.680	11.352.849.360
1. Tiền	111	7.829.297.680	11.352.849.360
2. Các khoản tương đương tiền	112		
II Đầu tư tài chính ngắn hạn	120		
1. Đầu tư tài chính ngắn hạn	121		
2. Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính ngắn hạn	129		
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130	2.410.139.700	4.962.142.470
1. Phải thu khách hàng	131	1.223.468.111	2.914.526.452
2. Trả trước cho người bán	132	1.087.377.221	1.952.765.476
3. Phải thu nội bộ ngắn hạn	133		
4. Các khoản phải thu khác	135	99.294.368	94.850.542
5. Dự phòng ngắn hạn phải thu khó đòi	139		
IV. Hàng tồn kho	140	22.189.070.356	27.936.096.247
1. Hàng tồn kho	141	22.189.070.356	27.236.096.247
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		
V. Tài sản ngắn hạn khác	150	2.160.542.265	3.188.890.824
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	151		
2. Thuế GTGT được khấu trừ	152	153.446.398	245.567.422
3. Thuế và các khoản khác phải thu NN	154		
4. Tài sản ngắn hạn khác	158	2.007.095.867	2.943.323.402
B – TÀI SẢN DÀI HẠN	200	12.999.950.000	20.279.504.458
I. Tài sản cố định	210	12.999.950.000	20.279.504.458
1. Nguyên giá	211	13.138.272.830	20.793.479.670
2. Giá trị hao mòn lũy kế	212	(138.322.834)	(513.975.223)
3. Chi phí XD cơ bản dở dang	213		
II. Bất động sản đầu tư	220		
1. Nguyên giá	221		
2. Giá trị hao mòn lũy kế	222		
III. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	230		
- Đầu tư tài chính dài hạn	258		
- Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài	259		

Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH
Lock&Lock Hà Nội.

hạn			
IV. Tài sản dài hạn khác	240		
1. Phải thu dài hạn	241		
2. Tài sản dài hạn khác	248		
3. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi	249		
TỔNG CỘNG TÀI SẢN	250	47.589.000.000	67.719.483.350
NGUỒN VỐN			
A - NỢ PHẢI TRẢ	300	7.511.880.514	12.041.744.740
I. Nợ ngắn hạn	310	7.511.880.514	12.041.744.740
1. Vay và nợ ngắn hạn	311		
2. Phải trả người bán	312	3.206.237.142	4.809.869.738
3. Người mua trả tiền trước	313		
4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	314	1.454.577.339	2.864.000.000
5. Phải trả người lao động	315	288.334.778	398.000.000
6. Chi phí phải trả	316		
7. Các khoản phải trả ngắn hạn khác	318	2.562.731.255	3.969.875.000
8. Dự phòng phải trả ngắn hạn	319		
II. Nợ dài hạn	330		
1. Vay và nợ dài hạn	334		
2. Quỹ dự phòng trợ cấp mất việc làm	336		
3. Phải trả, phải nộp dài hạn khác	328		
4. Dự phòng phải trả dài hạn	329		
B - VỐN CHỦ SỞ HỮU	400	40.077.119.490	55.677.738.610
I. Vốn chủ sở hữu	410	38.976.809.070	54.431.738.610
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	411	32.375.408.270	39.459.306.260
2. Thặng dư vốn cổ phần	412		
3. Vốn khác của chủ sở hữu	413		
4. Cổ phiếu quỹ	414		
5. Chênh lệch đánh giá lại tài sản	415		
6. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	416		
7. Quỹ đầu tư phát triển	417		
8. Quỹ dự phòng tài chính	418	600.127.345	1.361.130.214
9. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	419		
10. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	420	6.001.273.458	13.611.302.149
11. Nguồn vốn đầu tư xây dựng cơ bản	421		
II. Nguồn kinh phí quỹ khác	430	1.100.310.421	1.246.000.000
1. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	431	1.100.310.421	1.246.000.000
2. Nguồn kinh phí	432		
3. Nguồn kinh phí đã hình thành tài sản cố định	433		
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	440	47.589.000.000	67.719.483.350

(Nguồn: Phòng tài chính kế toán)

PHỤ LỤC 2
BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN CỦA CÔNG TY TNHH LOCK&LOCK HÀ NỘI

Tại thời điểm 31/12/2010

Đơn vị tính: VNĐ

TÀI SẢN	MÃ SỐ	Số đầu năm	Số cuối năm
A – TÀI SẢN NGẮN HẠN	100	47.439.978.892	61.568.321.681
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110	11.352.849.360	17.370.629.060
1. Tiền	111	11.352.849.360	17.370.629.060
2. Các khoản tương đương tiền	112		
II Đầu tư tài chính ngắn hạn	120		
1. Đầu tư tài chính ngắn hạn	121		
2. Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính ngắn hạn	129		
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130	4.962.142.470	6.931.038.888
1. Phải thu khách hàng	131	2.914.526.452	3.982.019.444
2. Trả trước cho người bán	132	1.952.765.476	2.869.780.461
3. Phải thu nội bộ ngắn hạn	133		
4. Các khoản phải thu khác	135	94.850.542	79.238.983
5. Dự phòng ngắn hạn phải thu khó đòi	139		
IV. Hàng tồn kho	140	27.936.096.247	32.998.988.416
1. Hàng tồn kho	141	27.236.096.247	32.998.988.416
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	149		
V. Tài sản ngắn hạn khác	150	3.188.890.824	4.267.665.326
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	151		
2. Thuế GTGT được khấu trừ	152	245.567.422	342.431.924
3. Thuế và các khoản khác phải thu NN	154		
4. Tài sản ngắn hạn khác	158	2.943.323.402	3.925.233.402
B – TÀI SẢN DÀI HẠN	200	20.279.504.458	27.414.039.189
I. Tài sản cố định	210	20.279.504.458	27.414.039.189
1. Nguyên giá	211	20.793.479.670	28.284.741.140
2. Giá trị hao mòn lũy kế	212	(513.975.223)	(870.701.960)
3. Chi phí XD cơ bản dở dang	213		
II. Bất động sản đầu tư	220		
1. Nguyên giá	221		
2. Giá trị hao mòn lũy kế	222		
III. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	230		
- Đầu tư tài chính dài hạn	258		
- Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính	259		

Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội.

dài hạn			
IV. Tài sản dài hạn khác	240		
1. Phải thu dài hạn	241		
2. Tài sản dài hạn khác	248		
3. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi	249		
TỔNG CỘNG TÀI SẢN	250	67.719.483.350	88.982.360.870
NGUỒN VỐN			
A - NỢ PHẢI TRẢ	300	12.041.744.740	15.828.060.420
I. Nợ ngắn hạn	310	12.041.744.740	15.828.060.420
1. Vay và nợ ngắn hạn	311		
2. Phải trả người bán	312	4.809.869.738	6.206.000.000
3. Người mua trả tiền trước	313		
4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	314	2.864.000.000	4.246.901.963,8
5. Phải trả người lao động	315	398.000.000	507.367.889
6. Chi phí phải trả	316		
7. Các khoản phải trả ngắn hạn khác	318	3.969.875.000	4.867.790.568
8. Dự phòng phải trả ngắn hạn	319		
II. Nợ dài hạn	330		
1. Vay và nợ dài hạn	334		
2. Quỹ dự phòng trợ cấp mất việc làm	336		
3. Phải trả, phải nộp dài hạn khác	328		
4. Dự phòng phải trả dài hạn	329		
B - VỐN CHỦ SỞ HỮU	400	55.677.738.610	73.154.300.450
I. Vốn chủ sở hữu	410	54.431.738.610	71.731.681.450
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	411	39.459.306.260	48.870.079.510
2. Thặng dư vốn cổ phần	412		
3. Vốn khác của chủ sở hữu	413		
4. Cổ phiếu quỹ	414		
5. Chênh lệch đánh giá lại tài sản	415		
6. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	416		
7. Quỹ đầu tư phát triển	417		
8. Quỹ dự phòng tài chính	418	1.361.130.214	2.078.327.449
9. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	419		
10. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	420	13.611.302.149	20.783.274.497
11. Nguồn vốn đầu tư xây dựng cơ bản	421		
II. Nguồn kinh phí quỹ khác	430	1.246.000.000	1.422.619.000
1. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	431	1.246.000.000	1.422.619.000
2. Nguồn kinh phí	432		
3. Nguồn kinh phí đã hình thành tài sản cố định	433		
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	440	67.719.483.350	88.982.360.870

(Nguồn Phòng tài chính kế toán công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội)

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1 : CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP	3
1.1 Khái niệm và vai trò về hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp	3
1.1.1. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh	3
1.1.2 Bản chất của hiệu quả kinh doanh	4
1.1.3 Vai trò của hiệu quả kinh doanh	5
1.2 Phân loại hiệu quả kinh doanh	6
1.2.1 Căn cứ theo thời gian	6
1.2.2 Căn cứ theo yêu cầu của tổ chức xã hội quản lý kinh tế	6
1.3 Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh.....	6
1.3.1 Đối với doanh nghiệp.....	6
1.3.2 Đối với người lao động	7
1.3.3 Đối với nền kinh tế.....	7
1.4 Phương pháp phân tích hiệu quả kinh doanh	7
1.4.1 Phương pháp so sánh	7
1.4.2 Phương pháp thay thế liên hoàn	9
1.4.3 Phương pháp số chênh lệch	10
1.5 Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh	11
1.5.1 Các yếu tố bên ngoài	11
1.5.2 Nhân tố bên trong	12
1.6 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh	14
1.6.1 Chỉ tiêu tổng quát	14
1.6.2 Chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng chi phí	14
1.6.3 Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh	15
1.6.4 Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định	15
1.6.5 Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động	17
1.6.6 Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động	18
1.6.7 Các chỉ tiêu sinh lời	18

1.6.8 Một số chỉ tiêu đánh giá tình hình tài chính của doanh nghiệp	20
CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG VỀ TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH LOCK&LOCK HÀ NỘI	24
2.1 Tổng quan về công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội	24
2.1.1 Giới thiệu chung về công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội	24
2.1.2 Chức năng và nhiệm vụ của doanh nghiệp	24
2.1.3 Cơ cấu tổ chức của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội	26
2.1.4 Hoạt động Marketing của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội	28
2.1.5 Tình hình lao động trong công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội	28
2.1.6 Những thuận lợi và khó khăn	31
2.2 Phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội	32
2.2.1 Đánh giá chung về hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội	32
2.2.2 Phân tích hiệu quả về chi phí	36
2.2.3 Phân tích hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh	38
2.2.5. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động	45
2.2.6. Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời	46
2.2.7. Phân tích các chỉ tiêu tài chính	48
2.2.8 Các chỉ số hoạt động	52
2.3. Đánh giá chung về kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội	53
2.3.1 Những kết quả hiệu quả đạt được	53
2.3.2 Những hạn chế còn tồn tại	53
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH LOCK&LOCK HÀ NỘI	56
3.1 Phương hướng và mục tiêu phát triển của công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội	56
3.1.1. Phương hướng phát triển	56
3.1.2. Mục tiêu phát triển	56

3.2. Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Lock&Lock Hà Nội	57
3.2.1. Thành lập phòng Marketing	57
3.2.2. Biện pháp giảm các khoản phải thu	62
3.2.3 Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công nhân viên trong Công ty.	65
KẾT LUẬN	68

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

DN	: Doanh nghiệp	TSDH	: Tài sản dài hạn
SXKD	: Sản xuất kinh doanh	TSLĐ	: Tài sản lưu động
VKD	: Vốn kinh doanh	KPT	: Khoản phải thu
TSCĐ	: Tài sản cố định	DH	: Dài hạn
CĐ	: Cố định	NH	: Ngắn hạn
VCD	: Vốn cố định	NV	: Nguồn vốn
LNST	: Lợi nhuận sau thuế	TSNH	: Tài sản ngắn hạn
Bq	: Bình quân	VCSH	: Vốn chủ sở hữu
VLĐ	: Vốn lưu động	TTS	: Tổng tài sản
DTT	: Doanh thu thuần	CSH	: Chủ sở hữu
LNTT	: Lợi nhuận trước thuế	TS	: Tài sản
PTTT	: Phổ thông trung học	TCP	: Tổng chi phí
DT	: Doanh thu		