

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: MARKETING

Sinh viên: Phạm Hồng Chương

HẢI PHÒNG - 2025

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

**NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH
TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THANG MÁY
NĂNG LƯỢNG**

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

Sinh viên : Phạm Hồng Chương
Giảng viên hướng dẫn : ThS. Phạm Bá Dũng

HẢI PHÒNG – 2025

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên : Phạm Hồng Chương Mã số SV: 2112407004
Lớp : QT2501M
Ngành : Marketing
Tên đề tài : Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần
Thang máy Năng lượng

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

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

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH

CHƯƠNG 2. PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN THANG MÁY NĂNG LƯỢNG

CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ

2. Các tài liệu số liệu cần thiết

Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng.

Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng
lượng.

3. Địa điểm thực tập

Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng.

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Họ và tên : Ths. Phạm Bá Dũng
Học hàm, học vị : Thạc sĩ
Cơ quan công tác : Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng
Nội dung hướng dẫn : Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 17 tháng 02 năm 2025

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 10 tháng 05 năm 2025

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN
Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN
Giảng viên hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng năm 2025

XÁC NHẬN CỦA KHOA

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP

Họ và tên giảng viên: Ths. Phạm Bá Dũng

Đơn vị công tác: Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng

Họ và tên sinh viên: Phạm Hồng Chương

Đề tài tốt nghiệp: Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần
Thang máy Năng lượng

Nội dung hướng dẫn: Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần
Thang máy Năng lượng

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

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

2. Đánh giá chất lượng đồ án/khoá luận (so với nội dung yêu cầu đồ án/khoá luận trong nhiệm vụ Đ.T.T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu....)

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

3. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp

Được bảo vệ ☐ Không được bảo vệ ☐ Điểm hướng dẫn ☐

	Hải Phòng, ngày.... tháng..... năm 2025
	Giảng viên hướng dẫn

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

.....

PHIẾU NHẬN XÉT KẾT QUẢ THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên: Phạm Hồng Chương

Ngày sinh: 27/09/2001

Lớp: QT2501M

Chuyên ngành: Marketing

Khóa: K25

Thực tập tại: Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng

Từ ngày: 25/11/ 2024 đến ngày 11/01/2025

1. Về tinh thần, thái độ, ý thức tổ chức kỷ luật:

.....

.....

.....

.....

2. V
ề kết quả thực tập tốt nghiệp

.....

.....

.....

.....

3. Đ
ánh giá chung

.....

.....

.....

	<i>Hải Phòng, ngày tháng năm 2025</i>
Xác nhận của lãnh đạo cơ sở thực tập	Cán bộ hướng dẫn thực tập của cơ sở

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU.....	5
1. Tên đề tài.....	5
2. Lý do thực hiện đề tài.....	5
3. Mục tiêu/câu hỏi nghiên cứu	5
4. Tổng quan tình hình nghiên cứu.....	7
5. Đối tượng/ phạm vi nghiên cứu, khảo sát.....	10
6. Phương pháp nghiên cứu	10
7. Kết quả nghiên cứu dự kiến.....	10
8. Đóng góp của nghiên cứu.....	11
9. Dự kiến bố cục báo cáo tốt nghiệp	11
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH	12
1.1. Khái lược về hiệu quả kinh doanh.....	12
1.1.1. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh.....	12
1.1.2. Phân loại hiệu quả hoạt động kinh doanh	13
1.1.3. Vai trò của hiệu quả hoạt động kinh doanh	15
1.1.4. Ý nghĩa của hiệu quả hoạt động kinh doanh.....	15
1.1.5. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả kinh doanh.....	17
1.1.6. Phương pháp đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh	20
1.2. Các nhân tố tác động đến hiệu quả kinh doanh	22
1.2.1. Nhóm các nhân tố bên trong doanh nghiệp.....	22
1.2.2. Nhóm các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp.....	23
1.3. Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh	25
1.3.1. Đối với doanh nghiệp	25
1.3.2. Đối với toàn bộ nền kinh tế quốc tế.....	26
1.3.3. Đối với người lao động.....	26
1.4. Nội dung đánh giá hiệu quả kinh doanh.....	27
1.4.1. Cơ sở đánh giá.....	27
1.4.2. Các chỉ tiêu đánh giá	27
1.4.3. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn	28
1.4.3.1. Hiệu suất sử dụng vốn	28

1.4.3.2. Tỷ suất lợi nhuận sử dụng vốn	28
1.4.3.3. Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn cố định	28
1.4.3.4. Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn lưu động.....	29
1.4.3.5. Nhóm chỉ tiêu về tỷ suất lợi nhuận	29
1.4.3.6. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế - xã hội	30
1.5. Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh.....	31
1.5.1. Giải pháp trong khâu tạo lập doanh nghiệp	31
1.5.2. Giải pháp mang tính chiến lược	31
1.5.3. Giải pháp tác nghiệp.....	32
Chương 2. PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THANG MÁY NĂNG LƯỢNG	35
2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng.....	35
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển doanh nghiệp.....	35
2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp.....	36
2.1.3. Khái quát về cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp.....	36
2.1.3.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức	36
2.1.3.2. Nhiệm vụ và chức năng của các phòng ban.....	37
2.1.4. Tình hình nhân sự tại doanh nghiệp	39
2.1.5. Kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp	40
2.2. Phân tích thực trạng hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng	37
2.2.1. Phân tích khái quát bảng cân đối kế toán	37
2.2.1.1. Phân tích cấu trúc tài sản của công ty qua các năm 2022, 2023 và 2024.....	37
2.2.1.2. Phân tích cấu trúc nguồn vốn của công ty qua 3 năm 2022, 2023 và 2024.....	39
2.2.1.3. Phân tích cân bằng tài chính của công ty qua 3 năm 2022, 2023 và 2024.....	41
2.2.2 Phân tích khái quát bảng kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh qua 3 năm 2022, 2023 và 2024	43

2.3. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng giai đoạn từ năm 2022 – 2024	48
2.3.1. Các nhân tố thuộc môi trường bên trong	48
2.3.1.1. Lực lượng lao động	48
2.3.1.2. Công nghệ kỹ thuật và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật	49
2.3.1.3. Nhân tố quản trị doanh nghiệp.....	50
2.3.2. Các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài	51
2.3.2.1. Môi trường pháp lý.....	51
2.3.2.2. Môi trường kinh tế.....	52
2.4. Đánh giá chung về hiệu quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng	53
2.4.1. Những thành tựu, kết quả đạt được.....	53
2.4.2. Những tồn tại, hạn chế.....	55
Chương 3. GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ	58
3.1. Định hướng phát triển của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng trong thời gian tới	58
3.1.1. Các mục tiêu chủ yếu của công ty	58
3.1.2. Chiến lược phát triển trung và dài hạn	59
3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng.....	60
3.2.1 Giải pháp nâng cao hiệu suất sử dụng tài sản.....	60
3.2.2. Giải pháp nâng cao doanh thu và giảm chi phí.....	61
3.2.3. Giải pháp hạ thấp chi phí sản xuất kinh doanh.....	63
3.2.4. Phát triển thêm ngành hàng mới.....	64
3.3. Một số kiến nghị để thực hiện hiệu quả các giải pháp trên.....	64
KẾT LUẬN	67
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	68

LỜI CAM ĐOAN

Báo cáo này là kết quả từ quá trình nghiên cứu và làm việc của tôi trong suốt thời gian thực tập tại Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng. Tôi cam đoan rằng mọi thông tin và kết quả trong báo cáo đều được tạo ra một cách minh bạch, trung thực và không tiếp nhận hoặc sao chép bất kỳ thông tin nào từ nguồn bên ngoài mà chưa được nêu rõ.

Tôi xác nhận rằng tất cả dữ liệu và thông tin được trình bày trong báo cáo là chính xác và rõ ràng. Mọi quan điểm và phân tích đều dựa trên quan sát và kết quả của riêng tôi trong quá trình làm việc trực tiếp tại doanh nghiệp.

Tôi sẵn lòng chịu trách nhiệm và chấp nhận mọi quyết định xử lý từ Nhà trường nếu phát hiện bất kỳ thông tin không chính xác hoặc vi phạm nào khác trong báo cáo này.

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên em muốn giành tình cảm chân thành và sâu sắc nhất của mình để tỏ lòng biết ơn đến với tất cả các cá nhân, tổ chức, các quý thầy cô của khoa Quản trị kinh doanh, trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng đã hỗ trợ rất nhiều, sẵn lòng giúp đỡ em trong suốt quá trình thực tập và nghiên cứu đề tài này.

Em cũng xin chân thành cảm ơn quý Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng đã tạo cơ hội cho em được thử sức, thực tập, những trải nghiệm mới mẻ mà từ trước đến giờ em chưa được trải qua. Em xin gửi lời cảm ơn các anh chị ban trợ lý – thực tập và toàn thể các cô chú anh chị trong công ty đã giúp đỡ, chỉ bảo tận tình trong thời gian vừa qua.

Trong suốt quá trình thực tập thực tế tại công ty cũng như trong quãng thời gian hoàn thành đề tài báo cáo này, mặc dù bản thân em đã rất cố gắng, đầu tư nhưng chắc chắn vẫn còn tồn tại những thiếu sót về mặt kiến thức cũng như lý luận. Cá nhân em kính mong quý thầy cô sẽ xem xét, bỏ qua và góp ý cho em để em có thể hoàn thiện hơn bài làm của mình và rút kinh nghiệm, áp dụng thực tế trong tương lai.

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1. Giới tính, tuổi tác, trình độ nhân viên công ty giai năm 2022–2024.....	34
Bảng 1.2. Cơ cấu tài sản-nguồn vốn của Công ty giai đoạn 2022-2024.....	35
Bảng 1.3. Cấu trúc tài sản của Công ty qua các năm 2022, 2023 và 2024.....	37
Bảng 1.4. Các chỉ tiêu về cấu trúc nguồn vốn 2022, 2023 và 2024.....	39
Bảng 1.5. Cân đối tài chính 2022, 2023 và 2024	41
Bảng 1.6. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2022, 2023 và 2024.....	44

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1. Logo Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng.....	27
Hình 1.2. Sơ đồ tổ chức Công ty TNHH TM DV thiết bị văn phòng Bảo Minh.....	28

MỞ ĐẦU

1. Tên đề tài

Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng.

2. Lý do thực hiện đề tài

Trong môi trường sản xuất và kinh doanh theo cơ chế thị trường, để tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp cần biết cách kinh doanh hiệu quả. Để đạt được kết quả cao nhất, doanh nghiệp phải xác định rõ phương hướng, mục tiêu đầu tư và tối ưu hóa việc sử dụng các nguồn lực sẵn có, bao gồm nhân lực, máy móc, thiết bị. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải thường xuyên đánh giá, lựa chọn phương án kinh doanh phù hợp, đồng thời nhận diện và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh. Việc này chỉ có thể thực hiện hiệu quả thông qua quá trình phân tích hoạt động kinh doanh.

Mọi hoạt động kinh tế trong doanh nghiệp đều có sự tác động qua lại lẫn nhau. Do đó, chỉ khi tiến hành phân tích toàn diện về hiệu quả kinh doanh, doanh nghiệp mới có thể đánh giá chính xác kết quả hoạt động của mình. Từ đó, họ có thể xác định nguyên nhân của những hạn chế ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh, nhận diện các tiềm năng chưa được khai thác, đồng thời đánh giá những yếu tố giúp đạt hoặc chưa đạt các chỉ tiêu đề ra. Việc phân tích này không chỉ giúp nhận diện điểm mạnh, điểm yếu trong quản lý doanh nghiệp mà còn đề xuất các biện pháp cụ thể nhằm khắc phục hạn chế, tối ưu hóa hoạt động kinh tế và quản lý doanh nghiệp. Qua đó, doanh nghiệp có thể tận dụng tối đa nguồn lực, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh, em đã lựa chọn đề tài: “Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng” làm nội dung báo cáo tốt nghiệp của mình.

3. Mục tiêu/câu hỏi nghiên cứu

Mục tiêu báo cáo là giúp người nghiên cứu có một cái nhìn chính xác về tầm quan trọng của phân tích hoạt động kinh doanh, thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty. Trên cơ sở những số liệu thực tế cũng như phân tích để đưa ra một số giải pháp và đề xuất để góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty trong thời gian tới.

- Mục tiêu cụ thể:
 - + Phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng trong giai đoạn gần đây.
 - + Đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh thông qua các chỉ tiêu tài chính và phi tài chính.
 - + Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty.
 - + Đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, tối ưu hóa nguồn lực và tăng cường khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.
- Câu hỏi nghiên cứu:
 - + Hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng hiện nay ra sao?
 - + Những nhân tố nào đang tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty?
 - + Công ty đang gặp phải những khó khăn, hạn chế nào trong quá trình kinh doanh?

+ Các biện pháp nào có thể được áp dụng để cải thiện hiệu quả kinh doanh của công ty trong thời gian tới?

4. Tổng quan tình hình nghiên cứu

4.1. Nghiên cứu trong nước

Đã có nhiều đề tài trong nước có liên quan đến nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh có thể kể đến như Hồ Minh Tuyền (2023) với đề tài “Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty TNHH Thép VINAKYOEI” Luận văn được nghiên cứu trong bối cảnh Việt Nam và thế giới vừa trải qua một trận đại dịch lịch sử, dịch Covid-19, đã gây ra thiệt hại nặng nề về tính mạng và cho nền kinh tế kéo dài hơn 3 năm qua. Nội dung luận văn đã đạt được các mục tiêu đề ra như: Hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về hiệu quả kinh doanh, đánh giá tầm quan trọng của hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp; Vận dụng thẻ điểm cân bằng phân tích thực trạng tình hình sản xuất kinh doanh tại công ty TNHH Thép Vinakyoei trong 3 năm 2020-2022; Đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh cho doanh nghiệp.

Nguyễn Hưng (2013) với đề tài “Phân tích và đề xuất một số các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh cho Công ty cổ phần dệt may Sơn Nam” đã trình bày cơ sở lý thuyết về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh. Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty cổ phần dệt may Sơn Nam. Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty cổ phần dệt may Sơn Nam.

Đỗ Thành Trung (2022) với đề tài “Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm tại Công ty bảo hiểm bưu điện tỉnh Vĩnh Phúc” luận văn nhằm hệ thống hóa cơ sở lý luận về hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm của doanh nghiệp bảo hiểm. Phân tích, đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm tại Công ty bảo hiểm bưu điện tỉnh Vĩnh Phúc.

Nguyễn Huỳnh Thuý Hoàng (2024) với đề tài “Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Nam Á trong điều kiện chuyển đổi số” Ngành ngân hàng giữ vai trò là huyết mạch nền kinh tế, vì vậy những thành tựu và kết quả đạt được của các NHTM Việt Nam là nền móng cho sự phát triển của đất nước. Đó là lý do tác giả nghiên cứu về hiệu quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Nam Á, thông qua nghiên cứu này tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh trong điều kiện chuyển đổi số. Việc nghiên cứu là yêu cầu cấp

thiết góp phần nâng cao vị thế, năng lực cạnh tranh của Nam Á nói riêng và hệ thống NHTM tại Việt Nam nói chung. Thông qua việc phân tích thực trạng tình hình kinh doanh và đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Nam Á, từ đó đề xuất các giải pháp có tính khả thi góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Nam Á trong điều kiện chuyển đổi số thời gian tới. Tác giả tiếp cận đối tượng nghiên cứu đi từ việc làm rõ các vấn đề lý thuyết đến nhận dạng đối tượng nghiên cứu tiếp đến xác định giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Nam Á. Để đạt được mục tiêu đề ra, luận văn lựa chọn sử dụng các phương pháp chủ yếu sau: Phương pháp tổng hợp, phương pháp phân tích và phương pháp so sánh. Kết quả của nghiên cứu này giúp tác giả rút ra được những điểm mấu chốt trong hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng và tiến hành xây dựng, lựa chọn giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh cho Ngân hàng TMCP Nam Á. Kết luận được rút ra là nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh trong điều kiện chuyển đổi số là nhiệm vụ vô cùng quan trọng đối với mọi ngân hàng, đặc biệt là đối với Ngân hàng Nam Á, nó là cơ sở để nâng cao năng lực tài chính, mở rộng thị phần, khẳng định uy tín và vị thế của ngân hàng trên thị trường.

Đỗ Huyền Trang (2012) với đề tài “Hoàn thiện phân tích hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp chế biến gỗ xuất khẩu khu vực Nam Trung Bộ” hệ thống hóa lý luận cơ bản về phân tích hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp sản xuất, đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp hoàn thiện hoạt động phân tích hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp chế biến gỗ xuất khẩu khu vực Nam Trung Bộ

4.2. Nghiên cứu ngoài nước

Andy Neely và cộng sự (1998) với đề tài “Innovation and business performance” nghiên cứu sâu rộng về mối quan hệ giữa tính sáng tạo, hiệu suất kinh doanh và năng lực sáng tạo của các công ty. Mục đích của bài là nêu bối cảnh cho một dự án nghiên cứu về các chủ đề này, bằng cách tóm tắt các nghiên cứu đã hoàn thành cho đến nay. Đề tài gồm bốn phần chính. Trong phần đầu tiên, câu hỏi "tại sao phải đổi mới" được giải quyết, khi những lợi ích chung và rào cản đối với đổi mới được xác định. Trong phần thứ hai, câu hỏi "đổi mới là gì" được trả lời, khi các cấu trúc: đổi mới, tính sáng tạo và năng lực đổi mới được khám phá và năm mô hình quy trình đổi mới được trình bày. Trong phần thứ ba, câu hỏi "mối liên hệ giữa đổi mới và hiệu suất là gì" được giải

quyết, khi các nghiên cứu về đổi mới ở cấp công ty, khu vực và quốc gia được xem xét. Phần thứ tư kết thúc báo cáo bằng cách xác định các lĩnh vực cần nghiên cứu thêm và đề xuất một chương trình hướng tới tương lai được thiết kế để hỗ trợ việc hình thành chính sách đổi mới cho Khu vực phía Đông.

Daniel I. Prajogo (2016) với đề tài “The strategic fit between innovation strategies and business environment in delivering business performance” Bài báo này xem xét vai trò của môi trường kinh doanh (về mặt năng động và khả năng cạnh tranh) như các yếu tố bất trắc ảnh hưởng đến hiệu quả của các loại chiến lược đổi mới khác nhau (về mặt sản phẩm và quy trình) trong việc mang lại hiệu quả kinh doanh. Sử dụng dữ liệu của 207 công ty sản xuất tại Úc, nghiên cứu này cho thấy môi trường năng động tăng cường tác động của đổi mới sản phẩm lên hiệu quả kinh doanh. Mặt khác, môi trường cạnh tranh làm suy yếu tác động của đổi mới sản phẩm lên hiệu quả kinh doanh, nhưng lại tăng cường tác động của đổi mới quy trình lên hiệu quả kinh doanh. Nhìn chung, nghiên cứu này chứng minh sự phù hợp chiến lược giữa tính năng động và chiến lược đổi mới sản phẩm cũng như giữa khả năng cạnh tranh và chiến lược đổi mới quy trình. Mặt khác, khả năng cạnh tranh cũng cho thấy sự không phù hợp về mặt chiến lược với đổi mới sản phẩm. Các hàm ý lý thuyết và thực tiễn được thảo luận.

Heba Mohamed_Adel và cộng sự (2020) với đề tài “Entrepreneurial marketing strategy, institutional environment, and business performance of SMEs in Egypt” Mục đích của bài nghiên cứu này là nghiên cứu mối quan hệ giữa chiến lược tiếp thị doanh nghiệp (EMS), môi trường thể chế (IE) và hiệu quả kinh doanh (BP). Ngoài ra, bài nghiên cứu còn xem xét vai trò của giới tính và kinh nghiệm kinh doanh (EE) như những yếu tố điều tiết mối quan hệ EMS-BP và IE-BP. Dựa trên đánh giá tài liệu, các tác giả đã đề xuất một mô hình khái niệm đã được thử nghiệm bằng cách sử dụng phương pháp định lượng. Các bảng câu hỏi đã được điền bởi 202 chủ sở hữu/doanh nhân của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) tại Ai Cập. Do không có khung dân số chính thức cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Ai Cập, nên kỹ thuật lấy mẫu theo hạn ngạch phi xác suất đã được sử dụng để xem xét sự khác biệt về giới tính và EE. Phần mềm SmartPLS đã được sử dụng để phân tích dữ liệu. Kết quả chỉ ra rằng EMS có tác động tích cực đáng kể đến BP. IE có tác động tích cực đáng kể đến EMS nhưng

không có tác động đáng kể đến BP. Giới tính được phát hiện là yếu tố điều tiết đáng kể cả mối quan hệ EMS-BP và IE-BP. Tuy nhiên, EE được phát hiện là yếu tố điều tiết không đáng kể trong mối quan hệ EMS-BP. Những phát hiện này truyền đạt những hiểu biết sâu sắc cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ về tầm quan trọng của việc thực hiện các hoạt động chủ động, chấp nhận rủi ro và sáng tạo trong khi tạo ra và cung cấp giá trị cho khách hàng của họ. Ngoài ra, nó còn tóm tắt thêm những ý nghĩa đối với các nhà hoạch định chính sách nhằm thúc đẩy IE tốt hơn cho tinh thần kinh doanh ở Ai Cập.

5. Đối tượng/ phạm vi nghiên cứu, khảo sát

Đối tượng nghiên cứu: Phân tích và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng.

- Phạm vi nghiên cứu:
 - + Phạm vi không gian: Công ty TNHH TM-DV Thiết bị văn phòng Bảo Minh.
 - + Phạm vi thời gian: Nghiên cứu từ năm 2022-2024

6. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập số liệu: số liệu thứ cấp được thu thập từ sách, báo, tạp chí, các tài liệu đã công bố trên các phương tiện thông tin đại chúng, internet và từ các cơ quan ban ngành; từ báo cáo kết quả kinh doanh của công ty TNHH TM-DV Thiết bị văn phòng Bảo Minh giai đoạn 2022-2024 và phương hướng hoạt động năm tiếp theo; khảo sát ý kiến chuyên gia và các đối tượng có liên quan

Phương pháp phân tích và xử lý số liệu: Để nhằm giải quyết mục tiêu nghiên cứu, đề tài sử dụng phương pháp: phương pháp phân tích, tổng hợp lý thuyết: Nghiên cứu các tài liệu liên quan đến nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh để tổng hợp và hệ thống hóa cơ sở lý luận về hiệu quả hoạt động kinh doanh nhằm đưa ra giải pháp nâng cao hiệu quả cho doanh nghiệp.

7. Kết quả nghiên cứu dự kiến

Kết quả nghiên cứu kỳ vọng sẽ giúp Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng nâng cao hiệu quả kinh doanh, cải thiện khả năng cạnh tranh và gia tăng doanh thu. Các giải pháp đề xuất sẽ không chỉ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm/dịch vụ, tối ưu hóa hệ thống phân phối và điều chỉnh chính sách giá mà còn tăng cường mức độ nhận diện thương hiệu của công ty. Bên cạnh đó, sự cải thiện trong các hoạt động xúc tiến

và chăm sóc khách hàng sẽ góp phần gia tăng sự hài lòng, xây dựng lòng trung thành của khách hàng. Cuối cùng, những giải pháp thực tiễn, khả thi từ đề tài sẽ trở thành cơ sở để công ty áp dụng vào hoạt động kinh doanh trong ngắn hạn và dài hạn, góp phần nâng cao hiệu quả và phát triển bền vững.

8. Đóng góp của nghiên cứu

Về mặt lý thuyết, nghiên cứu góp phần làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó bổ sung vào cơ sở nghiên cứu về quản trị kinh doanh. Việc phân tích hiệu quả kinh doanh không chỉ giúp đánh giá thực trạng hoạt động mà còn là cơ sở để đề xuất các chiến lược phát triển phù hợp trong bối cảnh cạnh tranh.

Về mặt thực tiễn, nghiên cứu giúp Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng xác định rõ các điểm mạnh, điểm yếu trong hoạt động kinh doanh hiện tại, nhận diện những vấn đề cần cải thiện nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động. Trên cơ sở đó, đề tài sẽ đưa ra các giải pháp cụ thể và khả thi để tối ưu hóa quy trình vận hành, cải thiện quản lý tài chính, nâng cao chất lượng sản phẩm – dịch vụ, tối ưu hóa chiến lược giá cả và mở rộng kênh phân phối. Những đóng góp này sẽ giúp công ty nâng cao năng lực cạnh tranh, tối ưu hóa nguồn lực và phát triển bền vững trong môi trường kinh doanh ngày càng thay đổi.

9. Dự kiến bố cục báo cáo tốt nghiệp

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận án gồm có 3 chương chính sau:

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH

CHƯƠNG 2. PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN THANG MÁY NĂNG LƯỢNG

CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH

1.1. Khái lược về hiệu quả kinh doanh

1.1.1. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế, được biểu hiện bằng bảng hệ thống chỉ tiêu kinh tế đặc trưng thiết lập trên cơ sở so sánh tương quan giữa kết quả đầu ra với chi phí hoặc yếu tố đầu vào, qua đó phản ánh trình độ sử dụng chi phí hoặc các yếu tố đầu vào nhằm đạt được kết quả cao nhất trong điều kiện kết hợp hài hòa giữa hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội (Đỗ Huyền Trang, 2016).

Đứng trên góc độ nền kinh tế quốc dân, hiệu quả kinh doanh đạt được phải gắn chặt với hiệu quả của toàn xã hội. Chỉ khi nào sự gắn kết giữa hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp với hiệu quả của toàn xã hội thì hoạt động của doanh nghiệp mới thực sự được coi là hiệu quả.

Phân tích hiệu quả kinh doanh cần phải kết hợp nhiều chỉ tiêu hiệu quả ở các bộ phận, các mặt của quá trình kinh doanh như chỉ tiêu hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn, tài sản ngắn hạn, nguồn vốn chủ sở hữu, nguồn vốn vay, chi phí... ta có thể đi phân tích từ chỉ tiêu tổng thể đến chỉ tiêu chi tiết, từ đó khái quát hóa đưa ra các thông tin hữu ích là cơ sở đưa ra các quyết định phục vụ quá trình kinh doanh.

1.1.2. Phân loại hiệu quả hoạt động kinh doanh

Phân loại hiệu quả kinh doanh là một việc làm hết sức thiết thực, nó là phương cách để các doanh nghiệp xem xét đánh giá những kết quả mà mình đạt được và là cơ sở để thành lập các chính sách, chiến lược, kế hoạch hoạt động của doanh nghiệp. Trong công tác quản lý, phạm trù hiệu quả được biểu hiện ở nhiều dạng khác nhau, mỗi dạng thể hiện những đặc trưng và ý nghĩa cụ thể của nó. Việc phân loại hiệu quả kinh doanh theo những tiêu thức khác nhau có tác dụng thiết thực trong việc điều hành tổ chức quản lý và hoạt động của doanh nghiệp.

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

Hiệu quả cá biệt: là hiệu quả thu được từ hoạt động kinh doanh của từng doanh nghiệp, với biểu hiện trực tiếp là lợi nhuận kinh doanh và chất lượng thực hiện những yêu cầu xã hội đặt ra cho nó. Hiệu quả kinh tế quốc dân được tính cho toàn bộ nền kinh tế, về cơ bản nó là sản phẩm thặng dư, thu nhập quốc dân hay tổng sản phẩm xã hội mà đất nước thu được trong mỗi thời kỳ so với lượng vốn sản xuất, lao động xã hội và tài nguyên đã hao phí.

Hiệu quả kinh tế quốc dân: Trong việc thực hiện cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước, không những cần tính toán và đạt được hiệu quả trong sản xuất kinh doanh của từng doanh nghiệp, mà còn cần phải đạt được hiệu quả của toàn bộ nền kinh tế quốc dân; mức hiệu quả kinh tế quốc dân lại phụ thuộc vào mức hiệu quả cá biệt. Nghĩa là phụ thuộc vào sự cố gắng của mỗi người lao động và mỗi doanh nghiệp. Đồng thời xã hội thông qua hoạt động của cơ quan quản lý Nhà nước cũng có tác động trực tiếp đến hiệu quả cá biệt. Một cơ chế quản lý đúng tạo điều kiện thuận lợi cho việc nâng cao hiệu quả cá biệt, ngược lại một chính sách lạc hậu, sai lầm lại trở thành lực cản kìm hãm nâng cao hiệu quả cá biệt.

Hiệu quả kinh doanh tổng hợp và hiệu quả kinh doanh bộ phận:

Hiệu quả kinh doanh tổng hợp: phản ánh khái quát và cho phép kết luận về hiệu quả kinh doanh của toàn bộ quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp (hay một đơn vị bộ phận của doanh nghiệp) trong một thời kỳ xác định.

Hiệu quả kinh doanh bộ phận: là hiệu quả kinh doanh chỉ xét ở từng lĩnh vực hoạt động (sử dụng vốn, lao động, máy móc thiết bị, nguyên vật liệu,...) cụ thể của doanh nghiệp. Hiệu quả kinh doanh bộ phận chỉ phản ánh hiệu quả ở từng lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp chứ không phản ánh hiệu quả của doanh nghiệp.

Giữa hiệu quả kinh doanh tổng hợp và hiệu quả kinh doanh bộ phận có mối quan hệ biện chứng với nhau. Hiệu quả kinh doanh tổng hợp cấp doanh nghiệp phản ánh hiệu quả hoạt động của tất cả các lĩnh vực hoạt động cụ thể của doanh nghiệp. Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp có thể xuất hiện mâu thuẫn giữa hiệu quả kinh doanh tổng hợp và hiệu quả kinh doanh bộ phận, khi đó chỉ có hiệu quả kinh doanh tổng hợp là phản ánh hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh bộ phận chỉ có thể phản ánh hiệu quả ở từng lĩnh vực hoạt động, từng bộ phận của doanh nghiệp mà thôi.

Hiệu quả kinh doanh ngắn hạn và dài hạn:

Hiệu quả kinh doanh ngắn hạn: là hiệu quả kinh doanh được xem xét, đánh giá ở từng khoảng thời gian. Hiệu quả kinh doanh ngắn hạn chỉ đề cập đến từng khoảng thời gian ngắn như tuần, tháng, quý, năm, vài năm,...

Hiệu quả kinh doanh dài hạn: là hiệu quả kinh doanh được xem xét, đánh giá trong thời gian dài gắn với các chiến lược, các kế hoạch dài hạn hoặc thậm chí, nói đến hiệu quả kinh doanh dài hạn người ta hay nhắc đến hiệu quả lâu dài, gắn với quãng đời tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Cần chú ý rằng, giữa hiệu quả kinh doanh dài hạn và hiệu quả kinh doanh ngắn hạn vừa có mối quan hệ biện chứng với nhau và trong nhiều trường hợp có thể mâu thuẫn nhau. Về nguyên tắc, chỉ có thể xem xét và đánh giá hiệu quả kinh doanh ngắn hạn trên cơ sở vẫn đảm bảo đạt được hiệu quả kinh doanh dài hạn trong tương lai. Trong thực tế, nếu mâu thuẫn giữa hiệu quả kinh doanh ngắn hạn và dài hạn, chỉ có thể lấy hiệu quả kinh doanh dài hạn làm thước đo chất lượng hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp vì nó phản ánh xuyên suốt quá trình lợi dụng các nguồn lực sản xuất của doanh nghiệp.

1.1.3. Vai trò của hiệu quả hoạt động kinh doanh

Vai trò của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm nguồn lực lao động xã hội. Đây là hai mặt có mối quan hệ mật thiết của vấn đề hiệu quả kinh tế. Chính việc khan hiếm nguồn lực và việc sử dụng chúng có tính cạnh tranh nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội, đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp buộc phải chú trọng các điều kiện nội tại, phát huy năng lực, hiệu năng của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí.

Để hiểu rõ về vai trò của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh, ta cũng cần phân biệt giữa hai khái niệm hiệu quả và kết quả của hoạt động kinh doanh. Kết quả hoạt động kinh doanh là những gì mà doanh nghiệp đạt được sau một quá trình kinh doanh nhất định, kết quả cần đạt được bao giờ cũng là mục tiêu cần thiết của doanh nghiệp. Trong khi đó trong khái niệm về hiệu quả kinh doanh, người ta sử dụng cả hai chỉ tiêu kết quả và chi phí để đánh giá hiệu quả kinh doanh.

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

1.1.4. Ý nghĩa của hiệu quả hoạt động kinh doanh

Đối với bản thân doanh nghiệp:

Hiệu quả kinh doanh không những là thước đo giá trị chất lượng, phản ánh trình độ tổ chức và quản lý sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp mà còn là cơ sở để duy trì sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp được xác định dựa trên uy tín, ảnh hưởng của doanh nghiệp đối với thị trường. Song chung quy lại uy tín của doanh nghiệp trên thương trường có vững chắc hay không, có

chiếm được lòng tin của khách hàng hay không thì lại bị chi phối bởi hiệu quả kinh doanh. Hiệu quả kinh doanh ở đây không thể chỉ hiểu đơn thuần là giảm thiểu chi phí, tăng lợi nhuận mà hiệu quả kinh doanh đạt được là do chính chất lượng của sản phẩm do doanh nghiệp sản xuất ra và cung ứng cho khách hàng.

Ngoài ra việc nâng cao hiệu quả kinh doanh còn là nhân tố thúc đẩy cạnh tranh và việc tự hoàn thiện của bản thân từng doanh nghiệp trong cơ chế thị trường hiện nay. Cạnh tranh trên thương trường ngày càng trở nên khốc liệt bởi nó không chỉ đòi hỏi hợp lý về giá cả mà còn có những đòi hỏi rất cao về chất lượng của sản phẩm, dịch vụ. Để không bị bóp nghẹt trong vòng quay đến chóng mặt của thị trường không còn cách nào khác là phải cạnh tranh lành mạnh đồng thời với nâng cao hiệu quả kinh doanh để đảm bảo cho doanh nghiệp tồn tại và phát triển lâu dài. Như vậy, nâng cao hiệu quả kinh doanh chính là hạt nhân cơ bản của sự chiến thắng trong cuộc chạy đua giữa các doanh nghiệp trên thương trường hiện nay.

Đối với nền kinh tế:

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế quan trọng trong nền kinh tế. Nó phản ánh yêu cầu cao độ về tiết kiệm thời gian, sử dụng tối đa có hiệu quả các nguồn lực tự có, phản ánh mức độ hoàn thiện của các quan hệ sản xuất trong nền kinh tế thị trường. Hiệu quả kinh doanh càng được nâng cao thì quan hệ sản xuất và lực lượng sản xuất cũng phát triển hay ngược lại, quan hệ sản xuất và lực lượng sản xuất kém phát triển thể hiện sự kém hiệu quả của hoạt động kinh doanh.

Đối với người lao động:

Hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp có những tác động tương ứng tới người lao động. Một doanh nghiệp làm ăn kinh doanh có hiệu quả sẽ kích thích được người lao động hưng phấn hơn, làm việc hăng say hơn. Như vậy thì hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp còn được nâng cao hơn nữa. Đối lập lại, một doanh nghiệp làm ăn không có hiệu quả thì người lao động chán nản, gây nên những bế tắc trong suy nghĩ và còn có thể dẫn tới việc họ rời bỏ doanh nghiệp để tìm tới những doanh nghiệp khác.

Trong công việc con người vốn không thích bị phê bình, nhưng nếu chê đúng việc, đúng lúc, đúng chỗ, họ sẽ cảm nhận được sai lầm, khuyết điểm của bản thân và càng khâm phục người lãnh đạo. Một giám đốc doanh nghiệp phải biết sử dụng các

phương pháp lãnh đạo khác nhau để tạo ra được tác phong lãnh đạo tốt nhất cho mình và đồng thời tạo ra được sự nỗ lực trong lao động của mỗi nhân viên cấp dưới cũng như đã tạo ra được hiệu quả cao trong công tác kinh doanh của doanh nghiệp.

Ngoài ra mỗi doanh nghiệp có những cách khuyến khích sự sáng tạo của người lao động, giúp họ phát huy được hết khả năng sẵn có, tiềm ẩn trong họ thì không những tạo nên sự phấn khởi do được đóng góp, được cống hiến mà còn giúp cho doanh nghiệp có những bước đột phá trong sản xuất, trong quá trình hoạt động của mình.

1.1.5. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả kinh doanh

Trong quá trình kinh doanh các doanh nghiệp phải luôn gắn mình với thị trường, nhất là trong cơ chế thị trường hiện nay đặt các doanh nghiệp trong sự cạnh tranh gay gắt lẫn nhau. Do đó để tồn tại được trong cơ chế thị trường cạnh tranh hiện nay đòi hỏi các doanh nghiệp phải hoạt động một cách có hiệu quả hơn.

Các nguồn lực sản xuất xã hội là một phạm trù khan hiếm: càng ngày người ta càng sử dụng nhiều các nhu cầu khác nhau của con người. Trong khi các nguồn lực sản xuất xã hội ngày càng giảm thì nhu cầu của con người lại ngày càng đa dạng. Điều này phản ánh qui luật khan hiếm. Quy luật khan hiếm bắt buộc mọi doanh nghiệp phải trả lời chính xác ba câu hỏi: sản xuất cái gì? sản xuất như thế nào? sản xuất cho ai? Vì thị trường chỉ chấp nhận các nào sản xuất đúng loại sản phẩm với số lượng và chất lượng phù hợp. Để thấy được sự cần thiết của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh đối với các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường trước hết chúng ta phải nghiên cứu cơ chế thị trường và hoạt động của doanh nghiệp trong cơ chế thị trường.

Thị trường là nơi diễn ra quá trình trao đổi hàng hoá. Nó tồn tại một cách khách quan không phụ thuộc vào một ý kiến chủ quan nào. Bởi vì thị trường ra đời và phát triển gắn liền với lịch sử phát triển của nền sản xuất hàng hoá.

Ngoài ra thị trường còn có một vai trò quan trọng trong việc điều tiết và lưu thông hàng hoá. Thông qua đó các doanh nghiệp có thể nhận biết được sự phân phối các nguồn lực thông qua hệ thống giá cả trên thị trường. Trên thị trường luôn tồn tại các quy luật vận động của hàng hoá, giá cả, tiền tệ... Như các quy luật giá trị, quy luật thặng dư, quy luật giá cả, quy luật cạnh tranh... Các quy luật này tạo thành hệ thống thống nhất và hệ thống này chính là cơ chế thị trường. Như vậy cơ chế thị trường được

hình thành bởi sự tác động tổng hợp trong sản xuất và trong lưu thông hàng hoá trên thị trường. Thông qua các quan hệ mua bán hàng hoá, dịch vụ trên thị trường nó tác động đến việc điều tiết sản xuất, tiêu dùng, đầu tư và từ đó làm thay đổi cơ cấu sản phẩm, cơ cấu ngành. Nói cách khác cơ chế thị trường điều tiết quá trình phân phối lại các nguồn lực trong sản xuất kinh doanh nhằm đáp ứng nhu cầu xã hội một cách tối ưu nhất.

Tóm lại, với sự vận động đa dạng, phức tạp của cơ chế thị trường dẫn đến sự cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp, góp phần thúc đẩy sự tiến bộ của các doanh nghiệp cả về chiều rộng lẫn chiều sâu. Tuy nhiên để tạo ra được sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp đòi hỏi các doanh nghiệp phải xác định cho mình một phương thức hoạt động riêng, xây dựng các chiến lược, các phương án kinh doanh một cách phù hợp và có hiệu quả.

Như vậy trong cơ chế thị trường việc nâng cao hiệu quả kinh doanh vô cùng quan trọng, nó được thể hiện thông qua:

Nâng cao hiệu quả kinh doanh là cơ sở cơ bản để đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Sự tồn tại của doanh nghiệp được xác định bởi sự có mặt của doanh nghiệp trên thị trường, mà hiệu quả kinh doanh lại là nhân tố trực tiếp đảm bảo sự tồn tại này, đồng thời mục tiêu của doanh nghiệp là luôn tồn tại và phát triển một cách vững chắc. 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. Do yêu cầu của sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp đòi hỏi nguồn thu nhập của doanh nghiệp phải không ngừng tăng lên.

Nhưng trong điều kiện nguồn vốn và các yếu tố kỹ thuật cũng như các yếu tố khác của quá trình sản xuất chỉ thay đổi trong khuôn khổ nhất định thì để tăng lợi nhuận đòi hỏi các doanh nghiệp phải nâng cao hiệu quả kinh doanh. Như vậy, hiệu quả kinh doanh là điều kiện hết sức quan trọng trong việc đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Một cách nhìn khác là sự tồn tại của doanh nghiệp được xác định bởi sự tạo ra hàng hoá, của cải vật chất và các dịch vụ phục vụ cho nhu cầu của xã hội, đồng thời tạo ra sự tích lũy cho xã hội. Để thực hiện được như vậy thì mỗi doanh nghiệp đều

phải vươn lên để đảm bảo thu nhập đủ bù đắp chi phí bỏ ra và có lãi trong quá trình hoạt động kinh doanh. Có như vậy mới đáp ứng được nhu cầu tái sản xuất trong nền kinh tế. Và như vậy chúng ta buộc phải nâng cao hiệu quả kinh doanh một cách liên tục trong mọi khâu của quá trình hoạt động kinh doanh như là một yêu cầu tất yếu. Tuy nhiên, sự tồn tại mới chỉ là yêu cầu mang tính chất giản đơn còn sự phát triển và mở rộng của doanh nghiệp mới là yêu cầu quan trọng. Bởi vì sự tồn tại của doanh nghiệp luôn luôn phải đi kèm với sự phát triển mở rộng của doanh nghiệp, đòi hỏi phải có sự tích lũy đảm bảo cho quá trình tái sản xuất mở rộng theo đúng qui luật phát triển. Như vậy để phát triển và mở rộng doanh nghiệp mục tiêu lúc này không còn là đủ bù đắp chi phí bỏ ra để phát triển quá trình tái sản xuất giản đơn mà phải đảm bảo có tích lũy đáp ứng nhu cầu tái sản xuất mở rộng, phù hợp với qui luật khách quan và một lần nữa nâng cao hiệu quả kinh doanh được nhấn mạnh.

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. Chấp nhận cơ chế thị trường là chấp nhận sự cạnh tranh. Trong khi thị trường ngày càng phát triển thì cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng gay gắt và khốc liệt hơn. Sự cạnh tranh lúc này không còn là cạnh tranh về mặt hàng mà cạnh tranh cả về chất lượng, giá cả và các yếu tố khác. Trong khi mục tiêu chung của các doanh nghiệp đều là phát triển thì cạnh tranh là yếu tố làm các doanh nghiệp mạnh lên nhưng ngược lại cũng có thể là các doanh nghiệp không tồn tại được trên thị trường. Để đạt được mục tiêu là tồn tại và phát triển mở rộng thì doanh nghiệp phải chiến thắng trong cạnh tranh trên thị trường. Do đó, doanh nghiệp phải có hàng hoá dịch vụ chất lượng tốt, giá cả hợp lý. Mặt khác hiệu quả kinh doanh là đồng nghĩa với việc giảm giá thành tăng khối lượng hàng hoá bán, chất lượng không ngừng được cải thiện nâng cao...

Mục tiêu bao trùm, lâu dài của doanh nghiệp là tối đa hoá lợi nhuận.

Để thực hiện mục tiêu này, doanh nghiệp phải tiến hành mọi hoạt động sản xuất kinh doanh để tạo ra sản phẩm cung cấp cho thị trường. Muốn vậy, doanh nghiệp phải sử dụng các nguồn lực sản xuất xã hội nhất định. Doanh nghiệp càng tiết kiệm sử dụng

các nguồn lực này bao nhiêu sẽ càng có cơ hội để thu được nhiều lợi nhuận bấy nhiêu. Hiệu quả kinh doanh là phạm trù phản ánh tính tương đối của việc sử dụng tiết kiệm các nguồn lực xã hội nên là điều kiện để thực hiện mục tiêu bao trùm, lâu dài của doanh nghiệp. Hiệu quả kinh doanh càng cao càng phản ánh doanh nghiệp đã sử dụng tiết kiệm các nguồn lực sản xuất. Vì vậy, nâng cao hiệu quả kinh doanh là đòi hỏi khách quan để doanh nghiệp thực hiện mục tiêu bao trùm, lâu dài là tối đa hoá lợi nhuận. Chính sự nâng cao hiệu quả kinh doanh là con đường nâng cao sức cạnh tranh và khả năng tồn tại, phát triển của mỗi doanh nghiệp.

1.1.6. Phương pháp đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh

Trong thực tiễn không phải ai cũng hiểu biết và quan niệm giống nhau về hiệu quả kinh doanh và chính những điều này làm triệt tiêu những cố gắng, nỗ lực của họ mặc dù ai cũng muốn làm tăng hiệu quả. Như vậy khi đề cập đến hiệu quả kinh doanh chúng ta phải xem xét một cách toàn diện cả về mặt thời gian và không gian trong mối quan hệ với hiệu quả chung của toàn bộ nền kinh tế quốc dân, hiệu quả đó bao gồm hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội.

Về mặt thời gian:

Sự toàn diện của hiệu quả đạt được trong từng giai đoạn không được làm giảm hiệu quả khi xét trong dài hạn, hoặc hiệu quả của chu kỳ sản xuất trước không được làm hạ thấp hiệu quả của chu kỳ sau. Trong thực tế không ít trường hợp chỉ thấy lợi ích trước mắt, thiếu xem xét toàn diện lâu dài. Vấn đề này đang tồn tại ở khá nhiều doanh nghiệp và trong đội ngũ cán bộ quản lý của doanh nghiệp. Nghiên cứu và xem xét hiệu quả và nâng cao hiệu quả kinh doanh về mặt thời gian là việc không thể thiếu nhằm để doanh nghiệp tồn tại và phát triển.

Về mặt không gian:

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

Như vậy, với nỗ lực được tính từ giải pháp kinh tế - tổ chức - kỹ thuật nào đó dự định áp dụng vào thực tiễn đều phải được đặt vào xem xét toàn diện. Khi hiệu quả ấy

không làm ảnh hưởng tiêu cực đến hiệu quả chung thì nó mới được coi là thực sự có hiệu quả.

Về mặt định lượng:

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

Về mặt định tính:

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

Kết quả đạt được trong sản xuất mới đảm bảo được yêu cầu tiêu dùng của mỗi cá nhân và toàn xã hội. Nhưng kết quả tạo ra ở mức nào, với giá trị nào, đó chính là vấn đề cần xem xét, vì nó là chất lượng của hoạt động tạo ra kết quả. Vì thế đánh giá hoạt động kinh doanh không chỉ đánh giá kết quả mà còn đánh giá chất lượng của hoạt động tạo ra kết quả đó, tức là đánh giá người sản xuất tạo ra kết quả bằng phương tiện gì, bằng cách nào và chi phí bao nhiêu. Ngoài ra, nhu cầu tiêu dùng của con người bao giờ cũng lớn hơn khả năng tạo ra sản phẩm của họ, do đó vấn đề mà con người quan tâm là làm sao với khả năng hiện có tạo ra được nhiều sản phẩm nhất. Đây là một nguyên nhân mà chúng ta phải xem xét lựa chọn phương cách để đạt được kết quả lớn nhất. Điều này cũng minh hoạ cho sự khác biệt giữa hai khái niệm hiệu quả và kết quả.

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

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

1.2. Các nhân tố tác động đến hiệu quả kinh doanh

1.2.1. Nhóm các nhân tố bên trong doanh nghiệp

a. Lực lượng lao động

Trong sản xuất kinh doanh, lực lượng lao động có thể sáng tạo ra công nghệ, kỹ thuật mới và đưa chúng vào sử dụng tạo ra tiềm năng lớn cho việc nâng cao hiệu quả kinh doanh. Cũng chính lực lượng lao động sáng tạo ra sản phẩm mới với kiểu dáng phù hợp với cầu của người tiêu dùng, đồng thời nghiên cứu sử dụng vật liệu mới thay thế các vật liệu truyền thống đang ngày càng đắt đỏ do khan hiếm. Lao động của con người còn có thể sáng tạo ra cách thức làm ăn mới rút ngắn chu kỳ kinh doanh, giảm thiểu sử dụng nguồn lực..., lực lượng lao động tác động trực tiếp năng suất lao động, đến trình độ sử dụng các nguồn lực khác nên tác động trực tiếp và quyết định hiệu quả kinh doanh.

b. Công nghệ kỹ thuật và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật

Công nghệ quyết định năng suất lao động và chất lượng sản phẩm. Công nghệ kỹ thuật phát triển nhanh chóng, chu kỳ công nghệ ngày càng ngắn hơn và tính chất ngày càng hiện đại hơn. Doanh nghiệp phải tìm ra giải pháp đầu tư đúng đắn, chuyển giao công nghệ phù hợp với trình độ tiên tiến của thế giới, bồi dưỡng và đào tạo lực lượng lao động làm chủ được công nghệ kỹ thuật hiện đại để tiến tới chỗ ứng dụng kỹ thuật ngày càng tiên tiến, sáng tạo công nghệ kỹ thuật mới..., làm cơ sở nâng cao hiệu quả kinh doanh.

c. Nhân tố quản trị doanh nghiệp

Quản trị tác động đến việc xác định hướng đi đúng đắn cho doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh ngày càng biến động. Muốn tồn tại và phát triển, doanh nghiệp phải chiến thắng trong cạnh tranh. Các lợi thế về chất lượng và sự khác biệt hóa sản phẩm, giá cả và tốc độ cung ứng đảm bảo cho doanh nghiệp chiến thắng trong cạnh tranh phụ thuộc chủ yếu vào nhân quan và khả năng quản trị của các nhà quản trị doanh nghiệp.

d. Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin

Thông tin được coi là hàng hóa, là đối tượng kinh doanh và nền kinh tế thị trường hiện nay là nền kinh tế thông tin hóa. Để đạt được thành công khi kinh doanh trong điều kiện cạnh tranh quốc tế ngày càng quyết liệt, các doanh nghiệp rất cần nhiều

thông tin chính xác về cung cầu thị trường hàng hóa, về công nghệ kỹ thuật, về người mua, về các đối thủ cạnh tranh... Ngoài ra, doanh nghiệp còn rất cần đến các thông tin về kinh nghiệm thành công hay thất bại của các doanh nghiệp khác ở trong nước và quốc tế, cần biết các thông tin về các thay đổi trong các chính sách kinh tế của Nhà nước và các nước khác có liên quan...

Tổ chức khoa học hệ thống thông tin nội bộ vừa đáp ứng nhu cầu thông tin kinh doanh lại vừa đảm bảo giảm thiểu chi phí kinh doanh cho quá trình thu thập, xử lý, lưu trữ và sử dụng thông tin.

e. Nhân tố tính toán kinh tế

Hiệu quả kinh doanh được xác định bởi tỉ số giữa kết quả đạt được và hao phí các nguồn lực để đạt kết quả đó. Nếu xét trên phương diện giá trị và sử dụng phạm trù lợi nhuận với ý nghĩa là kết quả và phạm trù chi phí là cái bị hao phí sẽ có:

$$\pi = TR - TC$$

Theo công thức này, cái gì là lợi nhuận thì không là chi phí và ngược lại. Điều này có nghĩa là kết quả và hiệu quả phụ thuộc rất lớn vào thế nào là lợi nhuận hoặc chi phí và trong điều kiện nào là lợi nhuận hoặc chi phí.

Kinh tế học đã khẳng định tốt nhất là sử dụng phạm trù lợi nhuận kinh tế vì lợi nhuận kinh tế mới là lợi nhuận “thực”, kết quả được đánh giá bằng lợi nhuận kinh tế mới là kết quả “thực”. Song muốn xác định được lợi nhuận kinh tế thì phải xác định được chi phí kinh tế. Phạm trù chi phí kinh tế phản ánh chi phí “thực”, chi phí sử dụng tài nguyên. Đáng tiếc là đến nay, khoa học chưa tính toán được chi phí kinh tế và lợi nhuận kinh tế mà chỉ sử dụng phạm trù chi phí tính toán và do đó chỉ xác định được lợi nhuận tính toán.

1.2.2. Nhóm các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp

a. Môi trường pháp lý

Môi trường pháp lý gắn với các hoạt động ban hành và thực thi luật pháp từ các bộ luật đến các văn bản dưới luật. Mọi quy định pháp luật về kinh doanh đều tác động trực tiếp đến kết quả và hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp.

Vì môi trường pháp lý tạo ra “sân chơi” để các doanh nghiệp cùng tham gia kinh doanh, vừa cạnh tranh lại vừa hợp tác với nhau nên việc tạo ra môi trường pháp lý lành mạnh là rất quan trọng.

Môi trường pháp lý lành mạnh vừa tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiến hành thuận lợi các hoạt động kinh doanh của mình lại vừa điều chỉnh các hoạt động kinh tế vi mô theo hướng không chỉ chú ý đến kết quả và hiệu quả riêng mà còn phải chú ý đến lợi ích của các thành viên khác trong xã hội.

Môi trường pháp lý đảm bảo tính bình đẳng của mọi loại hình doanh nghiệp sẽ điều chỉnh các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh, cạnh tranh nhau một cách lành mạnh.

Tính nghiêm minh của luật pháp thể hiện trong môi trường kinh doanh thực tế ở mức độ nào cũng tác động mạnh mẽ đến kết quả và hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp.

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

b. Môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế có vai trò rất quan trọng, quyết định đến việc hình thành và hoàn thiện môi trường kinh doanh, đồng thời ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Các nhân tố kinh tế gồm có:

- Tốc độ tăng trưởng kinh tế: Nền kinh tế tăng trưởng cao và ổn định sẽ làm cho thu nhập của tầng lớp dân cư tăng dẫn đến sức mua hàng hóa và dịch vụ tăng lên. Đây là cơ hội tốt cho các doanh nghiệp đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng tạo nên sự thành công trong kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Nền kinh tế tăng trưởng với tốc độ cao và ổn định kéo theo hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp đạt hiệu quả cao, khả năng tích tụ và tập trung sản xuất cao.

- Tỷ giá hối đoái: Đây là nhân tố tác động nhanh chóng và sâu sắc với từng quốc gia và từng doanh nghiệp nhất là trong điều kiện nền kinh tế mở cửa khi đồng nội tệ lên giá sẽ khuyến khích nhập khẩu và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong nước sẽ giảm trên thị trường nội địa. Các doanh nghiệp trong nước mất dần cơ hội mở rộng thị trường, phát triển sản xuất kinh doanh. Ngược lại, khi đồng nội tệ giảm giá dẫn đến xuất khẩu tăng cơ hội sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong nước tăng, khả năng cạnh tranh cao hơn ở thị trường trong nước và quốc tế bởi khi đó giá bán hàng hóa trong nước giảm hơn so với đối thủ cạnh tranh nước ngoài.

- Lãi suất cho vay của ngân hàng: Nếu lãi suất cho vay cao dẫn đến chi phí kinh doanh của doanh nghiệp cao, điều này làm giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp nhất là khi so với doanh nghiệp có tiềm lực vốn sở hữu mạnh.

- Lạm phát: Lạm phát cao các doanh nghiệp sẽ không đầu tư vào sản xuất kinh doanh đặc biệt là đầu tư tái sản xuất mở rộng và đầu tư đổi mới công nghệ sản xuất của doanh nghiệp vì các doanh nghiệp sợ không đảm bảo về mặt hiện vật các tài sản, không có khả năng thu hồi vốn sản xuất hơn nữa, rủi ro kinh doanh khi xảy ra lạm phát rất lớn.

- Các chính sách kinh tế của nhà nước: Các chính sách phát triển kinh tế của nhà nước có tác dụng cản trở hoặc ủng hộ lớn đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Có khi một chính sách kinh tế của nhà nước tạo cơ hội đối với doanh nghiệp này nhưng làm mất cơ hội cho doanh nghiệp khác

c. Các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng

Các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng như hệ thống đường giao thông, hệ thống thông tin liên lạc, điện, nước... cũng như sự phát triển của giáo dục và đào tạo... 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 nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển sản xuất, tăng tốc độ tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu, giảm chi phí kinh doanh... và do đó nâng cao hiệu quả kinh doanh.

1.3. Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh

1.3.1. Đối với doanh nghiệp

Hiệu quả kinh doanh không chỉ là thước đo giá trị chất lượng, phản ánh trình độ tổ chức và quản lý sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, mà còn là nền tảng quan trọng để duy trì sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Sự tồn tại và phát triển ấy được xác định thông qua uy tín và mức độ ảnh hưởng của doanh nghiệp đối với thị trường. Tuy nhiên, xét đến cùng, uy tín của doanh nghiệp trên thương trường có vững vàng hay không, có chiếm được lòng tin của khách hàng hay không, vẫn phụ thuộc chủ yếu vào hiệu quả kinh doanh. Hiệu quả kinh doanh ở đây không thể hiểu đơn thuần chỉ là việc cắt giảm chi phí hay gia tăng lợi nhuận, mà là kết quả từ chất lượng thực sự của sản phẩm do doanh nghiệp sản xuất và cung ứng cho khách hàng.

Bên cạnh đó, việc nâng cao hiệu quả kinh doanh còn là yếu tố then chốt thúc đẩy tính cạnh tranh và quá trình tự hoàn thiện của chính mỗi doanh nghiệp trong cơ chế thị trường hiện nay. Cạnh tranh trên thương trường ngày càng trở nên gay gắt, bởi nó không chỉ đòi hỏi sự hợp lý về giá cả, mà còn yêu cầu rất cao về chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Trong guồng quay thị trường khắc nghiệt và biến động liên tục, không có lựa chọn nào khác ngoài việc doanh nghiệp phải cạnh tranh một cách lành mạnh và không ngừng nâng cao hiệu quả kinh doanh, nhằm đảm bảo sự tồn tại và phát triển bền vững.

Như vậy, nâng cao hiệu quả kinh doanh chính là yếu tố cốt lõi, là “hạt nhân” của sự thành công trong cuộc đua đầy khốc liệt giữa các doanh nghiệp trên thị trường hiện nay.

1.3.2. Đối với toàn bộ nền kinh tế quốc tế

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Nó thể hiện yêu cầu cấp thiết về việc tiết kiệm thời gian và sử dụng tối đa, hiệu quả các nguồn lực sẵn có. Đồng thời, hiệu quả kinh doanh còn phản ánh mức độ hoàn thiện của các quan hệ sản xuất trong nền kinh tế thị trường. Khi hiệu quả kinh doanh được nâng cao, điều đó đồng nghĩa với việc quan hệ sản xuất và lực lượng sản xuất cũng phát triển. Ngược lại, nếu hoạt động kinh doanh kém hiệu quả thì đó là dấu hiệu cho thấy quan hệ sản xuất và lực lượng sản xuất còn hạn chế, chưa phát triển tương xứng.

1.3.3. Đối với người lao động

Hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp có những tác động trực tiếp đến người lao động. Một doanh nghiệp hoạt động kinh doanh hiệu quả sẽ tạo động lực, khơi dậy sự hứng khởi và tinh thần làm việc tích cực ở người lao động. Nhờ đó, hiệu quả kinh doanh lại càng được nâng cao hơn. Ngược lại, nếu doanh nghiệp kinh doanh kém hiệu quả, người lao động dễ rơi vào trạng thái chán nản, mất tinh thần, thậm chí có thể dẫn đến việc rời bỏ doanh nghiệp để tìm kiếm cơ hội ở những nơi khác.

Trong công việc, con người thường không thích bị phê bình, nhưng nếu lời góp ý đúng việc, đúng lúc, đúng chỗ, họ sẽ nhận ra sai lầm và khuyết điểm của bản thân, từ đó càng thêm nể trọng người lãnh đạo. Một giám đốc doanh nghiệp cần biết vận dụng linh hoạt các phương pháp quản lý khác nhau để xây dựng phong cách lãnh đạo phù

hợp. Nhờ đó, không chỉ thúc đẩy tinh thần làm việc của nhân viên mà còn góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của toàn doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, mỗi doanh nghiệp cũng cần có những chính sách khuyến khích sự sáng tạo, giúp người lao động phát huy tối đa năng lực tiềm ẩn. Khi được đóng góp và cống hiến, người lao động sẽ cảm thấy hứng khởi, gắn bó hơn với công việc, đồng thời mang lại cho doanh nghiệp những bước phát triển đột phá trong sản xuất và vận hành.

1.4. Nội dung đánh giá hiệu quả kinh doanh

1.4.1. Cơ sở đánh giá

Bảng cân đối kế toán: Phản ánh tổng quát toàn bộ tài sản hiện có và nguồn hình thành tài sản của doanh nghiệp tại thời điểm báo cáo được thành lập. Bảng cân đối kế toán có ý nghĩa rất quan trọng trong công tác quản lý, căn cứ vào đó ta có thể biết được toàn bộ tài sản hiện có của doanh nghiệp, hình thái vật chất, cơ cấu tài sản, cơ cấu nguồn vốn.

Báo cáo kết quả kinh doanh: là báo cáo tổng hợp phản ánh tổng quát tình hình và kết quả trong một kỳ kinh doanh của doanh nghiệp. Nó phản ánh toàn bộ phần giá trị về sản phẩm, lao động, dịch vụ đơn vị đã thực hiện được trong kỳ và phần chi phí tương xứng tạo ra để tạo nên kết quả đó. Kết quả kinh doanh của đơn vị là chỉ tiêu phản ánh hiệu quả của toàn bộ quá trình hoạt động kinh doanh chịu sự tác động của nhiều nhân tố.

1.4.2. Các chỉ tiêu đánh giá

Để đánh giá hiệu quả kinh doanh và đánh giá hiệu quả sử dụng từng yếu tố tham gia vào quá trình kinh doanh của doanh nghiệp thì có thể sử dụng hệ thống các chỉ tiêu để đánh giá:

$$\text{Hiệu quả sản xuất kinh doanh} = \frac{\text{Giá trị kết quả đầu ra}}{\text{Giá trị của yếu tố đầu vào}}$$

Kết quả đầu ra được đo bằng các chỉ tiêu: Giá trị tổng sản lượng, doanh thu, tổng lợi nhuận trước thuế, lợi tức,...

Giá trị của yếu tố đầu vào gồm: Lao động, tư liệu lao động, đối tượng lao động, vốn cố định, vốn lưu động,...

Công thức phản ánh sức sản xuất (hay sức sinh lời) của các chỉ tiêu phản ánh đầu vào, được tính cho tổng số và cho riêng phần gia tăng.

1.4.3. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn

Khi xem xét hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp, cần phải dựa vào một hệ thống các tiêu chuẩn, các doanh nghiệp phải coi các tiêu chuẩn là mục tiêu phấn đấu. Nhóm chỉ tiêu này phản ánh hiệu quả kinh doanh của toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Đây là các chỉ tiêu phản ánh chính xác tình hình doanh nghiệp nên thường được dùng để so sánh giữa các doanh nghiệp với nhau.

1.4.3.1. Hiệu suất sử dụng vốn

Là tỷ số giữa doanh thu trong kỳ và tổng số vốn phục vụ sản xuất kinh doanh trong kỳ. Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn bỏ ra sản xuất kinh doanh trong kỳ thì đem lại bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này biểu thị khả năng tạo ra kết quả sản xuất kinh doanh của một đồng vốn, hiệu suất sử dụng vốn càng cao thì biểu thị hiệu quả kinh tế càng lớn.

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn} = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$$

1.4.3.2. Tỷ suất lợi nhuận sử dụng vốn

Là tỉ số giữa lợi nhuận trước thuế (hoặc sau thuế) và tổng số vốn sản xuất kinh doanh trong kì. Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn bỏ ra sản xuất kinh doanh trong kỳ thì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận sử dụng vốn} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế}}{\text{Tổng vốn sản xuất kinh doanh trong kỳ}}$$

1.4.3.3. Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn cố định

Hiệu suất sử dụng vốn cố định (VCFĐ): Chỉ tiêu này phản ánh một đồng VCFĐ trong kỳ có thể tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ. Chỉ tiêu này càng cao thì chứng tỏ hiệu quả sử dụng VCFĐ của Công ty trong hoạt động sản xuất kinh doanh tạo ra doanh thu càng tốt.

$$\text{Hiệu suất sử dụng VCFĐ} = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng vốn VCFĐ trong kỳ}}$$

Tỷ suất lợi nhuận VCFĐ:

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng VCFĐ được sử dụng trong kỳ có thể tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế. Chỉ tiêu này cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng VCFĐ rất tốt và ngược lại.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận VCD} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng vốn VCD trong kỳ}}$$

1.4.3.4. Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn lưu động.

Trong quá trình sản xuất kinh doanh, vốn lưu động vận động không ngừng, thường xuyên qua các giai đoạn của quá trình tái sản xuất (dự trữ- sản xuất- tiêu thụ). Đây nhanh tốc độ luân chuyển của vốn lưu động sẽ góp phần giải quyết nhu cầu về vốn cho doanh nghiệp, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cho doanh nghiệp. Để xác định tốc độ luân chuyển của vốn lưu động, người ta sử dụng các chỉ tiêu sau:

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

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

Thời gian của một vòng luân chuyển: Chỉ tiêu này thể hiện số ngày cần thiết cho VLĐ quay được một vòng. Thời gian của một vòng (kỳ) luân chuyển càng nhỏ thì tốc độ luân chuyển càng lớn.

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

Hiệu suất sử dụng VCSH: Chỉ tiêu trên cho ta biết cứ một đồng VCSH tham gia vào sản xuất kinh doanh thì mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế. Chỉ tiêu này cũng nói lên khả năng độc lập về tài chính của công ty, vì tỷ số này nói lên sức sinh lời của đồng vốn khi đưa vào sản xuất kinh doanh. Nếu chỉ số này càng cao thì chứng tỏ doanh nghiệp sử dụng vốn kinh doanh một cách hiệu quả.

$$\text{Hiệu suất sử dụng VCSH} = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{VCSH}}$$

1.4.3.5. Nhóm chỉ tiêu về tỷ suất lợi nhuận

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

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS): Chỉ tiêu này cho biết doanh nghiệp tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận từ một đồng doanh thu bán hàng. Chỉ tiêu này có ý nghĩa khuyến khích các doanh nghiệp tăng doanh thu, giảm chi phí nhưng để đảm bảo có hiệu quả, tốc độ tăng doanh thu phải lớn hơn tốc độ tăng chi phí.

$$ROS = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Doanh thu}} \times 100\%$$

Suất sinh lời của tài sản (ROA): Hệ số suất sinh lời của tài sản mang ý nghĩa một đồng tài sản tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận ròng. Hệ số càng cao thể hiện sự sắp xếp, phân bổ và quản lý tài sản càng hợp lý và hiệu quả.

$$ROA = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Tổng tài sản}} \times 100\%$$

Suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE): Hệ số suất sinh lời của vốn chủ sở hữu mang ý nghĩa một đồng vốn chủ sở hữu tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận ròng cho chủ sở hữu.

$$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Vốn chủ sở hữu}} \times 100\%$$

Tỷ suất lợi nhuận trên tổng vốn: Chỉ tiêu này cho biết hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp: một đồng vốn tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận. Nó phản ánh trình độ lợi dụng yếu tố vốn của doanh nghiệp.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên tổng số vốn} = \frac{\text{Tổng lợi nhuận}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

1.4.3.6. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế - xã hội

Do yêu cầu của sự phát triển bền vững trong nền kinh tế quốc dân. Các doanh nghiệp ngoài việc hoạt động kinh doanh phải đạt hiệu quả nhằm tồn tại và phát triển còn phải đạt được hiệu quả về mặt kinh tế xã hội.

Tăng thu ngân sách:

Mọi doanh nghiệp khi tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh thì phải có nhiệm vụ nộp cho ngân sách nhà nước dưới hình thức là các loại thuế như thuế doanh thu, thuế lợi tức, thuế xuất nhập khẩu, thuế tiêu thụ đặc biệt... Nhà nước sẽ sử dụng những khoản thu này để dành cho sự phát triển của nền kinh tế quốc dân và lĩnh vực phi sản xuất, góp phần phân phối lại thu nhập quốc dân.

Tạo thêm công ăn việc làm cho người lao động:

Nước ta cũng giống như các nước đang phát triển, hầu hết là các nước nghèo tình trạng kém về kỹ thuật sản xuất và nạn thất nghiệp còn phổ biến. Để tạo ra nhiều công ăn việc làm cho người lao động và nhanh chóng thoát khỏi đói nghèo lạc hậu đòi hỏi các doanh nghiệp phải tự tìm tòi đưa ra các biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, mở rộng quy mô sản xuất, tạo công ăn việc làm cho người lao động.

Nâng cao đời sống người lao động:

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

Tái phân phối lợi tức xã hội:

Sự phát triển không đồng đều về mặt kinh tế xã hội giữa các vùng, các lãnh thổ trong một nước yêu cầu phải có sự phân phối lợi tức xã hội nhằm giảm sự chênh lệch về mặt kinh tế giữa các vùng. Theo quan điểm của các nhà kinh tế hiện nay, hiệu quả kinh tế xã hội còn thể hiện qua các chỉ tiêu: Bảo vệ nguồn lợi môi trường, hạn chế gây ô nhiễm môi trường, chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

1.5. Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh

1.5.1. Giải pháp trong khâu tạo lập doanh nghiệp

- Giải pháp có ý nghĩa đối với những doanh nhân chuẩn bị khởi sự kinh doanh, không có ý nghĩa đối với doanh nghiệp đã thành lập.

- Các nhà quản trị cần trả lời chính xác các câu hỏi:

- + Xây dựng doanh nghiệp ở đâu?
- + Doanh nghiệp hoạt động ở quy mô nào?
- + Xây dựng triết lý kinh doanh như thế nào?
- + Nên lựa chọn hình thức pháp lý nào?
- + Kinh doanh ở lĩnh vực nào hay kinh doanh một/những mặt hàng nào?

1.5.2. Giải pháp mang tính chiến lược

- Giải pháp chiến lược:

+ Chiến lược phải được xây dựng theo quy trình khoa học, phải thể hiện tính linh hoạt cao.

+ Hoạch định chiến lược phải kết hợp hài hòa giữa chiến lược tổng quát và các chiến lược bộ phận.

+ Phải chú ý đến khâu triển khai thực hiện chiến lược.

- Xác định và phân tích điểm hòa vốn

+ Điểm hòa vốn là điểm mà tại đó tổng doanh thu bằng tổng chi phí kinh doanh phát sinh.

+ Phân tích điểm hòa vốn là xác lập và phân tích mối quan hệ tối ưu giữa doanh thu, sản lượng, chi phí kinh doanh và giá cả.

+ Công thức:

$$\text{Mức sản lượng hòa vốn} = \frac{\text{Chi phí kinh doanh cố định}}{\text{Giá bán sản phẩm} - \text{Chi phí kinh doanh biến đổi bình quân}}$$

1.5.3. Giải pháp tác nghiệp

- Quyết định mức sản xuất và sự tham gia của các yếu tố đầu vào.

+ Để đạt được mục tiêu này, các doanh nghiệp phải quyết định mức sản xuất của mình thỏa mãn điều kiện: $MC = MR$.

+ Để sử dụng nguồn lực đầu vào có hiệu quả nhất, doanh nghiệp quyết định sử dụng khối lượng mỗi nguồn lực sao cho: $MRP_j = MC_j$

+ Để vận dụng lý thuyết tối ưu vào quyết định mức sản lượng sản xuất cũng như việc sử dụng các yếu tố đầu vào ♦ doanh nghiệp phải triển khai tính chi phí kinh doanh liên tục và đảm bảo tính chính xác cần thiết.

- Phát triển và tạo động lực cho đội ngũ lao động

+ Tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng và đào tạo lại nhằm thường xuyên nâng cao chất lượng cho đội ngũ lao động, đặc biệt là đội ngũ lao động quản trị phải có khả năng hoạch định chiến lược, phân bổ có hiệu quả các nguồn lực, chủ động ứng phó với những thay đổi bất thường của môi trường kinh doanh.

+ Doanh nghiệp phải xây dựng cơ cấu lao động tối ưu, đảm bảo đủ việc làm trên cơ sở phân công và bố trí lao động hợp lý, phù hợp với năng lực, sơ trưởng và nguyện vọng của mỗi người.

+ Tạo động lực tập thể và cá nhân là yếu tố quyết định khả năng sáng tạo, tập hợp, liên kết giữa các thành viên lại với nhau. Mặt khác, nhu cầu tinh thần của người lao động ngày càng cao đòi hỏi phải chuyển sang quản trị dân chủ, tạo ra bầu không khí hữu nghị, thân thiện giữa các thành viên.

- Hoàn thiện hoạt động quản trị

+ Bộ máy quản trị gọn, nhẹ, năng động, linh hoạt trước biến đổi thị trường luôn là đòi hỏi bức thiết, tuyển dụng theo nguyên tắc tuyển người theo yêu cầu của công việc.

+ Cơ cấu tổ chức quản trị doanh nghiệp phải thích ứng với sự biến động của môi trường kinh doanh.

+ Thiết lập hệ thống thông tin hợp lý.

- Phát triển công nghệ kỹ thuật

+ Để quyết định đầu tư đổi mới kỹ thuật cần xác định 3 vấn đề:

1- Dự đoán đúng cung – cầu thị trường, tính chất cạnh tranh, nguồn lực cần thiết liên quan đến loại sản phẩm sẽ đầu tư phát triển.

2- Phân tích, đánh giá và lựa chọn công nghệ phù hợp.

3- Có giải pháp huy động và sử dụng vốn đúng đắn.

+ Trong quá trình SẢN XUẤT KINH DOANH, các hướng chủ yếu nhằm đổi mới và phát triển kỹ thuật công nghệ:

1- Nâng cao chất lượng quản trị công nghệ, kỹ thuật, từng bước hoàn thiện quản trị định hướng chất lượng theo tiêu chuẩn chất lượng.

2- Nghiên cứu, đánh giá để có thể chuyển giao công nghệ một cách có hiệu quả, tiến tới làm chủ công nghệ và có khả năng sáng tạo công nghệ mới.

3- Nghiên cứu, đánh giá và nhập các loại thiết bị máy móc phù hợp với trình độ kỹ thuật, các điều kiện tài chính, từng bước quản trị và sử dụng có hiệu quả thiết bị máy móc hiện có.

4- Nghiên cứu sử dụng vật liệu mới và vật liệu thay thế theo nguyên tắc nguồn lực dễ kiếm hơn, rẻ tiền hơn và vẫn đảm bảo chất lượng sản phẩm.

5- Nghiên cứu và ứng dụng công nghệ tin học trong mọi lĩnh vực quản trị kỹ thuật và quản trị các hoạt động sản xuất kinh doanh khác.

- Tăng cường và mở rộng quan hệ cầu nối giữa doanh nghiệp và xã hội

- + Giải quyết các mối quan hệ với khách hàng;
- + Tạo sự tín nhiệm, uy tín và danh tiếng của doanh nghiệp trên thị trường;
- + Giải quyết tốt các mối quan hệ với các đơn vị tiêu thụ, cung ứng, các đơn vị kinh doanh có liên quan khác...;
- + Giải quyết tốt các mối quan hệ với cơ quan quản lý vĩ mô;
- + Thực hiện nghiêm chỉnh luật pháp.

Chương 2. PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THANG MÁY NĂNG LƯỢNG

2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển doanh nghiệp

Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng là một trong những đơn vị chuyên cung cấp, thi công, lắp đặt thang máy hàng đầu tại Việt Nam hiện nay. Bằng kinh nghiệm và nỗ lực trong nhiều năm, với sứ mệnh “Kiến tạo cuộc sống văn minh”, công ty đã cung cấp lắp đặt thang máy cho hơn 500 tập đoàn, công ty và các công trình khác nhau.

Trải qua quá trình phát triển, Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng không ngừng mở rộng quy mô hoạt động, cải tiến chất lượng sản phẩm và dịch vụ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Với phương châm "Uy tín - Chất lượng - Hiệu quả", công ty đã xây dựng được một vị thế vững chắc trong ngành thang máy tại Việt Nam.

Tên giao dịch: CÔNG TY CỔ PHẦN THANG MÁY NĂNG LƯỢNG

Tên viết tắt: EESC

Người đại diện pháp luật: Đỗ Thành Trung

Ngày hoạt động: 03/05/2019

Quản lý bởi: Chi cục Thuế khu vực Ngô Quyền - Hải An

Mã số thuế: 0201961067

Địa chỉ: Số 216, Lô 9, Phường Đằng Hải, Quận Hải An, Thành phố Hải Phòng, Việt Nam

Email: trungkd@esejsc.com.vn

Hotline: 0913 353 329

Logo:



Hình 1.1. Logo Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng

2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp

Chức năng

Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng hoạt động trong lĩnh vực lắp đặt cửa cuốn, cửa nhôm kính, cửa nhựa lõi thép, cửa kính, cửa nhôm cuốn, thang máy. Các sản phẩm của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng đa dạng nhằm đáp ứng nhu cầu của nhiều khách hàng giúp họ có nhiều lựa chọn trong việc đặt sản phẩm.

Nhiệm vụ

Nghiên cứu thị trường, nắm vững nhu cầu thị trường từ đó tìm kiếm khách hàng mở rộng thị trường tiêu thụ.

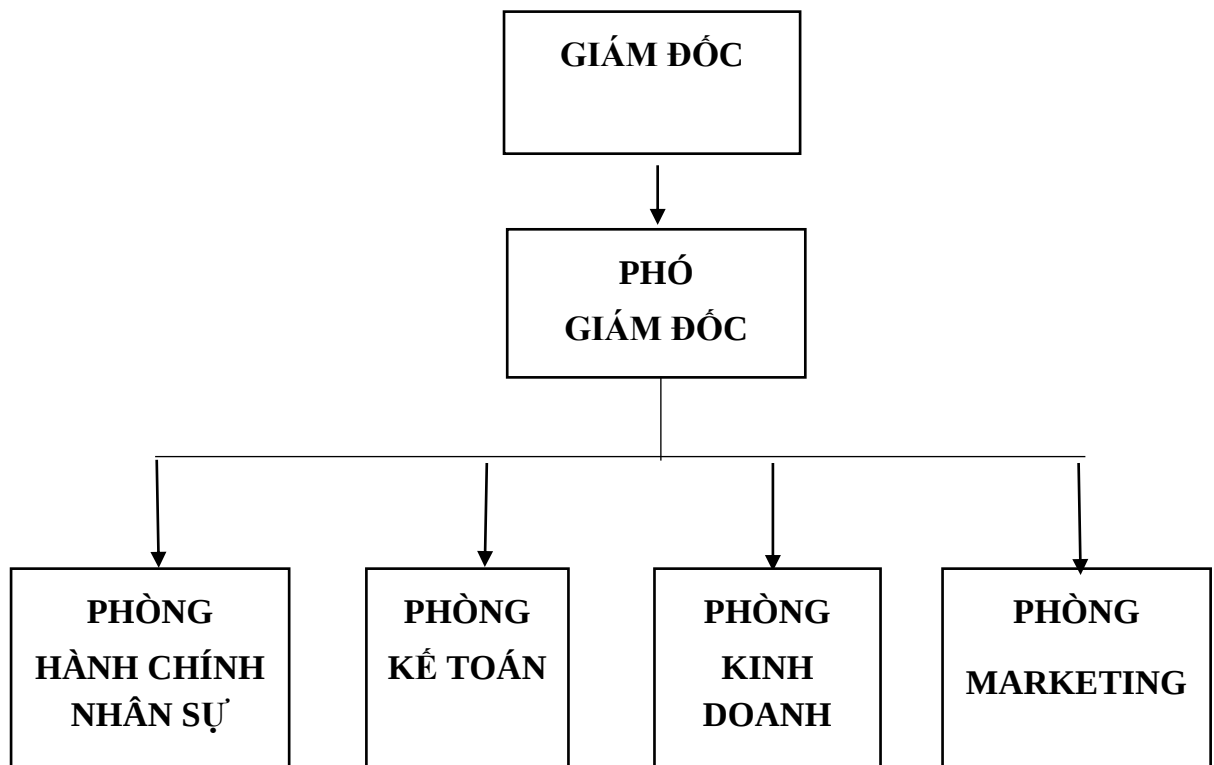
Tổ chức tìm kiếm khai thác, sử dụng hợp lý các nguồn hàng.

Không ngừng hoàn thiện cơ cấu tổ chức quản lý mạng lưới kinh doanh của công ty theo hướng gọn nhẹ, linh hoạt và hiệu quả.

Hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực pháp luật cho phép và chịu trách nhiệm về hoạt động kinh doanh của mình.

2.1.3. Khái quát về cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp

2.1.3.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức



Hình 1.2. Sơ đồ tổ chức Công ty TNHH TM DV thiế bị văn phòng Bảo Minh

(Nguồn: Phòng hành chính nhân sự)

Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Công ty theo mô hình tinh giản, đây là một mô hình quản lý khá phổ biến hiện nay phù hợp với các doanh nghiệp nhỏ. Dù cơ cấu tổ chức đơn giản nhưng vẫn đảm bảo trách nhiệm rõ ràng và thông tin nhanh chóng giữa các phòng ban và ban lãnh đạo.

2.1.3.2. Nhiệm vụ và chức năng của các phòng ban

Giám đốc

–Nhiệm vụ

Chỉ đạo, điều hành các bộ phận liên kết thực hiện kế hoạch, nhiệm vụ kinh doanh theo quy chế quản lý, hoạt động nội bộ. Tổ chức thực hiện kế hoạch kinh doanh và phương án đầu tư của Công ty.

–Chức năng

Quản trị tổng thể tất cả các hoạt động của Công ty, bao gồm tài chính, nhân sự, kinh doanh và các hoạt động hằng ngày của Công ty.

Phó Giám đốc

Phó Giám đốc hỗ trợ Giám đốc trong từng lĩnh vực cụ thể và chịu trách nhiệm trước Giám đốc về các nội dung công việc được phân công và những công việc được Giám đốc ủy quyền.

Phòng Kinh doanh

- Nhiệm vụ

Lập kế hoạch xây dựng chiến lược kinh doanh sao cho có hiệu quả, doanh thu luôn tăng, luôn thu về lợi nhuận.

Đối chiếu doanh thu hàng tháng với bộ phận kế toán, báo cáo lên Giám Đốc và chịu trách nhiệm trước Giám Đốc.

- Chức năng

Tổ chức tiếp thị, tìm kiếm khách hàng chủ động liên hệ, thương lượng với khách hàng, đưa hàng hóa đến tay người tiêu dùng nhằm thỏa mãn sự hài lòng khách hàng.

Phòng hành chính nhân sự

- Nhiệm vụ

Có nhiệm vụ quản lý toàn bộ nhân viên của Công ty

Xây dựng các tiêu chuẩn, hệ thống đánh giá nhân sự về các vấn đề liên quan như: năng lực, kết quả thực hiện công việc.

Kiểm tra, giám sát việc sử dụng quyền hạn, chấp hành các chính sách, chỉ thị và quyết định liên quan đến nhân sự của Công ty.

- Chức năng

Thực hiện các chức năng quản lý và đào tạo nguồn nhân lực và phụ trách công tác hành chính văn thư của Công ty.

Phát triển thực hiện các chính sách nhân sự (tuyển dụng, đào tạo, phát triển lương, thưởng, phúc lợi...), nội quy, quy định của Công ty.

Tổ chức đào tạo kỹ năng, nghiệp vụ, đánh giá trình độ năng lực cho cán bộ nhân viên Công ty.

Phòng kế toán

- Nhiệm vụ

Kiểm tra, giám sát việc thực hiện công tác tài chính kế toán của Công ty.

Tìm kiếm các nguồn vốn với chi phí sử dụng vốn tốt nhất, nhằm phục vụ nhu cầu tài chính ngắn hạn và chiến lược phát triển trung và dài hạn của Công ty.

- Chức năng

Phân tích, đánh giá hiệu quả tài chính của Công ty theo từng thời kỳ, kiểm soát và thực hiện các biện pháp khắc phục những tồn tại, thiếu sót trong quản lý thu chi và sử dụng tài chính của Công ty.

Phòng Marketing

–Nhiệm vụ

Phòng Marketing có nhiệm vụ theo dõi và thu thập thông tin trên thị trường để có những thông tin hỗ trợ cho việc lên kế hoạch triển khai các chiến lược kinh doanh.

Theo dõi, chăm sóc và cải tiến website, khách hàng của công ty.

Soạn thảo nội dung và thiết kế các mẫu quảng cáo, catalog, danh thiếp.....

–Chức năng

Nghiên cứu và đưa ra các biện pháp hữu hiệu, tích cực nhằm quảng bá hình ảnh thương hiệu công ty ra bên ngoài.

Hỗ trợ phòng kinh doanh trong việc tiếp cận khách hàng (tìm kiếm thông tin khách hàng, gửi catalog,.....).

2.1.4. Tình hình nhân sự tại doanh nghiệp

Tình hình nhân sự của công ty trong những năm vừa đây luôn có sự biến động dưới đây là bảng cơ cấu nhân sự của Công ty:

Bảng 1.1: Giới tính, tuổi tác, trình độ nhân viên công ty giai năm 2023– 2024

Các chỉ tiêu	2023		2024	
	Số lượng	Tỉ lệ (%)	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Kết cấu:				
- Giới tính				
Nam	11	73,3	25	78,1
Nữ	4	26,7	7	21,9
- Tuổi tác				
Trên 30 tuổi	2	13,3	4	12,5
Dưới 30 tuổi	13	86,7	28	87,5
- Trình độ				
Sau đại học			1	3
Đại học	2	13,3	5	15,7
Cao đẳng	3	20	8	25
Phổ thông	10	66,7	18	56,3

(Nguồn: Phòng hành chính nhân sự)

Trong năm 2023 và 2024, lực lượng lao động của công ty có xu hướng tăng mạnh về số lượng và cải thiện cả về mặt chất lượng.

Năm 2023, công ty có 15 nhân viên, sang năm 2024 đã tăng lên 32 người. Về giới tính, nam giới chiếm đa số trong cả hai năm, tăng từ 73,3% lên 78,1%, trong khi tỷ lệ nữ giảm nhẹ từ 26,7% xuống còn 21,9%. Điều này phản ánh xu hướng tuyển dụng thiên về lao động nam trong thời gian gần đây.

Về độ tuổi, phần lớn nhân viên đều dưới 30 tuổi, chiếm 86,7% vào năm 2023 và 87,5% vào năm 2024. Nhân viên trên 30 tuổi chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ và không có sự thay đổi đáng kể. Cơ cấu tuổi cho thấy đội ngũ nhân sự công ty khá trẻ, năng động, phù hợp với các doanh nghiệp định hướng phát triển nhanh và linh hoạt.

Xét về trình độ, phần lớn nhân viên vẫn có trình độ phổ thông, tuy chiếm tỷ lệ cao nhưng đang giảm dần từ 66,7% năm 2023 xuống còn 56,3% năm 2024. Trong khi đó, số lượng nhân sự có trình độ cao hơn như cao đẳng và đại học có xu hướng tăng, lần lượt đạt 25% và 15,7% trong năm 2024. Đáng chú ý, công ty đã có thêm nhân sự sau đại học trong năm 2024, thể hiện nỗ lực nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Tổng thể, công ty đang mở rộng quy mô lao động, với lực lượng nhân sự trẻ, chủ yếu là nam giới, và có dấu hiệu cải thiện về trình độ học vấn, phù hợp với định hướng phát triển chuyên nghiệp và bền vững trong tương lai.

2.1.5. Kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

Bảng 1.2: Cơ cấu tài sản-nguồn vốn của Công ty giai đoạn 2022-2024

Đơn vị: Triệu đồng

Năm Chỉ tiêu	2022	2023	2024
TSCĐ&ĐTDH	760	830	855
TSLĐ&ĐTNH	940	1.040	1.045
Tổng tài sản	1.700	1.870	1.900
Nợ phải trả	671	739	784
Vốn chủ sở hữu	1.029	1.131	1.116
Tổng nguồn vốn	1.700	1.870	1.900

Nguồn: Phòng Kế toán

Trong giai đoạn 2022–2024, tổng tài sản của công ty tăng nhẹ từ 1.700 triệu đồng lên 1.900 triệu đồng, nhưng tốc độ tăng có xu hướng chậm lại. Điều này cho thấy công ty đang bước vào giai đoạn ổn định, ít mở rộng thêm về quy mô tài sản.

Cơ cấu tài sản duy trì tương đối cân đối, với tài sản cố định và dài hạn chiếm khoảng 45%, còn lại là tài sản lưu động và ngắn hạn. Sự gia tăng chậm của tài sản lưu động cho thấy công ty đang kiểm soát chặt chẽ dòng vốn lưu động.

Về nguồn vốn, nợ phải trả tăng từ 671 triệu đồng lên 784 triệu đồng, nâng tỷ trọng từ 39,5% lên 41,3%. Trong khi đó, vốn chủ sở hữu tăng vào năm 2023 nhưng giảm nhẹ vào năm 2024, có thể do chi trả cổ tức hoặc hiệu quả kinh doanh không cao. Tuy nhiên, vốn chủ sở hữu vẫn chiếm tỷ trọng lớn, thể hiện tình hình tài chính ổn định.

Nhìn chung, công ty duy trì được cơ cấu tài chính lành mạnh, nhưng cần chú ý kiểm soát đà tăng nợ và bảo toàn vốn chủ sở hữu trong thời gian tới.

2.2. Phân tích thực trạng hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng

2.2.1. Phân tích khái quát bảng cân đối kế toán

2.2.1.1. Phân tích cấu trúc tài sản của công ty qua các năm 2022, 2023 và 2024

Bảng 1.3. Cấu trúc tài sản của Công ty qua các năm 2022, 2023, 2024

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Mã số	Năm 2022		Năm 2023		Năm 2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
		Số tiền	Tỉ trọng	Số tiền	Tỉ trọng	Số tiền	Tỉ trọng	(+/-)	(%)	(+/-)	(%)
TỔNG TÀI SẢN	250	1.700	100	1.870	100	1.900	100	+170	+10,00	+30	+1,60
A. TÀI SẢN NGẮN HẠN	200	760	44,71	830	44,39	855	45,00	+70	+9,21	+25	+3,01
1. Tài sản cố định	210	760	44,71	830	44,39	855	45,00	+70	+9,21	+25	+3,01
B. TÀI SẢN NGẮN HẠN	100	940	55,29	1.040	55,61	1.045	55,00	+100	+10,64	+5	+0,48
1. Hàng tồn kho	110	400	23,53	450	24,06	460	24,21	+50	+12,50	+10	+2,22
2. Các khoản phải thu	120	300	17,65	340	18,18	350	18,42	+40	+13,33	+10	+2,94
3. Tiền và tương đương tiền	130	240	14,12	250	13,37	235	12,37	+10	+4,17	-15	-6,00
TỔNG NGUỒN VỐN	250	1.700	100	1.870	100	1.900	100	+170	+10,00	+30	+1,60
A. NỢ PHẢI TRẢ	300	671	39,47	739	39,52	784	41,26	+68	+10,13	+45	+6,09
B. VỐN CHỦ SỞ HỮU	400	1.029	60,53	1.131	60,48	1.116	58,74	+102	+9,92	-15	-1,33

Nguồn: Bảng cân đối kế toán từ năm 2022-2024

Căn cứ vào số liệu trong bảng phân tích trên, có thể thấy tổng quy mô tài sản của công ty có xu hướng gia tăng qua các năm. Cụ thể, năm 2022 tổng tài sản đạt 1.700 triệu đồng; đến năm 2023 tăng lên 1.870 triệu đồng, tức tăng 170 triệu đồng, tương ứng với tỷ lệ tăng trưởng 10%. Năm 2024, tổng tài sản tiếp tục tăng nhẹ lên 1.900 triệu đồng, tăng thêm 30 triệu đồng so với năm trước, tương đương 1,6%. Sự tăng trưởng này cho thấy công ty vẫn duy trì được xu thế mở rộng quy mô hoạt động, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng đã chậm lại, cho thấy doanh nghiệp có thể đã bước sang giai đoạn ổn định hơn về quy mô.

Xét về cơ cấu tài sản, tài sản cố định và đầu tư dài hạn có sự gia tăng đều qua các năm. Cụ thể, tài sản cố định năm 2022 đạt 760 triệu đồng, chiếm 44,71% tổng tài sản. Đến năm 2023, tài sản cố định tăng lên 830 triệu đồng (chiếm 44,39%) và năm 2024 đạt 855 triệu đồng (chiếm 45%). Tốc độ tăng trưởng của tài sản cố định lần lượt là 9,21% trong năm 2023 và 3,01% trong năm 2024. Điều này cho thấy công ty có xu hướng đẩy mạnh đầu tư vào tài sản dài hạn, nhiều khả năng để phục vụ cho việc mở rộng sản xuất, cải tiến thiết bị kỹ thuật hoặc đầu tư vào hạ tầng kỹ thuật – qua đó nâng cao năng lực sản xuất kinh doanh trong dài hạn.

Bên cạnh đó, tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn cũng tăng trưởng theo xu hướng tích cực. Năm 2022, tài sản ngắn hạn đạt 940 triệu đồng, chiếm 55,29% tổng tài sản. Năm 2023 tăng lên 1.040 triệu đồng (chiếm 55,61%) và đạt 1.045 triệu đồng vào năm 2024 (chiếm 55%). Tuy tốc độ tăng trưởng có dấu hiệu chậm lại (tăng 100 triệu đồng năm 2023, nhưng chỉ tăng 5 triệu đồng năm 2024), nhưng xét trên cơ cấu thì tài sản ngắn hạn vẫn chiếm tỷ trọng lớn và giữ vai trò quan trọng trong khả năng thanh khoản của doanh nghiệp.

Xét chi tiết trong cơ cấu tài sản ngắn hạn, hàng tồn kho có xu hướng tăng qua từng năm: từ 400 triệu đồng năm 2022 lên 450 triệu đồng năm 2023 (tăng 12,5%), và 460 triệu đồng năm 2024 (tăng 2,22%). Sự tăng nhẹ hàng tồn kho trong năm 2024 cho thấy công ty có thể đang chuẩn bị cho các đơn hàng lớn hoặc đảm bảo nguồn cung vật tư ổn định. Các khoản phải thu cũng tăng từ 300 triệu đồng năm 2022 lên 340 triệu đồng năm 2023 (tăng 13,33%) và 350 triệu đồng năm 2024 (tăng 2,94%), cho thấy sự gia tăng doanh số bán hàng hoặc chính sách tín dụng thương mại mở rộng. Tuy nhiên, điều này cũng đòi hỏi công ty cần có biện pháp kiểm soát công nợ tốt để tránh rủi ro

thanh khoản. Ngược lại, tiền và các khoản tương đương tiền có xu hướng biến động giảm: từ 240 triệu đồng năm 2022 lên 250 triệu đồng năm 2023, nhưng giảm còn 235 triệu đồng năm 2024. Việc giảm lượng tiền mặt có thể cho thấy công ty đã sử dụng một phần tiền cho đầu tư hoặc chi trả các nghĩa vụ tài chính.

Về nguồn vốn, tổng nguồn vốn tăng tương ứng với tổng tài sản qua các năm: năm 2022 là 1.700 triệu đồng, năm 2023 là 1.870 triệu đồng (tăng 10%) và năm 2024 là 1.900 triệu đồng (tăng 1,6%). Trong đó, nợ phải trả có xu hướng gia tăng liên tục: từ 671 triệu đồng năm 2022 lên 739 triệu đồng năm 2023 (tăng 10,13%) và lên 784 triệu đồng năm 2024 (tăng 6,09%). Tỷ trọng nợ trên tổng nguồn vốn cũng tăng dần, từ 39,47% lên 41,26% trong vòng ba năm. Việc gia tăng nợ cho thấy công ty đang sử dụng thêm vốn vay để tài trợ cho hoạt động sản xuất, tuy nhiên, cũng đi kèm với áp lực trả nợ và rủi ro tài chính nếu dòng tiền hoạt động không đảm bảo.

Vốn chủ sở hữu của công ty có xu hướng tăng trong năm 2023 nhưng giảm nhẹ vào năm 2024. Cụ thể, năm 2022 vốn chủ sở hữu đạt 1.029 triệu đồng (chiếm 60,53%), đến năm 2023 tăng lên 1.131 triệu đồng (chiếm 60,48%) – tăng 102 triệu đồng (tương đương 9,92%). Tuy nhiên, đến năm 2024, vốn chủ sở hữu giảm còn 1.116 triệu đồng (chiếm 58,74%), tức giảm 15 triệu đồng (1,33%). Sự sụt giảm này có thể đến từ việc công ty chi trả cổ tức, hoặc hoạt động kinh doanh không hiệu quả dẫn đến giảm lợi nhuận giữ lại.

2.2.1.2. Phân tích cấu trúc nguồn vốn của công ty qua 3 năm 2022, 2023 và 2024

Bảng 1.4. Các chỉ tiêu về cấu trúc nguồn vốn 2022, 2023 và 2024

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024	Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
				(+/-)	(%)	(+/-)	(%)
1. Nợ phải trả	671	739	784	+68	+10,14	+45	+6,09
2. Vốn chủ sở hữu	1.029	1.131	1.116	+102	+9,92	-15	-1,33
3. Nguồn vốn tạm thời	671	739	784	+68	+10,14	+45	+6,09
4. Nguồn vốn thường xuyên	1.029	1.131	1.116	+102	+9,92	-15	-1,33
5. Tổng nguồn vốn	1.700	1.870	1.900	+170	+10,00	+30	+1,60
6. Tỷ suất nợ (%) = (1)/(5)	39,47	39,52	41,26	+0,05	+0,13	+1,74	+4,40
7. Tỷ suất tài trợ	60,53	60,48	58,74	-0,05	-0,08	-1,74	-2,88

(%) = (2)/(5)							
8. Tỷ suất NVTX (%) = (4)/(5)	60,53	60,48	58,74	-0,05	-0,08	-1,74	-2,88
9. Tỷ suất NVTT (%) = (3)/(5)	39,47	39,52	41,26	+0,05	+0,13	+1,74	+4,40

Nguồn: Phòng Kế toán

Căn cứ vào bảng 1.4, có thể nhận thấy tổng nguồn vốn của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng liên tục tăng qua ba năm, từ 1.700 triệu đồng năm 2022 lên 1.870 triệu đồng năm 2023 (tăng 170 triệu đồng, tương ứng 10%) và đạt 1.900 triệu đồng năm 2024 (tăng 30 triệu đồng, tương ứng 1,6%). Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng có xu hướng chậm lại trong năm 2024, cho thấy công ty bước vào giai đoạn phát triển ổn định hơn sau thời kỳ mở rộng.

Nợ phải trả tăng đều qua các năm, từ 671 triệu đồng năm 2022 lên 739 triệu đồng năm 2023 (tăng 68 triệu đồng, tương đương 10,14%) và đạt 784 triệu đồng năm 2024 (tăng 45 triệu đồng, tương đương 6,09%). Điều này phản ánh công ty đang sử dụng đòn bẩy tài chính ngày càng nhiều để tài trợ cho hoạt động sản xuất và đầu tư, tuy nhiên cũng tiềm ẩn nguy cơ rủi ro tài chính nếu không kiểm soát tốt khả năng thanh toán nợ.

Vốn chủ sở hữu có xu hướng tăng trong năm 2023 nhưng lại giảm nhẹ trong năm 2024. Cụ thể, năm 2022 đạt 1.029 triệu đồng, tăng lên 1.131 triệu đồng năm 2023 (tăng 102 triệu đồng, tương ứng 9,92%), nhưng đến năm 2024 lại giảm xuống còn 1.116 triệu đồng (giảm 15 triệu đồng, tương ứng 1,33%). Điều này có thể do công ty sử dụng lợi nhuận giữ lại để chi trả cổ tức hoặc phát sinh lỗ trong năm 2024.

Nguồn vốn tạm thời (trùng với nợ phải trả) cũng có xu hướng tăng tương tự, phản ánh công ty đang sử dụng nhiều nguồn vốn ngắn hạn hơn để tài trợ cho hoạt động kinh doanh. Việc gia tăng liên tục từ 671 triệu đồng năm 2022 lên 784 triệu đồng năm 2024 đặt ra yêu cầu công ty cần đảm bảo khả năng thanh toán ngắn hạn.

Nguồn vốn thường xuyên (trùng với vốn chủ sở hữu) thể hiện phần vốn dài hạn được sử dụng ổn định để tài trợ tài sản dài hạn. Sự tăng trưởng trong năm 2023 (tăng 102 triệu đồng) và giảm nhẹ trong năm 2024 (giảm 15 triệu đồng) cho thấy có sự điều chỉnh chiến lược tài chính, có thể chuyển hướng sang sử dụng vốn vay nhiều hơn.

Tỷ suất nợ có xu hướng tăng nhẹ qua các năm, từ 39,47% năm 2022 lên 41,26% năm 2024. Điều này phản ánh mức độ sử dụng vốn vay trong tổng nguồn vốn của công

ty ngày càng lớn hơn, làm giảm mức độ tự chủ tài chính và có thể gia tăng rủi ro tài chính nếu doanh thu không tăng tương ứng.

Tỷ suất tài trợ là tỷ lệ vốn chủ sở hữu trong tổng nguồn vốn, giảm từ 60,53% năm 2022 xuống 58,74% năm 2024. Sự sụt giảm này cho thấy công ty đang dần phụ thuộc hơn vào nguồn vốn vay, giảm tỷ trọng tự tài trợ từ nội lực doanh nghiệp.

Tỷ suất nguồn vốn thường xuyên có xu hướng giảm tương tự tỷ suất tài trợ, từ 60,53% xuống còn 58,74%. Điều này cho thấy phần vốn ổn định dài hạn đang chiếm tỷ trọng nhỏ hơn trong tổng nguồn vốn, làm tăng áp lực duy trì ổn định tài chính dài hạn.

Tỷ suất nguồn vốn tạm thời tăng từ 39,47% năm 2022 lên 41,26% năm 2024, phản ánh sự gia tăng sử dụng nguồn vốn ngắn hạn. Mặc dù điều này có thể giúp công ty linh hoạt trong tài chính, nhưng đồng thời cũng tăng rủi ro về khả năng thanh toán nếu công ty gặp biến động trong dòng tiền.

Tổng thể, cấu trúc nguồn vốn của công ty trong giai đoạn 2022–2024 có sự thay đổi theo hướng tăng sử dụng vốn vay và giảm nhẹ vốn chủ sở hữu, làm thay đổi tỷ trọng giữa các loại nguồn vốn. Mặc dù tổng nguồn vốn vẫn đang tăng, công ty cần theo dõi sát cấu trúc này để cân đối giữa an toàn tài chính và hiệu quả sử dụng vốn, đảm bảo sự phát triển bền vững trong dài hạn.

2.2.1.3. Phân tích cân bằng tài chính của công ty qua 3 năm 2022, 2023 và 2024

Bảng 1.5. Cân đối tài chính 2022, 2023 và 2024

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024	Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
				(+/-)	(%)	(+/-)	(%)
1. Nguồn vốn thường xuyên	1.029	1.131	1.116	+102	+9,92	-15	-1,33
2. Giá trị tài sản dài hạn	389	410	430	+21	+5,40	+20	+4,88
3. Vốn lưu động ròng (1)-(2)	640	721	686	+122	+12,66	-35	-4,85
4. Hàng tồn kho	320	345	360	+25	+7,81	+15	+4,35
5. Nợ phải thu	250	280	290	+30	+12,00	+10	+3,57
6. Phải trả ngắn hạn	671	739	784	+68	+10,14	+45	+6,09
7. NCVLD = (3)+(6)	1.311	1.460	1.470	+149	+11,36	+10	+0,68
8. NQRT = (3)-(6)	-31	-18	-98	+13	+41,94	-80	-444,44

Nguồn vốn thường xuyên của công ty tăng mạnh từ 1.029 triệu đồng năm 2022 lên 1.131 triệu đồng năm 2023 (tăng 102 triệu đồng, tương ứng 9,92%). Tuy nhiên, đến năm 2024 lại giảm nhẹ xuống 1.116 triệu đồng (giảm 15 triệu đồng, tương ứng 1,33%). Điều này cho thấy trong năm 2023, công ty tăng cường vốn dài hạn để đầu tư hoặc nâng cao năng lực sản xuất, nhưng sang năm 2024 có thể đã có điều chỉnh về cơ cấu vốn, có thể do chi trả cổ tức, giảm vốn góp hoặc thay đổi định hướng đầu tư.

Giá trị tài sản dài hạn cũng có xu hướng tăng đều qua các năm, từ 389 triệu đồng năm 2022 lên 410 triệu đồng năm 2023 (tăng 21 triệu đồng, tương ứng 5,4%) và đạt 430 triệu đồng năm 2024 (tăng 20 triệu đồng, tương ứng 4,88%). Điều này phản ánh công ty tiếp tục đầu tư vào tài sản dài hạn như máy móc, thiết bị, hoặc cơ sở hạ tầng, phục vụ cho chiến lược phát triển lâu dài.

Vốn lưu động ròng (chênh lệch giữa nguồn vốn thường xuyên và giá trị tài sản dài hạn) tăng từ 640 triệu đồng năm 2022 lên 721 triệu đồng năm 2023 (tăng 122 triệu đồng, tương ứng 12,66%). Tuy nhiên đến năm 2024 lại giảm còn 686 triệu đồng (giảm 35 triệu đồng, tương ứng 4,85%). Điều này cho thấy công ty đã từng cải thiện khả năng tự tài trợ vốn lưu động trong năm 2023, nhưng sang năm 2024 có xu hướng suy giảm nhẹ, cho thấy cần kiểm soát tốt hơn dòng tiền ngắn hạn và cân đối các khoản đầu tư.

Hàng tồn kho liên tục tăng qua các năm: từ 320 triệu đồng năm 2022 lên 345 triệu đồng năm 2023 (tăng 25 triệu đồng, tương ứng 7,81%) và tiếp tục tăng lên 360 triệu đồng năm 2024 (tăng 15 triệu đồng, tương ứng 4,35%). Sự gia tăng này có thể phản ánh nhu cầu mở rộng sản xuất, dự trữ nguyên vật liệu hoặc thành phẩm, nhưng đồng thời cũng có thể dẫn đến áp lực tài chính nếu tồn kho không được luân chuyển hiệu quả.

Nợ phải thu cũng tăng từ 250 triệu đồng năm 2022 lên 280 triệu đồng năm 2023 (tăng 30 triệu đồng, tương ứng 12%) và đạt 290 triệu đồng năm 2024 (tăng 10 triệu đồng, tương ứng 3,57%). Việc gia tăng các khoản phải thu cho thấy công ty đang mở rộng tín dụng thương mại, tuy nhiên cần theo dõi chặt chẽ khả năng thu hồi công nợ để tránh rủi ro mất vốn.

Phải trả ngắn hạn tăng đều qua các năm, từ 671 triệu đồng năm 2022 lên 739 triệu đồng năm 2023 (tăng 68 triệu đồng, tương ứng 10,14%) và đạt 784 triệu đồng

năm 2024 (tăng 45 triệu đồng, tương ứng 6,09%). Việc tăng nợ ngắn hạn cho thấy công ty đang tận dụng nguồn vốn bên ngoài để phục vụ hoạt động kinh doanh, tuy nhiên cũng kéo theo rủi ro thanh khoản nếu không được quản lý tốt.

Nhu cầu vốn lưu động (NCVLĐ) được xác định bằng tổng của vốn lưu động ròng và phải trả ngắn hạn. Chỉ tiêu này tăng từ 1.311 triệu đồng năm 2022 lên 1.460 triệu đồng năm 2023 (tăng 149 triệu đồng, tương ứng 11,36%) và đạt 1.470 triệu đồng năm 2024 (tăng nhẹ 10 triệu đồng, tương ứng 0,68%). Việc tăng NCVLĐ phản ánh quy mô hoạt động kinh doanh mở rộng, đòi hỏi công ty phải đảm bảo nguồn vốn đủ để duy trì hoạt động liên tục.

Nhu cầu vốn ròng tạm thời (NQRT), được tính bằng cách lấy vốn lưu động ròng trừ đi phải trả ngắn hạn, có xu hướng âm trong cả ba năm, lần lượt là -31 triệu đồng (năm 2022), -18 triệu đồng (năm 2023) và -98 triệu đồng (năm 2024). Đáng chú ý, năm 2023 ghi nhận mức cải thiện dương (tăng 13 triệu đồng, tương ứng 41,94%), nhưng đến năm 2024 lại sụt giảm nghiêm trọng 80 triệu đồng (giảm 444,44%). Việc chỉ tiêu này âm cho thấy công ty đang thiếu hụt nguồn vốn lưu động để bù đắp cho phần tài sản ngắn hạn, và trong năm 2024, mức thiếu hụt này trở nên nghiêm trọng hơn, đặt ra cảnh báo về rủi ro tài chính ngắn hạn.

Tổng thể, trong giai đoạn 2022–2024, công ty có xu hướng tăng đầu tư dài hạn và duy trì mức tồn kho, nợ phải thu ở mức cao. Tuy nhiên, tình trạng vốn lưu động ròng giảm và NQRT âm sâu năm 2024 cho thấy cần có sự điều chỉnh trong chính sách tài chính và quản lý dòng tiền, tránh để thiếu hụt vốn lưu động ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh.

2.2.2 Phân tích khái quát bảng kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh qua 3 năm 2022, 2023 và 2024

Từ các báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh qua 3 năm 2022, 2023, 2024 ta làm bảng sau:

Bảng 1.6. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2022, 2023 và 2024

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Mã số	Năm 2022		Năm 2023		Năm 2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
		Số tiền	Tỉ trọng	Số tiền	Tỉ trọng	Số tiền	Tỉ trọng	(+/-)	(%)	(+/-)	+1,60
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	1	1.700	100	1.870	100	1.900	100	+170	+10,00	+30	+1,60
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Doanh thu thuần	3	1.700	100	1.870	100	1.900	100	+170	+10,00	+30	+1,60
4. Giá vốn hàng bán	4	1.440	84,71	1.678	89,78	1.680	88,42	+238	+16,53	+2	+0,12
5. Lợi nhuận gộp	5	260	15,29	192	10,22	220	11,58	-68	-26,15	+28	+14,58
6. Doanh thu hoạt động tài chính	6	7	0,41	9	0,48	12	0,63	+2	+28,57	+3	+33,33
7. Chi phí tài chính	7	30	1,76	38	2,03	50	2,63	+8	+26,67	+12	+31,58
- Trong đó: Chi phí lãi vay	8	30	1,76	38	2,03	50	2,63	+8	+26,67	+12	+31,58
8. Chi phí quản lý doanh nghiệp	9	120	7,06	140	7,49	135	7,11	+20	+16,67	-5	-3,57
9. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	10	117	6,88	23	1,23	47	2,47	-94	-80,34	+24	+104,35
10. Thu nhập khác	11	9	0,53	22	1,18	25	1,32	+13	+144,44	+3	+13,64
11. Chi phí khác	12	3	0,18	5	0,27	6	0,32	+2	+66,67	+1	+20,00
12. Lợi nhuận khác	13	6	0,35	17	0,91	19	1,00	+11	+183,33	+2	+11,76
13. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	14	123	7,24	40	2,14	66	3,47	-83	-67,48	+26	+65,00

14. Thuế thu nhập doanh nghiệp	15	37	2,18	12	0,64	20	1,05	-25	-67,57	+8	+66,67
15. Lợi nhuận sau thuế	16	86	5,06	28	1,50	46	2,42	-58	-67,44	+18	+64,29

Nguồn: Phòng Kế toán

Báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh giai đoạn 2022–2024 cho thấy doanh nghiệp duy trì được xu hướng tăng trưởng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ, từ 1.700 triệu đồng năm 2022 lên 1.870 triệu đồng năm 2023 và đạt 1.900 triệu đồng vào năm 2024. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng doanh thu có xu hướng chậm lại, khi năm 2023 tăng 10% so với năm trước nhưng năm 2024 chỉ tăng 1,6%. Điều này cho thấy doanh nghiệp cần tìm kiếm thêm động lực tăng trưởng mới để duy trì đà phát triển.

Các khoản giảm trừ doanh thu không xuất hiện trong cả ba năm, điều này cho thấy doanh nghiệp không có hoặc rất ít các khoản chiết khấu, hàng bán bị trả lại hay giảm giá hàng bán. Nhờ đó, doanh thu thuần hoàn toàn trùng khớp với doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ. Đây là một điểm tích cực về mặt doanh thu, phản ánh sự ổn định trong chính sách bán hàng và chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ cung cấp ra thị trường.

Giá vốn hàng bán tăng mạnh qua hai năm đầu tiên: từ 1.440 triệu đồng năm 2022 lên 1.678 triệu đồng năm 2023 (tăng 16,53%) và tiếp tục tăng nhẹ lên 1.680 triệu đồng năm 2024 (tăng 0,12%). Mức tăng giá vốn cao hơn mức tăng doanh thu trong năm 2023 khiến lợi nhuận gộp bị ảnh hưởng tiêu cực. Tỷ trọng giá vốn trong doanh thu cũng gia tăng, từ 84,71% lên 89,78% rồi giảm nhẹ còn 88,42% vào năm 2024, cho thấy khả năng kiểm soát chi phí sản xuất chưa thực sự hiệu quả.

Lợi nhuận gộp vì vậy giảm mạnh từ 260 triệu đồng năm 2022 xuống còn 192 triệu đồng năm 2023 (giảm 26,15%), sau đó hồi phục lên 220 triệu đồng năm 2024 (tăng 14,58%). Tuy có sự phục hồi, nhưng mức lợi nhuận gộp vẫn chưa đạt được như trước. Điều này đặt ra yêu cầu doanh nghiệp cần nâng cao hiệu quả sản xuất và giảm thiểu chi phí đầu vào để cải thiện biên lợi nhuận.

Doanh thu hoạt động tài chính tuy chiếm tỷ trọng nhỏ nhưng có xu hướng tăng dần từ 7 triệu đồng năm 2022 lên 9 triệu đồng năm 2023 và 12 triệu đồng năm 2024. Tỷ lệ tăng trưởng cao lần lượt là 28,57% và 33,33%. Điều này phản ánh doanh nghiệp có nỗ lực trong việc khai thác các nguồn thu từ hoạt động tài chính như lãi tiền gửi, đầu tư hoặc các khoản thu nhập khác.

Ngược lại, chi phí tài chính cũng tăng nhanh theo thời gian, từ 30 triệu đồng năm 2022 lên 38 triệu đồng năm 2023 và đạt 50 triệu đồng năm 2024. Toàn bộ chi phí tài

chính đều là chi phí lãi vay, cho thấy doanh nghiệp đang phụ thuộc nhiều vào nguồn vốn vay. Việc chi phí tài chính tăng với tốc độ tương đối cao (lần lượt 26,67% và 31,58%) có thể là nguyên nhân làm suy giảm lợi nhuận ròng của doanh nghiệp.

Chi phí quản lý doanh nghiệp tăng từ 120 triệu đồng năm 2022 lên 140 triệu đồng năm 2023 (tăng 16,67%) rồi giảm nhẹ còn 135 triệu đồng năm 2024 (giảm 3,57%). Sự điều chỉnh giảm chi phí quản lý trong năm 2024 là tín hiệu tích cực, thể hiện nỗ lực tiết giảm chi phí gián tiếp để cải thiện hiệu quả kinh doanh.

Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh giảm mạnh từ 117 triệu đồng năm 2022 xuống còn 23 triệu đồng năm 2023 (giảm 80,34%), tuy có tăng lên 47 triệu đồng năm 2024 nhưng vẫn thấp hơn rất nhiều so với mức năm 2022. Điều này cho thấy hoạt động kinh doanh cốt lõi của doanh nghiệp đang gặp khó khăn, ảnh hưởng từ chi phí sản xuất và chi phí tài chính tăng cao.

Thu nhập khác tăng mạnh từ 9 triệu đồng năm 2022 lên 22 triệu đồng năm 2023 (tăng 144,44%) và tiếp tục tăng lên 25 triệu đồng năm 2024 (tăng 13,64%). Đây là một điểm sáng, phản ánh khả năng tận dụng các nguồn thu nhập bên ngoài như thanh lý tài sản, xử lý công nợ hoặc các khoản thu đột biến khác.

Chi phí khác cũng có xu hướng tăng, từ 3 triệu đồng năm 2022 lên 5 triệu đồng năm 2023 và 6 triệu đồng năm 2024, với mức tăng lần lượt là 66,67% và 20%. Tuy nhiên, quy mô chi phí này vẫn nhỏ và không ảnh hưởng đáng kể đến kết quả kinh doanh tổng thể.

Lợi nhuận khác, là chênh lệch giữa thu nhập khác và chi phí khác, tăng mạnh từ 6 triệu đồng năm 2022 lên 17 triệu đồng năm 2023 (tăng 183,33%) và đạt 19 triệu đồng năm 2024. Khoản lợi nhuận này góp phần đáng kể vào tổng lợi nhuận trong bối cảnh lợi nhuận kinh doanh chính bị suy giảm.

Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế giảm mạnh từ 123 triệu đồng năm 2022 xuống còn 40 triệu đồng năm 2023 (giảm 67,48%), sau đó tăng lên 66 triệu đồng năm 2024 (tăng 65%). Mức lợi nhuận này cho thấy sự phục hồi nhất định nhưng chưa đủ để quay lại thời kỳ đầu. Doanh nghiệp cần tối ưu hóa chi phí để cải thiện lợi nhuận trước thuế.

Thuế thu nhập doanh nghiệp cũng giảm tương ứng, từ 37 triệu đồng năm 2022 xuống 12 triệu đồng năm 2023 và tăng lên 20 triệu đồng năm 2024. Mức biến động này phù hợp với xu hướng thay đổi của lợi nhuận kế toán trước thuế qua các năm.

Lợi nhuận sau thuế giảm sâu từ 86 triệu đồng năm 2022 xuống còn 28 triệu đồng năm 2023 (giảm 67,44%), sau đó phục hồi lên 46 triệu đồng năm 2024 (tăng 64,29%). Mức lợi nhuận ròng hiện tại vẫn chưa bằng quá nửa năm 2022, phản ánh sự suy yếu trong hiệu quả tổng thể của doanh nghiệp dù có dấu hiệu cải thiện nhẹ trong năm gần nhất.

Tổng thể, kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong giai đoạn 2022–2024 cho thấy xu hướng tăng trưởng doanh thu nhưng hiệu quả lợi nhuận lại không tương xứng do chi phí đầu vào và chi phí tài chính tăng cao. Doanh nghiệp cần thực hiện các biện pháp kiểm soát chi phí, cải thiện năng suất và tăng cường hiệu quả hoạt động tài chính để nâng cao lợi nhuận bền vững trong các năm tới.

2.3. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng giai đoạn từ năm 2022 – 2024

2.3.1. Các nhân tố thuộc môi trường bên trong

2.3.1.1. Lực lượng lao động

Lực lượng lao động là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng trong giai đoạn 2022–2024. Sự phát triển và vận hành của công ty phụ thuộc lớn vào đội ngũ nhân viên, bao gồm cả số lượng, chất lượng và cơ cấu nhân sự.

Trước hết, quy mô và cơ cấu nhân sự có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của công ty. Trong giai đoạn này, công ty duy trì một đội ngũ nhân sự ổn định, gồm các bộ phận chính như kinh doanh, kỹ thuật, chăm sóc khách hàng và kế toán. Việc phân bổ nhân sự hợp lý giúp tối ưu hóa năng suất làm việc, đồng thời giảm thiểu các chi phí không cần thiết, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Bên cạnh đó, chất lượng lao động cũng đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của doanh nghiệp. Đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, đặc biệt trong lĩnh vực thiết bị văn phòng, giúp công ty cung cấp dịch vụ tốt hơn và tư vấn khách hàng một cách chuyên nghiệp. Ngoài ra, công ty thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo nhằm nâng cao kỹ năng làm việc, giúp nhân viên thích nghi với xu hướng thị trường và yêu cầu công việc ngày càng cao. Ngoài trình độ chuyên môn, thái độ làm việc và tinh thần trách nhiệm của nhân viên cũng ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh. Một môi trường làm việc tích cực, chính sách đãi ngộ hợp lý và cơ hội thăng

tiền rõ ràng giúp nhân viên gắn bó lâu dài với công ty, từ đó nâng cao hiệu suất làm việc và giảm tỷ lệ nghỉ việc.

Nhìn chung, lực lượng lao động là một yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng. Việc duy trì một đội ngũ nhân sự chất lượng, bố trí hợp lý và có các chính sách phát triển phù hợp sẽ góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty trong thời gian tới.

2.3.1.2. Công nghệ kỹ thuật và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật

Công nghệ kỹ thuật và mức độ ứng dụng tiến bộ kỹ thuật là yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng. Trong giai đoạn 2022–2024, công ty đã có những bước cải tiến đáng kể trong việc cập nhật công nghệ và áp dụng các giải pháp kỹ thuật hiện đại nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, tối ưu hóa quy trình làm việc và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng chuyên cung cấp các thiết bị văn phòng như máy in, máy photocopy, máy chiếu, thiết bị hội nghị và các sản phẩm công nghệ khác. Việc cập nhật công nghệ mới giúp công ty đảm bảo cung cấp các sản phẩm hiện đại, tiết kiệm năng lượng, có nhiều tính năng tiện ích và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân. Công ty thường xuyên hợp tác với các nhà cung cấp lớn để nhập khẩu và phân phối các dòng sản phẩm mới nhất trên thị trường. Việc cập nhật công nghệ giúp nâng cao tính cạnh tranh của công ty, đồng thời mang lại trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng khi sử dụng sản phẩm.

Bên cạnh việc nâng cấp sản phẩm kinh doanh, công ty cũng chú trọng đến việc ứng dụng công nghệ vào quản lý và vận hành doanh nghiệp. Các phần mềm quản lý doanh nghiệp như ERP, CRM giúp tối ưu hóa quy trình kinh doanh, quản lý khách hàng hiệu quả hơn và cải thiện dịch vụ hậu mãi. Công ty cũng đẩy mạnh kênh bán hàng qua website, thương mại điện tử và mạng xã hội nhằm tiếp cận khách hàng một cách linh hoạt, nhanh chóng. Ngoài ra, công ty ứng dụng công nghệ số trong quy trình bảo trì, sửa chữa thiết bị, giúp theo dõi lịch bảo trì, cảnh báo lỗi thiết bị nhằm tăng hiệu quả bảo trì và giảm thời gian xử lý sự cố.

Việc đầu tư vào công nghệ và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật không chỉ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ mà còn góp phần tăng năng suất lao động và giảm chi phí vận hành. Trong giai đoạn 2022–2024, công ty đã có những khoản đầu tư đáng kể

vào các giải pháp công nghệ như tăng cường tự động hóa trong quản lý kho hàng, kiểm soát hàng tồn kho chính xác hơn, ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong phân tích dữ liệu khách hàng để đưa ra các chiến lược kinh doanh hiệu quả, đồng thời mở rộng các nền tảng thanh toán điện tử để tạo sự tiện lợi cho khách hàng. Nhìn chung, công nghệ kỹ thuật và mức độ ứng dụng tiến bộ kỹ thuật đã đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng. Việc tiếp tục cập nhật và đầu tư vào công nghệ trong tương lai sẽ giúp công ty duy trì lợi thế cạnh tranh, tối ưu hóa hoạt động và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường.

2.3.1.3. Nhân tố quản trị doanh nghiệp

Nhân tố quản trị doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng trong giai đoạn 2022–2024. Công tác quản trị doanh nghiệp không chỉ ảnh hưởng đến chiến lược kinh doanh, hiệu suất làm việc của nhân viên mà còn tác động trực tiếp đến khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững của công ty.

Trước hết, bộ máy quản lý của công ty có cơ cấu tổ chức hợp lý, với sự phân công công việc rõ ràng giữa các phòng ban như kinh doanh, kỹ thuật, tài chính – kế toán và chăm sóc khách hàng. Việc xây dựng một hệ thống quản lý hiệu quả giúp công ty vận hành trơn tru, nâng cao năng suất lao động và giảm thiểu sai sót trong quá trình làm việc. Ban lãnh đạo công ty có tầm nhìn chiến lược, kịp thời điều chỉnh kế hoạch kinh doanh để thích ứng với những biến động của thị trường, từ đó duy trì sự ổn định và phát triển bền vững.

Bên cạnh đó, công ty chú trọng đến việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp nhằm tạo động lực làm việc cho nhân viên. Các chính sách về lương thưởng, phúc lợi và cơ hội thăng tiến được áp dụng một cách minh bạch, giúp nhân viên gắn bó lâu dài với công ty. Đồng thời, ban lãnh đạo cũng thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo nâng cao năng lực quản lý, giúp các cấp quản lý có đủ kỹ năng và kiến thức để điều hành doanh nghiệp hiệu quả hơn.

Ngoài ra, công ty đã ứng dụng các phương pháp quản trị hiện đại nhằm tối ưu hóa hoạt động kinh doanh. Việc sử dụng các phần mềm quản lý như hệ thống ERP giúp công ty kiểm soát chặt chẽ các hoạt động tài chính, quản lý hàng tồn kho và điều phối nguồn lực một cách hiệu quả. Các công cụ phân tích dữ liệu cũng được áp dụng

để hỗ trợ việc ra quyết định, giúp công ty xác định được xu hướng thị trường và nhu cầu của khách hàng, từ đó đưa ra các chiến lược phù hợp.

Tóm lại, nhân tố quản trị doanh nghiệp có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng. Việc duy trì một bộ máy quản lý chuyên nghiệp, xây dựng văn hóa doanh nghiệp tích cực và áp dụng các phương pháp quản trị hiện đại sẽ giúp công ty nâng cao năng lực cạnh tranh, tối ưu hóa hoạt động kinh doanh và phát triển bền vững trong tương lai.

2.3.2. Các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài

2.3.2.1. Môi trường pháp lý

Môi trường pháp lý là một trong những yếu tố quan trọng thuộc môi trường bên ngoài ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng trong giai đoạn 2022–2024. Hệ thống pháp luật và các chính sách của Nhà nước có tác động trực tiếp đến hoạt động sản xuất, kinh doanh, cũng như khả năng cạnh tranh và phát triển của doanh nghiệp.

Trước hết, các quy định về đăng ký kinh doanh, thuế, lao động và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là những yếu tố mà công ty phải tuân thủ nghiêm ngặt. Việc chấp hành đầy đủ các nghĩa vụ thuế như thuế giá trị gia tăng (VAT), thuế thu nhập doanh nghiệp và thuế thu nhập cá nhân không chỉ giúp công ty hoạt động hợp pháp mà còn tạo dựng uy tín với cơ quan chức năng và đối tác. Bên cạnh đó, các chính sách về bảo hiểm xã hội, hợp đồng lao động và chế độ đãi ngộ cũng ảnh hưởng đến cách thức công ty tuyển dụng và quản lý nhân sự.

Ngoài ra, chính sách nhập khẩu và thuế quan đối với thiết bị văn phòng cũng có tác động đáng kể đến hoạt động kinh doanh của công ty. Do phần lớn sản phẩm mà công ty cung cấp là nhập khẩu từ nước ngoài, việc thay đổi chính sách thuế nhập khẩu hoặc các quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật, kiểm định chất lượng có thể ảnh hưởng đến giá thành và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Bên cạnh đó, các quy định về bảo vệ môi trường và an toàn sản phẩm cũng là một yếu tố quan trọng. Công ty phải tuân thủ các quy định liên quan đến xử lý rác thải điện tử, sản phẩm tiết kiệm năng lượng và các tiêu chuẩn an toàn đối với thiết bị công nghệ. Việc đảm bảo sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng không chỉ giúp công

ty tuân thủ pháp luật mà còn nâng cao niềm tin của khách hàng, góp phần vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Nhìn chung, môi trường pháp lý có ảnh hưởng sâu rộng đến hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng. Việc tuân thủ các quy định pháp luật một cách chặt chẽ không chỉ giúp công ty giảm thiểu rủi ro pháp lý mà còn tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển lâu dài trên thị trường.

2.3.2.2. Môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế là một trong những yếu tố quan trọng thuộc môi trường bên ngoài ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng trong giai đoạn 2022–2024. Các biến động kinh tế như tốc độ tăng trưởng, lạm phát, chính sách tài chính – tiền tệ và mức thu nhập của khách hàng đều có tác động lớn đến hoạt động kinh doanh của công ty.

Trước hết, tốc độ tăng trưởng kinh tế ảnh hưởng đến nhu cầu thị trường đối với các thiết bị văn phòng. Khi nền kinh tế tăng trưởng ổn định, các doanh nghiệp mở rộng hoạt động, dẫn đến nhu cầu sử dụng máy in, máy photocopy, thiết bị hội nghị và các sản phẩm văn phòng khác gia tăng. Ngược lại, trong thời kỳ kinh tế suy thoái, nhiều doanh nghiệp cắt giảm chi tiêu, làm giảm sức mua đối với các sản phẩm mà công ty cung cấp.

Bên cạnh đó, lạm phát và biến động tỷ giá cũng có tác động đáng kể đến hoạt động kinh doanh của công ty. Vì phần lớn sản phẩm được nhập khẩu từ nước ngoài, sự biến động của tỷ giá hối đoái có thể làm tăng chi phí nhập khẩu, từ đó ảnh hưởng đến giá bán và lợi nhuận của công ty. Nếu tỷ giá tăng mạnh, chi phí nhập hàng tăng, buộc công ty phải điều chỉnh giá bán, điều này có thể làm giảm khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Chính sách tài chính – tiền tệ của Nhà nước, bao gồm lãi suất vay vốn và chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, cũng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh. Nếu lãi suất tăng cao, chi phí vay vốn của doanh nghiệp sẽ gia tăng, làm giảm khả năng đầu tư mở rộng kinh doanh. Ngược lại, nếu có chính sách hỗ trợ về tín dụng hoặc ưu đãi thuế, công ty sẽ có cơ hội mở rộng hoạt động và tăng khả năng cạnh tranh.

Mức thu nhập và khả năng chi tiêu của khách hàng cũng là một yếu tố quan trọng. Khi thu nhập tăng, doanh nghiệp và cá nhân có xu hướng đầu tư nhiều hơn vào

trang thiết bị hiện đại để nâng cao hiệu suất làm việc. Ngược lại, trong giai đoạn kinh tế khó khăn, khách hàng có xu hướng tìm kiếm các sản phẩm giá rẻ hơn hoặc trì hoãn việc mua sắm, làm giảm doanh số bán hàng của công ty.

Nhìn chung, môi trường kinh tế có tác động lớn đến hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng. Việc theo dõi sát sao các biến động kinh tế, điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp và linh hoạt trong chính sách giá cả, nhập khẩu sẽ giúp công ty thích ứng tốt hơn với sự thay đổi của nền kinh tế, duy trì sự ổn định và phát triển bền vững.

2.4. Đánh giá chung về hiệu quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng

Qua kết quả phân tích tình hình hiệu quả kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng từ năm 2022 đến 2024 có thể thấy rằng Công ty đã đạt được một số thành tựu quan trọng trong hoạt động kinh doanh. Những kết quả tích cực này là thành quả từ nhiều yếu tố như công tác tài chính, quản lý, sản xuất và cung cấp dịch vụ. Đặc biệt, doanh thu thuần có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong năm 2022, phản ánh sự mở rộng thị phần và cải thiện năng lực cạnh tranh.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành công, tình hình tài chính của Công ty vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định. Cụ thể, trong năm 2024, doanh thu có dấu hiệu sụt giảm, lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh chính giảm mạnh, đồng thời chi phí tài chính, đặc biệt là chi phí lãi vay, tăng cao. Những yếu tố này đã ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh chung của Công ty và làm giảm hiệu quả sử dụng vốn.

Nhằm giúp ban lãnh đạo Công ty nhận diện rõ hơn về những thành tựu đạt được trong các năm qua để có thêm động lực phát triển trong tương lai, đồng thời nhận ra những hạn chế cần khắc phục để tối ưu hóa hoạt động sản xuất kinh doanh, dưới đây là phân tích chi tiết về những kết quả đạt được và những tồn tại còn tồn đọng.

2.4.1. Những thành tựu, kết quả đạt được

Theo kết quả phân tích về tình hình kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng, các thành tựu quan trọng mà Công ty đã gặt hái được trong khoảng thời gian ba năm phân tích từ 2022 đến 2024 là rất đáng khích lệ. Những thành tựu đạt được này như sau:

Thứ nhất, sự tăng lên của giá trị tổng tài sản của Công ty: Tổng giá trị tài sản của Công ty tăng lên từ 1.700 triệu đồng vào cuối năm 2022, tăng thêm 170 triệu đồng ở cuối năm 2023 và tiếp tục tăng lên thêm 30 triệu đồng ở cuối năm 2024. Nguyên nhân dẫn đến sự gia tăng là do công ty tăng vốn đầu tư của chủ sở hữu, tăng khoản nợ ngắn hạn và sự đóng góp thêm từ lợi nhuận sau thuế mà công ty mang lại.

Thứ hai, hiệu quả sử dụng tài sản cố định: Hiệu quả sử dụng tài sản cố định của Công ty là rất cao, cụ thể: Một đồng nguyên giá tài sản cố định tạo ra 14,86 đồng, 21,41 đồng và 20 đồng doanh thu lần lượt ở các năm 2022, năm 2023 và năm 2024. Như vậy, nếu so sánh hiệu suất sử dụng tài sản cố định giữa các năm, ta thấy rằng hiệu suất ở năm 2023 và năm 2024 là tương đương với nhau và cao hơn so với năm 2022. Điều này chứng tỏ Công ty đang khai thác, sử dụng tài sản cố định của mình một cách hiệu quả theo chiều hướng tốt.

Thứ ba, sự tăng lên của vốn chủ sở hữu: Từ tổng số vốn chủ sở hữu 1.029 triệu đồng ở cuối năm 2022 lên 1.131 triệu đồng ở cuối năm 2023 và lên tới 1.116 triệu đồng vào cuối năm 2024.

Thứ tư, khả năng tài chính mạnh: Công ty có tình hình tài chính khá mạnh, điều này được chứng minh thông qua khả năng trả các khoản nợ, kể cả trả lãi vay và điều này được thể hiện như sau:

+ Về khả năng thanh toán tổng quát: Công ty có khả năng thanh toán tổng quát là cao với mức thấp nhất là 2,15 lần.

+ Về khả năng thanh toán nhanh: Công ty có khả năng thanh toán nhanh cao ở năm 2022 với mức 1,25 lần và tương đối cao ở năm 2023 ở mức 0,95 lần và 0,80 lần ở năm 2024.

+ Về hệ số thanh toán lãi vay: Hệ số thanh toán lãi vay của Công ty qua các năm nhìn chung là cao. Trong năm 2022, hệ số này có xu hướng giảm nhẹ do tình hình kinh tế toàn cầu, sau khi nền kinh tế phục hồi vào đầu năm 2023, hoạt động kinh doanh của Công ty cũng mang lại nhiều lợi nhuận hơn. Đây là cơ sở tốt để ngân hàng, những người cho vay vốn an tâm trong việc cho Công ty vay thêm vốn để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh.

Thứ năm, khai thác tiềm năng từ vốn bên ngoài: Qua bảng cân đối kế toán các năm, có thể dễ dàng thấy rằng nợ phải trả (hay còn gọi là vốn vay bên ngoài) của Công

ty tăng nhẹ ở năm 2023 và năm 2024 tương đối cao so với năm 2022, điều này chứng tỏ Công ty đang khai thác hiệu quả nguồn vốn từ bên ngoài để đầu tư lợi nhuận trên dòng vốn vay.

Thứ sáu, sự tăng lên của doanh thu: Doanh thu thuần từ bán hàng và cung cấp dịch vụ của Công ty tăng lên theo các năm từ 5.412 tỷ đồng ở năm 2022 lên 6.205 tỷ đồng ở năm 2023 và 6.857 tỷ đồng ở năm 2024. Điều này là minh chứng rõ ràng nhất cho thấy hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty ngày càng mang lại hiệu quả cao hơn.

Thứ bảy, sự tăng lên của lợi nhuận sau thuế: Lợi nhuận sau thuế trung bình của Công ty tăng dần theo các năm; khoảng lợi nhuận tăng thêm trong năm 2024 so với năm 2023 là 189 tỷ đồng. Tổng lợi nhuận sau thuế của Công ty năm 2022 là 321 tỷ đồng, năm 2023 đạt 425 tỷ đồng và năm 2024 đạt 614 tỷ đồng. Điều này cho thấy rằng hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty ngày càng mang lại nhiều hiệu quả hơn.

Thứ tám, mức ROA và ROE đạt được tương đối cao:

Về tỷ suất doanh lợi tài sản (ROA): Qua số liệu phân tích ở Chương 2, ta thấy tỷ suất doanh lợi tài sản của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng là tương đối cao, cụ thể: Cứ một đồng vốn đầu tư vào doanh nghiệp trong năm 2022, năm 2023 và năm 2024 lần lượt sinh lợi là 1.2%, 1.5% và 1.3%.

Về tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (ROE): Mức lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng tương đối cao, tuy nhiên giảm nhẹ trong năm 2024 so với năm 2023. Cụ thể cứ một đồng vốn chủ sở hữu bỏ ra, thì lợi nhuận sau thuế mà các chủ sở hữu nhận được là 2.1%, 2.4% và 2.2% lần lượt ở các năm 2022, năm 2023 và năm 2024.

– Cuối cùng, đó là góp phần vào việc an sinh xã hội. Với kết quả đạt được như đã phân tích ở trên, Công ty đã tạo ra nhiều công ăn, việc làm ổn định cho cán bộ công nhân viên, góp phần nâng cao đời sống của cán bộ, công nhân viên, người lao động, và góp phần vào ngân sách Nhà nước.

2.4.2. Những tồn tại, hạn chế

Trong những năm gần đây, giá vốn hàng bán của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng có xu hướng gia tăng đáng kể, dẫn đến giá thành sản phẩm dịch vụ tăng theo. Điều này làm giảm khả năng cạnh tranh của công ty so với các đối thủ trên thị

trường, đặc biệt là trong bối cảnh ngành bảo hiểm ngày càng có nhiều doanh nghiệp mới tham gia với các chính sách ưu đãi hấp dẫn. Bên cạnh đó, doanh thu tài chính của công ty qua các năm có dấu hiệu suy giảm, phần lớn do ảnh hưởng từ biến động lãi suất, tình hình đầu tư tài chính chưa thực sự hiệu quả, cũng như áp lực từ các khoản chi phí hoạt động gia tăng. Sự suy giảm của doanh thu tài chính đã tác động tiêu cực đến lợi nhuận tổng thể, khiến khả năng sinh lời của công ty bị ảnh hưởng.

Một vấn đề đáng lưu tâm khác là chi phí quản lý doanh nghiệp (QLDN) của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng có xu hướng tăng cao qua từng năm. Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ việc mở rộng hệ thống, gia tăng chi phí nhân sự, chi phí vận hành, cũng như sự thay đổi trong chính sách phân bổ ngân sách quản lý. Nếu không có các biện pháp kiểm soát hiệu quả, mức chi phí này có thể tiếp tục gia tăng, ảnh hưởng đến biên lợi nhuận của công ty trong dài hạn. Vì vậy, công ty cần xem xét các chiến lược tối ưu hóa chi phí, bao gồm cải tiến quy trình vận hành, áp dụng công nghệ vào quản lý tài chính, đồng thời xây dựng các chính sách kiểm soát nội bộ chặt chẽ hơn nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực.

Hiệu quả sử dụng tài sản và nguồn vốn của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng vẫn chưa đạt mức tối ưu trong việc tạo ra lợi nhuận. Điều này thể hiện rõ qua các chỉ số tài chính phản ánh khả năng sinh lời của công ty, vốn luôn ở mức thấp so với trung bình ngành. Một trong những nguyên nhân chính là việc phân bổ vốn chưa thực sự hợp lý, dòng tiền đầu tư chưa đạt hiệu suất kỳ vọng, và một số danh mục tài sản không được khai thác hiệu quả. Nếu công ty không có sự điều chỉnh kịp thời, tình trạng này có thể làm giảm tốc độ tăng trưởng và khả năng mở rộng kinh doanh trong tương lai.

Ngoài ra, hiệu quả sử dụng tài sản của công ty chưa có sự ổn định, biến động mạnh qua từng năm, gây ảnh hưởng đến năng lực hoạt động kinh doanh. Một số tài sản cố định chưa được khai thác triệt để, hệ thống công nghệ thông tin còn hạn chế, khiến quy trình xử lý nghiệp vụ chưa đạt hiệu quả cao. Công ty cần có kế hoạch đầu tư nâng cấp trang thiết bị, hiện đại hóa hệ thống phần mềm quản lý, đồng thời đào tạo nhân sự để tối ưu hóa việc sử dụng tài sản hiện có.

Bên cạnh đó, công tác quản lý công nợ của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng vẫn còn nhiều điểm chưa chặt chẽ. Việc theo dõi và thu hồi công nợ chưa được

thực hiện một cách hiệu quả, dẫn đến tình trạng một số khoản nợ khó đòi gia tăng, làm giảm tính thanh khoản của doanh nghiệp. Điều này xuất phát từ nhiều nguyên nhân, bao gồm việc chưa có chính sách quản lý rủi ro tín dụng chặt chẽ, quy trình xét duyệt hợp đồng bảo hiểm và thanh toán bồi thường còn tồn tại một số bất cập. Để cải thiện vấn đề này, công ty cần xây dựng hệ thống quản lý công nợ hiện đại hơn, áp dụng các biện pháp kiểm soát rủi ro tài chính và có kế hoạch xử lý công nợ rõ ràng, minh bạch.

Cuối cùng, một hạn chế đáng kể khác là trình độ chuyên môn trong công tác quản lý tài chính, cũng như khả năng vận hành hệ thống máy móc, trang thiết bị của công ty vẫn chưa thực sự đạt hiệu quả cao. Việc thiếu hụt nhân sự có chuyên môn sâu về tài chính và công nghệ có thể dẫn đến những quyết định chưa tối ưu, ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh chung. Vì vậy, công ty cần đầu tư mạnh hơn vào đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, khuyến khích nhân viên nâng cao kỹ năng chuyên môn, cũng như áp dụng các phần mềm quản trị doanh nghiệp tiên tiến để hỗ trợ hoạt động kinh doanh.

Chương 3. GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ

3.1. Định hướng phát triển của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng trong thời gian tới

3.1.1. Các mục tiêu chủ yếu của công ty

Mục tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh của công ty đã được xác định rõ ràng, trong đó yêu cầu quan trọng nhất là đảm bảo công ty có lợi nhuận sau khi nhận được trợ cấp công ích. Đồng thời, mức lợi nhuận đạt được cũng như năng suất lao động thực hiện phải bằng hoặc cao hơn so với kế hoạch đề ra. Điều này đòi hỏi công ty phải không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động, tối ưu hóa chi phí, cải thiện quy trình sản xuất và kinh doanh để đảm bảo đạt được kết quả tốt nhất.

Bên cạnh đó, công ty cần tích cực mở rộng và củng cố quan hệ với các đối tác, khách hàng cũng như cộng đồng xã hội. Việc thiết lập và duy trì các mối quan hệ bền vững không chỉ giúp công ty tạo dựng uy tín mà còn giúp mở ra nhiều cơ hội hợp tác mới, hỗ trợ cho sự phát triển lâu dài. Công ty cũng cần đẩy mạnh việc mở rộng thị trường ra các tỉnh thành khác nhằm gia tăng phạm vi phân phối sản phẩm, nâng cao độ phủ sóng của thương hiệu, từ đó góp phần gia tăng doanh thu và lợi nhuận. Việc nghiên cứu thị trường, tìm hiểu nhu cầu của từng khu vực và xây dựng các chiến lược kinh doanh phù hợp sẽ là yếu tố then chốt giúp công ty thành công trong việc mở rộng hoạt động kinh doanh.

Song song với việc mở rộng thị trường, công ty phải đảm bảo mọi hoạt động kinh doanh đều tuân thủ đúng theo quy định của pháp luật. Điều này không chỉ giúp công ty tránh được các rủi ro về mặt pháp lý mà còn góp phần xây dựng hình ảnh doanh nghiệp minh bạch, chuyên nghiệp, tạo niềm tin đối với khách hàng và đối tác. Việc thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ về thuế, bảo hiểm cũng như tuân thủ các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm và dịch vụ là những yêu cầu quan trọng để công ty duy trì sự ổn định và phát triển bền vững.

Nâng cao hiệu quả lao động sản xuất kinh doanh là một trong những yếu tố then chốt giúp công ty đạt được mục tiêu lợi nhuận. Công ty cần không ngừng cải tiến quy trình làm việc, đầu tư vào công nghệ, máy móc hiện đại, đồng thời nâng cao trình độ chuyên môn cho đội ngũ nhân sự. Việc đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng cho nhân viên

không chỉ giúp họ làm việc hiệu quả hơn mà còn tạo động lực để họ gắn bó lâu dài với công ty. Ngoài ra, cần có các chính sách khen thưởng hợp lý nhằm khuyến khích nhân viên làm việc năng suất hơn, góp phần nâng cao hiệu quả chung của toàn doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, công ty phải không ngừng nỗ lực để tạo dựng sự tin nhiệm, uy tín trên thị trường. Điều này không chỉ đến từ chất lượng sản phẩm và dịch vụ mà còn từ cách công ty ứng xử với khách hàng, đối tác và cộng đồng. Việc cung cấp sản phẩm chất lượng cao, dịch vụ chăm sóc khách hàng tận tâm, cũng như thực hiện đầy đủ các cam kết với đối tác sẽ giúp công ty xây dựng danh tiếng vững chắc, tạo dựng lòng tin và thu hút thêm nhiều khách hàng mới.

Cuối cùng, công tác quản lý tài chính cần được củng cố và kiểm soát chặt chẽ để đảm bảo sự phát triển bền vững của công ty. Việc quản lý dòng tiền hiệu quả, kiểm soát chi phí hợp lý và sử dụng nguồn vốn một cách thông minh sẽ giúp công ty tối ưu hóa lợi nhuận, giảm thiểu các rủi ro tài chính. Đồng thời, cần có các kế hoạch tài chính dài hạn nhằm đảm bảo sự phát triển ổn định và vững chắc, giúp công ty có thể ứng phó linh hoạt trước những biến động của thị trường và đạt được các mục tiêu kinh doanh đã đề ra.

3.1.2. Chiến lược phát triển trung và dài hạn

Kinh tế thị trường luôn biến động, muốn tồn tại và phát triển đòi hỏi công ty phải thích ứng với sự biến động đó, hoạt động kinh doanh của công ty sẽ phải chịu rủi ro khi không thay đổi học hỏi, chất lượng sản phẩm, công nghệ trang thiết bị lạc hậu.

+ Nâng cao chất lượng sản phẩm: Trong nền kinh tế thị trường, để nâng cao sức cạnh tranh và thu hút khách hàng, vấn đề chất lượng sản phẩm là yếu tố cực kỳ quan trọng được công ty rất quan tâm. Nếu chất lượng sản phẩm không tốt thì sẽ không đáp ứng được nhu cầu cho thị trường trong và ngoài nước.

+ Nâng cấp thiết bị công nghệ máy móc: Trang thiết bị cũ nát, chấp vá không thể sản xuất được những sản phẩm yêu cầu độ chính xác cao, không thể đáp ứng được thị hiếu ngày càng cao của thị trường trong và ngoài nước. Vì vậy công ty cần tăng cường trang thiết bị máy móc để sản xuất ra được các sản phẩm chất lượng. Nhờ có chất lượng sản phẩm tốt mà công ty giữ được những khách hàng quen thuộc và còn thu hút được những khách hàng tiềm năng mới.

+ Nâng trình độ đội ngũ lao động và tạo động lực cho tập thể và cá nhân người lao động: lao động sáng tạo của con người là nhân tố quyết định đến hiệu quả hoạt động kinh doanh. Công ty cần đầu tư thỏa đáng để phát triển qui mô bồi dưỡng và đào tạo mới lực lượng lao động.

3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng

3.2.1 Giải pháp nâng cao hiệu suất sử dụng tài sản

Việc nâng cao hiệu suất sử dụng tài sản đóng vai trò quan trọng trong việc tối ưu hóa nguồn lực và cải thiện hiệu quả kinh doanh. Công ty cần xây dựng các giải pháp cụ thể để quản lý tài sản cố định một cách khoa học, tránh thất thoát, lãng phí và đảm bảo tài sản được sử dụng hiệu quả nhất. Các giải pháp này không chỉ giúp công ty kiểm soát tốt hơn các khoản đầu tư mà còn góp phần nâng cao năng suất lao động, tối ưu hóa chi phí vận hành và gia tăng lợi nhuận.

Một trong những giải pháp quan trọng là mở rộng thị trường thông qua chính sách bán chịu hoặc bán hàng trả chậm. Điều này giúp công ty tiếp cận nhiều khách hàng hơn, tăng doanh số bán hàng và mở rộng phạm vi hoạt động. Tuy nhiên, để tránh tình trạng vốn bị ứ đọng trong khâu thanh toán, cần có kế hoạch quản lý thu hồi vốn chặt chẽ. Công ty cần phân loại khách hàng để áp dụng chính sách bán chịu hợp lý, đảm bảo rằng chỉ những khách hàng có lịch sử tín dụng tốt và khả năng thanh toán ổn định mới được hưởng ưu đãi này. Đồng thời, cần thiết lập cơ chế giám sát công nợ, theo dõi thời gian thanh toán, áp dụng biện pháp nhắc nhở và xử lý kịp thời đối với những khoản nợ đến hạn nhằm giảm thiểu rủi ro tài chính.

Bên cạnh đó, việc theo dõi và quản lý số lượng tài sản cố định hiện có cũng là một yếu tố quan trọng. Công ty cần lập kế hoạch chi tiết để theo dõi sự biến động của nguyên giá và giá trị hao mòn của từng loại tài sản. Điều này giúp đánh giá chính xác tình trạng tài sản, đưa ra quyết định sửa chữa, bảo trì hoặc thay thế khi cần thiết. Ngoài ra, cần thực hiện kiểm kê định kỳ nhằm phát hiện kịp thời các tài sản không còn hiệu quả sử dụng để có phương án xử lý phù hợp, tránh lãng phí và thất thoát tài sản.

Việc phát triển các thỏa thuận thanh toán linh hoạt với khách hàng cũng là một trong những biện pháp quan trọng để giảm thiểu chi phí phát sinh. Công ty cần đàm phán với khách hàng để thiết lập những điều khoản thanh toán có lợi, hạn chế tối đa

các chi phí không cần thiết trong quá trình giao dịch. Điều này không chỉ giúp cải thiện dòng tiền mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho cả hai bên trong quá trình hợp tác kinh doanh.

Ngoài ra, công ty cần xây dựng quy chế tài chính nội bộ và quy chế quản lý, sử dụng tài sản cố định một cách rõ ràng, minh bạch. Quy chế tài chính nội bộ cần quy định chi tiết về trình tự ghi nhận doanh thu, chi phí, thẩm quyền phê duyệt đầu tư, điều chuyển, thanh lý và nhượng bán tài sản. Ngoài ra, quy chế cũng cần đề cập đến các vấn đề liên quan đến quản lý vốn góp, phân chia lợi nhuận, xử lý lỗ lãi và sử dụng các quỹ tài chính. Việc có một bộ quy chế cụ thể giúp công ty kiểm soát tốt hơn hoạt động tài chính, tránh các sai sót hoặc thất thoát không đáng có.

Song song với đó, quy trình quản lý và sử dụng tài sản cố định cần đề cập cụ thể đến các khía cạnh tổ chức, kinh tế, kỹ thuật trong việc đầu tư, điều chuyển, sử dụng, bảo dưỡng và thanh lý tài sản. Khi có một quy trình rõ ràng, công ty sẽ đảm bảo tính minh bạch, nhất quán trong việc quản lý tài sản, đồng thời tối ưu hóa hiệu quả sử dụng các nguồn lực hiện có. Điều này cũng giúp nâng cao trách nhiệm của từng bộ phận liên quan, giảm thiểu tình trạng lãng phí và nâng cao hiệu suất sử dụng tài sản.

Cuối cùng, công ty cần tổ chức bộ phận kế toán quản trị tài sản cố định để giám sát và phân tích hiệu quả sử dụng tài sản một cách chuyên sâu. Việc này giúp đưa ra những đánh giá chính xác về hiệu suất hoạt động của tài sản, từ đó có những điều chỉnh phù hợp nhằm tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh. Định kỳ cần thực hiện các báo cáo phân tích về tình trạng tài sản, đưa ra các đề xuất nâng cấp, thay thế hoặc thanh lý tài sản không còn phù hợp. Điều này giúp công ty sử dụng tài sản một cách hiệu quả nhất, đảm bảo tối ưu hóa chi phí và tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường.

3.2.2. Giải pháp nâng cao doanh thu và giảm chi phí

Việc tăng doanh thu và lợi nhuận luôn là mục tiêu hàng đầu của mọi doanh nghiệp trong quá trình sản xuất kinh doanh. Doanh thu cao không chỉ giúp doanh nghiệp duy trì hoạt động ổn định mà còn tạo điều kiện để mở rộng quy mô, đầu tư vào các lĩnh vực mới và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường. Bên cạnh đó, việc kiểm soát chi phí hợp lý đóng vai trò quan trọng trong việc tối ưu hóa lợi nhuận. Khi doanh thu tăng lên mà chi phí không tăng tương ứng, hiệu suất hoạt động của doanh nghiệp sẽ được cải thiện đáng kể.

Để nâng cao doanh thu, doanh nghiệp cần tập trung vào việc mở rộng thị trường và đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ. Trước tiên, việc nghiên cứu và phát triển thị trường mới là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp tiếp cận nhiều khách hàng hơn. Doanh nghiệp có thể đẩy mạnh hoạt động marketing, tăng cường quảng bá thương hiệu trên các nền tảng số, tham gia các hội chợ triển lãm thương mại và hợp tác với các đối tác chiến lược để mở rộng mạng lưới phân phối. Đồng thời, việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới dựa trên nhu cầu của khách hàng sẽ giúp doanh nghiệp gia tăng giá trị cung cấp, từ đó nâng cao sức cạnh tranh và thu hút thêm nhiều khách hàng tiềm năng.

Ngoài ra, doanh nghiệp cần tối ưu hóa quy trình bán hàng và nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng. Việc cải tiến kênh phân phối, áp dụng các công nghệ bán hàng trực tuyến, xây dựng hệ thống chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp sẽ giúp nâng cao trải nghiệm của khách hàng, từ đó gia tăng doanh số bán hàng. Đặc biệt, việc triển khai các chương trình ưu đãi, khuyến mãi theo từng giai đoạn hoặc áp dụng chính sách bán hàng linh hoạt có thể khuyến khích khách hàng mua sắm nhiều hơn và tăng tỷ lệ khách hàng quay lại.

Bên cạnh việc nâng cao doanh thu, doanh nghiệp cũng cần chú trọng đến các biện pháp giảm chi phí để tối ưu hóa lợi nhuận. Một trong những giải pháp hiệu quả là kiểm soát chặt chẽ các khoản chi phí sản xuất và vận hành. Doanh nghiệp có thể áp dụng các biện pháp tiết kiệm nguyên vật liệu, tối ưu hóa quy trình sản xuất để giảm thiểu lãng phí. Đồng thời, việc ứng dụng công nghệ và tự động hóa vào quá trình sản xuất cũng giúp nâng cao năng suất lao động, giảm bớt sự phụ thuộc vào nguồn nhân lực, từ đó cắt giảm được chi phí nhân công.

Ngoài ra, doanh nghiệp cần có chiến lược đàm phán với các nhà cung cấp để có được mức giá tốt hơn cho nguyên vật liệu và dịch vụ đầu vào. Việc xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài với các nhà cung cấp đáng tin cậy sẽ giúp doanh nghiệp đảm bảo nguồn cung ổn định với giá thành hợp lý, từ đó giảm thiểu rủi ro biến động chi phí nguyên liệu đầu vào.

Một yếu tố quan trọng khác trong việc giảm chi phí là tối ưu hóa chi phí quản lý doanh nghiệp. Doanh nghiệp có thể áp dụng các biện pháp cắt giảm chi phí không cần thiết như giảm thiểu giấy tờ hành chính, tối ưu hóa việc sử dụng năng lượng, tiết kiệm chi phí văn phòng phẩm và hạn chế các khoản chi không mang lại giá trị gia tăng.

Đồng thời, việc xây dựng một hệ thống quản lý tài chính chặt chẽ, kiểm soát tốt dòng tiền và áp dụng các phần mềm quản lý chi phí sẽ giúp doanh nghiệp vận hành hiệu quả hơn.

3.2.3. Giải pháp hạ thấp chi phí sản xuất kinh doanh

Hạ thấp chi phí sản xuất kinh doanh là một trong những giải pháp quan trọng giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động, tối ưu hóa lợi nhuận và tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường. Để thực hiện điều này, doanh nghiệp cần triển khai các biện pháp cụ thể trong từng khâu, từ mua sắm nguyên vật liệu, quản lý vận hành đến kiểm soát các chi phí gián tiếp.

Một trong những biện pháp quan trọng là kiểm soát giá vốn hàng bán. Doanh nghiệp cần có kế hoạch thu mua nguyên vật liệu rõ ràng, bám sát nhu cầu sản xuất nhằm hạn chế tình trạng dư thừa hoặc thiếu hụt nguyên liệu, gây lãng phí tài nguyên. Khi thu mua, cần chú trọng đến chất lượng và nguồn gốc nguyên liệu, đồng thời thực hiện kiểm tra nghiêm ngặt về số lượng lẫn chất lượng để đảm bảo đáp ứng đúng yêu cầu sản xuất. Bên cạnh đó, doanh nghiệp có thể tìm kiếm các nhà cung cấp có giá cả cạnh tranh, thiết lập mối quan hệ hợp tác lâu dài để được hưởng mức giá ưu đãi, từ đó tiết kiệm chi phí đầu vào.

Ngoài ra, việc kiểm soát chi phí quản lý doanh nghiệp cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tối ưu hóa chi phí vận hành. Doanh nghiệp cần xây dựng định mức sử dụng các nguồn tài nguyên như điện, nước, điện thoại để tránh lãng phí, đồng thời áp dụng các công nghệ tiết kiệm năng lượng nhằm giảm chi phí hoạt động. Việc lập dự toán chi phí ngắn hạn và dài hạn cũng giúp doanh nghiệp kiểm soát tốt hơn các khoản chi tiêu, hạn chế những khoản phát sinh không cần thiết.

Đặc biệt, thực hiện công khai chi phí đến từng bộ phận liên quan sẽ giúp nâng cao tinh thần trách nhiệm, đảm bảo tính minh bạch trong quản lý tài chính. Các bộ phận cần phối hợp chặt chẽ để đưa ra các biện pháp tiết kiệm chi phí hiệu quả, chẳng hạn như tối ưu hóa quy trình sản xuất, cắt giảm các công đoạn không cần thiết hoặc tìm kiếm các phương án thay thế có chi phí thấp hơn nhưng vẫn đảm bảo chất lượng sản phẩm.

3.2.4. Phát triển thêm ngành hàng mới

Phát triển thêm ngành hàng mới là một chiến lược quan trọng nhằm mở rộng quy mô hoạt động, tăng trưởng doanh thu và củng cố vị thế của doanh nghiệp trên thị trường. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc mở rộng ngành hàng không chỉ giúp doanh nghiệp đa dạng hóa sản phẩm mà còn giảm thiểu rủi ro khi phụ thuộc quá nhiều vào một thị trường hoặc một dòng sản phẩm duy nhất.

Hiện nay, mặc dù tốc độ tăng trưởng của một số ngành chưa thực sự ấn tượng, nhưng chúng vẫn có sức hút nhất định đối với các nhà đầu tư. Nhiều doanh nghiệp đã tận dụng cơ hội này để mở rộng quy mô sản xuất, phát triển thêm ngành hàng mới nhằm đón đầu xu hướng tiêu dùng. Việc tham gia vào các ngành hàng tiềm năng không chỉ giúp doanh nghiệp tiếp cận được đối tượng khách hàng mới mà còn tạo ra nhiều cơ hội hợp tác với các đối tác chiến lược.

Để thành công trong việc phát triển ngành hàng mới, công ty cần thực hiện nghiên cứu thị trường kỹ lưỡng nhằm đánh giá nhu cầu của khách hàng, xác định phân khúc tiềm năng và xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp. Đồng thời, doanh nghiệp cũng cần đầu tư vào công nghệ, nâng cao năng lực sản xuất để đảm bảo chất lượng sản phẩm, đáp ứng tốt các tiêu chuẩn của thị trường.

Ngoài ra, việc phát triển mẫu mã, đa dạng hóa sản phẩm cũng là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp thu hút khách hàng và tạo dựng sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh. Một chiến lược truyền thông hiệu quả kết hợp với các chương trình khuyến mãi, quảng bá sản phẩm sẽ giúp doanh nghiệp nhanh chóng xây dựng được thương hiệu và mở rộng thị phần.

3.3. Một số kiến nghị để thực hiện hiệu quả các giải pháp trên

Để thực hiện hiệu quả các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng cần có những định hướng và chiến lược phù hợp. Các giải pháp đưa ra sẽ chỉ phát huy tác dụng khi có sự phối hợp đồng bộ giữa các bộ phận, sự hỗ trợ của các chính sách từ phía Nhà nước và sự quyết tâm từ ban lãnh đạo công ty.

Trước tiên, công ty cần tăng cường công tác quản lý và giám sát tài sản cố định nhằm đảm bảo tài sản được sử dụng hiệu quả và không xảy ra thất thoát. Việc xây dựng hệ thống theo dõi tài sản bằng công nghệ hiện đại, như phần mềm quản lý tài

sản, sẽ giúp công ty kiểm soát tốt hơn giá trị hao mòn, tình trạng sử dụng cũng như kế hoạch bảo trì, sửa chữa tài sản. Đồng thời, công ty cần có chính sách tái đầu tư hợp lý để tối ưu hóa nguồn lực và đảm bảo hiệu suất vận hành cao nhất.

Bên cạnh đó, để nâng cao doanh thu và kiểm soát chi phí hiệu quả, công ty cần thực hiện chiến lược mở rộng thị trường thông qua việc đa dạng hóa sản phẩm, phát triển thêm kênh phân phối và tăng cường các chương trình tiếp thị. Việc áp dụng công nghệ số vào hoạt động kinh doanh như thương mại điện tử, tiếp thị trực tuyến sẽ giúp công ty tiếp cận nhiều khách hàng hơn với chi phí hợp lý. Đồng thời, cần có chính sách bán hàng linh hoạt, kết hợp với các chương trình khuyến mãi phù hợp để thu hút khách hàng tiềm năng.

Một trong những yếu tố quan trọng khác là tối ưu hóa chi phí sản xuất kinh doanh. Công ty cần có chính sách hợp tác lâu dài với các nhà cung cấp để đàm phán mức giá tốt nhất, đồng thời nghiên cứu các phương án sử dụng nguyên vật liệu hiệu quả hơn. Việc đầu tư vào công nghệ và tự động hóa cũng giúp giảm thiểu lãng phí, nâng cao năng suất lao động và hạ thấp giá thành sản phẩm. Song song với đó, công ty cần rà soát lại các khoản chi tiêu, cắt giảm những chi phí không cần thiết để tối ưu hóa lợi nhuận.

Ngoài ra, để thực hiện thành công chiến lược phát triển ngành hàng mới, công ty cần nghiên cứu kỹ lưỡng thị trường, xác định đúng phân khúc khách hàng tiềm năng và có kế hoạch đầu tư bài bản. Việc hợp tác với các chuyên gia trong ngành, tìm kiếm đối tác chiến lược và tận dụng các nguồn lực sẵn có sẽ giúp công ty triển khai hiệu quả kế hoạch mở rộng kinh doanh. Công ty cũng nên chú trọng đến việc nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, đảm bảo đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Cuối cùng, công ty cần có sự phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chức năng, hiệp hội ngành nghề để cập nhật các chính sách hỗ trợ từ Nhà nước, tận dụng các chương trình ưu đãi về thuế, tín dụng hoặc hỗ trợ đổi mới công nghệ. Bên cạnh đó, cần nâng cao trình độ chuyên môn cho đội ngũ nhân viên thông qua các chương trình đào tạo, giúp họ nắm vững các kỹ năng quản lý, vận hành và kinh doanh hiệu quả hơn.

Tóm lại, để thực hiện hiệu quả các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, công ty cần có chiến lược rõ ràng, áp dụng công nghệ hiện đại, kiểm soát tốt tài chính và tối ưu hóa nguồn lực. Khi có sự đồng bộ trong quản lý, điều hành và triển

khai các biện pháp cải tiến, công ty sẽ có nền tảng vững chắc để phát triển bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

KẾT LUẬN

Thị trường thiết bị máy móc đang dần hồi phục. Cùng với những chính sách thông thoáng của Nhà nước trong thời gian gần đây, nên sẽ có những thay đổi khả quan. Mặc dù vẫn đang gặp không ít khó khăn và chịu sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ, nhưng Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng đang từng bước khẳng định uy tín, thương hiệu và phát triển vững mạnh.

Sau quá trình thực tập tại Công ty, em nhận thấy hoạt động bán hàng của Công ty tương đối chuyên nghiệp, hoàn chỉnh và hợp lí. Bên cạnh đó em đã thấy được nhận điểm mạnh, yếu của Công ty trong hoạt động bán hàng.

Vì điều kiện thời gian thực tập và kiến thức còn nhiều hạn chế, nên những ý kiến đóng góp trong chuyên đề báo cáo chỉ mang tính cá nhân. Hi vọng rằng với những đóng góp này, Công ty sẽ hoàn thiện hơn hoạt động bán hàng, từng bước phát triển trở thành doanh nghiệp đi đầu trong lĩnh vực kinh doanh.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của thầy Ths Phạm Bá Dũng, cùng ban lãnh và các anh chị Công ty Cổ phần Thang máy Năng lượng đã giúp em hoàn thành khóa luận tốt nghiệp

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Barney, J. B. (2021). *Strategic management practices and performance in SMEs: A resource-based view. Journal of Small Business Strategy*, 31(2), 12–26.
2. Công ty TNHH TM DV Thiết bị Văn phòng Bảo Minh. (2023). *Báo cáo tài chính 2020–2023*.
3. Trần Văn Cường. (2020). Phân tích chi phí và lợi nhuận: Ứng dụng trong việc định giá bán sản phẩm thiết bị văn phòng. *Tạp chí Kinh tế và Quản trị Doanh nghiệp*, 13(4), 75–84.
4. Phan Đức Dũng. (2013). *Phân tích hoạt động trong kinh doanh*. NXB Thống Kê.
5. Phạm Ngọc Duy. (2020). Phân tích mô hình SWOT và ứng dụng trong việc xây dựng chiến lược kinh doanh cho doanh nghiệp thiết bị văn phòng. *Tạp chí Kinh tế và Chiến lược*, 9(3), 42–50.
6. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2020). *The relationship between operational efficiency and firm performance: Evidence from small businesses. Harvard Business Review*, 98(6), 45–53.
7. Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing strategies for improving competitiveness in small and medium enterprises. Journal of Marketing Perspectives*, 14(3), 78–89.
8. Lê Văn Hoàng, & Phạm Đức Nam. (2022). Vai trò của quản trị tài chính trong nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại doanh nghiệp thương mại dịch vụ. *Tạp chí Tài chính Doanh nghiệp*, 14(1), 88–97.
9. Nguyễn Thị Hồng. (2021). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực thiết bị văn phòng tại TP.HCM. *Tạp chí Phát triển Kinh tế và Doanh nghiệp*, 6(2), 45–52.
10. Hoàng Lan Minh. (2021). Chiến lược phát triển thị trường và mở rộng mạng lưới khách hàng trong lĩnh vực thiết bị văn phòng. *Nghiên cứu Kinh doanh Đông Nam Á*, 8(3), 101–110.
11. Nguyễn Phương Quỳnh. (2020). Đánh giá hiệu quả sử dụng tài sản cố định trong doanh nghiệp kinh doanh thiết bị văn phòng. *Tạp chí Kế toán và Kiểm toán Việt Nam*, 11(2), 55–64.
12. Đỗ Huyền Trang và cộng sự. (2016). *Bài giảng phân tích báo cáo tài chính*. Tài liệu giảng dạy Trường Đại học Quy Nhơn.