

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



ISO 9001 : 2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Sinh viên : Trần Trọng Nghĩa

Giảng viên hướng dẫn: Th.S Cao Thị Hồng Hạnh

HẢI PHÒNG - 2013

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

**BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG
KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG
MẠI VÀ CƠ KHÍ TÂN THANH – CHI NHÁNH HẢI
PHÒNG**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY

NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Sinh viên : Trần Trọng Nghĩa

Giảng viên hướng dẫn: Th.S Cao Thị Hồng Hạnh

HẢI PHÒNG - 2013

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Trần Trọng Nghĩa

Mã SV: 1354020071

Lớp: QT1301N

Ngành: Quản trị doanh nghiệp

Tên đề tài: Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần thương mại và cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng.

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

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

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

Phần I: Lý luận chung về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Phần II: Phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thương mại và cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng

Phần III: Biện pháp nâng cao hiệu quả tại Công ty Cổ phần Thương mại và cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng

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

Số liệu được sử dụng tính toán là bảng cân đối kế toán và bản báo kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

Công ty Cổ phần Thương mại và cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng

Địa chỉ: Hạ Đoạn 4 – Đông Hải 2 – Hải An – Hải Phòng

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên: CAO THỊ HỒNG HẠNH

Học hàm, học vị: Thạc sĩ

Cơ quan công tác: Trường Đại học Dân lập Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Thương mại và Cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

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

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 17 tháng 06 năm 2013

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2013

Hiệu trưởng

GS.TS.NGƯT *Trần Hữu Nghị*

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

.....

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

Cán bộ hướng dẫn
(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
PHẦN I – LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP.....	3
I. Khái niệm về hiệu quả hoạt động kinh doanh và sự cần thiết về nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp.	3
1. Khái niệm về hiệu quả hoạt động kinh doanh	3
2. Phân loại hiệu quả.....	4
3. Bản chất của hiệu quả kinh doanh	6
4. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp	7
II. Nội dung và phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh.....	9
1. Nội dung phân tích kết quả hoạt động kinh doanh.....	9
2. Phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh	10
III. Các nhân tố tác động tới việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp	13
1. Nhóm các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài	13
2. Các nhân tố bên trong	16
IV. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh.	18
1. Chỉ tiêu về doanh thu.....	18
2. Chỉ tiêu về chi phí.....	20
3. Hiệu quả sử dụng lao động	22
4. Chỉ tiêu vốn kinh doanh.....	23
5. Các chỉ tiêu tài chính	24
6. Nhóm chỉ tiêu xét về mặt hiệu quả kinh tế - xã hội.....	26
7. Biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.....	27

PHẦN II. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY	29
I. Giới thiệu khái quát về Công ty Cổ phần Thương mại và Cơ khí Tân Thanh và Chi nhánh Tân Thanh Hải Phòng.....	29
1. Công ty Cổ phần Thương mại và Cơ khí Tân Thanh	29
2. Công ty CP TM và CK Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng.....	32
3. Đánh giá kết quả kinh doanh của doanh nghiệp (Năm 2011-2012).....	35
4. Đánh giá chung.....	55
PHẦN III. BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH TẠI CHI NHÁNH CÔNG TY CP TM CK TÂN THANH HẢI PHÒNG.....	56
I. Thực trạng chung của nền kinh tế trong lĩnh vực xây dựng, vận tải, sửa chữa, kho bãi.	56
II. Các biện pháp tăng doanh thu để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.	58
1. Căn cứ thực hiện các biện pháp tăng doanh thu	59
2. Nội dung và chi phí của các biện pháp nhằm tăng doanh thu	59
3. Dự kiến kết quả đạt được từ các biện pháp tăng doanh thu	61
KẾT LUẬN.....	65

LỜI MỞ ĐẦU

Trong xu thế toàn cầu hóa, nền kinh tế Việt Nam đang dần thể hiện mình với bạn bè khu vực và trên thế giới. Được biết đến là một quốc gia có nền kinh tế trẻ, năng động, một trong những điểm đầu tư hấp dẫn nhất thế giới, Việt Nam được dự báo sẽ là một môi trường lý tưởng để thực hiện hoạt động đầu tư kinh doanh, phát triển bền vững. Trong lĩnh vực xây dựng, vận tải, xuất nhập khẩu, hội nhập kinh tế quốc tế đã mở ra những cơ hội vàng cho các doanh nghiệp trong nước do chúng ta được tiếp cận nguồn vốn đầu tư, tiếp cận khoa học, thiết bị kỹ thuật và quy trình quản lý hiện đại, mở rộng thị trường, giảm bớt rào cản kinh tế. Tuy nhiên, song hành với cơ hội là những thách thức rất lớn khi chúng ta gặp phải áp lực cạnh tranh rất lớn từ các doanh nghiệp nước ngoài. Điều đó đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn làm mới mình, xây dựng chiến lược, phương pháp hoạt động kinh doanh hiệu quả nhằm tận dụng nguồn lực từ bên ngoài, không để doanh nghiệp bị rơi vào tình cảnh phá sản hay bị doanh nghiệp nước ngoài thôn tính.

Công ty Cổ phần thương mại và cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng là một doanh nghiệp trẻ, đang trên đà phát triển, hoàn thiện cơ sở vật chất, hạ tầng cũng như hệ thống kinh doanh, khách hàng. Vì vậy thời gian qua là một thời gian khó khăn khi doanh nghiệp gia nhập thị trường, doanh nghiệp phải đầu tư chi phí lớn để xây dựng nền tảng cơ sở vật chất, đầu tư các hoạt động marketing, tìm kiếm khách hàng, tăng thị phần, bước đầu vượt qua khó khăn và hướng tới mục tiêu lợi nhuận và khách hàng.

Để có thể đạt được những mục tiêu mà doanh nghiệp đã đề ra thì doanh nghiệp cần thực hiện những biện pháp nhằm quản lý, phát huy những nguồn lực, điểm mạnh của doanh nghiệp, lựa chọn cho mình phương pháp và hướng đi đúng trong từng thời kỳ để tạo lập những giá trị bền vững cho doanh nghiệp. Sau thời gian thực tập tại **Công ty Cổ phần thương mại và cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng** với kiến thức mà em tích lũy, học hỏi được và nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề đang đặt ra với doanh

nghiệp nên em mạnh dạn chọn đề tài “**Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần thương mại và cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng**” làm đề tài nghiên cứu của mình.

Đây là một đề tài khá rộng nên trong chuyên đề của mình, em tập trung đi sâu thực trạng hoạt động của doanh nghiệp để thấy rõ được những điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp cũng như xu hướng thị trường để từ đó đưa biện pháp, kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Nội dung chuyên đề bao gồm các phần sau:

PHẦN I: Lý luận chung về hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

PHẦN II: Phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh ở Công ty Cổ phần thương mại và cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng.

PHẦN III: Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần thương mại và cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng

Em xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của Cô giáo – Ths. Cao Thị Hồng Hạnh. Đồng thời, em cũng xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ, tạo điều kiện của các phòng ban trong công ty Công ty Cổ phần thương mại và cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng đã giúp đỡ, hướng dẫn, cung cấp tài liệu để em hoàn thành luận văn này.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên: Trần Trọng Nghĩa

PHẦN I – LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

I. Khái niệm về hiệu quả hoạt động kinh doanh và sự cần thiết về nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp.

1. Khái niệm về hiệu quả hoạt động kinh doanh

a. Khái niệm hiệu quả

Trong nền kinh tế thị trường, mục tiêu lâu dài và bao trùm của tất cả các doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận. Để có thể đạt được điều này doanh nghiệp phải đặt ra mục tiêu từng thời điểm cụ thể và xây dựng chiến lược kinh doanh cho từng giai đoạn phù hợp với những biến đổi của môi trường kinh doanh. Phân bổ, quản trị các nguồn lực hiệu quả và thường xuyên kiểm tra đánh giá sự phù hợp và giá trị mà nó mang lại. Và để thực hiện được điều đó nhà quản trị phải đánh giá được hiệu quả của từng bộ phận và toàn doanh nghiệp.

Hiệu quả kinh doanh là thước đo, phản ánh chất lượng hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Khi bàn về phạm trù hiệu quả kinh doanh có nhiều quan điểm khác nhau, có quan điểm cho rằng: “Hiệu quả sản xuất diễn ra trong xã hội không thể tăng sản lượng hàng hóa mà không cắt giảm sản lượng của một lượng hàng hóa khác. Một nền kinh tế hiệu quả khi nó nằm trên đường năng lực sản xuất”. Quan điểm này dựa trên việc phân bổ và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực của nền sản xuất xã hội. Xét trên góc độ lý thuyết, hiệu quả kinh doanh có thể đạt được trên đường giới hạn năng lực sản xuất của doanh nghiệp. Tuy nhiên, để đạt được mức hiệu quả kinh doanh này cần rất nhiều điều kiện, trong đó đòi hỏi dự báo và quyết định đầu tư sản xuất theo quy mô phù hợp với cầu thị trường, thế mà không phải lúc nào điều này cũng thực hiện được.

Tóm lại: Hiệu quả phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực đầu vào và để đạt được kết quả đầu ra cao nhất với chi phí đầu vào thấp nhất.

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

2. Phân loại hiệu quả

Ngày nay khi đề cập đến vấn đề hiệu quả thì người ta vẫn chưa có được một khái niệm thống nhất. Bởi mỗi lĩnh vực khác nhau, xem xét trên các góc độ khác nhau thì người ta có cách nhìn nhận khác nhau về vấn đề hiệu quả và thông thường khi nói đến hiệu quả của một lĩnh vực nào đó thì người ta gắn ngay tên của lĩnh vực đó liền sau hiệu quả. Để hiểu rõ hơn vấn đề hiệu quả thì chúng ta xem xét vấn đề hiệu quả trên lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội. Tương ứng với 3 lĩnh vực này là 3 phạm trù hiệu quả: hiệu quả kinh tế, hiệu quả chính trị và hiệu quả xã hội.

a. Hiệu quả kinh tế

Hiệu quả kinh tế phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực để đạt được các mục tiêu kinh tế của một thời kỳ nào đó. Nếu đứng trên từng yếu tố riêng lẻ thì chúng ta có phạm trù hiệu quả kinh tế và nếu xem xét vấn đề hiệu quả trong phạm vi các doanh nghiệp thì hiệu quả kinh tế chính là hiệu quả kinh doanh của một doanh nghiệp. Hiểu theo mục đích cuối cùng thì hiệu quả kinh tế là hệ số giữa kết quả thu về và chi phí bỏ ra để đạt được hiệu quả đó. Trong đó kết quả thu về chỉ là kết quả phản ánh những kết quả tổng hợp như là: doanh thu, lợi nhuận, giá trị sản lượng công nghiệp ... nếu ta xem xét từng yếu tố riêng lẻ thì hiệu quả kinh tế là thể hiện trình độ và sử dụng các yếu tố đó trong từng quá trình sản xuất kinh doanh, nó phản ánh kết quả kinh tế thu được từ việc sử dụng các yếu tố tham gia vào quá trình kinh doanh.

Cũng giống như một chỉ tiêu khác, hiệu quả là một chỉ tiêu chất lượng tổng hợp phản ánh trình độ lợi dụng các yếu tố trong quá trình sản xuất, đồng thời là phạm trù kinh tế gắn liền với nền sản xuất hàng hóa. Sản xuất hàng hóa có phát triển hay không là nhờ đạt hiệu quả cao hay thấp. Nói một cách

khác, chỉ tiêu hiệu quả kinh tế phản ánh về mặt lượng và định tính trong sự phát triển kinh tế.

Nhìn ở tầm vi mô của từng doanh nghiệp riêng lẻ hiệu quả kinh tế được biểu hiện qua phạm trù hiệu quả kinh doanh. Hiệu quả kinh doanh là một chỉ tiêu phản ánh đầy đủ các mặt của cả một quá trình kinh doanh của một doanh nghiệp. Cụ thể là:

Hiệu quả kinh doanh là phạm trù kinh tế phản ánh những lợi ích đạt được từ các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trên cơ sở so sánh lợi ích thu được với chi phí bỏ ra trong suốt quá trình kinh doanh của doanh nghiệp. Dưới góc độ này chúng ta có thể xác định hiệu quả kinh doanh một cách cụ thể bằng các phương pháp định lượng thành các chỉ tiêu hiệu quả cụ thể và từ đó có thể tính toán, so sánh được, lúc này phạm trù kinh tế hiệu quả kinh doanh là một phạm trù cụ thể nó đồng nhất và là biểu hiện trực tiếp của lợi nhuận, doanh thu Ngoài ra có còn biểu hiện mức độ phát triển doanh nghiệp theo chiều sâu, phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực trong quá trình sản xuất nhằm thực hiện mục tiêu của doanh nghiệp. Lúc này thì phạm trù hiệu quả kinh doanh là một trừu tượng và nó phải được tính thành mức độ quan trọng hoặc vai trò của nó trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh. Nói một cách khác, ta có thể hiểu hiệu quả kinh doanh là chỉ tiêu phản ánh trình độ và khả năng kết hợp các yếu tố đầu vào trong quá trình sản xuất.

Nói tóm lại ở tầm vi mô hiệu quả kinh doanh phản ánh đồng thời các mặt của quá trình sản xuất kinh doanh như: kết quả kinh doanh, trình độ sản xuất tổ chức sản xuất và quản lý, trình độ sử dụng yếu tố đầu vào ... đồng thời nó yêu cầu sự phát triển của doanh nghiệp theo chiều sâu. Nó là thước đo ngày càng trở nên quan trọng của sự tăng trưởng kinh tế và là chỗ dựa cơ bản để đánh giá việc thực hiện mục tiêu kinh tế của doanh nghiệp trong thời kỳ. Sự phát triển tất yếu đòi hỏi các doanh nghiệp phải nâng cao hiệu quả kinh doanh, đây là mục tiêu cơ bản nhất của doanh nghiệp.

b. Hiệu quả xã hội và hiệu quả chính trị

Hiệu quả xã hội là một phạm trù phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất xã hội nhằm đạt được các mục tiêu xã hội nhất định. Nếu đứng trên phạm vi toàn xã hội và nền kinh tế quốc dân thì hiệu quả xã hội và hiệu quả chính trị là chỉ tiêu phản ánh ảnh hưởng của hoạt động kinh doanh đối với việc giải quyết những yêu cầu và mục tiêu chung của toàn bộ nền kinh tế xã hội. Bởi vậy hai loại hiệu quả này đều có vị trí quan trọng trong việc phát triển của nền kinh tế xã hội ở các mặt: Trình độ tổ chức sản xuất, trình độ quản lý, mức sống bình quân ... thực tế ở các nước tư bản chủ nghĩa đã cho thấy các doanh nghiệp tư bản chỉ chạy theo hiệu quả kinh tế mà không đặt hiệu quả chính trị và xã hội kèm theo và dẫn đến tình trạng: thất nghiệp, khủng hoảng có tính chu kỳ, ô nhiễm môi trường, chênh lệch giàu nghèo quá lớn ... Chính vì vậy Đảng và nhà nước ta có những đường lối, chính sách cụ thể để đồng thời tăng hiệu quả kinh tế kèm với tăng hiệu quả chính trị xã hội. Tuy nhiên, chúng ta không thể chú trọng thái quá đến hiệu quả chính trị và hiệu quả xã hội, bài học từ thời kỳ chế độ bao cấp để lại cho chúng ta thấy rõ điều đó.

3. Bản chất của hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh là phạm trù phản ánh mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh, phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất (lao động, máy móc thiết bị, nguyên liệu, nguồn vốn) trong quá trình tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội, đây là hai mặt có mối quan hệ mật thiết của vấn đề hiệu quả kinh doanh. Chính việc khan hiếm nguồn lực và việc sử dụng chúng có tính chất 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 đến điều kiện nội tại, phát huy năng lực, hiệu lực của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm chi phí. Vì vậy, yêu cầu của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là đạt kết quả tối đa với chi phí tối thiểu, hay là phải đạt hiệu 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 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 chi phí của sự lựa chọn tốt nhất đã bị bỏ qua, hay chi phí của sự hi sinh công việc kinh doanh khác để thực hiện hoạt động kinh doanh. Chi phí cơ hội phải được bổ xung vào chi phí kế toán và phải loại khỏi lợi nhuận kế toán để thấy rõ lợi ích thực. 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.

4. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

- a. Hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh là công cụ quản lý kinh doanh

Để tiến hành bất kỳ một hoạt động sản xuất kinh doanh cũng đều phải tập hợp các phương tiện vật chất cũng như con người và thực hiện sự kết hợp giữa lao động với các yếu tố vật chất để tạo ra kết quả phù hợp với ý đồ của doanh nghiệp và từ đó có thể tạo ra lợi nhuận. Như vậy, mục tiêu bao trùm, lâu dài của kinh doanh là tạo ra lợi nhuận trên cơ sở những nguồn lực sản xuất sẵn có. Để đạt được mục tiêu này nhà quản trị doanh nghiệp phải sử dụng nhiều phương tiện khác nhau. Hiệu quả kinh doanh là một trong các công cụ để nhà quản trị thực hiện chức năng.

- b. Sản xuất kinh doanh có hiệu quả là điều kiện sống còn đối với mọi doanh nghiệp

Sản xuất ra cái gì? Như thế nào? Cho ai? Sẽ không thành vấn đề đề bàn nếu nguồn tài nguyên không hạn chế. Người ta có thể sản xuất ra vô tận hàng hóa, sử dụng thiết bị máy móc, nguyên vật liệu, lao động một cách không cần tính toán, không cần suy nghĩ cũng không ảnh hưởng nếu nguồn tài nguyên là vô tận. Nhưng thực tế, mọi nguồn tài nguyên trên trái đất như đất đai, khoáng sản, năng lượng ... là một phạm trù hữu hạn và ngày càng trở lên khan hiếm và cạn kiệt do công người khai thác và sử dụng chúng không đúng cách. Trong khi đó một mặt dân cư ở từng vùng, từng quốc gia và toàn thế giới ngày càng tăng và tốc độ tăng dân số cao làm cho nhu tiêu dùng

ngày càng cao, không có giới hạn, nhu cầu tiêu dùng vật phẩm của con người lại là phạm trù không có giới hạn. Do vật liệu, của cải khan hiếm và ngày càng khan hiếm theo nghĩa tuyệt đối lẫn tương đối. Trên thực tế, khan hiếm mới chỉ là điều kiện cần của sự lựa chọn kinh tế nó buộc con người phải lựa chọn kinh tế. Trong thời kỳ đầu, con người không phải lựa chọn kinh tế vì lúc đó dân cư còn ít mà của cải trên trái đất lại phong phú, đa dạng. Khi đó loài người chỉ chú ý đến phát triển theo chiều rộng, tăng trưởng kết quả sản xuất trên cơ sở gia tăng các yếu tố sản xuất, tư liệu lao động ...

Như vậy nâng cao hiệu quả kinh doanh tức là đã nâng cao khả năng sử dụng các nguồn lực có hạn trong sản xuất, đạt được sự lựa chọn tối ưu. Trong điều kiện khan hiếm các nguồn lực sản xuất thì nâng cao hiệu quả kinh doanh là điều kiện không thể không đặt ra đối với bất kỳ hoạt động sản xuất kinh doanh nào.

Trong nền kinh tế thị trường, việc giải quyết ba vấn đề kinh tế cơ bản: sản xuất cái gì? Sản xuất như thế nào? Sản xuất cho ai? Dựa trên quan hệ cung cầu, giá cả thị trường, cạnh tranh và hợp tác. Các doanh nghiệp phải tự đưa ra quyết định kinh doanh của mình, tự hạch toán lỗ - lãi, lãi nhiều hưởng nhiều, lãi ít hưởng ít, không có lãi thì sẽ dẫn đến phá sản. Lúc này mục tiêu lợi nhuận trở thành mục tiêu quan trọng nhất, mang tính sống còn của sản xuất kinh doanh.

Mặt khác, các doanh nghiệp cũng phải cạnh tranh để tồn tại và phát triển. Các doanh nghiệp phải có được lợi nhuận và đạt được lợi nhuận ngày càng cao. Do vậy, đạt hiệu quả sản xuất kinh doanh và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh luôn là vấn đề được quan tâm của doanh nghiệp và trở thành điều kiện sống còn để doanh nghiệp tồn tại và phát triển trong nền kinh tế thị trường.

II. Nội dung và phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh

1. Nội dung phân tích kết quả hoạt động kinh doanh

a. Phân tích các chỉ tiêu về kết quả sản xuất kinh doanh

Kết quả sản xuất kinh doanh có thể là kết quả của từng khâu riêng biệt như kết quả sản xuất, kết quả mua hàng, kết quả bán hàng ... hay có thể là kết quả tổng hợp của quá trình kinh doanh: kết quả tài chính. Khi phân tích kết quả kinh doanh người ta hướng vào kết quả thực hiện các định hướng, mục tiêu kế hoạch, phương án đặt ra.

Nội dung chủ yếu của phân tích là các chỉ tiêu kinh doanh như: doanh thu bán hàng, giá trị sản xuất, giá thành, lợi nhuận

- Chỉ tiêu doanh thu: Là toàn bộ tiền bán sản phẩm, hàng hóa, cung ứng các dịch vụ mà doanh nghiệp đã cung cấp cho khách hàng và được khách hàng thanh toán.

- Chỉ tiêu chi phí: Biểu hiện bằng tiền các khoản chi cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm: khoản mua sắm nguyên vật liệu, mua máy móc nhà xưởng, quản lý doanh nghiệp, tiền lương cho người lao động. Nghĩa là các khoản chi cho đến khi giao được hàng tới người tiêu dùng kể cả nộp thuế và mua bảo hiểm.

+ Chi phí được biểu hiện bằng một số chỉ tiêu như tổng chi phí kinh doanh, chi phí sản xuất (giá thành), chi phí ngoài sản xuất (chi phí lưu kho, vận chuyển, bảo hiểm ...) chi nộp thuế bảo hiểm, chi quảng cáo và các khoản chi khác. Để tính hiệu quả kinh doanh người ta thường sử dụng chỉ tiêu tổng vốn kinh doanh, vốn cố định, vốn lưu động, tổng chi sản xuất.

- Chỉ tiêu lợi nhuận: là phần chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí hoạt động trong doanh nghiệp.

b. Phân tích chỉ tiêu dựa trên mối quan hệ chỉ tiêu và điều kiện kinh doanh

Có hai nhân tố ảnh hưởng và tác động trực tiếp đến doanh thu bán hàng là khối lượng hàng hóa tiêu thụ và giá cả hàng hóa tiêu thụ. Tuy nhiên, các nhân tố này lại chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố khách quan và chủ quan khác như:

- Các nhân tố về thị trường bao gồm thị trường trong nước và thị trường nước ngoài như đặc điểm tính chất của thị trường, cung cấp hàng hóa trên thị trường, sự biến động giá cả trên thị trường ... Những nhân tố này có tác động trực tiếp đến khối lượng hàng hóa tiêu thụ và giá cả trên thị trường.

- Các nhân tố về cơ chế chính sách nhà nước Việt Nam cũng như các nước trên thế giới như: chính sách thương mại, chính sách bảo hộ mậu dịch, các quy định pháp luật, luật lệ quốc gia, chính sách ưu đãi thuế và thuế quan, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, các cơ chế chính sách cụ thể khác từng thời kỳ.

- Nhóm các nhân tố về cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp như tình trạng trang thiết bị các thiết bị máy móc, hệ thống kho hàng, phương tiện vận chuyển, mạng lưới kinh doanh ... cũng tác động trực tiếp đến doanh thu bán hàng. Ngoài vốn kinh doanh có tác động lớn đến quy mô kinh doanh, khả năng dự trữ và thực hiện các đơn đặt hàng lớn của doanh nghiệp.

- Nhóm các nhân tố về trình độ khoa học kỹ thuật, công nghệ sản xuất, trình độ tổ chức quản lý, trình độ tay nghề của công nhân, trình độ nghệ thuật trong giao tiếp ứng xử trong quan hệ với khách hàng với công chúng có tác động trực tiếp tới khả năng tiêu thụ sản phẩm.

- Nghiên cứu những nhân tố khách quan, chủ quan sẽ thấy được các yếu tố tác động bên trong, bên ngoài của doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp tận dụng những cơ hội thuận lợi, tìm ra những giải pháp hạn chế những rủi ro khó khăn, khai thác một cách triệt để năng lực của doanh nghiệp nhằm chiếm lĩnh thị trường, đẩy mạnh bán hàng, tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

2. Phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh

a. Phương pháp chi tiết

Đây là phương pháp sử dụng rộng rãi trong phân tích hoạt động kinh doanh. Mọi kết quả kinh doanh đều cần thiết và có thể chi tiết theo các hướng khác nhau. Thông thường trong phân tích phương pháp chi tiết được thực hiện theo những hướng sau:

- Chi tiết theo các bộ phận cấu thành chỉ tiêu: các chỉ tiêu biểu hiện kết quả kinh doanh bao gồm nhiều bộ phận cấu thành. Từng bộ phận biểu hiện chi tiết về một khía cạnh nhất định của kết quả kinh doanh. Phân tích chi tiết các chỉ tiêu cho biết đánh giá một cách chính xác, cụ thể kết quả kinh doanh đạt được. Đây là phương pháp được sử dụng rộng rãi trong phân tích mọi kết quả hoạt động kinh doanh.

- Chi tiết theo thời gian: Kết quả kinh doanh bao giờ cũng là kết quả của một quá trình. Do nhiều nguyên nhân khác nhau, tiến độ thực hiện quá trình đó trong từng đơn vị thời gian thường không đều. Việc phân tích theo thời gian giúp đánh giá được nhịp điệu, tốc độ phát triển của hoạt động kinh doanh qua các thời kỳ khác nhau, từ đó tìm ra nguyên nhân và giải pháp có hiệu lực cho công việc kinh doanh. Phân tích chi tiết theo thời gian cũng giúp ta nghiên cứu đồng thời nhịp điệu của các chỉ tiêu có liên quan với nhau như: lượng mua vào, lượng dự trữ với lượng hàng bán ra, lượng vốn được cung cấp với khối lượng công việc xây lắp hoàn thành, ... từ đó phát hiện ra những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến tiến độ thực hiện các chỉ tiêu kinh doanh.

- Chi tiết theo địa điểm: việc phân tích giúp ta đánh giá kết quả thực hiện hạch toán kinh tế nội bộ. Thông qua các chỉ tiêu khoán khác nhau như: khoán doanh thu, khoán chi phí, khoán gọn ... chi các bộ phận mà đánh giá mức khoán đã hợp lý chưa và thực hiện khoán như thế nào. Cũng thông qua thực hiện các mức khoán mà phát hiện bộ phận nào tiên tiến, bộ phận nào lạc hậu trong mục tiêu kinh doanh, khai thác khả năng tiềm tàng về sử dụng vật tư, lao động, tiền vốn ... trong kinh doanh.

b. Phương pháp so sánh

So sánh trong phân tích là đối chiếu các chỉ tiêu, các hiện tượng kinh tế đã được lượng hóa có cùng một nội dung, một tính chất tương tự để xác định xu hướng mức độ biến động của các chỉ tiêu. Nó cho phép chúng ta tổng hợp được nét chung, tách ra được những nét riêng của hiện tượng được so sánh, trên cơ sở đó đánh giá được các mặt phát triển hay kém phát triển, hiệu quả hay kém hiệu quả để tìm ra các giải pháp quản lý tối ưu trong mỗi trường hợp

cụ thể. Vì vậy, để tiến hành so sánh bắt buộc phải giải quyết những vấn đề cơ bản như xác định số để so sánh, xác định điều kiện so sánh, mục tiêu so sánh.

- Khi nghiên cứu mức tăng trưởng của các chỉ tiêu theo thời gian, số gốc để so sánh là trị số của chỉ tiêu ở kỳ trước.
- Khi nghiên cứu mức độ thực hiện nhiệm vụ kinh doanh trong từng khoảng thời gian trong một năm, gốc so sánh là chỉ tiêu cùng kỳ năm trước.
- Khi đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch, gốc để so sánh là trị số của chỉ tiêu kế hoạch.
- Khi nghiên cứu vị trí của doanh nghiệp, gốc để so sánh là chỉ tiêu trung bình ngành.

Tóm lại thời kỳ chọn làm gốc là kỳ gốc, các trị số của chỉ tiêu ở kỳ trước cùng kỳ năm trước, kế hoạch ... gọi chung là trị số kỳ gốc, thời kỳ chọn để phân tích gọi là kỳ phân tích, kỳ thực tế.

c. Phương pháp thay thế liên hoàn:

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

Nguyên tắc sử dụng phương pháp thay thế liên hoàn:

- Xác định đầy đủ các nhân tố ảnh hưởng lên chỉ tiêu kinh tế và thể hiện mối quan hệ các nhân tố ảnh hưởng đến chỉ tiêu phân tích bằng một công thức nhất định.
- Sắp xếp các nhân tố ảnh hưởng trong công thức theo thứ tự nhất định.
- Xác định ảnh hưởng của nhân tố nào thì lấy kết quả tính toán của bước trước để tính mức độ ảnh hưởng và cố định nhân tố còn lại.

d. Phương pháp chênh lệch: đây là phương pháp biến dạng của phương pháp thay thế liên hoàn. Nhưng cách tính đơn giản hơn và cho phép tính được ngay kết quả cuối cùng bằng cách xác định độ ảnh hưởng của nhân tố

nào thì trực tiếp dùng chênh lệch về giá trị kỳ phân tích so với kỳ kế hoạch của nhân tố đó.

e. Phương pháp cân đối: đây là phương pháp nhằm mục đích xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến đối tượng phân tích khi các nhân tố ảnh hưởng có quan hệ tổng đại số với chỉ tiêu phân tích.

Nguyên tắc sử dụng phương pháp:

- Xác định số lượng các nhân tố ảnh hưởng mỗi quan hệ của chúng với chỉ tiêu phân tích, xác định đối tượng cần phân tích.

- Xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố: là chênh lệch giữa kỳ thực tế (kỳ phân tích) với kỳ kế hoạch (kỳ gốc) của nhân tố đó.

III. Các nhân tố tác động tới việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh có thể chia thành hai nhóm, đó là nhóm các nhân tố ảnh hưởng bên ngoài doanh nghiệp và nhóm các nhân tố ảnh hưởng bên trong doanh nghiệp. Mục tiêu của quá trình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh nhằm mục đích lựa chọn các phương án kinh doanh phù hợp. Tuy nhiên việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh cần phải thực hiện liên tục trong suốt quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trên thị trường.

1. Nhóm các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài

a. Các nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường kinh doanh

Nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường kinh doanh bao gồm như là: Đối thủ cạnh tranh, thị trường kinh doanh trong nước, môi trường kinh doanh quốc tế, cơ cấu ngành, tập quán ... trong môi trường kinh doanh còn có môi trường cạnh tranh. Có thể nói cạnh tranh được xác định là động lực thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế thị trường với nguyên tắc ai hoàn thiện hơn, thỏa mãn nhu cầu tốt hơn và hiệu quả hơn người đó sẽ thắng, sẽ tồn tại và phát triển. Duy trì cạnh tranh bình đẳng, đúng pháp luật là công việc của chính phủ. Điều kiện đó vừa mở ra cơ hội để doanh nghiệp kiến tạo hoạt động của mình, vừa yêu cầu doanh nghiệp phải vươn lên, vượt qua đối thủ. Các doanh

ngành cần xác định cho mình một chiến lược cạnh tranh hoàn hảo. Chiến lược cạnh tranh cần phản ánh được yếu tố ảnh hưởng của môi trường cạnh tranh bao quanh doanh nghiệp.

b. Nhân tố Văn hóa – Xã hội

Mỗi nơi có văn hóa đặc trưng riêng biệt vì thế đây là một yếu tố quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh. Nó quyết định mức độ chất lượng, số lượng, chủng loại hàng hóa ... Doanh nghiệp cần phải nắm bắt và nghiên cứu làm sao cho phù hợp với văn hóa, sức mua, thói quen tiêu dùng, mức thu nhập bình quân của tầng lớp dân cư. Những yếu tố này tác động gián tiếp nên quá trình sản xuất cũng như công tác Marketing và cuối cùng là hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

c. Nhân tố môi trường tự nhiên

Môi trường tự nhiên bao gồm các nhân tố như thời tiết, khí hậu, mùa vụ, tài nguyên thiên nhiên, vị trí địa lý ...

- Nhân tố tài nguyên thiên nhiên

Nhân tố này chủ yếu ảnh hưởng đến các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực khai thác tài nguyên thiên nhiên. Một số khu vực có tài nguyên thiên nhiên với trữ lượng lớn và có chất lượng tốt sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp khai thác. Ngoài ra, các doanh nghiệp sản xuất nằm trong khu vực này mà có nhu cầu đến loại tài nguyên, nguyên liệu này cũng ảnh hưởng đến việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

- Nhân tố địa lý

Đây là nhân tố không chỉ tác động đến công tác nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp mà còn tác động đến các mặt khác trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp như: Giao dịch, vận chuyển, sản xuất ... các nhân tố này tác động trực tiếp tới hiệu quả kinh doanh thông qua việc tác động nên các chi phí tương ứng.

d. Môi trường chính trị - pháp luật

Các yếu tố thuộc môi trường chính trị - pháp luật chi phối mạnh mẽ đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sự ổn định chính trị được xác định là

một trong những tiêu đề cho hoạt động kinh doanh. Sự thay đổi của môi trường chính trị có thể ảnh hưởng tới lợi ích của một nhóm doanh nghiệp này nhưng lại kìm hãm sự phát triển của doanh nghiệp khác và ngược lại. Hệ thống pháp luật hoàn thiện, không thiên vị là một trong những tiền đề ngoài kinh tế của doanh nghiệp. Mức độ hoàn thiện, sự thay đổi và thực thi pháp luật trong nền kinh tế ảnh hưởng tới hoạch định và tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Môi trường này có tác động trực tiếp tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi vì môi trường pháp luật ảnh hưởng tới sản xuất, ngành nghề, phương thức kinh doanh... của doanh nghiệp. Không những thế nó còn tác động đến chi phí của doanh nghiệp như: chi phí lưu thông, chi phí vận chuyển, mức độ về thuế ... đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu còn bị ảnh hưởng bởi chính sách thương mại quốc tế, hạn ngạch do nhà nước giao, luật bảo hộ cho các doanh nghiệp tham gia hoạt động kinh doanh. Tóm lại môi trường Chính sách – pháp luật có ảnh hưởng rất lớn đến việc nâng cao hiệu quả kinh doanh, bằng cách tác động đến hoạt động của doanh nghiệp thông qua hệ thống công cụ pháp luật, công cụ điều tiết vĩ mô nền kinh tế.

e. 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 ... đều là nhân tố tác động mạnh mẽ tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp kinh doanh ở khu vực có hệ thống giao thông thuận lợi, điện nước đầy đủ, dân cư đông đúc và có trình độ dân trí cao sẽ có điều kiện thuận lợi để phát triển 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 của doanh nghiệp. Ngược lại, ở nhiều vùng nông thôn, miền núi hải đảo có cơ sở hạ tầng kém, không thuận lợi cho hoạt động vận chuyển, mua bán hàng hóa ... các doanh nghiệp hoạt động với hiệu quả không cao. Thậm chí có nhiều vùng sản phẩm làm ra mặc dù có giá trị nhưng không có hệ thống giao thông thuận lợi, vẫn không tiêu thụ được dẫn tới hiệu quả kinh doanh thấp.

Trình độ dân trí tác động rất lớn đến chất lượng của lực lượng lao động xã hội nên tác động trực tiếp tới nguồn nhân lực của mỗi doanh nghiệp. Chất lượng đội ngũ lao động lại là nhân tố bên trong, ảnh hưởng quyết định đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

f. Môi trường kinh tế và công nghệ

Ảnh hưởng của các yếu tố thuộc môi trường kinh tế và công nghệ đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp là rất lớn. Các yếu tố thuộc môi trường này quy định cách thức doanh nghiệp và toàn bộ nền kinh tế trong việc sử dụng tiềm năng của chính mình và qua đó cũng tạo ra cơ hội kinh doanh cho từng doanh nghiệp, bao gồm:

- Tiềm năng của nền kinh tế, các thay đổi về cấu trúc, cơ cấu kinh tế của nền kinh tế quốc dân, tốc độ tăng trưởng kinh tế, lạm phát, xu hướng mở/đóng của nền kinh tế, tỷ giá hối đoái, mức độ thất nghiệp ...

- Cơ sở hạ tầng kỹ thuật nền kinh tế, trình độ trang bị kỹ thuật – công nghệ, khả năng nghiên cứu, ứng dụng tiến bộ khoa học – kỹ thuật ứng dụng trong ngành.

2. Các nhân tố bên trong

- Các nhân tố chủ quan trong doanh nghiệp chính là thể hiện tiềm năng của một doanh nghiệp. Cơ hội, chiến lược kinh doanh và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp luôn phụ thuộc chặt chẽ vào các yếu tố phản ánh tiềm lực của một doanh nghiệp cụ thể.

a. Nhân tố vốn

Đây là nhân tố tổng hợp, phản ánh sức mạnh của doanh nghiệp thông qua nguồn vốn mà doanh nghiệp có thể huy động vào kinh doanh, khả năng phân phối, đầu tư, khả năng quản lý có hiệu quả các nguồn vốn kinh doanh.

Yếu tố vốn là yếu tố chủ chốt quyết định đến quy mô của doanh nghiệp và quy mô có hội để khai thác. Nó phản ánh sự phát triển của doanh nghiệp và là đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

b. Nhân tố con người

Trong sản xuất kinh doanh, con người là yếu tố quan trọng hàng đầu để đảm bảo thành công. Máy móc dù có hiện đại đến đâu cũng không thể hoàn toàn thay thế được con người và phải phù hợp với trình độ tổ chức, trình độ kỹ thuật, trình độ sử dụng máy móc của người lao động. Lực lượng lao động có thể sáng tạo ra công nghệ, kỹ thuật và đưa chúng vào sử dụng tạo ra tiềm năng lớn cho việc nâng có hiệu quả hoạt động kinh doanh. Cũng chính lực lượng lao động sáng tạo ra sản phẩm mới với kiểu dáng phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng. Lực lượng lao động trực tiếp tác động đến năng suất lao động, trình độ sử dụng các nguồn lực khác nên tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

c. Nhân tố trình độ kỹ thuật – công nghệ

Trình độ kỹ thuật – công nghệ tiên tiến cho phép doanh nghiệp chủ động nâng cao chất lượng hàng hóa, năng suất lao động và hạ giá thành sản phẩm. Các yếu tố này tác động hầu hết các mặt về sản phẩm, nhờ vậy doanh nghiệp có thể tăng khả năng cạnh tranh của mình, tăng vòng quay của vốn lưu động, tăng lợi nhuận đảm bảo quá trình tái sản xuất mở rộng cho doanh nghiệp. Ngược lại với trình độ công nghệ thấp, không những giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp mà còn làm giảm lợi nhuận, kìm hãm sự phát triển. Nói tóm lại, nhân tố trình độ kỹ thuật công nghệ cho phép doanh nghiệp nâng cao năng suất chất lượng và hạ giá thành sản phẩm dẫn đến tăng hiệu quả kinh doanh.

d. Nhân tố trình độ tổ chức sản xuất và trình độ quản trị doanh nghiệp.

Trong sản xuất kinh doanh hiện tại, đối với mọi doanh nghiệp có đặc điểm sản xuất kinh doanh cũng như quy mô khác, nhân tố quản trị đóng vai trò ngày càng lớn trong việc nâng cao hiệu quả và kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

Đội ngũ các nhà quản trị mà đặc biệt là các nhà quản trị cao cấp, lãnh đạo doanh nghiệp bằng phẩm chất và tài năng của mình có vai trò quan trọng bậc nhất, ảnh hưởng có tính quyết định tới sự thành công của một doanh nghiệp. Kết quả và hiệu quả hoạt động quản trị doanh nghiệp phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ

chức bộ máy quản trị doanh nghiệp, việc xác định chức năng và thiết lập mối quan hệ giữa các bộ phận chức năng đó. Người quản trị doanh nghiệp phải chú ý tới hai nhiệm vụ chính.

- Xây dựng tập thể thành một hệ thống đoàn kết, năng động, sáng tạo, lao động đạt hiệu quả cao.

- Điều dặt tập thể dưới quyền, hoàn thành mục tiêu của doanh nghiệp một cách vững chắc và ổn định.

e. Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin.

Thông tin được coi là yếu tố không thể thiếu của mỗi doanh nghiệp. Để đạt được thành công trong khi kinh doanh trong điều kiện cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt, các doanh nghiệp cần nhiều thông tin chính xác về cung – cầu thị trường hàng hóa, về công nghệ kỹ thuật, về khách hàng, về đối thủ cạnh tranh ... Ngoài ra, doanh nghiệp còn cũng rất cần các thông tin về kinh nghiệm thành công hay thất bại của doanh nghiệp khác ở trong nước và quốc tế, cần cập nhập thông tin sự thay đổi chính sách kinh tế của nhà nước và các cơ quan khác nhau có liên quan.

Trong kinh doanh biết mình biết ta, hiểu thấu đáo được đối thủ cạnh tranh thì mới có đối sách thích hợp, có chiến lược phù hợp cho doanh nghiệp. Kinh nghiệm thành công của nhiều doanh nghiệp là nắm được thông tin cần thiết và biết sử dụng thông tin kịp thời là một điều kiện để ra quyết định chính xác, có tính thực thi cao. Những thông tin hữu ích, kịp thời sẽ là cơ sở vững chắc để doanh nghiệp xây dựng chiến lược dài hạn.

IV. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh.

1. Chỉ tiêu về doanh thu

a. Doanh thu từ hoạt động kinh doanh:

Là toàn bộ tiền bán sản phẩm, hàng hóa, cung ứng, dịch vụ trừ các khoản thuế thanh toán, giảm giá hàng bán, hàng bị trả lại (nếu có chứng từ hợp lệ) và khách hàng chấp nhận thanh toán (không phân biệt là đã thu hay chưa thu tiền).

Doanh thu từ hoạt động kinh doanh có 3 chỉ tiêu:

- Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ: là toàn bộ tiền bán hàng hóa sản phẩm dịch vụ đã được khách hàng chấp nhận thanh toán (không phân biệt thu tiền hay chưa)

- Doanh thu thuần bán hàng và cung cấp dịch vụ: phản ánh tiền thực tế doanh nghiệp thu được trong kinh doanh.

Doanh thu thuần = DTBH và CCDV – các khoản giảm trừ

+ Các khoản giảm trừ doanh thu:

Chiết khấu thương mại

Giảm giá hàng bán

Hàng bán bị trả lại

Thuế tiêu thụ đặc biệt

Tính thuế theo phương pháp trực tiếp

- Doanh thu từ hoạt động tài chính: Bao gồm các khoản thu từ hoạt động liên kết, góp vốn cổ phần, cho thuê tài chính, lãi tiền gửi, lãi tiền cho vay, thu từ hoạt động mua bán chứng khoán hoàn nhập dự phòng, giảm giá chứng khoán đã trích lập năm trước nhưng không sử dụng hết.

- Thu nhập khác từ hoạt động khác:

Các khoản thu nhập khác là các khoản thu từ hoạt động xảy ra không thường xuyên ngoài các khoản thu đã được quy định ở điểm trên như: thu từ bán vật tư, hàng hóa, tài sản dư thừa, công dụng cụ đã phân bổ hết giá trị bị hư hỏng hoặc không cần sử dụng các khoản phải tra nhưng không trả được vì nguyên nhân từ phía chủ nợ, thu hồi được, phải thu khó đòi trích từ năm trước nhưng không sử dụng hết và các khoản thu thất thường.

$$\text{Hiệu quả HĐKD} = \frac{\text{Kết quả đầu ra (Tổng doanh thu)}}{\text{Chi phí đầu vào (Tổng chi phí)}}$$

Ý nghĩa: Cứ một đồng chi phí đầu vào thì tạo bao nhiêu đồng doanh thu

- Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Doanh thu trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Cứ một đồng doanh thu thuần thì tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận ròng.

2. Chỉ tiêu về chi phí

Khái niệm: Chi phí là một phạm trù kinh tế quan trọng, gắn liền với sản xuất và lưu thông hàng hóa. Đó là hao phí lao động xã hội được biểu hiện bằng tiền trong quá trình hoạt động kinh doanh. Chi phí của doanh nghiệp là tất cả những chi phí phát sinh gắn liền với doanh nghiệp trong quá trình hình thành, tồn tại và hoạt động từ khâu mua nguyên liệu, tạo ra sản phẩm đến khâu tiêu thụ.

- **Các loại chi phí**

Phân tích theo tính chất hoạt động kinh doanh:

- Chi phí hoạt động kinh doanh bao gồm: Chi phí giá vốn bán hàng, chi phí hoạt động tài chính, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp.
- Chi phí khác như chi phí nhượng bán thanh lý tài sản cố định, chi phí tổn thất thực tế, chi phí thu hồi các khoản nợ đã xóa, chi phí thất thường khác.

Phân tích theo khoản mục chi phí:

- Chi phí trực tiếp gồm: Chi phí về nguyên liệu, vật liệu chính, vật liệu phụ và vật liệu khác trực tiếp cho việc sản xuất ra sản phẩm dịch vụ.
- Chi phí nhân công trực tiếp bao gồm: Chi phí về tiền lương chính, phụ cấp, lương phụ, tiền bảo hiểm xã hội.
- Chi phí sản xuất chung: Chi phí này phản ánh những chi phí sản xuất chung, phát sinh ở các phân xưởng, bộ phận sản xuất của doanh nghiệp, chi phí này bao gồm: Chi phí nhân viên phân xưởng, bộ phận sản xuất của doanh nghiệp, chi phí này bao gồm: Chi phí nhân viên phân xưởng, chi phí vật liệu, chi phí dụng cụ sản xuất, chi phí khấu hao TSCĐ, chi phí dịch vụ mua ngoài, chi phí bằng tiền khác.
- Chi phí bán hàng: Chi phí phản ánh các chi phí phát sinh trong quá trình tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa, lao vụ bao gồm các chi phí đóng gói, vận chuyển, giới thiệu, lưu kho. Chi phí bao gồm các khoản mục: Chi phí nhân

viên, chi phí dụng cụ, đồ dùng, chi phí khấu hao TSCĐ, chi phí dịch vụ mua ngoài, chi phí bằng tiền khác.

- Chi phí quản lý doanh nghiệp: Chi phí này phản ánh các chi phí quản lý chung của doanh nghiệp gồm các chi phí kinh doanh, chi phí quản lý doanh nghiệp, chi phí quản lý hành chính, chi phí chung khác liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp. Chi phí này bao gồm các khoản mục sau: Chi phí nhân viên quản lý, chi phí vật liệu quản lý, chi phí đồ dùng văn phòng, chi phí khấu hao TSCĐ, thuê, phí và lệ phí, chi phí dự phòng, chi phí dịch vụ mua ngoài, chi phí bằng tiền khác.

- Chi phí hoạt động tài chính: là các khoản chi phí đầu tư tài chính ra ngoài doanh nghiệp, nhằm mục đích sử dụng hợp lý các nguồn vốn, tăng thêm thu nhập và nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Chi phí hoạt động tài chính gồm: Chi phí liên doanh, liên kết, chi phí thuê tài sản, chi phí mua bán trái phiếu, tín phiếu, khoản tổn thất đầu tư (nếu có), dự phòng giảm giá chứng khoán, chi phí liên quan đến hoạt động đầu tư ra ngoài doanh nghiệp, chi phí nghiệp vụ tài chính.

Phân chia theo yếu tố chi phí

- Chi phí nguyên vật liệu, nhiên liệu động lực
- Chi phí khấu hao tài sản cố định
- Chi phí tiền lương và các khoản phụ cấp có tính chất tiền lương
- Chi phí bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và kinh phí công đoàn
- Chi phí dịch vụ mua ngoài
- Chi phí bằng tiền khác.

Phân theo sự phụ thuộc vào sự thay đổi của khối lượng sản xuất kinh doanh

- Chi phí bất biến: là chi phí không thay đổi hay rất ít thay đổi khi khối lượng sản xuất kinh doanh thay đổi. Đây là loại chi phí mà doanh nghiệp phải thanh toán, phải trả cho dù khối lượng sản xuất kinh doanh nhiều hay ít, hay không hoạt động sản xuất, kinh doanh.

- Chi phí khả biến: là những chi phí thay đổi cùng với sự thay đổi của khối lượng sản xuất kinh doanh. Khi khối lượng sản xuất kinh doanh tăng lên thì các khoản chi phí tăng theo, khi khối lượng sản xuất kinh doanh giảm thì các loại chi phí cũng giảm theo.

- Chỉ tiêu sử dụng hiệu quả chi phí

- Chỉ tiêu sức sản xuất của chi phí

$$\text{Tỷ suất doanh thu/chi phí} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng chi phí trong kỳ}}$$

- Chỉ tiêu sức sinh lời của chi phí

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

Ý nghĩa: Cứ 1 đồng chi phí thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận ròng.

3. Hiệu quả sử dụng lao động

- **Lao động**

Khái niệm: là yếu tố tham gia trực tiếp vào quá trình phát triển kinh tế xã hội và tổng thể những con người trong độ tuổi lao động có khả năng lao động và được huy động vào quá trình lao động.

- **Năng suất lao động**

Khái niệm: Năng suất lao động là hiệu quả có ích của lao động sản xuất ra trong một đơn vị thời gian hay thời gian để sản xuất ra một kết quả cụ thể có ích với chi phí nhất định

- Chỉ tiêu năng suất lao động bình quân

$$\text{NSLĐ bình quân} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng số lao động bình quân trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Cứ 1 lao động thì tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu thuần

- **Mức sinh lời lao động**

Chỉ tiêu mức sinh lời lao động

$$\text{Mức sinh lời bình quân của lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng số lao động trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Cứ một lao động tham gia thì sẽ tạo bao nhiêu đồng lợi nhuận

• **Thu nhập bình quân**

Chỉ tiêu tỷ suất tiền lương tính theo doanh thu thuần

$$\text{Tỷ suất tiền lương/DTT} = \frac{\text{Tổng quỹ lương}}{\text{Tổng số lao động}}$$

Ý nghĩa: Phản ánh thu nhập bình quân của doanh nghiệp

4. Chỉ tiêu vốn kinh doanh

• **Khái niệm về vốn kinh doanh**

Vốn kinh doanh của doanh nghiệp là toàn bộ tài sản của doanh nghiệp được biểu hiện bằng tiền tương ứng với 2 loại tài sản ta có 2 loại vốn:

- Vốn cố định là toàn bộ tài sản cố định của doanh nghiệp được biểu hiện bằng tiền
 - Vốn lưu động là toàn bộ tài sản lưu động của doanh nghiệp được biểu hiện bằng tiền
- Hiệu quả sử dụng vốn
 - Sức sinh lời của vốn kinh doanh

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên vốn kinh doanh

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận/vốn kinh doanh} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng số vốn kinh doanh trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Cứ một đồng vốn kinh doanh sẽ tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế

- Sức sản xuất của vốn kinh doanh

Chỉ tiêu tỷ suất doanh thu trên vốn kinh doanh

$$\text{Tỷ suất doanh thu / vốn kinh doanh} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng số vốn kinh doanh trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Cứ một đồng vốn cố định thì sẽ tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ.

a. Vốn cố định

- Hiệu quả sử dụng vốn cố định

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn cố định} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn cố định bình quân trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Cứ một đồng vốn cố định thì sẽ tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ.

- Hàm lượng vốn cố định

$$\text{Tỷ lệ vốn cố định} = \frac{\text{Vốn cố định}}{\text{Tổng số vốn kinh doanh trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Tỷ lệ vốn cố định trong tổng vốn kinh doanh

- Sức sinh lời của vốn cố định

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận / vốn cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn cố định bình quân trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Cứ một đồng vốn cố định trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận

b. Vốn lưu động

- Sức sinh lời của vốn lưu động

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận/vốn lưu động} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn lưu động bình quân trong kỳ}}$$

Ý nghĩa: Cứ một đồng vốn lưu động trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận

- Vòng quay vốn lưu động
- Chỉ tiêu số vòng quay vốn lưu động.

$$\text{Số vòng quay vốn lưu động} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động trong kỳ}}$$

$$\text{Số ngày luân chuyển vốn lưu động} = \frac{360}{\text{Số vòng quay vốn lưu động}}$$

Ý nghĩa: Bình quân trong kỳ vốn lưu động quay được bao nhiêu vòng.

5. Các chỉ tiêu tài chính

- Khả năng thanh toán

Hệ số này phản ánh khả năng chuyển đổi tài sản thành tiền để trang trải các khoản nợ

$$\text{Hệ số thanh toán tổng quát} = \frac{\text{Tổng tài sản công ty}}{\text{Tổng nợ công ty}}$$

$$\text{Hệ số thanh toán nhanh} = \frac{\text{Tài sản ngắn hạn – hàng tồn kho}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$$

- Hệ số nợ phải trả

Hệ số nợ: Thể hiện việc sử dụng nợ của doanh nghiệp trong việc tổ chức nguồn vốn và điều cũng cho thấy mức độ sử dụng đòn bẩy tài chính của doanh nghiệp.

$$\text{Hệ số nợ} = \frac{\text{Tổng số nợ}}{\text{Tổng nguồn vốn của doanh nghiệp}}$$

- Kỳ thu tiền trung bình

Kỳ thu tiền trung bình phản ánh độ thời gian thu tiền bán hàng của doanh nghiệp kể từ lúc xuất giao hàng cho đến khi thu được tiền bán hàng.

Khi kỳ thu tiền trung bình quá dài so với doanh nghiệp trong ngành thì dẫn đến tình trạng nợ khó đòi.

$$\text{Kỳ thu tiền trung bình (ngày)} = \frac{\text{Số dư bình quân các khoản phải thu}}{\text{Doanh thu bình quân 1 ngày trong kỳ}}$$

- Hệ số thanh toán lãi vay

Hệ số này cho biết khả năng thanh toán lãi vay của doanh nghiệp và cũng phản ánh mức độ rủi ro có thể gặp phải đối với các chủ nợ.

$$\text{Hệ số thanh toán lãi vay} = \frac{\text{Lợi nhuận trước lãi vay và thuế}}{\text{Số lãi tiền vay phải trả trong kỳ}}$$

- Cơ cấu nguồn vốn và tài sản

Hệ số cơ cấu nguồn vốn được thể hiện chủ yếu qua hệ số nợ

$$\text{Hệ số nợ} = \frac{\text{Tổng số nợ}}{\text{Tổng nguồn vốn của doanh nghiệp}}$$

Hệ số vốn chủ = 1 – Hệ số nợ

- Chỉ tiêu sinh lời

- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn kinh doanh hay tỷ suất sinh lời ròng của tài sản (ROA)

Chỉ tiêu này thể hiện mỗi đồng vốn kinh doanh trong kỳ có khả năng sinh lời ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế

$$\text{Hệ số sinh lợi trên tổng vốn (ROA)} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế} \cdot 100}{\text{Tổng vốn}}$$

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

Đây là chỉ tiêu mà các nhà đầu tư rất quan tâm. Hệ số này đo lường mức lợi nhuận thu được trên mỗi đồng vốn của chủ sở hữu trong kỳ.

$$\text{Hệ số doanh lợi trên tổng VCSH (ROE)} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế} \cdot 100}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

6. Nhóm chỉ tiêu xét về mặt 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 mục tiêu hiệu quả nhằm tồn tại và phát triển còn phải đạt được hiệu quả nhằm tồn tại và phát triển còn phải đạt được hiệu quả về mặt kinh tế - xã hội. Nhóm chỉ tiêu xét về mặt hiệu quả kinh tế - xã hội bao gồm những chỉ tiêu sau:

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

a. Tạo thêm công ăn, việc làm cho người lao động

Nước ta cũng giống như những nước đang phát triển, trình độ sản xuất, thiết bị kỹ thuật còn lạc hậu, nạn thất nghiệp còn phổ biến. Để tạo ra nhiều công ăn việc làm cho người lao động và nhanh chóng thoát khỏi nghèo đói, lạc hậu đòi hỏi các doanh nghiệp phải tự tìm tòi 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.

b. Nâng cao đời sống người lao động

Ngoài việc tạo thêm 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 ...

c. **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 ...

7. Biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh

Trong bối cảnh cạnh tranh như ngày nay, đòi hỏi mỗi doanh nghiệp phải có sự cố gắng nâng cao hiệu quả kinh doanh của mỗi thương vụ và toàn doanh nghiệp. Vấn đề đặt ra là doanh nghiệp sẽ thực hiện điều đó như thế nào? Dựa vào công thức tính hiệu quả kinh doanh thì ta có thể thực hiện bằng phương pháp tăng doanh thu, giảm chi phí hoặc làm cho tốc độ tăng doanh thu phải lớn hơn tốc độ tăng chi phí. Tuy nhiên để thực hiện được 3 phương pháp này thì cách thực hiện lại không giống nhau, tùy thuộc vào từng doanh nghiệp. Có thể tổng kết một số biện pháp cơ bản cho từng phương pháp như sau:

a. **Tăng doanh thu**

Đây là con đường cơ bản để tăng hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Muốn tăng doanh thu thì doanh nghiệp tìm mọi cách tiêu thụ được nhiều hàng hóa hay dịch vụ hơn trước, hoặc tăng giá bán cao hơn trước. Và thêm vào đó, doanh nghiệp phải tăng nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ của mình, làm tốt công tác Marketing quảng bá thêm thương hiệu sản phẩm của công ty.

b. **Giảm chi phí**

Có thể nói con đường này quan trọng không kém tăng doanh thu. Giảm chi phí doanh nghiệp có thể bán với giá rẻ hơn, thậm chí rẻ hơn đối thủ cạnh tranh. Để làm giảm được điều đó doanh nghiệp có thể thực hiện các biện pháp sau nhằm quản lý chặt chẽ chi phí như sử dụng tiết kiệm chi phí nguyên vật liệu trong sản xuất, bao bì đóng gói, dự trữ bảo quản hàng hóa tốt, tránh hư hỏng. Giảm chi phí khấu hao TSCĐ bằng cách hạch toán đầy đủ theo dõi quản lý TSCĐ... Việc giảm chi phí sẽ dẫn tới tăng lợi nhuận, điều đó có nghĩa tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh.

c. Tốc độ tăng doanh thu nhanh hơn tốc độ tăng chi phí

Trong điều kiện hoạt động các doanh nghiệp lớn không giảm được chi phí thì doanh nghiệp phải dùng mọi cách để sao cho tốc độ tăng doanh thu phải tăng nhanh hơn tốc độ tăng của chi phí để thu được lợi nhuận nhiều nhất. Điều này đồng nghĩa với việc doanh nghiệp phải tiết kiệm chi phí, tránh lãng phí và tăng doanh thu.

PHẦN II. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY

I. Giới thiệu khái quát về Công ty Cổ phần Thương mại và Cơ khí Tân Thanh và Chi nhánh Tân Thanh Hải Phòng.

1. Công ty Cổ phần Thương mại và Cơ khí Tân Thanh

a. Thông tin công ty

Tên công ty: **Công ty Cổ phần thương mại và cơ khí Tân Thanh**

Tên viết tắt: **Tân Thanh container**

Địa chỉ: **KP 4, Đường Trường Sơn, P. Linh Trung Quận Thủ Đức, TP HCM**

Điện thoại: (848) 37445622 – 7311490

Fax: (848) 37445058

Người đại diện: **Ông Kiều Công Thanh**

Chức vụ: **Chủ tịch HĐQT**

Các chi nhánh trực thuộc công ty:

- Chi nhánh Cái Mép – Bà Rịa Vũng Tàu
- Chi nhánh Đà Nẵng
- Chi nhánh Hải Phòng
- Nhà máy sản xuất somi-romoóc Quảng Ninh
- Văn phòng đại diện tại Lạng Sơn
- Văn phòng đại diện tại Mỹ

NGÀNH NGHỀ KINH DOANH BAO GỒM:

SẢN XUẤT:

- + Các loại container: container khô, container văn phòng, container lạnh, thiết bị treo và các loại container chuyên dùng khác.
- + Thùng đông lạnh và các loại xe tải nặng, nhẹ.
- + Các loại Somi – Romoóc.

KINH DOANH, DỊCH VỤ (Mua bán, cho thuê):

- + Các loại container.
- + Các loại Somi Rômoóc.
- + Các loại xe đầu kéo.
- + Các loại phụ tùng Container, Somi Rômoóc.
- + Các loại máy móc thiết bị phụ tùng điện lạnh.
- + Vận chuyển nâng hạ, giao nhận hàng hóa.
- + Đại lý Bảo hiểm.
- SỬA CHỮA CƠ KHÍ LẮP ĐẶT :
 - + Sửa chữa cơ khí cho các hãng tàu, công ty vận tải biển, container, Somi Rômoóc.
 - + Sửa chữa, lắp đặt các loại thiết bị lạnh.

b. Lịch sử công ty

Từ một cơ sở gia công cơ khí nhỏ năm 1994, đến nay Tân Thanh là công ty cơ khí -thương mại hàng đầu tại Việt Nam. Công ty có trụ sở chính tại Khu phố 4, Đường Trường Sơn, P. Linh Trung, Q. Thủ Đức, TP HCM. Công ty đã phát triển các chi nhánh ở các khu vực trọng yếu trên toàn quốc như Tp. HCM, Vũng Tàu, Đà Nẵng và Hải Phòng, Quảng Ninh, Lạng Sơn. Công ty xây dựng được mạng lưới phân phối trên toàn quốc, cùng với một thương hiệu “**Tân Thanh Container**” có uy tín trên thị trường, được nhiều khách hàng trong và ngoài nước biết đến biết đến và tin cậy.

Triết lý kinh doanh của công ty là “**Luôn dẫn đầu về chất lượng**”, luôn cải thiện hệ thống sản xuất, kinh doanh và dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu và đem đến sự thoả mãn nhất đối với tất cả các khách hàng. Tất cả các hệ thống sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và quản lý được tuân thủ nghiêm ngặt theo hệ thống quản lý chất lượng quốc tế ISO 9001-2008 và hệ thống quản lý chất lượng nội bộ của công ty.

Tân Thanh Container xây dựng được dây chuyền sản xuất Sômi-rômoóc trong nước và chính thức được Cục Đăng Kiểm Việt Nam cấp giấy chứng nhận sản xuất các loại Sômi-rômoóc vào tháng 10/2005.

Về phương diện truyền thông, Tân Thanh Container đã kết hợp với Trung Tâm Xúc Tiến Thương Mại (Sở Công Thương Tp. Hồ Chí Minh), xuất bản ấn phẩm **Đặc San Công Thương Tp. Hồ Chí Minh** làm nhịp cầu giao thương công nghiệp và thương mại cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

c. Năng lực sản xuất

Qua nhiều năm xây dựng, hiện nay Công ty chúng tôi đã có đầy đủ các cơ sở vật chất, máy móc cần thiết cho ngành nghề cơ khí phục vụ vận tải chuyên nghiệp như:

- Cơ sở vật chất kho bãi của công ty được xây dựng gần 120.000 m²
- Sở hữu các Máy móc cơ khí hiện đại như: máy chấn dập, máy phun cát bề mặt, Hệ thống cân chỉnh điện tử đầu kéo, romooc, máy cắt, máy hàn tự động, bán tự động, máy cắt plasma và các thiết bị cơ khí chuyên dụng khác....
- Đội xe vận tải với nhiều phương tiện khác nhau như : xe tải, xe đầu kéo, romoóc, xe cầu, xe nâng... gần 1.000 xe đầu kéo, mang thương hiệu **Tân Thanh Container** đi khắp mọi miền đất nước.
- Hàng ngàn container và somi-romoóc cho thuê và mua bán trên thị trường.
- Tư vấn và lắp đặt sản phẩm Nhà Container (Giải thưởng Huy chương vàng Vietbuild 2011).

d. Đội ngũ nhân lực:

Tân Thanh Container xây dựng được đội ngũ công nhân viên chuyên nghiệp khoảng 600 người phụ trách nhiều lĩnh vực như : kinh doanh, cơ khí, sản xuất với nhiều chuyên viên, kỹ sư và thợ lành nghề.

Thạc sĩ : 03

Đại học: 40

Cao đẳng, trung cấp: 55

Thợ tay nghề bậc 5/7: 50

Thợ tay nghề bậc 3/7: 373

Càng trải qua thăng trầm, càng bản lĩnh; càng đối mặt với thách thức Tân Thanh Container càng nhiều khát vọng. Tân Thanh Container đã trở thành một thương hiệu mạnh, là một trong những công ty hàng đầu trong ngành sản xuất Somi Romooc, Container tại Việt Nam. Mạnh dạn đầu tư và tiếp cận triệt để những công nghệ tiên tiến của thế giới là cách để Tân Thanh Container tiến nhanh hơn nữa trên con đường hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu và dần đạt tới đẳng cấp quốc tế.

Với khát vọng vươn lên không ngừng, chúng tôi tự hào là nhà sản xuất Somi romooc và phân phối container lớn nhất Việt Nam.

2. Công ty CP TM và CK Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng

Đại diện : Ông **Lê Anh Điệp**

Chức vụ : **Phó Tổng giám đốc**

Địa chỉ : **Hạ Đoạn 4, Đông Hải 2, Hải An, Hải Phòng**

Điện thoại : 0313 260 226

FAX : 0313 260 225

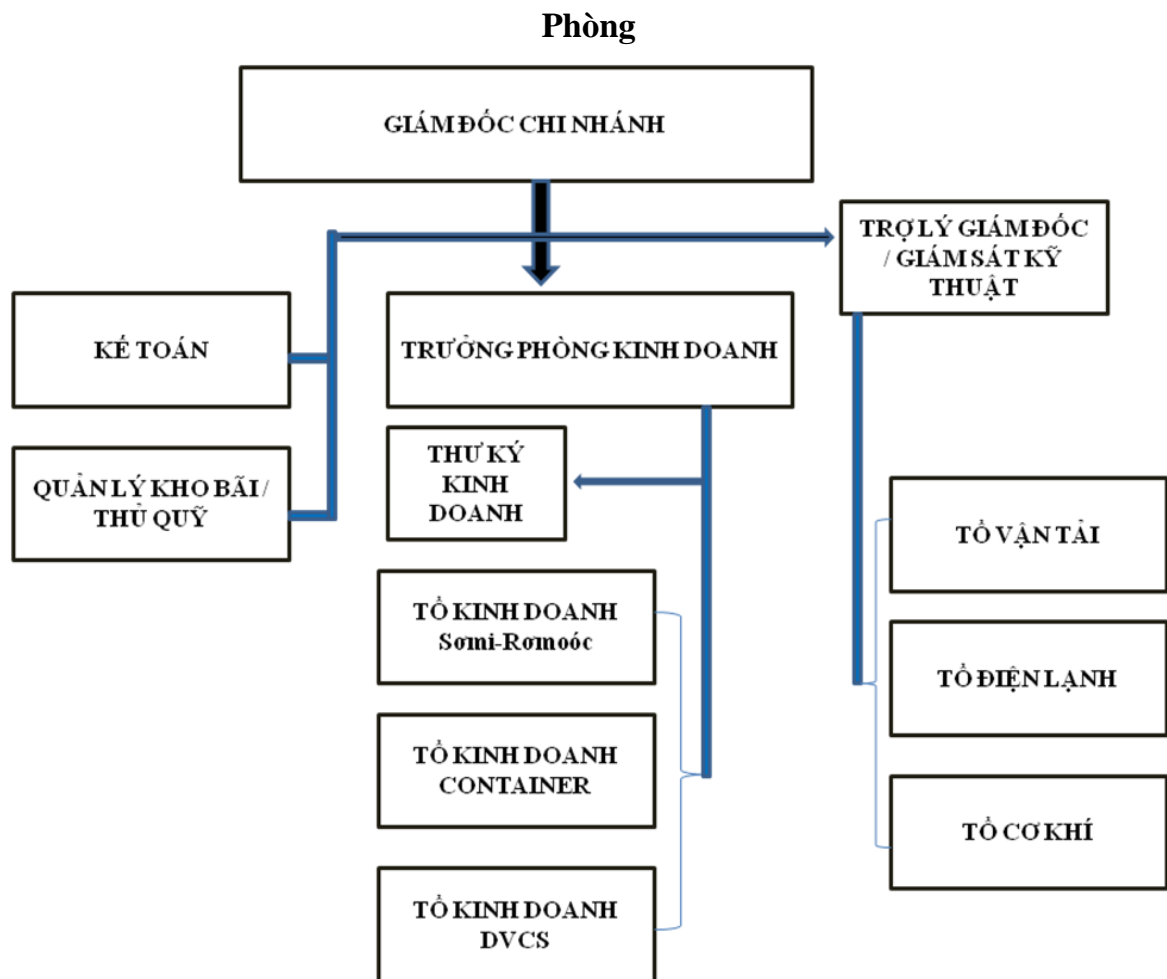
Email : haiphong@tanthanhcontainer.com

Website : www.tanthanhcontainer.com

a. Cơ cấu tổ chức và chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận.

- Cơ cấu tổ chức

Sơ đồ tổ chức tại Chi nhánh Hải



- **Chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận.**

- **Giám đốc chi nhánh :** Là người lãnh đạo, quản lý cao nhất tại chi nhánh, điều hành, định hướng, chỉ đạo các đường lối phát triển và chịu trách nhiệm trước tổng công ty về kết quả hoạt động kinh doanh. Giám đốc chi nhánh có quyền quyết định tuyển dụng sa thải nhân viên, đưa ra các quyết định bổ nhiệm, điều động, phân công tổ chức sắp xếp nhân sự, xác định nguồn lực và hướng phát triển trong tương lai.

- **Trưởng phòng kinh doanh :** Là người trực tiếp quản lý bộ phận kinh doanh giúp cho giám đốc, xây dựng chiến lược phát triển thị trường, tìm kiếm và chăm sóc khách hàng, đề kế hoạch kinh doanh và chịu trách nhiệm trước giám đốc.

- **Trợ lý giám đốc/Giám sát kỹ thuật :** là người hỗ trợ, thay mặt giám đốc xử lý công việc khi giám đốc không có mặt tại chi nhánh, đồng thời cũng là người phụ

trách kỹ thuật tại xưởng sửa chữa, điều động công nhân. Giám sát kỹ thuật chịu trách nhiệm về chất lượng sản phẩm, bố trí, sắp xếp nhân viên thuộc bộ phận của mình và chịu trách nhiệm trước giám đốc.

- **Kế toán :** Phòng kế toán có nhiệm vụ hạch toán quá trình kinh doanh bằng cách thu nhận chứng từ , ghi chép các nghiệp vụ phát sinh tính toán , tổng hợp phân tích để đưa ra các thông tin dưới dạng báo cáo.

- **Quản lý kho bãi :** Là người quản lý vật tư, hàng hóa tại bãi Chi nhánh Tân Thanh Hải Phòng. Nhiệm vụ là thường xuyên thống kê và báo cáo tình trạng tồn kho, cung cấp thông tin để bộ phận kinh doanh có đề xuất kịp thời.

b. Lĩnh vực kinh doanh Chi nhánh Tân Thanh Hải Phòng.

- Bán các loại Somi-Romoóc do Tân Thanh sản xuất.

- Bán phụ tùng chính hãng và sửa chữa các loại Somi Romoóc.

- Bán và cho thuê container các loại: container kho, container văn phòng, container lạnh.

- Kinh doanh vận tải, nâng, hạ container.

c. Nhiệm vụ của chi nhánh Tân Thanh Hải Phòng.

- Nhiệm vụ của Chi nhánh Tân Thanh Hải Phòng là phụ trách kinh doanh các sản phẩm Somi-Romoóc, container, phụ tùng và dịch vụ sửa chữa tại miền Bắc.

- Xây dựng chi nhánh Hải Phòng thành một doanh nghiệp mạnh, triển thương hiệu **Tân thanh container** uy tín, chất lượng tại thị trường miền Bắc. Đây sẽ là cơ sở, bàn đạp cho việc phát triển thêm chi nhánh tại miền Bắc, nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường và mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Chi nhánh Tân Thanh Hải Phòng là một phần trong hệ thống Tân Thanh container toàn quốc, có nhiệm vụ phối hợp với các chi nhánh khác để xây một mạng lưới bao phủ thị trường, hỗ trợ tối đa cho nhau trong bán hàng và dịch vụ, mang lại hiệu quả cao nhất trong kinh doanh và tạo uy tín với khách hàng.

- Xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, sáng tạo, hiệu quả, đáp ứng nhu cầu của nhân viên và yêu cầu của công việc. Tạo cơ hội thăng tiến và nâng cao thu nhập của cho mỗi cá nhân và tăng doanh thu, lợi nhuận cho công ty.

3. Đánh giá kết quả kinh doanh của doanh nghiệp (Năm 2011-2012)**a. Một số chỉ tiêu hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp**

Chỉ tiêu	Năm		Chênh lệch	
	2012	2011	+/-	%
Tổng doanh thu thuần	79,537,942,871	69,555,724,299	9,982,218,572	14.35
Tổng chi phí	79,376,693,178	69,316,500,360	10,060,192,818	14.51
Lợi nhuận	120,917,020	197,359,750	(76,442,730)	(38.73)
Nộp thuế	40,305,673	41,864,189	(1,558,516)	(3.72)

(Trích nguồn: Phòng Kế toán)

Qua bảng trên ta thấy tổng doanh thu năm 2012 đã tăng 9,982 tỷ so với năm 2011 tương đương với 14,35%. Đây là kết quả cho thấy sự cố gắng của đội ngũ nhân viên kinh doanh của công ty đã khai thác tốt hơn thị trường, đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa và sử dụng dịch vụ mà công ty cung cấp. Tuy nhiên, lợi nhuận mà doanh nghiệp thu về lại giảm so với kỳ trước 76,4 triệu tương đương với 38,73%, điều đó cho thấy doanh nghiệp đã không làm tốt công tác tiết kiệm chi phí để cho mức tăng chi phí nhanh hơn mức tăng doanh thu. Điều này cũng do nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan tác động. Nguyên nhân khách quan do sự biến động của nền kinh tế lạm phát làm tăng giá nguyên nhiên vật liệu kéo theo sự tăng giá của vật tư đầu vào cho doanh nghiệp và chi phí vận chuyển hàng hóa. Nguyên nhân chủ quan là do doanh nghiệp đang trong giai đoạn đầu tư phát triển nên nên đầu tư nhiều vào tài sản dài hạn, hơn nữa để có thể cạnh tranh mở rộng thị trường doanh nghiệp đã chủ động giảm tỷ lệ lợi nhuận để giảm giá bán, cạnh tranh với đối thủ làm cho tốc độ tăng chi phí không tương xứng với tăng doanh thu và lợi nhuận.

Với thực tế tình hình kinh doanh trên vừa là tín hiệu đáng mừng cũng vừa đáng lo với doanh nghiệp. Doanh nghiệp đã đi đúng hướng là đầu tư phát triển cơ sở vật chất, mở rộng thị trường kinh doanh, cạnh tranh hiệu quả hơn với đối thủ. Tuy nhiên doanh nghiệp cũng hết sức lưu ý để cân đối giữa doanh thu và chi phí, tránh bội chi trong thời gian dài và phát triển không bền vững.

Tất cả những điều đó đòi hỏi doanh nghiệp cần đưa ra biện pháp kinh doanh hiệu quả để sử dụng hết những nguồn lực doanh nghiệp đang có và tạo dựng trong thời gian qua.

b. Tình hình hoạt động kinh doanh tại doanh nghiệp

- **Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh**

BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

Chỉ tiêu	Mã	Năm 2012	Năm 2011	Chênh lệch	Tỷ lệ
1	2	3	4	5	6
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	1	79,258,009,283	68,942,747,734	10,315,261,549	15 %
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	2	-	-	-	
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	10	79,258,009,283	68,942,747,734	10,315,261,549	15 %
4. Giá vốn bán hàng	11	69,357,570,917	60,932,189,457	8,425,381,460	14 %
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	20	9,900,438,366	8,010,558,277	1,889,880,089	24 %
6. Doanh thu từ hoạt động tài chính	21	18,837,111	20,288,175	(1,451,064)	-7%
7. Chi phí tài chính	22	555,945,064	543,357,736	12,587,328	2%
Trong đó: Chi phí lãi vay	23	555,945,064	543,357,736	12,587,328	2%
8. Chi phí quản lý kinh doanh	24	9,407,947,287	7,365,833,827	2,042,113,460	28 %
9. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	30	(44,643,874)	121,654,889	(166,298,763)	- 137 %
10. Thu nhập khác	31	261,096,477	592,688,390	(331,591,913)	(56 %)
11. Chi phí khác	32	55,229,910	475,119,340	(419,889,430)	(88 %)

12. Lợi nhuận khác	40	205,866,567	117,569,050	88,297,517	75s %
13. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	50	161,222,693	239,223,939	(78,001,246)	(33 %)
14. Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp	51	40,305,673	41,864,189	(1,558,516)	(4%)
15. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	60	120,917,020	197,359,750	(76,442,730)	(39 %)

(Nguồn: Phòng kế toán)

- Phân tích bảng báo cáo kết quả kinh doanh ta thấy doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2012 đã tăng lên so với năm 2011 là 15% tương ứng với giá trị tuyệt đối là 10.315.261.549 đ. Cùng với việc tăng doanh thì giá vốn bán hàng cũng tăng thêm 14% (8,425,381,460đ), điều này cho thấy tỷ lệ tăng chi phí giá vốn tương xứng với tỷ lệ tăng doanh thu, chứng tỏ là doanh nghiệp đã làm tốt được công tác giữ và giảm giá vốn bán hàng. Tuy nhiên lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp lại giảm mạnh từ chỗ có lãi 121triệu năm 2011 đến năm 2012 thì doanh nghiệp lại lỗ 44,6triệu. Nguyên nhân do tốc độ tăng chi phí quản lý kinh doanh, bán hàng của doanh nghiệp đã tăng lớn hơn tốc độ tăng của doanh thu thuần công ty đạt được trong năm, một số nguyên nhân làm tăng chi phí như sau:

Thứ nhất, hàng tồn kho tại chi nhánh Hải Phòng tăng, nguyên nhân một phần là do cầu hàng hóa của doanh nghiệp cần để sẵn sàng cung cấp cho thị trường, một phần cũng là do những điều chỉnh, sắp xếp của tổng công ty về vận chuyển hàng hóa, lưu kho nhằm giảm giá vốn. Tuy nhiên, chi phí lưu kho, quản lý hàng tồn kho sẽ làm tăng chi phí hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ hai, doanh nghiệp đã tăng đầu tư về cơ sở vật chất, hạ tầng, kho bãi, đầu tư thiết bị kỹ thuật; nâng cấp xưởng sửa chữa hiện có, đầu tư thêm một xưởng mới đáp ứng nhu cầu sửa chữa tại thị trường Hải Phòng. Ngoài ra

doanh nghiệp cũng đầu tư thêm đầu kéo container, xe cầu 25 tấn phục vụ việc nâng hạ vận chuyển container giao cho khách và công việc tại bãi.

Thứ ba, doanh nghiệp mở rộng quy mô, tăng nhân sự trong các lĩnh vực. Đầu tư các hoạt động marketing, quảng cáo, tiếp cận thị trường, mở rộng tuyến hàng.

Những nguyên nhân trên đã làm cho chi phí của doanh nghiệp tăng thêm, tuy nhiên việc đầu tư sẽ giúp doanh nghiệp hoàn thiện cơ sở hạ tầng, kỹ thuật, chủ động trong hoạt động điều hành, sản xuất, kinh doanh vậy nên vấn đề mà doanh nghiệp cần quan tâm đó là xây dựng biện pháp sử dụng một cách hiệu quả các nguồn lực, tài sản, thiết bị và các nguồn vốn kinh doanh đầu tư trong kỳ nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

• Bảng cân đối kế toán

BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

Tại ngày 31/12/2012

Đơn vị tính: VND

TÀI SẢN	Mã số	Thuyết minh	Năm 2012	Năm 2011	Chênh lệch	Tỷ lệ
A	B	C	(1)	(2)	(3)	(4)
A. TÀI SẢN NGẮN HẠN	100		15,075,902,982	15,876,212,217	-800,309,235	-5%
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110	V.01	3,766,082,093	2,957,459,381	808,622,712	27%
II. Đầu tư tài chính ngắn hạn	120		2,000,000,000	2,000,000,000	0	0%
1. Đầu tư tài chính ngắn hạn	121		2,000,000,000	2,000,000,000	0	0%
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130		5,977,765,575	7,690,840,281	-1,713,074,706	-22%
1. Phải thu của khách hàng	131		5,972,269,477	7,208,306,891	-1,236,037,414	-17%
2. Trả trước cho người bán	132	VII.01.a	5,496,098	482,533,390	-477,037,292	-99%
IV. Hàng tồn kho	140		3,232,199,978	2,180,458,001	1,051,741,977	48%
1. Hàng tồn kho	141	V.03	3,232,199,978	2,180,458,001	1,051,741,977	48%
V. Tài sản ngắn hạn khác	150		99,855,336	1,047,454,554	-947,599,218	-90%
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	151		99,855,336	1,047,454,554	-947,599,218	-90%

B. TÀI SẢN DÀI HẠN	200		14,294,601,384	14,005,547,529	289,053,855	2%
I. Tài sản cố định	220		14,294,601,384	14,005,547,529	289,053,855	2%
1. Tài sản cố định hữu hình	221	V.05	14,294,601,384	14,005,547,529	289,053,855	2%
<i>Nguyên giá</i>	222		21,022,615,062	18,783,066,645	2,239,548,417	12%
<i>Giá trị hao mòn lũy kế (*)</i>	223		-6,728,013,678	-4,777,519,116	-1,950,494,562	41%
TỔNG CỘNG TÀI SẢN	270		29,370,504,366	29,881,759,746	-511,255,380	-2%
NGUỒN VỐN						
A. NỢ PHẢI TRẢ	300		19,424,031,200	24,951,102,029	-5,527,070,829	-22%
I. Nợ ngắn hạn	310		15,633,729,040	18,691,328,556	-3,057,599,516	-16%
1. Vay và nợ ngắn hạn	311	V.06	4,900,000,000	2,700,000,000	2,200,000,000	81%
2. Phải trả người bán	312	VII.01.b	10,507,564,314	16,077,712,054	-5,570,147,740	-35%
3. Người mua trả tiền trước	313	VII.01.b	302,845,933		302,845,933	
4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	314	V.07	-76,681,207	-86,383,498	9,702,291	-11%
II. Nợ dài hạn	330		3,790,302,160	6,259,773,473	-2,469,471,313	-39%
3. Phải trả dài hạn khác	333		153,302,160	528,773,473	-375,471,313	-71%
4. Vay và nợ dài hạn	334	V.09	3,637,000,000	5,731,000,000	-2,094,000,000	-37%
5. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	335					
6. Dự phòng trợ cấp mất việc làm	336					

7. Dự phòng phải trả dài hạn	337					
8. Doanh thu chưa thực hiện	338					
9. Quỹ phát triển khoa học công nghệ	339					
B. VỐN CHỦ SỞ HỮU	400		9,946,473,166	4,930,657,717	5,015,815,449	102%
I. Vốn chủ sở hữu	410	V.10	9,946,473,166	4,930,657,717	5,015,815,449	102%
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	411		10,000,000,000	5,000,000,000	5,000,000,000	100%
10. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	420		53,526,834	69,342,283	-15,815,449	-23%
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	440		29,370,504,366	29,881,759,746	-511,255,380	-2%

(Nguồn: Phòng kế toán)

Phân tích và đánh giá hiệu quả sử dụng của tài sản

Qua bảng cân đối kế toán của công ty ta thấy tổng tài sản năm 2012 giảm so với năm 2011 là 511,255,380 đ do:

Tài sản ngắn hạn giảm 800,309,235 đ so với năm trước:

- Tiền và các khoản tương đương với tiền năm 2012 tăng lên 808,622,712 đ so với năm 2011 làm tài sản ngắn hạn tăng. Tuy nhiên các khoản phải thu ngắn hạn lại giảm đi 1,713,074,706 đ, đặc biệt là khoản phải thu của khách hàng giảm 1,236,037,414đ. Cho thấy trong kỳ doanh nghiệp đã làm tốt công tác thu hồi vốn.

- Hàng tồn kho năm 2012 tăng 1,051,741,977 đ so với năm 2011. Việc giá trị hàng tồn kho tăng có thể giúp doanh nghiệp đảm bảo được lượng hàng dự trữ cho kỳ tới. Tuy nhiên, những chi phí liên quan đến hàng tồn kho tăng, làm tăng tổng chi phí, ảnh hưởng đến lợi nhuận của doanh nghiệp, vì vậy doanh nghiệp cần xem xét vòng quay hàng tồn kho, cân đối sự phù hợp với định hướng phát triển để đưa ra những biện pháp sử dụng hiệu quả tốt hơn.

- Tài sản ngắn hạn khác giảm 947,599,218đ so với năm trước

- Tài sản dài hạn năm 2012 tăng lên 289,053,855 đ so vs năm 2011 là do: Doanh nghiệp đã đầu tư thêm vào máy móc thiết bị, mua sắm máy móc thiết bị mới để cải tiến công nghệ, với nguyên giá 2,239,548,417đ, tuy nhiên do mức hao mòn lũy kế là 1,950,494,562đ nên giá trị tài sản cố định tăng lên là 289,053,855đ

- Bảng cơ cấu tổng tài sản

Chỉ tiêu	Năm 2012		Năm 2011		Chênh lệch	
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
Tài sản ngắn hạn	15,075,902,982	51%	15,876,212,217	53%	(800,309,235)	(2%)
Tài sản dài hạn	14,294,601,384	49%	14,005,547,529	47%	289,053,855	2%
Tổng tài sản	29,370,504,366	100%	29,881,759,746	100%	(511,255,380)	0%

Qua bảng cơ cấu tài sản ta thấy tổng tài sản năm 2012 giảm đi so với năm 2011 là 511,255,380đ, nguyên nhân là do giá trị tài sản ngắn hạn giảm 800,309,235đ trong khi tài sản dài hạn chỉ tăng 289,053,855đ so với năm trước.

Bên cạnh đó ta cũng thấy được xu hướng chuyển dịch tài sản của doanh nghiệp đó là tăng tỷ trọng tài sản dài hạn, giảm tỷ trọng tài sản ngắn hạn. Tuy nhiên tài sản ngắn hạn vẫn chiếm tỷ trọng cao hơn 51% năm 2012 (năm 2011 là 53%). Xu hướng trên phù hợp với đầu tư của doanh nghiệp, tuy nhiên doanh nghiệp cũng cần xem xét để cân đối giữa tài sản ngắn hạn và tài sản cố định để tăng được hiệu quả hoạt động kinh doanh.

- Bảng sức sản xuất và sinh lời của tổng tài sản

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2011	Chênh lệch	
				Số tuyệt đối	Tỷ lệ (%)
1	DT thuần	79,258,009,283	68,942,747,734	10,315,261,549	15%
2	Lợi nhuận sau thuế	120,917,020	197,359,750	(76,442,730)	-39%
3	Tổng tài sản	29,370,504,366	29,881,759,746	(511,255,380)	-2%
4	Sức sản xuất của tổng tài sản (4=1/3)	2.70	2.35	0.35	15%
5	Sức sinh lời của tổng tài sản (5=2/3)	0.0041	0.0067	(0.0026)	-39%

(Đơn vị tính: VND)

Nhận xét:

Sức sản xuất của tổng tài sản năm 2012 tăng thêm 15% , từ 2.35 lần lên 2.7 lần. Điều đó có nghĩa là cứ 1 đồng tài sản cố định sẽ tạo ra 2.7 đồng doanh thu. Tuy nhiên sức sinh lời của tổng tài sản lại giảm 39% từ 10.000đ tài sản tạo ra 67đ lợi nhuận xuống còn 10.000đ tài sản tạo ra 41đ lợi nhuận. Điều đó cho thấy chi phí kinh doanh tăng cao đã làm giảm mức lợi nhuận của doanh nghiệp, làm cho cho hiệu quả sử dụng tài sản bị giảm. Vì vậy, doanh nghiệp cần tìm hiểu và đưa ra biện pháp tăng khả năng sức sinh lời cũng như có hiệu quả sử dụng tổng tài sản.

- Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2011	CHÊNH LỆCH	TỶ LỆ
1	Doanh thu thuần	79,258,009,283	68,942,747,734	10,315,261,549	15%
2	Lợi nhuận sau thuế	120,917,020	197,359,750	-76,442,730	-39%
3	Tổng tài sản	29,370,504,366	29,881,759,746	-511,255,380	-2%
4	Tài sản ngắn hạn	15,633,729,040	18,691,328,556	-3,057,599,516	-16%
5	Tỷ lệ tài sản ngắn hạn trong tổng tài sản (5=4/3)	0.532	0.626	-0.093	-15%
6	Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn (6=1/4)	5.070	3.688	1.38	37%
7	Sức sinh lời của tài sản ngắn hạn (7=2/3)	0.008	0.011	-0.003	-27%

Nhận xét:

Tài sản ngắn hạn của doanh nghiệp vẫn chiếm tỷ lệ cao hơn tài sản cố định, tuy nhiên lại đang có xu hướng giảm xuống, cụ thể năm 2011 bằng 0.626 lần tổng tài sản, đến năm 2012 giảm 15% chỉ còn 0.532 lần. Nguyên nhân tài sản ngắn hạn vẫn chiếm tỷ lệ cao do hàng tồn kho trong năm 2012 tăng thêm 48% (tương ứng với 1,051,741,997đ), mặc dù việc tăng hàng tồn kho là để phục vụ cho kinh doanh và mục đích quản lý của tổng công ty, tuy nhiên doanh nghiệp cũng cần xem xét và cân đối để có thể sử dụng hiệu quả tài sản ngắn hạn, cắt giảm chi phí hay tìm thêm có nguồn cung cấp để giảm bớt hàng tồn kho mà vẫn đảm bảo được hoạt động kinh doanh.

- Hiệu quả sử dụng tài sản cố định

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2011	CHÊNH LỆCH	TỶ LỆ
1	Doanh thu thuần	79,258,009,283	68,942,747,734	10,315,261,549	15%
2	Lợi nhuận sau thuế	120,917,020	197,359,750	-76,442,730	-39%
3	Tổng tài sản	29,370,504,366	29,881,759,746	-511,255,380	-2%
4	Tài sản cố định	14,294,601,384	14,005,547,529	289,053,855	2%
5	Tỷ lệ tài sản cố định trong tổng tài sản (5=4/3)	0.487	0.469	0.018	4%
6	Sức sản xuất của tài sản cố định (6=1/4)	5.545	4.923	0.62	13%
7	Sức sinh lời của tài sản cố định (7=2/3)	0.008	0.014	-0.006	-40%

Nhận xét:

Trong năm 2012 tài sản cố định tăng thêm 2% so với năm 2011, tỷ lệ trong tổng tài sản cũng tăng nên 4%, tuy nhiên tổng mức tài sản cố định vẫn thấp hơn tài sản ngắn hạn. Xét về tính hiệu quả, sức sản xuất của tài sản cố định tăng lên 13%, trong khi đó sức sinh lời lại giảm 40%.

Nhìn chung, cơ cấu sử dụng tài sản trong doanh nghiệp đang có sự thay đổi, doanh nghiệp tăng đầu tư tài sản cố định, giảm tài sản ngắn hạn, tỷ trọng tài sản cố định trong tổng tài sản cũng tăng lên. Sức sản xuất của tài sản tăng lên, tuy nhiên sức sinh lời lại giảm, điều đó cho thấy hoạt động kinh doanh đang gặp khó khăn, lợi nhuận thấp do doanh thu không bù đắp được chi phí, hiệu quả sử dụng tài sản chưa phát huy hết được giá trị để nâng cao được hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Phân tích đánh giá hiệu quả sử dụng vốn

Bảng hiệu quả sử dụng vốn

Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2011	Chênh lệch	
			Giá trị	%
Tổng doanh thu	79,258,009,283	68,924,747,734	10,333,261,549	15%
Tổng vốn kinh doanh	29,370,504,366	29,881,759,746	(511,255,380)	-2%
Lợi nhuận sau thuế	120,917,020	197,359,750	(76,442,730)	-39%
Tỷ suất lợi nhuận trên vốn kinh doanh	0.0041	0.0066	(0.0025)	-38%
Tỷ suất doanh thu trên vốn kinh doanh	2.699	2.307	0.392	17%

Nhận xét: Sức sinh lời của tổng vốn năm 2012 là cứ 10.000đ thì sinh ra 41đ lợi nhuận, trong khi năm 2011 là cứ 10.000đ tổng vốn sinh ra 66đ lợi

nhuận. Như vậy khả năng sinh lời của lợi nhuận đang có xu hướng giảm. Trong khi đó sức sản xuất của nguồn vốn lại tăng 17% cụ thể năm 2011 cứ 10.000đ tổng vốn kinh doanh lại tạo ra 23.307đ doanh thu, đến năm 2012, 10.000đ tổng vốn kinh doanh tạo ra 26.990đ doanh thu. Điều đó cho thấy sức sinh lời của tổng vốn không tương xứng với sức sản xuất, vậy nên việc sử dụng nguồn vốn trong đầu tư kinh doanh cũng chưa thực sự hiệu quả. Vì vậy doanh nghiệp cần tìm ra nguyên nhân và đưa ra giải pháp để khai thác tốt hơn, hiệu quả hơn nguồn vốn hiện có.

- Bảng cơ cấu vốn trong doanh nghiệp

Chỉ tiêu	Năm 2012		Năm 2011		Chênh lệch	
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
Tổng vốn	29,370,504,366	100%	29,881,759,746	100%	(511,255,380)	-2%
Nợ phải trả	19,424,031,200	66%	24,951,102,029	83%	(5,527,070,829)	-17%
Vốn chủ sở hữu	9,946,473,166	34%	4,930,657,717	17%	5,015,815,449	17%

Nhận xét:

Qua bảng trên ta thấy cơ cấu vốn trong doanh nghiệp đang thay đổi theo xu hướng tăng nguồn vốn chủ sở hữu, giảm nợ phải trả. Nguyên nhân do doanh nghiệp tăng đầu tư vốn chủ sở hữu để trả bớt những khoản nợ dài hạn và nợ người bán, điều đó cho thấy doanh nghiệp đang dần chủ động trong sử dụng nguồn vốn kinh doanh, thanh toán các khoản nợ và tạo uy tín với nhà cung cấp.

- **Phân tích chi phí hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp**

- Bảng chi phí của doanh nghiệp

Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2011	Chênh lệch	
			Giá trị	%
1. Giá vốn bán hàng	69,357,570,917	60,932,189,457	8,425,381,460	14%
2. Chi phí tài chính (chi phí lãi vay)	555,945,064	543,357,736	12,587,328	2%
3. Chi phí quản lý, kinh doanh	9,407,947,287	7,365,833,827	2,042,113,460	28%

4. Chi phí khác	55,229,910	475,119,340	(419,889,430)	-88%
5. Tổng chi phí	79,376,693,178	69,316,500,360	10,060,192,818	15%

Qua bảng trên ta thấy tổng chi phí kinh doanh của doanh nghiệp tăng thêm 10,060,192,818 tương ứng với 15% giá trị năm 2011. Trong đó chi phí giá vốn bán hàng tăng mạnh nhất là 8,425,381,460đ, tiếp theo lần lượt là chi phí quản lý kinh doanh 2,042,113,460đ, chi phí tài chính (chi phí lãi vay) 12,587,328đ. Chỉ riêng chi phí khác là giảm so với năm 2011, mức giảm là 419,889,430đ (88%).

Bảng phân tích hiệu quả kinh doanh theo chi phí

	Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2011	Chênh lệch	
				Giá trị	%
1	Tổng doanh thu	79,537,942,871	69,555,724,299	9,982,218,572	14%
2	Tổng chi phí	79,376,693,178	69,316,500,360	10,060,192,818	15%
3	Lợi nhuận sau thuế	120,917,020	197,359,750	(76,442,730)	-39%
4	Sức sản xuất của chi phí (4=1/2)	1.0020	1.0035	(0.0014)	-0.14%
5	Sức sinh lời của chi phí (5=3/2)	0.0015	0.0028	(0.0013)	-46%

Qua bảng trên ta thấy doanh thu năm 2012 đã tăng thêm 9,982,218,572đ tuy nhiên tốc độ tăng doanh thu lại thấp hơn tốc độ tăng của tổng chi phí, cụ thể doanh thu chỉ tăng thêm được 14% trong khi tổng chi phí tăng thêm 15% tương ứng với 10,060,192,818đ. Lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp giảm 39% từ 197,359,750đ năm 2011 xuống còn 120,917,020đ năm 2012.

Xét hiệu quả sử dụng chi phí ta thấy, trong năm 2012 cứ 10.000đ chi phí sẽ tạo ra 10.020đ doanh thu và 15đ lợi nhuận, còn trong năm 2011 cứ 10.000đ chi phí sẽ tạo ra 10.035đ doanh thu và 28đ lợi nhuận. Như vậy sức sản xuất và sức sinh lời của chi phí đều giảm so với năm 2011, đặc biệt sức sinh lời giảm tới 46%. Điều đó cho thấy hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp đang có chiều hướng đi xuống. Đây chính là nguyên nhân chính làm cho lợi nhuận của doanh nghiệp suy giảm, vì vậy doanh nghiệp cần là rõ các nhân tố tác động làm cho chi phí tăng cao, phân tích để thấy được mức độ ảnh hưởng và sự cần thiết của các nhân tố đó trong giai đoạn khó khăn của nền kinh tế hiện nay và định hướng của doanh nghiệp, từ đó đưa ra các biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí, nâng cao lợi nhuận và quy mô của doanh nghiệp.

- **Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động**

- Bảng tình hình lao động của doanh nghiệp

STT	Chức danh	Năm 2012	Năm 2011	Chênh lệch	
				Giá trị	%
Tổng số		45	37	8	22%
I	Bộ phận quản lý	20	16	4	25%
1	Giám đốc	1	1	0	0%
2	Phó phòng	3	3	0	0%
3	Trợ lý	1	1	0	0%
4	Kế toán	2	1	1	100%
5	Nhân viên kinh doanh	12	9	3	33%
6	Quản lý bãi	1	1	0	0%
II	Bộ phận kỹ thuật	25	21	4	19%
1	Tổ trưởng kỹ thuật	4	3	1	33%
2	Công nhân kỹ thuật	16	14	2	14%
3	Lái xe	3	3	0	0%
4	Lao công	2	1	1	100%

(Nguồn: Phòng hành chính nhân sự)

- Bảng phân tích hiệu quả sử dụng lao động

Chi tiêu	ĐVT	Năm 2012	Năm 2011	Chênh lệch	
				Giá trị	%
Tổng doanh thu	VND	79,537,942,871	69,555,724,299	9,982,218,572	14%
Lợi nhuận sau thuế	VND	120,917,020	197,359,750	(76,442,730)	-39%
Tổng quỹ lương	VND	3,066,102,078	2,062,433,472	1,003,668,606	49%
Số lao động	Người	45	37	8	22%
Năng suất lao động	VND/người	1,767,509,842	1,879,884,441	(112,374,599)	-6%
Lợi nhuận một lao động	VND/người	2,687,045	5,334,047	(2,647,002)	-50%
Thu nhập bình quân lao động	VND/người	68,135,602	55,741,445	12,394,157	22%

Nhận xét: Trong năm 2012 số lượng nhân viên, công nhân là 45 người, tăng thêm 8 người (tương ứng với tỷ lệ tăng 22%). Cụ thể bộ phận quản lý tăng thêm 3 nhân viên kinh doanh và 1 nhân viên kế toán, tương ứng với 25%. Bộ phận kỹ thuật tăng thêm 4 người trong đó có 1 tổ trưởng, 2 công nhân, 1 lao công. Doanh nghiệp bổ xung nguồn nhân sự do bộ máy quản lý còn đang trong quá trình hoàn thiện đặc biệt doanh nghiệp đang tăng cường đội ngũ nhân viên kinh doanh và công nhân kỹ thuật để phục vụ cho việc mở rộng hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Cùng với việc tăng số lượng lao động thì thu nhập bình quân của người lao động cũng tăng thêm 22%, từ 55,741,445đ/người/năm lên 68,135,602đ/người/năm. Điều đó cho thấy doanh nghiệp đã nỗ lực để nâng

cao thu nhập và chất lượng sống cho người lao động, đây chính là động lực để đội ngũ công nhân viên gắn bó với công ty hơn.

Tuy nhiên, tốc độ tăng lao động lại chưa tương xứng với tốc độ tăng doanh thu, điều đó làm cho năng suất của người lao động giảm đi 6%, từ 1,879,884,441đ/người/năm xuống còn 1,767,509,842đ/người/năm. Lợi nhuận do 1 lao động tạo ra cũng giảm tới 50% từ 5,334,047đ/người xuống 2,687,045đ/người. Điều đó cho thấy việc sử dụng lao động của doanh nghiệp lại chưa thực sự hiệu quả, hoặc do lao động chưa phát huy hết hiệu quả lao động, vậy nên doanh nghiệp cần có những biện pháp để nâng cao năng suất, chất lượng người lao động trong thời gian tới.

- **Các chỉ tiêu tài chính**

Bảng chỉ tiêu tài chính

	Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2011	CHÊNH LỆCH	
				Giá trị	Tỷ lệ
1	Tài sản ngắn hạn	15,075,902,982	15,876,212,217	-800,309,235	-5%
2	Hàng tồn kho	3,232,199,978	2,180,458,001	1,051,741,977	48%
3	Tổng tài sản	29,370,504,366	29,881,759,746	-511,255,380	-2%
4	Nợ ngắn hạn	15,633,729,040	18,691,328,556	-3,057,599,516	-16%
5	Tổng nợ	19,424,031,200	24,951,102,029	-5,527,070,829	-22%
6	Tổng vay và nợ	8,537,000,000	8,431,000,000	106,000,000	1%
7	Vốn chủ sở hữu	9,946,473,166	4,930,657,717	5,015,815,449	102%
8	Giá vốn hàng bán	69,357,570,917	60,932,189,457	8,425,381,460	14%
9	Doanh thu thuần	79,258,009,283	68,942,747,734	10,315,261,549	15%
10	Lợi nhuận sau thuế	120,917,020	197,359,750	-76,442,730	-39%
Chỉ tiêu về khả năng thanh toán					
11	Hệ số thanh toán ngắn	0.964	0.85	0.114	13%

	hạn: (11=1/4)				
12	Hệ số thanh toán nhanh: (12=(1-2)/4)	0.76	0.73	0.03	4%
13	Hệ số thanh toán tổng quát:(13=3/5)	1.51	1.19	0.32	27%
Chỉ tiêu về cơ cấu vốn					
14	Hệ số nợ tổng tài sản (14=5/3)	66.13	83.49	-17.36	-21%
15	Hệ số nợ vốn chủ sở hữu (15=5/7)	195.28	506.04	-310.76	-61%
Chỉ tiêu về năng lực hoạt động					
16	Vòng quay HTK (16=8/2)	21	27.94	-6.94	-25%
17	Hiệu suất sử dụng tài sản (17=9/3)	3	4.92	-1.92	-39%
Chỉ tiêu về khả năng sinh lời					
18	Tỷ suất lợi nhuận ròng (ROS) (=10/9)	0.15	0.28	-0.13	-46%
19	Suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE) (=10/7)	1.21	4	-2.79	-70%
20	Suất sinh lời tổng tài sản (ROA) (=10/3)	0.41	0.66	-0.25	-38%

Đánh giá về các chỉ tiêu tài chính

❖ **Về khả năng thanh toán**

- Hệ số thanh toán tổng quát năm 2012 có tăng hơn so với năm 2011 là 0.32 lần. Tuy mức tăng không cao song chỉ số này bằng 1.51 lần >1 đã cho thấy các hoạt động bên ngoài như : vay ngân hàng , vay người quen, vay mượn tài sản cố định... đều có tài sản đảm bảo.
- Hệ số thanh toán ngắn hạn tăng so với năm 2011 là 0.114 lần tuy nhiên hệ số này tương đối thấp và bằng 0.964 lần cho thấy năm 2012 công ty có 0.964 đồng tài sản ngắn hạn đảm bảo cho 1 đồng nợ đến hạn trả.
- Hệ số thanh toán tăng 0.03 lần so với năm 2011. Tỷ số thanh toán nhanh năm 2012 bằng 0.76 cho biết rằng công ty sẽ có khó khăn tài chính nếu hàng tồn kho ứ đọng hoặc không đáng giá thì công ty sẽ không có khả năng chi trả các khoản nợ khi chúng đến hạn.

❖ **Về cơ cấu vốn**

- Trong năm 2012 doanh nghiệp tăng lượng vốn vay nợ ngắn hạn thêm 81% nhưng tổng nợ phải trả trong kỳ lại giảm đi do khoản phải trả người bán và vay nợ dài hạn giảm lần lượt là 37% và 35%. Điều đó cho thấy doanh nghiệp đang dần chủ động trong việc thanh toán với người bán, giảm chiếm dụng vốn của nhà cung cấp. Tuy nhiên tổng mức vay nợ tăng thêm 1%, nâng tổng số vay nợ của doanh nghiệp lên 8,431,000,000đ, điều đó cho thấy doanh nghiệp đang tận dụng sức mạnh của đòn bẩy tài chính để nâng cao hiệu quả kinh doanh. Vậy nên doanh nghiệp cần có những biện pháp để sử dụng hiệu quả nguồn vốn vay để cải thiện hiệu quả kinh doanh, mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

❖ **Về năng lực hoạt động**

- Việc hàng tồn kho tăng lên đã làm cho số vòng quay hàng tồn kho giảm 25% so với năm 2011 và hệ số doanh thu/tổng tài sản giảm 39%. Tăng hàng tồn kho một phần để đáp ứng nhu cầu kinh doanh của doanh nghiệp, một phần do sự quản lý, điều chỉnh tài sản của tổng công ty giữa các chi nhánh

với nhau. Tuy nhiên việc tăng hàng tồn kho trong thời gian hiện tại là chưa hợp lý và không mang lại hiệu quả kinh doanh vậy nên doanh nghiệp cần xem xét và điều chỉnh lượng hàng tồn kho cho phù hợp với tình hình thực tế tại doanh nghiệp.

❖ **Về tỷ suất sinh lời:**

- ROS năm 2012 bằng 0.15% giảm đi 0.13% so với năm 2011. Chỉ tiêu này cho thấy cứ 100 đồng doanh thu thuần mới tạo ra 0.15 đồng lãi.
- ROE giảm từ 4% năm 2011 xuống còn 1.21% năm 2012
- ROA giảm 0.25% so với năm 2011.

Các chỉ tiêu sinh lời của công ty giảm cho thấy tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty năm 2012 đang có chiều hướng đi xuống.

4. Đánh giá chung

Năm 2012 là một năm khó khăn với doanh nghiệp, bên cạnh những nguyên nhân khách quan của nền kinh tế thì vẫn tồn tại một số nguyên nhân chủ quan xuất phát từ phía doanh nghiệp làm cho chỉ số đánh giá hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp có chiều hướng suy giảm như lợi nhuận sau thuế, số vòng quay hàng tồn kho, tỷ suất sinh lời của nguồn vốn, tài sản ... Một số nguyên nhân có thể kể đến là do hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp còn một số điểm chưa hợp lý, thứ nhất là việc sử dụng nguồn nhân lực chưa hiệu quả, phản ánh đó là năng suất lao động giảm, trong khi doanh nghiệp phải tuyển thêm nhân viên và phát sinh chi phí; thứ hai là việc quản lý hàng tồn kho, sử dụng tài sản, nguồn vốn chưa hiệu quả. Tuy nhiên, căn cứ vào tình hình thực tế, Công ty Tân Thanh – chi nhánh Hải Phòng là một doanh nghiệp trẻ, đang trên đà xây dựng và phát triển vậy nên việc đầu tư bền vững là hướng đi đúng đắn của doanh nghiệp. Vậy nên vấn đề lớn nhất đặt ra với doanh nghiệp hiện nay là xây dựng biện pháp kinh doanh để sử dụng hiệu quả các nguồn vốn đầu tư, tài sản, thiết bị bị, tăng tốc độ doanh thu nhanh hơn so với tốc độ tăng chi phí nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

PHẦN III. BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH TẠI CHI NHÁNH CÔNG TY CP TM CK TÂN THANH HẢI PHÒNG

I. Thực trạng chung của nền kinh tế trong lĩnh vực xây dựng, vận tải, sửa chữa, kho bãi.

Chi nhánh Tân Thanh Hải Phòng là công ty thương mại, dịch vụ chuyên cung cấp, bán và cho thuê, sửa chữa xe semi-rơ moóc container kho, container văn phòng, container lạnh phục vụ cho công ty xây dựng, công ty vận tải, công ty xuất nhập khẩu, chế biến, vận chuyển hàng đông lạnh, cảng biển ... vậy nên những tác động ảnh hưởng của nền kinh tế tới các công ty trong lĩnh vực xây dựng, vận tải cũng có những ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động kinh doanh, bán hàng của công ty.

Thành lập năm 2010, tại thời điểm mà nền kinh tế đang chịu những tác động nặng nề của khủng hoảng kinh tế, chi nhánh Tân Thanh Hải Phòng đã từng bước vượt qua khó khăn, tìm chỗ đứng, khẳng định thương hiệu tại miền Bắc và chiếm lĩnh thị trường. Đến thời điểm hiện nay nền kinh tế vẫn chưa có nhiều thay đổi, tuy nhiên lĩnh vực xây dựng, vận tải cũng đã có một vài tín hiệu tích cực từ thị trường, điều đó đang đặt doanh nghiệp đứng trước nhiều cơ hội cũng như thách thức, đòi hỏi doanh nghiệp cần xác định rõ điểm mạnh, điểm yếu của nền kinh tế ảnh hưởng tới doanh nghiệp để đưa ra những biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Phân tích SWOT thực trạng bán hàng và cung cấp dịch vụ vận tải, xây dựng của Công ty Cổ phần thương mại cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng.

Điểm mạnh:

Việt Nam nói chung, Hải Phòng nói riêng là cửa ngõ cảng biển của khu vực và thế giới. Cụm cảng Hải Phòng là một trong ba cụm cảng lớn nhất cả nước, nơi trung gian lưu chuyển hàng hóa tới các khu vực miền Bắc và là cửa

ngõ ra biển của nước Lào và khu vực phía nam Trung Quốc. Là một trọng điểm quốc gia nên cơ sở hàng tầng vận tải, cảng biển của Hải Phòng được đầu tư đồng bộ và hoạt động khá nhộn nhịp.

Điểm yếu:

Năng lực quản lý, sử dụng nguồn vốn đầu tư của Việt Nam còn kém hiệu quả. Điều đó càng thể hiện rõ hơn trong nền kinh tế đang bị suy thoái, và điều đó cũng vô hình làm giảm hoạt động của lĩnh vực đầu tư, xây dựng, vận tải – lĩnh vực nhận được nhiều vốn đầu tư nước ngoài nhất.

Cơ hội:

Năm 2012 và nửa đầu năm 2013 vẫn là một thời kỳ khó khăn của nền kinh tế tuy nhiên vẫn có những điểm sáng, thúc đẩy sự phát triển ngành xây dựng, vận tải.

Trong lĩnh vực vận tải, cảng biển: Năm 2009 đã mở thêm tuyến vận tải Việt Nam – Lào – Cam Phu Chia – Thái Lan, đây là tuyến đường thuận lợi, thúc đẩy giao thương giữa các nước trong khu vực. Điều đó cũng thúc đẩy hoạt động vận tải trở lên sôi động hơn, đặc là vận tải tuyến biên giới. Tại Hải Phòng, lĩnh vực cảng biển cũng có những thay đổi tích cực như việc hoàn thiện cụm cảng Đình Vũ, đưa công 2 đi vào hoạt động, xây dựng hoàn thiện Tâm Cảng hay xúc tiến xây dựng cầu cảng Hoàng Diệu, dự án cảng nước sâu Lạch Huyện ... điều đó sẽ giúp tăng cường hơn nữa cơ sở hạ tầng cảng biển tại Hải Phòng, tăng lượng hàng hóa lưu thông qua thành phố Cảng, vô hình chung sẽ thúc đẩy các lĩnh vực của ngành vận tải có nhiều cơ hội tăng trưởng.

Trong lĩnh vực xây dựng: Sau một thời gian khá dài tạm dừng hoạt động hay chỉ hoạt động cầm chừng thì tới năm 2011 – 2012 một số khu công nghiệp đã đi vào hoạt động trở lại, tiêu biểu như khu công nghiệp Đình Vũ, KCN VSIP – Thủy Nguyên, Hải Phòng; Cụm KCN Bắc Ninh, Hưng Yên, Nhà máy Samsung Thái Nguyên, KCN Núi Pháo – Thái Nguyên, Khu kinh tế Vũng Áng –

Hà Tĩnh Lĩnh vực xây dựng hoạt động mạnh chính là tín hiệu cho thấy nền kinh tế đang âm dần lên.

Thách thức:

Lĩnh vực xây dựng, vận tải tiềm ẩn rất nhiều rủi ro và chịu nhiều ảnh hưởng từ biến động của nền kinh tế, điều đó đòi hỏi các doanh nghiệp phải chủ động phương án bảo vệ mình và thay đổi để thích ứng với những biến đổi của nền kinh tế.

Đối với những công ty hoạt động trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ vận tải, do đòi hỏi các nhà thầu, đặc biệt là nhà thầu nước ngoài thường có những yêu cầu khá cao vậy nên các doanh nghiệp phải không ngừng nâng cấp, cải thiện dịch vụ, sản phẩm của mình để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

II. Các biện pháp tăng doanh thu để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Công ty Cổ phần thương mại cơ khí Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng là một doanh nghiệp trẻ, đang trong thời gian phát triển, hoàn thiện cơ cấu và cơ sở hạ tầng, thiết bị kỹ thuật vậy nên việc đầu tư và tăng chi phí quản lý kinh doanh, bán hàng là điều khó tránh khỏi. Trong giai đoạn hiện nay, để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh thì điều mà doanh nghiệp nên chú trọng đó là mở rộng thị trường, phát triển thương hiệu, tăng doanh thu để bù đắp chi phí. Điều này mang lại cho doanh nghiệp mang lại cho doanh nghiệp những lợi ích:

- Thứ nhất: Doanh nghiệp sẽ tiếp tục phát huy được những hiệu quả marketing, hiệu quả sử dụng tài sản, thiết bị, máy móc và nguồn vốn mà doanh nghiệp đầu tư.
- Thứ hai: Việc mở rộng thị trường, phát triển thương hiệu đồng nghĩa với việc khách hàng biết đến và sử dụng nhiều hơn, uy tín của doanh nghiệp

ngày càng tăng hơn. Đồng thời thị phần của doanh nghiệp cũng tăng lên cho thấy năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp tốt.

- Thị trường miền Bắc là thị trường mới đối với doanh nghiệp và cũng còn nhiều tiềm năng để doanh nghiệp khai thác trong khi thị trường miền Nam đã phân định rõ ràng và đang trong giai đoạn bão hòa về lượng cung cầu. Việc mở rộng mạng lưới ngoài miền Bắc chính là hướng đầu tư mới và là điểm sáng trong chiến lược phát triển của tổng công ty hiện nay.

1. Căn cứ thực hiện các biện pháp tăng doanh thu

- Miền Bắc là một thị trường tiềm năng và cũng đang không ngừng mở rộng với những dự án đầu tư mới đi vào giai đoạn đầu tư xây dựng, đây chính là cơ hội để cho doanh nghiệp tiếp cận, mở rộng thị trường và tạo uy tín với khách hàng.

- Trong giai đoạn hiện nay, định hướng của doanh nghiệp là tiếp cận, mở rộng toàn bộ thị trường khu vực miền Bắc. Để thực hiện việc này doanh nghiệp đã triển khai nhiều chương trình marketing và chính sách về giá cũng như sản phẩm nhằm cạnh tranh với đối thủ và tiếp cận những khách hàng tiềm năng.

2. Nội dung và chi phí của các biện pháp nhằm tăng doanh thu

Biện pháp 1: Tăng cường hoạt động marketing, khuyến mại để thu hút khách hàng nhằm tăng doanh thu.

• Nội dung thực hiện

+ Trong 4 tháng đầu năm, khuyến mãi 10% giá thuê container cho tất cả các khách hàng đang thuê container và có nhu cầu thuê mới. Đối với khách hàng mua somi-romoóc sẽ được hưởng chiết khấu thuế trước bạ 2%.

Khuyến mại 4 tháng đầu năm nhằm kích cầu và tạo điểm nhấn để thu hút khách hàng và cũng là để tạo mối quan hệ thân thiết với khách hàng hiện tại. Ngoài ra đây cũng là điểm các doanh nghiệp thường dài ngân vốn đầu tư nên các hoạt động xây dựng, vận tải diễn ra sôi động hơn nên chương trình kích cầu sẽ thu hút được sự quan tâm lớn hơn của khách hàng.

Chi phí

- Chi phí khuyến mại
- + Doanh thu thuê container dự kiến trong một tháng là 600.000.000đ/tháng
- Giá trị khuyến mại thuê container = $4 \times 10\% \times 600.000.000 = 240.000.000đ$
- Doanh thu bán somi-romoóc dự kiến trong hai tháng là 4.000.000.000đ/tháng
- Giá trị thuế trước bạ khuyến mãi = $4 \times 2\% \times 4.000.000.000 = 320.000.000đ$
- + Chi phí dự kiến = $240.000.000 + 320.000.000 = 560.000.000đ$

Tổng chi phí dự kiến = 560.000.000 đ

Biện pháp 2: Nâng cao chất lượng dịch vụ sửa chữa, tăng chiết khấu bán hàng để tạo uy tín với khách hàng hiện tại và tìm kiếm khách hàng mới

- Nội dung thực hiện
 - Thống kê lại toàn bộ khách hàng đang sử dụng sản phẩm của Tân Thanh tại miền Bắc, phân chia theo từng khu vực. Tổ chức, lên kế hoạch kiểm tra, bảo trì, bảo dưỡng miễn phí những sản phẩm trong quy định bảo hành. Tại thị trường Hải Phòng, miễn phí kiểm tra, bôi mỡ cho tất các somi-romoóc kéo vào xưởng sửa chữa.
 - Xây dựng đội cứu hộ lưu động, sẵn sàng xử lý tình huống khi khách hàng gặp sự cố bên ngoài.
 - Chiết khấu 5% cho khách hàng mua phụ tùng và ký hợp đồng nguyên tắc hợp tác lâu dài.
- **Chi phí**
 - Chi phí kiểm tra bảo dưỡng somi-romoóc(sm-rm):
 - + Chi phí bảo dưỡng trung bình là 500.000đ/sm-rm (bao gồm chi phí nhân công, phụ tùng và đi lại của nhân viên)
 - + Số lượng xe dự kiến kiểm tra, bảo dưỡng là 1.000 xe
 - + Chi phí dự kiến = $500.000 \times 1.000 = 500.000.000đ/năm$
 - Chi phí kiểm tra, bảo dưỡng container

- + Chi phí kiểm tra bảo dưỡng container là 300.000đ/container (bao gồm chi phí nhân công, phụ tùng và đi lại của nhân viên)
- + Số lượng container dự kiến bảo dưỡng là 300 container
- + Chi phí dự kiến = 400.000 x 300 = 120.000.000đ/năm
- Chi phí chiếu khấu cho đại lý bán phụ tùng
- + Mức chiếu khấu là 5% giá trị đơn hàng
- + Tổng giá trị đơn hàng hàng tháng dự kiến là 400.000.000 đ/tháng
- + Chi phí dự kiến cả năm = 5% x 400.000.000 x 12 = 240.000.000 đ/năm
- Chi phí cứu hộ
- + Chi phí mỗi chuyến đi cứu hộ là 2.000.000 đ/lượt
- + Trung bình mỗi tháng cứu hộ được 5 xe
- + Chi phí dự kiến cả năm = 2.000.000 x 5 x 12 = 120.000.000 đ/năm

Tổng chi phí = 980.000.000 đ/năm

❖ **Bảng tổng hợp chi phí dự kiến của biện pháp tăng doanh thu**

STT	Khoản mục chi phí	Chi phí dự kiến
1	Chi phí kiểm tra, bảo hành, bảo dưỡng, chiết khấu sản phẩm, phụ tùng	980,000,000
2	Chi phí marketing, khuyến mãi cho khách hàng	560,000,000
3	Tổng chi phí	1,540,000,000

3. Dự kiến kết quả đạt được từ các biện pháp tăng doanh thu

- ❖ Bảng dự kiến doanh thu sau khi áp dụng biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Lĩnh vực kinh doanh	Trước khi áp dụng	Sau khi áp dụng	Chênh lệch	
			Giá trị	Tỷ lệ
Bán Semi-Rơmoóc	45,423,975,438	48,387,988,452	2,964,013,014	7%
Bán container	15,819,425,826	17,986,209,467	2,166,783,641	14%
Cho thuê container	6,267,973,230	8,257,539,812	1,989,566,582	32%
Dịch vụ sửa chữa, bán phụ tùng	11,773,634,789	14,972,349,219	3,198,714,430	27%
Tổng	79,285,009,283	89,604,086,950	10,319,077,667	13%

Sau khi áp dụng biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tổng doanh thu dự kiến sẽ tăng thêm 13% tương ứng với 10,319,077,667đ so với năm 2012.

Thương hiệu Tân Thanh container sẽ có mặt ở hầu hết các công trình xây dựng lớn và được biết đến với cung cách phục vụ chuyên nghiệp, uy tín, chất lượng. Sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp có tính cạnh tranh sao hơn so với đối thủ và mục tiêu sẽ là sản phẩm hàng đầu tại khu vực miền Bắc.

❖ Bảng dự tính kết quả đạt được

Stt	Chỉ tiêu	Trước khi áp dụng biện pháp	Sau khi áp dụng biện pháp	Chênh lệch	
				Giá trị	%
1	Tổng doanh thu	79,285,009,283	89,604,086,950	10,319,077,667	13%
2	Tổng chi phí	79,321,463,268	89,309,197,290	9,987,734,022	13%
3	Lợi nhuận	161,222,639	294,889,660	133,667,021	83%
4	Lợi nhuận sau thuế	120,916,966	221,167,245	100,250,279	83%
5	Tổng vốn kinh doanh	29,370,504,366	29,370,504,366	-	0%
6	Tổng vốn chủ	10,000,000,000	10,000,000,000	-	0%
7	Hiệu suất lợi nhuận trên doanh thu (7=4/1)	0.0015	0.0025	0.0009	62%
8	Tỷ suất lợi nhuận trên chi phí (8=4/2)	0.0015	0.0025	0.0010	62%
9	Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ (9=4/6)	0.0121	0.0221	0.0100	83%
10	Tỷ suất doanh thu trên vốn kinh doanh (10=1/5)	2.699	3.051	0.351	13%

Dựa trên nền tảng mà doanh nghiệp đã xây dựng, các biện pháp trên đã phát huy được hiệu hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp từ chỗ lợi nhuận chỉ chiếm 0,2% so với doanh thu lên 0,5%. Cùng với đó là một loạt các chỉ số

phản ánh hiệu quả kinh doanh cũng tăng. Những tín hiệu tích cực đó cho thấy nếu các phương pháp trên được áp dụng thành công sẽ giúp cải thiện đáng kể tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Biện pháp 3: Xây dựng, đào tạo và quản lý đội ngũ nhân viên bán hàng chuyên nghiệp, hiệu quả.

- Xây dựng, đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, sáng tạo, đồng thời tạo môi trường cho nhân viên phát huy hết năng lực của bản thân.

Để tạo môi trường tốt cho nhân viên làm việc doanh nghiệp cần xây dựng chế độ làm việc chuyên trách, tạo cho nhân viên quyền làm chủ, dám quyết định và dám chịu trách nhiệm, khuyến khích nhân viên tận dụng những quan hệ trong công việc và cuộc sống để tìm kiếm thêm những khách hàng mới. Cùng với đó doanh nghiệp cũng cần phải xây dựng quy chế làm việc, chế độ thưởng rõ ràng, công bằng, ngoài ra doanh nghiệp nên có chế độ thưởng nóng để khuyến khích nhân viên khi có được hợp đồng lớn.

- Một yếu tố quan trọng khác là không ngừng nâng cao năng lực, kiến thức và kỹ năng bán hàng cho nhân viên kinh doanh. Để làm được điều này doanh nghiệp nên tổ chức khóa huấn luyện, thuê chuyên gia về giảng dạy kiến thức, kỹ năng cho nhân viên, đồng thời dùng những nhân viên có kinh nghiệm để dìu dắt, hướng dẫn nhân viên mới kiến thức và công việc thực tiễn, tiếp xúc khách hàng.

• Chi phí đào tạo, khen thưởng nhân viên

- Chi phí đào tạo

+ Hỗ trợ nhân viên tham gia khóa đào tạo nhân viên kinh doanh là 2.000.000đ/người

+ Số nhân viên tham gia khóa đào tạo là 10 người

+ Tổng chi phí dự kiến = 5.000.000 x 10 = 50.000.000đ/khóa

- Chi phí khen thưởng khuyến khích nhân viên

+ Chi phí trung bình một tháng là 15.000.000đ dành để khen thưởng nhân viên có thành tích xuất sắc, ngoài phần thưởng này nhân viên vẫn được thưởng theo quy chế của công ty.

+ Chi phí dự kiến = 15.000.000 x 12 = 180.000.000đ/năm

Tổng chi phí dự kiến = 230.000.000 đ/năm

- Dự kiến kết quả đạt được.
 - Đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, nắm bắt kiến thức thị trường, tăng kỹ năng bán hàng và thuyết phục khách hàng.
 - Năng suất lao động tăng, chất lượng lao động được nâng cao, dự kiến doanh nghiệp sẽ tăng được 5% tổng doanh thu.

Chỉ tiêu	Trước khi áp dụng biện pháp	Sau khi áp dụng biện pháp	Chênh lệch	
			Giá trị	%
Tổng doanh thu	79,285,009,283	83,249,259,747	3,964,250,464	5%
Lợi nhuận sau thuế	120,917,020	168,465,633	47,548,613	39%
Tổng quỹ lương	3,066,102,078	3,219,407,181	153,305,104	5%
Số lao động	45	45	-	0%
Năng suất lao động	1,761,889,095	1,849,983,550	88,094,455	5%
Lợi nhuận một lao động	2,687,045	3,743,681	1,056,636	39%
Thu nhập bình quân lao động	68,135,602	71,542,382	3,406,780	5%

KẾT LUẬN

Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh là vấn đề quan trọng và mang tính sống còn với mỗi doanh nghiệp. Để có thể thực hiện tốt được điều đó, đòi hỏi các doanh nghiệp phải chủ động tính toán các chỉ tiêu phản ánh hoạt động kinh doanh, thông qua đó phân tích, đánh giá mức độ của hiệu quả các công việc đang thực hiện. Phân tích các yếu tố của môi trường kinh tế, các yếu tố ảnh hưởng, xem xét sự phù hợp của các biện pháp hiện tại, lấy đó làm cơ sở để đề ra những biện pháp mới nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Năm qua là thời gian doanh nghiệp đang gặp phải nhiều khó khăn, hiệu quả kinh doanh thấp do doanh nghiệp đang trong giai đoạn xây dựng nền tảng cơ bản đầu, chi phí đầu tư cho hoạt động kinh doanh lớn nên mức lợi nhuận thấp. Thị trường trong thời gian tới được dự báo sẽ có nhiều ảnh hưởng tích cực hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, vì vậy doanh nghiệp cần nắm bắt tốt cơ hội để phát huy những cố gắng gây dựng của doanh nghiệp trong thời gian qua, làm cho tốc độ tăng doanh thu cao hơn tốc độ tăng của chi phí, mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Qua quá trình thực tập tại Công ty Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng, em đã có cơ hội được tiếp cận, nắm bắt kiến thức thực tế nhằm củng cố hơn nữa kiến thức được trang bị trên ghế nhà trường. Trên cơ sở lý thuyết và phân tích thực tế cho thấy những vấn đề còn tồn tại trong quá trình kinh doanh của công ty, bằng cách phân tích, đánh giá thông qua các chỉ tiêu cụ thể em đưa ra một số biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh cho phù hợp với thực tế tại doanh nghiệp và thị trường. Tuy nhiên còn do bó hẹp về thời gian, trình độ còn hạn chế, kinh nghiệm và kiến thức thực tế tích lũy còn thiếu, các thông tin và số liệu cần thiết bị hạn chế hoặc không thu thập được, do đó nguồn số liệu chỉ tương đối chính xác, chưa bao quát được đầy đủ. Vì vậy, bài khóa luận không sao tránh khỏi thiếu sót nhất định, em rất mong

nhận được những ý kiến đóng góp để đề tài này được hoàn thiện hơn nữa và được ứng dụng vào thực tiễn tại doanh nghiệp.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn cô Ths. Cao Thị Hồng Hạnh cùng các anh, chị cán bộ tại Công ty Tân Thanh – Chi nhánh Hải Phòng đã nhiệt tình giúp đỡ em, tạo điều kiện cho em hoàn thành khóa luận tốt nghiệp.

Em xin chân thành cảm ơn!