

LỜI MỞ ĐẦU

Trong điều kiện sản xuất kinh doanh theo cơ chế thị trường, để tồn tại và phát triển đòi hỏi các doanh nghiệp kinh doanh phải có lãi. Để đạt được hiệu quả cao nhất trong kinh doanh thì các doanh nghiệp cần phải xác định phương hướng, mục tiêu trong đầu tư, biện pháp sử dụng các điều kiện có sẵn về nguồn lực. Muốn vậy các doanh nghiệp phải nắm vững được các nhân tố ảnh hưởng, mức độ và xu hướng phát triển của từng nhân tố đến kết quả sản xuất kinh doanh. Điều đó chỉ được thực hiện trên cơ sở của phân tích kinh doanh.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh đối với doanh nghiệp, qua thời gian thực tập tốt nghiệp tại Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng cùng với sự hướng dẫn của cô giáo - Thạc Sĩ Nguyễn Thị Hoàng Đan em đã mạnh dạn đi sâu vào nghiên cứu và hoàn thành khoá luận tốt nghiệp với đề tài: **“Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng”**.

Mục đích cần đạt được là vận dụng những kiến thức hoạt động kinh doanh, tài chính và các môn học liên quan khác để phân tích, nhận dạng, những điểm mạnh, điểm yếu, thuận lợi cũng như khó khăn về thực trạng của Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng. Tìm hiểu, giải thích nguyên nhân đứng sau thực trạng đó và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh ở Công ty.

Kết cấu khoá luận gồm 3 phần:

Phần 1: Cơ sở lý luận về hiệu quả sản xuất kinh doanh

Phần 2: Phân tích và đánh giá thực trạng của Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

Phần 3: Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

Với trình độ hiểu biết và thời gian nghiên cứu thực tế có hạn nên bài làm của em không tránh khỏi những sai sót. Em mong nhận được sự góp ý của các thầy cô giáo, các nhân viên trong công ty để khoá luận của em được hoàn thiện hơn.

Với lòng kính trọng và biết ơn sâu sắc, em xin cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của cô giáo - Thạc Sĩ Nguyễn Thị Hoàng Đan là người trực tiếp hướng dẫn, các thầy cô giáo trong khoa Quản trị Kinh doanh trường Đại học Dân lập Hải Phòng cùng tập thể lãnh đạo công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng đã chỉ dẫn, tạo điều kiện và giúp đỡ em trong quá trình thực hiện đề tài này.

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

TSCĐ: Tài sản cố định

LĐ: Lao động

DT: Doanh thu

HQ: Hiệu quả

KQ: Kết quả

TNHH 1 TV: Trách nhiệm hữu hạn một thành viên

UBND: Ủy ban nhân dân

XKLD: Xuất khẩu lao động

ĐLCK: Đại lý chứng khoán

QC: Quảng cáo

CCDV: Cung cấp dịch vụ

QLDN: Quản lý doanh nghiệp

DN: Doanh nghiệp

CP: Chi phí

LNtt: Lợi nhuận trước thuế

TNDN: Thuế thu nhập doanh nghiệp

LNst: Lợi nhuận sau thuế

SXKD: Sản xuất kinh doanh

VLĐ: Vốn lưu động

KN: Khả năng

MỤC LỤC

PHẦN 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH..... 6

1.1. Hiệu quả sản xuất kinh doanh, bản chất và vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh..... 6

1.1.1. Khái niệm kết quả 6

1.1.2. Khái niệm hiệu quả..... 6

1.1.3. Khái niệm hiệu quả kinh doanh..... 7

1.1.4. Hiệu quả khác kết quả như thế nào..... 7

1.1.5. Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh..... 8

1.1.6. Vai trò của hiệu quả kinh doanh..... 9

1.2. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh..... 11

1.2.1. Chỉ tiêu tổng quát..... 11

1.2.2. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định 12

1.2.3. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động 13

1.2.4. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động 15

1.2.5. Chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng chi phí..... 16

1.2.6. Các chỉ tiêu sinh lời..... 16

1.2.6.1. Khả năng sinh lời so với doanh thu 16

1.2.6.2. Khả năng sinh lời của tài sản (ROA)..... 16

1.2.6.3. Khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE) 17

1.3. Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh 17

1.4. Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp 19

1.4.1. Nhóm nhân tố môi trường bên ngoài..... 19

1.4.2 Các nhân tố bên trong..... 21

1.5. Các phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh. 24

1.5.1. Phương pháp so sánh..... 24

1.5.2. Phương pháp thay thế liên hoàn (Loại trừ dần) 25

1.5.3. Phương pháp tính số chênh lệch..... 25

1.5.4. Phương pháp cân đối..... 26

1.5.5. Phương pháp phân tích chi tiết 26

1.6. Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh..... 27

1.6.1. Phân tích tài chính..... 27

1.6.2. <i>Thúc đẩy chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp</i>	29
1.6.3. <i>Thúc đẩy thực hiện Marketing</i>	29
1.6.4. <i>Giải pháp về nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cố định</i>	30
1.6.5. <i>Giải pháp về nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động</i>	31
1.6.6. <i>Giải pháp về hạ giá thành sản phẩm</i>	33
1.6.7. <i>Giải pháp về tăng năng suất lao động</i>	34
PHẦN 2. PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN VẠN HOA HẢI PHÒNG	35
2.1. Phân tích thực trạng của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng	35
2.1.1. <i>Khái quát quá trình hình thành và phát triển của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	35
2.1.2. <i>Sơ đồ tổ chức của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	36
2.1.3. <i>Những thuận lợi và khó khăn hiện nay của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	37
2.1.4. <i>Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	41
2.1.4.1. <i>Ngành nghề kinh doanh</i>	41
2.1.4.2. <i>Các sản phẩm dịch vụ</i>	41
2.1.4.3. <i>Thị trường tiêu thụ</i>	42
2.1.4.4. <i>Một số chỉ tiêu về hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong 2 năm 2007 – 2008</i>	43
2.2. Đánh giá hoạt động kinh doanh của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng	44
2.2.1. <i>Đánh giá tình hình thực hiện doanh thu của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	44
2.2.2. <i>Đánh giá tình hình thực hiện chỉ tiêu chi phí của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	46
2.2.3. <i>Đánh giá tình hình thực hiện chỉ tiêu lợi nhuận</i>	49
2.2.4. <i>Đánh giá tình hình sử dụng các nguồn lực của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	51
2.2.4.1. <i>Đánh giá hiệu quả sử dụng lao động của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	51

2.2.4.2. <i>Đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	53
2.2.4.3. <i>Đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	57
2.2.5. <i>Đánh giá tổng hợp kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	60
2.2.6. <i>Đánh giá tổng hợp hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng</i>	61
PHẦN 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN	64
VẠN HOA HẢI PHÒNG	64
3.1. Mục tiêu, phương hướng hoạt động sản xuất kinh doanh trong giai đoạn tới	64
3.1.1. <i>Nhiệm vụ cụ thể</i>	64
3.1.2. <i>Dự kiến các chỉ tiêu chủ yếu giai đoạn 2009-2012.</i>	66
3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng	66
3.2.1. <i>Biện pháp 1: Tăng cường công tác quảng cáo, xúc tiến bán hàng.</i> 66	
3.2.1.1. <i>Cơ sở của biện pháp</i>	66
3.2.1.2. <i>Nội dung của biện pháp</i>	66
3.2.1.3. <i>Lợi ích của biện pháp</i>	68
3.2.2. <i>Biện pháp 2: Giải pháp lập website riêng cho công ty</i>	68
3.2.2.1. <i>Cơ sở của giải pháp</i>	68
3.2.2.2. <i>Cách thực hiện giải pháp</i>	69
3.2.2.3. <i>Dự kiến kết quả đạt được</i>	71
3.2.3. <i>Biện pháp 3: Quản lý và sử dụng vốn lưu động có hiệu quả</i>	71
3.2.3.1. <i>Cơ sở của biện pháp</i>	71
3.2.3.2. <i>Mục đích của biện pháp</i>	73
3.2.3.3. <i>Đơn vị thực hiện biện pháp</i>	73
3.2.3.4. <i>Cách thức thực hiện biện pháp</i>	73
3.2.3.5. <i>Kết quả mong đợi khi thực hiện biện pháp</i>	74
KẾT LUẬN	76
TÀI LIỆU THAM KHẢO	77

PHẦN 1**CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH****1.1. Hiệu quả sản xuất kinh doanh, bản chất và vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh****1.1.1. Khái niệm kết quả**

Kết quả là chỉ tiêu kế hoạch phản ánh kết quả công tác trong một kỳ.

Kết quả bao gồm các nội dung sau:

- Các kết quả vật chất: Tức là các giá trị sử dụng dưới dạng sản phẩm hay dịch vụ được doanh nghiệp tạo ra nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường. Nó được thể hiện bằng các chỉ tiêu khối lượng tính theo đơn vị hiện vật và tính theo đơn vị giá trị.

- Kết quả về mặt tài chính: Thể hiện thông qua các chỉ tiêu lợi nhuận bao gồm phần để lại trong doanh nghiệp (phần doanh nghiệp được hưởng) và phần doanh nghiệp nộp lại cho nhà nước. [1]

1.1.2. Khái niệm hiệu quả

Hiệu quả là phạm trù có vai trò đặc biệt trong khoa học kinh tế và quản lý kinh tế, bởi lẽ mọi hoạt động kinh tế đều được đánh giá thông qua các chỉ tiêu hiệu quả.

Hiệu quả là một chỉ tiêu phản ánh tính chất lượng và trình độ quản lý sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp được đo bằng tỷ số giữa kết quả thu được và chi phí bỏ ra để có được kết quả đó. Những chỉ tiêu phản ánh hiệu quả trong doanh nghiệp bao gồm:

- Doanh lợi (lợi nhuận/doanh thu, lợi nhuận/vốn kinh doanh...)
- Định mức tiêu hao vật tư/sản phẩm.
- Vòng quay vốn lưu động.

Hiệu quả là tiêu chuẩn đánh giá mọi hoạt động kinh tế.

Ý nghĩa và tác dụng của việc xây dựng, đánh giá hiệu quả và nâng cao hiệu quả trong thực tế về mặt khoa học dẫn xuất từ căn cứ: mọi quá trình kinh tế từ việc sản xuất kinh doanh của các đơn vị kinh tế cơ sở cho đến sự phát triển

của từng vùng, từng ngành và toàn bộ nền kinh tế quốc dân đều quan hệ với hai yếu tố cơ bản: chi phí và kết quả. [1]

1.1.3. Khái niệm hiệu quả kinh doanh

“Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn nhân, tài, vật, lực của doanh nghiệp để tạo được kết quả cao nhất trong quá trình kinh doanh với tổng chi phí thấp nhất”.

“Hiệu quả sản xuất diễn ra khi xã hội không thể tăng sản lượng một loại hàng hoá này mà không cắt giảm sản lượng một loại hàng hoá khác. Một nền kinh tế hiệu quả nằm trên đường giới hạn khả năng sản xuất của nó”.

Từ các định nghĩa trên ta có thể rút ra khái niệm về hiệu quả kinh doanh như sau:

“Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế theo chiều sâu phản ánh các trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ chi phí các nguồn lực đó trong quá trình tái sản xuất nhằm thực hiện mục tiêu kinh doanh”. [1]

1.1.4. Hiệu quả khác kết quả như thế nào

Kết quả

Kết quả là số tuyệt đối, trong bất cứ hoạt động nào của con người cũng cho ta một kết quả nhất định.

Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là những sản phẩm mang lại lợi ích tiêu dùng cho xã hội (sản phẩm vật chất hay phi vật chất). Những sản phẩm này phù hợp với lợi ích kinh tế và trình độ văn minh tiêu dùng xã hội, được người tiêu dùng chấp nhận.

Như vậy kết quả là biểu hiện quy mô của một chỉ tiêu hay thực lực của một đơn vị sản xuất trong một kỳ kinh doanh nào đó. Tuy nhiên các kết quả của hoạt động sản xuất kinh doanh chỉ nói lên được bản chất bên trong của nó, nhưng chưa thể hiện được mối quan hệ của nó với các chỉ tiêu khác. Do đó dùng một chỉ tiêu kết quả để đánh giá chất lượng công tác quản lý kinh doanh người ta so sánh các chỉ tiêu kết quả với nhau để cho ta các chỉ tiêu hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Hiệu quả

Khi so sánh các chỉ tiêu kết quả với nhau và với các yếu tố đầu vào thì cho ta một chỉ tiêu hiệu quả như sau: Lợi nhuận/ Danh thu, Lợi nhuận/ Chi phí...

Hệ thống chỉ tiêu tổng quát:

$$\text{HQ tuyệt đối} = \text{Kết quả đầu ra} - \text{chi phí đầu vào}$$

* Nếu chỉ tiêu này lớn hơn 1 hay kết quả đầu ra lớn hơn chi phí đầu vào thì công ty làm ăn có hiệu quả và ngược lại.

* Nếu chỉ tiêu này bằng 0 hay kết quả đầu ra bằng chi phí đầu vào thì hoà vốn.

$$\text{HQ tương đối} = \frac{\text{KQ đầu ra}}{\text{Chi phí đầu vào}}$$

Kết quả đầu ra được đo bằng các chỉ tiêu như giá trị tổng sản lượng, doanh thu thuần, lợi nhuận thuần...

Chi phí đầu vào bao gồm : Lao động, vật tư, tiền vốn...

Ta thấy không có sự đồng nhất giữa hiệu quả kinh tế với kết quả kinh tế.

* Hiệu quả kinh tế là phạm trù so sánh thể hiện mối tương quan giữa cái bỏ ra và cái thu được về.

* Kết quả chỉ là yếu tố cần thiết để tính toán và phân tích hiệu quả. [1]

1.1.5. Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh

Bản chất của hiệu quả kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm lao động xã hội. Đây là hai mặt có mối quan hệ mật thiết của vấn đề hiệu quả kinh tế. Chính việc khan hiếm nguồn lực và việc sử dụng chúng có tính cạnh tranh ngày càng tăng của xã hội, đặt ra yêu cầu ngày càng phải khai thác, tận dụng triệt để các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu kinh doanh các doanh nghiệp buộc phải chú trọng đến các điều kiện nội tại, phát huy năng lực, hiệu năng của các yếu tố sản xuất, tiếp kiệm mọi chi phí. Vì vậy, yêu cầu của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là phải đạt kết quả tối đa hoá với chi phí tối thiểu, hay chính xác hơn là đạt kết quả tối đa với chi phí nhất định.

Trong điều kiện xã hội nước ta hiện nay, hiệu quả sản xuất kinh doanh

được đánh giá trên 2 là tiêu thức hiệu quả về mặt kinh tế và tiêu thức hiệu quả về mặt xã hội. Tuy từng thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh mà hiệu quả kinh doanh theo 2 tiêu thức này cũng khác nhau. Đối với các doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần, công ty TNHH, công ty nước ngoài, tiêu thức hiệu quả kinh tế được quan tâm nhiều hơn. Với doanh nghiệp nhà nước có sự góp vốn và chỉ đạo của nhà nước thì tiêu thức hiệu quả xã hội lại được đề cao nhiều hơn. Điều này phù hợp với mục tiêu của Chủ nghĩa xã hội, đó là không ngừng nâng cao nhu cầu vật chất tinh thần của toàn xã hội, không có sự phân biệt, bình đẳng giữa các thành phần kinh tế và giữa nội bộ nhân dân toàn xã hội.

Tuy nhiên cũng thấy rằng, hiệu quả về mặt kinh tế là những lợi ích kinh tế mà doanh nghiệp đạt được sau khi bù đắp các khoản chi phí về lao động xã hội. Hiệu quả về mặt xã hội là những lợi ích kinh tế mà doanh nghiệp tạo ra đem lại cho xã hội, bản thân doanh nghiệp trong quá trình kinh doanh của mình.

Đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh là rất phức tạp và khó tính toán. Việc xác định một cách chính xác kết quả và hao phí nguồn lực gắn với một thời kỳ cụ thể là rất khó khăn. Bởi vì nó vừa là thước đo trình độ quản lý của cán bộ lãnh đạo, vừa là chỉ tiêu đánh giá trình độ sử dụng các yếu tố đầu vào, vừa phải đồng thời thoả mãn lợi ích của doanh nghiệp và Nhà nước. Vì vậy cần phải hiểu rõ bản chất của phạm trù hiệu quả kinh doanh, từ đó phân tích và tìm ra phương pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và phát triển doanh nghiệp theo các mục tiêu đã định trước. [2]

1.1.6. Vai trò của hiệu quả kinh doanh

Theo những nghiên cứu trên thì hiệu quả là một chỉ tiêu tổng hợp từ nhiều yếu tố khác nhau, nó nói lên kết quả của toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

*** Đối với doanh nghiệp**

Trong nền kinh tế thị trường ngày càng hội nhập và mở cửa hiện nay, sự cạnh tranh cũng ngày càng gay gắt thì điều kiện đầu tiên đối với mỗi doanh nghiệp về hoạt động là cần phải quan tâm đến hiệu quả của quá trình kinh

doanh, hiệu quả càng cao thì doanh nghiệp càng đứng vững và phát triển.

Hiệu quả của quá trình sản xuất kinh doanh chính là điều kiện quan trọng nhất đảm bảo sản xuất nhằm nâng cao số lượng và chất lượng của hàng hoá, giúp cho doanh nghiệp củng cố được vị trí và cải thiện điều kiện là việc cho người lao động, xây dựng cơ sở vật chất, mua sắm thiết bị đầu tư công nghệ mới góp phần vào lợi ích xã hội. Nếu doanh nghiệp hoạt động không hiệu quả, không bù đắp được những chi phí bỏ ra thì đương nhiên doanh nghiệp sẽ không phát triển mà còn khó đứng vững và tất yếu sẽ dẫn đến phá sản.

Như vậy, hiệu quả sản xuất kinh doanh đối với doanh nghiệp là rất quan trọng, nó quyết định sự sống còn của các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường, nó giúp cho doanh nghiệp chiếm lĩnh được thị trường, đạt được những thành quả to lớn cũng như phá huỷ những gì mà doanh nghiệp đã xây dựng và vĩnh viễn không còn trong nền kinh tế.

*** Đối với kinh tế xã hội**

Một nền kinh tế xã hội phát triển hay không luôn đòi hỏi các thành phần kinh tế đó làm ảnh hưởng đạt được những thuận lợi sau:

Doanh nghiệp kinh doanh tốt, làm ăn có hiệu quả thì điều đầu tiên doanh nghiệp đó mang lại cho nền kinh tế xã hội là tăng sản phẩm trong xã hội, tạo ra việc làm, nâng cao đời sống dân cư, thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Doanh nghiệp làm ăn có lãi thì sẽ phải đầu tư nhiều hơn vào quá trình tái sản xuất mở rộng để tạo ra nhiều sản phẩm hơn, tạo ra nguồn sản phẩm dồi dào, đáp ứng nhu cầu đầy đủ, từ đó người dân có quyền lựa chọn sản phẩm phù hợp và tốt nhất, mang lại lợi ích cho mình và cho doanh nghiệp.

Hiệu quả sản xuất kinh doanh tăng, doanh nghiệp sẽ có điều kiện nâng cao chất lượng hàng hoá, hạ giá thành sản phẩm, dẫn đến hạ giá bán, tạo ra mức tiêu thụ mạnh trong người dân, điều đó không những có lợi cho doanh nghiệp mà còn có lợi cho nền kinh tế quốc dân, góp phần ổn định và tăng trưởng cho nền kinh tế quốc dân.

Các nguồn thu từ ngân sách nhà nước chủ yếu từ các doanh nghiệp. Khi đó doanh nghiệp hoạt động hiệu quả sẽ tạo ra nguồn thu thúc đẩy đầu tư xã hội.

Ví dụ khi doanh nghiệp đóng lượng thuế nhiều lên giúp Nhà nước xây dựng thêm cơ sở hạ tầng, đào tạo nhân lực, mở rộng quan hệ quốc tế. Kèm theo điều đó là văn hoá xã hội, trình độ dân trí được đẩy mạnh, thúc đẩy nền kinh tế phát triển tạo điều kiện nâng cao mức sống cho người lao động, tạo tâm lý ổn định tin tưởng vào doanh nghiệp nên càng nâng cao năng suất, chất lượng. Điều này không những tốt đối với doanh nghiệp mà còn tạo lợi ích xã hội, nhờ đó doanh nghiệp giải quyết số lao động thừa của xã hội. Điều đó giúp cho xã hội giải quyết những vấn đề khó khăn trong quá trình phát triển và hội nhập.

Việc doanh nghiệp đạt được hiệu quả sản xuất kinh doanh có vai trò hết sức quan trọng với chính bản thân doanh nghiệp cũng như đối với xã hội. Nó tạo ra tiền đề vững chắc cho sự phát triển của doanh nghiệp cũng như của xã hội, trong đó mỗi doanh nghiệp chỉ là một cá thể nhưng nhiều cá thể vững vàng và phát triển cộng lại sẽ tạo ra nền kinh tế phát triển bền vững. [2]

1.2. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.2.1. Chỉ tiêu tổng quát

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \frac{\text{Kết quả đầu ra}}{\text{Yếu tố đầu vào}}$$

Kết quả đầu ra được đo bằng các chỉ tiêu như: giá trị tổng sản lượng, tổng doanh thu thuần, lợi nhuận thuần, lợi tức gộp... Còn yếu tố đầu vào bao gồm lao động, tư liệu lao động, đối tượng lao động, vốn chủ sở hữu, vốn vay...

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

Hiệu quả kinh doanh lại có thể tính bằng cách so sánh nghịch đảo:

$$\text{Hiệu quả kinh doanh} = \frac{\text{Yếu tố đầu vào}}{\text{Kết quả đầu ra}}$$

Công thức này phản ánh năng suất hao phí của các chỉ tiêu đầu vào nghĩa là để có 1 đơn vị kết quả đầu ra thì hao phí hết mấy đơn vị chi phí (hoặc vốn) ở đầu vào. [3]

1.2.2. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định

* Hiệu suất sử dụng vốn cố định

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn cố định} = \frac{\text{Doanh thu (hoặc doanh thu thuần) trong kỳ}}{\text{Số vốn cố định bình quân trong kỳ}} \quad [5]$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ trung bình 1 đồng vốn cố định thì tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu thể hiện trình độ sử dụng tài sản cố định, khả năng sinh lợi của tài sản trong kinh doanh.

Số vốn cố định bình quân trong kỳ được tính theo phương pháp bình quân số học giữa số vốn cố định ở đầu kỳ và cuối kỳ:

$$\text{Số vốn cố định bình quân trong kỳ} = \frac{\text{Số vốn cố định đầu kỳ} + \text{Số vốn cố định cuối kỳ}}{2} \quad [5]$$

Trong đó số vốn cố định ở đầu kỳ(hoặc cuối kỳ) được tính theo công

$$\text{Số vốn cố định ở đầu kỳ (hoặc cuối kỳ)} = \text{Nguyên giá TSCĐ ở đầu kỳ(hoặc cuối kỳ)} - \text{Số tiền khấu hao lũy kế ở đầu kỳ hoặc cuối kỳ}$$

$$\begin{matrix} \text{Số tiền} \\ \text{khấu hao} \\ \text{lũy kế ở} \\ \text{cuối kỳ} \end{matrix} = \begin{matrix} \text{Số tiền} \\ \text{khấu} \\ \text{hao ở} \\ \text{đầu kỳ} \end{matrix} + \begin{matrix} \text{Số tiền} \\ \text{khấu} \\ \text{hao tăng} \\ \text{trong kỳ} \end{matrix} - \begin{matrix} \text{Số tiền} \\ \text{khấu hao} \\ \text{giảm trong} \\ \text{kỳ} \end{matrix} \quad [5]$$

* Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận vốn cố định phản ánh một đồng vốn cố định trong kỳ có thể tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế (hoặc lợi nhuận sau thuế thu nhập).

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế (hoặc sau thuế thu nhập)}}{\text{Số vốn cố định bình quân trong kỳ}} \times 100\% \quad [5]$$

* Hiệu suất sử dụng tài sản cố định

$$\begin{aligned} \text{Hiệu suất sử dụng tài sản cố định} &= \frac{\text{Tổng doanh thu thuần (hoặc giá trị sản lượng)}}{\text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định}} \quad [6] \\ \text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định} &= \frac{\text{Nguyên giá tài sản cố định đầu kỳ} + \text{Nguyên giá tài sản cố định cuối kỳ}}{2} \end{aligned}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định đem lại mấy đồng doanh thu thuần (hay giá trị sản lượng)

* Sức sinh lợi của tài sản cố định

$$\text{Sức sinh lợi của tài sản cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định}} \quad [6]$$

Chỉ tiêu sức sinh lợi của TSCĐ cho biết 1 đồng nguyên giá TSCĐ đem lại mấy đồng lợi nhuận thuần hay lãi gộp

* Suất hao phí tài sản cố định

$$\text{Suất hao phí tài sản cố định} = \frac{\text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định}}{\text{Doanh thu thuần hay lợi nhuận thuần (hay tổng giá trị sản lượng)}} \quad [6]$$

Qua chỉ tiêu này ta thấy để có được 1 đồng doanh thu thuần hay lợi nhuận thuần cần bao nhiêu đồng nguyên giá TSCĐ bình quân.

1.2.3. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động

* Phân tích chung

+ Sức sản xuất của vốn lưu động:

$$\text{Sức sản xuất của vốn lưu động} = \frac{\text{Tổng doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân năm}} \quad [6]$$

Trong đó:

$$\text{Vốn lưu động bình quân tháng} = \frac{\text{Vốn lưu động đầu tháng} + \text{Vốn lưu động cuối tháng}}{2} \quad [6]$$

$$\text{Vốn lưu động bình quân quý} = \frac{\text{Cộng vốn lưu động bình quân 3 tháng}}{3}$$

$$\text{Vốn lưu động bình quân năm} = \frac{\text{Cộng vốn lưu động bình quân 4 quý}}{4}$$

Sức sản xuất của vốn lưu động cho biết 1 đồng vốn lưu động đem lại mấy đồng doanh thu thuần

+ Sức sinh lợi của vốn lưu động

$$\text{Sức sinh lợi của vốn lưu động} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân năm}} \quad [6]$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn lưu động làm ra mấy đồng lợi nhuận thuần hay lãi gộp trong kỳ

* Phân tích tốc độ luân chuyển của vốn lưu động

+ Số vòng quay vốn lưu động:

$$\text{Số vòng quay vốn lưu động} = \frac{\text{Tổng số doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân}} \quad [6]$$

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

+ Thời gian của một vòng luân chuyển:

$$\text{Thời gian của 1 vòng luân chuyển} = \frac{\text{Thời gian của kỳ phân tích (360 ngày)}}{\text{Số vòng quay của vốn lưu động trong kỳ}} \quad [6]$$

Chỉ tiêu này thể hiện số ngày cần thiết cho vốn lưu động quay được 1 vòng. Thời gian của 1 vòng luân chuyển càng nhỏ thì tốc độ luân chuyển càng lớn và rút ngắn chu kỳ kinh doanh, vốn quay vòng hiệu quả hơn.

+ Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động:

$$\text{Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động} = \frac{\text{Vốn lưu động bình quân}}{\text{Tổng số doanh thu thuần}} \quad [6]$$

Hệ số này càng nhỏ chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn càng cao, số vốn tiết kiệm được càng nhiều. Qua chỉ tiêu này ta biết được để có 1 đồng doanh thu thì cần mấy đồng vốn lưu động.

1.2.4. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

* Mức sinh lời của một lao động

$$\text{Mức sinh lời của một lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Số lượng lao động bình quân}} \quad [7]$$

Trong đó:

$$\text{Số lượng lao động bình quân} = \frac{\text{Số LĐ đầu kỳ} + \text{Số LĐ cuối kỳ}}{2}$$

Chỉ tiêu này cho biết mỗi lao động được sử dụng trong doanh nghiệp tạo ra bao nhiêu lợi nhuận trong kỳ nhất định.

* Doanh thu bình quân của một lao động

$$\text{Doanh thu bình quân của 1 lao động} = \frac{\text{DT tiêu thụ sản phẩm trong kỳ (DT thuần)}}{\text{Số lượng LĐ bình quân năm}} \quad [7]$$

Chỉ tiêu này cho biết một lao động có thể tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ

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

Chi phí là một chỉ tiêu bằng tiền của tất cả các chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra trong quá trình sản xuất kinh doanh. Nếu giảm chi phí sẽ làm tốc độ vốn lưu động quay nhanh hơn và là biện pháp quan trọng để hạ giá thành sản phẩm.

* Hệ số chi phí được xác định theo công thức sau:

$$\text{Hệ số chi phí} = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng chi phí trong kỳ}} \quad [7]$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng chi phí cho hoạt động sản xuất kinh doanh trong kỳ thu được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng cao càng tốt vì nó thể hiện mỗi đồng chi phí mà Doanh nghiệp bỏ ra để sản xuất kinh doanh đã mang lại hiệu quả tốt.

* Tỷ suất lợi nhuận chi phí

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận chi phí} = \frac{\text{Tổng lợi nhuận trong kỳ}}{\text{Tổng chi phí trong kỳ}} \quad [7]$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng chi phí cho hoạt động sản xuất kinh doanh trong kỳ thu được bao nhiêu lợi nhuận.

1.2.6. Các chỉ tiêu sinh lời**1.2.6.1. Khả năng sinh lời so với doanh thu**

Tỷ số này đo lường khả năng sinh lời so với doanh thu. Phản ánh 1 đồng doanh thu mà doanh nghiệp thực hiện trong kỳ có mấy đồng lợi nhuận

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Doanh thu (thuần)}} \quad [4]$$

1.2.6.2. Khả năng sinh lời của tài sản (ROA)

Tỷ số này đo lường khả năng sinh lời so với tài sản, hay nói cách khác nó phản ánh 1 đồng giá trị tài sản mà doanh nghiệp đã huy động vào sản xuất kinh doanh tạo ra mấy đồng lợi nhuận trước thuế và lãi vay.

$$\text{Tỷ suất sinh lời của tài sản} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế và lãi vay}}{\text{Giá trị tài sản bình quân}} \quad [4]$$

1.2.6.3. Khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE)

Mục tiêu hoạt động của doanh nghiệp là tạo ra lợi nhuận cho các chủ doanh nghiệp. Doanh lợi vốn chủ sở hữu chỉ là chỉ tiêu đánh giá mức độ thực hiện của chỉ tiêu này.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}} \quad [4]$$

Chỉ tiêu này phản ánh 1 đồng vốn mà chủ sở hữu bỏ vào kinh doanh mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Tỷ suất này càng lớn biểu hiện xu hướng tích cực, nó đo lường lợi nhuận đạt được trên vốn góp của chủ sở hữu. Những nhà đầu tư thường quan tâm đến chỉ tiêu này vì họ quan tâm đến khả năng thu được lợi nhuận so với vốn mà họ bỏ ra.

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

** Đối với toàn bộ nền kinh tế quốc dân*

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Nó phản ánh mức độ hoàn thiện của các quan hệ sản xuất trong nền kinh tế thị trường, sử dụng tối đa hiệu quả của các nguồn lực tự có. Hiệu quả sản xuất kinh doanh càng được nâng cao thì quan hệ sản xuất càng củng cố lực lượng sản xuất phát triển, hay ngược lại quan hệ sản xuất và lực lượng sản xuất kém phát triển dẫn đến sự kém hiệu quả của hoạt động kinh doanh.

** Đối với doanh nghiệp*

Hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh không những là thước đo giá trị chất lượng phản ánh trình độ tổ chức và quản lý sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, mà còn là cơ sở để duy trì sự tồn tại của doanh nghiệp. Sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp được xác định dựa trên uy tín của doanh nghiệp trên thương trường có vững chắc hay không, có giữ được lòng tin của khách hàng

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

Ngoài ra việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh còn là nhân tố thúc đẩy cạnh tranh và việc tự hoàn thiện của bản thân doanh nghiệp trong cơ chế thị trường hiện nay. Cạnh tranh trên thị trường ngày càng khốc liệt bởi nó không chỉ đòi hỏi rất cao về chất lượng sản phẩm dịch vụ. Để không bị bóp nghẹt trong vòng quay đến chóng mặt của thị trường, không còn cách nào khác là phải cạnh tranh lành mạnh, đồng thời nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh để đảm bảo cho doanh nghiệp tồn tại và phát triển lâu dài.

Bên cạnh đó việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh còn làm tăng thêm sự thu hút vốn của các nhà đầu tư.

** Đối với người lao động*

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

Đặc biệt hiệu quả sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp chi phối rất nhiều đến thu nhập của người lao động ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống vật chất, tinh thần của họ. Hiệu quả sản xuất kinh doanh cao mới đảm bảo cho người lao động có được việc làm ổn định, đời sống tinh thần vật chất cao, thu nhập cao. Ngược lại hiệu quả kinh doanh thấp sẽ kiến cho người lao động có một mức sống không ổn định thu nhập thấp và luôn đứng trước nguy cơ thất nghiệp. [2]

1.4. Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trong các doanh nghiệp là yêu cầu quan trọng và là mục tiêu hàng đầu trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Chính vì vậy việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh chính là việc nâng cao hiệu quả của tất cả các hoạt động trong quá trình kinh doanh. Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp chịu sự tác động của rất nhiều nhân tố ảnh hưởng khác nhau. Để đạt được hiệu quả nâng cao đòi hỏi các doanh nghiệp phải có các quyết định chiến lược và quyết sách đúng trong quá trình lựa chọn các cơ hội hấp dẫn cũng như tổ chức, quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh cần phải tiến hành nghiên cứu toàn diện và hệ thống các yếu tố ảnh hưởng tới việc nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả sản xuất kinh doanh có thể được chia thành hai nhóm, đó là nhóm ảnh hưởng bên ngoài và nhóm nhân tố ảnh hưởng bên trong. Mục tiêu của quá trình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm mục đích lựa chọn các phương án kinh doanh phù hợp. Tuy nhiên nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả sản xuất kinh doanh cần phải được thực hiện trong suốt quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trên thị trường. [8]

1.4.1. Nhóm nhân tố môi trường bên ngoài

*** Đối thủ cạnh tranh**

Bao gồm các đối thủ cạnh tranh sơ cấp (cùng tiêu thụ các sản phẩm đồng nhất) và các đối thủ cạnh tranh thứ cấp (sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm có khả năng thay thế). Nếu đối thủ cạnh tranh mạnh thì việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh sẽ trở nên khó khăn hơn rất nhiều. Bởi vì lúc này doanh nghiệp chỉ có thể nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh bằng cách nâng cao chất lượng, giảm giá thành sản phẩm để đẩy mạnh tốc độ tiêu thụ, tăng doanh thu, tăng vòng quay của vốn, hiệu quả hơn để tạo cho doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh về giá cả, chủng loại, mẫu mã... Như vậy đối thủ cạnh tranh có ảnh hưởng rất lớn đến việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tạo ra động lực phát triển của doanh nghiệp. Việc xuất hiện ngày càng nhiều đối thủ cạnh tranh

thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp sẽ càng khó khăn và sẽ bị giảm một cách tương đối.

*** Thị trường**

Nhân tố thị trường ở đây bao gồm cả thị trường đầu vào và thị trường đầu ra của doanh nghiệp. Nó là yếu tố quyết định quá trình tái sản xuất của doanh nghiệp. Đối với thị trường đầu vào cung cấp các yếu tố cho quá trình sản xuất như máy móc, thiết bị... cho nên tác động trực tiếp đến giá thành sản phẩm, tính liên tục và hiệu quả của quá trình sản xuất. Còn đối với thị trường đầu ra, quyết định doanh thu của doanh nghiệp trên cơ sở chấp nhận hàng hoá, dịch vụ của doanh nghiệp, thị trường đầu ra sẽ quyết định tốc độ tiêu thụ, tạo vòng quay vốn nhanh hay chậm từ đó có tác động đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

*** Tập quán dân cư và mức độ thu nhập bình quân toàn dân cư**

Đây là nhân tố quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, nó quyết định mức độ chất lượng, số loại, chủng loại... Doanh nghiệp cần phải nắm bắt và nghiên cứu làm sao cho phù hợp với sức mua, thói quen tiêu dùng, mức thu nhập bình quân của tầng lớp dân cư. Những nhân tố này có tác động một cách gián tiếp lên quá trình sản xuất kinh doanh cũng như công tác marketing và cuối cùng là hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

*** Môi trường chính trị, pháp luật**

Các nhân tố thuộc môi trường chính trị, pháp luật chi phối mạnh mẽ đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Sự ổn định chính trị là một trong những tiền đề quan trọng cho sự hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sự thay đổi môi trường chính trị có thể có lợi cho doanh nghiệp này nhưng lại kìm hãm sự phát triển của nhóm 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 kinh doanh. Mức độ hoàn thiện, sự thay đổi và thực thi pháp luật trong nền kinh tế có ảnh hưởng tới việc hoạch định, tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Môi trường này có tác động trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp vì môi trường pháp luật ảnh hưởng đến mặt hàng sản xuất, ngành nghề, phương thức kinh doanh... của doanh nghiệp. Không những

thể, nó còn tác động đến chi phí của doanh nghiệp như chi phí lưu thông, chi phí vận chuyển... đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu lại còn bị ảnh hưởng bởi chính sách thương mại quốc tế, hạn ngạch do Nhà nước giao cho, luật bảo hộ cho các doanh nghiệp tham gia hoạt động kinh doanh. Tóm lại môi trường chính trị có ảnh hưởng tới việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh bằng cách tác động đến hoạt động của doanh nghiệp thông qua hệ thống công cụ vĩ mô...[8]

1.4.2 Các nhân tố bên trong

Các nhân tố chủ quan bên trong doanh nghiệp chính là thể hiện tiềm lực của một doanh nghiệp. Cơ hội, chiến lược kinh doanh và hiệu quả kinh doanh luôn phụ thuộc chặt chẽ và các yếu tố phản ánh tiềm lực của một doanh nghiệp cụ thể. Tiềm lực của một doanh nghiệp không phải là bất biến mà có thể phát triển mạnh lên hay yếu đi, có thể thay đổi toàn bộ hay bộ phận. Chính vì vậy trong quá trình kinh doanh các doanh nghiệp luôn phải chú ý tới các nhân tố này nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp hơn nữa.

*** Nhân tố vốn**

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

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

*** Nhân tố con người**

Trong sản xuất kinh doanh con người là nhân tố quan trọng hàng đầu để đảm bảo thành công. Máy móc dù tối tân đến đâu cũng do con người chế tạo ra, dù có hiện đại đến đâu cũng phải phù hợp với trình độ tổ chức, kỹ thuật, sử dụng máy móc của người lao động. Lực lượng lao động có thể sáng tạo ra công nghệ, kỹ thuật mới và đưa chúng vào sử dụng tạo ra tiềm năng lớn cho việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Cũng chính lực lượng lao động sáng tạo ra sản

phẩm mới và kiểu dáng phù hợp với người tiêu dùng, làm cho sản phẩm của doanh nghiệp có thể bán được tạo cơ sở để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Lực lượng lao động tác động trực tiếp đến năng suất lao động, trình độ sử dụng các nguồn lực khác nên tác động trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

*** 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 hoá, năng suất lao động và hạ giá thành sản phẩm như: đặc điểm sản phẩm, sức cạnh tranh của sản phẩm. Nhờ vậy doanh nghiệp có thể tăng khả năng cạnh tranh của mình, tăng vòng quay vốn lưu động, tăng lợi nhuận đảm bảo cho quá trình tái sản xuất mở rộng. Ngược lại với trình độ công nghệ thấp thì không những giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp mà còn giảm lợi nhuận, kìm hãm sự phát triển. Nói tóm lại, nhân tố trình độ công nghệ cho phép doanh nghiệp nâng cao năng suất lao động và hạ giá thành sản phẩm, nhờ đó mà khả năng cạnh tranh, tăng vòng quay của vốn, tăng lợi nhuận từ đó tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh.

*** Nhân tố quản trị**

Nhân tố này đóng vai trò quan trọng chính trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Quản trị doanh nghiệp chú trọng đến việc xác định cho doanh nghiệp một hướng đi đúng đắn trong môi trường kinh doanh ngày càng biến động. Chất lượng của chiến lược kinh doanh là nhân tố đầu tiên và quan trọng nhất quyết định sự thành công hay thất bại của một doanh nghiệp. Đối ngũ cán bộ quản trị sẽ là người quyết định các hoạt động sản xuất kinh doanh: sản xuất cái gì? sản xuất cho ai? sản xuất như thế nào? khối lượng bao nhiêu? Mỗi quyết định của họ có một ý nghĩa rất quan trọng liên quan tới sự tồn tại hay diệt vong của doanh nghiệp. Chính họ là những người quyết định cạnh tranh như thế nào?, sức cạnh tranh là bao nhiêu? Và bằng cách nào? ...Kết quả và hiệu quả hoạt động của quản trị doanh nghiệp đều phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp. Việc xác định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận,

các nhân và thiết lập các mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức đó.

*** Nhân tố khả năng tài chính của doanh nghiệp**

Đây là nhân tố quan trọng quyết định đến khả năng sản xuất cũng như là chỉ tiêu hàng đầu để đánh giá quy mô của doanh nghiệp. Bất cứ một hoạt động đầu tư mua sắm thiết bị, nguyên vật liệu hay phân phối quảng cáo.... đều phải được tính toán dựa trên thực trạng tài chính của doanh nghiệp. Một doanh nghiệp có tiềm lực tài chính mạnh sẽ có khả năng trang bị dây chuyền công nghệ sản xuất hiện đại, đảm bảo được chất lượng, hạ giá thành, giá bán sản phẩm, tổ chức hoạt động quảng cáo, khuyến mãi mạnh mẽ, nâng cao sức cạnh tranh. Ngoài ra, với một khả năng tài chính mạnh mẽ chấp nhận lỗ một thời gian ngắn, hạ giá thành sản phẩm nhằm giữ và mở rộng thị phần của doanh nghiệp để sau đó lại tăng giá thành sản phẩm, thu được lợi nhuận nhiều hơn.

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

Thông tin được coi là một hàng hóa đối tượng kinh doanh và nền kinh tế thị trường hiện nay được coi là nền kinh tế thông tin hàng hoá. Để đạt được thành công trong kinh doanh khi điều kiện cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt, các doanh nghiệp cần có các thông tin chính xác về cung, cầu thị trường, về kỹ thuật, về người mua, về đối thủ cạnh tranh... Ngoài ra doanh nghiệp còn rất cần về các thông tin về thành công hay thất bại của các doanh nghiệp khác trong nước và quốc tế, cần biết các thông tin về các thay đổi của các chính sách kinh tế của Nhà nước và các nước khác có liên quan.

Trong kinh doanh, biết địch, biết ta và nhất là hiểu rõ các đối thủ cạnh tranh thì mới có các đối sách thắng lợi. Trong cạnh tranh có chính sách phát triển mối quan hệ hợp tác, hỗ trợ lẫn nhau. Kinh nghiệm thành công của nhiều doanh nghiệp là nắm được các thông tin cần thiết và biết sử dụng các thông tin đó kịp thời là một điều kiện quan trọng để đưa ra các quyết định kinh doanh có hiệu quả. Những thông tin chính xác được cung cấp kịp thời sẽ là cơ sở vững chắc để doanh nghiệp xác định phương hướng kinh doanh, xác định chiến lược kinh doanh dài hạn. [8]

1.5. Các phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh.

1.5.1. Phương pháp so sánh

So sánh là phương pháp được sử dụng phổ biến trong phân tích để xác định xu hướng, mức độ của chỉ tiêu phân tích. Bản chất của phương pháp này là đối chiếu số lượng thực tế với số kế hoạch, số định mức, số năm trước.

Khi sử dụng phương pháp so sánh này cần nắm giữ 3 nguyên tắc sau:

- Lựa chọn tiêu chuẩn để so sánh

Tiêu chuẩn so sánh là chỉ tiêu của một kỳ được lựa chọn làm căn cứ để so sánh, gọi là gốc so sánh.

Các gốc so sánh:

+ Tài liệu năm trước (hoặc kỳ trước) nhằm đánh giá xu hướng phát triển của chỉ tiêu.

+ Các chỉ tiêu được dự kiến (kế hoạch, định mức, dự toán) nhằm đánh giá tình hình thực hiện so với kế hoạch, dự toán, định mức.

+ Khi nghiên cứu khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường ở thể so sánh số thực với mức hợp đồng hoặc tổng nhu cầu.

Các chỉ tiêu của kỳ so sánh với kỳ gốc được gọi là chỉ tiêu kỳ thực hiện và kết quả đã đạt được.

- Điều kiện so sánh được

Các chỉ tiêu được tính trong cùng một khoảng thời gian hoạch toán phải được tính ở 3 mặt sau:

- + Phải cùng nội dung kinh tế
- + Phải cùng phương pháp tính toán
- + Phải cùng một đơn vị đo lường

Về mặt không gian: Các chỉ tiêu phải được quy đổi về mặt quy mô và điều kiện kinh doanh tương tự nhau

- Kỹ thuật so sánh

+ So sánh tuyệt đối

Số chênh lệch: $\Delta C = C_1 - C_0$

Trong đó: C_1 : Số thực tế

C_o : Số gốc (định mức, kế hoạch)

+ So sánh tương đối : $\Delta C = C_1/C_o \times 100\%$ [8]

1.5.2. Phương pháp thay thế liên hoàn (Loại trừ dần)

Thực chất của phương pháp này là so sánh số liệu thực tế với số liệu kế hoạch, số liệu định mức hoặc số liệu gốc.

Số liệu thay thế của một nhân tố nào đó phản ánh mức độ của nhân tố tới chỉ tiêu phân tích trong khi các nhân tố khác không đổi. Theo phương pháp này chỉ tiêu là các hàm nhân tố ảnh hưởng.

Trình tự thay thế: Các nhân tố về khối lượng thay thế trước, các nhân tố về chất lượng thay thế sau. Trường hợp đặc biệt theo yêu cầu của mục đích phân tích.

Phương pháp này có ưu điểm: đơn giản, dễ tính, dễ hiểu

Nhược điểm : Sắp xếp trình tự, nhân tố từ lượng đến chất trong nhiều trường hợp không đơn giản. Nếu phân biệt sai thì kết quả không chính xác.

Dùng phương pháp này để phân tích nguyên nhân, xác định được nhân tố ảnh hưởng tăng hay giảm. [8]

1.5.3. Phương pháp tính số chênh lệch

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

Là dạng đặc biệt của phương pháp thay thế liên hoàn nên phương pháp tính số chênh lệch tôn trọng đầy đủ nội dung các bước tiến hành của phương pháp thay thế liên hoàn. Chúng chỉ khác ở chỗ là khi xác định các nhân tố ảnh hưởng đơn giản hơn, chỉ việc nhóm các số hạng và tính số chênh lệch các nhân tố sẽ cho ta mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến chỉ tiêu phân tích. Như vậy phương pháp số chênh lệch chỉ áp dụng trong trường hợp, các nhân tố có quan hệ với chỉ tiêu bằng tích số và cũng có thể áp dụng trong trường hợp các nhân tố có quan hệ với chỉ tiêu bằng thương số. [9]

1.5.4. Phương pháp cân đối

Trong quá trình hoạt động kinh doanh ở doanh nghiệp hình thành nhiều mối quan hệ cân đối; cân đối là sự cân bằng giữa hai mặt của các yếu tố với quá trình kinh doanh.

Ví dụ:

- Giữa tài sản (vốn) với nguồn hình thành
- Giữa các nguồn thu với nguồn chi
- Giữa nhu cầu sử dụng vốn với khả năng thanh toán
- Giữa nguồn huy động vật tư với nguồn sử dụng vật tư cho SXKD....

Phương pháp cân đối được sử dụng nhiều trong công tác lập kế hoạch và ngay cả trong công tác hoạch toán để nghiên cứu mối quan hệ cân đối về lượng của yếu tố với lượng các mặt yếu tố và quá trình kinh doanh. Trên cơ sở đó có thể xác định ảnh hưởng của các nhân tố. [9]

1.5.5. Phương pháp phân tích chi tiết

* Chi tiết theo các bộ phận cấu thành của chỉ tiêu

Các chỉ tiêu kinh tế thường được chia thành các yếu tố cấu thành. Nghiên cứu chi tiết giúp ta đánh giá chính xác các yếu tố cấu thành của các chỉ tiêu phân tích.

Ví dụ: Tổng giá thành sản phẩm được chi tiết theo giá thành của từng loại sản phẩm sản xuất. Trong mỗi loại sản phẩm, giá thành được chi tiết theo các yếu tố của chi phí sản xuất.

* Chi tiết theo thời gian

Các kết quả kinh doanh bao giờ cũng là 1 quá trình trong từng khoảng thời gian nhất định. Mỗi khoảng thời gian khác nhau có những nguyên nhân tác động không giống nhau. Việc phân tích chi tiết này giúp ta đánh giá chính xác và đúng đắn kết quả kinh doanh, từ đó có các giải pháp hiệu lực trong từng khoảng thời gian.

Ví dụ: Trong sản xuất lượng sản phẩm sản xuất hoặc dịch vụ cung cấp được chi tiết theo từng tháng, quý.

* Chi tiết theo địa điểm và phạm vi kinh doanh

Kết quả hoạt động kinh doanh do nhiều bộ phận, theo phạm vi và địa

điểm phát sinh khác tạo nên. Việc chi tiết này nhằm đánh giá kết quả kinh doanh của từng bộ phận, phạm vi và địa điểm khác nhau, nhằm khai thác các mặt mạnh và khắc phục các mặt yếu kém của các bộ phận và phạm vi hoạt động khác nhau.

Ví dụ: đánh giá hoạt động kinh doanh trên từng địa bàn hoạt động...[9]

1.6. Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh

Để có thể đưa ra được các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thì các nhà quản trị, cũng như người lao động trong doanh nghiệp, cũng như các nhà đầu tư...phải nắm được thật rõ ràng các biến động hiện tại trong doanh nghiệp đến tình hình kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Để nắm được tình hình và kết quả này thì phải tiến hành rất nhiều công việc quan trọng trong đó phân tích tình hình tài chính là công việc không thể thiếu.

1.6.1. Phân tích tài chính

Phân tích tài chính giúp cho người ta đánh giá được tình hình tài chính của doanh nghiệp. Những người sử dụng báo cáo tài chính theo đuổi các mục tiêu khác nhau nên việc phân tích tài chính cũng được tiến hành theo nhiều cách khác nhau. Điều đó vừa tạo ra được lợi ích vừa tạo ra được sự phức tạp của phân tích tài chính. Phân tích tài chính của mỗi nhóm người sử dụng khác nhau sẽ giúp họ đưa ra các quyết định theo những mục đích khác nhau.

** Phân tích đối với các nhà quản trị*

Các hoạt động nghiên cứu tài chính trong doanh nghiệp được gọi là phân tích tài chính nội bộ. Khác với phân tích tài chính bên ngoài do các nhà phân tích ngoài doanh nghiệp tiến hành, do có thông tin đầy đủ và rõ về doanh nghiệp, các nhà phân tích tài chính trong doanh nghiệp có nhiều lợi thế để có thể phân tích tài chính tốt nhất.

Phân tích tài chính trong doanh nghiệp có nhiều mục tiêu

- Tạo thành các chu kỳ đánh giá đều đặn về các hoạt động kinh doanh quá khứ, tiến hành cân đối tài chính, khả năng sinh lời, khả năng thanh toán, rủi ro tài chính doanh nghiệp

- Định hướng các quyết định của ban Giám đốc cũng như của các giám đốc tài chính về quyết định đầu tư, tài trợ, phân chia lợi tức...

- Là cơ sở cho các dự báo tài chính về kế hoạch đầu tư, phân ngân sách, tiền mặt...

- Cuối cùng phân tích tài chính là công cụ để kiểm soát các hoạt động quản lý.

Phân tích tài chính làm nổi bật tầm quan trọng của dự báo tài chính và làm cơ sở cho các nhà quản trị làm sáng tỏ không chỉ chính sách tài chính mà còn làm rõ các chính sách chung.

** Phân tích đối với nhà đầu tư*

Các cổ đông là các cá nhân hoặc doanh nghiệp đều quan tâm trực tiếp đến việc tính toán các giá trị của doanh nghiệp vì họ đã giao vốn cho doanh nghiệp và có thể phải chịu rủi ro.

Thu nhập của cổ đông là tiền chi lợi tức cổ phần và giá trị tăng thêm của vốn đầu tư. Hai yếu tố này chịu ảnh hưởng của lợi nhuận kỳ vọng của doanh nghiệp. Trong thực tế các nhà đầu tư luôn tiến hành đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp, họ sẽ không thấy hài lòng trước lợi nhuận tính toán theo sổ sách kế toán và cho rằng phần lợi nhuận này có quan hệ rất xa với lợi nhuận thật sự.

Các cổ đông cá nhân của các công ty lớn thường phải dựa vào các nhà chuyên môn (chuyên gia phân tích quản trị). Họ là những người chuyên nghiên cứu các thông tin kinh tế tài chính, những cuộc tiếp xúc tiếp xúc trực tiếp với ban giám đốc tài chính của công ty làm rõ triển vọng phát triển doanh nghiệp và đánh giá các cổ phiếu trên thị trường tài chính.

** Phân tích tài chính với người cho vay*

Nếu phân tích tài chính được phát triển trong các ngân hàng thì khi ngân hàng muốn đảm bảo về khả năng hoàn trả nợ của khách hàng thì phân tích tài chính cũng được các doanh nghiệp cho vay, ứng trước hoặc bán chịu sử dụng.

Phân tích tài chính đối với những khoản nợ dài hạn khác với những khoản cho vay ngắn hạn

Với khoản vay ngắn hạn người cho vay đặc biệt quan tâm đến khả năng thanh toán nhanh của doanh nghiệp nghĩa là khả năng ứng phó của doanh nghiệp đối với các món nợ khi đến hạn trả.

Với những khoản cho vay dài hạn người cho vay phải tin chắc khả năng hoàn trả và khả năng sinh lời của một doanh nghiệp mà việc hoàn trả vốn và lãi vay sẽ tùy thuộc vào khả năng sinh lời này.

Kỹ thuật phân tích thay đổi theo bản chất và theo thời hạn của khoản vay, nhưng dù cho đó là vay dài hạn hay vay ngắn hạn thì người cho vay đều phải quan tâm đến cơ cấu tài chính biểu hiện mức độ mạo hiểm của doanh nghiệp đi vay.

Phân tích tài chính là kỹ thuật hữu ích cần sử dụng để xác định giá trị kinh tế, các mặt mạnh, các mặt yếu của một công ty, và để tránh sự trình bày về tình hình tài chính của doanh nghiệp có những khó khăn tương tự các công ty đang có nguy cơ phá sản

Phân tích tài chính có mục tiêu đưa ra những dự báo tài chính giúp việc ra quyết định về mặt tài chính và giúp cho việc dự kiến kết quả tương lai của doanh nghiệp và đồng thời còn đề xuất ra được một số giải pháp để nâng cao được hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

1.6.2. Thúc đẩy chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp

Quản trị kinh doanh hiện đại cho rằng doanh nghiệp không thể tồn tại và phát triển được trong môi trường kinh doanh đầy biến động như ngày nay nếu không có chiến lược kinh doanh và phát triển phù hợp nhằm giúp đỡ doanh nghiệp có thể đứng vững được trong cơ chế thị trường.

Một doanh nghiệp phải khẳng định được chính mình bằng các chiến lược kinh doanh, chính sách kinh doanh đúng đắn. Các chiến lược cơ bản phải được phải được quan tâm đúng đắn kịp thời để từ đó hoạt động sản xuất kinh doanh có thể đạt được hiệu quả cao nhất ở mức có thể.

Chiến lược kinh doanh thành công sẽ tạo đà cho sự phát triển của doanh nghiệp trên thị trường, uy tín được nâng cao đồng thời tạo ra một hình ảnh đẹp về doanh nghiệp trong ánh mắt tin tưởng của các khách hàng kể cả những vị khách hàng khó tính nhất. Đó chính là sự thành công của các chiến lược kinh doanh đúng đắn.

1.6.3. Thúc đẩy thực hiện Marketing

Marketing hiện đại coi thị trường là khâu quan trọng nhất của quá trình tái sản xuất hàng hoá. Triết lý của Marketing hiện đại là sản xuất và kinh doanh

những cái mà khách hàng cần chứ không phải tìm cách bán những cái mà doanh nghiệp sản xuất có. Có như vậy thì việc tiến hành phân phối sản phẩm vào lưu thông và đưa đến tay người tiêu dùng mới được hưởng ứng và đạt hiệu quả cao.

Sản phẩm, dịch vụ có được thị trường chấp nhận hay không chính là vấn đề sống còn của mỗi doanh nghiệp. Nó gắn liền với quy luật cạnh tranh gay gắt của nền kinh tế thị trường hiện nay. Cạnh tranh ngày càng gay gắt thì càng thể hiện được tính khốc liệt của cuộc chạy đua về chất lượng sản phẩm, dịch vụ của các doanh nghiệp và mức giá cả hợp lý được thị trường chấp nhận. Chính điều này đòi hỏi các nhà quản trị phải đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, làm marketing thật thường xuyên và cũng phải thật khéo léo để có thể có những biện pháp thích hợp để giành giật được thị trường, một miếng mồi ngon béo bở mà tất cả các doanh nghiệp đều hướng vào. Muốn vậy thì mỗi doanh nghiệp phải trả lời được các câu hỏi

- Sản xuất cái gì?
- Sản xuất như thế nào?
- Sản xuất cho ai?

Marketing là những hoạt động mang tính khoa học nhưng đồng thời cũng mang tính nghệ thuật. Khoa học vì người ta sử dụng ngày càng nhiều các môn khoa học khác nhau vào trong nghiên cứu Marketing. Nghệ thuật bởi vì hoạt động marketing không chỉ dừng lại ở bước biểu hiện được thái độ, hiện tượng và tập tính của dân chúng mà còn làm thay đổi các thói quen, các hành vi theo hướng có lợi cho doanh nghiệp. Do đó có làm marketing thật tốt thì doanh nghiệp sẽ tạo ra rất nhiều thuận lợi cho chính bản thân doanh nghiệp mà còn thu hút được rất nhiều khách hàng đến với mình.

1.6.4. Giải pháp về nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cố định

Để sử dụng được có hiệu quả vốn cố định trong hoạt động kinh doanh thường xuyên cần thực hiện các biện pháp không chỉ bảo toàn mà còn phát triển được vốn cố định của doanh nghiệp sau mỗi chu kỳ kinh doanh. Thực chất là phải luôn bảo đảm duy trì một lượng vốn tiền tệ để khi kết thúc một vòng tuần hoàn bằng số vốn này doanh nghiệp có thể thu hồi hoặc mở rộng được số vốn

mà doanh nghiệp đã bỏ ra ban đầu để đầu tư mua sắm tài sản cố định tính theo giá trị hiện tại.

Do đặc điểm của tài sản cố định là tham gia vào nhiều chu kỳ sản xuất song vẫn giữ nguyên hình thái vật chất và đặc tính sử dụng ban đầu, còn giá trị lại dần chuyển vào giá trị sản phẩm. Vì thế bảo toàn và phát triển vốn cố định của doanh nghiệp cần đánh giá đúng nguyên nhân dẫn đến tình trạng không bảo toàn được số vốn để có biện pháp xử lý thích hợp.

Để bảo toàn và phát triển các doanh nghiệp đòi hỏi các doanh nghiệp phải giải quyết hàng loạt các vấn đề trong việc tổ chức quá trình sản xuất, quá trình lao động, cung ứng và dự trữ vật tư sản xuất, các biện pháp giáo dục và khuyến khích kinh tế đối với người lao động cũng như việc thực hiện khấu hao hợp lý.

Chú trọng đổi mới trang thiết bị, phương pháp công nghệ đồng thời nâng cao hiệu quả sử dụng tài sản cố định hiện có của doanh nghiệp về cả thời gian và công suất. Kịp thời thanh lý các tài sản cố định không cần dùng hoặc đã hư hỏng, không dự trữ quá mức các tài sản cố định chưa cần dùng.

Thực hiện tốt chế độ bảo dưỡng, sửa chữa dự phòng tài sản cố định, không để xảy ra tình trạng tài sản cố định hư hỏng trước khi hết thời hạn hoặc hư hỏng bất thường gây thiệt hại ngừng sản xuất.

Doanh nghiệp phải chủ động thực hiện các biện pháp phòng ngừa rủi ro trong kinh doanh để hạn chế tổn thất vốn cố định do các nguyên nhân khách quan như mua bảo hiểm tài sản, lập quỹ dự phòng tài chính, trích trước chi phí dự phòng giảm giá các khoản đầu tư tài chính.

1.6.5. Giải pháp về nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động

Mỗi doanh nghiệp trong quá trình sản xuất kinh doanh đều cần tới một lượng vốn lưu động nhất định. Xác định đúng vốn lưu động thường xuyên, cần thiết để đảm bảo sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp được tiến hành liên tục, tiết kiệm và có hiệu quả kinh tế cao là một nội dung quan trọng của hoạt động tài chính doanh nghiệp. Trong điều kiện các doanh nghiệp chuyển sang hoạch toán kinh doanh theo cơ chế thị trường mọi nhu cầu về vốn lưu động cho hoạt động sản xuất kinh doanh các doanh nghiệp đều phải tự tài trợ thì điều này càng

có ý nghĩa quan trọng và tác động tích cực vì:

- Tránh được tình trạng ứ đọng vốn, sử dụng hợp lý và tiết kiệm, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động.
- Đáp ứng yêu cầu sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp được bình thường và liên tục
- Không gây lên sự căng thẳng giả tạo về nhu cầu vốn kinh doanh của doanh nghiệp.
- Là căn cứ quan trọng cho việc xác định các nguồn tài trợ nhu cầu vốn lưu động của doanh nghiệp.

Nếu doanh nghiệp xác định nhu cầu vốn lưu động quá cao sẽ không khuyến khích doanh nghiệp khai thác các khả năng tiềm tàng, tìm mọi biện pháp cải tiến hoạt động sản xuất kinh doanh để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động gây nên tình trạng ứ đọng vật tư hàng hoá, vốn chậm luân chuyển và phát sinh các chi phí không cần thiết, làm tăng giá thành sản phẩm. Ngược lại nếu doanh nghiệp xác định nhu cầu vốn lưu động quá thấp sẽ gây nhiều khó khăn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp thiếu vốn sẽ không đảm bảo sản xuất liên tục, gây nên những thiệt hại do ngừng sản xuất không có khả năng thanh toán và thực hiện các hợp đồng đã ký kết với khách hàng.

Cũng cần thấy rằng nhu cầu vốn lưu động của doanh nghiệp là một đại lượng không cố định và chịu nhiều ảnh hưởng của nhiều nhân tố như:

- Quy mô sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong từng thời kỳ
- Sự biến động của giá cả các loại vật tư hàng hóa mà doanh nghiệp sử dụng trong quá trình sản xuất.
- Chính sách chế độ về lao động và tiền lương đối với người lao động trong doanh nghiệp.
- Trình độ tổ chức quản lý, sử dụng vốn lưu động của doanh nghiệp trong quá trình dự trữ sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

Vì vậy để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động giảm thấp tương đối nhu cầu vốn lưu động không cần thiết doanh nghiệp cần phải tìm các biện pháp phù hợp tác động đến các nhân tố ảnh hưởng trên sao cho có hiệu quả nhất.

1.6.6. Giải pháp về hạ giá thành sản phẩm

Trong sản xuất kinh doanh một yêu cầu tất yếu đối với mọi doanh nghiệp là phải tìm mọi biện pháp, giải pháp để giảm chi phí, hạ giá thành sản phẩm dịch vụ nhằm tăng thêm được lợi nhuận nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp. Để thực hiện được điều này các nhà quản lý phải nắm bắt được đầy đủ và cặn kẽ các nhân tố ảnh hưởng, tác động đến giá thành sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp để từ đó đưa ra các biện pháp khắc phục.

Trong đó doanh nghiệp cần đặc biệt chú ý tới các khoản mục chi phí cơ bản trong các khoản mục tạo nên giá thành như sau:

*** Đối với khoản chi phí nguyên, nhiên, vật liệu**

Thông thường các khoản chi phí này thường chiếm tỷ trọng lớn trong chi phí sản xuất kinh doanh và giá thành sản phẩm, dịch vụ. Nếu tiết kiệm được các khoản chi này thì về cơ bản giá thành sản phẩm, dịch vụ sẽ có những biến động đáng kể theo hướng tích cực đối với doanh nghiệp. Chi phí nguyên, nhiên, vật liệu phụ thuộc vào 2 yếu tố chính: số lượng tiêu hao và giá cả đầu vào. Điều này các nhà quản trị vật tư phải xây dựng được các định mức tiêu hao nguyên vật liệu phù hợp với doanh nghiệp và các đặc điểm kinh tế của ngành, bên cạnh đó việc ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ vào trong sản xuất là nhân tố hết sức quan trọng cho phép được doanh nghiệp hạ thấp giá thành của sản phẩm dịch vụ và thành công trong cạnh tranh. Cụ thể hơn là việc áp dụng máy móc, phương tiện thiết bị hiện đại vào trong sản xuất sẽ làm thay đổi nhiều điều kiện cơ bản trong sản xuất như việc tiêu hao nguyên vật liệu để sản xuất, giảm bớt được chi phí tiền lương, tăng năng suất lao động.

*** Chi phí về lao động**

Doanh nghiệp phải xác định được mức lao động khoa học và hợp lý đến từng người, từng bộ phận và định mức tổng hợp phù hợp với thông lệ mà nhà nước đã hướng dẫn và ban hành. Chính việc tổ chức hợp lý và khoa học về lao động sẽ giúp cho doanh nghiệp loại trừ được các tình trạng lãng phí về lao động, giờ máy...

Khi nghiên cứu và xây dựng hệ thống trả công lao động trong doanh

ngành cần phải nghiên cứu kỹ các nhân tố có ảnh hưởng đến tiền lương của người lao động. Việc trả công lao động thích đáng và việc giảm bớt chi phí về tiền lương cho doanh nghiệp là một vấn đề hết sức phức tạp. Người ta đã nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến tiền lương như điều kiện kinh tế xã hội, luật lao động, thị trường lao động, khả năng tài chính của doanh nghiệp, công việc và tài năng của người thực hiện công việc...

1.6.7. Giải pháp về tăng năng suất lao động

Việc tăng năng suất lao động phụ thuộc vào các yếu tố như chuẩn bị các điều kiện cần thiết để cho quá trình kinh doanh, pháp triển trình độ đội ngũ lao động, tạo động lực cho tập thể và cá nhân người lao động vì lao động sáng tạo của họ là nhân tố quyết định hiệu quả kinh doanh. Khi người lao động có trình độ cao thì có thể khai thác tối đa nguyên vật liệu, công suất, máy móc, thiết bị công nghệ tiên tiến, việc phân công bố trí cho người lao động phù hợp với trình độ năng lực không những tăng năng suất mà còn tạo ra sự phấn khởi hăng say và tâm lý tốt cho người lao động.

Công tác quản trị và tổ chức sản xuất cũng là một vấn đề lớn góp phần nâng cao năng suất lao động, vì cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp mà thích ứng với môi trường kinh doanh thì sẽ nhanh nhạy với sự thay đổi của môi trường. Bộ máy của doanh nghiệp phải gọn nhẹ, năng động, linh hoạt, giữa các bộ phận của doanh nghiệp phải xác định rõ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, chế độ trách nhiệm tránh sự chồng chéo và nâng cao tinh thần trách nhiệm của mỗi người, nâng cao tính chủ động sáng tạo trong kinh doanh sẽ góp phần nâng cao năng suất lao động.

Một yếu tố hết sức quan trọng đó là công nghệ kỹ thuật, các nhân tố kỹ thuật, công nghệ có vai trò ngày càng quan trọng, ngày càng có tính chất quyết định. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh vì chính nó làm tăng năng suất lao động, tăng chất lượng sản phẩm do đó ảnh hưởng đến giá thành và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

PHẦN 2. PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN VẠN HOA HẢI PHÒNG

2.1. Phân tích thực trạng của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

2.1.1. *Khái quát quá trình hình thành và phát triển của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng*

Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng được thành lập trên cơ sở chuyển đổi từ Công ty Du lịch Dịch vụ Vạn Hoa theo quyết định số 2188/QĐ-UB ngày 05/10/2006 của UBND thành phố Hải Phòng, hoạt động theo luật doanh nghiệp. Công ty là doanh nghiệp hoạt động kinh tế bổ sung ngân sách Đảng của Thành ủy Hải Phòng. Vì vậy công ty có hai nhiệm vụ chính chủ yếu là hoàn thành mọi nghĩa vụ với Nhà nước theo các quy định hiện hành và bổ sung cho ngân sách Đảng. Công ty hoạt động đa ngành nghề, địa bàn kinh doanh rộng.

Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng được Phòng đăng ký kinh doanh của Sở kế hoạch đầu tư Thành phố Hải Phòng cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số: 0204000045 ngày 06/10/2006.

Tên công ty viết bằng tiếng Việt: CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN VẠN HOA HẢI PHÒNG.

Tên công ty viết bằng tiếng Anh: HAI PHONG VAN HOA ONE MEMBER LIMITED CORPORATION.

Tên công ty viết tắt: CÔNG TY TNHH 1 TV VẠN HOA HP.

Địa chỉ trụ sở chính: Khách sạn Vạn Phong, Khu III, Quận Đồ Sơn, Thành phố Hải Phòng.

Văn phòng giao dịch: 28 Hồ Xuân Hương, Quận Hồng Bàng, Thành phố Hải Phòng.

Tài khoản: 32110000018330 tại Ngân hàng Đầu tư & phát triển HP

Điện thoại: 031.3821558

Fax: 031.3821557

Email : vanhoacorp@hn.vnn.vn

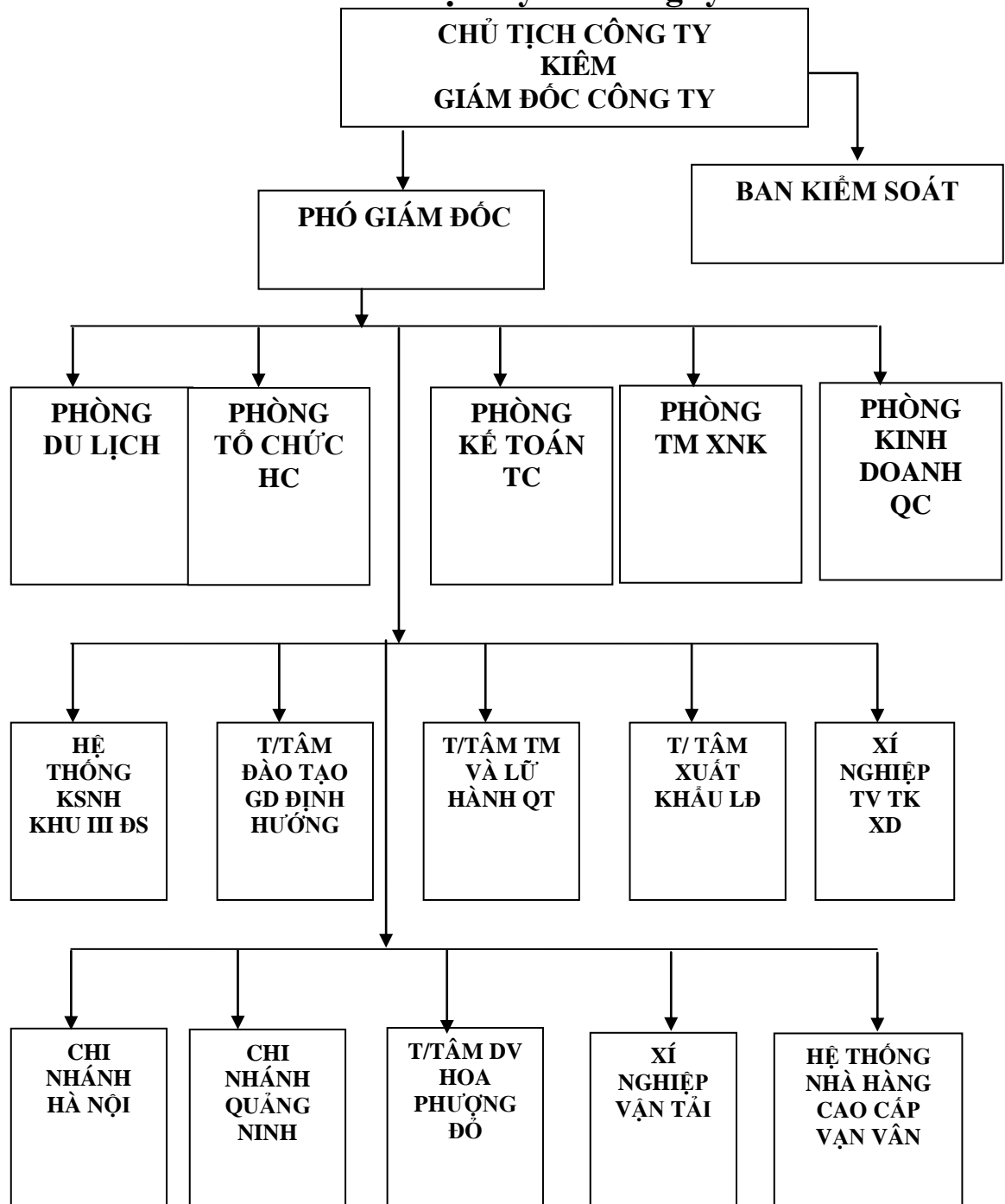
Công ty TNHH 1 TV Vạn Hoa Hải Phòng là đối tác Việt Nam trong Công ty TNHH Liên doanh Du lịch Quốc tế Hải Phòng.

Vốn điều lệ khi thành lập Công ty là: 84.000.000.000 đồng, trong đó vốn dùng để góp liên doanh là: 79.750.000.000 đồng.

Thời gian hoạt động: Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng có thời gian hoạt động không hạn chế từ khi được chính thức hoạt động khi hoàn tất các thủ tục với cơ quan nhà nước theo pháp luật hiện hành và được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

2.1.2. Sơ đồ tổ chức của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

Sơ đồ tổ chức bộ máy của công ty



Tổ chức quản lý của công ty theo mô hình: Chủ tịch kiêm Giám đốc Công ty, Ban kiểm soát và bộ máy giúp việc.

Đây là mô hình trực tuyến chức năng. Các bộ phận trong cơ cấu tổ chức được hình thành theo chức năng chuyên môn như tổ chức hành chính, kế toán tài chính, kinh doanh quảng cáo...

Ban lãnh đạo Công ty gồm 2 người: Chủ tịch kiêm Giám đốc Công ty và 01 phó Giám đốc Công ty.

Ban kiểm soát: 01 người .

Các phòng ban:

- Phòng tổ chức hành chính: 2 người
- Phòng kế toán tài chính: 4 người
- Phòng du lịch: 2 người
- Phòng thương mại xuất nhập khẩu: 2 người
- Phòng kinh doanh quảng cáo: 2 người

Các đơn vị trực thuộc:

- Xí nghiệp tư vấn thiết kế xây dựng: 5 người
 - Xí nghiệp vận tải: 7 người
 - Trung tâm giáo dục định hướng: 4 người
 - Trung tâm xuất khẩu lao động: 5 người
 - Trung tâm dịch vụ lễ hành: 4 người
 - Hệ thống khách sạn, nhà hàng tại khu III Đồ Sơn: 26 người
 - Chi nhánh Hà Nội: 4 người
 - Chi nhánh Quảng Ninh: 6 người
 - Trung tâm dịch vụ Hoa Phượng Đỏ: 3 người
 - Hệ thống nhà hàng cao cấp Vạn Vân: 6 người
- Tổng cộng nguồn nhân lực: 85 người

2.1.3. Những thuận lợi và khó khăn hiện nay của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

Việt Nam đang trong quá trình hội nhập kinh tế thế giới và nằm trong khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, là khu vực phát triển năng động nhất hiện nay

nên Công ty sẽ có nhiều cơ hội để phát triển nhưng đồng thời cũng sẽ mang lại nhiều thách thức. Trước những cơ hội và thách thức đó, đòi hỏi Công ty phải có đủ sức mạnh, năng lực để đón nhận cơ hội và đối đầu với thử thách. Muốn vậy, trước hết Công ty phải nắm rõ những thuận lợi và khó khăn của mình để nắm được thế chủ động.

*** Những thuận lợi:**

Công ty luôn được sự quan tâm, giúp đỡ, chỉ đạo của Thành ủy, UBND thành phố, các Sở, Ban ngành thành phố, của Quận ủy, UBND quận Đồ Sơn, nhất là sự chỉ đạo trực tiếp thường xuyên của Văn phòng thành ủy, cùng với sự năng động sáng tạo của công nhân viên công ty là những động lực vô cùng quan trọng giúp công ty khắc phục khó khăn để hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

Về dịch vụ du lịch nội địa, lễ hành quốc tế, khách sạn, nhà hàng, vui chơi giải trí :

Công cuộc đổi mới, công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước đã đạt được những thành tựu to lớn, kinh tế liên tục tăng trưởng ở mức cao, đời sống nhân dân không ngừng được nâng lên. Cùng với đó là quá trình hợp tác sâu rộng của Việt Nam với thế giới đã tạo điều kiện để quảng bá rộng rãi hình ảnh về đất nước Việt Nam tươi đẹp, thân thiện với nhiều địa danh nổi tiếng thế giới tạo tiền đề thuận lợi cho du lịch, dịch vụ phát triển. Nhất là trong tình hình nền kinh tế Việt Nam đang hội nhập với nền kinh tế quốc tế, Việt Nam đã trở thành hội viên chính thức của Tổ chức thương mại quốc tế WTO.

Với các tiềm năng lớn về du lịch của Hải Phòng như: Sân bay quốc tế Cát Bi, Khu du lịch Cát Bà, Đồ Sơn, Suối nước khoáng nóng Tiên Lãng... là điều kiện thuận lợi để lĩnh vực kinh doanh du lịch (lĩnh vực kinh doanh chủ yếu của công ty) phát triển. Hơn nữa Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng được thành phố giao quản lý nhiều nhà hàng, khách sạn có vị trí đẹp tại khu 3 Đồ Sơn – là khu nghỉ mát đẹp và nổi tiếng, lại nằm trong vành đai du lịch Đồ Sơn – Cát Bà – Hạ Long.

Nghị quyết số 09 – NQ/TU ngày 22/11/2006 của Ban thường vụ Thành ủy về phát triển du lịch Hải Phòng giai đoạn 2006 – 2010, định hướng đến năm

2020, đã xác định mục tiêu là: từng bước xây dựng Hải Phòng trở thành một trong những cửa ngõ và trung tâm du lịch hấp dẫn khách quốc tế, khách du lịch có khả năng chi tiêu cao, đào tạo nhân lực và quảng bá xúc tiến du lịch cho các địa phương phía Bắc. Phấn đấu đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020 du lịch Hải Phòng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của thành phố và Hải Phòng trở thành trung tâm du lịch của vùng Duyên hải Bắc bộ, đảo Cát Bà cùng với Hạ Long và Đồ Sơn là một trong những trung tâm du lịch lớn của cả nước đạt đẳng cấp quốc tế. Những mục tiêu trên đã đặt nền móng là cơ sở vững chắc, thuận lợi để lĩnh vực kinh doanh du lịch, lữ hành và khách sạn của công ty phát triển.

Về xuất khẩu lao động:

Việt Nam có quan hệ hợp tác hữu nghị với nhiều nước trên thế giới, trong đó lĩnh vực đưa người lao động Việt Nam sang làm việc tại nước ngoài được Đảng, Nhà nước và Thành phố đặc biệt chú trọng, quan tâm, tạo mọi điều kiện thuận lợi nhất. Vì so với nhiều ngành xuất khẩu hàng hóa thì xuất khẩu lao động có hiệu quả cao, đem lại lợi ích lâu dài về nhiều mặt, cả trước mắt và lâu dài. Cũng là giải pháp quan trọng để thực hiện thành công chính sách xóa đói giảm nghèo. Với những định hướng và chiến lược lớn của Nhà nước và thành phố lĩnh vực xuất khẩu lao động của công ty trong nhiều năm qua đã có bước phát triển mạnh mẽ, mặt khác Việt Nam có lực lượng lao động trẻ dồi dào tạo điều kiện cho lĩnh vực xuất khẩu lao động đi làm việc có thời hạn ở nước ngoài phát triển. Công ty đã trở thành một trong những doanh nghiệp hàng đầu của Thành phố về xuất khẩu lao động. Từ năm 2006 đến 2008 Công ty đã đưa 1516 lao động đi làm việc có thời hạn ở nước ngoài.

** Những khó khăn:*

Bên cạnh những thuận lợi trên Công ty cũng gặp phải những khó khăn sau:

Từ 6 tháng cuối năm 2008 nền kinh tế thế giới lâm vào khủng hoảng nghiêm trọng đã tác động không nhỏ tới hoạt động sản xuất, kinh doanh, việc làm trong nước. Công ty đang phải đối mặt với rất nhiều thách thức mới. Suy thoái kinh tế kéo theo mất việc làm, thị trường và thu nhập bị thu hẹp, người tiêu

dùng đã đến việc tiếp kiệm chi tiêu. Do đó thị trường xuất khẩu lao động, du lịch... của Công ty bị thu hẹp, hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty không tránh khỏi những khó khăn nghiêm trọng.

Những diễn biến phức tạp của dịch bệnh, thời tiết đã gây tổn thất không nhỏ về lượng khách đến hoạt động lữ hành và lưu trú của Công ty.

Việc triển khai thực hiện quy hoạch du lịch chung của Thành Phố còn chậm, công tác quản lý quy hoạch và đầu tư theo quy hoạch chưa tốt, thiếu quy hoạch chi tiết cụm trọng điểm du lịch tại các quận huyện, chưa phát huy hết tiềm năng và lợi thế về phát triển du lịch của Thành phố.

Công tác quy hoạch hai trọng điểm du lịch Cát Bà và Đồ Sơn chưa theo kịp với yêu cầu phát triển chung, chưa thể hiện được đặc thù văn hoá du lịch, hệ thống hạ tầng kỹ thuật đang trong quá trình xây dựng, thiếu các cơ sở vui chơi giải trí hấp dẫn du khách. Hoạt động kinh doanh du lịch của Đồ Sơn vẫn theo mùa, tập trung chủ yếu vào 3 tháng mùa hè, hiệu quả kinh doanh thấp.

Mặc dù đã được đầu tư nâng cấp, song hệ thống khách sạn, nhà hàng tại khu III Đồ Sơn còn manh mún (mỗi nhà nghỉ chỉ có trên dưới 10 phòng nghỉ), trang thiết bị phục vụ không đồng đều giữa các nhà nghỉ, chưa đáp ứng được nhu cầu phục vụ khách du lịch, nhất là đối với các đoàn khách du lịch, các hội nghị, hội thảo lớn.

Trong hoạt động kinh doanh Công ty thường xuyên phải cạnh tranh quyết liệt, trong khi đó đội ngũ cán bộ, công nhân viên chưa đáp ứng tốt với sự phát triển của công nghệ du lịch hiện đại.

Thị trường toàn cầu biến động thất thường, vật giá tăng mạnh dẫn đến thu nhập thực tế giảm, giá thành các sản phẩm trong lĩnh vực kinh doanh du lịch tăng. Vì vậy, lượng khách du lịch có xu hướng giảm, áp lực cạnh tranh tăng.

Du lịch xuất khẩu lao động gặp nhiều khó khăn do việc tạo nguồn lao động có nghề để đưa đi lao động nước ngoài chưa phát triển đồng bộ chưa đáp ứng yêu cầu lao động chất lượng cao.

Vì loại hình công ty là công ty TNHH nên công ty gặp nhiều khó khăn trong việc huy động vốn để mở rộng sản xuất kinh doanh.

2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

2.1.4.1. Ngành nghề kinh doanh

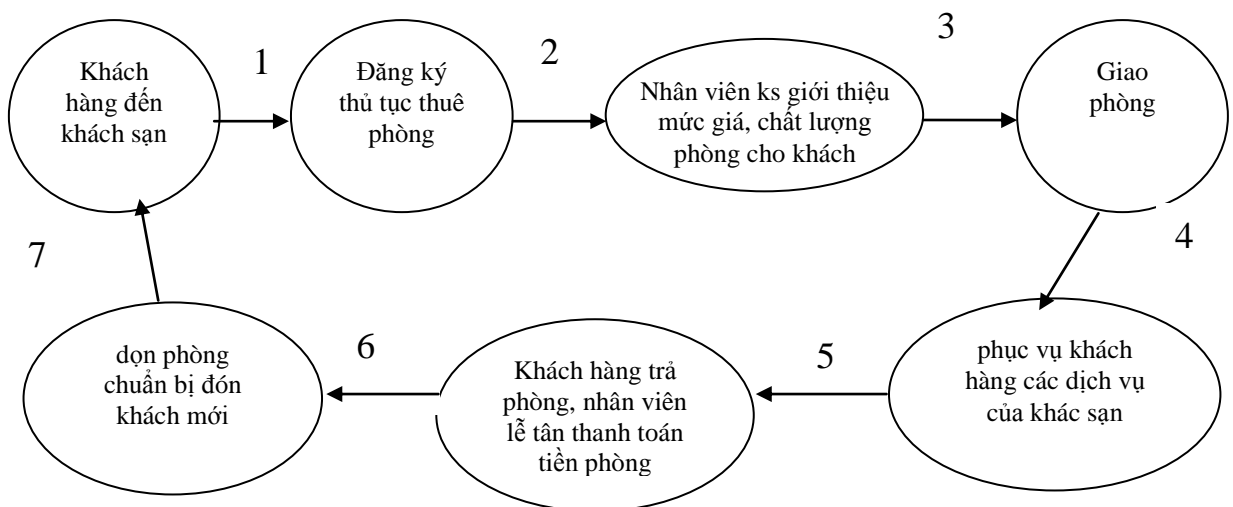
- Kinh doanh khách sạn, nhà hàng, kinh doanh du lịch nội địa và lữ hành quốc tế.
- Dịch vụ đưa người lao động đi làm việc có thời hạn ở nước ngoài
- Kinh doanh thương mại- xuất nhập khẩu chuyển khẩu.
- Kinh doanh bất động sản, xây dựng công trình dân dụng và công trình giao thông; dịch vụ vận tải hàng hoá và hành khách.
- Là đối tác Việt Nam trong Công ty TNHH Liên doanh Du lịch Quốc tế Hải Phòng.

2.1.4.2. Các sản phẩm dịch vụ

Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa là Công ty thương mại dịch vụ vì vậy sản phẩm của Công ty chính là các dịch vụ của các lĩnh vực mà Công ty đảm nhiệm.

-Về khách sạn, nhà hàng, kinh doanh du lịch nội địa và lữ hành quốc tế thì sản phẩm chính là các dịch vụ về ăn, nghỉ, vui chơi, giải trí tại các nhà hàng, khách sạn của Công ty phục vụ khách các chuyến đi du lịch trong và ngoài nước, ngắn ngày và dài ngày.

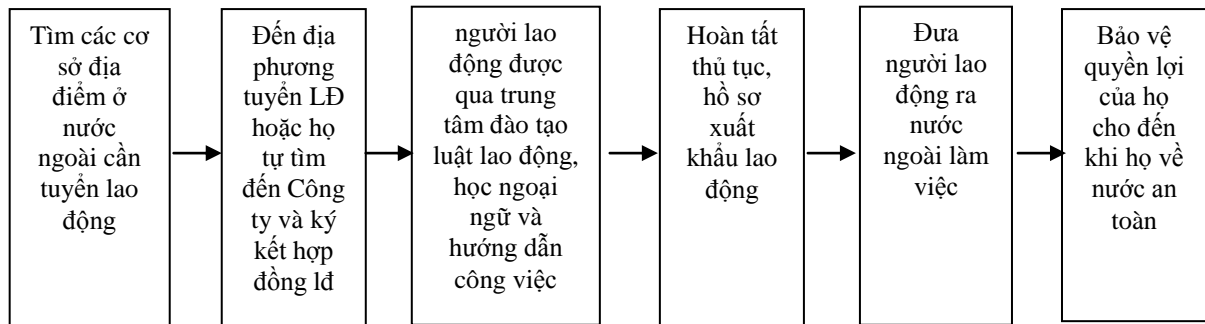
Quy trình kinh doanh khách sạn



- Dịch vụ đưa người lao động có thời hạn ở nước ngoài thì chính là việc đào tạo tay nghề , dạy ngoại ngữ, nâng cao trình độ và sắp xếp chỗ làm cho

người lao động làm việc ở nước ngoài, và bảo vệ quyền lợi của họ cho đến khi họ về nước an toàn.

Quy trình xuất khẩu lao động



- Các dịch vụ về kinh doanh thương mại - xuất nhập khẩu, chuyển khẩu.

- Các dịch vụ về kinh doanh bất động sản, xây dựng công trình dân dụng và công trình giao thông; dịch vụ vận tải hàng hoá và hành khách; Các bản thiết kế tổng mặt bằng xây dựng công trình, thiết kế kiến trúc công trình, thiết kế nội ngoại thất công trình.

- Các cuộc tổ chức biểu diễn nghệ thuật chuyên nghiệp như tổ chức các cuộc biểu diễn thời trang, các cuộc thi hoa hậu tại Hải Phòng.

2.1.4.3. Thị trường tiêu thụ

Thị trường tiêu thụ của Công ty được phân bổ theo từng lĩnh vực kinh doanh của Công ty cụ thể như sau:

* Lĩnh vực kinh doanh khách sạn, nhà hàng, kinh doanh du lịch nội địa và lữ hành quốc tế:

- Về kinh doanh khách sạn, nhà hàng thì gồm các nhà hàng, nhà khách, biệt thự tại khu III Đồ Sơn

- Về kinh doanh du lịch nội địa: Công ty tổ chức các cuộc du lịch trên địa bàn cả nước.

- Về kinh doanh lữ hành quốc tế:

Thị trường truyền thống: Các nước Đông Nam Á như Trung quốc, Thái lan

Thị trường mục tiêu: Các nước Châu Âu

* Dịch vụ đưa người đi lao động có thời hạn ở nước ngoài.

Thị trường truyền thống: Đài Loan, Các nước Trung Đông

Thị trường mục tiêu: Newzeland, Canada, Úc, Châu Âu

* Kinh doanh bất động sản, xây dựng công trình dân dụng và công trình giao thông; dịch vụ vận tải hàng hoá và hành khách thị trường rộng khắp trên cả nước.

* Kinh doanh thương mại - xuất nhập khẩu, chuyển khẩu

Thị trường chính là Trung Quốc

Thị trường mục tiêu là thị trường ASEAN, Hoa Kỳ, EU.

2.1.4.4. Một số chỉ tiêu về hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong 2 năm 2007 – 2008

Bảng 1: Một số chỉ tiêu đã thực hiện trong năm 2007 – 2008

Đơn vị : đồng

STT	Chỉ tiêu	2007	2008	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tổng doanh thu	18,533,728,593	15,824,625,951	(2,709,102,642)	-14.62%
2	Tổng chi phí	18,488,555,453	15,782,262,518	(2,706,292,935)	-14.64%
3	Lợi nhuận trước thuế	45,173,140	42,363,433	(2,809,707)	-6.22%
4	Thuế thu nhập doanh nghiệp	12,648,479	11,861,761	(786,718)	-6.22%
5	Lợi nhuận sau thuế	32,524,661	30,501,672	(2,022,989)	-6.22%
6	Thu nhập bình quân/LĐ	1,600,000	1,700,000	100,000	6.25%

(nguồn: phòng kế toán tài chính)

Doanh thu phản ánh quy mô phát triển của doanh nghiệp, doanh thu càng tăng doanh nghiệp càng làm tốt công tác tiêu thụ sản phẩm, mở rộng thị trường, quảng bá thương hiệu với khách hàng.

Tình hình kinh tế trong nước và thế giới năm 2008 có nhiều khó khăn, biến động lớn đã ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty. Tổng doanh thu 2007 là 18,533,728,593đ năm 2008 là 15,824,625,951đ như vậy là đã bị giảm khá nhiều giảm 2,709,102,642đ tương ứng giảm 14.62%. Doanh thu giảm kéo theo chi phí giảm, tổng chi phí năm 2007 là 18,488,555,453đ, tổng chi phí năm 2008 là 15,782,262,518đ , như vậy là đã bị giảm 2,706,292,935đ, tương ứng giảm 14.64%. Nền kinh tế biến động đã làm cho doanh thu giảm

đáng kể nhưng trước tình hình khó khăn đó đã không ngừng tìm cách tiếp kiệm chi phí để giúp cho doanh nghiệp đỡ bị tổn thất nhiều khi doanh thu đang giảm mạnh vì thế mà doanh thu giảm 14.62% nhưng chi phí lại giảm được 14.64% đã giúp cho lợi nhuận trước thuế chỉ giảm có 6.22% vì năm 2007 lợi nhuận trước thuế là 45,173,140đ, năm 2008 còn 42,363,433đ tương ứng đã giảm 2,809,707đ, tỷ lệ giảm của lợi nhuận trước thuế chưa bằng một nửa của tỷ lệ giảm của doanh thu đã cho thấy sự cố gắng của doanh nghiệp. Cùng với sự giảm sút của lợi nhuận trước thuế kéo theo sự giảm của thuế thu nhập doanh nghiệp và lợi nhuận sau thuế đều giảm 6.22%, thuế thu nhập năm 2007 là 12,648,479đ, năm 2008 là 11,861,761đ ứng với giảm 786,718đ. Lợi nhuận sau thuế năm 2007 là 32,524,661đ, năm 2008 là 30,501,672đ tương ứng giảm 2,022,978đ.

2.2. Đánh giá hoạt động kinh doanh của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

2.2.1. Đánh giá tình hình thực hiện doanh thu của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

Bảng 2: Tình hình thực hiện doanh thu của công ty

Đơn vị : đồng

ST T	Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tổng DT bán hàng và CCDV	18,431,525,350	15,714,144,252	(2,717,381,098)	-14.74%
	Tr.đó : - DT khách sạn nhà hàng	8,164,545,770	7,971,741,950	(192,803,820)	-2.36%
	- DT cung cấp dịch vụ XKLD	3,675,058,853	3,325,408,386	(349,650,467)	-9.51%
	- DT hoạt động xây dựng	1,553,954,535	802,848,972	(751,105,563)	-48.34%
	- DT dịch vụ du lịch	1,884,318,235	1,561,439,492	(322,878,743)	-17.14%
	- DT hoa hồng ĐLCK	468,604,149	200,914,617	(267,689,532)	-57.12%
	- DT hàng hoá, thương mại	1,358,599,296	671,507,701	(687,091,595)	-50.57%
	- DT khác (QC bóng đá, điện)	1,326,444,512	1,180,283,134	(146,161,378)	-11.02%
2	Các khoản giảm trừ doanh thu	0	3,000,000	3,000,000	100.00%
3	DT thuần về bán hàng và CCDV	18,431,525,350	15,711,144,252	(2,720,381,098)	-14.76%
4	Doanh thu hoạt động tài chính	96,080,020	108,301,361	12,221,341	12.72%
5	Doanh thu từ hoạt động khác	6,123,223	5,180,338	(942,885)	-15.40%
6	Tổng doanh thu	18,533,728,593	15,824,625,951	(2,709,102,642)	-14.62%

(Nguồn: phòng kế toán tài chính)

Qua bảng số liệu trên ta thấy doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ là nguồn thu chính, chủ yếu và thường xuyên của công ty. Trong tổng doanh thu thuần của công ty thì doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất (năm 2007 là 99.45%, năm 2008 là 99.28%). Hầu hết tất cả các loại doanh thu đều giảm.

Trong tổng mức sụt giảm 2,717,381,098đ doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ của công ty năm 2008 thì doanh thu hoạt động xây dựng sụt giảm mạnh nhất 751,105,563đ, tương ứng giảm 48.35% so với năm 2007. Tiếp đó là sự giảm của doanh thu hàng hóa, thương mại giảm 687,091,595đ tương ứng với 50.57%. Doanh thu hoa hồng đại lý chứng khoán giảm 267,689,532đ, tương ứng giảm 57.12%, tương tự doanh thu của các hoạt động khác cũng giảm sút như đã trình bày trên bảng trên. Việc giảm này là do năm 2008 kinh tế trong nước và thế giới có nhiều biến động lớn, bất lợi, hơn nữa lĩnh vực kinh doanh của công ty như đã nêu trên lại rất nhạy cảm với sự biến động đó, vì vậy ảnh hưởng xấu đến hoạt động kinh doanh của công ty. Lạm phát cao năm 2008, thời điểm nửa cuối năm lên tới trên 25% đồng nghĩa với việc giá nguyên vật liệu xây dựng tăng cao nhất là xi măng, sắt, thép khiến nhu cầu về xây dựng giảm sút, một số dự án của công ty phải tạm dừng để tránh lỗ, doanh thu hoạt động xây dựng vì thế sụt giảm mạnh. Lạm phát cao vào nửa đầu năm, tiếp đó là suy thoái kinh tế thế giới vào những tháng cuối năm dẫn đến thất nghiệp, đời sống đại đa số người dân gặp rất nhiều khó khăn, việc chi tiêu được thắt chặt...những điều này tác động làm doanh thu hoạt động thương mại, du lịch giảm mạnh. Tình hình kinh tế có nhiều biến động làm cho thị trường chứng khoán nhìn chung bị trì trệ. Lạm phát và khủng hoảng kinh tế đã dẫn đến rất nhiều công ty bị phá sản, rất nhiều công ty phải tạm ngừng hoạt động vì thế đã làm cho hoạt động xuất khẩu lao động của công ty gặp khó khăn, số lượng lao động được đưa ra nước ngoài giảm sút đã làm cho doanh thu lĩnh vực này giảm theo. Đây cũng là khó khăn chung của nền kinh tế cũng như của rất nhiều doanh nghiệp khác.

Doanh thu hoạt động tài chính của công ty năm 2008 tăng nhẹ so với năm 2007, tăng 12,221,341đ tương ứng tăng 12.72%. Doanh thu tài chính của công

ty là doanh thu thu được từ các nguồn như lãi tiền gửi ngân hàng, tiền cho vay, lãi bán ngoại tệ, cổ tức lợi nhuận được chia. Việc tăng nhẹ của năm 2008 so với năm 2007 chủ yếu là do sự tăng lên của việc chênh lệch do mua bán ngoại tệ trong năm.

Doanh thu hoạt động tài chính tăng nhẹ một chút thì doanh thu từ hoạt động khác lại giảm nhẹ năm 2008 giảm 942,885đ tương ứng giảm 15.40% so với năm 2007. Từ tất cả những điều trên đã làm cho tổng doanh thu của năm 2008 giảm 2,709,102,642đ tương ứng giảm 14.62%.

Doanh thu của công ty giảm tương đối mạnh ngoài nguyên nhân khách quan là nền kinh tế trong nước và thế giới có nhiều biến động đã ảnh hưởng không nhỏ nhưng cũng không thể phủ nhận được là việc tổ chức quản lý của công ty vẫn chưa thực sự hiệu quả, công ty vẫn chưa thực sự chú trọng tới công tác bán hàng, cần phải đào tạo, bồi dưỡng lại đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp nhưng đồng thời phải luôn tìm cách nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ để không ngừng thu hút khách hàng mới và giữ chân khách hàng cũ ở lại với doanh nghiệp để nhằm mục đích tăng doanh thu cho doanh nghiệp. Trong năm 2009 này và những năm tiếp theo công ty cần phải có những kế hoạch kinh doanh mới để đứng vững trong thời khủng hoảng và chuẩn bị vươn lên mạnh mẽ khi kinh tế thế giới và trong nước bắt đầu phục hồi.

2.2.2. Đánh giá tình hình thực hiện chỉ tiêu chi phí của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

Chi phí kinh doanh là những khoản chi phí đã tiêu hao trong kỳ để tạo ra kết quả hữu ích cho doanh nghiệp. Vấn đề quan trọng trong quản lý chi phí đặt ở việc đề ra các mục tiêu cắt giảm chi phí và tăng trưởng. Đó chính là thách thức làm thế nào để tiếp kiệm chi phí theo những phương thức hợp lý nhất mà không làm mất đi các năng lực thiết yếu hay giảm thiểu tính cạnh tranh của công ty. Chia khoá hoá giải thách thức này chính là việc phân biệt các loại chi phí đóng góp vào sự tăng trưởng.

Trong tổng chi phí của doanh nghiệp thì chi phí thì hầu hết là chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp. Trong năm 2007 tổng chi phí là 18,488,555,453đ thì chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp đã chiếm 18,180,955,243đ tương

đương 98.33% trong tổng chi phí, chi phí hoạt động tài chính chỉ chiếm 1.66%, chi phí hoạt động khác cũng chỉ chiếm có 0.001% trong tổng chi phí.

Bảng 3: Tình hình thực hiện chi phí trong doanh nghiệp

Đơn vị: đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	CP bán hàng và QLDN	18,180,955,243	15,463,794,402	(2,717,160,841)	-14.95%
	- Giá vốn	16,834,200,106	14,123,177,739	(2,711,022,367)	-16.10%
	- CP quản lý DN	1,346,755,137	1,340,616,663	(6,138,474)	-0.46%
2	CP hoạt động tài chính	307,398,010	318,253,116	10,855,106	3.53%
	-CP lãi vay	306,998,010	317,455,296	10,457,286	3.41%
	- CP khác ngoài lãi vay	400,000	797,820	397,820	99.46%
3	CP hoạt động khác	202,200	215,000	12,800	6.33%
4	Tổng chi phí	18,488,555,453	15,782,262,518	(2,706,292,935)	-14.64%

(Nguồn: phòng kế toán tài chính)

Trong năm 2008 chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp cũng chiếm 97.98% , chi phí hoạt động tài chính chiếm 2.02%, chi phí hoạt động khác chiếm 0.001% trong tổng chi phí. Vì vậy mặt dù chi phí hoạt động tài chính năm 2008 tăng 3.53% so với năm 2008 trong đó chủ yếu là do chi phí lãi vay tăng lên 10,855,106đ tương ứng tăng 3.41%, chi phí khác ngoài lãi vay cũng tăng cao so với năm trước tăng những 397,820đ tương ứng tăng 99.46% và chi phí hoạt động khác tăng 12,800đ tương ứng 6.33% thì tổng chi phí của doanh nghiệp vẫn giảm 2,706,292,935đ tương ứng giảm 14.64%, nguyên nhân do chi phí bán hàng và quản lý doanh nghiệp chiếm ty trọng quá lớn và lại giảm những 14.95% so với năm trước tương ứng giảm 2,717,160,841đ trong đó giá vốn giảm nhiều nhất giảm 16.10% tương ứng giảm 2,711.022.367đ, chi phí quản lý doanh nghiệp cũng giảm nhẹ giảm 6,138,474đ tương ứng giảm 0.46%.

Để thấy được việc giảm chi phí như vậy đã thực sự hiệu quả chưa ta đi phân tích một số chỉ tiêu sau:

Qua bảng trên ta thấy tổng doanh thu trong kỳ của doanh nghiệp giảm tương đối lớn, giảm tới 14.62%, tổng chi phí và tổng lợi nhuận trong kỳ cũng giảm, tổng chi phí giảm 14.64%, tổng lợi nhuận giảm 6.22%.

Bảng 4: Bảng chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng chi phí

Đơn vị: đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tổng doanh thu trong kỳ	18,533,728,593	15,824,625,951	(2,709,102,642)	-14.62%
2	Tổng chi phí trong kỳ	18,488,555,453	15,782,262,518	(2,706,292,935)	-14.64%
3	Tổng lợi nhuận tt trong kỳ	45,173,140	42,363,433	(2,809,707)	-6.22%
4	Hiệu suất sử dụng chi phí(1/2)	1.0024	1.0027	0.0003	0.03%
5	Hiệu quả sử dụng chi phí(3/2)	0.0024	0.0027	0.0003	12.28%

(Nguồn: phòng kế toán tài chính)

- **Hiệu suất sử dụng chi phí**

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng chi phí bỏ ra cho hoạt động sản xuất kinh doanh trong kỳ thu được bao nhiêu đồng doanh thu.

Hiệu suất sử dụng chi phí năm 2007: 1.0024

Hiệu suất sử dụng chi phí năm 2008: 1.0027

Như vậy cứ một đồng chi phí bỏ ra thì thu được 1.0024 đồng doanh thu ở năm 2007 và thu được 1.0027 đồng doanh thu ở năm 2008. Như vậy là năm 2008 doanh nghiệp đã sử dụng nguồn chi phí bỏ ra đạt được hiệu suất cao hơn, hiệu suất sử dụng chi phí tăng 0.0003, tương ứng tăng 0.03%. Nguyên nhân là do mặc dù năm 2008 tổng doanh thu giảm đồng thời tổng chi phí cũng giảm theo sự giảm của doanh thu nhưng tốc độ giảm của chi phí lại lớn hơn tốc độ giảm của doanh thu 0.02% do đó hiệu suất sử dụng chi phí đã được tăng lên trong khi cả hai yếu tố cấu thành nên nó đều giảm, tuy nhiên tốc độ tăng không nhiều nhưng cũng phần nào cho thấy được sự nỗ lực của doanh nghiệp trong việc thực hiện tiếp kiệm chi phí hạ giá thành.

- **Hiệu quả sử dụng chi phí**

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng chi phí bỏ ra cho hoạt động sản xuất kinh doanh trong kỳ thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế.

Hiệu quả sử dụng chi phí năm 2007: 0.0024

Hiệu quả sử dụng chi phí năm 2008: 0.0027

Hiệu quả sử dụng chi phí năm 2008 tăng so với tỷ Hiệu quả sử dụng chi phí năm 2007, tăng 0.0003 ứng với tăng 12.28%. Tốc độ tăng tương đối cao thể hiện ở chỗ năm 2007 một đồng chi phí bỏ ra chỉ thu được 0.0024 đồng lợi nhuận trước thuế nhưng năm 2008 một đồng chi phí bỏ ra đã thu về được 0.0027 đồng lợi nhuận trước thuế, càng chứng tỏ việc sử dụng chi phí của doanh nghiệp đạt hiệu quả hơn so với năm trước, cho thấy doanh nghiệp đã có các biện pháp tiếp kiệm chi phí hữu hiệu, đã đi đúng trọng tâm so với năm trước. Tuy vậy nhưng chúng ta thấy hiệu suất sử dụng chi phí của doanh nghiệp ở cả hai năm là rất thấp và tốc độ tăng của nó cũng không cao, doanh nghiệp cần phải tiếp tục nghiên cứu, tìm ra biện pháp hữu hiệu hơn để tiếp kiệm chi phí hơn nữa.

2.2.3. *Đánh giá tình hình thực hiện chỉ tiêu lợi nhuận*

Bảng 5: *Đánh giá tình hình thực hiện các chỉ tiêu sinh lợi*

Đơn vị: đồng

STT	Chi tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Doanh thu thuần	18,533,728,593	15,824,625,951	(2,709,102,642)	-14.62%
2	Lợi nhuận tt	45,173,140	42,363,433	(2,809,707)	-6.22%
3	Lợi nhuận tt và lãi vay	352,171,150	359,818,729	7,647,579	2.17%
4	Lợi nhuận sau thuế	32,524,661	30,501,672	(2,022,989)	-6.22%
5	Giá trị tài sản bình quân	100,291,733,215	100,700,212,956	408,479,741	0.41%
6	Vốn chủ sở hữu bq	84,852,336,690	84,830,722,655	(21,614,035)	-0.03%
7	Tỷ suất LN / doanh thu(2/1)	0.00244	0.00268	0.00024	9.83%
8	Tỷ suất LN của tài sản(3/5)	0.00351	0.00357	0.00006	1.76%
9	KN sinh lời/vốn CSH(4/6)	0.00038	0.00036	(0.00002)	-6.20%

(nguồn: phòng kế toán tài chính)

Qua bảng đánh giá trên ta thấy hầu hết tất cả các chỉ tiêu năm 2008 giảm so với năm 2007 chỉ có chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu là tăng, ta đi phân tích kỹ từng chỉ tiêu.

- Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu

Tỷ số này đo lường khả năng sinh lời so với doanh thu

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu năm 2007: 0.00244

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu năm 2008: 0.00268

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu năm 2008 tăng 0.00024 ứng với tăng 9.83% so với năm 2007. Năm 2007 một đồng doanh thu thuần thu được thì có 0,00244 đồng lợi nhuận trước thuế, năm 2008 một đồng doanh thu thuần thu được thì có trong đó 0,00268 đồng lợi nhuận trước thuế. Tỷ suất này tăng là do năm 2008 tổng doanh thu thuần giảm 14.62% nhưng lợi nhuận trước thuế chỉ giảm 6.22% nên mặc dù hai chỉ tiêu này đều giảm nhưng tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu vẫn tăng.

- Tỷ suất sinh lời của tài sản

Tỷ số này đo lường khả năng sinh lời so với tài sản

Tỷ suất sinh lời của tài sản năm 2007: 0.00351

Tỷ suất sinh lời của tài sản năm 2008: 0.00357

Năm 2007 một đồng giá trị tài sản bình quân mà doanh nghiệp huy động vào sản xuất kinh doanh tạo ra được 0.00351 đồng lợi nhuận trước thuế và lãi vay, năm 2008 một đồng giá trị tài sản bình quân mà doanh nghiệp huy động vào sản xuất kinh doanh tạo ra được 0.00357 đồng lợi nhuận trước thuế và lãi vay. Như vậy năm 2008 tỷ suất sinh lời của tài sản đã tăng 1.76% so với năm 2007. Nguyên nhân của việc tăng này là do năm 2008 lợi nhuận trước thuế và lãi vay và cả giá trị tài sản bình quân đều tăng, lợi nhuận trước thuế và lãi vay tăng do chi phí lãi vay tăng lên do doanh nghiệp đã vay thêm để đầu tư cho tài sản cố định phục vụ sản xuất kinh doanh, giá trị tài sản bình quân tăng là vì năm 2008 doanh nghiệp đã đầu tư mua thêm phương tiện vận tải và nâng cấp một số tài sản cố định. Cả hai chỉ tiêu này đều tăng nhưng do chỉ tiêu lợi nhuận trước thuế và lãi vay tăng nhanh hơn rất nhiều, tăng 2.17% trong khi giá trị tài sản bình quân chỉ tăng 0.41%.

- Khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu

Khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu năm 2007: 0.00038

Khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu năm 2008: 0.00036

Năm 2007 một đồng vốn chủ sở hữu bình quân đã tạo ra được 0.00038 đồng lợi nhuận sau thuế, năm 2008 một đồng vốn chủ sở hữu bình quân đã tạo ra được 0.00036 đồng lợi nhuận sau thuế. Năm 2008 vốn chủ sở hữu bình quân bị giảm 21,614,035đ ứng với giảm 0,03%, lợi nhuận sau thuế giảm 2,022,989đ tương ứng giảm 6.22%. Tốc độ giảm của lợi nhuận sau thuế lớn hơn rất nhiều tốc độ giảm của vốn chủ sở hữu bình quân đây chính là nguyên nhân làm cho khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu bình quân giảm 0.00002 ứng với giảm 6.2%.

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu và Tỷ suất sinh lời của tài sản đều tăng chỉ có chỉ tiêu khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu là giảm và tỷ suất sinh lời của tài sản ở cả hai năm đều lớn hơn tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu rất nhiều chứng tỏ doanh nghiệp đã sử dụng đồng vốn vay không hiệu quả đã làm cho khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu rất thấp do phải trả tiền lãi vay khá lớn.

2.2.4. Đánh giá tình hình sử dụng các nguồn lực của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

2.2.4.1. Đánh giá hiệu quả sử dụng lao động của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

*** Phân tích cơ cấu và chất lượng lao động**

Trong bất kỳ hoạt động kinh doanh nào đòi hỏi phải có 3 yếu tố. Đó là sức lao động, công cụ lao động và vốn, đây là nhân tố quyết định sự ra đời, tồn tại và phát triển của doanh nghiệp nhưng muốn đồng vốn đó được bảo toàn và phát triển phải có sự tác động tích cực của con người. Số lượng và chất lượng lao động là yếu tố cơ bản của hiệu quả kinh doanh góp phần quan trọng trong năng lực sản xuất kinh doanh của công ty.

Tổng số lao động của công ty năm 2008 giảm 20 người so với năm 2007, năm 2007 tổng số lao động là 105 người nhưng năm 2007 tổng số lao động chỉ còn 85 người, nguyên nhân là do năm 2008 công ty đã thực hiện chính sách cắt giảm lao động để lao động làm việc có hiệu quả và tiếp kiệm chi phí nhân công.

Đội ngũ lao động đều có trình độ nghiệp vụ, cán bộ công nhân viên có trình độ thạc sĩ, đại học, cao đẳng chiếm phần lớn, năm 2007 chiếm 66,67%, năm 2008 chiếm 76,47% cho thấy công ty ngày càng có các biện pháp để thu hút người lao

động có trình độ nghiệp vụ, thu hút nhân tài.

Bảng 6: Bảng thống kê lao động của công ty qua 2 năm 2007 - 2008

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
			Tuyệt đối	Tương đối
I. Trình độ học vấn				
1. Trung cấp	25	15	(10)	-40.00%
2. Công nhân kỹ thuật	10	5	(5)	-50.00%
3. Cao đẳng	33	18	(15)	-45.45%
4. Đại học	34	45	11	32.35%
5. Thạc sĩ	3	2	(1)	-33.33%
Tổng	105	85	(20)	-19.05%
II. Độ tuổi				
1. Từ 18-29	31	34	3	9.68%
2. Từ 30-39	39	42	3	7.69%
3. Từ 40-49	29	7	(22)	-75.86%
4. Từ 50 trở lên	6	2	(4)	-66.67%
Tổng	105	85	(20)	-19.05%

(Nguồn: phòng tổ chức hành chính)

Công ty có đội ngũ cán bộ công nhân trẻ, tập trung chủ yếu ở độ tuổi dưới 40 nên khả năng tiếp cận với khoa học kỹ thuật mới là rất nhanh, sẽ giúp cho doanh nghiệp ngày càng phát huy được năng lực, khả năng phát triển của mình.

* Đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

Bất kỳ một doanh nghiệp nào muốn tồn tại và phát triển đều phải đặt vấn đề con người lao động lên hàng đầu, phải có phương hướng, chiến lược sử dụng nguồn nhân lực một cách hữu hiệu để đạt hiệu quả cao hơn. Số lượng và chất lượng lao động là yếu tố cơ bản trong sản xuất góp phần quan trọng trong năng lực sản xuất của doanh nghiệp.

Doanh thu bình quân của một lao động năm 2007 là 176,511,701đ nhưng năm 2008 chỉ có 166,575,010đ như vậy đã giảm 9,936,691đ tương ứng giảm 5.63%, nguyên nhân là do mặc dù doanh nghiệp đã thực hiện biện pháp cắt giảm lao động thể hiện ở chỗ tổng lao động bình quân năm 2008 đã giảm 10 lao động, ứng với giảm 9.52% so với năm 2007 nhưng do doanh thu năm 2008 giảm quá nhiều tổng doanh thu thuần năm 2008 đã giảm 14.62% so với năm 2007 nên doanh thu bình quân của một lao động đã bị giảm 5.63%.

Bảng 7: Bảng đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

STT	Chi tiêu	Đơn vị	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
					Tuyệt đối	Tương đối
1	Tổng LDBQ	LĐ	105	95	(10)	-9.52%
2	Tổng DT thuần	Đồng	18,533,728,593	15,824,625,951	(2,709,102,642)	-14.62%
3	Lợi nhuận sau thuế	Đồng	32,524,661	30,501,672	(2,022,989)	-6.22%
4	DT BQ của 1 LĐ(2/1)	Đ/LĐ	176,511,701	166,575,010	(9,936,691)	-5.63%
5	Mức SL của 1 LĐ(3/1)	Đ/LĐ	309,759	321,070	11,312	3.65%

(Nguồn: phòng kế toán tài chính và phòng tổ chức hành chính)

Mặc dù doanh thu bình quân một lao động giảm nhưng mức sinh lời của một lao động lại không hề giảm, năm 2007 mức sinh lời của một lao động là 309,759đ nhưng năm 2008 lại tăng lên 11,312đ tức là mức sinh lời của một lao động năm 2008 đã là 321,070đ tương ứng tăng 3.65%, là do năm 2008 công ty đã làm tốt công tác tiếp kiệm chi phí hơn so với năm 2007 cho nên tốc độ giảm của lợi nhuận sau thuế thấp hơn tốc độ giảm của lao động, lợi nhuận sau thuế chỉ giảm có 6.22% trong khi lao động giảm những 9.52%. Việc giảm lao động cũng là một trong những biện pháp cắt giảm chi phí của doanh nghiệp để giúp doanh nghiệp giảm bớt khó khăn trong tình trạng nền kinh tế khủng hoảng hiện nay.

2.2.4.2. Đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

Vốn cố định là một loại vốn đầu tư vào tài sản cố định của doanh nghiệp, nói cách khác vốn cố định chính là tài sản cố định bằng tiền. Đặc điểm nổi bật của tài sản cố định là được tham gia vào nhiều chu kỳ sản xuất kinh doanh, tạo ra sản phẩm, hàng hoá mà vẫn giữ nguyên được hình thái ban đầu cho đến khi hỏng không còn giá trị sử dụng, giá trị của nó được chuyển dần vào giá trị sản phẩm.

Tài sản cố định qua các năm đều được công ty tu sửa, bảo dưỡng hay mua đóng mới. Tài sản cố định năm 2007 là 8,330,325,835đ, năm 2008 là 8,862,203,983đ như vậy là đã tăng 531,878,148đ tăng 6.38% là do tài sản cố định hữu hình năm 2008 đã tăng 471,653,148đ so với năm 2007, tăng 6.05%.

Chi phí xây dựng cơ bản dở dang năm 2007 là 538,136,100đ, năm 2008 là 598,361,100đ tăng 60,225,000đ tương đương với tăng 11.29%.

Bảng 8: Bảng chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng tài sản cố định và vốn cố định

Đơn vị: đồng

ST T	Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Doanh thu thuần	18,533,728,593	15,824,625,951	(2,709,102,642)	-14.62%
2	Vốn cố định bình quân	88,971,374,270	89,391,460,976	420,086,706	0.47%
3	Lợi nhuận trước thuế	45,173,140	42,363,433	(2,809,707)	-6.22%
4	Nguyên giá bq TSCĐ	12,393,891,867	12,654,904,503	261,012,636	2.11%
5	Hiệu suất sử dụng VCD(1/2)	0.20831	0.17703	(0.03128)	-15.02%
6	Tỷ suất lợi nhuận VCD(3/2)	0.00051	0.00047	(0.00003)	-6.66%
7	Hiệu suất sử dụng TSCĐ(1/4)	1.49539	1.25047	(0.24492)	-16.38%
8	Sức sinh lời của TSCĐ(3/4)	0.00364	0.00335	(0.00030)	-8.15%
9	Suất hao phí TSCĐ(4/1)	0.66872	0.79970	0.13098	19.59%

(Nguồn : phòng kế toán tài chính)

Để đánh giá sự tăng lên của tài sản cố định có hiệu quả hay không, ta sẽ đánh giá điều này thông qua việc phân tích một số chỉ tiêu sau:

- Hiệu suất sử dụng vốn cố định

Chỉ tiêu này phản ánh cứ trung bình 1 đồng vốn cố định thì tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu thuần trong kỳ.

Hiệu suất sử dụng vốn cố định năm 2007 là: 0.20831

Hiệu suất sử dụng vốn cố định năm 2008 là: 0.17703

Như vậy hiệu suất sử dụng vốn cố định của công ty năm sau thấp hơn năm trước. Năm 2007, cứ 1 đồng vốn cố định bỏ ra thì thu được 0.20831 đồng doanh thu thuần trong kỳ và đến năm 2008 thì cứ 1 đồng vốn cố định bỏ ra lại chỉ thu được 0.17703 đồng doanh thu thuần. Điều này cho thấy công ty tuy đã đầu tư thêm vốn cố định nhưng tình hình sử dụng vốn cố định lại kém hiệu quả hơn năm trước. Hiệu suất sử dụng vốn cố định giảm là do vốn cố định của công ty năm 2008 tăng 0.47% so với năm 2007 nhưng doanh thu thuần năm 2008 lại

giảm 14.62%, nguyên nhân của sự biến động trái chiều này là do năm 2008 nền kinh tế toàn cầu cùng lâm vào tình trạng khó khăn, nền kinh tế không ổn định, khủng hoảng, thấp nghiệp, lạm phát cho nên doanh nghiệp cũng không thể tránh khỏi bị ảnh hưởng bởi sự bất ổn này.

- Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn cố định trong kỳ có thể tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế

Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định năm 2007: 0.00051

Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định năm 2008: 0.00047

Như vậy trong năm 2007 cứ 1 đồng vốn cố định bỏ ra thì sẽ thu về được 0.00051 đồng lợi nhuận trước thuế, năm 2008 cứ 1 đồng vốn cố định bỏ ra sẽ thu về được 0.00047 đồng lợi nhuận trước thuế. Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định có giảm nhưng giảm không nhiều giảm 6.66%, hiệu suất sử dụng vốn cố định giảm 15.16%, so sánh với hiệu suất sử dụng vốn cố định thì ta thấy tốc độ giảm của tỷ suất lợi nhuận vốn cố định là ít hơn rất nhiều chưa bằng một phần hai tốc độ giảm của hiệu suất sử dụng vốn cố định chứng tỏ doanh nghiệp đã có biện pháp cắt giảm chi phí để tìm cách nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

- Hiệu suất sử dụng tài sản cố định

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định đem lại mấy đồng doanh thu thuần

Hiệu suất sử dụng tài sản cố định năm 2007: 1.49539

Hiệu suất sử dụng tài sản cố định năm 2008: 1.25047

Kết quả trên cho thấy năm 2007 cứ 1 đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định đem lại được 1.49539 đồng doanh thu thuần, năm 2008 cứ 1 đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định đem lại 1.25047 đồng doanh thu thuần. Như vậy hiệu suất sử dụng tài sản cố định năm 2008 đã giảm so với năm 2007, giảm 16.38%. Do năm 2008 nguyên giá bình quân tài sản cố định tăng 261,012,636đ so với năm 2007, ứng với tăng 2.11% do năm 2008 công ty đã đầu tư thêm tài sản cố định để phục vụ sản xuất kinh doanh nhưng doanh thu thuần năm 2008 lại giảm khá lớn giảm 14.62% cho thấy công ty đã không làm tốt công tác bán

hàng và tiêu thụ sản phẩm, lượng khách hàng bị thu hẹp, số lượng sản phẩm bán ra bị giảm sút. Doanh thu của công ty bị giảm ngoài nguyên nhân chủ quan trên còn do nguyên nhân khách quan chi phối nó đó là do năm 2008 nền kinh tế không ổn định hết lạm phát lại đến khủng hoảng kinh tế trầm trọng do đó đã ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động của công ty.

- Sức sinh lời tài sản cố định

Chỉ tiêu sức sinh lợi của tài sản cố định cho biết 1 đồng nguyên giá tài sản cố định đem lại mấy đồng lợi nhuận thuần

Sức sinh lợi của tài sản cố định năm 2007 là: 0.00364

Sức sinh lợi của tài sản cố định năm 2008 là: 0.00335

Chỉ tiêu sức sinh lợi của tài sản cố định cho biết năm 2007 cứ 1 đồng nguyên giá tài sản cố định đem lại 0.00364 đồng lợi nhuận thuần, năm 2008 cứ 1 đồng nguyên giá tài sản cố định đem lại 0.00335 đồng lợi nhuận thuần. Như vậy sức sinh lợi tài sản cố định của năm 2008 đã giảm so với năm 2007 như vậy là công ty hoạt động kém hiệu quả hơn so với năm trước. Nguyên nhân là do mặc dù nguyên giá tài sản cố định năm 2008 đã được công ty đầu tư thêm nên đã tăng 216,012,636đ tương ứng tăng 2.11% nhưng lợi nhuận trước thuế năm 2008 lại giảm 2,809,707đ tương ứng giảm 6.22% so với năm 2007 nên đã làm cho sức sinh lợi tài sản cố định năm 2008 giảm 8.15% so với năm 2007. Như vậy việc đầu tư thêm tài sản cố định vào phục vụ sản xuất chưa thực sự hiệu quả.

- Suất hao phí tài sản cố định

Chỉ tiêu này cho thấy để có được 1 đồng doanh thu thuần cần bao nhiêu đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định

Suất hao phí tài sản cố định năm 2007: 0.66872

Suất hao phí tài sản cố định năm 2008: 0.79970

Như vậy năm 2008 để tạo ra được 1 đồng doanh thu thuần thì cần 0.79970 đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định, năm 2007 để tạo ra được 1 đồng doanh thu thuần thì chỉ cần 0.66872 đồng nguyên giá tài sản cố định. Như vậy năm 2008 để tạo ra được 1 đồng doanh thu thuần công ty đã phải bỏ ra lượng tài sản cố định nhiều hơn năm 2007, việc quản lý tài sản cố định như vậy là chưa tốt.

2.2.4.3. *Đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng*

Vốn lưu động là biểu hiện bằng tiền của tài sản lưu động như nguyên, nhiên, vật liệu, bán thành phẩm... Nó chỉ tham gia vào một chu kỳ sản xuất mà không giữ nguyên hình thái vật chất ban đầu, giá trị của nó được chuyển dịch toàn bộ một lần vào giá trị sản phẩm.

Trong nền kinh tế thị trường, để hình thành tài sản lưu động, doanh nghiệp phải bỏ ra một số vốn đầu tư ban đầu nhất định. Vì vậy cũng có thể nói vốn lưu động của doanh nghiệp là vốn tiền tệ ứng trước để đầu tư, mua sắm các tài sản lưu động của doanh nghiệp.

Để thấy được tình hình sử dụng vốn lưu động của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng, ta đi phân tích một số chỉ tiêu qua bảng sau:

Bảng 9: Bảng chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng vốn lưu động

Đơn vị: đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tiền	769,862,153	634,063,587	(135,798,566)	-17.64%
2	Các khoản phải thu ngắn hạn	3,246,487,544	3,972,579,485	726,091,941	22.37%
3	Hàng tồn kho	381,847,791	632,393,124	250,545,333	65.61%
4	Tài sản ngắn hạn khác	6,298,655,098	5,651,636,039	(647,019,059)	-10.27%
5	Doanh thu thuần	18,533,728,593	15,824,625,951	(2,709,102,642)	-14.62%
6	VLĐ bình quân năm	11,320,358,945	11,308,751,980	(11,606,965)	-0.10%
7	Lợi nhuận thuần	45,173,140	42,363,433	(2,809,707)	-6.22%
8	Sức sinh lợi của VLĐ(7/6)	0.0040	0.0037	(0.0002)	-6.12%
9	Số vòng quay của VLĐ(5/6)	1.6372	1.3993	(0.2379)	-14.53%
10	Số ngày 1 vòng quay VLĐ(360/9)	219.8872	257.2668	37.3796	17.00%
11	Hệ số đảm nhiệm VLĐ(6/5)	0.6108	0.7146	0.1038	17.00%

(Nguồn: phòng kế toán tài chính)

Qua số liệu tính toán được ở bảng trên ta thấy năm 2008 công ty sử dụng vốn lưu động kém hiệu quả hơn so với năm 2007. Các khoản phải thu ngắn hạn và hàng tồn kho đều tăng, cụ thể năm 2008 phải thu ngắn hạn tăng 726,091,941đ

ứng với tăng khoảng 22.37%, trong đó phải thu nội bộ chiếm tỷ trọng lớn nhất, tiếp theo là khoản mục phải thu của khách hàng, khoản mục này tăng lên cho thấy năm 2008 doanh nghiệp đã không làm tốt công tác thu hồi vốn cho nên đã để vốn của công ty bị chiếm dụng nhiều. Hàng tồn kho tăng rất mạnh tăng 250,545,333đ tương ứng tăng 65.61% đã để doanh nghiệp bị ứ đọng vốn, vốn của doanh nghiệp bị nằm chết không sinh lời được. Hai khoản mục này tăng cũng chính là nguyên nhân làm cho khoản mục Tiền năm 2008 giảm so với năm 2007, tiền 2007 là 769,862,153đ nhưng năm 2008 chỉ có 634,063,587đ đã giảm 135,798,566đ tức là giảm khoảng 17.64%. Tài sản ngắn hạn khác cũng giảm, giảm 10.27% tương đương giảm 647,019,659đ.

Việc tăng, giảm vốn lưu động như vậy có thực sự là xấu hay không ta phải đi phân tích, so sánh giữa năm này với năm khác thông qua một số các chỉ tiêu sau:

- Sức sinh lợi của vốn lưu động

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn lưu động làm ra mấy đồng lợi nhuận thuần trong kỳ

Sức sinh lợi của vốn lưu động năm 2007 là: 0.0040

Sức sinh lợi của vốn lưu động năm 2008 là: 0.0037

Như vậy sức sinh lợi của vốn lưu động năm 2008 đã giảm so với năm 2007. Năm 2007 một đồng vốn lưu động làm ra 0.004 đồng lợi nhuận thuần, nhưng năm 2008 một đồng vốn lưu động chỉ làm ra 0.0037 đồng lợi nhuận thuần, đã giảm xuống 0.0003 tương ứng giảm 6.12% so với năm 2007, đây là một kết quả xấu. Nguyên nhân là do:

+Lợi nhuận thuần năm 2008 giảm 6.22% so với năm 2007 tương ứng giảm 2,809,707đ

+Vốn lưu động bình quân năm 2008 giảm 0.1% so với năm 2007 tương ứng giảm 11,606,965đ

Như vậy, tuy cả 2 yếu tố đều giảm nhưng tốc độ giảm của lợi nhuận thuần nhanh hơn tốc độ giảm của vốn lưu động bình quân rất nhiều gần gấp 60 lần. Đã làm cho sức sinh lợi của vốn lưu động giảm tới 6.12%.

- Số vòng quay của vốn lưu động

Số vòng quay của vốn lưu động năm 2007 là: 1.6372

Số vòng quay của vốn lưu động năm 2008 là: 1.3993

Số vòng quay của vốn lưu động năm 2008 đã giảm 14.53% so với năm 2007. Năm 2007 vốn lưu động của doanh nghiệp quay được 1.6372 vòng nhưng năm 2008 vốn lưu động chỉ quay được 1.3993 vòng, cho thấy năm 2008 hiệu suất sử dụng vốn lưu động giảm khá nhiều do năm 2008 doanh thu thuần giảm 14.62% và vốn lưu động bình quân cũng giảm 0.1% so với năm 2007. Như vậy công ty cần có biện pháp quản lý và sử dụng vốn lưu động có hiệu quả hơn.

- Số ngày một vòng quay vốn lưu động

Chỉ tiêu này thể hiện số ngày cần thiết cho vốn lưu động quay được 1 vòng.

Số ngày một vòng quay vốn lưu động năm 2007 là: 219.8872

Số ngày một vòng quay vốn lưu động năm 2008 là: 257.2668

Qua kết quả tính toán trên ta thấy việc sử dụng vốn lưu động của công ty là không hiệu quả vì: số ngày một vòng quay vốn lưu động năm 2008 cao hơn 37.3796 ngày so với số ngày một vòng quay vốn lưu động năm 2007.

- Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động

Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động năm 2007: 0.6108

Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động năm 2008: 0.7146

Qua chỉ tiêu này ta biết được để có 1 đồng doanh thu thuần thì cần 0.6108 đồng vốn lưu động bình quân năm 2007 và cần 0.7146 đồng vốn lưu động bình quân năm 2008. Như vậy năm 2008 công ty sử dụng mất lượng vốn lưu động nhiều hơn để tạo ra 1 đồng doanh thu so với năm 2007 là 0.1038 đồng, tương đương với 17%.

Việc tính toán các chỉ tiêu trên cho thấy các chỉ số về hiệu quả sử dụng vốn lưu động năm 2008 đã thấp hơn so với năm 2007, như vậy có thể nói năm 2008 công tác quản lý vốn lưu động là chưa thực sự hiệu quả, chưa tương xứng với tiềm năng của nó, ban lãnh đạo cũng như toàn thể cán bộ công nhân viên trong công ty cần phải nỗ lực tìm tòi, cải thiện, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động hơn nữa.

2.2.5. Đánh giá tổng hợp kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

Báo cáo kết quả kinh doanh là các báo cáo tài chính phản ánh tổng quát tình hình và kết quả kinh doanh cũng như tình hình thực hiện nghĩa vụ, trách nhiệm của công ty đối với nhà nước về các khoản thuế, phí, lệ phí... trong một kỳ báo cáo.

Tổng doanh thu thuần của công ty năm 2008 là 15,824,625,951đ, giảm mạnh 2,709,102,642đ, tương ứng giảm 14.62% so với năm 2007. Việc giảm này chủ yếu là giảm 2.720.381.098đ doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ, tương ứng 14,76%. Trong khi doanh thu hoạt động tài chính tăng nhẹ chỉ có 12.221.341 đ, tương ứng 12,72%. Doanh thu hoạt động khác rất ít, năm 2008 chỉ có 5,180,338đ, giảm 942,885đ so với 2007.

Tổng tổng doanh thu thuần giảm kéo theo tổng chi phí năm 2008 giảm 2,706,292,935đ tương ứng giảm 14,64%. Tuy nhiên ta thấy tốc độ giảm của doanh thu thuần là 14,62% nhỏ hơn tốc độ giảm 14,64% của tổng chi phí. Do đó góp phần làm tổng lợi nhuận trước thuế năm 2008 chiếm tỷ trọng 0,27% trong tổng doanh thu thuần năm 2008 và cao hơn mức 0,24% của năm 2007. Đồng thời làm lợi nhuận trước thuế năm 2008 giảm không đáng kể 2,809,707đ tương ứng 6.22% so với 2007. Như vậy trong 100 đồng tổng doanh thu thuần năm 2008 có 0.27 đồng lợi nhuận trước thuế và 99.73 đồng tổng chi phí, còn trong 100 đồng tổng doanh thu thuần năm 2007 chỉ có 0.24 đồng lợi nhuận trước thuế và tổng chi phí cao hơn, là 99.76 đồng. Điều này cho thấy trong năm 2008 mặc dù tình hình kinh doanh khá khó khăn nhưng công ty đã làm tốt việc giảm chi phí trên một đồng doanh thu thuần. Đây là một điều rất tốt, công ty cần duy trì trong những năm tiếp theo.

Hoạt động sản xuất kinh doanh:

Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ là nguồn thu chính, chủ yếu và thường xuyên của công ty. Trong tổng doanh thu thuần của công ty thì doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất (năm 2007 là 99.45%, năm 2008 là 99.28%). Việc sụt giảm mạnh của doanh thu như vậy làm hiệu quả sử dụng vốn của công ty kém, nhìn chung tình hình tài chính không mấy lạc quan.

Bảng 10: Bảng đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh

Chỉ tiêu		HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH			
		Năm 2007	%	Năm 2008	%
1	Tổng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	18.431.525.350	100,00%	15.714.144.252	100,00%
	Tr.đó : - Doanh thu khách sạn nhà hàng	8.164.545.770	44,30%	7.971.741.950	50,72%
	- Doanh thu cung cấp dịch vụ XKLD	3.675.058.853	19,94%	3.325.408.386	21,16%
	- Doanh thu hoạt động xây dựng	1.553.954.535	8,43%	802.848.972	5,11%
	- Doanh thu dịch vụ du lịch	1.884.318.235	10,22%	1.561.439.492	9,94%
	- Doanh thu hoa hồng đại lý chứng khoán	468.604.149	2,54%	200.914.617	1,28%
	- Doanh thu hàng hoá, thương mại	1.358.599.296	7,37%	671.507.701	4,27%
	- Doanh thu khác (quảng cáo bóng đá, điện)	1.326.444.512	7,20%	1.180.283.134	7,51%
2	Các khoản giảm trừ doanh thu	0		3.000.000	0,02%
3	Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp D.vụ	18.431.525.350	100,00%	15.711.144.252	100,00%
4	Tổng chi phí	18.180.955.243	98,64%	15.463.794.402	98,43%
	- Giá vốn	16.834.200.106	91,33%	14.123.177.739	89,80%
	- Chi phí bán hàng				
	- Chi phí quản lý doanh nghiệp	1.346.755.137	7,31%	1.340.616.663	8,63%
5	LN gộp	1.597.325.244	8,67%	1.587.966.513	10,10%
6	LNtt	250.570.107	1,36%	247.349.850	1,58%

Chỉ tiêu		HOẠT ĐỘNG TÀI CHÍNH				
		Năm 2007	%	Năm 2008	%	2008 so với 2007
						Tuyệt đối
1	Doanh thu	96.080.020	100,00%	108.301.361	100,00%	12.221.341
2	Tổng chi phí	307.398.010	319,94%	318.253.116	293,86%	10.855.106
	- Lãi vay	306.998.010	319,52%	317.455.296	293,12%	10.457.286
	- Chi phí khác ngoài lãi vay	400.000	0,42%	797.820	0,74%	397.820
3	LNtt	-211.317.990	219,94%	-209.951.755	-193,86%	1.366.235
LNtt từ hoạt động kinh doanh		39.252.117		37.398.095		-1.854.022
Chỉ tiêu		HOẠT ĐỘNG KHÁC				
		Năm 2007	%	Năm 2008	%	2008 so với 2007
						Tuyệt đối
1	Doanh thu	6.123.223	100,00%	5.180.338	100,00%	-942.885
2	Tổng chi phí	202.200	3,30%	215.000	4,15%	12.800
3	LNtt	5.921.023	96,70%	4.965.338	95,85%	-955.685
Tổng doanh thu thuần		18.533.728.593	100,00%	15.824.625.951	100,00%	2.709.102.642
Tổng Cp		18.488.555.453	99,76%	15.782.262.518	99,73%	2.706.292.935
Tổng LNtt		45.173.140	0,24%	42.363.433	0,27%	-2.809.707
Thuế TNDN		12.648.479	0,07%	11.861.761	0,07%	-786.718
Tổng LNst		32.524.661	0,18%	30.501.672	0,19%	-2.022.989

(Nguồn: Phòng tài chính kế toán)

Trong tổng mức sụt giảm 2,717,381,098đ doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ của công ty năm 2008 thì doanh thu hoạt động xây dựng sụt giảm mạnh nhất giảm 751,105,563đ tương ứng giảm 48.38%, tiếp theo là doanh thu hàng hóa thương mại giảm 687,091,595đ tương ứng 50,57%, và doanh thu của các lĩnh vực khác cũng giảm như đã trình bày trên bảng trên. Việc giảm này là do năm 2008 kinh tế trong nước và thế giới có nhiều biến động lớn, bất lợi, hơn nữa lĩnh vực kinh doanh của công ty như đã nêu trên lại rất nhạy cảm với sự biến động đó. Vì vậy ảnh hưởng xấu đến hoạt động kinh doanh của công ty. Lạm phát cao năm 2008, thời điểm nửa cuối năm lên tới trên 25% đồng nghĩa với việc giá nguyên vật liệu xây dựng tăng cao nhất là xi măng, sắt, thép khiến nhu cầu về xây dựng giảm sút, một số dự án của công ty phải tạm dừng để tránh lỗ. Doanh thu hoạt động xây dựng vì thế sụt giảm mạnh. Lạm phát cao vào nửa đầu năm, tiếp đó là suy thoái kinh tế thế giới vào những tháng cuối năm dẫn đến thất nghiệp, đời sống đại đa số người dân gặp rất nhiều khó khăn, việc chi tiêu được thắt chặt...những điều này tác động làm doanh thu hoạt động thương mại, du lịch giảm mạnh. Đây cũng là khó khăn chung của nền kinh tế cũng như của rất nhiều doanh nghiệp khác. Trong năm 2009 này và những năm tiếp theo công ty cần phải có những kế hoạch kinh doanh mới để đứng vững trong thời khủng hoảng và chuẩn bị vươn lên mạnh mẽ khi kinh tế thế giới và trong nước bắt đầu phục hồi.

Tuy có mức sụt giảm mạnh như vậy nhưng LNTT hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2008 là 247,349,850đ giảm không đáng kể 3,220,257đ tương ứng 1.29% so với năm 2007 và chiếm tỷ trọng 1.57% trong doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2008 – cao hơn mức 1.36% của năm 2007. Doanh thu thuần giảm kéo theo chi phí giảm, tổng chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty năm 2008 giảm 2,717,160,841 đ tương ứng 14.95% và chi phí này chỉ chiếm 98.43% trong tổng doanh thu thuần hoạt động SXKD, thấp hơn mức 98.64% của năm 2007. Trong khi doanh thu thuần hoạt động SXKD giảm 2.720.381.098 đ tương ứng 14.76%. Như vậy là tốc độ giảm của tổng chi phí hoạt động SXKD là 14.95% lớn hơn so với tốc độ giảm 14.76% của

doanh thu thuần của nó. Do đó làm tỷ trọng của LNtt hoạt động SXKD trong 100 đồng doanh thu thuần năm 2008 là 1.57% cao hơn mức 1.36% của năm 2007 và LNtt hoạt động SXKD năm 2008 giảm không đáng kể so với 2007. Ta thấy trong 100 đồng doanh thu thuần hoạt động SXKD năm 2008 có 1.57 đồng LNtt còn năm 2007 chỉ có 1.36 đồng. Qua đây cho ta thấy nỗ lực giảm chi phí của công ty đã mang lại kết quả rất đáng khích lệ, tình hình kinh doanh năm 2008 rất khó khăn đã buộc công ty phải tìm cách cắt giảm chi phí và công ty đã làm rất tốt điều này. Trong những năm tới công ty cần cố gắng duy trì.

Trong tổng chi phí hoạt động SXKD thì giá vốn chiếm tỷ trọng cao nhất, năm 2007 bằng 91,33% so với doanh thu thuần hoạt động SXKD của năm, năm 2008 bằng 89,89% so với doanh thu thuần hoạt động SXKD của năm. Như vậy trong 100 đồng doanh thu thuần hoạt động SXKD năm 2007 có tới 91,33 đồng là chi phí sản xuất (giá thành sản xuất), còn năm 2008 chỉ có 89,89, giảm đáng kể so với năm 2007. Chi phí quản lý doanh nghiệp chỉ chiếm tỷ trọng 7,31% trong doanh thu thuần hoạt động SXKD năm 2007 và 8,53% năm 2008. Ta thấy tỷ trọng của chi phí QLDN trong doanh thu thuần năm 2008 tăng 1,04% so với 2007 nhưng tỷ trọng của giá vốn năm 2008 lại giảm 1,44%, lớn hơn so với mức tăng của chi phí QLDN. Đồng thời ta thấy tỷ trọng của chi phí QLDN trong doanh thu thuần như trên là nhỏ hơn rất nhiều so với tỷ trọng của giá vốn. Do vậy mà mức tăng 1,04% của tỷ trọng chi phí QLDN trong 100 đồng doanh thu thuần năm 2008 là không đáng kể so với mức giảm 1,44% của tỷ trọng giá vốn và tổng chi phí vì thế vẫn giảm nhiều so với 2007. Dù tỷ trọng của chi phí QLDN trong 100 đồng doanh thu thuần năm 2008 cao hơn so với 2007 nhưng năm 2008 so với 2007 thì chi phí này đã giảm nhẹ được 6,138,474 đ tương ứng 0,46%. Điều này là do mức giảm của chi phí QLDN (rất khó để giảm và có giảm thì cũng rất ít) giữa hai năm là quá nhỏ so với mức giảm hơn 2 tỷ của doanh thu thuần. Do đó tỷ trọng của chi phí này trong 100 đồng doanh thu thuần năm 2008 cao hơn so với 2007.

→ Nhìn chung doanh thu thuần hoạt động SXKD năm 2008 giảm mạnh so với 2007 nhưng lợi nhuận trước thuế lại giảm không đáng kể. Điều này là do

doanh thu thuần giảm thì tổng chi phí cũng giảm nhưng tốc độ giảm của chi phí lớn hơn so với tốc độ giảm của doanh thu thuần mà chủ yếu là giảm của tỷ trọng giá vốn trong 100 đồng doanh thu thuần của năm 2008 so với 2007. Đồng thời trong tổng chi phí hoạt động SXKD cũng như tổng chi phí của doanh nghiệp thì giá vốn luôn chiếm tỷ trọng cao nhất trên 90%. Điều này cho thấy nỗ lực giảm chi phí của doanh nghiệp đã đi đúng trọng tâm và có hiệu quả (giảm chi phí có tỷ trọng cao nhất là giá vốn), việc giảm giá vốn là vô cùng quan trọng. Tuy nhiên tỷ trọng của giá vốn trong 100 đồng doanh thu thuần của năm 2008 giảm so với 2007 nhưng tỷ trọng này như nêu trên vẫn là rất cao ở cả hai năm. Công ty cần tiếp tục và nỗ lực hơn nữa tìm cách giảm chi phí này.

Hoạt động tài chính:

Doanh thu hoạt động tài chính năm 2008 so với 2007 tăng nhẹ 12.221.341 đ tương ứng 12.72%. Chi phí hoạt động tài chính (chủ yếu là lãi vay) cũng tăng ở mức nhỏ hơn là 10,855,106đ, tương ứng 3.53% do đó làm lợi nhuận hoạt động tài chính đỡ lỗ hơn 1,366,235đ tương ứng 0.65% so với 2007. Việc chi phí lãi vay năm 2008 tăng này là do năm 2008 khoản vay dài hạn của công ty tăng lên 577,870,367đ. Ta thấy chi phí hoạt động tài chính (chủ yếu là lãi vay) lớn gấp gần ba lần (293.86%) doanh thu hoạt động tài chính năm 2008 và lớn hơn ba lần (319.94%) doanh thu hoạt động tài chính năm 2007. Do đó làm lợi nhuận hoạt động tài chính ở cả hai năm đều bị lỗ, năm 2008 lỗ 209.951.755đ, năm 2007 lỗ 211.317.990 đ. Điều này tác động làm giảm lợi nhuận trước thuế từ hoạt động kinh doanh (hoạt động SXKD và hoạt động tài chính) xuống rất thấp còn 37,398,095 đ năm 2008 và 39,252,117 đ năm 2007.

Trong tổng doanh thu thuần của công ty năm 2008 thì doanh thu hoạt động tài chính chiếm tỷ trọng không lớn là 0.68%, năm 2007 chiếm 0.52%. Nhưng chi phí lãi vay năm 2007 chiếm 1.66%, năm 2008 chiếm 2.01% trong tổng doanh thu thuần. Vay nợ là một phần không thể thiếu cho hoạt động kinh doanh của công ty, tuy nhiên công ty cần cân nhắc và sử dụng có hiệu quả cao số vốn này. Đồng thời công ty cũng cần tìm cách để tăng doanh thu hoạt động tài chính để làm giảm bớt số lỗ từ hoạt động tài chính. Cùng với việc tăng doanh

thu và giảm chi phí hoạt động SXKD để tăng lợi nhuận hoạt động SXKD sẽ góp phần làm tăng lợi nhuận trước thuế hoạt động kinh doanh của công ty.

Doanh thu hoạt động khác

Doanh thu hoạt động khác chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng doanh thu thuần, chiếm tỷ trọng 0.03% ở cả hai năm, năm 2008 doanh thu hoạt động khác giảm nhưng chi phí thì lại tăng nên đã làm cho lợi nhuận từ hoạt động khác bị giảm 16.14%

2.2.6. Đánh giá tổng hợp hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

Bảng 11 :Bảng tập hợp một số chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sản xuất kinh doanh

Đơn vị: đồng

TT	Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tổng doanh thu thuần	18,533,728,593	15,824,625,951	(2,709,102,642)	-14.62%
2	Tổng chi phí	18,488,555,453	15,782,262,518	(2,706,292,935)	-14.64%
3	Lợi nhuận trước thuế	45,173,140	42,363,433	(2,809,707)	-6.22%
4	Lợi nhuận trước thuế và lãi vay	352,171,150	359,818,729	7,647,579	2.17%
5	Lợi nhuận sau thuế	32,524,661	30,501,672	(2,022,989)	-6.22%
6	Số lao động bình quân	105	95	(10)	-9.52%
7	Giá trị tài sản bình quân	100,291,733,215	100,700,212,956	408,479,741	0.41%
8	Vốn chủ sở hữu bình quân	84,852,336,690	84,830,722,655	(21,614,035)	-0.03%
9	Vốn cố định bình quân	88,971,374,270	89,391,460,976	420,086,706	0.47%
10	Vốn lưu động bình quân	11,320,358,945	11,308,751,980	(11,606,965)	-0.10%
11	Tỷ suất lợi nhuận/DT(3/1)	0.00244	0.00268	0.00024	9.83%
12	Hiệu quả sử dụng chi phí(3/2)	0.00244	0.00268	0.00024	9.86%
13	Tỷ suất sinh lời của tài sản(4/7)	0.00351	0.00357	0.00006	1.76%
14	KN sinh lời/vốn CSH(5/8)	0.00038	0.00036	(0.00002)	-6.20%
15	Hiệu quả sử dụng LĐ(3/6)	430,220	445,931	15,710	3.65%
16	Sức sinh lời của VCD(3/9)	0.00051	0.00047	(0.00003)	-6.66%
17	Sức sinh lời của VLĐ(3/10)	0.00399	0.00375	(0.00024)	-6.12%

(Nguồn : phòng tài chính kế toán)

Qua bảng trên ta thấy có chỉ tiêu giảm có chỉ tiêu tăng và chúng đều có nguyên do của nó. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu tăng 9.83% nhưng ta thấy cả lợi nhuận trước thuế và tổng doanh thu thuần đều giảm, chỉ tiêu này tăng do tốc độ giảm của doanh thu lớn hơn tốc độ giảm của lợi nhuận. Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí tăng cũng có nguyên nhân tương tự, cũng là do tốc độ giảm của chi phí nhanh hơn tốc độ giảm của lợi nhuận. Tỷ suất sinh lời của tài sản tăng là do lợi nhuận trước thuế và lãi vay tăng nhưng vì chi phí lãi vay năm 2008 tăng cao so với năm 2007 nên đã làm cho lợi nhuận trước thuế giảm và kéo theo lợi nhuận sau thuế giảm, lợi nhuận sau thuế giảm là nguyên nhân để chỉ tiêu khả năng sinh lời của vốn chủ sở hữu giảm. Hiệu quả sử dụng lao động tăng trong khi lợi nhuận giảm là vì công ty đã có chính sách cắt giảm lao động, cho thấy chính sách này của công ty là hoàn toàn hợp lý. Còn lại các chỉ tiêu hiệu quả khác đều giảm. Nhìn chung tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty là kém hiệu quả hơn năm trước, tuy công tác tiếp kiệm chi phí thì làm tốt hơn năm 2007 nhưng doanh thu lại giảm mạnh hơn đã làm cho cuối cùng lợi nhuận sau thuế đã bị giảm và hiệu quả sử dụng nguồn vốn cũng bị giảm sút. Trong tình hình nền kinh tế khó khăn như hiện nay, cán bộ công nhân viên trong toàn công ty cần phải nhất trí, đồng lòng quyết tâm tìm ra nguyên nhân khắc phục để giúp công ty hoạt động hiệu quả hơn.

** Về hoạt động Marketing*

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, marketing có mối quan hệ rất chặt chẽ và mật thiết đối với các hoạt động trong doanh nghiệp. Thiết lập một chiến lược marketing hợp lý có ý nghĩa rất quan trọng trong việc giới thiệu, tiếp thị hình ảnh của công ty với khách hàng. Để làm được điều này các doanh nghiệp luôn phải tìm cách đặt khách hàng lên hàng đầu, phải thấu hiểu nhu cầu và tâm lý của khách hàng, đồng thời không ngừng cải thiện, tự làm mới mình không chỉ thương hiệu mà còn về chất lượng dịch vụ.

Là công ty chuyên về kinh doanh dịch vụ, marketing càng có ý nghĩa quan trọng quyết định sự sống còn của doanh nghiệp. Công ty hiện nay vẫn chưa có phòng Marketing riêng biệt để thực hiện chức năng marketing, các hoạt động

marketing đều do phòng kinh doanh đảm nhiệm, các công việc chính như tìm kiếm, liên hệ, tiếp xúc trực tiếp với khách hàng hoặc thông qua điện thoại, fax, email... Tuy nhiên công tác marketing trong công ty vẫn chưa được doanh nghiệp quan tâm đặc biệt, chưa thấy được hết tầm quan trọng của nó. Các hoạt động marketing của công ty đều làm một cách tự phát và thụ động, thấy cần đâu thì làm đó mà không có 1 chiến lược lâu dài. Hoạt động nghiên cứu và dự báo thị trường còn yếu, các hoạt động điều tra, thu thập, xử lý thông tin còn thụ động độ chính xác chưa cao. Công ty hiện nay cũng chưa quan tâm nhiều lắm đến chính sách quảng cáo, thông điệp quảng cáo chưa rõ ràng mới chỉ dừng lại ở mức độ giới thiệu về công ty, ngân sách quảng cáo còn hạn hẹp. Công ty cần phải tìm ra các biện pháp marketing thật hiệu quả để làm sao thu hút được càng nhiều khách hàng để nâng cao doanh thu hàng năm, có như vậy thì doanh nghiệp mới hoạt động hiệu quả.

** Về tình hình nhân sự*

Trong doanh nghiệp, nhân sự là nhân tố then chốt ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh, chi phối hầu hết các hoạt động của một công ty. Việc quản lý, phân bổ nguồn nhân lực trong công ty sao cho hợp lý, đúng người đúng việc có vai trò quyết định đến khả năng phát triển của bất kỳ một doanh nghiệp nào.

Mọi vị trí lãnh đạo trong công ty như giám đốc hay các trưởng phòng đều là những người tốt nghiệp đại học, sử dụng thành thạo tiếng anh hoặc tiếng trung và quan trọng nhất là có bề dày kinh nghiệm, gắn bó với công ty ngay cả những lúc công ty gặp khó khăn. Mọi nhân viên trong công ty tùy theo trình độ, năng lực đều được phân bổ hợp lý theo từng phòng ban. Công tác tuyển dụng và đào tạo nhân viên trong công ty đều được tuân theo các bước trong quy trình tuyển dụng dưới sự giám sát chặt chẽ của ban lãnh đạo công ty.

Công ty áp dụng phương pháp trả lương theo thời gian có thưởng, rất công bằng và phù hợp với mức đóng góp thành quả của người lao động với công ty.

PHẦN 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN VẠN HOA HẢI PHÒNG

3.1. Mục tiêu, phương hướng hoạt động sản xuất kinh doanh trong giai đoạn tới

Phương hướng, mục tiêu hoạt động kinh doanh của công ty trong giai đoạn tới (2009-2012) được xác định: Khai thác tối đa tiềm năng, lợi thế của Thành phố về điều kiện tự nhiên, truyền thống lịch sử, bản sắc văn hoá dân tộc và đặc thù của địa phương. Phát triển đa dạng hoá ngành nghề sản xuất kinh doanh du lịch (gồm kinh doanh khách sạn, nhà hàng, chợ biển truyền thống, lễ hành quốc tế, nội địa và các dịch vụ liên quan) và hoạt động dịch vụ xuất khẩu lao động làm trọng tâm, gắn với các hoạt động dịch vụ thương mại xuất nhập khẩu nhằm phát huy lợi thế so sánh của cả khu du lịch Đồ Sơn, của thành phố Cảng, một cực tăng trưởng của vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ. Tăng cường quản lý, nâng cao hiệu quả hoạt động của Liên doanh du lịch quốc tế Hải Phòng, đồng thời xúc tiến triển khai các dự án hợp tác sản xuất, kinh doanh, liên doanh với các bạn hàng trong và ngoài nước.

Hoạt động sản xuất kinh doanh bảo đảm chấp hành đúng pháp luật, phù hợp với định hướng phát triển kinh tế Đảng.

Tăng cường cơ sở vật chất, hội tụ điều kiện để nhằm mục tiêu đáp ứng tốt nhu cầu đón tiếp khách ngày càng cao của Thành phố; hoàn thành tốt các chỉ tiêu được giao, tăng thu cho ngân sách Đảng của Thành phố và đảm bảo có mức tăng trưởng kinh tế hàng năm, tạo việc làm, tăng thu nhập cho người lao động. Giữ gìn uy tín Đảng.

3.1.1. Nhiệm vụ cụ thể

(1). Lập đề án khai thác tổng thể, dài hạn, có quy hoạch chi tiết đối với toàn bộ khu 3 Đồ Sơn trình cấp trên phê duyệt. Tôn tạo, kế thừa, nâng cấp những công trình kiến trúc sẵn có kết hợp với đầu tư xây dựng mới, tạo dựng hệ thống khách sạn, nhà hàng đạt tiêu chuẩn tại khu 3 Đồ Sơn, Hải Phòng và các

tỉnh bạn. Đa dạng hoá các loại hình du lịch văn hoá - sinh thái - lịch sử - thể thao (thể thao dưới nước, leo núi...); các hoạt động giải trí, biểu diễn nghệ thuật, phục hồi sức khoẻ, chợ biển, ẩm thực, cửa hàng lưu niệm, hoạt động 4 mùa, để thu hút khách du lịch nội địa và quốc tế. Từng bước đưa khu 3 Đồ Sơn lên vị trí xứng tầm là khu du lịch trung tâm, hoàn hảo có môi trường lành mạnh, văn minh, an toàn trong tuyến hành lang du lịch nội, ngoại thành Hải Phòng - Đồ Sơn - Cát Bà - Hạ Long - Móng Cái.

Củng cố đẩy mạnh hoạt động lữ hành nội địa và quốc tế. Kết hợp với các loại hình du lịch nghỉ dưỡng, văn hoá, lễ hội, thể thao, hội nghị, hội thảo. Đi du lịch bằng đường bộ, đường biển và đường hàng không. Đa dạng hoá thị trường du lịch trong nước và quốc tế.

(2). Tổ chức khai thác tốt chức năng xuất khẩu lao động theo hướng xuất khẩu lao động có tay nghề, được đào tạo cơ bản, có tác phong công nghiệp, có đạo đức nghề nghiệp. Bên cạnh khai thác và nâng thị phần ở các thị trường lao động truyền thống của doanh nghiệp, phải trú trọng khai thác và mở rộng thị trường lao động có thu nhập cao.

(3). Tiếp tục khai thác tốt các loại hình kinh doanh xuất nhập khẩu, chuyển khẩu nhằm tăng nguồn thu ngoại tệ. Mở rộng tìm kiếm thị trường mới đặc biệt trú trọng thị trường ASEAN, Trung Quốc, Hoa Kỳ, EU; xây dựng phát triển mạng lưới khách hàng trong và ngoài nước; từng bước xác lập những mặt hàng xuất khẩu chiến lược, chủ lực của công ty.

(4). Triển khai các dự án đầu tư bằng nguồn vốn công ty tự có và huy động, liên doanh, liên kết để xây dựng cơ sở sản xuất, vận tải phục vụ cho hoạt động du lịch như: Dự án nhà máy sản xuất nước tinh khiết; Dự án tàu cao tốc Đồ Sơn - Cát Bà - Hạ Long - Móng Cái.

(5) Thực hiện tốt vai trò quản lý vốn đầu tư tại công ty Liên doanh Du lịch Quốc tế Hải Phòng. Trong đó cần lập kế hoạch kết hợp kinh doanh giữa công ty với Liên doanh để thu hút khách du lịch tới khu 3 Đồ Sơn, đồng thời tranh thủ tiềm lực tài chính của đối tác nước ngoài để mở rộng đầu tư thêm các dự án khác.

3.1.2. Dự kiến các chỉ tiêu chủ yếu giai đoạn 2009-2012.

Bảng 12: Bảng dự kiến các chỉ tiêu chủ yếu giai đoạn 2009-2012

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm thực hiện				Tăng trưởng bình quân (% năm)
		2009	2010	2011	2012	
I. Doanh thu	tỷ đồng	18	20.7	23.81	27.38	15
II. Thu nhập của người lao động	Tr.đồng	1.8	2.07	2.38	2.74	15
III. Nộp ngân sách	Tr.đồng	700	805	925.75	1064.61	15

(Nguồn: phòng kế toán tài chính)

3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

3.2.1. Biện pháp 1: Tăng cường công tác quảng cáo, xúc tiến bán hàng

3.2.1.1. Cơ sở của biện pháp

Trên thị trường hiện nay thực tế cho thấy cầu thì ít mà cung lại nhiều dẫn đến tình trạng các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh cùng ngành cạnh tranh với nhau rất gay gắt. Mỗi đối thủ đều tạo dựng cho mình 1 chỗ đứng trên thị trường và không ngừng nâng cao uy tín. Công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng cũng không ngoại lệ, để giữ được chỗ đứng trên thị trường và tiến đến cạnh tranh giành thị phần của các đối thủ cạnh tranh công ty cần tiến hành củng cố vị thế và nâng cao uy tín của mình trên thương trường.

Vì vậy, việc tiến hành hoạt động quảng cáo, xúc tiến bán hàng sẽ giúp công ty đi trước 1 bước trong việc tìm kiếm khách hàng tiềm năng để cung ứng sản phẩm khi họ có nhu cầu, đồng thời xây dựng và giữ gìn được mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng truyền thống đảm bảo cho sự phát triển của công ty.

3.2.1.2. Nội dung của biện pháp

Công ty cần tiến hành lựa chọn phương thức quảng cáo hữu hiệu nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh công ty có thể áp dụng các công cụ marketing sau:

- Marketing bằng Catalog

Thông qua catalog công ty có thể giới thiệu cho khách hàng các thông tin

về doanh nghiệp, về sản phẩm của doanh nghiệp mình qua các mẫu hàng kèm theo, gửi quà biếu cho khách hàng tốt nhất và dành lợi nhuận cho những công việc từ thiện.

Khi thực hiện biện pháp này công ty cần xác định rõ địa điểm đưa catalog đến tay khách hàng. Catalog có thể được phát ngay tại các trụ sở, địa điểm giao dịch, các nhà hàng nơi khách hàng đến xem hoặc mua sản phẩm của công ty, có thể phát tại các hội trợ triểm lãm hoặc tại cổng trường học, cổng công ty.

Các mẫu in trên catalog cần được chọn lọc 1 cách kỹ lưỡng sao cho bao quát được tất cả các chủng loại sản phẩm, đồng thời cũng phải là những mẫu thể hiện được chất lượng, mẫu mã sản phẩm tốt nhất của công ty.

❖ Chi phí thực hiện (giả sử cho 1000 tờ catalog)

- Chi phí in catalog: $3000\text{đ}/\text{tờ} * 1000 = 3.000.000\text{đ}$

- Chi phí cho nhân viên phát tờ rơi: $80.000\text{đ}/\text{người}/\text{ngày} * 2 \text{ người} * 2 \text{ ngày} = 320.000\text{đ}$

Mỗi năm công ty có thể tiến hành 3 đợt mỗi đợt 2 ngày. Đợt 1 là vào đầu hè trước 30/4 một tháng, đợt 2 là vào dịp trước hè nửa tháng, đợt 3 vào cuối năm trước khi công nhân nghỉ tiết.

⇒ Tổng chi phí: $(3.000.000 + 320.000) * 3 = 9.960.000\text{đ}$

• Tiến hành quảng cáo trên đài truyền hình hải phòng

- Thực hiện quay băng hình

- Mỗi năm thực hiện 1 đợt vào đầu hè trước 30/4

❖ Chi phí thực hiện

- Chi phí quay băng hình quảng cáo về công ty là: $2.000.000\text{đ}$

- Khoảng thời gian từ $20^{\text{h}}15 - 20^{\text{h}}30$

- Đơn giá 1 phút là: $5.000.000\text{đ}$

- Mỗi đợt 7 ngày: $5.000.000 * 7 = 35.000.000\text{đ}$

⇒ Tổng chi phí: $2.000.000 + 35.000.000\text{đ}$

• Đăng báo an ninh Hải Phòng

- Một lần đăng: 100.000đ

- Mỗi đợt đăng 7 ngày: $7 * 100.000 = 700.000\text{đ}$

- Mỗi năm 2 đợt: $2 * 700.000 = 1.400.000\text{đ}$. Đợt 1 vào trước 30/4 một

tháng, đợt hai trước hè nửa tháng.

⇒ Chi phí đăng báo: 1.400.000đ

- In lịch gửi tới nhân viên công ty và các khách hàng truyền thống (dự kiến 300 tờ)
 - Mục đích gửi tới các khách hàng của công ty, các nhân viên trong công ty treo tại các phòng ban, treo tại nhà của mình.
 - Thời gian thực hiện : cuối năm
 - ❖ Chi phí thực hiện:
 - Một tờ lịch: 5000đ/tờ
 - In 200 tờ: $300 * 5000 = 1.500.000đ$
 - ⇒ Chi phí in lịch = 1.500.000đ
 - ⇒ Tổng chi phí của biện pháp = $9.960.000 + 37.000.000 + 1.400.000 + 1.500.000 = 49.860.000đ$

3.2.1.3. Lợi ích của biện pháp

- Củng cố vị thế hiện nay của công ty
 - Uy tín của công ty được nâng cao
 - Tạo cho khách hàng sự tin tưởng
 - Tiếp cận và thu hút được khách hàng mới
- ⇒ Lượng khách hàng đến với doanh nghiệp tăng lên ⇒ doanh thu tăng lên

3.2.2. Biện pháp 2: Giải pháp lập website riêng cho công ty

3.2.2.1. Cơ sở của giải pháp

Những năm gần đây do sự bùng nổ về lĩnh vực khoa học - Kỹ thuật nói chung và công nghệ thông tin nói riêng, nhu cầu sử dụng và giao tiếp qua mạng Internet đang tăng lên một cách mạnh mẽ. Nhờ có Internet không gian và khoảng cách giữa các quốc gia với nhau, giữa các doanh nghiệp với nhau, giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng không ngừng được thu hẹp. Hiện nay xu hướng quảng cáo, tiếp thị thương hiệu, sản phẩm của các doanh nghiệp trên mạng toàn cầu đang gia tăng nhanh chóng vì tính năng nhanh gọn, đơn giản nhưng lại vô cùng đầy đủ và hữu dụng của nó. Tuy nhiên trong suốt gần 15 năm tồn tại và phát triển, ban lãnh đạo công ty đã có những giải pháp marketing

nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh nhưng công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng vẫn còn bỏ ngỏ hoạt động quảng bá hình ảnh của mình qua Internet, cụ thể công ty vẫn chưa có website riêng mà chỉ sử dụng các phương tiện thông tin truyền thống để giới thiệu sản phẩm của mình. Rõ ràng đây là một thiếu sót lớn mà công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng cần khắc phục ngay vì chi phí để lập và duy trì một trang website chỉ ở mức thấp nhưng hiệu quả thu được lại không hề thấp chút nào.

3.2.2.2. Cách thực hiện giải pháp

Theo tình hình phát triển chung và theo nhu cầu thị trường hiện nay, những công ty cung cấp các dịch vụ liên quan đến website như thiết kế web, bán tên miền, cho thuê máy chủ...luôn chiếm một tỷ lệ nhất định trong ngành công nghệ thông tin ở nước ta. Do có sự cạnh tranh khốc liệt nên các công ty này phải không ngừng nâng cấp cơ sở hạ tầng, đầu tư máy móc, nhân công nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm của mình, đồng thời liên tục đưa ra các mức giá cạnh tranh để thu hút khách hàng. Vì thế việc lựa chọn một công ty thiết kế chọn gói website cho doanh nghiệp là tương đối đơn giản. Cụ thể chi phí để tiến hành thực hiện giải pháp này cụ thể như sau:

Bảng 13: Chi phí lập và duy trì website cho công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng

Đơn vị: Đồng

STT	Chi phí	Năm đầu tiên	Các năm tiếp theo (chỉ trong 1 năm)
1	Thiết kế website	3,000,000 -4,000,000	
2	Đăng ký tên miền (Domain)	500,000	180,000
3	Lưu trữ (Hosting)	450,000 - 650,000	450,000 – 650,000
4	Dịch vụ quảng cáo		100,000
5	Hỗ trợ trực tuyến		150,000
6	Thống kê số người truy cập		150,000
7	Thăm dò dư luận		100,000
8	Liên kết website		100,000
9	Chi phí khác	1,000,000	
10	Tổng chi phí	4,950,000 -6,150,000	1,230,000 - 1,430,000

(Giá trên đã bao gồm thuế GTGT 10%)

Do công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng là doanh nghiệp không hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin hay có các dịch vụ giao dịch trực tuyến nên mục đích chính của website là cung cấp thông tin về doanh nghiệp, về các sản phẩm dịch vụ của mình và là nơi tiếp nhận các ý kiến hợp tác hay phản hồi từ đối tác, khách hàng. Nội dung trang website sẽ bao gồm: Trang chủ; trang giới thiệu công ty; các trang website giới thiệu sản phẩm, dịch vụ; liên hệ giữa khách hàng với công ty; hỏi đáp thường gặp; chức năng đếm số người truy cập. Tùy thuộc vào số lượng thông tin, hình ảnh và nội dung, hình thức mà công ty muốn thể hiện trên trang web có đa dạng hay không, giá thành cho việc thiết kế dao động từ 3,000,000 – 4,000,000 đồng.

Đăng ký tên miền là www.vanhoatourism.com.vn và địa chỉ email có dạng: vanhoacorp@hn.vnn.vn, công ty sẽ phải trả 500,000 đồng cho việc mua tên miền và trả 180,000 đồng trong các năm tiếp theo.

Với nội dung trang web như trên, công ty cần hosting có dung lượng từ 50 – 100 Mb, băng thông từ 1 – 2 Gb/tháng, có giá thành khoảng 450,000 đồng/năm. Ngoài ra nếu công ty muốn xây dựng thêm trang thông tin chuyên ngành được cập nhật thường xuyên để tăng mức độ hấp dẫn của website thì cần hosting có dung lượng 100 – 200 Mb, băng thông 2 – 3 Gb/tháng, hỗ trợ cơ sở dữ liệu có giá thành khoảng 650,000 đồng/năm. Ngoài ra trong các năm tiếp theo công ty còn phải trả các chi phí khác để duy trì website (chi phí tính cho 1 năm như sau): Chi phí dịch vụ quảng cáo: 100,000 đồng; chi phí hỗ trợ trực tuyến: 150,000 đồng; chi phí thống kê đếm số người truy cập: 150,000 đồng; chi phí thăm dò dư luận: 100,000 đồng; chi phí liên kết website: 100,000 đồng.

Để công tác duy trì và phát triển website chủ động và chuyên nghiệp hơn, công ty có thể cử nhân viên kỹ thuật tin học của mình tham gia một khóa học ngắn hạn về quản trị mạng, an ninh mạng nhằm đề phòng virus, hacker và khắc phục các sự cố bất ngờ nảy sinh. Chi phí cho khóa học này tại một trung tâm tin học có uy tín tối đa là khoảng 1,000,000 đồng/khoá. Tất cả các chi phí trên lấy từ nguồn vốn lưu động của công ty.

Website sẽ đi vào hoạt động chậm nhất là 30 ngày kể từ khi công ty ký

hợp đồng với công ty thiết kế website. Sau đó toàn bộ công tác duy trì và phát triển website sẽ do nhân viên kỹ thuật của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng đảm nhiệm.

Bên cạnh việc mở rộng trang website riêng, công ty có thể quảng bá, tiếp thị trang web của mình trên một số website nổi tiếng hay các dịch vụ tìm kiếm hàng đầu thế giới hiện nay như Google, Yahoo!,... để thu hút người truy cập bằng cách đặt các banner hay đoạn text quảng cáo trên các website đó. Giá thành cho việc này còn tùy thuộc vào vị trí đặt, hình thức thể hiện và sự thương lượng giữa công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng với các website cho đăng quảng cáo.

3.2.2.3. Dự kiến kết quả đạt được

Theo chi phí dự kiến như trên, việc lập website riêng sẽ không làm tổng chi phí hàng năm tăng lên đáng kể, bên cạnh những khoản lợi nhuận vô hình công ty sẽ thu được những lợi ích sau:

- Thiết lập sự hiện diện mới trên Internet, tạo cơ hội tiếp xúc với khách hàng ở mọi nơi và tại mọi thời điểm.
- Giới thiệu các sản phẩm dịch vụ một cách sinh động
- Tạo cơ hội để bán các dịch vụ của công ty một cách chuyên nghiệp mà không tốn nhiều chi phí
- Cơ hội phục vụ khách hàng tốt hơn, đạt được sự hài lòng lớn từ khách hàng
- Tạo một hình ảnh chuyên nghiệp trước công chúng, công cụ hiệu quả để thực hiện các chiến dịch marketing.

=> Thu hút được nhiều khách hàng hơn => doanh thu tăng

3.2.3. Biện pháp 3: Quản lý và sử dụng vốn lưu động có hiệu quả

3.2.3.1. Cơ sở của biện pháp

Các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh nói chung cũng như công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng nói riêng vốn là yếu tố cực kỳ quan trọng, dù ở bất kỳ cấp độ nào thì yêu cầu đặt ra là phải có vốn để tiến hành hoạt động kinh doanh. Tất cả các đồng tiền đi vào quá trình sản xuất kinh doanh đại diện cho hàng hoá là tài sản của nền kinh tế quốc dân, tham gia vào quá trình

đầu tư kinh doanh và sản sinh ra giá trị thặng dư được gọi là vốn. Vốn được biểu hiện bằng tiền nhưng phải là tiền với mục đích sinh lời. Sử dụng vốn và các loại vốn của doanh nghiệp để sử dụng kịp thời các nhu cầu sản xuất kinh doanh, theo nguyên tắc bảo toàn có hoàn trả.

Qua việc phân tích thực trạng kinh doanh của công ty ở phần 2 cho thấy vốn lưu động của công ty sử dụng chưa có hiệu quả, sức sinh lợi của vốn lưu động giảm 6.12%, số vòng quay của vốn lưu động giảm 14.53%. Công ty muốn kinh doanh hiệu quả thì trước hết phải xác định nhu cầu về vốn lưu động hợp lý. Cơ sở để hoạch định nhu cầu vốn lưu động có hợp lý hay không chính là yếu tố chi phí và trình độ người điều hành công ty. Nếu doanh nghiệp duy trì một tỷ lệ tồn đọng cao thì mức rủi ro sẽ lớn nhưng có thể lợi nhuận sẽ cao, nếu doanh nghiệp có các khoản phải thu lớn thì doanh nghiệp lại ở trong tình trạng bị chiếm dụng vốn, trong khi có thể doanh nghiệp lại bị thiếu hụt cho kinh doanh và do đó doanh nghiệp lại huy động thêm vốn dẫn đến chi phí sử dụng vốn cao.

Để đảm bảo cho việc sử dụng vốn được hợp lý và tiếp kiệm, công ty phải tránh tình trạng tồn đọng vốn, luôn chú trọng đến việc thu hồi vốn thông qua các khoản phải thu giảm, giảm tồn đọng vốn cho công ty. Vốn lưu động phải đảm bảo cho quá trình kinh doanh được diễn ra liên tục, đúng kế hoạch và tránh gián đoạn, như vậy sẽ mất đi cơ hội kinh doanh. Tối thiểu hoá việc tiền mặt dự trữ, chi phí cơ hội cho tiền mặt dự trữ là thấp nhất, đảm bảo lượng tiền mặt tối thiểu, đủ cho tiền mặt phục vụ sản xuất kinh doanh được diễn ra liên tục. Đảm bảo cho 2 động cơ là động cơ kinh doanh và động cơ dự phòng. Tăng số vòng quay của vốn lưu động từ việc tăng doanh thu và giảm số vốn lưu động đủ cho quá trình kinh doanh là việc làm thường xuyên, cần thiết, tiết kiệm và có hiệu quả kinh tế cao. Việc này có ý nghĩa quan trọng và tác động thiết thực, nó có các đặc điểm sau:

- Tránh được tình trạng ứ đọng vốn, sử dụng vốn hợp lý và tiếp kiệm
- Đáp ứng nhu cầu kinh doanh của công ty được tiến hành bình thường và liên tục
- Là căn cứ quan trọng cho việc xác định các nguồn tài trợ nhu cầu vốn lưu động của doanh nghiệp

Nếu xác định nhu cầu vốn quá cao sẽ không khuyến khích doanh nghiệp khai thác các khả năng tiềm tàng, tìm mọi biện pháp cải tiến hoạt động sản xuất kinh doanh để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động; gây nên tình trạng ứ đọng vật tư hàng hoá; vốn chậm luân chuyển và phát sinh các chi phí không cần thiết làm tăng giá thành sản phẩm.

Ngược lại, nếu doanh nghiệp xác định nhu cầu vốn quá thấp sẽ gây nhiều khó khăn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp thiếu vốn sẽ không đảm bảo sản xuất kinh doanh liên tục, gây lên những thiệt hại do ngừng sản xuất, không có khả năng thanh toán và thực hiện các hợp đồng đã ký kết với khách hàng.

Để xác định nhu cầu hợp lý ta phải dựa trên các cơ sở sau:

- Dựa vào kết quả thống kê vốn lưu động bình quân năm báo cáo, nhiệm vụ sản xuất kinh doanh năm kế hoạch, khả năng tốc độ luân chuyển năm kế hoạch để xác định nhu cầu vốn lưu động bình quân năm kế hoạch.

- Xác định được tỷ lệ phần trăm tăng, giảm số ngày luân chuyển vốn lưu động của năm kế hoạch so với năm báo cáo.

- Xác định tốc độ luân chuyển vốn lưu động, số vòng quay, mức luân chuyển.

3.2.3.2. Mục đích của biện pháp

Xác định nhu cầu vốn lưu động thường xuyên để đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp được tiến hành liên tục, tiếp kiệm và có hiệu quả kinh tế cao.

3.2.3.3. Đơn vị thực hiện biện pháp

Người thực hiện là trưởng phòng kinh doanh, giám đốc hợp tác cùng các phòng ban khác trong công ty

3.2.3.4. Cách thức thực hiện biện pháp

Để xác định nhu cầu vốn lưu động cho kế hoạch, ta áp dụng phương pháp xác định nhu cầu vốn lưu động gián tiếp vì nó có ưu điểm là tương đối đơn giản, ước tính được tương đối nhanh chóng nhu cầu vốn lưu động năm kế hoạch để xác định nguồn tài trợ cho phù hợp, phù hợp với điều kiện kinh doanh trong nền kinh tế thị trường.

Công thức tính toán như sau:

$$V_{kh} = V_{th} \times DT_{kh}/DT_{th} \times (1 \pm t\%)$$

Trong đó:

V_{kh} : Nhu cầu vốn lưu động năm kế hoạch

V_{th} : Vốn lưu động của năm thực hiện

DT_{kh} : Doanh thu của năm kế hoạch

DT_{th} : Doanh thu của năm thực hiện

$t\%$: Tỷ lệ tăng (giảm) số ngày luân chuyển vốn lưu động năm kế hoạch so với năm thực hiện

Tỷ lệ tăng (giảm) số ngày luân chuyển vốn lưu động năm kế hoạch so với năm thực hiện được xác định theo công thức:

$$t\% = \frac{K_1 - K_0}{K_0} \times 100\%$$

Trong đó:

K_1 : Kỳ luân chuyển vốn lưu động vốn năm kế hoạch

K_0 : Kỳ luân chuyển vốn lưu động năm thực hiện

3.2.3.5. Kết quả mong đợi khi thực hiện biện pháp

Như vậy với công thức như trên ta có thể áp dụng để xác định nhu cầu vốn lưu động bình quân năm 2008 cho công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng như sau: vốn lưu động bình quân của công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng năm 2007 là 11,320,358,945 đồng, doanh thu đạt 18,533,728,593 đồng. Nếu năm 2008 công ty vẫn giữ nguyên kỳ luân chuyển vốn như năm 2007 (tức $t\% = 0$) và với doanh thu năm 2008 là 15,824,625,951 đồng. Vậy lượng vốn lưu động bình quân cần thiết trong năm 2008 là:

$$V_{kh} = 11,320,358,945 \times 15,824,625,951 / 18,533,728,593 \times (1 - 0) = 9,565,645,261đ$$

Như vậy, để đạt được doanh thu là 15,824,625,951 đồng thì công ty chỉ cần lượng vốn lưu động bình quân là 9,565,645,261 đồng. Chứ không phải là 11,308,751,980 đồng, đã tiếp kiệm được 1,743,106,719 đồng.

Bảng 14: Dự kiến kết quả so với trước khi thực hiện biện pháp

Đơn vị: đồng

TT	Chỉ tiêu	Trước khi TH	Sau khi TH	So sánh sau TH/ trước TH	
				Δ	$\% \Delta$
1	VLĐ bình quân	11,308,751,980	9,565,645,261	(1,743,106,719)	-15.41%
2	Số vòng quay VLĐ	1.3993	1.6543	0.2550	18.22%
3	Số ngày 1 vòng quay VLĐ	257.2668	217.6122	(39.6545)	-15.41%
4	Sức sinh lợi VLĐ	0.0037	0.0044	0.0007	18.22%

Như vậy, sau khi thực hiện biện pháp ta thấy số vòng quay của vốn lưu động tăng lên và sức sinh lợi của vốn lưu động cũng tăng lên làm cho vốn lưu động hoạt động có hiệu quả hơn.

KẾT LUẬN

Trong những năm qua, công ty TNHH một thành viên Vạn Hoa Hải Phòng đã có rất nhiều nỗ lực trong công tác quản lý nói chung, trong công tác quản lý tài chính nói riêng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Kết quả đạt được là công ty luôn đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh có lãi, tạo công ăn việc làm ổn định cho đời sống cán bộ công nhân viên trong công ty.

Trong năm 2008 vừa qua trong các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty thì có chỉ tiêu tăng nhưng cũng có chỉ tiêu giảm do doanh thu của công ty đã bị giảm so với năm trước do nền kinh tế có nhiều biến động, tuy vậy nhưng năm 2008 công tác tiếp kiệm chi phí của công ty lại tốt hơn năm trước đây là một trong những sự nỗ lực trong công tác quản lý tài chính của công ty.

Qua một số phần nhận xét và phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty, với sự cố gắng của bản thân, kết hợp những kiến thức đã học với tình hình thực tế em mạnh dạn đưa ra một số biện pháp có tính chất tham khảo nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty, góp phần thúc đẩy sự phát triển của công ty. Mong rằng những đóng góp nhỏ bé này của em có thể áp dụng vào công ty, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và tạo sức cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Do trình độ và thời gian nghiên cứu có hạn nên khoá luận của em đã dừng lại ở đây. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp chân thành của thầy cô giáo, tập thể lãnh đạo công ty và các bạn để khoá luận của em được hoàn thiện hơn.

Cuối cùng em xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của tập thể lãnh đạo công ty, các thầy cô giáo trong khoa Quản trị kinh doanh trường Đại học dân lập Hải Phòng, đặc biệt là sự hướng dẫn tận tình chỉ bảo của cô giáo - TS. Nguyễn Thị Hoàng Đan.

Hải phòng, ngày 16 tháng 06 năm 2009

Sinh viên thực hiện

Đông Thị Mai

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Nguyệt – lớp QT 701N, “Khoá luận tốt nghiệp”, Hải Phòng – 2007, trang 3+4
2. Nguyễn Thị Ngọc Châm - lớp QT 701N, “Khoá luận tốt nghiệp”, Hải phòng – 2007, trang 4→8
3. Trường đại học kinh tế quốc dân khoa kế toán - kiểm toán, “Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh”, Hà Nội – 2001, NXB thống kê, trang 221
4. Trường đại học tài chính kế toán – HN, “ Quản trị tài chính doanh nghiệp”, Năm 2001, XNB tài chính, trang 326→331
5. Trường đại học tài chính kế toán – HN, “ Quản trị tài chính doanh nghiệp”, Năm 2001, XNB tài chính, trang 57
6. Trường đại học kinh tế quốc dân khoa kế toán - kiểm toán, “Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh”, Hà Nội – 2001, NXB thống kê, trang 221→224
7. Nguyễn Thị Ngọc Châm - lớp QT 701N, “Khoá luận tốt nghiệp”, Hải phòng – 2007, trang 22→23
8. Nguyễn Thị Ngọc Châm - lớp QT 701N, “Khoá luận tốt nghiệp”, Hải phòng – 2007, trang 12→19.