

## **LỜI MỞ ĐẦU**

Trong xu thế hội nhập và phát triển ngày càng mạnh mẽ của nền kinh tế thế giới thì nền kinh tế nước ta cũng đang có sự chuyển biến lớn theo xu hướng tích cực với mục đích phát triển kinh tế - văn hóa - xã hội để nhanh chóng hòa nhập cùng sự phát triển của các nước trong khu vực và trên toàn thế giới. Đặc biệt, khi Việt Nam đã là một thành viên chính thức của tổ chức thương mại lớn nhất thế giới WTO thì sự cạnh tranh sẽ càng trở lên gay gắt và khó khăn hơn để tìm được một chỗ đứng trên thị trường quốc tế.

Các doanh nghiệp hiện nay đang chịu sự cạnh tranh rất lớn đều cùng với một mục đích chung là tồn tại và phát triển, đạt hiệu quả, thu được lợi nhuận cao... Song, không phải bất kỳ một doanh nghiệp nào khi bắt tay vào sản xuất kinh doanh cũng thành công ngay từ lần đầu bởi trong quá trình tồn tại và phát triển sản xuất kinh doanh đều chịu ảnh hưởng rất nhiều từ các yếu tố khách quan và yếu tố chủ quan mang lại. Vậy nguyên nhân có thể là do đâu? Có thể là do sự thay đổi của thị trường hay do đối thủ cạnh tranh hoặc có thể do cơ chế, chính sách của Nhà nước, song cũng có thể do chính những vấn đề trong nội tại của doanh nghiệp.

Một doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển ngoài việc nâng cao chất lượng hàng hóa, dịch vụ, hạ giá thành sản phẩm thì sự ổn định về mọi mặt trong doanh nghiệp cũng là một điều kiện không thể thiếu, trong đó sự đảm bảo vững chắc về kinh tế là một điều quyết định đối với doanh nghiệp. Trong cơ chế thị trường ngày nay đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn nỗ lực phấn đấu và tự khẳng định mình một cách có hiệu quả thì mới có khả năng đứng vững trong sự cạnh tranh, mới tồn tại và phát triển được. Để đạt được những mục tiêu đã đề ra thì doanh nghiệp phải tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh sao cho có hiệu quả ở mức cao nhất. Chính vì vậy, nâng cao được hiệu quả sản xuất kinh doanh là một vấn đề đặt ra hết sức cần thiết cho các doanh nghiệp trong cả nước nói chung và ở Công ty CPTM Gia Trang nói riêng.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh đối với doanh nghiệp và qua thời gian thực tập tại Công ty CPTM Gia Trang em đã nghiên cứu, tìm hiểu và lựa chọn đề tài: ***“Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty CPTM Gia Trang”*** làm khóa luận tốt nghiệp của mình.

Kết cấu của bài luận gồm có 3 chương:

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

***Chương 2: Phân tích và đánh giá tình hình thực tế của Công ty về hoạt động sản xuất kinh doanh***

***Chương 3: Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty CPTM Gia Trang***

Để hoàn thành luận văn này em xin chân thành cảm ơn các cán bộ phòng ban trong Công ty CPTM Gia Trang đã giúp đỡ em trong thời gian thực tập và đặc biệt em xin chân thành cảm ơn cô giáo Thạc sỹ Nguyễn Thị Hoàng Đan đã tận tình hướng dẫn và chỉ bảo cho em. Dù đã rất cố gắng song với trình độ hiểu biết còn hạn chế và thời gian tiếp xúc với thực tế chưa nhiều nên bài làm của em không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các thầy cô giáo và các bạn để bài viết được tốt hơn nữa.

**Sinh viên**

***Nguyễn Thị Phương Thảo***

## CHƯƠNG 1

### CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH

#### 1.1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh và sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh ở các doanh nghiệp

##### 1.1.1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế, nó gắn liền với cơ chế thị trường và có quan hệ với tất cả các yếu tố trong quá trình sản xuất kinh doanh. Hiệu quả sản xuất kinh doanh cao hay thấp còn tùy thuộc vào trình độ tổ chức sản xuất và tổ chức quản lý trong các doanh nghiệp. Do đó doanh nghiệp chỉ đạt được kết quả kinh doanh cao khi biết sử dụng một cách có hiệu quả và tối ưu nhất các yếu tố cơ bản của quá trình sản xuất kinh doanh. Ngoài ra còn phải biết kết hợp hài hòa giữa lợi ích trước mắt với lợi ích lâu dài, giữa lợi ích tập thể và lợi ích Nhà nước.

Việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là một vấn đề mà bất cứ doanh nghiệp nào cũng phải quan tâm hàng đầu bởi vì mọi doanh nghiệp đều hướng tới mục tiêu bao trùm lâu dài đó là tối đa hóa lợi nhuận. Đạt được điều này doanh nghiệp mới có điều kiện hơn trong việc mở rộng sản xuất kinh doanh cả về chiều rộng lẫn chiều sâu, đủ sức cạnh tranh trên thị trường với các đối thủ của mình.

Khi đề cập đến hiệu quả sản xuất kinh doanh thì các nhà kinh tế dựa vào từng góc độ xem xét đã đưa ra các quan điểm khác nhau. Các quan điểm đó được diễn đạt như sau:

*Quan điểm thứ nhất:* Theo nhà kinh tế học người Anh – Adamsmith: Hiệu quả là kết quả đạt được trong hoạt động kinh tế, doanh thu tiêu thụ hàng hóa, ở đây hiệu quả đồng nhất với chỉ tiêu phản ánh kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Rõ ràng quan niệm này khó giải thích kết quả kinh doanh vì doanh thu có thể tăng do chi phí, mở rộng các sử dụng các nguồn sản xuất nếu có kết quả, có 2 mức chi phí khác nhau thì theo quan niệm này cũng có hiệu quả [1].

*Quan điểm thứ hai:* Hiệu quả kinh doanh là tỷ lệ giữa phần tăng thêm của kết quả và phần tăng thêm của chi phí [3].

*Quan điểm thứ ba:* Hiệu quả kinh doanh được đo bằng hiệu số giữa kết quả và chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó [3].

Nhưng nói tóm lại, hiệu quả kinh doanh phản ánh trình độ sử dụng các nguồn nhân lực, vật lực bên trong doanh nghiệp, nắm bắt và xử lý khôn khéo những thay đổi của môi trường và các nguồn lực bên ngoài, tận dụng các cơ hội kinh doanh để đạt được kết quả cao nhất trong quá trình kinh doanh với tổng chi phí thấp nhất. Nó có quan hệ với tất cả các yếu tố trong quá trình kinh doanh như lao động, tư liệu lao động, đối tượng lao động nên doanh nghiệp chỉ có thể đạt được hiệu quả cao khi sử dụng các yếu tố cơ bản của quá trình kinh doanh một cách có hiệu quả.

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

*“Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế biểu hiện sự tập trung của sự phát triển kinh tế theo chiều sâu, phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ chi phí các nguồn lực trong quá trình tái sản xuất nhằm thực hiện mục tiêu kinh doanh. Nó là thước đo ngày càng trở lên quan trọng của tăng trưởng kinh tế và là chỗ dựa cơ bản để đánh giá việc thực hiện mục tiêu kinh tế của doanh nghiệp trong từng thời kì” [7].*

### **1.1.2. 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 hiệu quả kinh tế, gắn liền với hai quy luật tương ứng của nền sản xuất xã hội là quy luật tăng năng suất lao động và quy luật tiết kiệm thời gian.

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 và tiết 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 với chi phí tối thiểu, hay chính xác hơn là đạt kết quả tối đa với chi phí nhất định hoặc ngược lại đạt kết quả nhất định với chi phí tối thiểu. Chi phí ở đây đ- ọc hiểu theo nghĩa rộng là chi phí tạo ra nguồn lực và chi phí sử dụng nguồn lực, đồng thời phải bao gồm cả chi phí cơ hội. Chi phí cơ hội là giá trị của việc lựa chọn tốt nhất đã bị bỏ qua hay là giá trị của việc hy sinh công việc kinh doanh khác để thực hiện công việc kinh doanh này.

Trong điều kiện xã hội n- ớc ta hiện nay, hiệu quả sản xuất kinh doanh đ- ọc đánh giá trên 2 tiêu thức là tiêu thức hiệu quả về mặt kinh tế và tiêu thức hiệu quả về mặt xã hội:

+ Hiệu quả về mặt kinh tế là những lợi ích kinh tế mà doanh nghiệp đạt đ- ợc sau khi bù đắp các khoản chi phí về lao động xã hội [2].

+ Hiệu quả xã hội là một đại lượng phản ánh mức độ ảnh hưởng của kết quả đạt được đến xã hội và môi trường. Đó là hiệu quả về cải thiện đời sống, cải thiện điều kiện lao động, bảo vệ môi trường. Ngoài ra còn có các mặt như an ninh quốc phòng, các yếu tố về chính trị xã hội cũng góp phần tích cực cho sự tăng trưởng vững vàng lành mạnh của toàn xã hội [2].

Tuỳ từng thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động kinh doanh mà hiệu quả kinh doanh theo hai tiêu thức này cũng khác nhau. Đối với các doanh nghiệp t- nhân, công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty n- ớc ngoài, tiêu thức hiệu quả kinh tế đ- ợc quan tâm nhiều hơn. Đối với các doanh nghiệp Nhà n- ớc có sự chỉ đạo và góp vốn kinh doanh của Nhà n- ớc thì tiêu thức hiệu quả xã hội lại đ- ợc đề cao 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 giữa các thành phần kinh tế và giữa nội bộ nhân dân toàn xã hội.

Đánh giá hiệu quả SXKD 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 th- ớc 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 n- ớc. Vì vậy cần phải hiểu rõ bản chất của phạm trù hiệu quả kinh doanh, từ đó phân tích và tìm ra ph- ơng pháp nhằm nâng

cao hiệu quả SXKD và phát triển doanh nghiệp theo các mục tiêu đã định tr-ớc.

### ***1.1.3. Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh***

#### ***❖ Đối với doanh nghiệp***

Trong nền kinh tế thị tr-ờng nh- hiện nay với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn thì điều kiện đầu tiên với mỗi doanh nghiệp 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 l-ợng và chất l-ợng của hàng hoá, giúp cho cho doanh nghiệp củng cố đ-ợc vị trí và cải thiện điều kiện làm việc cho ng-ời lao động, xây dựng cơ sở vật chất, mua sắm trang thiết bị, đầu t- công nghệ mới góp phần làm cho doanh nghiệp phát triển bền vững, ổn định và đóng góp vào lợi ích xã hội. Nếu doanh nghiệp hoạt động không hiệu quả, không bù đắp đ-ợc những chi phí bỏ ra thì đ-ợc nhiên doanh nghiệp sẽ không phát triển mà còn khó đứng vững và tất yếu sẽ dần đến phá sản.

Nh- vậy, hiệu quả sản xuất kinh doanh đối với doanh nghiệp là hết sức quan trọng, nó quyết định sự sống còn của doanh nghiệp trong nền kinh tế thị tr-ờng, nó giúp cho doanh nghiệp chiếm lĩnh đ-ợc thị tr-ờng, đạt đ-ợc những thành quả to lớn nh- ng cũng có thể phá huỷ những gì doanh nghiệp đã cố gắng xây dựng.

#### ***❖ Đối với kinh tế xã hội***

Một nền kinh tế xã hội phát triển hay không luôn đòi hỏi các thành phần kinh tế trong nền kinh tế đó làm ăn hiệu quả. 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 cho người lao động từ đó nâng cao đời sống dân c-, thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Doanh nghiệp làm ăn có lãi thì sẽ phải đầu t- nhiều hơn vào quá trình tái sản xuất mở rộng để tạo ra nhiều sản phẩm hơn, có chất lượng tốt hơn để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội. Từ đó ng-ời tiêu dùng 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, 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 của 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 được 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 xã hội phát triển bền vững.

#### ***1.1.4. Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả sản xuất 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 các nguồn lực tự có. Hiệu quả sản xuất kinh doanh càng được nâng cao thì quan hệ sản xuất càng củng cố lượng sản xuất phát triển, hay ngược lại quan hệ sản xuất và lượng sản xuất kém phát triển dẫn đến sự kém hiệu quả của hoạt động kinh doanh.

❖ *Đối với doanh nghiệp*

Hiệu quả 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 và phát triển của doanh nghiệp. Sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp được xác định dựa trên uy tín, ảnh hưởng của doanh nghiệp đối với thị trường. Song chung quy lại uy tín của doanh nghiệp trên thị trường có vững chắc hay không, có chiếm được lòng tin của khách hàng hay không, thì lại bị chi phối bởi hiệu quả kinh doanh. Hiệu quả 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 chính chất lượng của sản phẩm do doanh nghiệp sản xuất ra và cung ứng cho khách hàng.

Ngoài ra việc nâng cao hiệu quả 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. Để không bị bóp nghẹt trong vòng quay 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 về các nhà đầu tư.

❖ *Đối với người lao động*

Hiệu quả sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp có tác động tương ứng với người lao động. Một doanh nghiệp làm ăn kinh doanh có hiệu quả sẽ kích thích được người lao động phấn khởi 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 dễ sinh ra chán nản, gây nên những bế tắc trong suy nghĩ và còn có thể dẫn tới việc họ rời bỏ doanh nghiệp để đi tìm các doanh nghiệp khác mang lại cho họ một công việc tốt hơn với thu nhập cao hơn.

Đặc biệt hiệu quả sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp chi phối rất nhiều tới thu nhập của người lao động ảnh hưởng trực tiếp tới đời sống vật chất tinh thần của họ. Hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cao mới đảm



bảo cho ng-ời lao động có đ-ợc việc làm ổn định, có thu nhập cao hơn và đời sống tinh thần, vật chất tốt hơn. Ng-ợc lại hiệu quả kinh doanh thấp có thể khiến cho ng-ời lao động có một cuộc sống không ổn định, thu nhập thấp và luôn đứng tr-ớc nguy cơ thất nghiệp.

## **1.2. Phân loại hiệu quả sản xuất kinh doanh**

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù mang tính tổng hợp được biểu hiện dưới nhiều dạng khác nhau do đó việc phân loại hiệu quả kinh doanh là cơ sở để xác định các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh. Phân tích hiệu quả kinh doanh dựa vào các tiêu thức khác nhau giúp ta hình dung một cách tổng quát về hiệu quả kinh doanh. Do vậy ta có thể phân hiệu quả sản xuất kinh doanh thành một số loại chủ yếu như sau:

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

Theo cách phân loại này hiệu quả được phân thành hiệu quả kinh tế cá biệt và hiệu quả kinh tế quốc dân:

+ *Hiệu quả kinh tế cá biệt*: là hiệu quả kinh tế thu hút được từ hoạt động của từng doanh nghiệp kinh doanh. Biểu hiện trực tiếp của hiệu quả này là lợi nhuận của mỗi doanh nghiệp thu được và chất lượng thực hiện những yêu cầu do xã hội đặt cho nó.

+ *Hiệu quả kinh tế quốc dân*: là hiệu quả kinh tế tính toán cho toàn bộ nền kinh tế quốc dân. Về cơ bản nó là sản phẩm thặng dư, thu nhập quốc dân hoặc tổng sản phẩm xã hội mà đất nước thu được trong từng thời kỳ so với lượng vốn sản xuất, lao động xã hội và tài nguyên đã hao phí.

Hiệu quả kinh tế cá biệt và hiệu quả kinh tế quốc dân có mối quan hệ và tác động qua lại lẫn nhau. Trong việc thực hiện cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước không những cần tính toán và đạt được hiệu quả trong hoạt động kinh doanh của từng doanh nghiệp mà còn cần phải đạt được hiệu quả của nền kinh tế quốc dân. Mức hiệu quả kinh tế quốc dân lại phụ thuộc vào mức hiệu quả cá biệt, nghĩa là phụ thuộc vào sự cố gắng của người lao động, của mỗi doanh nghiệp. Đồng thời qua hoạt động của cơ quan quản lý Nhà nước cũng có

tác động trực tiếp đến hiệu quả cá biệt, ngược lại một chính sách sai lầm cũng dẫn tới kìm hãm việc nâng cao hiệu quả kinh doanh.

### ***1.2.2. Căn cứ theo góc độ tổng thể và bộ phận***

Theo cách phân loại này hiệu quả được phân thành hiệu quả tổng thể và hiệu quả bộ phận:

+ *Hiệu quả tổng thể*: là các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh được tính toán trên góc độ tổng thể toàn doanh nghiệp, trên cơ sở các kết quả kinh doanh của toàn bộ doanh nghiệp sau mỗi chu kỳ kinh doanh hoặc giai đoạn nghiên cứu.

+ *Hiệu quả bộ phận*: là hiệu quả kinh doanh của từng lĩnh vực kinh doanh, từng công trình, từng sản phẩm hay hiệu quả của từng cá nhân, đơn vị trong một doanh nghiệp.

Khi đa phần các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả bộ phận có dấu hiệu xấu thì không thể nào có chỉ tiêu phản ánh hiệu quả tổng thể tốt được. Tỷ trọng của các bộ phận, lĩnh vực trong tổng giá trị sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cũng là một yếu tố quan trọng quyết định đến chiều hướng biến đổi của hiệu quả kinh doanh tổng thể, chiều hướng biến đổi tổng thể sẽ có xu hướng biến đổi theo một hoặc một vài nhân tố có tỷ trọng lớn trong kết cấu tổng giá trị sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Mặc dù có thể có những nhân tố khác tỷ trọng thấp trong tổng giá trị sản xuất kinh doanh có chiều hướng biến đổi ngược lại.

Tuy nhiên, không thể loại bỏ hết các bộ phận chưa hoặc không có hiệu quả rõ ràng ra khỏi hoạt động kinh doanh, bởi vì có thể sự tồn tại của các bộ phận này làm cho khả năng có hiệu quả của các bộ phận có tỷ trọng lớn có xu hướng biến đổi tốt hơn. Điều này cần phải được xem xét một cách kỹ càng trong quá trình nghiên cứu hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

### ***1.2.3. Căn cứ theo thời gian***

Theo cách phân loại này hiệu quả được phân thành hiệu quả ngắn hạn và hiệu quả dài hạn:

+ *Hiệu quả ngắn hạn*: là hiệu quả kinh doanh được xem xét, đánh giá ở từng khoảng thời gian ngắn. Hiệu quả kinh doanh ngắn hạn chỉ đề cập đến từng

khoảng thời gian ngắn như tuần, tháng, quý, năm, vài năm.

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

Trên cơ sở xây dựng được kế hoạch phát triển dài hạn của doanh nghiệp, mỗi doanh nghiệp cần cụ thể hóa các mục tiêu phát triển đó trong từng giai đoạn nhất định, gọi là mục tiêu ngắn hạn. Việc doanh nghiệp xác định được các mục tiêu đó cũng chính là từng bước thực hiện kế hoạch dài hạn của doanh nghiệp.

Tuy nhiên, trong từng hoàn cảnh cụ thể, có những mục tiêu ngắn hạn không phải là sự lựa chọn tối ưu cho hiệu quả của doanh nghiệp trong thời điểm đó, nhưng xét về mặt dài hạn chỉ có thực hiện mục tiêu ngắn hạn đó mới phục vụ được việc thực hiện kế hoạch dài hạn. Khi đó DN phải thực hiện mục tiêu đã đặt ra để đảm bảo việc hoàn thành kế hoạch phát triển dài hạn của mình.

Chính vì vậy, công tác định hướng phát triển doanh nghiệp trở nên cực kỳ quan trọng để đề ra được những mục tiêu ngắn hạn mà doanh nghiệp cần phải đạt được để có điều kiện thực hiện mục tiêu dài hạn, đạt được hiệu quả dài hạn. Tránh để cho doanh nghiệp theo đuổi hiệu quả ngắn hạn nhiều khi mâu thuẫn với chính mục tiêu dài hạn của doanh nghiệp.

### **1.3. Các phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh**

#### **1.3.1. Phương pháp so sánh**

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

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

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

+ Khi nghiên cứu mức độ thực hiện nhiệm vụ kinh doanh trong từng

khoảng thời gian trong một năm: gốc so sánh chính là trị số của chỉ tiêu ở cùng kỳ năm trước.

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

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

*b) Điều kiện áp dụng:*

+ Phải tồn tại ít nhất hai đại lượng hoặc hai chỉ tiêu để so sánh.

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

+ Bảo đảm tính thống nhất về phương pháp tính các chỉ tiêu.

+ Bảo đảm tính thống nhất về đơn vị tính các chỉ tiêu.

*c) Kỹ thuật so sánh:*

➤ *Phương pháp so sánh tuyệt đối*

Phương pháp này cho biết khối lượng quy mô tăng giảm của các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp so với các doanh nghiệp khác hoặc giữa các thời kỳ của doanh nghiệp.

$$\pm \Delta C = C_1 - C_0$$

Trong đó:  $C_1$ : Trị số chỉ tiêu kỳ phân tích

$C_0$ : Trị số chỉ tiêu kỳ gốc

➤ *Phương pháp so sánh tương đối*

Phương pháp này cho biết kết cấu, quan hệ, tốc độ phát triển và mức độ phổ biến của chỉ tiêu.

$$\Delta C = C_1/C_0 \times 100\%$$

### **1.3.2. Phương pháp thay thế liên hoàn**

Thay thế liên hoàn là thay thế lần lượt các số liệu thực tế vào số liệu gốc hoặc số liệu kế hoạch của một nhân tố nào đó. Nhân tố được thay thế sẽ phản ánh mức độ ảnh hưởng của nhân tố chỉ tiêu (còn nhân tố khác tạm coi là không đổi). Chỉ có những nhân tố quan hệ hàm với các nhân tố thì mới được dùng phương pháp thay thế liên hoàn.

Trong phân tích kinh doanh, nhiều trường hợp cần nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố đến kết quả sản xuất kinh doanh nhờ phương pháp thay thế liên hoàn. Thay thế liên hoàn là phương pháp xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố khác [5].

Xác định mối quan hệ giữa các nhân tố với chỉ tiêu được biểu hiện bằng một phương trình kinh tế có quan hệ tích số trong đó cần phải chú ý đến trật tự sắp xếp các nhân tố trong phương trình kinh tế. Các nhân tố phải được sắp xếp theo nguyên tắc:

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

Phương pháp này có - u điểm: xác định được sự ảnh hưởng của từng nhân tố, do đó đề xuất được các biện pháp để phát huy điểm mạnh, khắc phục điểm yếu là rất cụ thể.

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

### ***1.3.3. Phương pháp cân đối***

Theo hệ thống các chỉ tiêu kinh tế, tài chính của doanh nghiệp có nhiều chỉ tiêu có mối liên hệ với nhau và những mối liên hệ này mang tính chất cân đối. Các quan hệ cân đối trong doanh nghiệp có 2 loại: Cân đối tổng thể và cân đối cá biệt.

Cân đối tổng thể: là mối quan hệ cân đối của các chỉ tiêu kinh tế tổng hợp. Ví dụ: Cân đối giữa tài sản và nguồn vốn kinh doanh, liên hệ với nhau bằng công thức: Tài sản = Nguồn vốn hoặc giữa doanh thu, chi phí và kết quả kinh doanh có mối liên hệ với nhau qua công thức: Doanh thu = Chi phí + Kết quả.

Từ những mối liên hệ cân đối trên cho ta thấy nếu có sự thay đổi một chỉ tiêu này sẽ dẫn đến sự thay đổi một chỉ tiêu khác.

#### **1.3.4. Phương pháp hồi quy và tương quan**

Hồi quy và tương quan là các phương pháp của toán học được vận dụng trong phân tích kinh doanh để biểu hiện và đánh giá mối liên hệ tương quan giữa các chỉ tiêu kinh tế.

Phương pháp tương quan là quan sát mối liên hệ giữa một tiêu thức kết quả và một hoặc nhiều tiêu thức nguyên nhân đang ở dạng liên hệ thực. Còn hồi quy là một phương pháp xác định độ biến thiên của tiêu thức kết quả theo sự biến thiên của tiêu thức nguyên nhân. Do vậy, hai phương pháp này có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Nếu quan sát, đánh giá mối liên hệ giữa một tiêu thức kết quả và một tiêu thức nguyên nhân gọi là tương quan đơn và ngược lại gọi là tương quan bội.

#### **1.3.5. Phương pháp liên hệ**

Mọi kết quả kinh doanh đều có mối liên hệ mật thiết với nhau, giữa các mặt, các bộ phận... để lượng hóa được mối liên hệ đó ngoài các phương pháp đã nêu, trong phân tích kinh doanh còn phổ biến cách nghiên cứu mối liên hệ như: liên hệ cân đối, liên hệ trực tuyến và liên hệ phi tuyến.

❖ Liên hệ cân đối [5]: Có cơ sở là sự cân bằng về lượng giữa hai mặt của các yếu tố trong quá trình kinh doanh. Ví dụ: giữa tổng số vốn và tổng số nguồn thu và chi, hoạt động và tình hình sử dụng các quỹ, các loại vốn. Mối liên hệ cân đối về lượng của các yếu tố dẫn đến sự cân bằng cả về mức biến động (chênh lệch), về lượng giữa các mặt của các yếu tố và quá trình kinh doanh.

❖ Liên hệ trực tuyến [5]: là mối liên hệ theo một hướng xác định giữa các chỉ tiêu phân tích. Ví dụ: Lợi nhuận tỷ lệ thuận với lượng hàng bán ra, giá bán tỷ lệ thuận với giá thành, thuế.

❖ Liên hệ phi tuyến [5]: là mối liên hệ giữa các chỉ tiêu trong đó mức độ liên hệ không được xác định theo tỷ lệ và chiều hướng liên hệ luôn biến đổi.

Thông thường chỉ có phương pháp liên hệ cân đối là được dùng phổ biến, còn lại hai phương pháp liên hệ trực tuyến và liên hệ phi tuyến ít được dùng tới.

## **1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh**

### **1.4.1. Các nhân tố môi trường bên trong**

#### **1.4.1.1. Nhân tố vốn**

Nguồn vốn là một nhân tố biểu thị tiềm năng, khả năng tài chính hiện có của doanh nghiệp. Do vậy, việc huy động vốn, sử dụng và bảo toàn vốn có một vai trò quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp. Đây là một nhân tố hoàn toàn nằm trong tầm kiểm soát của doanh nghiệp vì vậy doanh nghiệp cần phải chú trọng ngay từ việc hoạch định nhu cầu về vốn làm cơ sở cho việc lựa chọn phương án kinh doanh, huy động các nguồn vốn hợp lý trên cơ sở khai thác tối đa mọi nguồn lực sẵn có của mình. Từ đó tổ chức chu chuyển, tái tạo nguồn vốn ban đầu, đảm bảo và phát triển nguồn vốn hiện có tại doanh nghiệp.

Ngày nay trong nền kinh tế thị trường với sự quản lý vĩ mô của Nhà nước thì việc bảo toàn và phát triển vốn trong các doanh nghiệp là hết sức quan trọng. Đây là yêu cầu đặt ra cho mỗi doanh nghiệp, vì đó là điều kiện cần thiết cho việc duy trì, phát triển và nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh. Bởi vì, muốn đạt hiệu quả kinh tế và phát triển nguồn vốn hiện có thì trước hết các doanh nghiệp phải bảo toàn được vốn của mình.

Xét về mặt tài chính thì bảo toàn vốn của doanh nghiệp là bảo toàn sức mua của vốn vào thời điểm đánh giá, mức độ bảo toàn vốn so với thời điểm cơ sở (thời điểm gốc) được chọn. Còn khi ta xét về mặt kinh tế, tức là bảo đảm khả năng hoạt động của doanh nghiệp so với thời điểm cơ sở, về khía cạnh pháp lý thì là bảo đảm phương thức kinh doanh của doanh nghiệp.

Từ việc huy động sử dụng, bảo toàn và phát triển vốn được thực hiện có hiệu quả sẽ góp phần tăng khả năng và sức mạnh tài chính của doanh nghiệp, góp phần thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển và đảm bảo hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp.

#### **1.4.1.2. 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. Đội 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 một quyết định của họ có một ý nghĩa hết sức 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 của công ty sẽ dẫn tới mức bao nhiêu? 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, cá nhân và thiết lập các mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức đó có ảnh hưởng rất lớn tới tình hình tổ chức sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp.

#### *1.4.1.3. Nhân tố lao động*

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. Trình độ tay nghề của người lao động trực tiếp ảnh hưởng tới chất lượng sản phẩm, do đó với trình độ tay nghề của người lao động và ý thức trách nhiệm trong công việc sẽ nâng cao được năng suất lao động. Đồng thời tiết kiệm và giảm được định mức tiêu hao nguyên vật liệu, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế trong 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. Cần tổ chức phân công lao động hợp lý giữa các bộ phận, cá nhân trong doanh nghiệp, sử dụng đúng người, đúng việc sao cho tận dụng được năng lực, sở trường, tính sáng tạo của đội ngũ cán bộ, nhân viên nhằm tạo ra sự thống nhất hợp lý trong tiến trình thực hiện nhiệm vụ chung của doanh nghiệp.

Tuy nhiên, doanh nghiệp cũng cần áp dụng các hình thức trách nhiệm vật chất, sử dụng các đòn bẩy kinh tế thích hợp phạt nghiêm minh để tạo động lực thúc



đẩy ng- ời lao động nỗ lực hơn trong phạm vi trách nhiệm của mình, tạo ra đ- ợc sức mạnh tổng hợp nhằm thực hiện một cách tốt nhất kế hoạch đã đề ra từ đó góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh.

#### *1.4.1.4. Nhân tố trình độ khoa học kỹ thuật - công nghệ*

Trình độ khoa học kỹ thuật - công nghệ tiên tiến cho phép các doanh nghiệp chủ động nâng cao chất l- ượng hàng hoá, tăng năng suất lao động và hạ giá thành sản phẩm nh- : 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 của vốn l- u động, tăng lợi nhuận đảm bảo cho quá trình tái sản xuất mở rộng. Ng- ợc 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 khoa học kỹ thuật - công nghệ cho phép doanh nghiệp nâng cao năng suất lao động và hạ giá thành sản phẩm, nhờ đó mà tăng khả năng cạnh tranh, tăng vòng quay của vốn, tăng lợi nhuận từ đó tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh.

#### *1.4.1.5. Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin*

Thông tin đ- ợc coi là một hàng hoá đối t- ượng kinh doanh và nền kinh tế thị tr- ờng hiện nay đ- ợc coi là nền kinh tế thông tin hàng hoá. Để đạt đ- ợc thành công trong kinh doanh khi điều kiện cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt. Để đạt đ- ợc thành công trong kinh doanh các doanh nghiệp cần có các thông tin chính xác về cung, cầu thị tr- ờng, về kỹ thuật, về khách hàng, về các nhà cung cấp, về đối thủ cạnh tranh... Ngoài ra, doanh nghiệp còn rất cần về các thông tin về kinh nghiệm thành công hay thất bại của các doanh nghiệp khác trong n- ớc và quốc tế, cần biết thông tin về sự thay đổi của các chính sách kinh tế của Nhà n- ớc và các n- ớc 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 đ- ợc các thông tin cần thiết và biết sử dụng các thông tin đó kịp thời là một điều kiện quan trọng để ra các quyết định kinh doanh có hiệu quả. Những thông tin chính xác đ- ợc 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.

#### *1.4.1.6. 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. Mỗi 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 có thể 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.

#### *1.4.2. Các nhân tố môi trường bên ngoài*

##### *1.4.2.1. Đối thủ cạnh tranh*

Bao gồm các đối thủ cạnh tranh trực tiếp (cùng hoạt động sản xuất kinh doanh và tiêu thụ các sản phẩm, dịch vụ đồng nhất) và các đối thủ cạnh tranh tiềm tàng (là các đối thủ chưa thực hiện kinh doanh trong ngành mà doanh nghiệp đang hoạt động nhưng đã có đủ tiềm năng và sẵn sàng nhảy vào kinh doanh). Nếu đối thủ cạnh tranh mạnh thì việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh sẽ trở lên khó khăn hơn rất nhiều. Bởi vì doanh nghiệp lúc này 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 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.

#### *1.4.2.2. Nhà cung ứng*

Các nhà cung ứng thường cung ứng cho các doanh nghiệp: nguyên nhiên vật liệu, máy móc thiết bị, lao động, vốn... nói chung là cung cấp các yếu tố đầu vào. Hoạt động của các nhà cung ứng sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp như chất lượng, giá cả, số lượng sản phẩm... Đôi khi có thể phải xem các nhà cung ứng như là một nguy cơ khi họ đòi nâng giá hoặc giảm chất lượng sản phẩm cung cấp làm cho lợi nhuận công ty giảm xuống. Vì vậy việc nghiên cứu các nhà cung ứng, việc tìm ra các nhà cung ứng tốt nhất sẽ đem lại cho doanh nghiệp cơ hội đạt lợi thế về giá cạnh tranh hoặc về chất lượng sản phẩm trên thị trường tiêu dùng, giúp cho doanh nghiệp giảm được áp lực và có hoạt động đối phó thích hợp để tiến hành sản xuất kinh doanh có hiệu quả.

#### *1.4.2.3. Khách hàng*

Khách hàng luôn là đối tượng để phục vụ của bất cứ một doanh nghiệp nào. Sự kinh doanh của doanh nghiệp có thật sự cần thiết hay không phụ thuộc vào sự tồn tại của khách hàng. Vì thế khách hàng là cơ sở để lập kế hoạch sản xuất kinh doanh cho một doanh nghiệp. Với sự hiện đại hoá nhanh chóng của xã hội hiện nay, nhu cầu sử dụng hàng hoá giữa các nhóm người khác nhau ngày càng có sự phân hoá tạo nên một thị trường hiện đại không đồng nhất. Vì thế mà doanh nghiệp cần tìm hiểu và nắm được thị trường riêng biệt của khách hàng, phân loại khách hàng, phân loại hàng hoá cho phù hợp với những nhóm khách hàng riêng biệt, để từ đó xác định khách hàng của doanh nghiệp là ai? nhóm người nào? mức độ tiêu thụ trên thị trường của doanh nghiệp ra sao?

Đây là nhân tố quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, nó quyết định mức độ chất lượng, số lượng, chủng loại... của sản phẩm, dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp. 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 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.

#### *1.4.2.4. 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 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 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 lớn đến 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 thế, 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 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 lớn đến việc nâng cao hiệu quả SXKD bằng cách tác động đến hoạt động của doanh nghiệp thông qua hệ thống công cụ vĩ mô...

#### *1.4.2.5. Thị trường*

Trong nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp chỉ có thể kinh doanh hàng hoá của mình thông qua thị trường. Thị trường thừa nhận hàng hoá đó chính là người mua chấp nhận nó phù hợp với nhu cầu của xã hội. Còn nếu người mua không chấp nhận tức là sản phẩm của doanh nghiệp chưa đáp ứng đúng nhu cầu của người mua về chất lượng, thị hiếu, giá cả... và như vậy tất nhiên doanh nghiệp sẽ bị lỗ. Bởi vậy để hoạt động tốt hơn, tiêu thụ được nhiều hàng hoá, tăng lợi nhuận thì các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh hàng hoá bắt buộc phải nghiên cứu thị trường, nghiên cứu khả năng cung và cầu của thị trường về hàng hoá bao gồm cơ cấu, chất lượng, chủng loại. Tác dụng của việc nghiên cứu thị trường là cơ sở để dự đoán, cho phép doanh nghiệp đề ra hướng phát triển, cạnh tranh đối với các đối thủ, sử dụng tốt các nguồn lực của doanh nghiệp, giúp

doanh nghiệp lựa chọn phương án tối - ưu của mình và biết đ - ọc thế đứng trong xã hội, tìm ra và khắc phục những nh- ọc điểm còn tồn tại nhằm nâng cao hiệu quả trong sản xuất kinh doanh.

#### *1.4.2.6. Sự phát triển và tăng trưởng của ngành*

Đây là một nhân tố có những ảnh h- ưởng nhất định đến hiệu quả kinh tế. Mỗi doanh nghiệp là một tế bào của nền kinh tế. Do vậy doanh nghiệp muốn tồn tại, phát triển và đạt hiệu quả kinh tế cao thì nhất thiết phải có một môi tr- ờng kinh doanh lành mạnh.

Tuy nhiên, trong một nền sản xuất công nghiệp có trình độ phân công và hợp tác lao động cao thì mỗi ngành, mỗi doanh nghiệp chỉ là một mắt xích trong một hệ thống nhất. Nên khi chỉ có sự thay đổi về l- ượng và chất ở bất kỳ một mắt xích nào trong hệ thống cũng đòi hỏi và kéo theo sự thay đổi của các mắt xích khác, đó là sự ảnh h- ưởng giữa các ngành, các doanh nghiệp có liên quan đến hiệu quả kinh tế chung. Thực chất một doanh nghiệp, một ngành muốn phát triển và đạt hiệu quả kinh tế đơn lẻ một mình là một điều không t- ờng. Bởi vì, quá trình sản xuất kinh doanh từ việc đầu t- - sản xuất - tiêu thụ là liên tục và có mối quan hệ t- ơng ứng giữa các ngành cung cấp t- liệu lao động, đối t- ượng lao động và các ngành tiêu thụ sản phẩm. Do vậy để đạt hiệu quả cao cần gắn với sự phát triển của nền kinh tế, của các ngành và các ngành có liên quan.

### **1.5. Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh**

#### *1.5.1. Chỉ tiêu tổng quát*

$$\text{Hiệu quả sản xuất kinh doanh [3]} = \frac{\text{Giá trị kết quả đầu ra}}{\text{Giá trị của yếu tố đầu vào}}$$

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

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

- Công thức này 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.

Ngoài ra, hiệu quả sản xuất kinh doanh lại có thể được tính bằng cách so sánh nghịch đảo:

$$\text{Hiệu quả sản xuất kinh doanh [3]} = \frac{\text{Giá trị kết quả đầu ra}}{\text{Giá trị của kết quả đầu vào}}$$

Công thức này phản ánh sức hao phí lao động của các chỉ tiêu đầu vào, tức là có một đơn vị đầu ra thì hao phí hết bao nhiêu đơn vị hao phí (vốn) ở đầu vào.

### ***1.5.2. Chỉ tiêu phản ánh về hiệu quả sử dụng chi phí***

Chi phí là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ hao phí về vật chất và lao động mà doanh nghiệp bỏ ra trong quá trình sản xuất kinh doanh trong một thời kì nhất định. Đó là những khoản chi mà doanh nghiệp phải bỏ ra để mua sắm trang thiết bị, nguyên vật liệu phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, những chi phí cho quá trình sản xuất kinh doanh bao gồm: chi trả lương cho cán bộ công nhân viên, chi mua sắm tài sản cố định, chi phí trả tiền điện nước, nguyên liệu, nhiên liệu... Các chi phí này phát sinh có tính chất thường xuyên gắn liền với quá trình tạo ra sản phẩm. Việc xác định được chi phí cho hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm xác định giá thành cho các loại sản phẩm hoặc dịch vụ mà doanh nghiệp sản xuất hoặc cung ứng. Hạ giá thành hay tiết kiệm được chi phí cho hoạt động sản xuất kinh doanh là nhiệm vụ quan trọng của doanh nghiệp để lợi nhuận được tăng cao hơn.

Việc sử dụng chi phí được biểu hiện ở các chỉ tiêu sau:

*\* Hiệu quả sử dụng chi phí*

$$\text{Hiệu quả sử dụng chi phí [4]} = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng chi phí trong kỳ}}$$

*ý nghĩa:* chỉ tiêu này thể hiện một đồng chi phí sản xuất kinh doanh trong kỳ thu được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp càng tốt và ngược lại.

\* *Tỷ suất lợi nhuận chi phí*

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận chi phí [2]} = \frac{\text{Tổng lợi nhuận trong kỳ}}{\text{Tổng chi phí trong kỳ}}$$

*ý nghĩa:* chỉ tiêu này cho biết một đồng chi phí bỏ ra sản xuất kinh doanh thì thu lại bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ doanh nghiệp kinh doanh hiệu quả và ngược lại.

### **1.5.3. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh**

\* *Hiệu suất sử dụng vốn kinh doanh ( $H_v$ ):* Là tỷ số giữa doanh thu trong kỳ và tổng số vốn phục vụ sản xuất kinh doanh trong kỳ.

$$H_v = \frac{\text{Tổng doanh thu thuần}}{\text{Tổng vốn kinh doanh bình quân}}$$

Trong đó:

$$\text{VKD bình quân} = \frac{\text{VKD đầu kỳ} + \text{VKD cuối kỳ}}{2}$$

*ý nghĩa:* chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn bỏ ra sản xuất kinh doanh trong kì thì đem lại bao nhiêu đồng doanh thu cho doanh nghiệp. Chỉ tiêu này biểu thị khả năng tạo ra kết quả sản xuất kinh doanh của một đồng vốn. Hiệu suất sử dụng vốn càng cao thể hiện hiệu quả kinh tế càng lớn.

\* *Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh ( $T_v$ ):* là chỉ tiêu đo lường mức sinh lợi của đồng vốn.

$$T_v = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn kinh doanh bình quân}}$$

*ý nghĩa:* Chỉ tiêu này cho biết cứ 1 đồng vốn bỏ vào kinh doanh sẽ thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Chỉ tiêu này tính ra càng cao thì hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh càng cao và ngược lại. Nhóm chỉ tiêu này có ý nghĩa chủ yếu về mặt xã hội trong việc kinh doanh tạo ra giá trị sản phẩm hàng hóa có khả năng đáp ứng hoặc đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

#### **1.5.4. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định**

\* *Sức sản xuất tài sản cố định ( $T_1$ )*

$$T_1 = \frac{\text{Tổng DT thuần}}{\text{Nguyên giá bình quân TSCĐ}} \quad [3]$$

*ý nghĩa:* chỉ tiêu này cho thấy một đồng nguyên giá TSCĐ đem lại mấy đồng doanh thu thuần. Sức sản xuất của TSCĐ càng lớn, hiệu quả sử dụng TSCĐ càng tăng và ngược lại.

\* *Hiệu suất sử dụng vốn cố định ( $H_1$ )*

$$H_1 = \frac{\text{Tổng DT thuần}}{\text{Tổng vốn cố định bình quân}} \quad [3]$$

Trong đó:

$$\text{VCD bình quân} = \frac{\text{VCD đầu kỳ} + \text{VCD cuối kỳ}}{2}$$

*ý nghĩa:* Cứ đầu t- trung bình 1 đồng vốn cố định trong kỳ thì tạo ra đ- ợc bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này thể hiện trình độ sử dụng TSCĐ, khả năng sinh lợi của tài sản trong kinh doanh. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn cố định của công ty trong hoạt động sản xuất kinh doanh càng tốt và ngược lại.

\* *Sức sinh lời của tài sản cố định ( $T_2$ )*

$$T_2 = \frac{\text{LN sau thuế}}{\text{Nguyên giá bình quân TSCĐ}} \quad [3]$$

*ý nghĩa:* chỉ tiêu này cho biết một đồng nguyên giá bình quân TSCĐ đem lại mấy đồng lợi nhuận sau thuế. Sức sinh lợi càng lớn thì hiệu quả sử dụng TSCĐ càng cao và ngược lại.

\* *Tỷ suất lợi nhuận trên vốn cố định ( $L_1$ )*

$$L_1 = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn cố định bình quân}} \quad [3]$$

*ý nghĩa:* chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn cố định bình quân được sử dụng trong kỳ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Chỉ tiêu này cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn cố định rất tốt và ngược lại.



\* *Tỷ suất hao phí TSCĐ ( $H_2$ )* [3]

$$H_2 = \frac{\text{Nguyên giá bình quân TSCĐ}}{\text{DTT (LN)}}$$

*ý nghĩa:* chỉ tiêu này cho thấy để có được 1 đồng DTT (LN) thì cần bao nhiêu đồng nguyên giá bình quân TSCĐ.

#### **1.5.5. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động**

\* *Sức sinh lời của vốn lưu động ( $S_2$ )*

$$S_2 = \frac{\text{LN thuần trong kỳ}}{\text{VLĐ bình quân trong năm}} \quad [3]$$

*ý nghĩa:* Chỉ tiêu này phản ánh trong kỳ một đồng vốn l- u động bình quân bỏ ra sẽ thu lại được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Sức sinh lời của VLĐ càng lớn thì hiệu quả sử dụng vốn càng cao và ngược lại.

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

- *Số vòng luân chuyển vốn lưu động ( $V$ )*

$$V = \frac{\text{Tổng DT thuần trong kỳ}}{\text{VLĐ bình quân trong kỳ}} \quad [6]$$

*ý nghĩa:* 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.

- *Thời gian một vòng luân chuyển vốn lưu động ( $T$ )*

$$T = \frac{360}{\text{Số vòng quay của VLĐ trong kỳ}} \quad [6]$$

*ý nghĩa:* Chỉ tiêu này cho biết số ngày cần thiết cho vốn l- u động quay được 1 vòng. Thời gian 1 vòng luân chuyển càng nhỏ thì tốc độ luân chuyển vốn l- u động càng lớn làm rút ngắn chu kỳ kinh doanh, vốn quay vòng hiệu quả hơn.

- *Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động*

$$\text{Hệ số đảm nhiệm VLĐ} = \frac{\text{VLĐ bình quân trong năm}}{\text{DTT}} \quad [3]$$

*ý nghĩa:* Chỉ tiêu này cho biết để tạo ra đ-ợc 1 đồng lợi nhuận cần bỏ ra bao nhiêu đồng vốn l-u động. Hệ số này càng nhỏ chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng cao, số vốn tiết kiệm đ-ợc càng nhiều.

#### **1.5.6. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động**

\* *Doanh thu bình quân 1 lao động ( $D_1$ )*

$$D_1 = \frac{\text{DTT}}{\text{Số công nhân sản xuất trong năm}} \quad [4]$$

*ý nghĩa:* Chỉ tiêu này cho biết mỗi một lao động trong năm tham gia vào quá trình sản xuất kinh doanh tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong một thời kỳ nhất định. Nếu chỉ số càng cao chứng tỏ doanh nghiệp kinh doanh ngày càng có hiệu quả.

\* *Mức sinh lời của 1 lao động ( $D_2$ )*

$$D_2 = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Số lao động bình quân}} \quad [4]$$

*ý nghĩa:* chỉ tiêu này cho biết mỗi lao động đ-ợc sử dụng trong doanh nghiệp tạo đ-ợc bao nhiêu lợi nhuận trong một kỳ nhất định.

\* *Năng suất sử dụng lao động ( $D_3$ )*

$$D_3 = \frac{\text{Tổng giá trị sản lượng làm ra}}{\text{Số l-ợng LĐ bình quân năm}} \quad [4]$$

*ý nghĩa:* phản ánh một lao động tạo ra đ-ợc bao nhiêu đồng giá trị sản lượng sản xuất. Tỷ số này càng cao chứng tỏ doanh nghiệp sử dụng lao động một cách hợp lý, khai thác đ-ợc sức lao động trong sản xuất kinh doanh.

## **1.6. Một số chỉ tiêu đánh giá tài chính quan trọng**

### **1.6.1. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán**

\* *Hệ số khả năng thanh toán tổng quát ( $H_1$ )*

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

*ý nghĩa:* Hệ số này cho biết cứ đi vay 1 đồng thì có bao nhiêu đồng tài sản đảm bảo trả nợ. Hệ số này nói lên mối quan hệ giữa tổng tài sản mà hiện nay doanh nghiệp đang sử dụng với tổng nợ phải trả. Nó phản ánh năng lực thanh toán tổng thể của doanh nghiệp trong kỳ kinh doanh.

+ Hệ số  $H_1 > 1$ : cho thấy khả năng thanh toán của doanh nghiệp tốt. Song nếu  $H_1$  lớn hơn 1 quá nhiều cũng không tốt vì điều đó chứng tỏ doanh nghiệp chưa tận dụng hết cơ hội chiếm dụng vốn.

+ Hệ số  $H_1 < 1$ : báo hiệu sự phá sản của doanh nghiệp, tổng tài sản hiện có không đủ trả nợ mà doanh nghiệp phải thanh toán.

\* *Hệ số khả năng thanh toán hiện hành (nợ ngắn hạn) ( $H_2$ )*

$$\text{Hệ số khả năng thanh toán hiện hành} = \frac{\text{TSLĐ và đầu tư ngắn hạn}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}}$$

*ý nghĩa:* Hệ số này cho biết với 1 đồng nợ ngắn hạn thì có bao nhiêu đồng tài sản ngắn hạn đảm bảo để trả nợ. Hệ số cho thấy khả năng đáp ứng các khoản nợ ngân hàng (là những khoản nợ mà doanh nghiệp phải thanh toán trong vòng một năm hay một chu kỳ kinh doanh) của doanh nghiệp là cao hay thấp.

+ Hệ số  $H_2 = 2$ : là hợp lý nhất vì nếu như thế thì doanh nghiệp sẽ duy trì được khả năng thanh toán nợ ngắn hạn đồng thời cũng duy trì được khả năng kinh doanh của mình.

+ Hệ số  $H_2 > 2$ : thể hiện khả năng thanh toán hiện hành của doanh nghiệp dư thừa, nhưng nếu lớn hơn 2 quá thì điều này lại không tốt vì nó phản ánh sự việc doanh nghiệp đã đầu tư quá mức vào tài sản l- u động so với nhu cầu doanh nghiệp và tài sản l- u động d- thừa th- ờng không tạo thêm doanh thu. Do vậy, nếu doanh nghiệp đầu tư quá đáng vốn của mình vào tài sản l- u động, số vốn đó

sẽ không đ- ợc sử dụng có hiệu quả, gây nên tình trạng ứ đọng vốn dẫn tới hiệu quả kinh doanh sẽ kém đi.

+ Hệ số  $H_2 < 2$ : thể hiện khả năng thanh toán hiện hành của doanh nghiệp còn thấp và nếu nhỏ hơn 2 quá nhiều thì doanh nghiệp vừa không thanh toán được nợ ngắn hạn, mất uy tín với chủ nợ lại vừa không có tài sản dự trữ cho kinh doanh.

\* *Hệ số khả năng thanh toán nhanh ( $H_3$ )*

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

Hệ số thanh toán nhanh là chỉ tiêu để đánh giá khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp bằng tiền (tiền mặt, tiền gửi ngân hàng, tiền đang chuyển) và các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn.

+ Hệ số  $H_3 = 1$ : là hợp lý nhất bởi vì như vậy nghĩa là doanh nghiệp vừa duy trì được khả năng thanh toán nhanh vừa không mất đi những cơ hội do khả năng thanh toán nợ mang lại.

+ Hệ số  $H_3 > 1$ : cho thấy khả năng thanh toán của DN là quá tốt.

+ Hệ số  $H_3 < 1$ : cho thấy doanh nghiệp đang gặp khó khăn trong thanh toán các công nợ và do đó có thể phải bán gấp hàng hóa, sản phẩm để trả nợ vì không đủ thanh toán.

### **1.6.2. Chỉ tiêu phản ánh cơ cấu nguồn vốn và tài sản**

\* *Hệ số nợ*: cho biết trong 1 đồng vốn kinh doanh có mấy đồng là từ vay nợ bên ngoài.

$$\text{Hệ số nợ} = \frac{\text{Nợ phải trả}}{\text{Tổng nguồn vốn}} = 1 - \text{Hệ số vốn CSH [6]}$$

Hệ số nợ càng cao chứng tỏ tính độc lập của doanh nghiệp về mặt tài chính càng kém, doanh nghiệp càng ít có cơ hội và khả năng để tiếp nhận thêm các khoản cho vay từ các nhà đầu tư tín dụng. Ngoài ra hệ số nợ cao còn làm giảm khả năng thanh toán của doanh nghiệp.

\* *Tỷ suất tự tài trợ*: là một chỉ tiêu đo lường sự góp vốn của CSH trong tổng nguồn vốn hiện nay của doanh nghiệp.

$$\text{Tỷ suất tự tài trợ} = \frac{\text{Vốn CSH}}{\text{Tổng nguồn vốn}} = 1 - \text{Hệ số nợ} \quad [6]$$

Chỉ tiêu này cho biết trong 1 đồng vốn kinh doanh hiện nay doanh nghiệp đang sử dụng có mấy đồng vốn chủ sở hữu. Hệ số vốn chủ sở hữu càng lớn càng chứng tỏ doanh nghiệp có nhiều vốn tự có, tính độc lập cao với các chủ nợ. Do đó, không bị ràng buộc hoặc chịu sức ép của các khoản nợ vay.

\* *Tỷ suất đầu tư vào tài sản dài hạn*

$$\text{Tỷ suất đầu tư vào TSDH} = \frac{\text{TSCĐ và đầu tư dài hạn}}{\text{Tổng tài sản}} \quad [6]$$

*ý nghĩa:* Chỉ tiêu này cho biết trong một đồng đầu t- vào tài sản thì có bao nhiêu đồng đầu t- vào tài sản cố định và đầu t- dài hạn.

\* *Tỷ suất đầu tư vào tài sản ngắn hạn*

$$\text{Tỷ suất đầu tư vào TSNH} = \frac{\text{TSLĐ và đầu tư ngắn hạn}}{\text{Tổng tài sản}} \quad [6]$$

*ý nghĩa:* Chỉ tiêu này cho biết trong một đồng đầu t- vào tài sản thì có bao nhiêu đồng đầu t- vào tài sản l- u động và đầu t- ngắn hạn.

### **1.6.3. Các chỉ số về hoạt động**

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

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

Chỉ tiêu này càng cao thì thời gian luân chuyển một vòng sẽ càng ngắn, chứng tỏ doanh nghiệp có nhiều khả năng giải phóng được hàng tồn kho, khả năng tiêu thụ sản phẩm nhanh, vốn được thu hồi nhanh, tăng khả năng thanh toán và ngược lại.

\* *Vòng quay các khoản phải thu:* phản ánh tốc độ chuyển đổi các khoản phải thu thành tiền mặt của doanh nghiệp là nhanh hay chậm và đ- ợc xác định nh- sau:

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

Số vòng quay các khoản phải thu lớn chứng tỏ tốc độ thu hồi các khoản phải thu nhanh, đó là một dấu hiệu tốt vì doanh nghiệp không phải đầu tư nhiều vào các khoản phải thu.

*\* Số ngày một vòng quay các khoản phải thu*

$$\text{Số ngày một vòng quay các khoản phải thu} = \frac{360}{\text{Vòng quay các khoản phải thu}}$$

*ý nghĩa:* Thời gian thu tiền càng ngắn, chứng tỏ tốc độ thu hồi tiền hàng nhanh, doanh nghiệp ít bị chiếm dụng vốn và ngược lại.

#### **1.6.4. Các chỉ tiêu sinh lời**

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

*\* Tỷ suất lợi nhuận tổng vốn*

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận tổng vốn} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn kinh doanh bình quân}}$$

*ý nghĩa:* Chỉ tiêu này đo lường mức sinh lời của đồng vốn. Phản ánh một đồng vốn kinh doanh trong kì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế.

*\* Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu*

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

*ý nghĩa:* Chỉ tiêu này cho biết một đồng doanh thu trong kỳ mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Trị số của chỉ tiêu này tính ra càng lớn, chứng tỏ khả năng sinh lời của vốn càng cao và hiệu quả kinh doanh càng lớn.

*\* Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản*

Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản đo lường sức mạnh tạo thu nhập của tài sản sau thuế và lãi vay.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

$$\text{ROE} = \frac{\text{LNST}}{\text{Vốn CSH bình quân}} \quad [6]$$

Hệ số này cho biết trong kì trung bình một đồng tài sản tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Hệ số càng cao càng thể hiện sự sắp xếp, phân bổ và quản lý tài sản hợp lý và có hiệu quả.

*\* Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu*

Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu thường đo lường mức độ thu nhập của các khoản đầu tư của cổ đông.

$$\text{ROE} = \frac{\text{LNST}}{\text{Vốn CSH bình quân}} \quad [6]$$

Thể hiện trong kỳ trung bình một đồng vốn chủ sở hữu tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận ròng cho chủ sở hữu. Hệ số này càng cao càng có hiệu quả.

## CHƯƠNG 2

### TÌNH HÌNH THỰC TẾ VỀ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY CPTM GIA TRANG

#### 2.1. Quá trình hình thành và phát triển của Công ty CPTM Gia Trang

##### 2.1.1. Giới thiệu chung

Trong xu thế hội nhập và phát triển ngày càng mạnh mẽ của nền kinh tế thế giới, các Doanh nghiệp Việt Nam đã và đang có những bước đột phá lớn, góp phần vô cùng quan trọng thúc đẩy nền kinh tế đất nước, trong đó phải kể đến các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực xăng dầu và Công ty CPTM Gia Trang là một trong số đó. Sản phẩm xăng dầu ngày nay đóng vai trò rất quan trọng trong tất cả các lĩnh vực sản xuất và đời sống kinh tế xã hội. Kinh doanh xăng dầu là lĩnh vực kinh doanh quan trọng đem lại hiệu quả kinh tế cao, có ý nghĩa chiến lược trong phát triển kinh tế xã hội của đất nước.

Công ty CPTM Gia Trang đ- ợc thành lập đã phát huy tinh thần chủ động, sáng tạo đạt đ- ợc những tiến bộ v- ợt bậc, giữ vững vai trò chủ đạo, ổn định thị tr- ờng, giá cả, mở rộng mạng l- ới cung ứng xăng dầu phục vụ sản xuất và sinh hoạt của ng- ời dân Hải Phòng và các vùng lân cận vào công cuộc công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước.

D- ưới đây là một số thông tin tóm tắt về Công ty nh- sau:

Tên giao dịch: **CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI GIA TRANG**

Địa chỉ: Số 143 đường Hà Nội – P. Sở Dầu – Q. Hồng Bàng – Hải Phòng.

Điện thoại: 031. 3527 442

Fax: 031. 3540 662

Tài khoản giao dịch: 102010000271071 tại ngân hàng Công Thương Hải Phòng.

Mã số thuế: 0200545145

Ngành nghề kinh doanh: Xăng dầu các loại.

##### 2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển

Công ty CPTM Gia Trang là một đơn vị kinh doanh ngoài quốc doanh, được thành lập vào ngày 07/05/2003, tiền thân là Công ty TNHH. Công ty có giấy chứng nhận đăng kí kinh doanh do Sở Kế hoạch và Đầu Tư Hải Phòng cấp.



**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

Công ty có vốn điều lệ là 3.800.000.000 đồng.

Công ty kinh doanh cung ứng và vận tải xăng dầu phục vụ cho các đơn vị sản xuất, quốc phòng, các nhu cầu sinh hoạt của người dân trên địa bàn Hải Phòng và các khu vực lân cận.

Cho đến nay Công ty CPTM Gia Trang đã đi vào hoạt động được 6 năm và trải qua những khó khăn thử thách của cơ chế thị trường với sự cạnh tranh gay gắt ngày càng khốc liệt và nhất là khi nền kinh tế thế giới nói chung và nền kinh tế Việt Nam nói riêng đang ở trong giai đoạn khủng hoảng nên Công ty gặp không ít những khó khăn và thử thách. Song Công ty đã từng bước khẳng định vị trí của mình. Với đội ngũ cán bộ công nhân viên không nhiều chỉ khoảng 35 người, song doanh thu hàng năm của Công ty đã lên tới hơn một nghìn tỷ đồng - đây là một thành công rất lớn của Công ty.

Trong thời gian vừa qua Công ty CPTM Gia Trang đã phát triển mạng lưới khách hàng, đại lý bán lẻ xăng dầu quanh khu vực Hải Phòng và các tỉnh lân cận tăng cường đối mạnh về số lượng khách hàng và đảm bảo về chất lượng sản phẩm cung cấp. Việc mở rộng thị trường, khách hàng của Công ty đồng nghĩa với sự phát triển thương hiệu và sự lớn mạnh của Công ty. Công ty đã chứng tỏ thương hiệu của ngành trên thị trường xăng dầu, đã đầu tư làm biểu hiện cho một số khách hàng đại lý bán lẻ xăng dầu bổ xung như: Trường dạy nghề số 3 - Bộ quốc phòng, công ty TNHH vận tải Trung Thành, Doanh nghiệp tư nhân Giang Anh, Công ty cổ phần đầu tư phát triển Thành Trang, Công ty TNHH Quang Hưng, Công ty TNHH Hà Anh...

### ***2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ của Công ty CPTM Gia Trang***

#### ***2.1.3.1. Chức năng***

- Cung ứng và vận tải xăng, dầu các loại cho các đại lý và các cửa hàng bán lẻ xăng, dầu trong khu vực Hải Phòng và các tỉnh lân cận.

- Sản phẩm của Công ty mang tính chất đặc trưng vì vậy Công ty chủ yếu tập trung vào việc nâng cao chất lượng phục vụ, đáp ứng nhu cầu và mong muốn của khách hàng.

**2.1.3.2. Nhiệm vụ**

- Luôn đảm bảo về giá thành và chất lượng các loại xăng dầu cung cấp.
- Không ngừng cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
- Không ngừng bồi dưỡng và nâng cao nghiệp vụ cho cán bộ công nhân viên trong Công ty.
- Mở rộng và phát triển kinh doanh, thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ của Công ty đối với Nhà nước. Hoạt động kinh doanh trong khuôn khổ luật pháp, hạch toán và báo cáo trung thực theo chế độ Nhà nước quy định.
- Lập quy hoạch tổng thể, kế hoạch đầu tư, xây dựng và từng bước đổi mới cơ sở vật chất kỹ thuật, hệ thống trang thiết bị hiện đại.
- Bảo đảm an toàn về hàng hoá, an toàn trong vận chuyển, an toàn tính mạng cho con người.
- Đặc biệt chú trọng đầu tư trang thiết bị, đào tạo con người cho công tác bảo đảm an toàn phòng cháy, chữa cháy, thực hiện an toàn về phòng chống cháy nổ, bảo vệ môi trường với trọng tâm là vấn đề xử lý nước thải tại các kho xăng, dầu, hóa dầu bảo đảm đúng tiêu chuẩn quy định.

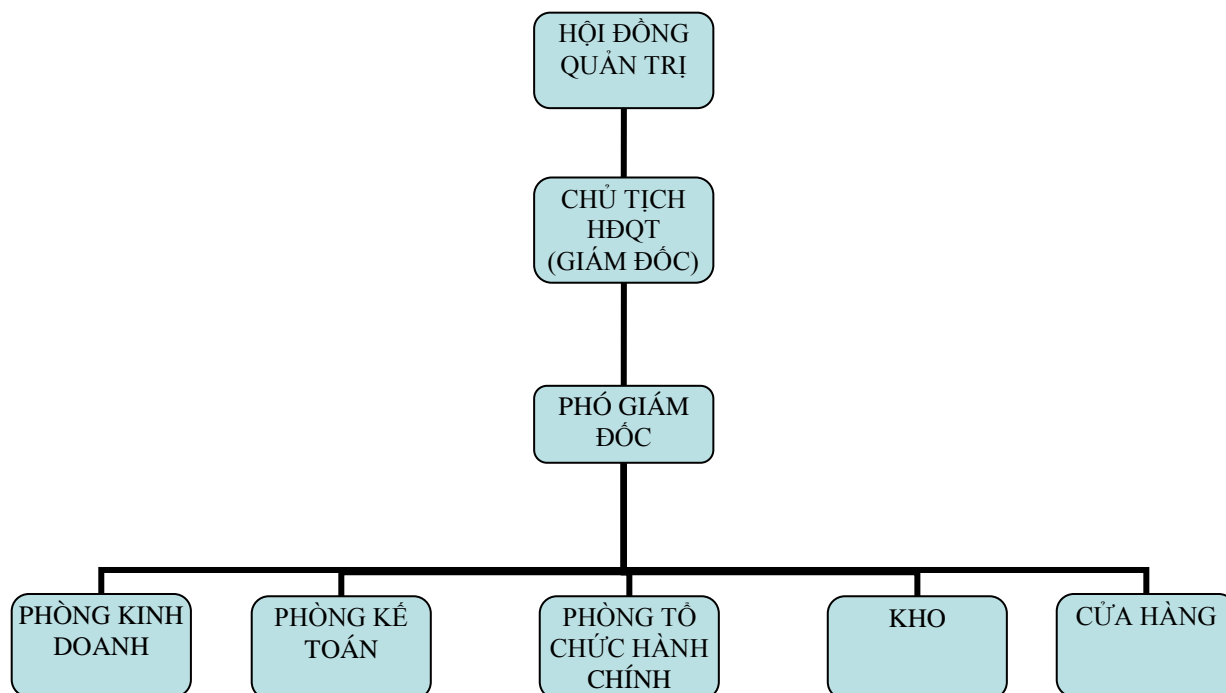
**2.1.4. Bộ máy quản lý và cơ chế điều hành của Công ty CPTM Gia Trang**

**2.1.4.1. Sơ đồ bộ máy quản lý**

Để đảm bảo cho hoạt động kinh doanh có hiệu quả và quản lý tốt quá trình kinh doanh, Công ty CPTM Gia Trang được xây dựng với bộ máy quản lý rất gọn nhẹ, phù hợp với đặc điểm chức năng và qui mô kinh doanh của Công ty.

Cơ cấu tổ chức của Công ty được thể hiện bằng sơ đồ sau:

Sơ đồ 2.1: Bộ máy tổ chức quản lý của Công ty CPTM Gia Trang



#### 2.1.4.2. Chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận

❖ *Hội đồng quản trị:*

Là cơ quan quản lý cao nhất của Công ty, có toàn quyền nhân danh công ty để quyết định, thực hiện các quyền và nghĩa vụ của Công ty.

❖ *Giám đốc - Bà Nguyễn Bích Ngọc - Chủ tịch HĐQT kiêm Giám đốc:*

Là ng-ời đứng đầu Công ty, nắm quyền điều hành, quyết định, chỉ đạo mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty theo quy định của Pháp luật, và chịu trách nhiệm về kết quả hoạt động kinh doanh tr-ớc Nhà n-ớc và tập thể ng-ời lao động.

❖ *Phó giám đốc:*

Là ng-ời đứng sau Giám đốc, có trách nhiệm hoàn thành nhiệm vụ Giám đốc phân công và chịu trách nhiệm tr-ớc Giám đốc về công tác chỉ đạo điều hành nhiệm vụ đó. Phó giám đốc điều hành một số hoạt động của công ty theo sự phân công của giám đốc đồng thời tham mưu cho giám đốc trong lĩnh vực lập kế hoạch chiến lược sản xuất kinh doanh.

❖ *Phòng kinh doanh:*

- Lập kế hoạch tiêu thụ sản phẩm, xây dựng chiến lược kinh doanh.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

- Đàm phán và kí kết các hợp đồng kinh tế.
- Đánh giá nhu cầu thị trường.
- Tìm kiếm khách hàng mới, mở rộng thị trường.
- Lưu trữ các thông tin về khách hàng và các đại lý kinh doanh mặt hàng xăng dầu của Công ty.
- Có trách nhiệm kiểm tra hàng hoá, bảo đảm tính đầy đủ, kịp thời và chính xác các thủ tục giao nhận hàng hoá thông qua hợp đồng.

❖ *Phòng kế toán:*

Có chức năng tham mưu giúp giám đốc Công ty thực hiện pháp lệnh kế toán thống kê, điều lệ kế toán của Nhà nước trong hoạt động kinh doanh của Công ty. Thu nhận và xử lý, cung cấp toàn bộ thông tin về vật tư, tài sản, tiền vốn và sự vận động của chúng. Đồng thời kiểm tra giám sát toàn bộ hoạt động kinh tế - tài chính của Công ty.

❖ *Phòng tổ chức hành chính:*

Là bộ phận chức năng tham m- u trực tiếp cho Giám đốc về :

- Các vấn đề về tổ chức cán bộ, lao động trong Công ty nh- : tiếp nhận, đào tạo, chuyển chuyên, bổ nhiệm, khen th- ờng, kỷ luật...
- Quản lý hồ sơ cán bộ công nhân viên.
- Tham m- u cho Giám đốc về công tác quy hoạch, sắp xếp, bố trí cán bộ công nhân viên đúng vị trí, trình độ và năng lực của từng ng- ời.
- Tính toán và quản lý chế độ quỹ l- ơng, tiền l- ơng, xây dựng cơ chế trả l- ơng hợp lý.
- Giúp Giám đốc triển khai, thực hiện mọi chính sách, chế độ của Nhà n- ớc đến ng- ời lao động, về thoả - ớc lao động.

❖ *Kho:* Nơi cất trữ nguyên, nhiên vật liệu để phục vụ cho việc kinh doanh buôn bán, vận chuyển của Công ty.

❖ *Cửa hàng:* Tổ chức bán hàng theo kế hoạch đề ra, khai thác có hiệu quả cơ sở vật chất kĩ thuật hiện có và nguồn nhân lực được giao để hoạt động kinh doanh theo đúng tiến độ kế hoạch Công ty đã đề ra.

### ***2.1.5. Những thuận lợi và khó khăn hiện nay của Công ty CPTM Gia Trang***

#### ***2.1.5.1. Thuận lợi***

- Xã hội ngày càng phát triển, nhà máy xí nghiệp ngày càng nhiều, mức sống của người dân ngày càng cao hơn, nhu cầu đi lại cũng nhiều hơn thì xăng dầu luôn là cái thiết yếu không thể tách rời cuộc sống hiện đại ngày nay. Chính vì vậy mà vị thế phát triển của ngành xăng dầu nói chung và của Công ty CPTM Gia Trang nói riêng luôn là rất lớn.

- Bộ máy của Công ty tương đối gọn nhẹ, tương đối linh hoạt, thuận lợi cho việc quản lý và điều hành Công ty.

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

#### ***2.1.5.2. Khó khăn***

- Công ty thành lập được 6 năm nay vì có rất nhiều đối thủ cạnh tranh trên thị trường nên Công ty vẫn phải đối mặt với rất không ít những khó khăn như: sự cạnh tranh về thị trường, khách hàng, nhà cung ứng...

- Mấy năm nay giá xăng dầu lên xuống bất thường, nhiều lúc giá tăng cao đã làm cho một bộ phận dân cư và doanh nghiệp chuyển sang tiêu dùng các nguồn năng lượng khác thay thế như gas, khí đốt thiên nhiên, than... điều này cũng có thể làm giảm nhu cầu tiêu thụ xăng dầu trong thời gian tới.

- Máy móc thiết bị chưa được Công ty chú trọng đầu tư nhiều, mà ngành kinh doanh xăng dầu là ngành rất nguy hiểm nếu các máy móc thiết bị đó không đảm bảo được an toàn kỹ thuật.

- Hiện nay nền kinh tế thế giới đang trong tình trạng suy thoái và Việt Nam cũng bị ảnh hưởng khá lớn, chính điều đó đã gây ra những khó khăn cho việc hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong cả nước và trong đó có Công ty CPTM Gia Trang.

## **2.2. Phân tích thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty CPTM Gia Trang**

### **2.2.1. Phân tích khái quát về kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty**

Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh là hết sức quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp do đó cần xem xét và phân tích kỹ lưỡng để từ đó ta có thể thấy được kết quả kinh tế, trên cơ sở đó có thể đề ra các quyết định, phát huy được những điểm mạnh, khắc phục điểm yếu, khai thác tốt nhất mọi tiềm năng trong doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp nâng cao năng suất chất lượng và hiệu quả kinh doanh.

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

Muốn biết Công ty CPTM Gia Trang hoạt động kinh doanh có hiệu quả hay không chúng ta cần phân tích các số liệu trong bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh dưới đây để biết rõ hơn về tình hình kinh doanh của Công ty trong 2 năm 2007 - 2008 vừa qua:

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

**Bảng 2.2: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Chỉ tiêu	31/12/2007	31/12/2008	Chênh lệch	
			Số tiền	%
1. Doanh thu BH và cung cấp dịch vụ	654.429,55	1.085.668,51	431.238,96	65,90
2. Các khoản giảm trừ DT	0	0	0	0
3. Doanh thu thuần	654.429,55	1.085.668,51	431.238,96	65,90
4. Giá vốn hàng bán	646.300,73	1.066.950,75	420.650,02	65,09
5. Lợi nhuận gộp	8.128,82	18.717,75	10.588,93	130,26
6. Doanh thu hoạt động TC	51,35	53,29	1,94	3,78
7. Chi phí tài chính	1.132,41	3.717,75	2.585,34	228,30
8. Chi phí quản lý kinh doanh	2.259,28	4.993,50	2.734,22	121,02
9. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	4.788,48	10.059,79	5.271,31	110,08
10. Thu nhập khác	0	0	0	0
11. Chi phí khác	0	0	0	0
12. Lợi nhuận khác	0	0	0	0
13. Lợi nhuận trước thuế	4.788,48	10.059,79	5.271,31	110,08
14. Chi phí thuế TNDN	1.340,77	2.816,74	1.475,97	110,08
15. Lợi nhuận sau thuế TNDN	3.447,71	7.243,05	3.795,34	110,08

*(Nguồn: phòng kế toán – Công ty CPTM Gia Trang)*

Qua báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trên ta thấy kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty năm 2008 so với năm 2007 đã đạt hiệu quả tương đối tốt được thể hiện thông qua các con số và tỷ lệ tăng trưởng nh- sau:

- Tổng doanh thu của Công ty cuối năm 2007 là 654.429,55 triệu đồng, cuối năm 2008 là 1.085.668,51 triệu đồng, tăng 431.238,96 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 65,9% đây là một tỷ lệ tăng trưởng khá cao của Công ty. Điều

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

này có được là do sản lượng tiêu thụ của Công ty đã tăng lên, mặt hàng xăng dầu công ty kinh doanh là loại mặt hàng thiết yếu mà hầu hết mỗi gia đình, mỗi cá nhân, mỗi tổ chức, đơn vị đều có nhu cầu sử dụng. Đặc biệt là trong thời đại công nghệ hiện đại như ngày nay thì nhu cầu đó ngày càng cao là điều tất yếu.

- Bên cạnh đó, tốc độ tăng của giá vốn hàng bán cuối năm 2008 so với cuối năm 2007 đã tăng lên 420.650,02 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 65,09%. Giá vốn hàng bán của Công ty tăng là do sự biến động về giá cả nguyên vật liệu trên thị trường. Chúng ta đều biết năm 2007 và năm 2008 là năm mà giá cả nguyên vật liệu đầu vào ngành xăng dầu thế giới biến động nhất trong nhiều năm trở lại đây. Điều này đã ảnh hưởng đến rất nhiều quốc gia trong đó có Việt Nam. Mặt khác, chúng ta lại chưa có công nghệ trình độ cao để chế biến sản phẩm thô thành thành phẩm, nên phải nhập những sản phẩm đã qua chế biến làm cho chi phí mua vào cao ảnh hưởng đến lợi nhuận và hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp trong đó có Công ty CPTM Gia Trang.

- Doanh thu hoạt động tài chính – mặc dù đây là hoạt động mang tính chất trợ giúp, nó không ảnh hưởng lớn đến kết quả lợi nhuận của Công ty nhưng nó lại đóng góp một phần vào kết quả đó – cuối năm 2008 của Công ty tăng lên 1,94 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 3,78% so với cuối năm 2007. Dù doanh thu hoạt động tài chính tăng không đáng kể nhưng nó cũng góp phần làm tăng lợi nhuận của Công ty.

- Chi phí BH và chi phí QLDN của Công ty cuối năm 2008 so với cuối năm 2007 đã tăng lên 2.734,22 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 121,02% (từ 2.259,28 - 4.993,50 triệu đồng). Nguyên nhân là do Công ty đã chú trọng công tác đào tạo, bồi dưỡng năng lực lãnh đạo, quản lý cho cán bộ cũng như nâng cao trình độ công nhân viên, tuyển thêm lao động. Không những thế do đặc thù của ngành xăng dầu là dễ cháy nổ nên công tác phòng cháy chữa cháy của Công ty cũng gặp nhiều khó khăn và phức tạp, đòi hỏi một lượng chi phí tương đối lớn vì sự cố có thể xảy ra bất cứ lúc nào nếu có sơ suất, chủ quan. Bên cạnh đó giá điện nước trong 2 năm qua cũng tăng mạnh làm cho tổng chi phí của



Công ty đã tăng lên.

- Lợi nhuận thuần từ hoạt động SXKD của Công ty cuối năm 2008 đã tăng lên 110,08% tương ứng với số tiền là 5.271,31 triệu đồng so với cuối năm 2007. Sở dĩ có sự tăng lên như vậy là do năm 2008 có lợi nhuận gộp tăng mạnh (130,26%) trong khi đó doanh thu hoạt động tài chính tăng ít (3,78%) mà chi phí tài chính lại tăng lên rất lớn (228,3%) cùng với đó lại là sự tăng lên của chi phí BH và chi phí QLDN (121,02%). Sự tăng lên của lợi nhuận thuần từ hoạt động SXKD đã làm cho LNTT của Công ty tăng lên tương ứng 110,08%.

- Lợi nhuận sau thuế của Công ty cuối năm 2008 so với cuối năm 2007 đã tăng lên 3.795,34 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 110,08%. Đây là một tín hiệu tốt rất đáng mừng, nó có thể giúp cho Công ty có thêm vốn để mở rộng sản xuất, nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Tóm lại, qua 2 năm nhìn chung tình hình kinh doanh của Công ty là tương đối tốt, mang lại cho Công ty lợi nhuận tương đối cao. Tuy nhiên, Công ty vẫn cần phải có biện pháp khắc phục một số yếu kém như: các nguồn lực, sự biến động của các nguồn hàng đầu vào, tiết kiệm các chi phí... để tạo ra lợi nhuận ngày càng cao hơn nữa, để dần khẳng định đ- ợc vị trí, uy tín của mình trên thị tr- ờng và trong t- ơng lai phấn đấu trở thành một trong những Công ty xăng dầu lớn của thành phố Hải Phòng.

### ***2.2.2. Phân tích các chỉ tiêu hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty***

#### ***2.2.2.1. Phân tích hiệu quả về chi phí***

Chi phí sản xuất kinh doanh là những khoản chi phí đã tiêu hao trong kỳ để tạo ra kết quả hữu ích cho doanh nghiệp. Đối với các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu việc sử dụng chi phí sao cho đúng, cho hợp lý, xác định khoản chi nào là chủ yếu, thứ yếu, nguyên nhân tăng giảm các khoản chi đó có hợp lý hay không, tránh tình trạng lãng phí cũng là một vấn đề hết sức quan trọng. Các doanh nghiệp có thể tăng lợi nhuận bằng cách hạ giá thành thông qua việc sử dụng chi phí đầu vào có hiệu quả. Song, áp dụng với sản phẩm xăng dầu thì điều này là rất khó khăn bởi chi phí đầu vào rất cao, mà đây còn là loại hàng hóa Nhà

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

nước vẫn phải trợ giá và đã được quy định mức giá trần và giá sàn nên các doanh nghiệp khó có thể cho giá xuống quá thấp dưới mức quy định được.

Để thấy đ- ọc rõ hơn về tình hình sử dụng chi phí của Công ty CPTM Gia Trang trong 2 năm 2007 - 2008 là như thế nào, ta sẽ đi phân tích một số chỉ tiêu thông qua bảng dưới đây:

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

*Đơn vị: Triệu đồng*

STT	Chỉ tiêu	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
				+/-	%
1	Giá vốn hàng bán	646.300,73	1.066.950,75	420.650,02	65,09
2	Chi phí tài chính	1.132,41	3.717,75	2.585,34	228,30
3	Chi phí BH và QLDN	2.259,28	4.993,50	2.734,22	121,02
4	Tổng chi phí (1)+(2)+(3)	649.692,42	1.075.662,00	425.969,58	65,56
5	DTT	654.429,55	1.085.668,51	431.238,96	65,90
6	LN (5)-(4)	4.737,13	10.006,51	5.269,38	111,24
7	Hiệu quả sử dụng chi phí (5)/(4)	1,0073	1,0093	0,002	0,20
8	Tỷ suất lợi nhuận chi phí (6)/(4)	0,0073	0,0093	0,002	27,4

*(Nguồn: Bảng báo cáo KQKD - Công ty CPTM Gia Trang)*

Nhìn vào bảng trên ta thấy các chi phí năm 2008 đều tăng cao hơn so với năm 2007, cụ thể: giá vốn hàng bán tăng 65,09% t- ơng ứng 420.650,02 triệu đồng; chi phí BH và chi phí QLDN tăng 121,02% t- ơng ứng 2.734,22 triệu đồng; chi phí tài chính cũng tăng 228,3% tương ứng với 2.585,34 triệu đồng dẫn đến tổng chi phí năm 2008 so với năm 2007 tăng hơn là 65,56%, song ở đây tốc độ tăng của chi phí nhỏ hơn tốc độ tăng của doanh thu thuần 0,34% nh- ng không đáng kể. Số l- ợng hàng hoá nhập vào tăng dẫn đến doanh thu tăng và chi phí cũng tăng theo.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

Qua tính toán ở bảng trên ta thấy chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí cuối năm 2007 là cứ bỏ ra 1 triệu đồng chi phí thì thu được 1,0073 triệu đồng doanh thu và cuối năm 2008 là 1,0093 triệu đồng doanh thu. Cuối năm 2008 chỉ tiêu này tăng so với cuối năm 2007 là 0,002 tương ứng với 0,2%. Chỉ tiêu này tăng lên không đáng kể là do giá vốn hàng bán và chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp của Công ty tăng cao. Công ty cần có những biện pháp tiết kiệm chi phí để doanh thu tăng cao hơn nữa đem lại lợi nhuận cho Công ty.

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận chi phí: chỉ tiêu này cho biết cuối năm 2007 cứ bỏ ra 1 triệu đồng chi phí thì thu được 0,0073 triệu đồng lợi nhuận còn cuối năm 2008 cứ bỏ ra 1 triệu đồng chi phí thì thu được 0,0093 triệu đồng lợi nhuận. Cuối năm 2008 chỉ tiêu này có tăng so với cuối năm 2007 là 0,002 triệu đồng, tương ứng với tỷ lệ là 27,4%. Nguyên nhân có sự tăng lên này là do LNST cuối năm 2008 đã tăng lên 5.269,38 triệu đồng tương ứng với 111,24% so với cuối năm 2007 và tổng chi phí cũng tăng lên 425.969,58 triệu đồng tương ứng với 65,56% so với cuối năm 2007 đã làm cho tỷ suất lợi nhuận chi phí tăng lên. Mức tăng này tuy chưa thật sự cao nhưng cũng thể hiện hiệu quả sử dụng chi phí để làm tăng lợi nhuận của Công ty là tương đối tốt. Ban lãnh đạo Công ty cần duy trì và phát huy hơn nữa trong tương lai để đem lại hiệu quả kinh doanh ngày càng cao cho Công ty.

Từ những phân tích ở trên ta thấy Hiệu quả sử dụng chi phí và Tỷ suất lợi nhuận chi phí của Công ty qua 2 năm có xu hướng tăng lên, mặc dù sự tăng lên này là không đáng kể nhưng cũng cho thấy Công ty sử dụng chi phí là tương đối hợp lý dẫn đến LNST thu về tương đối cao hơn so với năm trước là 110,08%. Tuy nhiên muốn nâng cao hơn nữa hiệu quả SXKD trong thời gian tới thì Công ty cần phải thực hiện việc cắt giảm chi phí đặc biệt là chi phí tài chính và chi phí BH, QLDN vì 2 loại chi phí này trong năm 2008 đã tăng lên rất nhiều tương ứng là 228,3% và 121,01% so với năm 2007, còn giá vốn hàng bán thì Công ty lại không thể cắt giảm được vì đó là trị giá thực tế, là chi phí bắt buộc Công ty phải trả để có được hàng hóa phục vụ cho hoạt động kinh doanh của mình.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

**2.2.2.2. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh**

Trong quá trình sản xuất kinh doanh, vốn là một trong những yếu tố đầu vào hết sức quan trọng trong quá trình tạo ra sản phẩm. Vốn tạo điều kiện cho doanh nghiệp mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, nâng cao hiệu quả kinh tế thông qua việc áp dụng máy móc khoa học kỹ thuật tiên tiến vào sản xuất. Ngoài ra nó còn đảm bảo cho doanh nghiệp hoạt động nhịp nhàng liên tục, từ đó để đạt được mục tiêu cuối cùng là nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Do đó sử dụng vốn kinh doanh hợp lý để đem lại hiệu quả cao nhất luôn là vấn đề được mọi doanh nghiệp quan tâm hàng đầu.

Để hiểu hơn về việc sử dụng vốn kinh doanh của Công ty là như thế nào thì trước tiên ta sẽ đi tìm hiểu về cơ cấu vốn kinh doanh của Công ty trong 2 năm vừa qua được biểu hiện cụ thể như sau:

**Bảng 2.4: Cơ cấu vốn kinh doanh**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

STT	Chỉ tiêu	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
				+/-	%
1	Vốn kinh doanh	44.066,00	66.623,16	22.557,16	51,19
2	Vốn cố định	5.082,82	4.378,80	-704,02	-13,85
3	Vốn lưu động	38.983,18	62.244,36	23.261,18	59,67

*(Nguồn: Bảng Cân đối kế toán - Công ty CPTM Gia Trang)*

Qua bảng trên ta thấy nguồn vốn kinh doanh của Công ty được tăng bổ sung trong năm 2008. Cụ thể: lượng vốn kinh doanh cuối năm 2008 so với cuối năm 2007 tăng thêm 22.557,16 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 51,19%, trong đó lượng vốn cố định của Công ty cuối năm 2008 đã giảm đi so với cuối năm 2007 là 704.02 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ giảm là 13,85% còn lượng vốn lưu động của Công ty cuối năm 2008 đã tăng lên 23.261,18 triệu đồng so với cuối năm 2007 tương ứng với 59,67%. Đối với Công ty CPTM Gia Trang là một doanh nghiệp hoạt động tự chủ, tự chịu trách nhiệm về các nghĩa vụ tài chính trong phạm vi vốn điều lệ, vốn chủ sở hữu, vốn tích lũy và các nguồn vốn khác

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

thì nhu cầu về vốn l-u động là rất lớn vì Công ty phải luôn ứng tiền cho các nhà cung ứng để mua hàng, chi cho hoạt động quản lý của doanh nghiệp... hoạt động mua bán diễn ra liên tục trong từng ngày, từng giờ. Bên cạnh đó, vốn cố định của Công ty đã giảm xuống 13,85% so với cuối năm 2007 vì ta có thể thấy ngành nghề kinh doanh của Công ty là mua bán th-ong mại nên nhu cầu đầu t-cho trang thiết bị là không lớn. Ngoài ra, vốn cố định giảm còn là do khấu hao vì theo thời gian thì TSCĐ sẽ giảm giá trị sử dụng nếu không có sự đầu tư. Tuy nhiên, nó cũng có ảnh hưởng khá nhiều đến hiệu quả kinh doanh của Công ty, vì vậy Công ty nên xem xét và đưa ra những biện pháp đầu tư, sử dụng vốn cho hợp lý.

Vì vậy, để thấy được cụ thể một đồng vốn bỏ vào kinh doanh có đem lại hiệu quả hay không ta sẽ phân tích tình hình sử dụng vốn kinh doanh thông qua bảng sau:

**Bảng 2.5: Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

STT	Chỉ tiêu	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
				+/-	%
1	DTT	654.429,55	1.085.668,51	431.238,96	65,90
2	LNST	3.447,71	7.243,05	3.795,34	110,08
3	VKD bình quân	32.998,63	55.344,58	22.345,95	67,72
4	Sức sản xuất VKD (1)/(3)	19,83	19,62	-0,21	-1,06
5	Sức sinh lời VKD (2)/(3)	0,104	0,130	0,026	25

(Nguồn: Bảng báo cáo KQKD và bảng CĐKT - Công ty CPTM Gia Trang)

+ Xét chỉ tiêu hiệu quả sản xuất VKD: Ta thấy VKD bình quân của Công ty năm 2008 so với năm 2007 đã tăng lên 22.345,95 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 67,72%. Bên cạnh đó, doanh thu cuối năm 2008 so với cuối năm 2007 đã

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

tăng lên 431.238,96 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ 65,9%. Như vậy, tốc độ tăng của doanh thu chậm hơn tốc độ tăng của VKD bình quân nên đã làm cho sức sản xuất của VKD cuối năm 2008 so với cuối năm 2007 giảm đi 0,21 triệu đồng tương ứng với 1,06%. Điều này cho thấy hiệu quả sử dụng VKD của Công ty năm 2008 là chưa tốt, chưa sử dụng hợp lý đồng vốn bỏ vào kinh doanh.

+ Về chỉ tiêu sức sinh lời VKD: Ta thấy cuối năm 2007 cứ 1 đồng vốn kinh doanh bỏ ra thì thu về được 0,104 triệu đồng LNST và cuối năm 2008 thu được về 0,13 triệu đồng LNST. Qua đó dễ dàng nhận thấy được sức sinh lời của VKD cuối năm 2008 so với cuối năm 2007 tăng lên 0,026 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 25%. Sở dĩ có sự tăng lên như vậy là do LNST của công ty cuối năm 2008 đã tăng lên 3.795,34 triệu đồng tương ứng với 110,08% và VKD bình quân đã tăng lên 22.345,95 triệu đồng tương ứng với 67,72% so với cuối năm 2007 do đó đã làm cho sức sinh lời VKD của Công ty tăng lên.

Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh mới chỉ là cái nhìn tổng quát về tình hình sử dụng vốn của Công ty mà thôi. Vì vậy, để có cái nhìn chi tiết, cụ thể và chính xác hơn ta cần phải đi phân tích và đánh giá hiệu quả sử dụng của từng loại vốn cụ thể là vốn cố định và vốn lưu động.

#### *2.2.2.3. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn cố định*

Vốn cố định là số vốn đầu tư ứng trước để mua sắm, xây dựng các TSCĐ nên quy mô của vốn cố định nhiều hay ít sẽ quyết định quy mô của TSCĐ, ảnh hưởng rất lớn đến trình độ trang bị kỹ thuật và công nghệ, năng lực sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Một số nét đặc thù về sự vận động của vốn cố định trong quá trình sản xuất kinh doanh là vốn cố định tham gia vào nhiều chu kỳ sản xuất, được luân chuyển dần dần từng phần trong các chu kỳ sản xuất và sau nhiều chu kỳ sản xuất vốn cố định mới hoàn thành một vòng luân chuyển.

Kiểm tra tài chính đối với hiệu quả sử dụng vốn cố định là vấn đề thiết yếu vì thông qua kiểm tra sẽ có căn cứ xác thực để đưa ra các quyết định như điều chỉnh quy mô và cơ cấu vốn đầu tư, đầu tư mới hay hiện đại hóa TSCĐ và tìm các biện pháp khai thác năng lực sản xuất của TSCĐ một cách có hiệu quả

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

cao nhất, nhờ đó nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cố định. Để thấy được hiệu quả sử dụng vốn cố định của Công ty CPTM Gia Trang trong 2 năm 2007 - 2008 là như thế nào thì ta sẽ đi xem xét và phân tích thông qua bảng sau đây:

**Bảng 2.6: Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn cố định**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

STT	Chỉ tiêu	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
				+/-	%
1	DTT	654.429,55	1.085.668,51	431.238,96	65,90
2	Nguyên giá bình quân TSCĐ	6.013,15	6.160,15	147,00	2,44
3	LNST	3.447,71	7.243,05	3.795,34	110,08
4	Tổng VCD bình quân	5.158,71	4.730,81	-427,90	-8,29
5	Sức sản xuất của TSCĐ (1)/(2)	108,83	176,24	67,41	61,94
6	Sức sinh lời TSCĐ (3)/(2)	0,573	1,176	0,603	105,24
7	Hiệu suất sử dụng VCD (1)/(4)	126,86	229,49	102,63	80,90
8	Tỷ suất hao phí TSCĐ (2)/(3)	1,744	0,85	-0,894	-51,26
9	Tỷ suất lợi nhuận VCD (3)/(4)	0,668	1,531	0,863	129,19

*(Nguồn: Bảng báo cáo KQKD và bảng CĐKT - Công ty CPTM Gia Trang)*

- Qua bảng trên ta thấy sức sản xuất của TSCĐ của Công ty qua 2 năm đã tăng lên. Cuối năm 2007 thể hiện cứ 1 triệu đồng nguyên giá bình quân TSCĐ đem vào sản xuất kinh doanh trong kỳ mang lại 108,83 triệu đồng doanh thu, cuối năm 2008 đã tăng lên là 176,24 triệu đồng doanh thu. Như vậy, sức sản xuất của TSCĐ cuối năm 2008 cao hơn cuối năm 2007 là 67,41 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ là 61,94%. Do DTT cuối năm 2008 tăng 65,9% so với cuối năm 2007 trong khi đó nguyên giá bình quân TSCĐ chỉ tăng có 2,44%. Điều này cho thấy Công ty chưa chú trọng đầu tư, nâng cấp TSCĐ mà vẫn tiếp tục khai thác hiệu quả sử dụng của các phương tiện, thiết bị cũ là chính. Tuy vậy nhưng nó vẫn mang lại hiệu quả cao cho Công ty, chứng tỏ Công ty đã quản lý và sử dụng TSCĐ một cách có hiệu quả, Công ty cần phát huy điểm mạnh này của mình.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

- Xét chỉ tiêu sức sinh lời TSCĐ ta thấy: cuối năm 2007 cứ 1 triệu đồng nguyên giá bình quân TSCĐ đem lại 0,573 triệu đồng LNST đến cuối năm 2008 thì 1 triệu đồng nguyên giá bình quân TSCĐ đem về cho công ty 1,176 triệu đồng LNST. So sánh 2 năm thì chỉ tiêu này đã tăng lên 0,603 triệu đồng tương ứng với 105,24% cho thấy năm 2008 TSCĐ của Công ty hoạt động có hiệu quả hơn so với năm 2007. Có mức tăng này chủ yếu là do sự tăng lên khá cao của LNST là 110,08% và nguyên giá bình quân TSCĐ tăng nhẹ 2,44%. Như vậy, tốc độ tăng của LNST cao hơn tốc độ tăng của nguyên giá bình quân TSCĐ làm cho sức sinh lợi của TSCĐ cuối năm 2008 cao hơn so với cuối năm 2007.

- Về chỉ tiêu hiệu suất sử dụng VCD thì cuối năm 2008 hiệu suất sử dụng VCD của Công ty đã tăng lên 102,63 triệu đồng (từ 126,86 triệu đồng lên 229,49 triệu đồng) tương ứng với tỷ lệ là 80,9% so với cuối năm 2007. Sự tăng lên này là do DTT cuối năm 2008 đã tăng lên 65,9% trong khi đó VCD bình quân lại giảm xuống 8,29% so với cuối năm 2007 làm cho hiệu suất sử dụng VCD của Công ty cuối năm 2008 tăng lên. Điều này thể hiện trình độ và hiệu quả sử dụng VCD của Công ty trong hoạt động kinh doanh là rất tốt và cần được phát huy.

- Tỷ suất hao phí TSCĐ của Công ty trong 2 năm qua có xu hướng giảm xuống. Cụ thể cuối năm 2007 là 1,744 triệu đồng đến cuối năm 2008 chỉ còn 0,85 triệu đồng, giảm đi 0,894 triệu đồng tương ứng với 51,26%. Như vậy, trong năm qua Công ty đã có những chính sách sử dụng TSCĐ ngày càng hợp lý và hiệu quả hơn nhằm loại bỏ dần những hao phí trong việc sử dụng TSCĐ của quá trình kinh doanh.

- Tỷ suất lợi nhuận VCD: chỉ tiêu này cho biết 1 triệu đồng VCD bình quân cuối năm 2007 đã tạo ra 0,668 triệu đồng LN, cuối năm 2008 tạo ra được 1,531 triệu đồng LN. Như vậy, tỷ suất lợi nhuận VCD cuối năm 2008 đã tăng lên 0,863 triệu đồng tương ứng với 129,19% so với cuối năm 2007. Có được điều này là do cuối năm 2008 LNST có mức tăng mạnh 110,08 % trong khi đó VCD bình quân lại giảm xuống 8,29% so với cuối năm 2007. Điều này chứng tỏ hiệu quả sử dụng VCD của Công ty ngày càng được cải thiện và nâng cao.



**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

Qua các số liệu đã phân tích ở trên ta có thể nhận thấy hiệu quả sử dụng VCD của Công ty CPTM Gia Trang là rất tốt, Công ty đã áp dụng nhiều biện pháp nhằm giảm thiểu sự hao phí đồng thời không ngừng nâng cao hiệu quả sử dụng TSCĐ. Tuy nhiên, Công ty vẫn cần chú trọng công tác đầu tư làm thay đổi hiện trạng cơ sở vật chất kỹ thuật hiện có, cần đầu tư mở rộng, xây mới và nâng cấp các thiết bị bơm rót hiện đại cho cửa hàng bán lẻ của Công ty.

**2.2.2.4. Phân tích hiệu quả sử dụng vốn lưu động**

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

Trong điều kiện nền kinh tế thị tr- ờng, để hình thành TSLĐ doanh nghiệp phải bỏ ra một số vốn đầu t- ban đầu nhất định. Vì vậy, có thể nói vốn l- u động của doanh nghiệp là số vốn tiền tệ ứng tr- ớc để đầu t- , mua sắm các TSLĐ của doanh nghiệp.

Trước hết ta sẽ đi tìm hiểu về cơ cấu vốn lưu động của Công ty CPTM Gia Trang trong 2 năm 2007 - 2008 là như thế nào thông qua bảng dưới đây:

**Bảng 2.7: Cơ cấu vốn lưu động của Công ty CPTM Gia Trang**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

STT	Chỉ tiêu	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
				+/-	%
1	Tiền và các khoản tương đương tiền	7.513,51	2,849,39	-4.664,12	-62,08
2	Các khoản phải thu ngắn hạn	30.595,76	57.503,14	26.907,38	87,94
3	Hàng tồn kho	403,93	950,48	546,55	135,31
4	TSNH khác	469,98	941,35	471,37	100,30
<b>5</b>	<b>Tổng TSNH</b>	<b>39.983,18</b>	<b>62.244,36</b>	<b>23.261,18</b>	<b>59,67</b>

*(Nguồn: Bảng cân đối kế toán – Công ty CPTM Gia Trang)*

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

Nhìn vào bảng cơ cấu vốn lưu động của Công ty ta dễ dàng nhận thấy tiền và các khoản tương đương tiền cuối năm 2008 so với cuối năm 2007 đã giảm xuống 4.664,12 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ giảm 62,08%, còn các khoản khác đều tăng lên. Cụ thể: Các khoản phải thu ngắn hạn tăng 87,94% tức là từ 30.595,76 triệu đồng lên 57.503,14 triệu đồng; Hàng tồn kho tăng 546,55 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 135,31%; Tài sản ngắn hạn khác tăng lên tương đối từ 469,98 triệu đồng lên 941,35 triệu đồng, tăng 471,37 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng 100,3%. Tất cả đã làm cho cơ cấu vốn lưu động của Công ty cuối năm 2008 tăng so với cuối năm 2007 là 23.261,18 triệu đồng tức là đã tăng lên 59,67%.

Các khoản phải thu của Công ty cao hơn so với năm trước chứng tỏ Công ty chưa làm tốt công tác thu hồi nợ. Đây là một hiện tượng không tốt trong vấn đề thanh toán của Công ty, nếu không đôn đốc khách hàng thanh toán đúng hạn thì sẽ dẫn tới hiện tượng vốn kinh doanh của Công ty bị eo hẹp lại và có thể gây một số hậu quả không tốt trong thanh toán, ảnh hưởng tới hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty. Do một số khách hàng của Công ty là khách hàng lâu năm và lại thường lấy với số lượng lớn, nên để khuyến khích và giữ mối quan hệ lâu dài thì Công ty buộc phải áp dụng phương thức bán chịu cho khách hàng vì vậy mà việc tồn đọng tiền hàng là điều không thể tránh khỏi. Nhưng nợ đọng tiền hàng quá cao có thể gây nên hiện tượng ứ đọng vốn và nó có thể làm tăng thêm một số khoản chi phí như chi phí quản lý nợ phải thu, chi phí thu hồi nợ, chi phí rủi ro... Tuy nhiên, bù lại, Công ty có thể tăng thêm lợi nhuận do lượng tiêu thụ sản phẩm nhiều hơn.

Lượng hàng tồn kho luôn là vấn đề khá nhức nhối mà các Công ty luôn tìm phương hướng giải quyết. Do lượng hàng tồn đọng của các năm cộng với lượng hàng nhập về hàng năm không tiêu thụ tốt nên đã làm cho lượng hàng tồn kho tăng lên. Nguyên nhân có thể do 2 năm vừa qua giá xăng dầu biến động mạnh nên nhu cầu sử dụng cũng hạn chế, ngoài ra cũng có thể do công tác nghiên cứu thị trường chưa được tốt, hoặc do rủi ro trong kinh doanh nên lượng

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

hàng tồn kho mới tăng như vậy.

Để thấy rõ được với sự tăng lên của VLD trong năm 2008 thì hiệu quả sử dụng VLD có tăng lên hay không ta sẽ đi phân tích cụ thể một số chỉ tiêu thông qua bảng dưới đây:

**Bảng 2.8: Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn lưu động**

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
					+/-	%
1	DTT	Trđ	654.429,55	1.085.668,51	431.238,96	65,90
2	Các khoản phải thu bình quân	Trđ	22.256,21	44.049,45	21.793,24	97,92
3	Tổng VLD bình quân	Trđ	27.839,92	50.613,77	22.773,85	81,80
4	LNST	Trđ	3.447,71	7.243,05	3.795,34	110,08
5	Số vòng luân chuyển VLD (1)/(3)	Vòng	23,51	21,45	-2,06	-8,76
6	Thời gian 1 vòng luân chuyển VLD (360/(5))	Ngày	15,31	16,78	1,47	9,60
7	Hệ số đảm nhiệm VLD (3)/(1)	Lần	0,0425	0,0466	0,0041	9,65
8	Sức sinh lời của VLD (4)/(3)	Lần	0,124	0,143	0,019	15,32
9	Vòng quay khoản phải thu (1)/(2)	Vòng	29,40	24,65	-4,75	-16,16
10	Kỳ thu tiền bình quân (360/(9))	Ngày	12,24	14,60	2,36	19,28

(Nguồn: Bảng báo cáo KQKD và bảng CĐKT - Công ty CPTM Gia Trang)

- Xét số vòng luân chuyển của VLD và thời gian 1 vòng luân chuyển VLD: theo số liệu tính toán ta thấy vòng quay của VLD có sự thay đổi theo các năm: cuối năm 2007 số vòng quay của VLD là 23,51 vòng trong một năm và thời gian của 1 vòng quay là 15,31 ngày, đến cuối năm 2008 thì số vòng quay

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

của VLD đã giảm xuống chỉ còn 21,45 vòng và thời gian của 1 vòng quay đã tăng lên 16,78 ngày. Như vậy, ta thấy số vòng quay của VLD cuối năm 2008 đã giảm đi 2,06 vòng tương ứng với 8,76% còn thời gian 1 vòng quay thì lại tăng lên 1,47 ngày tương ứng với 9,60%. Nguyên nhân làm cho số vòng quay VLD lại giảm đi như vậy là do cuối năm 2008 VLD bình quân tăng lên đáng kể 81,8% trong khi DTT chỉ tăng lên có 65,9%. Điều đó chứng tỏ hiệu quả sử dụng VLD của công ty đã bị giảm sút, Công ty nên tìm biện pháp khắc phục như giảm lượng hàng tồn kho xuống, có biện pháp thu hồi công nợ tích cực hơn, đẩy nhanh tiến độ thu hồi vốn qua đó từng bước nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

- Chỉ tiêu hệ số đảm nhiệm VLD cho biết để có 1 triệu đồng doanh thu thì cần sử dụng 0,0425 triệu đồng VLD trong năm 2007 và 0,0466 triệu đồng vào năm 2008. Như vậy, năm 2008 công ty đã sử dụng vốn lưu động nhiều hơn so với năm 2007 là 0,0041 triệu đồng tương ứng với 9,65%. Chỉ tiêu này tăng lên là do tốc độ tăng của VLD bình quân (81,8%) lớn hơn tốc độ tăng của DTT (65,9%). Điều này chứng tỏ số VLD được dùng trong năm 2008 chưa có hiệu quả và tiết kiệm, Công ty đã đưa ra những quyết định đầu tư chưa thật sự hợp lý từ đồng vốn của mình để mang lại hiệu quả sử dụng vốn tốt hơn.

- Sức sinh lời của VLD: cuối năm 2007 cứ 1 triệu đồng VLD của công ty thì tạo ra được 0,124 triệu đồng lợi nhuận, cuối năm 2008 tạo ra 0,143 triệu đồng lợi nhuận. Như vậy, cuối năm 2008 chỉ tiêu này đã tăng so với cuối năm 2007 là 0,019 triệu đồng tương ứng với 15,32%. Nguyên nhân của sự tăng lên này là do cuối năm 2008 LNST của Công ty tăng nhanh hơn tổng VLD bình quân (LNST tăng 110,08% còn tổng VLD bình quân chỉ tăng có 81,8%). Điều này chứng tỏ hiệu quả sử dụng VLD của Công ty có xu hướng tốt lên mặc dù LN làm ra từ VLD còn thấp.

- Cuối năm 2007 vòng quay các khoản phải thu là 29,40 vòng nhưng đến cuối năm 2008 đã giảm xuống chỉ còn 24,65 vòng, như vậy đã giảm đi 4,75 vòng tương ứng với tỷ lệ tăng là 16,16% làm cho kỳ thu tiền bình quân tăng lên từ 12,24 ngày lên 14,6 ngày tức là kỳ thu tiền bình quân năm 2008 đã tăng lên

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

so với năm 2007 là 2,36 ngày tương ứng với 19,28%. Qua đó cho thấy tốc độ thu hồi các khoản phải thu của Công ty đã chậm hơn và kỳ thu tiền bình quân tăng lên.

Qua việc tính toán và phân tích một số chỉ tiêu trên ta thấy hiệu quả sử dụng VLD trong năm 2008 nói chung là thấp hơn so với năm 2007. Cụ thể thì Công ty đã để lãng phí:

$$\begin{aligned} \text{Số VLD bị lãng phí} &= \frac{DTT_{2008}}{\text{Thời gian kỳ phân tích}} \times \left( \frac{\text{Số ngày 1}}{VLD_{2008}} - \frac{\text{Số ngày 1}}{VLD_{2007}} \right) \\ &= 1.085.668,51/360 \times (16,78 - 15,31) = 4.433,15 \text{ (triệu đồng)} \end{aligned}$$

Điều này cho thấy việc sử dụng vốn l-u động của công ty ch- a thật sự đạt hiệu quả, công ty đã lãng phí mất 4.433,15 triệu đồng. Công ty cần có những biện pháp thích hợp để cải thiện nhanh chóng tình hình này.

#### *2.2.2.5. Phân tích hiệu quả sử dụng lao động*

##### *a. Phân tích cơ cấu và chất lượng lao động*

Lao động là một nguồn lực vô cùng quan trọng trong bất kỳ hoạt động sản xuất kinh doanh nào của doanh nghiệp. Đây cũng chính là nhân tố quan trọng nhất tác động đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Do đó, để quản lý và sử dụng đội ngũ lao động này một cách hợp lý, khoa học là một vấn đề hết sức phức tạp. Giống như các yếu tố khác, sức lao động phải được xác định và sử dụng một cách tốt nhất để góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp. Phân tích lao động và tiền lương thường xuyên sẽ giúp cho doanh nghiệp tìm ra các cách chi trả tiền lương một cách hợp lý mà hiệu quả lại tốt hơn. Nếu phân tích tốt người quản lý sẽ thấy được thực trạng lao động trong doanh nghiệp là như thế nào, thấy được những điểm yếu và điểm mạnh để từ đó có những biện pháp tuyển dụng hay đào tạo một cách hợp lý, đồng thời có thể thấy được những tiềm năng chưa được khai thác.

Công ty CPTM Gia Trang là một công ty kinh doanh trong lĩnh vực xăng dầu có quy mô không lớn lắm, số lượng lao động trong Công ty cũng không

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

nhieu nhưng Công ty luôn coi trọng nhân sự, coi nhân sự là yếu tố quan trọng hàng đầu trong việc tạo ra thắng lợi kinh doanh của mình vì vậy mà Công ty luôn đòi hỏi những nguồn lao động có khả năng đáp ứng được nhu cầu của công việc, có trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, có tinh thần trách nhiệm cao, nhiệt tình và tâm huyết với công việc. Công ty vẫn luôn chú trọng và làm tốt việc sắp xếp ổn định tổ chức, áp dụng phương thức quản lý sản xuất, kinh doanh khoa học hiện đại, đồng thời có chiến lược đào tạo và đào tạo lại nguồn nhân lực để đáp ứng với những yêu cầu mới hiện nay.

Trước tiên ta sẽ đi tìm hiểu về cơ cấu lao động trong Công ty CPTM Gia Trang là như thế nào thông qua bảng sau:

**Bảng 2.9: Cơ cấu lao động của Công ty CPTM Gia Trang**

Chỉ tiêu	Cuối năm 2007		Cuối năm 2008	
	Số người	Tỷ lệ (%)	Số người	Tỷ lệ (%)
Tổng số lao động	32	100	35	100
Chia theo giới tính:				
+ Nam	12	37,5	13	37,14
+ Nữ	20	62,5	22	62,86
Chia theo độ tuổi:				
+ Dưới 30	16	50	19	54,3
+ Từ 30 – 40	11	34,38	11	31,4
+ Từ 40 – 50	5	15,62	5	14,3
Chia theo trình độ học vấn:				
+ Cao học	1	3,12	1	2,86
+ Đại học, cao đẳng	16	50	19	54,29
+ Trung cấp	2	6,25	2	5,71
+ Trung học phổ thông	13	40,63	13	37,14

*(Nguồn: Phòng tổ chức hành chính – Công ty CPTM Gia Trang)*

Qua bảng trên ta thấy về cơ cấu lao động của Công ty năm 2007 là 32 người và sang năm 2008 đã tăng lên thành 35 người tương ứng với mức tăng là

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

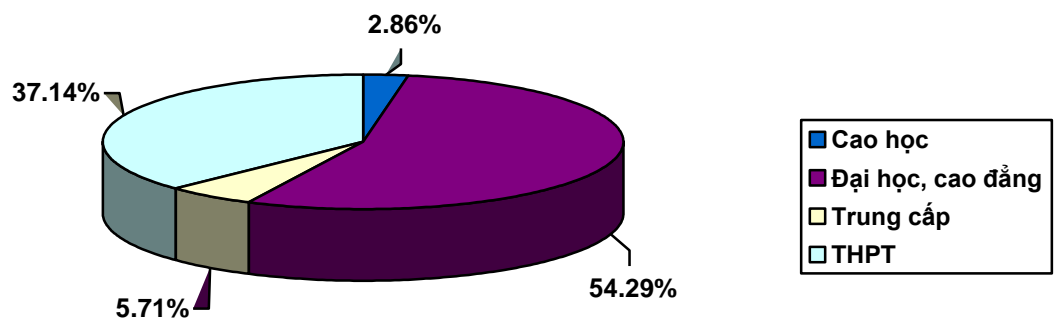
---

9,38%. Trong đó không có lao động nào nghỉ hưu, nghỉ mất sức hay chuyển công tác, toàn bộ 3 lao động tăng thêm đều là nhân viên mới được tuyển thêm để đáp ứng nguồn nhân lực cho hoạt động kinh doanh của Công ty.

+ Xét về độ tuổi lao động trong Công ty: ta thấy số lượng lao động trong độ tuổi dưới 30 là cao nhất, năm 2007 là 50% và năm 2008 là 54,3%; số lao động ở độ tuổi từ 30 – 40 tuổi chiếm 34,38% trong năm 2007 và 31,4% vào năm 2008; còn ở độ tuổi từ 40 – 50 chiếm 15,62% trong năm 2007 và 14,3% vào năm 2008. Điều đó chứng tỏ cơ cấu lao động trong Công ty là cơ cấu lao động trẻ. Đây cũng là một lợi thế cho Công ty vì lớp trẻ bao giờ cũng tiếp thu và học hỏi nhanh hơn lại năng động sáng tạo hơn. Công ty cần có kế hoạch bồi dưỡng nâng cao trình độ, nghiệp vụ cho đội ngũ này để có thể phát huy hết khả năng góp phần vào sự phát triển của Công ty.

+ Xét về trình độ học vấn của cán bộ công nhân viên trong Công ty, ta sẽ nhìn thấy rõ hơn thông qua biểu đồ 2.2 về trình độ lao động của Công ty trong năm 2008 dưới đây:

**Biểu đồ 2.2: Trình độ học vấn của người lao động năm 2008**



*(Nguồn: Phòng hành chính - Công ty CPTM Gia Trang)*

Nhận thấy lực lượng lao động trong Công ty phần lớn đều có trình độ là cao đẳng và đại học. Năm 2008 trình độ cao học chiếm 2,86%, trình độ đại học, cao đẳng chiếm 54,29%, trung cấp chiếm khoảng 5,71% và THPT chiếm 37,14%. So với năm 2007 thì số lao động trong Công ty năm 2008 đã có thêm 3 lao động ở trình độ đại học cao đẳng cho thấy Công ty đang cần những nguồn

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

lực có trình độ, có khả năng đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của công việc và nhất là trong thời đại công nghệ như hiện nay thì điều đó lại càng quan trọng hơn nữa.

Qua phân tích ở trên ta thấy được Ban lãnh đạo Công ty vẫn đang từng bước nâng cao chất lượng lao động trong Công ty nhằm phát huy tối đa tiềm lực của mình để năng suất lao động không ngừng tăng lên góp phần thúc đẩy hiệu quả kinh doanh ngày càng tốt hơn.

*b. Phân tích 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 chiến lược, phương hướng, chính sách sử dụng nguồn nhân lực một cách hữu hiệu để đạt kết quả cao nhất.

Để đánh giá tình hình sử dụng lao động của Công ty có hiệu quả hay không ta dựa vào bảng sau:

**Bảng 2.10: Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động**

Chỉ tiêu	ĐVT	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
				+/-	%
1. Tổng số lao động	Người	32	35	3	9,38
2. DTT	Trđ	654.429,55	1.085.668,51	431.238,96	65,90
3. LNST	Trđ	3.447,71	7.243,05	3.795,34	110,08
4. Doanh thu bình quân 1 LĐ (2)/(1)	Trđ/ người	20.450,92	31.019,10	10.568,18	51,68
5. Sức sinh lời 1 LĐ (3)/(1)	Trđ/ người	107,74	206,94	99,20	92,07

(Nguồn: Bảng báo cáo KQKD – Công ty CPTM Gia Trang)

- Qua số liệu đã tính toán được ở bảng trên ta thấy số lượng lao động của Công ty năm 2008 so với năm 2007 đã tăng lên là 3 người tương ứng với tỷ lệ tăng là 9,38% đã góp phần làm tăng doanh thu cho Công ty và do đó doanh thu bình quân 1 lao động cũng tăng theo, cụ thể: doanh thu bình quân 1 lao động



**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

cuối năm 2007 là 20.450,92 triệu đồng/người đến cuối năm 2008 đã tăng lên là 31.019,1 triệu đồng/người, như vậy đã tăng lên là 10.568,18 triệu đồng/người tương ứng với 51,68%. Nguyên nhân là do tốc độ tăng của doanh thu (65,9%) lớn hơn tốc độ tăng của lao động (9,38%) rất nhiều nên làm cho doanh thu bình quân 1 lao động tăng. Điều đó cho thấy Công ty đã có phương pháp sử dụng lao động một cách hợp lý đem lại hiệu quả cao.

- Số lao động tăng thêm 3 người vào năm 2008 cũng đã góp phần làm tăng thêm LNST cho Công ty do đó sức sinh lời 1 lao động cũng tăng lên. Cụ thể: sức sinh lời 1 lao động tăng từ 107,74 triệu đồng/người vào cuối năm 2007 lên 206,94 triệu đồng/người vào cuối năm 2008, tương ứng với tỷ lệ tăng là 92,07% chứng tỏ với số lao động được tuyển dụng thêm trong năm 2008 đã góp phần làm tăng lợi nhuận sau thuế của Công ty.

Để giải thích sự tăng lên của hiệu quả sử dụng lao động tại Công ty qua 2 năm ta có thể giải thích như sau: do có sự chỉ đạo sáng suốt của ban lãnh đạo cũng như toàn thể các cán bộ quản lý đã tạo điều kiện cho nhân viên có điều kiện làm việc tốt, đưa ra chính sách trả lương hợp lý đồng thời có chế độ khen thưởng kịp thời, luôn quan tâm đến đời sống của người lao động, bồi dưỡng đào tạo trình độ nghiệp vụ cho họ. Chính điều đó đã làm cho đời sống của cán bộ công nhân viên trong Công ty ngày càng nâng cao, thu nhập của người lao động bình quân đạt gần 3 triệu đồng vào năm 2008. Mức thu nhập này đối với người lao động trong thời gian kinh tế đang khủng hoảng này không phải là một chuyện dễ và nó cũng không phải nhỏ so với mức trả lương ở nhiều công ty khác. Bên cạnh đó, nhân viên trong Công ty còn được hưởng những đãi ngộ về mặt tinh thần như tổ chức các buổi tiệc liên hoan, vui chơi, đi du lịch... làm tăng thêm sự đoàn kết nội bộ, khuyến khích nhân viên trong Công ty phát huy năng lực làm việc và làm cho họ thấy gắn bó và phấn đấu vì Công ty hơn nữa.

#### *2.2.2.6. Các chỉ tiêu về khả năng thanh toán*

Các hệ số về khả năng thanh toán phản ánh rõ nét tính chất độc lập và chất lượng của công tác tài chính trong doanh nghiệp. Phân tích khả năng thanh

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

toán của doanh nghiệp cho biết năng lực tài chính trước mắt và lâu dài của doanh nghiệp là như thế nào. Nếu hoạt động tài chính tốt thì việc kinh doanh sẽ ít công nợ, khả năng thanh toán đảm bảo kịp thời, hợp lý, ít bị chiếm dụng vốn và ít đi chiếm dụng vốn, đảm bảo sự trong sạch về tài chính với khách hàng và các nhà đầu tư. Để có khả năng thanh toán tốt thì doanh nghiệp phải luôn duy trì một mức luân chuyển các khoản nợ phải trả để đảm bảo cho quá trình SXKD được thuận lợi. Do vậy, doanh nghiệp phải luôn quan tâm đến các khoản nợ để chuẩn bị cho các nguồn thanh toán, các nhà quản lý phải phân tích khả năng thanh toán để đánh giá được sức mạnh tài chính hiện tại, tương lai cũng như dự đoán được tiềm lực trong thanh toán và an ninh tài chính của doanh nghiệp.

Căn cứ vào các số liệu đ-ợc thể hiện trên bảng cân đối kế toán ta sẽ đi phân tích tình hình thanh toán của Công ty CPTM Gia Trang qua bảng dưới đây:

**Bảng 2.11: Các hệ số về khả năng thanh toán**

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
					+/-	%
1	Tổng TS	Trđ	44.066,00	66.623,16	22.557,16	51,19
2	Tổng nợ phải trả	Trđ	18.531,87	35.345,98	16.814,11	90,73
3	TS ngắn hạn	Trđ	38.983,18	62.244,36	23.261,18	59,67
4	Tổng nợ ngắn hạn	Trđ	18.531,87	35.345,98	16.814,11	90,73
5	Hàng tồn kho	Trđ	403,93	950,48	546,55	135,34
6	Hệ số khả năng thanh toán tổng quát (1)/(2)	Lần	2,38	1,88	-0,50	-21,00
7	Hệ số khả năng thanh toán hiện hành (3)/(4)	Lần	2,10	1,76	-0,34	-16,19
8	Hệ số khả năng thanh toán nhanh (3)-(5)/(4)	Lần	2,08	1,73	-0,35	-16,83

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán – Công ty CPTM Gia Trang)

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

Qua bảng trên ta thấy:

+ Về khả năng thanh toán tổng quát của Công ty: Ta thấy cuối năm 2007 cứ 1 triệu đồng vốn đi vay thì có 2,38 triệu đồng tài sản đảm bảo và cuối năm 2008 đã giảm xuống chỉ còn 1,88 triệu đồng tài sản. Như vậy qua 2 năm 2007 – 2008 thì hệ số này đã giảm đi 0,5 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ giảm là 21%. Nguyên nhân là do cuối năm 2008 tổng nợ phải trả tăng 90,73% (t-ong ứng 16.814,11 triệu đồng) lớn hơn mức tăng của tổng tài sản là 51,19% (t-ong ứng 22.557,16 triệu đồng). Tuy nhiên qua 2 năm hệ số thanh toán tổng quát của Công ty đều lớn hơn 1 chứng tỏ khả năng thanh toán các khoản nợ và tình hình tài chính của Công ty là bình thường, chưa đến mức đáng báo động.

+ Về khả năng thanh toán hiện hành của Công ty: Qua sự phân tích trên ta thấy khả năng thanh toán hiện hành của Công ty đang có xu hướng giảm, cụ thể: cuối năm 2007 cứ 1 triệu đồng nợ ngắn hạn thì có 2,1 triệu đồng vốn lưu động đảm bảo và đến cuối năm 2008 thì chỉ số này đã giảm xuống chỉ còn 1,76 triệu đồng vốn lưu động đảm bảo. Như vậy khả năng thanh toán hiện hành của Công ty qua 2 năm đã giảm xuống 0,34 triệu đồng tương ứng với 16,19%. Tuy khả năng thanh toán này có giảm so với năm trước nhưng vẫn có thể coi là an toàn bởi vì vào năm 2008 Công ty chỉ cần giải phóng  $1/1,76 = 56,8\%$  TSLĐ và đầu tư ngắn hạn hiện có là đủ thanh toán nợ ngắn hạn.

+ Về khả năng thanh toán nhanh: Qua bảng kết quả trên ta thấy khả năng thanh toán nhanh của Công ty cuối năm 2008 so với cuối năm 2007 giảm 0,35% t-ong ứng với 16,83 triệu đồng. Cụ thể: cuối năm 2007 cứ 1 triệu đồng nợ ngắn hạn được đảm bảo bằng 2,08 triệu đồng tài sản tương đương tiền đến cuối năm 2008 giảm đi còn 1,73 triệu đồng. Tuy nhiên hệ số này vẫn lớn hơn 1 nên Công ty sẽ không gặp khó khăn trong việc thanh toán công nợ, không phải sử dụng các biện pháp bất lợi như bán các tài sản giá thấp để trả nợ. Mặc dù Công ty chưa có khả năng rơi vào tình trạng vỡ nợ nhưng Công ty vẫn nên có biện pháp hợp lý để đáp ứng tốt khả năng thanh toán nhanh của mình.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

Qua việc phân tích ở trên ta có thể thấy khả năng thanh toán của Công ty năm 2008 đã giảm đi so với năm 2007. Tuy nhiên, điều đó vẫn chưa đến mức đáng báo động vì nó vẫn đảm bảo khả năng thanh toán các khoản nợ của Công ty. Dù vậy, Công ty vẫn nên tìm hiểu nguyên nhân làm khả năng thanh toán của mình lại giảm đi so với năm trước để đưa ra giải pháp khắc phục, có như vậy thì mới giữ vững được niềm tin, sự an tâm cho các nhà đầu tư và các nhà cung cấp tín dụng...

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

Cơ cấu nguồn vốn và tài sản phản ánh bình quân trong một đồng vốn (tài sản) kinh doanh hiện nay doanh nghiệp đang sử dụng có mấy đồng là vay nợ, có mấy đồng là vốn chủ sở hữu, có mấy đồng đầu t- cho tài sản dài hạn và có mấy đồng đầu t- cho tài sản ngắn hạn.

**Bảng 2.12: Cơ cấu nguồn vốn và tài sản**

Chỉ tiêu	ĐVT	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
				+/-	%
1. Tổng nguồn vốn	Trđ	44.066,00	66.623,16	22.557,16	51,19
2. Nguồn vốn CSH	Trđ	25.534,13	31.277,18	5.743,05	22,49
3. Nợ phải trả	Trđ	18.531,87	35.345,98	16.814,11	90,73
4. TSDH	Trđ	5.082,82	4.378,81	-704,01	-13,85
5. TSNH	Trđ	38.983,18	62.244,36	23.261,18	59,67
6. Hệ số nợ (3)/(1)	Lần	0,420	0,531	0,111	26,43
7. Hệ số tự tài trợ (2)/(1)	Lần	0,579	0,469	-0,11	-19,00
8. Tỷ suất đầu t- TSNH (5)/(1)	Lần	0,885	0,934	0,049	5,54
9. Tỷ suất đầu t- TSDH (4)/(1)	Lần	0,115	0,066	-0,049	-42,61

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán – Công ty CPTM Gia Trang)

Qua bảng trên ta thấy :

+ Hệ số nợ: Cuối năm 2007 cứ 1 triệu đồng vốn Công ty sử dụng thì có 0,42 triệu đồng đi vay, cuối năm 2008 đã tăng lên 0,531 triệu đồng đi vay.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

Nguyên nhân của sự tăng lên này là do tốc độ tăng của nợ phải trả lớn hơn tốc độ tăng của nguồn vốn là 39,54%. Điều này là do các khoản phải thu của Công ty quá lớn, số vốn của Công ty đang tạm thời bị khách hàng chiếm dụng. Vì vậy để đảm bảo cho hoạt động kinh doanh được diễn ra bình thường thì buộc Công ty phải đi vay nợ từ bên ngoài. Hệ số này tăng lên có thể là Công ty đã sử dụng vốn vay như một chính sách tài chính để gia tăng lợi nhuận. Tuy nhiên, hệ số nợ này của Công ty vẫn trong khả năng cho phép của các chủ nợ và các nhà cung cấp tài chính.

+ Hệ số tự tài trợ: Cuối năm 2007 cứ 1 triệu đồng vốn Công ty bỏ vào kinh doanh thì có 0,579 triệu đồng vốn CSH và cuối năm 2008 cứ 1 triệu đồng vốn bỏ vào kinh doanh thì có 0,469 triệu đồng vốn CSH. Hệ số này qua 2 năm đã giảm đi 19% cho thấy rằng vốn CSH của Công ty cuối năm 2008 có tăng lên 22,49% so với cuối năm 2007 nhưng vẫn còn ít, mức độ tài trợ của Công ty với nguồn vốn kinh doanh là chưa được tốt. Đối với các chủ nợ, họ thích tỷ suất tự tài trợ càng cao càng tốt vì nó đảm bảo cho các khoản nợ vay được hoàn trả đúng hạn. Tuy nhiên, đối với Công ty thì hệ số này lại có lợi hơn vì lượng tài sản được sử dụng chỉ có 46,9% là vốn tự có. Do vậy, nó không ảnh hưởng nhiều đến hiệu quả gia tăng lợi nhuận cho chủ sở hữu.

+ Tỷ suất đầu tư TSNH: tỷ suất đầu tư vào TSNH của Công ty có xu hướng tăng, cuối năm 2007 trong 1 triệu đồng VKD thì có 0,885 triệu đồng đầu tư vào TSNH, cuối năm 2008 trong 1 triệu đồng VKD thì có 0,934 triệu đồng đầu tư vào TSNH. Như vậy, mức độ quan trọng của TSNH trong tổng tài sản mà công ty đang sử dụng ngày càng tăng.

+ Tỷ suất đầu tư vào TSDH: Cuối năm 2007 tỷ suất đầu tư vào TSDH của Công ty là 0,115 tức là cứ 1 triệu đồng vốn sử dụng thì có 0,115 triệu đồng đầu tư cho TSDH và cuối năm 2008 là 0,066 triệu đồng đầu tư vào TSDH. Như vậy, qua 2 năm hệ số này đã giảm đi 42,61% chứng tỏ Công ty chưa chú trọng tới việc đầu tư, mua sắm máy móc trang thiết bị.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

**2.2.2.8. Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời**

Các chỉ số sinh lời luôn được các nhà quản trị tài chính quan tâm. Chúng là cơ sở quan trọng để đánh giá kết quả hoạt động SXKD trong một kỳ nhất định, là đáp số sau cùng của hiệu quả kinh doanh và còn là một luận cứ quan trọng để các nhà hoạch định đưa ra các quyết định tài chính trong tương lai.

**Bảng 2.13: Các hệ số về khả năng sinh lời**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

STT	Chỉ tiêu	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
				+/-	%
1	DTT	654.429,55	1.085.668,51	431.238,96	65,90
2	LNST	3.447,71	7.243,05	3.795,34	110,08
3	Tổng TS bình quân	32.998,63	55.344,58	22.345,95	67,72
4	Vốn CSH bình quân	19.870,28	28.405,66	8.535,38	42,96
5	Tỷ suất sinh lời trên tổng TS (ROA) (2)/(3)	0,1045	0,1309	0,0264	25,26
6	Tỷ suất sinh lời trên vốn CSH (ROE) (2)/(4)	0,1735	0,2550	0,0815	46,97
7	Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (2)/(1)	0,0053	0,0067	0,0014	26,41

*(Nguồn: Bảng BCKQKD và bảng CĐKT – Công ty CPTM Gia Trang)*

+ Xét chỉ tiêu tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản: ta thấy cuối năm 2007 cứ 1 triệu đồng tài sản thì tạo ra được 0,1045 triệu đồng LNST và cuối năm 2008 là 0,1309 triệu đồng. Như vậy chỉ tiêu này vào cuối năm 2008 đã tăng thêm 0,0264 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 25,26%. Nguyên nhân là do tổng tài sản bình quân năm 2008 tăng 22.345,95 triệu đồng tương ứng với 67,72% và LNST tăng 3.795,34 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 110,08% so với năm 2007. Điều đó chứng tỏ năm 2008 Công ty đã có sự sắp xếp, phân bổ và quản lý sử dụng tài sản hợp lý và có hiệu quả hơn năm 2007.

+ Về chỉ tiêu tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu: Qua bảng trên ta thấy cuối năm 2007 cứ 1 triệu đồng vốn CSH tham gia vào quá trình kinh doanh mang lại cho Công ty 0,1735 triệu đồng LN ròng, cuối năm 2008 chỉ tiêu này có

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

xu hướng tăng lên 0,0815 triệu đồng tương ứng với 46,97% so với cuối năm 2007, tức là 1 triệu đồng vốn CSH mang lại 0,2550 triệu đồng LN ròng. Nguyên nhân do tốc độ tăng của LNST (110,08%) cao hơn tốc độ tăng của vốn CSH (42,96%) làm cho sức sinh lời của vốn CSH tăng lên. Chỉ tiêu này tăng lên chứng tỏ vốn chủ sở hữu ngày càng hoạt động có hiệu quả. Tuy nhiên, Công ty vẫn cần tăng nhanh lượng vốn chủ sở hữu trong những năm tới để dần có khả năng độc lập về tài chính của mình, để mở rộng quy mô thị trường, để nâng cao hiệu quả kinh doanh và thực sự là nhà cung cấp đáng tin cậy của các bạn hàng.

+ Chỉ tiêu tỷ suất sinh lời trên doanh thu: Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu cuối năm 2008 có sự tăng lên so với cuối năm 2007 là 0,0014 triệu đồng tương ứng với 26,41%. Tức là cứ 1 triệu đồng doanh thu cuối năm 2007 tham gia vào kinh doanh thì tạo ra được 0,0053 triệu đồng LNST trong khi đó cuối năm 2008 lại đạt tới 0,0067 triệu đồng. Nguyên nhân là do tốc độ tăng của doanh thu chậm hơn tốc độ tăng của LNST là 44,18%, điều này là do sản lượng tiêu thụ của Công ty trong 2 năm qua ngày càng tăng đặc biệt là vào năm 2008 đã làm cho doanh thu tăng lên, dẫn đến lợi nhuận tăng.

Thông qua việc phân tích các chỉ tiêu về sức sinh lời ta thấy Công ty đã có sự phân bổ, quản lý, sử dụng tài sản và vốn CSH một cách hợp lý và có hiệu quả. Đây có thể coi là một thành công lớn mà Công ty nên cố gắng để duy trì và phát huy hơn nữa trong những năm tiếp theo.

#### *2.2.2.9. Đánh giá tổng hợp hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty*

Để đánh giá lại những gì mà Công ty đã làm trong 2 năm vừa qua nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh thì ta sẽ theo dõi bảng dưới đây để có cái nhìn tổng hợp và bao quát nhất:

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

**Bảng 2.14: Tổng hợp một số chỉ tiêu hiệu quả sản xuất kinh doanh**

Chỉ tiêu	ĐVT	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
				+/-	%
<b>I. Chỉ tiêu về chi phí</b>					
1. Hiệu quả sử dụng cp	Lần	1,0073	1,0093	0,002	0,20
2. Tỷ suất lợi nhuận cp	Lần	0,0073	0,0093	0,002	27,40
<b>II. Chỉ tiêu về VKD</b>					
1. Sức sản xuất VKD	Lần	19,83	19,62	-0,21	-1,06
2. Sức sinh lời VKD	Lần	0,104	0,130	0,026	25,000
<b>III. Chỉ tiêu về VCD</b>					
1. Sức sản xuất TSCĐ	Lần	108,83	176,24	67,41	61,94
2. Sức sinh lời TSCĐ	Lần	0,573	1,176	0,603	105,24
3. Hiệu suất sử dụng VCD	Lần	126,86	229,49	102,63	80,90
4. Tỷ suất hao phí TSCĐ	Lần	1,744	0,85	-0,894	-51,26
5. Tỷ suất lợi nhuận VCD	Lần	0,668	1,531	0,863	129,19
<b>IV. Chỉ tiêu về VLD</b>					
1. Số vòng luân chuyển VLD	Vòng	23,51	21,45	-2,06	-8,76
2. Thời gian 1 vòng luân chuyển VLD	Ngày	15,31	16,78	1,47	9,60
3. Hệ số đảm nhiệm VLD	Lần	0,0425	0,0466	0,0041	9,65
4. Sức sinh lời của VLD	Lần	0,124	0,143	0,019	15,32
5. Vòng quay khoản phải thu	Vòng	29,40	49,82	20,42	69,46
6. Kỳ thu tiền bình quân	Ngày	12,24	14,60	2,36	19,28
<b>V. Chỉ tiêu về lao động</b>					
1. Doanh thu bình quân 1 lao động	Trđ/ng	20.450,92	31.019,1	10.568,18	51,68
2. Sức sinh lời 1 lao động	Trđ/ng	107,74	206,94	99,20	92,07
<b>VI. Khả năng thanh toán</b>					
1. Hệ số thanh toán tổng quát	Lần	2,38	1,88	-0,50	-21,00
2. Hệ số thanh toán hiện hành	Lần	2,10	1,76	-0,34	-16,19
3. Hệ số thanh toán nhanh	Lần	2,08	1,73	-0,35	-16,83
<b>V. Cơ cấu nguồn vốn và tài sản</b>					
1. Hệ số nợ	Lần	0,420	0,531	0,111	26,43
2. Hệ số tự tài trợ	Lần	0,579	0,469	-0,11	-19,00
3. Tỷ suất đầu tư vào TSNH	Lần	0,885	0,934	0,049	5,54
4. Tỷ suất đầu tư vào TSDH	Lần	0,115	0,066	-0,049	-42,61
<b>VII. Chỉ số sinh lời</b>					
1. Tỷ suất sinh lời trên tổng TS(ROA)	Lần	0,1045	0,1309	0,0264	25,26
2. Tỷ suất sinh lời trên vốn CSH (ROE)	Lần	0,1735	0,2550	0,0815	46,97
3. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu	Lần	0,0053	0,0067	0,0014	26,41



Năm qua với sự cố gắng và phấn đấu của toàn thể cán bộ công nhân viên trong Công ty CPTM Gia Trang đã đem lại cho Công ty những bước tiến đáng kể, giữ vững được tốc độ tăng trưởng của Công ty. Mặc dù trong 2 năm qua tình hình kinh tế biến động rất lớn, khủng hoảng kinh tế diễn ra trên toàn thế giới, giá cả thị trường thay đổi liên tục... đã gây ra không ít những khó khăn và trở ngại nhưng ban lãnh đạo Công ty vẫn có những giải pháp hợp lý để đưa doanh thu của Công ty năm 2008 tăng cao hơn so với năm 2007. Tuy nhiên trong bối cảnh nền kinh tế thị trường mở cửa hội nhập như nước ta hiện nay thì không chỉ ngành xăng dầu nói riêng mà tất cả các ngành nói chung đều chịu sự cạnh tranh khốc liệt không những với các doanh nghiệp trong nước mà còn với các doanh nghiệp nước ngoài. Vì vậy trong tương lai Công ty CPTM Gia Trang sẽ phải nỗ lực, phấn đấu nhiều hơn nữa để có thể duy trì và nâng cao vị thế của mình trên thị trường.

### **2.3. Đánh giá chung về kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty CPTM Gia Trang**

#### **2.3.1. Những thành tựu đã đạt được của Công ty**

Qua việc phân tích thực trạng kinh doanh của Công ty ở trên ta có thể thấy những thành tựu mà Công ty đã đạt được như sau:

- Lợi nhuận của Công ty luôn tăng dần qua các năm, cụ thể: cuối năm 2007 tăng so với cuối năm 2006 là 110,45% tương ứng với 1.089,43 triệu đồng; cuối năm 2008 tăng so với cuối năm 2007 là 110,08% tương ứng với 3.795,34 triệu đồng. Đó là một điều đáng mừng và Công ty nên phát huy trong những năm tới.

- Khả năng thanh toán của Công ty vẫn tương đối khả quan, cụ thể: cuối năm 2008 các hệ số về khả năng thanh toán tổng quát là 1,88 lần; khả năng thanh toán hiện hành là 1,76 lần và khả năng thanh toán nhanh là 1,73 lần. Điều đó chứng tỏ Công ty vẫn tạo được niềm tin cho các nhà đầu tư và các nhà cung cấp tín dụng.

- Công ty đã sử dụng các loại chi phí để phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh là tương đối hợp lý và có hiệu quả. Điều đó được thể hiện qua hiệu

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

quả sử dụng chi phí cuối năm 2008 tăng 0,2% và tỷ suất lợi nhuận chi phí tăng 27,4% so với cuối năm 2007. Tuy sự tăng lên là không đáng kể nhưng nó cũng góp phần đem lại lợi nhuận tương đối cao cho Công ty.

- Hiệu quả sử dụng vốn cố định của Công ty là rất tốt, Công ty đã áp dụng nhiều biện pháp nhằm giảm thiểu sự hao phí đồng thời không ngừng nâng cao hiệu quả sử dụng TSCĐ. Cụ thể: Sức sản xuất của TSCĐ cuối năm 2008 tăng 61,94%; sức sinh lời TSCĐ tăng 105,24%; hiệu suất sử dụng vốn cố định tăng 80,9%; Tỷ suất hao phí TSCĐ đã giảm đi 51,26% và tỷ suất lợi nhuận vốn cố định tăng lên 129,19% so với cuối năm 2007.

- Các chỉ tiêu sinh lời của Công ty đều ở mức đảm bảo và đều tăng so với các năm trước. Cụ thể: cuối năm 2008 sức sinh lời trên tổng tài sản (ROA) của Công ty tăng 25,26% và sức sinh lời trên vốn chủ sở hữu tăng 46,97% so với cuối năm 2007. Đây là một thành công lớn đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty là tương đối tốt.

- Số lượng lao động trong Công ty không nhiều, chỉ có 35 người nhưng hiệu quả kinh doanh, lợi nhuận mà số lao động đó mang lại cho Công ty thì lại rất lớn. Điều đó được chứng minh qua các chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng lao động của Công ty đều tăng lên so với những năm trước đây. Cụ thể: doanh thu bình quân 1 lao động và sức sinh lời 1 lao động của Công ty cuối năm 2008 đã tăng lên so với cuối năm 2007 tương ứng là 51,68% và 92,07%.

- Công ty có chế độ trả lương, khen thưởng, kỷ luật hợp lý, phù hợp với hao phí sức lao động mà nhân viên bỏ ra, thúc đẩy mọi người hăng hái làm việc.

- Thu nhập bình quân của nhân viên tăng qua các năm, điều đó tạo niềm tin và động viên nhân viên gắn bó với Công ty hơn.

- Hàng năm Công ty luôn tổ chức bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho cán bộ công nhân viên trong Công ty, thường xuyên chú trọng công tác xây dựng tinh thần đoàn kết trong tập thể, tạo không khí làm việc thoải mái, gắn bó với Công ty đó chính là động lực giúp cho Công ty ngày càng phát triển đi lên.

- Nguồn nhân lực trong Công ty ngày một trẻ hóa, tăng về số lượng và

trình độ chuyên môn nghiệp vụ, phát huy tinh thần sáng tạo của cán bộ công nhân viên cùng xây dựng một tập thể vững mạnh, ngày càng đáp ứng được với sự phát triển của thị trường và sự lớn mạnh của Công ty.

- Công tác vận chuyển hàng hóa tới khách hàng luôn được đảm bảo, các xe có nhiệm vụ chuyên chở xăng dầu luôn luôn được kiểm tra, trùng tu, sửa chữa; các đường ống dẫn dầu cũng thường xuyên được kiểm tra rò rỉ, hư hỏng.

### **2.3.2. Những hạn chế của Công ty**

- Sự đầu tư cho công tác nghiên cứu thị trường của Công ty đã có nhưng vẫn còn ít và chưa thật sự đem hiệu quả cao.

- Công tác tuyên truyền, quảng cáo sản phẩm và hình ảnh của Công ty chưa được đẩy mạnh. Công ty chưa có một trang Website riêng, mà nhất là trong thời đại công nghệ thông tin như hiện nay thì điều đó là tương đối cần thiết. Trong thời gian tới Công ty cần đẩy mạnh hơn nữa hoạt động này để thu hút khách hàng đến với Công ty ngày một nhiều hơn, đem lại doanh thu cao hơn.

- Việc kinh doanh của Công ty còn mang tính chất mua bán đơn thuần, chưa có sự khác biệt và sự bất phá đặc biệt nào khác so với các Công ty khác cùng ngành.

- Máy móc thiết bị chưa có sự đầu tư mua mới, mà đặc thù của ngành xăng dầu là rất nguy hiểm nếu các thiết bị cũ của Công ty đã không còn đảm bảo về an toàn kỹ thuật nữa. Do đó, việc đầu tư thêm mới các thiết bị máy móc luôn là nhu cầu cấp bách mà Công ty cần chú trọng và quan tâm.

- Hàng tồn kho của Công ty là tương đối lớn và có xu hướng tăng lên. Cụ thể: hàng tồn kho cuối năm 2008 đã tăng lên 135,31% tương ứng với 546,55 triệu đồng so với cuối năm 2007.

- Các khoản phải thu của Công ty còn nhiều và có xu hướng tăng dần qua các năm. Cuối năm 2008 các khoản phải thu của Công ty đã tăng lên 26.907,38 triệu đồng tương ứng với 87,94% so với cuối năm 2007. Điều đó khiến Công ty bị chiếm dụng nhiều vốn làm ảnh hưởng không nhỏ đến vốn kinh doanh trong kỳ và hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty.

### **CHƯƠNG 3**

#### **MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CPTM GIA TRANG**

##### **3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển của Công ty CPTM Gia Trang trong thời gian tới**

Trong điều kiện kinh tế thị trường, sự cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt và khốc liệt, các doanh nghiệp muốn tồn tại thì chỉ có một con đường duy nhất là không ngừng phát triển, không ngừng đi lên, luôn luôn đặt ra cho mình những mục tiêu để phấn đấu trong tương lai, đó chính là động lực để vượt qua mọi khó khăn, thách thức.

Công ty CPTM Gia Trang cũng như các công ty khác luôn đảm bảo kinh doanh có lãi và thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ đối với Nhà nước theo luật định. Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh luôn là mong muốn và là mục tiêu cơ bản của Công ty, đảm bảo khả năng phát triển lâu dài và ổn định của Công ty trong giai đoạn hiện nay, bên cạnh đó sẽ góp phần xây dựng thành phố Hải Phòng nói riêng và đất nước nói chung ngày càng giàu mạnh hơn.

Vì vậy, định hướng phát triển của Công ty trong những năm tới là:

- Tìm kiếm những vị trí thuận lợi, có tiềm năng để đầu tư xây dựng thêm một số cửa hàng xăng dầu.

- Nâng cao hiệu quả phân tích tài chính doanh nghiệp trong Công ty nhằm có cơ sở chắc chắn hơn cho những quyết định kinh doanh. Đây là điều ưu tiên và được chú trọng.

- Giữ vững và ngày càng tăng tốc độ phát triển trên mọi chỉ tiêu: doanh số, thị phần, nhân lực, uy tín trên thị trường...

- Phát huy và nâng cao thế mạnh sẵn có của Công ty về quản lý, nhân lực, quy cách phục vụ... lên một tầm cao mới để đáp ứng những nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

- Xây dựng quy trình làm việc, quản lý chuyên nghiệp theo tiêu chuẩn ISO 9001:2000.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

- Đầu tư mua sắm máy móc thiết bị để phục vụ cho hoạt động kinh doanh của Công ty.

- Tiếp tục củng cố và phát triển nguồn nhân lực trong Công ty về trình độ ngoại ngữ, tin học, về khả năng làm việc trong môi trường làm việc cao của nền kinh tế thị trường.

- Đầu tư nhiều hơn cho chiến lược quảng cáo sản phẩm và hoạt động hậu mãi sau bán hàng nhằm thu hút ngày càng nhiều khách hàng đặc biệt là các khách hàng tiềm năng.

- Tiếp tục tìm kiếm khai thác thị trường, luôn đảm bảo chất lượng sản phẩm cung cấp. Tìm kiếm đối tác hợp tác liên doanh liên kết để tăng nguồn vốn và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- Luôn đảm bảo công ăn việc làm và mức thu nhập ổn định cho cán bộ công nhân viên trong Công ty (duy trì thu nhập bình quân tăng 10%/ năm).

- Luôn đảm bảo nộp các khoản thuế, phí và lệ phí cho Nhà nước đầy đủ và đúng hạn.

**3.2. Một số biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty CPTM Gia Trang.**

Trên cơ sở phân tích tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty CPTM Gia Trang ta có thể thấy những kết quả đã đạt được của Công ty trong thời gian qua là nhờ có sự cố gắng và nỗ lực không ngừng của tất cả các cán bộ công nhân viên, đặc biệt là sự chỉ đạo sáng suốt của ban lãnh đạo đã từng bước cải thiện tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty. Nhưng bên cạnh đó, Công ty vẫn còn bộc lộ một số hạn chế trong chính sách phát triển phân phối, quản trị vốn, hàng tồn kho... gây ảnh hưởng không nhỏ đến kết quả của quá trình kinh doanh. Qua quá trình nghiên cứu và phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty CPTM Gia Trang em xin đưa ra một số ý kiến về các giải pháp nhằm cải thiện và nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty như sau:

### **3.2.1. Biện pháp 1: Tăng tốc độ thu hồi các khoản phải thu**

#### **A. Cơ sở đề ra biện pháp**

Trong điều kiện hiện nay của Công ty, việc tăng nhanh vòng quay của vốn, giảm thiểu các khoản phải thu, rút ngắn kì thu tiền bình quân là rất cần thiết cũng như việc duy trì tốt quan hệ với khách hàng. Do vậy Công ty cần có những biện pháp để tăng cường công tác thu hồi nợ, giảm khoản vốn bị chiếm dụng để có thêm vốn đầu tư cho sản xuất kinh doanh bằng cách sử dụng tỷ lệ chiết khấu thanh toán nhanh cho khách hàng.

Qua phân tích ta thấy các khoản phải thu của Công ty chiếm tỷ trọng lớn trong tổng TSNH: cuối năm 2007 chiếm 30.595,76 triệu đồng (tương ứng chiếm 78,48% trong tổng TSNH), cuối năm 2008 chiếm 57.503,14 triệu đồng (tương ứng chiếm 92,38% trong tổng TSNH), như vậy là tăng 13,9% so với cuối năm 2007. Các khoản phải thu của Công ty tăng chứng tỏ Công ty thu hồi tiền hàng không kịp thời, bị khách hàng chiếm dụng vốn. Ta có bảng so sánh tốc độ tăng doanh thu thuần với tốc độ tăng các khoản phải thu như sau:

**Bảng 3.1: So sánh tốc độ tăng của doanh thu thuần với tốc độ tăng các khoản phải thu của Công ty trong 2 năm 2007 – 2008**

*Đơn vị tính : Triệu đồng*

STT	Chỉ tiêu	Cuối năm 2007	Cuối năm 2008	Chênh lệch	
				+/-	%
1	DTT	654.429,55	1.085.668,51	431.238,96	65,90
2	Khoản phải thu	30.595,76	57.503,14	26.907,38	87,94

*(Nguồn: Bảng báo cáo KQKD và CĐKT - Phòng kế toán)*

Qua bảng trên ta thấy tốc độ tăng các khoản phải thu lớn hơn so với tốc độ tăng của doanh thu thuần tại Công ty là 22,04%. Các khoản phải thu của Công ty trong 2 năm qua tăng nhanh là do:

+ Công ty có nhiều khách hàng lâu năm và khách hàng mua với số lượng lớn nên để khuyến khích và giữ mối quan hệ làm ăn lâu dài thì Công ty buộc phải áp dụng phương thức bán chịu cho khách hàng.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

+ Trong 2 năm qua tình hình kinh tế biến động lớn, nhất là năm 2008 nền kinh tế lâm vào khủng hoảng, lạm phát gia tăng làm cho các doanh nghiệp lâm vào tình cảnh khó khăn và khả năng trả nợ của các doanh nghiệp cũng hạn hẹp.

+ Công ty chưa áp dụng chính sách chiết khấu hợp lý để khuyến khích khách hàng trả nợ đúng hạn.

+ Công tác thu hồi nợ của Công ty chưa tốt.

Các khoản phải thu tăng lên nhanh sẽ làm cho Công ty dễ gặp rủi ro trong việc thu hồi vốn, khả năng thanh toán và sự sinh lời trên tổng tài sản của Công ty sẽ giảm sút. Ngoài ra, với việc Công ty đang bị khách hàng tạm thời chiếm dụng vốn nên để đáp ứng được vốn lưu động cho hoạt động sản xuất kinh doanh Công ty đã phải vay ngắn hạn ngân hàng với lãi suất 10,5%/năm. Do vậy, việc đẩy nhanh tốc độ thu hồi các khoản phải thu của Công ty là rất cần thiết và quan trọng. Công ty cần phải đưa ra cách giải quyết để có thể nhanh chóng thu hồi lại khoản vốn đang tạm thời bị khách hàng chiếm dụng, nhằm nâng cao khả năng quay vòng vốn, đem lại hiệu quả tốt hơn cho hoạt động kinh doanh của Công ty.

***B. Nội dung thực hiện***

Theo thống kê của phòng kế toán thì những khách hàng còn nợ của Công ty đều là những khách hàng có khả năng thanh toán tương đối tốt nhưng họ vẫn chậm thanh toán. Thực hiện chính sách thu tiền mềm dẻo, linh hoạt nhằm mục đích vừa không làm mất thị trường, khách hàng lại vừa thu hồi được các khoản nợ dây dưa khó đòi. Bởi lẽ, trên thực tế rõ ràng nếu Công ty áp dụng các biện pháp quá cứng rắn thì cơ hội thu hồi nợ sẽ lớn hơn nhưng Công ty sẽ phải đối mặt với tình trạng khiến cho khách hàng khó chịu dẫn đến việc họ có thể cắt đứt các mối quan hệ làm ăn với mình, như vậy Công ty sẽ càng gặp khó khăn nhiều hơn. Vì vậy, để có thể thu hồi được các khoản phải thu thì Công ty có thể tiến hành thu hồi nợ theo các cách sau đây:

+ Với những khách hàng lớn, trước khi ký hợp đồng, Công ty cần phân loại khách hàng, tìm hiểu kỹ về khả năng thanh toán của họ. Hợp đồng luôn phải quy định chặt chẽ về thời gian, phương thức thanh toán và hình thức phạt khi vi phạm hợp đồng.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

+ Có sự thống kê, sắp xếp lại các khoản nợ theo thời gian: khoản nợ nào có thời gian lâu nhất sẽ tiến hành thu hồi trước, khoản nợ nào có thời gian ngắn hơn sẽ thu hồi sau. Như vậy, Công ty sẽ có kế hoạch thu hồi nợ một cách khoa học, chi tiết mà đem lại hiệu quả cao hơn.

+ Định kỳ công ty cần tổng kết công tác tiêu thụ, kiểm tra các khách hàng đang nợ về số lượng và thời gian thanh toán, tránh tình trạng để các khoản thu rơi vào tình trạng nợ khó đòi.

+ Gọi điện, gửi thư nhắc đến hạn trả nợ, thư khuyến nhủ hoặc thư chuyển cho cơ quan chuyên trách thu hồi nợ.

+ Cử người trực tiếp tới gặp khách hàng để đòi nợ, yêu cầu khách hàng nếu ko thanh toán đúng hạn thì sẽ áp dụng biện pháp tính lãi suất theo lãi suất ngân hàng đối với nợ quá hạn.

+ Cuối cùng các biện pháp trên không thành công thì phải ủy quyền cho người đại diện tiến hành các thủ tục pháp lý.

Mặt khác, đối với các khoản nợ bị khách hàng chiếm dụng cũ Công ty cần phải dứt điểm theo dõi chặt chẽ và tuân thủ theo nguyên tắc: các khoản nợ cũ phải được dứt điểm so với các khoản nợ mới phát sinh. Vì vậy, đối với các khoản nợ tới hạn hoặc đến hạn thì Công ty có thể áp dụng biện pháp cho khách hàng hưởng tỷ lệ chiết khấu thanh toán nhất định với điều kiện như sau: khách hàng có thời hạn thanh toán trong vòng 30 ngày, nếu thanh toán nhanh trong vòng 15 ngày thì sẽ được hưởng chiết khấu 1%. Khi áp dụng tỷ lệ chiết khấu thanh toán này thì đối với Công ty tỷ suất lãi gộp so với giá vốn trên mỗi đồng doanh thu giảm đi nhưng bù lại thì doanh thu bán hàng tăng lên, kỳ thu tiền bình quân giảm xuống, khoản phải thu cũng giảm xuống, vòng quay vốn tăng lên và chi phí thu hồi nợ giảm.

***C. Dự kiến kết quả thực hiện biện pháp***

Với việc áp dụng tỷ lệ chiết khấu 1% cho những khách hàng thanh toán nhanh cho Công ty trước khi hết hạn hợp đồng thanh toán thì ta có thể dự kiến sẽ thu được khoảng 40% số nợ đó. Cụ thể ta sẽ thu được số tiền như sau:



**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

$$57.503,14 \times 40\% = 23.001,26 \text{ triệu đồng}$$

=> Tổng doanh thu (TR) thu được là: 23.001,26 triệu đồng

Đồng nghĩa với việc thu được 40% số nợ thì Công ty cũng cần dự kiến khoản chi phí cho việc thu hồi được số nợ đó như sau:

**Bảng 3.2: Dự kiến các khoản chi phí**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

STT	Nội dung	Cách tính	Số tiền
1	Chi phí quản lý các khoản phải thu (0,1%)	$57.503,14 \times 0,1\%$	57,50
2	Chi phí đòi nợ (0,1%)	$57.503,14 \times 0,1\%$	57,50
3	Số tiền chiết khấu cho khách hàng (1%)	$57.503,14 \times 1\%$	575,03
4	Chi thưởng khi thu được nợ (0,1)	$57.503,14 \times 0,1\%$	57,50
<b>Tổng chi phí thực hiện (TC)</b>			<b>747,53</b>

=> Số tiền thu được sau khi thực hiện giải pháp = TR – TC

$$= 23.001,26 - 747,53$$

$$= 22.253,73 \text{ triệu đồng}$$

**Bảng 3.3: Dự kiến kết quả và so sánh với giá trị trước khi thực hiện biện pháp**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

STT	Chỉ tiêu	Trước khi thực hiện	Sau khi thực hiện	Chênh lệch	
				+/-	%
1	Các khoản phải thu	57.503,14	34.501,88	23.001,26	40,00
2	Vòng quay các khoản phải thu	24,65	33,36	8,71	35,33
3	Kỳ thu tiền bình quân	14,60	10,79	-3,81	-26,10

Theo bảng dự kiến kết quả trên ta thấy các khoản phải thu của Công ty đã giảm đi 23.001,26 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ giảm là 40%, làm cho vòng quay các khoản phải thu đã tăng lên 8,71 vòng tương ứng với tỷ lệ tăng là 35,33% và kỳ thu tiền bình quân giảm được 3,81 ngày tương ứng với tỷ lệ giảm là 26,10%. Như vậy nếu công tác thu hồi nợ được thực hiện đều đặn và có hiệu

quả thì sẽ tạo khả năng quay vòng vốn nhanh, không chỉ nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh mà còn tạo cho Công ty khả năng thanh toán các khoản nợ của mình một cách chủ động, giảm được vốn vay ngắn hạn, qua đó củng cố tăng sản xuất, tăng hiệu quả kinh doanh cho Công ty đồng thời tăng hiệu quả sử dụng vốn. Ngoài ra nó còn làm giảm khả năng các khoản nợ của Công ty rơi vào tình trạng nợ khó đòi.

### ***3.2.2. Biện pháp2: Thành lập phòng Marketing để đẩy mạnh công tác điều tra nghiên cứu thị trường, mở rộng hơn nữa thị trường của Công ty***

#### ***A. Cơ sở của biện pháp***

Mặc dù năm vừa qua tốc độ tăng doanh thu của Công ty đã đạt được 65,9% so với năm trước nhưng với tất cả những gì đã làm được trong năm vừa qua - một năm với nhiều sự biến động của nền kinh tế - thì Công ty đã chứng tỏ được khả năng và sức mạnh của mình trên thị trường và Công ty còn có thể đạt được kết quả cao hơn nữa nếu Công ty có sự đầu tư nghiên cứu cẩn thận và chu đáo để đưa ra các biện pháp đúng đắn. Trong điều kiện kinh tế như hiện nay, khi mà nền kinh tế trong nước và thế giới đang phát triển nhanh chóng, nhiều nhà máy, khu công nghiệp mọc lên, các loại máy móc thiết bị, các phương tiện kỹ thuật ngày càng được đổi mới và sử dụng nhiều, đời sống của người dân ngày càng được cải thiện nên nhu cầu đi lại ngày càng nhiều và đòi hỏi cao hơn... Đây chính là điều kiện và cơ hội nếu Công ty biết cách nắm bắt để không ngừng mở rộng sản xuất kinh doanh, tăng sản lượng tiêu thụ và tăng doanh thu.

Mặt khác, tăng doanh thu kết hợp với sử dụng hiệu quả chi phí chính là điều kiện để tăng lợi nhuận. Từ việc tăng lợi nhuận Công ty sẽ có điều kiện mở rộng quy mô sản xuất, tạo thêm công ăn việc làm và tăng thu nhập cho người lao động. Đồng thời góp phần vào sự phát triển ngành xăng dầu của thành phố Hải Phòng nói riêng và của đất nước nói chung.

Để tăng được doanh thu, Công ty cần tăng sản lượng hàng hoá bán ra. Muốn vậy, ngoài những khách hàng truyền thống của mình, Công ty cần tìm kiếm thêm nhiều khách hàng mới. Muốn nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

trường Công ty còn cần phải xây dựng được uy tín với khách hàng, nắm bắt được các yêu cầu của thị trường để từ đó xây dựng cho mình các chiến lược cạnh tranh phù hợp nhằm tạo lợi thế cạnh tranh cho Công ty khi xâm nhập vào thị trường. Cùng với việc phải nâng cao năng lực bản thân, nâng cao chất lượng dịch vụ và giảm giá thành thì việc quan trọng trước mắt của Công ty là cần làm tốt công tác marketing.

Đối với Công ty CPTM Gia Trang là một Công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh thương mại thì hoạt động Marketing chiếm một vị trí vô cùng quan trọng. Nó thể hiện trình độ quản lý, khả năng kinh doanh, khả năng nắm bắt và xử lý thông tin từ thị trường của Công ty. Công ty bán được nhiều hay ít hàng phụ thuộc vào sự quảng bá, giới thiệu sản phẩm của Công ty tới các khách hàng, cách tiếp thị sản phẩm sao cho đúng đối tượng, đúng thời điểm. Hoạt động Marketing cũng là một hoạt động khẳng định được vị thế của Công ty trên thị trường. Một Công ty có hoạt động Marketing tốt sẽ thu hút được nhiều bạn hàng mới, nâng cao doanh thu bán hàng, đem lại hiệu quả kinh tế cao.

Hiện nay, công việc Marketing do phòng kinh doanh đảm nhiệm nhưng hiệu quả vẫn chưa được cao bởi vì số lượng người trong phòng kinh doanh không nhiều chỉ có 3 người (gồm: 1 trưởng phòng và 2 nhân viên) nên sẽ gặp khó khăn cho việc tìm kiếm đối tác mới, thị trường tiềm năng; các hoạt động Marketing chưa được đa dạng, chỉ áp dụng trong những lúc cần chứ chưa tuân thủ theo sự ràng buộc nào; Công ty chưa có kế hoạch phân bổ tài chính cụ thể cho hoạt động Marketing.

***B. Nội dung thực hiện***

Từ những điều kiện khách quan và chủ quan trên, có thể thấy giải pháp cần thiết hiện nay của Công ty là phải triển khai và làm tốt công tác marketing, trong đó có việc nghiên cứu, tìm kiếm và mở rộng thị trường là quan trọng hơn cả từ đó có thể tăng lượng khách hàng đến với Công ty, tăng sản lượng hàng hoá và kết quả là tăng doanh thu. Do đó, Công ty cần thành lập phòng marketing như là một phòng ban chuyên môn hoạt động độc lập trong Công ty. Chức năng và

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

nhiệm vụ chủ yếu của phòng marketing trong Công ty sẽ là:

- Dự báo nhu cầu thị trường: Đ- a ra đ- ọc thông tin về nhu cầu thị trường đối chính xác nh- về khối l- ượng hàng hoá, chủng loại, thời gian, yêu cầu của khách hàng, xu h- ớng phát triển... Hoạt động này giúp cho Công ty thu thập được thông tin, số liệu cụ thể, chính xác về thị trường; sau đó Công ty sẽ so sánh, phân tích những số liệu đó và rút ra kết luận. Đây sẽ là cơ sở để lãnh đạo Công ty lập kế hoạch kinh doanh cũng nh- ra các quyết định kinh doanh trong kì. Thông tin phòng marketing cung cấp càng chính xác thì các kế hoạch và quyết định của lãnh Công ty càng chính xác, các nguồn lực của doanh nghiệp sẽ đ- ọc sử dụng phù hợp và mang lại hiệu quả tối - u.

- Thu thập thông tin và xử lý thông tin: Thu thập thông tin về tình hình cung cầu thị trường, thăm dò các công ty cùng kinh doanh mặt hàng xăng dầu để biết được các chính sách tìm kiếm thị trường, khách hàng mới của họ như thế nào? hoạt động kinh doanh của họ ra làm sao? Nắm bắt được một số thông tin về xu hướng phát triển của các khu vực, đặc biệt là các khu vực đang nằm trong dự án quy hoạch của thành phố, các khu vực đang có nhu cầu sử dụng xăng dầu cao, xu hướng phát triển của các tỉnh thành trong cả nước để mở rộng thêm thị trường... Thu thập thông tin về các đối thủ cạnh tranh thông qua đó để đánh giá các mặt mạnh - yếu, nắm bắt đ- ọc đâu là cơ hội, đâu là thách thức để có các biện pháp điều chỉnh phù hợp và có các chiến l- ợc kinh doanh lâu dài, dần dần mở rộng thị trường, nâng cao vị thế của Công ty.

- Thực hiện các chính sách marketing tổng hợp: chính sách giá cả, chính sách sản phẩm, chính sách phân phối và xúc tiến bán hàng. Trong đó, việc quan trọng cần tiến hành ngay để nhằm cải thiện tình hình hiện tại của Công ty là vấn đề quảng cáo, xúc tiến bán hàng... Khi phòng marketing ra đời Công ty cần giao cho phòng nhiệm vụ lập một trang website riêng của Công ty và quản lý, điều hành trang web này. Đây sẽ là kênh thông tin quảng cáo hiệu quả của Công ty trong thời gian tới.

Để thành lập bộ phận Marketing chuyên trách thì Công ty cần tuyển thêm

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

4 nhân viên trong đó có 1 trưởng phòng, phải tuyển chọn những người có trình độ đại học, có trình độ chuyên môn, có khả năng và hiểu biết về lĩnh vực Marketing. Phòng Marketing ra đời có nhiệm vụ mỗi đầu kỳ kinh doanh phải cung cấp cho Công ty các thông tin sau:

- + Dự báo nhu cầu thị trường.
- + Tìm kiếm thêm thị trường mới.
- + Mức độ, khả năng cạnh tranh của Công ty trên thị trường.
- + Đưa ra các chiến lược về Marketing trong thời gian tới.

**C. Dự kiến chi phí cho việc thành lập phòng Marketing**

Để thành lập phòng Marketing thì Công ty cần phải tuyển thêm khoảng 4 nhân viên nữa thì dự kiến tiền lương và các chi phí khác cho những nhân viên mới này là:

- Lương trả cho nhân viên:

+ Lương trả trưởng phòng:  $12\text{tháng} \times 4\text{trđ/tháng} \times 1\text{người} = 48\text{trđ/năm}$

+ Lương cho nhân viên:  $12\text{tháng} \times 2,5\text{trđ/tháng} \times 3\text{người} = 90\text{trđ/năm}$

- Mua thiết bị văn phòng:

+ Mua máy vi tính:  $4\text{ bộ} \times 6\text{trđ/bộ} = 24\text{ triệu đồng}$

+ Mua bàn ghế làm việc:  $4\text{ bộ} \times 1\text{trđ/bộ} = 4\text{ triệu đồng}$

Các máy móc thiết bị này được khấu hao đều trong 3 năm, mức khấu hao hàng năm sẽ là:  $(24\text{trđ} + 4\text{trđ}) : 3 = 9,3\text{ trđ/năm}$

- Chi phí điện thoại, giấy tờ:  $12\text{ tháng} \times 0,7\text{ trđ/tháng} = 8,4\text{ trđ/năm}$

- Chi phí đi lại, giao dịch:  $12\text{ tháng} \times 3\text{ trđ/tháng} = 36\text{ trđ/năm}$

=> Tổng chi phí dự kiến phải trả cho 1 năm hoạt động là:

$$48 + 90 + 24 + 4 + 9,3 + 8,4 + 36 = 219,7\text{ triệu đồng}$$

**D. Dự kiến kết quả đạt được**

Qua phân tích tình hình trong những năm gần đây kết hợp với sự nghiên cứu thị trường của phòng kinh doanh và dựa vào kinh nghiệm của một số công ty khác cho thấy hiệu quả làm việc của bộ phận marketing khi đưa vào hoạt động sẽ giúp Công ty tăng thêm lượng khách hàng, đẩy nhanh được số lượng hàng hoá

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

tiêu thụ làm cho doanh thu dự kiến tăng thêm khoảng 5%.

**Bảng 3.4: Bảng dự kiến kết quả so với tr-ớc khi thực hiện biện pháp**

*Đơn vị tính: triệu đồng*

Chỉ tiêu	Tr- ớc khi thực hiện	Sau khi thực hiện	Chênh lệch	
			+/-	%
1. Doanh thu thuần	1.085.668,51	1.139.951,94	54.283,43	5,00
2. Tổng chi phí	1.075.662,00	1.075.881,70	219,70	0,02
3. Lợi nhuận tr- ớc thuế	10.059,79	64.070,24	54.010,45	536,90
4. Lợi nhuận sau thuế	7.243,05	46.130,57	38.887,52	536,90
5. ROA	0,1309	0,8335	0,7026	536,90
6. ROE	0,2550	1,624	1,369	536,90

Sau khi thực hiện biện pháp ta thấy LNST, tỷ suất sinh lời tài sản ROA, tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu ROE đều tăng lên 536,9%. Nh- vậy, việc thành lập phòng Marketing sẽ đem lại hiệu quả kinh tế cho Công ty, giúp Công ty đẩy nhanh đ- ợc số l- ợng hàng hoá tiêu thụ, tăng lợi nhuận. Đồng thời còn giúp Công ty nắm bắt đ- ợc chắc hơn tình hình biến động của thị tr- ờng và giành đ- ợc thị phần nhất định, có thể dần chiếm lĩnh đ- ợc thị phần từ các đối thủ cạnh tranh.

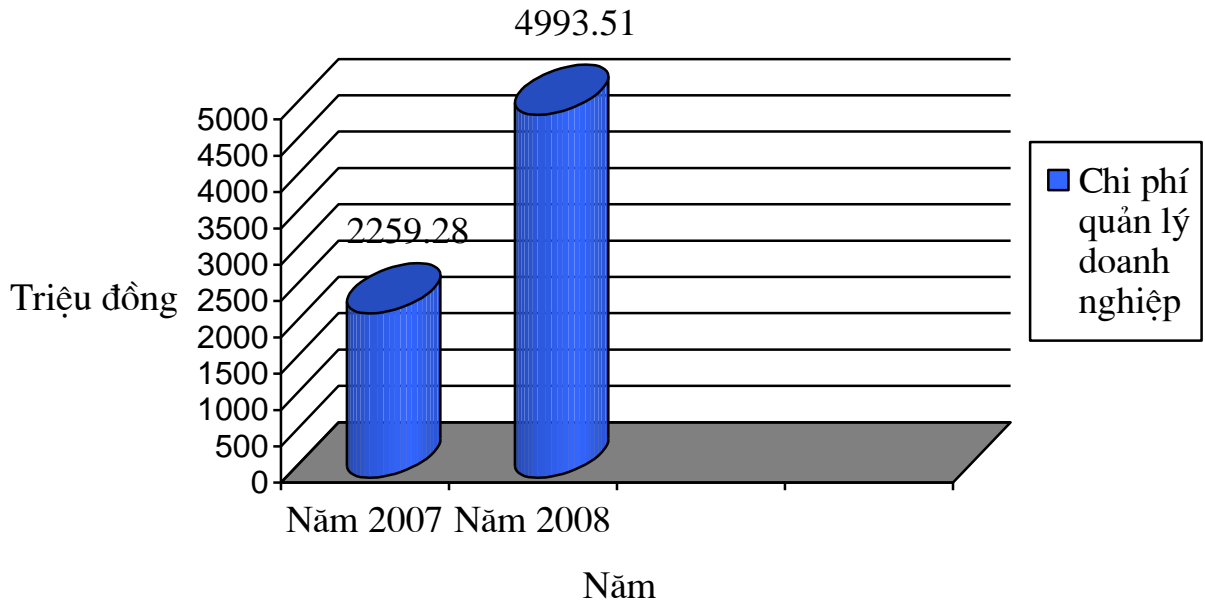
### **3.2.3. Biện pháp 3: Nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí quản lý doanh nghiệp**

#### **A. Cơ sở của biện pháp**

Một doanh nghiệp làm ăn có hiệu quả cũng đồng nghĩa với việc làm thế nào để thu được lợi nhuận cao nhất. Tiết kiệm chi phí, hạ giá thành để tăng lợi nhuận là việc các doanh nghiệp luôn suy nghĩ, trăn trở để phát triển doanh nghiệp mình. Tình hình thực tế tại Công ty CPTM Gia Trang cuối năm 2008 cho thấy sản lượng và doanh thu có tăng lên (tăng 65,9%) so với cuối năm 2007 nhưng đồng nghĩa với nó là việc tăng lên của các chi phí đã làm ảnh hưởng đến lợi nhuận của Công ty trong đó có chi phí quản lý doanh nghiệp tăng lên đáng kể là 121,02% tương đương với 2.734,22 triệu đồng. Cụ thể chi phí chi phí quản lý doanh nghiệp của Công ty qua 2 năm là như thế nào được thể hiện thông qua biểu đồ sau:

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

**Biểu đồ 3.1: Chi phí quản lý doanh nghiệp trong 2 năm 2007 - 2008**



Để hiểu rõ hơn về việc sử dụng chi phí QLDN của Công ty ta đi tìm hiểu một cách chi tiết và cụ thể các chi phí thành phần trong chi phí QLDN được thể hiện thông qua bảng dưới đây:

**Bảng 3.5: Tỷ trọng các thành phần trong chi phí quản lý doanh nghiệp**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Chỉ tiêu	Cuối năm 2007	Tỷ lệ (%)	Cuối năm 2008	Tỷ lệ (%)
1. Chi phí nhân viên quản lý	651,00	28,81	1.445,00	28,94
2. Chi phí công cụ, dụng cụ	71,50	3,17	82,64	1,65
3. Chi phí nhiên liệu	299,61	13,26	678,69	13,59
4. Thuế, phí và lệ phí	1,00	0,04	2,00	0,04
5. Chi phí điện thoại, điện nước, dịch vụ mua ngoài	306,86	13,58	727,97	14,58
6. Chi phí giao dịch	495,64	21,94	1.097,35	21,98
7. Chi phí bằng tiền khác	433,67	19,20	959,86	19,22
<b>Tổng</b>	<b>2.259,28</b>	<b>100</b>	<b>4.993,51</b>	<b>100</b>

*(Nguồn: Phòng kế toán - Công ty CPTM Gia Trang)*

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

Nhìn vào bảng trên ta thấy nguyên nhân chính làm cho chi phí QLDN tăng chủ yếu là do các chi phí điện thoại, điện nước, dịch vụ mua ngoài và chi phí giao dịch. Cuối năm 2008 chi phí điện thoại, điện nước và dịch vụ mua ngoài chiếm tỷ lệ 14,58%, còn chi phí giao dịch chiếm 21,98% trong tổng chi phí QLDN. Cả hai loại chi phí này đều tăng nhanh qua các năm nhất là năm 2008 vừa qua. Vì vậy, Công ty cần giảm các yếu tố chi phí này trong tổng chi phí QLDN xuống sao cho phù hợp để tăng lợi nhuận cho Công ty.

**B. Nội dung thực hiện**

**Bảng 3.6: Tình hình sử dụng chi phí điện thoại, điện nước  
và dịch vụ mua ngoài**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Chỉ tiêu	Cuối năm 2007	Tỷ lệ (%)	Cuối năm 2008	Tỷ lệ (%)
1. Điện, internet	64,52	21,03	163,52	22,46
2. Điện thoại	205,16	66,85	465,97	64,01
3. Nước	18,21	5,93	41,05	5,64
4. Báo, tạp chí, foto, in tài liệu	3,15	1,03	5,19	0,71
5. Dịch vụ mua ngoài khác	15,82	5,16	52,24	7,18
<b>Tổng</b>	<b>306,86</b>	<b>100</b>	<b>727,97</b>	<b>100</b>

*(Nguồn: Phòng kế toán - Công ty CPTM Gia Trang)*

Qua bảng trên ta thấy chi phí điện thoại trong 2 năm qua là tăng nhiều nhất trong các chi phí. Điều này là một điều bất hợp lý vì thực tế hiện nay giá cước điện thoại đang có xu hướng giảm mà tiền điện thoại của Công ty lại có xu hướng tăng lên đáng kể. Điều đó cho thấy việc nhân viên đã sử dụng điện thoại của Công ty vào việc riêng là rất nhiều, đã làm cho tiền điện thoại của Công ty tăng nhanh góp phần làm tăng thêm chi phí quản lý doanh nghiệp. Vì vậy, để giảm tiền điện thoại bao gồm cả điện thoại bàn và điện thoại di động thì Công ty cần đưa ra định mức sử dụng cho từng bộ phận, từng phòng ban và từng cá nhân



**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

một cách hợp lý và sát với thực tế. Từ đó, mọi người trong Công ty sẽ có ý thức tốt hơn trong việc tiết kiệm chi phí điện thoại. Nếu thực hiện tốt thì số tiền điện thoại của Công ty có thể giảm được 20%. Vậy số tiền mà Công ty sẽ tiết kiệm được là:

$$465,97 \times 20\% = 93,19 \text{ triệu đồng}$$

Ngoài ra, Công ty cũng cần quản lý chặt chẽ việc sử dụng điện và internet của nhân viên, tránh tình trạng nhân viên sử dụng lãng phí vào việc riêng. Không sử dụng điện nhiều vào các giờ cao điểm. Điều đó có thể giúp Công ty giảm được khoảng 8% số tiền điện và internet. Số tiền mà Công ty có thể tiết kiệm được là:

$$163,52 \times 8\% = 13,08 \text{ triệu đồng}$$

- Tiết kiệm chi phí tiền mặt, chi phí tiếp khách, hội họp, giao dịch: Những khoản chi này rất khó điều tra, kiểm soát và rất dễ bị lạm dụng. Đối với các khoản chi phí cho tiếp khách, giao dịch, hội họp... thì cần xây dựng các định mức chi tiêu cho vừa đủ, tránh tình trạng chi thừa, các khoản chi trả phải có giấy tờ hợp lý, phải gắn với kết quả kinh doanh và không được vượt mức khống chế tối đa theo tỷ lệ phần trăm tính trên doanh thu. Dự kiến sau khi thực hiện biện pháp thì chi phí giao dịch có thể giảm được 20%. Vậy số tiền mà Công ty sẽ tiết kiệm được là:

$$1.097,35 \times 15\% = 164,60 \text{ triệu đồng}$$

- Đối với vật tư trang thiết bị, dụng cụ, đồ dùng phục vụ cho công tác quản lý, Công ty cần xây dựng một định mức sử dụng tiết kiệm nhất. Những đồ dùng không đòi hỏi quá cao về mặt kỹ thuật thì có thể mua sản phẩm được sản xuất trong nước như thế sẽ tiết kiệm được chi phí, dễ dàng sửa chữa, thay thế, bảo hành khi gặp sự cố. Đồng thời công ty nên tìm những nhà cung cấp mà sản phẩm của họ có uy tín, đảm bảo chất lượng mà giá cả lại không quá đắt.

- Bên cạnh đó còn phải nâng cao trình độ quản lý, ý thức trách nhiệm của từng CBCNV để cùng có ý thức xây dựng toàn công ty, tiết kiệm tránh lãng phí trong hoạt động quản lý cũng như trong hoạt động kinh doanh của Công ty.

**Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại  
Công ty CPTM Gia Trang**

---

**C. Kết quả thực hiện**

**Bảng 3.7: Ước tính chi phí quản lý doanh nghiệp sau khi thực hiện biện pháp**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Trước khi thực hiện</b>	<b>Sau khi thực hiện</b>	<b>Chênh lệch</b>
1. Chi phí nhân viên quản lý	1.445,00	1.445,00	0
2. Chi phí công cụ, dụng cụ	82,64	82,64	0
3. Chi phí nhiên liệu	678,69	678,69	0
4. Thuế, phí và lệ phí	2,00	2,00	0
5. Chi phí điện thoại, điện nước, dịch vụ mua ngoài	727,97	621,70	-106,27
6. Chi phí giao dịch	1.097,35	932,75	-164,60
7. Chi phí bằng tiền khác	959,86	959,86	0
<b>Tổng</b>	<b>4.993,51</b>	<b>4.722,64</b>	<b>-270,87</b>

Như vậy sau khi thực hiện biện pháp thì chi phí quản lý doanh nghiệp sẽ giảm đi 270,87 triệu đồng dẫn tới lượng tiền mặt của Công ty tăng và lợi nhuận tăng lên. Tiết kiệm được một khoản chi phí sẽ giúp Công ty có thêm lượng vốn để sử dụng vào hoạt động kinh doanh, mang lại lợi nhuận nhiều hơn và điều đó cũng một phần mang lại lợi ích thiết thực cho cán bộ công nhân viên trong việc tăng thu nhập, góp phần cải thiện cuộc sống của họ.

## **KẾT LUẬN**

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là vấn đề của tất cả các doanh nghiệp, để đảm bảo cho sự tồn tại và phát triển các doanh nghiệp phải thường xuyên tổng hợp, phân tích và đánh giá các chỉ tiêu hiệu quả, các yếu tố tham gia vào quá trình hoạt động kinh doanh, phát huy thế mạnh, khắc phục những yếu kém và chỉ có vậy mới đảm bảo cho sự tồn tại của mình.

Trong những năm vừa qua, Công ty CPTM Gia Trang có rất nhiều nỗ lực trong công tác quản lý nói chung và 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 và nâng cao đời sống cho các cán bộ công nhân viên của Công ty.

Qua việc phân tích hiệu quả kinh doanh của Công ty, với sự cố gắng của bản thân, kết hợp với những kiến thức đã học và qua thời gian được thực tập tại Công ty CPTM Gia Trang em đã mạnh dạn đưa ra một số biện pháp có tính chất tham khảo nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty. Mong rằng những đóng góp nhỏ bé này của em có thể được áp dụng nhằm góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh, tạo ra sức cạnh tranh cho Công ty trên thị trường.

Do trình độ có hạn lại chưa có nhiều kinh nghiệm thực tế nên luận văn tốt nghiệp của em không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong sẽ nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy cô giáo, tập thể lãnh đạo Công ty và các bạn để khóa luận của em được hoàn thiện hơn.

Cuối cùng em xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của tập thể, ban lãnh đạo Công ty CPTM Gia Trang, các thầy cô giáo trong khoa Quản trị kinh doanh trường Đại học dân lập Hải Phòng và đặc biệt là sự hướng dẫn và chỉ bảo tận tình của giảng viên Thạc sỹ Nguyễn Thị Hoàng Đan đã giúp đỡ em hoàn thành khóa luận này.

***Em xin chân thành cảm ơn!***

*Hải Phòng, ngày 19 tháng 5 năm 2009*

Sinh viên thực hiện

***Nguyễn Thị Phương Thảo***