

LỜI MỞ ĐẦU

Trong những năm gần đây, nền kinh tế của chúng ta đang trong tiến trình hội nhập với nền kinh tế toàn cầu, trong đó giao thông vận tải đóng một vai trò vô cùng quan trọng, là cầu nối thương mại giữa các quốc gia. Cùng với các ngành khác, ngành vận tải nói chung và vận tải nội địa nói riêng đã có những đóng góp to lớn cho sự nghiệp tăng trưởng kinh tế và công nghiệp hoá - hiện đại hoá đất nước. Do đó, xác định các phương hướng và biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của ngành vận tải là việc đánh giá lại quá trình sản xuất của các doanh nghiệp để tìm ra ưu điểm trong hoạt động sản xuất kinh doanh và khắc phục nhược điểm tồn tại, đồng thời đề xuất những phương hướng và biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

Vấn đề nâng cao hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp là mục tiêu cơ bản của vấn đề quản lí, bởi lẽ nó là điều kiện kinh tế cần thiết và quan trọng cho sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp. Đối với những doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vấn đề hiệu quả lại càng có ý nghĩa to lớn. Hiệu quả kinh doanh là thước đo chất lượng phản ánh trình độ tổ chức, quản lí kinh doanh và là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến sự tồn tại của các doanh nghiệp trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ. Vì vậy nghiên cứu thực trạng hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ để tìm ra biện pháp nâng cao hiệu quả đó là vấn đề quan trọng hiện nay.

Qua quá trình thực tập tại Công ty vận tải Quốc tế Nhật – Việt VIJACO em đã nghiên cứu đề tài: "**Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh Công ty vận tải Quốc tế Nhật - Việt VIJACO**"

Gồm các phần sau:

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TRONG CÁC DOANH NGHIỆP

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY VIJACO

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY VIJACO

KẾT LUẬN

Đề tài này được xây dựng trên cơ sở vận dụng kiến thức đã tiếp thu được trong các bài giảng của các thầy, cô ở khoa Quản trị kinh doanh của trường Đại học Dân lập Hải Phòng cùng với việc nghiên cứu tìm hiểu thực tế tại Công ty VIJACO. Được sự giúp đỡ, hướng dẫn của Thạc sĩ Đinh Thị Thu Hương nên em đã hoàn thành được chuyên đề này. Song do còn hạn hẹp về kiến thức và thời gian, thông tin tư liệu chưa đầy đủ nên đề tài có thể còn nhiều thiếu sót, kính mong các thầy cô trong khoa tận tình chỉ dẫn.

Em xin trân trọng cảm ơn!

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TRONG CÁC DOANH NGHIỆP

1.1. KHÁI NIỆM VÀ VAI TRÒ CỦA HIỆU QUẢ KINH DOANH

1.1.1. Khái niệm

- **Doanh thu**

Là tổng thu nhập của doanh nghiệp do tiêu thụ sản phẩm, hàng hoá, cung cấp các dịch vụ cho bên ngoài sau khi trừ các khoản thuế (thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế xuất khẩu, thuế giá trị gia tăng theo phương pháp trực tiếp phải nộp) và trừ các khoản giảm trừ (chiết khấu, giảm giá hàng bán, hàng bán bị trả lại).

- **Chi phí**

Chi phí sản xuất trong doanh nghiệp là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ hao phí lao động vật hoá và hao phí lao động sống cần thiết mà doanh nghiệp đó bỏ ra để tiến hành hoạt động kinh doanh trong một thời kỳ nhất định.

Sự tham gia của các yếu tố sản xuất vào quá trình sản xuất của doanh nghiệp có sự khác nhau, nó hình thành chi phí tương ứng. Vậy khi các doanh nghiệp giảm được chi phí sản xuất kinh doanh xuống là đã hạ được giá thành và tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Chính vì thế mục tiêu hàng đầu của các doanh nghiệp là giảm chi phí, hạ giá thành, tăng lợi nhuận.

- **Lợi nhuận**

Lợi nhuận được coi là hiệu quả chung cho mọi doanh nghiệp, lợi nhuận giúp cho doanh nghiệp tồn tại, phát triển và là nguồn vốn quan trọng để tái sản xuất, mở rộng toàn bộ nền kinh tế và doanh nghiệp. Lợi nhuận còn là một đòn bẩy kinh tế quan trọng có tác dụng khuyến khích người lao động, các đơn vị ra sức sản xuất, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Trong kinh doanh, lợi nhuận là phần chênh lệch giữa doanh thu và chi phí bỏ ra để có được doanh thu đó.

$$\text{Lợi nhuận} = \text{Tổng doanh thu} - \text{Tổng chi phí}$$

Lợi nhuận trong kinh doanh được tính bằng công thức:

$$P = TR - (TC + TAX + T_0)$$

Trong đó:

P : Lợi nhuận thu được từ hoạt động sản xuất kinh doanh.

TR : Tổng doanh thu thực hiện dịch vụ, tiêu thụ sản phẩm.

TC : Tổng chi phí để có khối lượng sản phẩm, dịch vụ đem tiêu thụ.

TAX : Thuế trong kinh doanh.

T₀ : Tổn thất (+) hoặc thu nhập (-) ngoài hoạt động cơ bản.

- **Hiệu quả kinh doanh**

Hiện nay hiệu quả kinh doanh có những khái niệm sau:

Quan niệm thứ nhất: Theo nhà kinh tế học người Anh - Adam Smith: Hiệu quả là kết quả đạt được trong hoạt động kinh tế, doanh thu tiêu thụ hàng hóa, ở đây hiệu quả đồng nhất với chỉ tiêu phản ánh kết quả kinh doanh vì rằng doanh thu có thể tăng do chi phí, mở rộng sử dụng các nguồn sản xuất nếu có kết quả, có hai mức chi phí khác nhau thì theo quan niệm này cũng có hiệu quả [4].

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

Quan niệm 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].

Quan điểm thứ tư: Hiệu quả kinh doanh là chỉ tiêu kinh tế xã hội tổng hợp dùng để lựa chọn các phương án hoặc các quyết định trong thực tiễn của con người ở mọi lĩnh vực và mọi thời điểm. Bất kì một quyết định nào cũng cần đạt được phương án tốt nhất trong điều kiện cho phép là giải pháp hiện thực có cân nhắc tính toán chính xác phù hợp với sự tất yếu của các quy luật khách quan trong từng điều kiện cụ thể nhất [2].

Nói tóm lại, hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn nhân lực, vật lực của doanh nghiệp để đạt được kết quả cao nhất trong quá trình kinh doanh với tổng chi phí thấp nhất.

Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là một vấn đề phức tạp, 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 việc sử dụng các yếu tố cơ bản của quá trình kinh doanh có hiệu quả.

Từ đó ta có thể đưa ra khái niệm hiệu quả kinh doanh như sau: *Hiệu quả kinh doanh là phạm trù kinh tế biểu hiện sự tập trung của sự phát triển kinh tế theo chiều sâu, phản ánh các trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ chi phí các nguồn lực đó trong quá trình tái sản xuất nhằm thực hiện mục tiêu kinh doanh. Nó là thước đo ngày càng trở nên quan trọng của tăng trưởng kinh tế và là chỗ dựa cơ bản để đánh giá để thực hiện mục tiêu kinh tế của doanh nghiệp trong từng thời kì.*

Ta có công thức:

$$\mathbf{H = K / C}$$

Trong đó: H - Hiệu quả

K - Kết quả đầu ra

C - Nguồn lực đầu vào gắn với kết quả đó.

Chỉ tiêu này cho biết một đồng nguồn lực đầu vào đem lại mấy đồng kết quả đầu ra, hệ số này càng lớn chứng tỏ khả năng sinh lợi của chi phí đầu vào càng cao và hiệu quả càng lớn và ngược lại.

Để tăng (H) người ta thường sử dụng các biện pháp sau:

- + Giảm nguồn lực đầu vào (C), kết quả đầu ra (K) không đổi
- + Giữ nguyên (C), tăng (K)
- + Giảm (C), tăng (K)

Trong tình trạng quản lý điều hành sản xuất bất hợp lý chúng ta có thể cải tiến nhằm sử dụng các nguồn lực một cách hợp lý tránh gây lãng phí để tăng kết quả đầu ra. Nhưng nếu quá trình kinh doanh đã hợp lý thì việc áp dụng những biện pháp trên là bất hợp lý, bởi ta không thể giảm (C) mà không làm giảm (K) và ngược lại. Thậm chí ngay cả khi quá trình kinh doanh của ta còn bất hợp lý thì việc áp dụng những biện pháp trên đây đôi khi còn làm giảm hiệu quả. Vì

vậy, để có một hiệu quả không ngừng tăng đòi hỏi chúng ta phải không ngừng tăng chất lượng (C).

Chất lượng (C) sẽ tăng khi: nguyên vật liệu tốt hơn, lao động có tay nghề cao hơn, máy móc thiết bị, công nghệ hiện đại hơn, như thế ta có thể giảm được hao phí nguyên vật liệu, lao động, giảm được số sản phẩm phế phẩm dẫn đến sản phẩm làm ra có chất lượng cao hơn, giá thành sản phẩm hạ hơn.

1.1.2. Bản chất

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 quan hệ mật thiết của vấn đề 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 xã hội và quy luật tiết kiệm thời gian.

Chính việc khan hiếm nguồn lực và sử dụng chúng có tính cạnh tranh nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực.

Để đạt được mục tiêu kinh doanh, doanh nghiệp buộc phải chú trọng các điều kiện nội tại, phát huy năng lực, hiệu quả của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí. Chính vì vậy yêu cầu của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là phải đạt kết quả tối đa với chi phí tối thiểu hay chính xác hơn là đạt kết quả tối đa với chi phí nhất định.

Trong điều kiện xã hội nước ta, hiệu quả kinh doanh được đánh giá trên hai tiêu thức: Tiêu thức hiệu quả về mặt kinh tế và tiêu thức về mặt xã hội. Tùy theo từng thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động kinh doanh mà vai trò của hai tiêu thức này khác nhau. Các doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần, công ty TNHH, công ty nước ngoài thì tiêu thức hiệu quả kinh tế được quan tâm nhiều hơn. Còn đối với các doanh nghiệp Nhà nước, các doanh nghiệp có sự chỉ đạo, góp vốn liên doanh với Nhà nước thì tiêu thức hiệu quả xã hội được đề cao hơn. Điều này phù hợp với mục tiêu của chủ nghĩa xã hội là không ngừng nâng cao nhu cầu vật chất, tinh thần của toàn xã hội, không có sự bất bình đẳng, phân biệt giữa các thành phần kinh tế và giữa nội bộ nhân dân toàn xã hội.

Hiệu quả về mặt kinh tế là những lợi ích kinh tế mà doanh nghiệp đạt được sau khi đã bù đắp các khoản chi phí về lao động xã hội[1].

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[3].

Hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội có mối quan hệ gắn bó với nhau, là hai mặt của một vấn đề, do đó khi tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh cần phải xem xét hai mặt này một cách đồng bộ. Hai mặt này phản ánh những khía cạnh khác nhau của quá trình kinh doanh nhưng lại không tách rời nhau. Không có hiệu quả xã hội mà lại không có hiệu quả kinh tế và ngược lại hiệu quả kinh tế là cơ sở và nền tảng của hiệu quả xã hội, mặc dù với mỗi loại hình doanh nghiệp khác nhau thì hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội được nhấn mạnh hơn. Vì vậy xử lý mối quan hệ giữa hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội phản ánh bản chất của hiệu quả.

1.1.3. Vai trò

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

- *Đối với doanh nghiệp* [9]:

Với nền kinh tế thị trường ngày càng hội nhập và mở cửa như hiện nay, sự cạnh tranh cũng ngày càng gay gắt thì điều kiện đầu tiên với mỗi doanh nghiệp về hoạt động là cần phải quan tâm tới hiệu quả của quá trình sản xuất kinh doanh, hiệu quả càng cao thì doanh nghiệp càng đứng vững và phát triển.

Hiệu quả của quá trình sản xuất kinh doanh là điều kiện quan trọng nhất đảm bảo tái sản xuất nhằm nâng cao sản lượng và chất lượng của hàng hóa giúp cho doanh nghiệp củng cố vị trí và cải thiện điều kiện làm việc cho người lao động, xây dựng cơ sở vật chất mua sắm trang thiết bị đầu tư công nghệ mới góp

phần vào lợi ích xã hội. Nếu doanh nghiệp hoạt động không hiệu quả, không bù đắp được lượng chi phí bỏ ra thì đương nhiên doanh nghiệp không những không phát triển được mà còn khó đứng vững, và tất yếu sẽ dẫn tới phá sản.

Như 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 trường, nó giúp cho doanh nghiệp chiếm lĩnh được thị trường, đạt được những thành quả to lớn nhưng cũng có thể phá hủy những gì doanh nghiệp gây dựng, và vĩnh viễn không còn trong nền kinh tế.

- *Đối với kinh tế xã hội [9]:*

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, đạt được những thuận lợi cao, điều này được thể hiện ở những mặt sau:

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

Hiệu quả sản xuất kinh doanh tăng doanh nghiệp sẽ có điều kiện nâng cao chất lượng hàng hóa, hạ giá thành sản phẩm, dẫn đến hạ giá thành sản phẩm, dẫn đến hạ giá bán, tạo mức tiêu thụ mạnh cho người dân, góp phần ổn định và tăng trưởng kinh tế bền vững.

Các khoản thu của ngân sách nhà nước chủ yếu từ các khoản thuế, phí và lệ phí trong đó có thuế Thu nhập doanh nghiệp. Khi đó doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả sẽ tạo nguồn thu, thúc đẩy đầu tư xã hội. Ví dụ khi doanh nghiệp đóng lượng thuế nhiều sẽ giúp Nhà nước xây dựng thêm cơ sở hạ tầng, đào tạo nhân lực, mở rộng quan hệ kinh tế. Đồng thời trình độ dân trí được nâng cao, thúc đẩy kinh tế phát triển. Tạo điều kiện nâng cao mức sống cho người lao động, tạo tâm

lý ổn định, tự tin vào doanh nghiệp nên càng nâng cao năng suất, chất lượng. Điều này không những tốt với doanh nghiệp mà còn tạo lợi ích xã hội, nhờ đó doanh nghiệp giải quyết lao động dư thừa của xã hội. Nhờ vậy mà 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 doanh nghiệp và xã hội. Nó tạo ra tiền đề và nội dung cho sự phát triển của doanh nghiệp và 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.

1.2. MỘT SỐ CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH

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

1.2.1. Nhóm chỉ tiêu tổng quát

$$\text{Hiệu quả sản xuất kinh doanh [3]} = \frac{\text{Giá trị kết quả đầu ra}}{\text{Giá trị của yếu tố đầu vào}} \quad (3.1)$$

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

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

$$\text{Hiệu quả sản xuất kinh doanh [3]} = \frac{\text{Giá trị kết quả đầu ra}}{\text{Giá trị của kết quả đầu vào}} \quad (3.2)$$

Công thức (3.2) 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 hoa phí (vốn) ở đầu vào.

1.2.2. Hiệu quả sử dụng vốn lưu động (VLD)

$$\text{Hiệu quả sử dụng VLD [3]} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{VLD bình quân trong năm}}$$

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

Trong quá trình sản xuất kinh doanh, vốn lưu động vận động không ngừng, thường xuyên qua các giai đoạn của quá trình tái sản xuất (dự trữ- sản xuất- tiêu thụ). 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:

$$\frac{\text{Số vòng luân chuyển}}{\text{VLD [6]}} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân}}$$

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

$$\frac{\text{Thời gian của}}{\text{một vòng luân chuyển [6]}} = \frac{360}{\text{Số vòng quay của VLD trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này thể hiện số ngày cần thiết cho vốn lưu động quay được một vòng. Thời gian của một vòng (kỳ) luân chuyển càng nhỏ thì tốc độ luân chuyển càng lớn. Ngoài ra khi phân tích còn có thể tính ra các chỉ tiêu “Hệ số đảm nhiệm của VLD”.

$$\text{Hệ số đảm nhiệm VLD [3]} = \frac{\text{VLD bình quân}}{\text{Lợi nhuận thuần}}$$

Chỉ tiêu này cho biết tạo ra 1 đồng lợi nhuận cần bao nhiêu đồng VLD. Hệ số này càng nhỏ chứng tỏ hiệu quả sử dụng VLD càng cao.

$$\text{Vòng quay khoản phải thu [3]} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Khoản phải thu bình quân}}$$

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

$$\text{Kỳ thu tiền bình quân [3]} = \frac{360}{\text{Vòng quay khoản phải thu}}$$

Chỉ tiêu này cho biết thời gian cần thiết cho khoản phải thu quay được một vòng luân chuyển.

1.2.3. Hiệu quả sử dụng vốn cố định (VCD)

Hiệu quả sử dụng tài sản cố định được tính toán bằng nhiều chỉ tiêu, nhưng phổ biến là các chỉ tiêu sau:

$$\text{Hiệu suất sử dụng VCD [3]} = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng VCD trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng VCD trong kỳ có thể tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ. Chỉ tiêu này càng cao thì chứng tỏ hiệu quả sử dụng VCD của Công ty trong hoạt động SXKD tạo ra doanh thu càng tốt.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận VCD [3]} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn cố định trong kỳ}}$$

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

$$\text{Tỷ suất hao phí TSCĐ [3]} = \frac{\text{Nguyên giá bình quân TSCĐ}}{\text{Doanh thu thuần (hay lợi nhuận)}}$$

Qua chỉ tiêu này ta thấy để có một đồng doanh thu thuần (hay lợi nhuận), có bao nhiêu đồng nguyên giá bình quân TSCĐ.

$$\text{Sức sản xuất của VCD [3]} = \frac{\text{Tổng doanh thu thuần}}{\text{Nguyên giá bình quân TSCĐ}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ 1 đồng nguyên giá bình quân TSCĐ của công ty đem lại bao nhiêu đồng doanh thu thuần.

$$\text{Sức sinh lời của VCD [3]} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế}}{\text{Vốn kinh doanh bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ 1 đồng vốn kinh doanh bình quân của công ty đem lại bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế.

1.2.4. Hiệu quả sử dụng chi phí

Chi phí của doanh nghiệp là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ hao phí về vật chất là lao động mà doanh nghiệp phải bỏ ra để sản xuất sản phẩm trong một thời kỳ nhất định. Các chi phí này phát sinh có tính chất thường xuyên gắn liền với quá trình tạo ra sản phẩm. Ngoài ra doanh nghiệp còn phải trả thuế gián thu theo luật thuế đã quy định: Thuế VAT, thuế XK-NK, tiêu thụ đặc biệt.

Nội dung của các khoản chi phí trong sản xuất kinh doanh:

Chi phí NVL, chi phí nhiên liệu, động lực, chi phí tiền lương, các khoản trích theo lương, khấu hao TSCĐ, chi phí dịch vụ mua ngoài, chi phí dự phòng giảm giá hàng tồn kho, các khoản trợ cấp, chi phí hoạt động doanh nghiệp như thuê tài sản, ... Các chỉ tiêu phản ánh hiệu suất sử dụng chi phí:

$$\text{Hiệu quả sử dụng chi phí [2]} = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng chi phí trong kỳ}}$$

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 đánh giá khả năng sử dụng các yếu tố đầu vào thông qua kết quả càng cao thì càng tốt.

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

Chỉ tiêu này cho biết một đồng chi phí bỏ ra sản xuất kinh doanh thì thu lại được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao thì chứng tỏ doanh nghiệp kinh doanh hiệu quả.

1.2.5. Hiệu quả sử dụng lao động

$$\text{Hiệu suất sử dụng lao động [2]} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Số công nhân sx trong năm}}$$

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

$$\text{Mức sinh lời của một lao động [2]} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Số lao động bình quân}}$$

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

$$\text{Năng suất sử dụng lao động [2]} = \frac{\text{Tổng giá trị sản lượng làm ra}}{\text{Tổng số lao động}}$$

Phản ánh một lao động tạo ra được bao nhiêu đồng giá trị sản lượng sản xuất, tỷ số này càng cao thì chứng tỏ doanh nghiệp sử dụng lao động một cách hợp lý, khai thác được sức lao động trong sản xuất kinh doanh.

1.2.6. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu (VCSH)

Đánh giá doanh lợi VCSH cần tính toán và so sánh các chỉ tiêu “Hệ số doanh lợi” của vốn chủ sở hữu giữa kỳ phân tích và kỳ gốc, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ doanh lợi càng cao và ngược lại.

$$\text{Hệ số doanh lợi của VCSH [7]} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

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

1.2.7. Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn sản xuất kinh doanh

Hiệu suất sử dụng vốn (Hv) là tỷ số giữa doanh thu trong kỳ và tổng số vốn phục vụ sản xuất kinh doanh trong kỳ.

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn [2]} = \frac{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}{\text{Tổng số vốn SXKD trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn bỏ ra sản xuất kinh doanh trong kỳ thì đem lại bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này biểu thị khả năng tạo ra kết quả sản xuất kinh doanh của một đồng vốn, Hv càng cao thì biểu thị hiệu quả kinh tế càng lớn.

Mức hao phí vốn được tính theo công thức:

$$\text{Mức hao phí vốn [2]} = \frac{\text{Tổng vốn sản xuất kinh doanh trong kỳ}}{\text{Tổng doanh thu trong kỳ}}$$

Tỷ số này nói lên rằng muốn có được một đồng doanh thu thì cần bao nhiêu đồng vốn đưa vào sản xuất kinh doanh trong kỳ.

Hiệu quả sử dụng vốn được thể hiện thông qua công thức sau:

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn [2]} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế (hoặc sau thuế)}}{\text{Tổng vốn sản xuất kinh doanh trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn bỏ ra sản xuất kinh doanh trong kỳ thì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế (hoặc LNST)

1.2.8. Một số chỉ tiêu đánh giá tình hình tài chính doanh nghiệp

1.2.8.1. Các hệ số về cơ cấu nguồn vốn và tình hình đầu tư

Các doanh nghiệp luôn thay đổi tỷ trọng các loại vốn theo xu hướng hợp lý (kết cấu tối ưu). Nhưng kết cấu này luôn bị phá vỡ do tình hình đầu tư. Vì vậy nghiên cứu cơ cấu nguồn vốn, cơ cấu tài sản, tỷ suất tự tài trợ sẽ cung cấp cho các nhà quản trị tài chính một cái nhìn tổng quát về sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp.

- Hệ số nợ:

Chỉ tiêu tài chính này phản ánh trong một đồng vốn hiện nay doanh nghiệp đang sử dụng có mấy đồng vốn đi vay.

$$\text{Hệ số nợ [6]} = \frac{\text{Nợ phải trả}}{\text{Tổng nguồn vốn}} = \frac{V}{T}$$

Hệ số nợ càng cao chứng tỏ khả năng độc lập của doanh nghiệp về mặt tài chính càng kém.

- Tỷ suất tự tài trợ:

Tỷ suất tự tài trợ là một chỉ tiêu tài chính đo lường sự góp vốn chủ sở hữu trong tổng số vốn hiện có của doanh nghiệp.

$$\text{Tỷ suất tự tài trợ [6]} = \frac{\text{Nguồn vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$$

Tỷ suất tự tài trợ cho thấy mức độ tự tài trợ của doanh nghiệp đối với nguồn vốn kinh doanh riêng có của mình. Tỷ suất tự tài trợ càng lớn càng chứng

tổ 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.

1.2.8.2. Các chỉ số về hoạt động

Các chỉ số này dùng để đo lường hiệu quả sử dụng vốn, tài sản của một doanh nghiệp bằng cách so sánh doanh thu với việc bỏ vốn vào kinh doanh dưới các loại tài sản khác nhau.

- Số vòng quay hàng tồn kho:

Số vòng quay hàng tồn kho là số lần mà hàng hóa tồn kho bình quân luân chuyển trong kỳ.

$$\text{Số vòng quay hàng tồn kho [6]} = \frac{\text{Giá vốn hàng bán}}{\text{Hàng tồn kho bình quân}}$$

Số vòng quay hàng tồn kho càng cao thì thời gian luân chuyển một vòng càng ngắn, chứng tỏ doanh nghiệp có nhiều khả năng giải phóng hàng tồn kho, tăng khả năng thanh toán.

- Vòng quay các khoản phải thu:

Vòng quay các khoản phải thu phản ánh tốc độ chuyển đổi các khoản phải thu thành tiền mặt của doanh nghiệp nhanh hay chậm và được xác định như sau:

$$\text{Vòng quay các khoản phải thu của khách hàng [6]} = \frac{\text{Doanh thu tiêu thụ sản phẩm}}{\text{Số dư bq các khoản phải thu của khách hàng}}$$

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

1.2.8.3. Các chỉ số sinh lợi

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

- Sức sinh lời của tài sản:

$$\text{Sức sinh lợi của tài sản (ROA) [6]} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

Hệ số này mang ý nghĩa: Trong kỳ trung bình một đồng tài sản tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Hệ số ngày càng cao càng thể hiện sự sắp xếp, phân bổ và quản lý tài sản càng hợp lý và có hiệu quả.

- Sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu:

$$\text{Sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu bình quân}}$$

(ROE) [6]

Chỉ tiêu này 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.

1.3. Ý NGHĨA CỦA VIỆC NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH

1.3.1. Đối với bản thân doanh nghiệp

Hiệu quả kinh doanh không những là thước đo giá trị chất lượng, phản ánh trình độ tổ chức và quản lý sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp mà còn là cơ sở để duy trì sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp được xác định dựa trên uy tín, ảnh hưởng của doanh nghiệp đối với thị trường. Song chung quy lại uy tín của doanh nghiệp trên thương trường có vững chắc hay không, có chiếm được lòng tin của khách hàng hay không thì lại bị chi phối bởi hiệu quả kinh doanh. Hiệu quả kinh doanh ở đây không thể chỉ hiểu đơn thuần là giảm thiểu chi phí, tăng lợi nhuận mà hiệu quả kinh doanh đạt được là do chính chất lượng của sản phẩm do doanh nghiệp sản xuất ra và cung ứng cho khách hàng.

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

Như vậy, nâng cao hiệu quả kinh doanh chính là hạt nhân cơ bản của sự chiến thắng trong cuộc chạy đua không cân sức giữa các doanh nghiệp trên thương trường hiện nay.

1.3.2. Đối với toàn bộ nền kinh tế quốc dân

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

1.3.3. Đối với người lao động

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

Trong công việc con người vốn không thích bị phê bình, nhưng nếu chê đúng việc, đúng lúc, đúng chỗ, họ sẽ cảm nhận được sai lầm, khuyết điểm của bản thân và càng khâm phục người lãnh đạo. Một giám đốc doanh nghiệp phải biết sử dụng các phương pháp lãnh đạo khác nhau để tạo ra được tác phong lãnh đạo tốt nhất cho mình và đồng thời tạo ra được sự nỗ lực trong lao động của mỗi nhân viên cấp dưới cũng như đã tạo ra được hiệu quả cao trong công tác kinh doanh của doanh nghiệp.

Ngoài ra mỗi doanh nghiệp có những cách khuyến khích sự sáng tạo của người lao động, giúp họ phát huy được hết khả năng sẵn có, tiềm ẩn trong họ thì không những tạo nên sự phấn khởi do được đóng góp, được cống hiến mà còn

giúp cho doanh nghiệp có những bước đột phá trong sản xuất, trong quá trình hoạt động của mình.

1.4. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ KINH DOANH

Bất cứ một doanh nghiệp nào cũng hoạt động trong một môi trường kinh doanh nhất định. Môi trường kinh doanh của một doanh nghiệp bao gồm rất nhiều nhân tố tác động khác nhau. Có rất nhiều cách phân loại các nhân tố tác động tới hiệu quả kinh doanh của một doanh nghiệp. Trong luận văn tốt nghiệp này em xin được đề cập tới cách phân loại các nhân tố tác động tới hiệu quả kinh doanh theo hai nhóm: nhóm nhân tố bên trong doanh nghiệp và nhóm nhân tố bên ngoài doanh nghiệp.

1.4.1. Nhóm nhân tố bên ngoài doanh nghiệp

Nhóm nhân tố bên ngoài doanh nghiệp có các ảnh hưởng, tác động tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thuộc vào môi trường vĩ mô và môi trường tác nghiệp của ngành.

Môi trường vĩ mô bao gồm các yếu tố nằm bên ngoài doanh nghiệp, định hình và có tác động, ảnh hưởng đến các môi trường tác nghiệp của các ngành cũng như hoàn cảnh nội bộ của các doanh nghiệp. Đồng thời nó cũng bao gồm các cơ hội, các thuận lợi cũng như tạo ra các thách thức, các khó khăn, các nguy cơ và các rủi ro cho mọi ngành và mọi doanh nghiệp.

Các yếu tố đó là các yếu tố về tài nguyên, nhân khẩu lao động, về kinh tế, về văn hoá xã hội, về chính trị luật pháp, các yếu tố kỹ thuật công nghệ, về sinh thái và yếu tố quốc tế ...

Chỉ một trong số bất kỳ các yếu tố trên thay đổi thì bản thân doanh nghiệp cũng sẽ phải chịu tác động, ảnh hưởng theo các hướng tích cực hay tiêu cực phụ thuộc vào tính chất tích cực hay tiêu cực của môi trường này. Trong các yếu tố này chỉ cần xét tới một yếu tố bất kỳ như sự ổn định hay bất ổn định của nền kinh tế, của thị trường có ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, ảnh hưởng tới mức doanh thu của doanh nghiệp, từ đó ảnh hưởng tới nhu cầu về vốn kinh doanh. Những biến động của nền kinh tế có thể

gây nên những rủi ro trong kinh doanh mà các nhà quản trị phải lường trước, những rủi ro đó có ảnh hưởng tới các khoản tới các khoản chi phí về đầu tư, chi phí trả lãi vay hay tiền thuê nhà xưởng, máy móc thiết bị hay việc tìm kiếm nguồn tài trợ. Tuy nhiên, khi nền kinh tế ổn định và tăng trưởng với một tốc độ nào đó thì doanh nghiệp muốn duy trì và giữ vững vị trí của mình thì cũng phải phấn đấu để phát triển với nhịp độ tương đương. Khi doanh thu tăng lên sẽ dẫn đến việc gia tăng tài sản, các nguồn phải thu và các loại tài sản khác. Khi đó, các nhà quản trị phải tìm nguồn tài trợ cho sự mở rộng sản xuất, sự tăng tài sản đó.

Bên cạnh rất nhiều yếu tố của thị trường, của môi trường kinh doanh, giá cả thị trường, giá cả sản phẩm mà doanh nghiệp tiêu thụ cũng có ảnh hưởng lớn tới doanh thu, do đó cũng ảnh hưởng lớn tới khả năng tìm kiếm lợi nhuận. Cơ cấu tài chính của doanh nghiệp cũng được phản ánh nếu có sự thay đổi về giá cả. Sự tăng, giảm lãi suất và giá cổ phiếu cũng có ảnh hưởng tới sự tăng giảm về chi phí tài chính và sự hấp dẫn của các hình thức tài trợ khác nhau. Mức lãi suất cũng là cũng là một yếu tố đo lường khả năng huy động vốn vay. Sự tăng hay giảm thuế cũng ảnh hưởng trực tiếp tới tình hình kinh doanh, tới khả năng tiếp tục đầu tư hay rút khỏi đầu tư.

Hiện nay toàn cầu hoá đang làm thu hẹp không gian, làm biến mất các đường biên giới với sự ngăn lại của thời gian đã và đang gắn kết cuộc sống con người với nhau một cách sâu sắc, chặt chẽ, trực tiếp. Nó mở ra các cơ hội lớn cho sự tiến bộ con người. Ý tưởng toàn cầu và sự đoàn kết toàn cầu làm giàu có thêm cuộc sống con người. Song các thành quả của toàn cầu hoá cũng được phân bố công bằng và bình đẳng dẫn tới sự bất ổn định về kinh tế, thách thức của toàn cầu hoá trong thế kỷ tới là phải tìm những luật lệ và thể chế quản lý mạnh mẽ hơn ở doanh nghiệp, địa phương, nhà nước và khu vực toàn cầu. Toàn cầu hoá đang dẫn tới sự bùng nổ về các nguồn nhân lực dẫn tới những thách thức của sự phá vỡ các nền văn hoá xã hội, đe dọa sự an toàn cho con người về y tế, văn hoá, môi trường, về chính trị và cộng đồng. Đó chính là một vấn đề nóng bỏng hiện nay mà tất cả các doanh nghiệp phải hết sức quan tâm và cần thiết phải đưa ra được các chính sách thích ứng được với những biến động của môi

trường kinh tế hiện nay.

Môi trường tác nghiệp của ngành bao hàm các yếu tố và lực lượng can thiệp nằm bên ngoài doanh nghiệp. Nó bao gồm các đối thủ cạnh tranh hiện tại, các đối thủ tiềm ẩn mới xuất hiện, các loại hàng hoá thay thế, các nhà cung cấp và khách hàng... Môi trường này cũng định hình và tạo nên mối tương quan kinh doanh giữa các tổ chức, các doanh nghiệp, ảnh hưởng đến khả năng thành công của mỗi loại sản phẩm, dịch vụ của ngành.

Mỗi đối thủ cạnh tranh mới xuất hiện là mối lo lắng cho các doanh nghiệp, cho các nhà quản trị. Họ phải tìm mọi cách để tiêu diệt được những đối thủ này. Bên cạnh đó kể cả sự thay đổi của các nhà cung cấp, của các hàng hoá thay thế mới cũng có các tác động tới doanh nghiệp khiến cho các doanh nghiệp này phải có các chiến lược mới để đối phó được với những biến động của môi trường ngành.

Sự cạnh tranh về sản phẩm đang sản xuất và các sản phẩm tương lai giữa các doanh nghiệp có ảnh hưởng tới kinh tế, tài chính của doanh nghiệp và có liên quan chặt chẽ đến khả năng tài trợ để doanh nghiệp tồn tại và phát triển trong một nền kinh tế luôn biến đổi và các nhà quản trị phải chịu trách nhiệm về việc cho doanh nghiệp hoạt động khi cần thiết.

Môi trường luật pháp cũng có những ảnh hưởng nhất định tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bởi luật pháp là cơ sở để doanh nghiệp đề ra những chiến lược kinh doanh cho mình, đề ra những kế hoạch sản xuất kinh doanh phù hợp với các quy tắc, luật định của nhà nước. Môi trường luật pháp bao gồm tất cả các quy tắc, các luật chơi kinh doanh mà mọi đối tượng vi phạm luật chơi đều bị xử phạt thích đáng. Doanh nghiệp không thể vì mục tiêu lợi nhuận mà sản xuất kinh doanh các loại hàng hoá pháp luật ngăn cấm. Do đó, hoạt động sản xuất kinh doanh phải dựa trên cơ sở luật pháp (dựa vào luật pháp để quy định giá bán hàng hoá, dịch vụ cho phù hợp). Như vậy luật pháp đã can thiệp vào doanh thu cũng như lợi nhuận của doanh nghiệp thông qua các công cụ bằng pháp luật.

1.4.2. Nhóm nhân tố bên trong doanh nghiệp

Hoàn cảnh nội bộ của doanh nghiệp bao gồm các yếu tố nội tại, bên trong mà trong quá trình hoạt động kinh doanh, chính doanh nghiệp đã tạo ra chúng và bản thân doanh nghiệp có thể kiểm soát được chúng. Trong nội bộ của doanh nghiệp bao gồm các yếu tố về nguồn nhân lực, chính sách Marketing, tình hình tài chính, kỹ thuật - công nghệ, quy trình sản xuất và cả tác phong quản lý của các nhà quản trị.

Trong các yếu tố đó phải đặc biệt quan tâm tới nguồn nhân lực của doanh nghiệp. Đây là yếu tố cơ bản, quyết định nhất của lực lượng sản xuất bởi chỉ có người lao động mới có thể tổ chức, sử dụng cũng như phát huy được các yếu tố khác của quá trình sản xuất từ việc vận hành máy móc, thiết bị, nguyên nhiên vật liệu, công cụ dụng cụ... thành công việc một cách tốt nhất và nhanh nhất. Khi đó hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp sẽ được nâng cao và điều này cũng đòi hỏi doanh nghiệp cần phải tính toán đội ngũ lao động trên hai mặt là: Số lượng lao động và chất lượng lao động. Để khuyến khích sự sáng tạo cũng như tinh thần làm việc tích cực của người lao động thì cần phải có sự đảm bảo về quyền lợi, chế độ lương thưởng sao cho bình đẳng và phù hợp với khả năng trình độ và sự cống hiến của họ đối với doanh nghiệp.

Ngoài việc tập trung quan tâm tới đội ngũ lao động, các nhà quản trị cần phải hết sức chú ý tới các vấn đề về tài chính doanh nghiệp, tới kỹ thuật và công nghệ sản xuất cũng như các chiến lược Marketing và trình độ quản lý trong doanh nghiệp. Các vấn đề này cũng là những vấn đề rất quan trọng bởi nó có tác động trực tiếp tới tình hình tài chính của doanh nghiệp, ảnh hưởng tới các chính sách phát triển sản phẩm, chiếm lĩnh thị trường, tăng trưởng thị phần, ảnh hưởng tới trình độ sản xuất của doanh nghiệp cũng như năng lực quản lý của các cấp quản trị trong doanh nghiệp.

Bên cạnh rất nhiều yếu tố quan trọng thì phải kể đến yếu tố cơ sở vật chất kỹ thuật. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh là yếu tố vật chất hữu tính quan trọng phục vụ cho hoạt động sản xuất

kinh doanh của doanh nghiệp. Có thể nói đó là nền tảng quan trọng để doanh nghiệp thực hiện tốt hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Cơ sở vật chất tốt, hiện đại sẽ đem lại sức mạnh cho doanh nghiệp trên cơ sở sinh lời của tài sản. Đối với một doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh thì cơ sở vật chất chiếm tỷ trọng lớn trong tổng tài sản của doanh nghiệp để phục vụ cho nhu cầu hoạt động của doanh nghiệp. Do vậy để hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đem lại hiệu quả cao thì doanh nghiệp phải chú ý đầu tư cho bộ phận này. Cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp càng được đầu tư hợp lý bao nhiêu thì càng đem lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp bấy nhiêu.

Ngoài ra, như chúng ta đã biết, quản trị doanh nghiệp là yếu tố trực tiếp đưa doanh nghiệp đi đến hoạt động sản xuất kinh doanh thành công hay thất bại. Nó là một nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, sự ảnh hưởng này rất lớn. Hoạt động quản trị phải là các hoạt động với ý tưởng mới, sáng tạo chứ không phải là sự chấp hành một cách sơ cứng một quá trình quản trị bảo thủ và lạc hậu. Mọi hoạt động với yếu tố quản trị non kém sẽ có ảnh hưởng tiêu cực rất lớn đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp và từ đó không đem lại được hiệu quả gì cho doanh nghiệp. Điều này hết sức tệ hại bởi một doanh nghiệp trên thị trường sẽ bị đẩy đến sự thất bại nặng nề trong kinh doanh và đặc biệt là trong nền kinh tế thị trường như ngày nay. Do đó, một yêu cầu chung được đặt ra cho nhân tố quản trị là phải đảm bảo nguyên tắc chuyên, tinh, gọn, nhẹ và sự linh hoạt, sáng tạo. Nguyên tắc này sẽ giúp cho doanh nghiệp giảm được chi phí hành chính, tránh được sự chông chéo trách nhiệm, nâng cao được hiệu quả kinh doanh.

1.5. PHƯƠNG PHÁP LUẬN ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ KINH DOANH

Sau khi xác định được các chỉ tiêu về hiệu quả kinh doanh, để đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong một thời kỳ nhất định, người ta thường sử dụng các phương pháp so sánh để đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bằng các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh giữa các kỳ với nhau.

1.5.1. Phương pháp so sánh

1.5.1.1. Phương pháp so sánh tuyệt đối

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

$$\text{Mức tăng giảm tuyệt đối của các chỉ tiêu} = \frac{\text{Trị số của chỉ tiêu kỳ phân tích}}{\text{Trị số của chỉ tiêu kỳ gốc}}$$

Mức tăng giảm trên chỉ phản ánh về lượng. Thực chất việc tăng giảm trên nói lên là có hiệu quả hay không, có tiết kiệm hay lãng phí không, nó thường được kèm với phương pháp khác khi đánh giá hiệu quả giữa các kì.

1.5.1.2. 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.

Dạng đơn giản:

$$\text{Tỷ lệ so sánh} = \frac{G1}{G0} * 100\%$$

Trong đó:

G1: Trị số chỉ tiêu kì phân tích

G2: Trị số chỉ tiêu kì gốc

Dạng có liên hệ:

$$\text{Tỷ lệ so sánh} = \frac{G1}{G0 * G1i / G1o} * 100\%$$

Dạng kết hợp:

$$\text{Mức tăng giảm tương đối} = G1 - G0 * (Gki - Gko)$$

Trong đó:

G1: Trị số chỉ tiêu kỳ phân tích

G0: Trị số chỉ tiêu kỳ gốc

Gki: Trị số chỉ tiêu cần liên hệ kỳ phân tích

Goi: Trị số chỉ tiêu cần liên hệ kỳ gốc

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

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 loại trừ. Loại trừ là phương pháp xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến kết quả sản xuất kinh doanh bằng cách loại trừ ảnh hưởng của các nhân tố khác [5].

Tính chất của phương pháp này là thay thế dần số liệu gốc bằng số liệu thực tế của một nhân tố ảnh hưởng nào đó. Nhân tố được thay thế đó sẽ phản ánh mức độ ảnh hưởng của nó đến chỉ tiêu được phân tích với giả thiết các nhân tố khác là không đổi.

1.5.3. Phương pháp liên hệ

Mọi kết quả kinh doanh đều có mối liên hệ mật thiết với nhau giữa các mặt, 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, 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 kinh doanh, ví dụ như: 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 phi tuyến là ít dùng.

1.5.4. Phương pháp chi tiết

Mọi kết quả kinh doanh đều cần thiết và có thể chi tiết theo những hướng khác nhau. Thông thường trong phân tích phương pháp chi tiết được thực hiện

theo những hướng khác nhau.

- Chi tiết theo các bộ phận cấu thành chỉ tiêu [8]. Mọi kết quả kinh doanh biểu hiện trên các chỉ tiêu đều bao gồm nhiều bộ phận. Chi tiết các chỉ tiêu theo bộ phận cùng với sự biểu hiện về lượng các bộ phận đó sẽ giúp ích rất nhiều trong việc đánh giá chính xác kết quả được.

- Chi tiết theo lượng [5]: Có thể theo từng tháng, quý, năm,... hoặc từng chu kỳ mua vào bán ra của hàng hóa theo từng mùa vụ.

- Chi tiết theo địa chỉ [5]: Phân xưởng, tổ đội.

1.5.5. 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 tổng thể và cân đối cá biệt [8].

- Cân đối tổng thể là mối liên hệ cân đối của các chỉ tiêu kinh tế tổng hợp. Ví dụ: Giữa tài sản và nguồn vốn kinh doanh liên hệ với nhau bằng công thức:

$$\text{Tài sản} = \text{Nguồn vốn}$$

hoặc giữa doanh thu, chi phí, kết quả kinh doanh có mối liên hệ:

$$\text{Doanh thu} = \text{Chi phí} + \text{Kết quả}$$

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

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY VIJACO

2.1. KHÁI QUÁT VỀ CÔNG TY

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Công ty

- “Công ty vận tải quốc tế Nhật – Việt” được thành lập vào ngày 31/12/1994, với tên giao dịch quốc tế “**Vietnam-Japan International Transport Co, Ltd**”, viết tắt là **VIJACO**.

- Là Công ty liên doanh giữa Tổng Công ty Hàng Hải Việt Nam & 5 đối tác Nhật Bản (Công ty Kanematsu Corp., Suzue Corp., Meiko Trans Co. Ltd., Kamigumi Co. Ltd., Honda Trading Corp.)

- Số vốn điều lệ là 5.000.000 USD

- Trụ sở chính: Cảng Chùa Vẽ - Đường Ngô Quyền - Hải Phòng, có tổng diện tích là 9,200m². Ngoài ra Công ty còn có một văn phòng kho bãi tại khu Công nghiệp NOMURA với diện tích 4,600m² và một số văn phòng đại diện ở các tỉnh và thành phố khác trên lãnh thổ Việt Nam.

- VIJACO là một Công ty liên doanh trực thuộc Tổng Công ty Hàng Hải Việt Nam (Vinalines), có tư cách pháp nhân được tự chủ trong mọi hoạt động sản xuất, kinh doanh và hạch toán độc lập.

VIJACO tự hào là một trong những công ty hàng đầu chuyên về dịch vụ vận tải - giao nhận có thương hiệu và uy tín trong & ngoài nước. Trong 15 năm qua, VIJACO đã không ngừng đầu tư và phát triển lớn mạnh. Từ một trụ sở chính tại Hải Phòng, hiện tại Vijaco đã có mạng lưới Văn phòng đại diện & Chi nhánh tại Hà Nội, Vĩnh Phúc, Quảng Ninh và TP. Hồ chí Minh. Bằng hệ thống kho Ngoại quan, kho hàng tại Hải Phòng, Vĩnh Phúc, đội xe vận tải container và phương tiện bốc xếp chuyên dùng, VIJACO đảm bảo cung cấp dịch vụ chất lượng cao trong các lĩnh vực: Đại lý vận tải - giao nhận hàng không, đường biển & đường bộ theo phương thức “Door to door”; Dịch vụ kho Ngoại quan; Khai thuê Hải Quan (VIJACO là một trong ba đại lý khai thuê Hải quan mẫu do Cục

Hải Quan - Hải Phòng công nhận); Vận chuyển các loại hàng hoá trong container, hàng rời, hàng siêu trường - siêu trọng; lắp đặt máy móc thiết bị tại chân công trình.

Tổng kết sau hơn 15 năm xây dựng và phát triển Công ty luôn duy trì được tốc độ phát triển tăng trưởng doanh thu bình quân hàng năm từ 7% - 10% đồng thời đảm bảo mức thu nhập bình quân năm sau cao hơn năm trước là 5%. Bên cạnh đó lãnh đạo doanh nghiệp không ngừng đẩy mạnh xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, hệ thống quản lý và nhân lực hoàn chỉnh, nhằm thực hiện tốt các sản phẩm, dịch vụ của mình. Ngoài ra rất nhiều quy định, nội quy, quy chế quản lý được áp dụng để kiểm soát các hoạt động của Công ty theo đúng tiêu chuẩn ISO 9001:2000.

Tiêu chí kinh doanh của Vijaco “Uy tín và sự chuyên nghiệp”

2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ

- Làm dịch vụ giao nhận hàng hóa, xuất nhập khẩu. Dịch vụ khai thuê hải quan. Môi giới vận chuyển hàng hóa bằng đường bộ, đường biển và đường không. Logistic.

Với đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn vững vàng và dày dặn kinh nghiệm thực tế, VIJACO cung cấp dịch vụ trọn gói với chất lượng cao, giúp khách hàng tiết kiệm nhân lực, chi phí và thời gian trong việc làm thủ tục hải quan, giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu và vận chuyển hàng hóa.

- Đại lý Container, đại lý vận chuyển cho tàu container

Được sự ủy thác của chủ tàu, với đội ngũ nhân viên đại lý có trình độ, VIJACO không chỉ thực hiện đại lý tàu chuyển và các công việc liên quan đến tàu, đáp ứng các yêu cầu của chủ tàu trong vấn đề y tế, sửa chữa, cung cấp thực phẩm, nước ngọt, các dự trữ cần thiết,... đảm bảo giải phóng tàu nhanh nhất; mà còn làm các công việc điều hành chuyển container vào bãi, phân phối cho các chủ hàng, tìm hàng cho container xuất đi, quản lý vỏ container cho hãng tàu.

- Vận chuyển hàng hóa trong container và các hàng hóa khác. Vận chuyển lắp đặt thiết bị máy móc tại các công trình.

Với đội xe chuyên dùng và hệ thống thiết bị máy móc hiện đại, VIJACO đáp ứng nhu cầu vận chuyển nhanh chóng và an toàn hàng hóa trong container, hàng rời, hàng dự án và các hàng hóa khác đến bất cứ đâu trên lãnh thổ Việt Nam, đảm nhận việc bố trí thiết bị máy móc phục vụ công tác lắp đặt tại các công trình theo yêu cầu của chủ hàng.

- Kinh doanh kho bãi container.

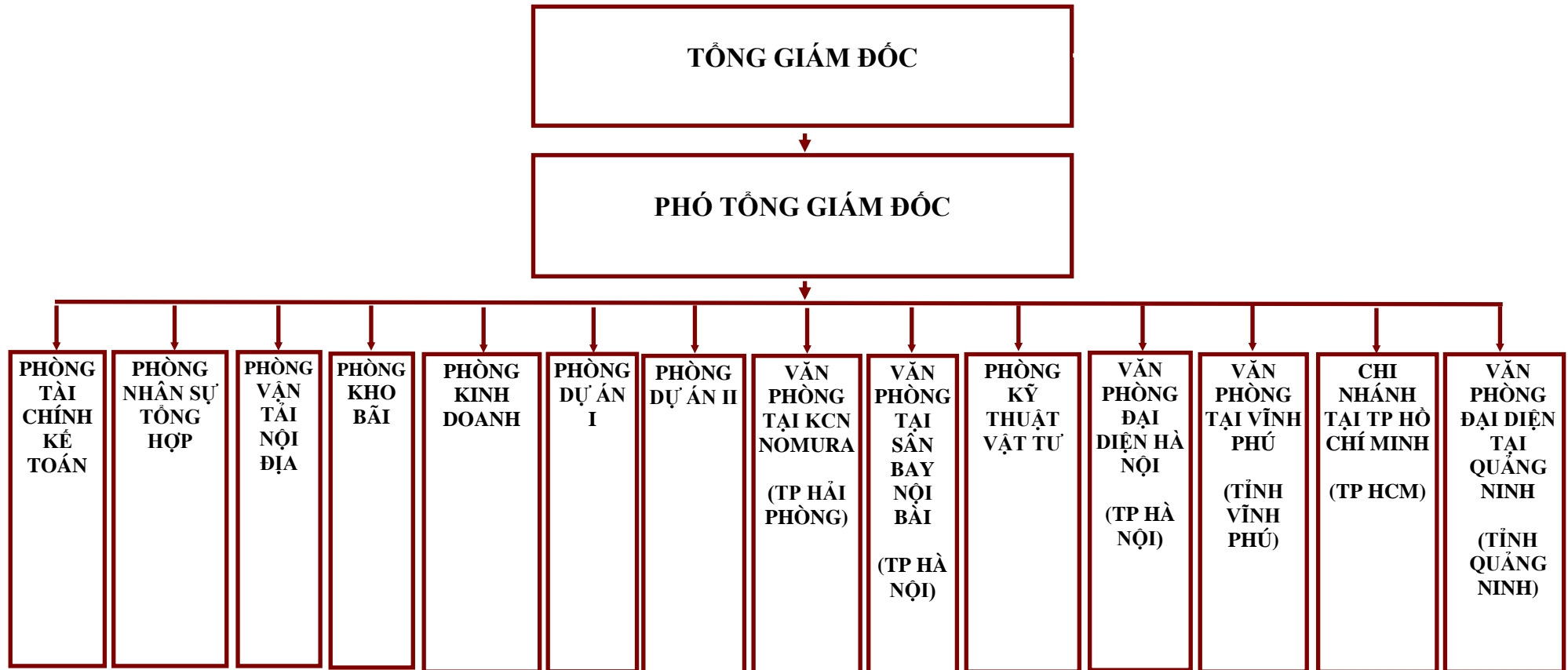
Với tổng diện tích khoảng 8000m², hệ thống kho hàng và bãi container hoạt động với chức năng như một cảng mở rộng, là địa điểm kiểm tra hàng hóa xuất nhập khẩu ngoài cửa khẩu, phục vụ lưu giữ, bảo quản an toàn hàng hóa xuất nhập khẩu, đáp ứng nhu cầu giao nhận, vận chuyển, xếp dỡ hàng hóa và container với tốc độ nhanh nhất.

- Sửa chữa container và các thiết bị chuyên dùng.

Với đội ngũ thợ lành nghề, nhiều kinh nghiệm sửa chữa container và các thiết bị chuyên dùng, đảm bảo các phương tiện vận tải, thiết bị máy móc và container luôn hoạt động trong điều kiện kỹ thuật tốt nhất, đáp ứng mọi nhu cầu khách hàng.

2.1.3. Sơ đồ tổ chức của Công ty

**SƠ ĐỒ TỔ CHỨC CÔNG TY VẬN TẢI QUỐC TẾ NHẬT - VIỆT
(THÁNG 1 / 2008)**



Chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận:**• Ban Giám đốc**

Chịu trách nhiệm trước Hội đồng quản trị. Đại diện cho Công ty liên doanh trước các cơ quan nhà nước, Tòa án và với các bên thứ 3 về toàn bộ hoạt động có liên quan đến sản xuất kinh doanh của Công ty.

Quyết định chính sách và mục tiêu chất lượng của Công ty, quyết định chiến lược kinh doanh, quy mô và phạm vi thị trường cũng như kế hoạch đầu tư, phát triển của Công ty. Sắp xếp cơ cấu tổ chức và bố trí nhân sự, chỉ đạo điều hành mọi hoạt động của Công ty, hoàn thành kế hoạch sản xuất kinh doanh.

Phê duyệt nội dung các quy trình của hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế ISO 9001:2000 được áp dụng tại Công ty. Huy động mọi nguồn lực đáp ứng nhu cầu xây dựng và thực hiện hệ thống quản lý chất lượng, thực hiện các cam kết về chất lượng đối với khách hàng. Chủ trì các cuộc họp, soát xét của lãnh đạo về hệ thống quản lý chất lượng của Công ty.

• Phòng Nhân sự - Tổng hợp

Chịu trách nhiệm trước BGD về việc tuyển dụng, duy trì, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực. Đáp ứng yêu cầu nâng cao không ngừng về khả năng quản lý của hệ thống chất lượng, góp phần nâng cao năng lực hoạt động và hiệu quả tổ chức của Công ty.

Thiết lập các chính sách về nguồn lực, căn cứ trên cơ sở quyết định sản xuất kinh doanh và định hướng của Công ty như:

- Các chính sách về quyền hạn, trách nhiệm, quy chế hoạt động của các phòng, ban.
- Các chính sách về quy chế tuyển dụng, về thời gian tập sự và bổ nhiệm
- Các chính sách về chế độ tiền lương, phụ cấp, khen thưởng.
- Các chính sách về đào tạo, huấn luyện, bồi dưỡng nghiệp vụ cho nhân viên.

Tổ chức công tác thống kê nhân sự, quản lý lao động. Thiết lập quy chế ký kết hợp đồng lao động, đảm bảo quyền lợi và nghĩa vụ của người lao động phù hợp với điều kiện của Công ty và tuân thủ chính sách, quy định hiện hành của Nhà nước.

Thiết lập hệ thống theo dõi ngày công lao động, ngày nghỉ chế độ và ngày công làm thêm. Đảm bảo chính xác trong việc thanh toán tiền công, các loại bảo hiểm và các chế độ khác theo quy chế của Công ty, phù hợp với quy định hiện hành của Nhà nước. Lập kế hoạch tiền lương, trực tiếp thanh toán tiền lương cho người lao động và theo dõi diễn biến thanh toán lương từng kỳ kế hoạch.

Tổ chức thu thập số liệu thống kê về tình hình sản xuất và sử dụng lao động để tham mưu cho BGD xem xét các khả năng hợp lý hóa quá trình sản xuất kinh doanh, tối ưu hóa việc sử dụng nguồn nhân lực, năng lượng, máy móc, thiết bị.

Tổ chức đội ngũ nhân viên bảo vệ Công ty, đảm bảo an toàn cho sản xuất, bảo đảm an ninh và phòng chống cháy nổ trong khu vực Công ty; mua các loại bảo hiểm cho phương tiện, tài sản và cho người lao động. Tiến hành tổ chức công tác huấn luyện an toàn lao động và trang cấp bảo hộ lao động; chăm sóc sức khỏe, bảo vệ cảnh quan môi trường trong phạm vi Công ty.

Tổ chức hệ thống kiểm soát đảm bảo việc lưu trữ hồ sơ, tài liệu và các văn bản thực sự khoa học, đúng với quy định của Công ty. Tham gia đánh giá chất lượng nội bộ và soát xét hệ thống chất lượng khi có yêu cầu, thực hiện các quy trình chất lượng của phòng trọng hệ thống quản lý chất lượng.

- **Phòng Tài chính – Kế toán**

Chịu trách nhiệm trước BGD Công ty và Nhà nước theo điều lệ kế toán Nhà nước về mọi hoạt động Tài chính – Kế toán của Công ty.

Theo dõi và tập hợp các số liệu về kết quả sản xuất, kinh doanh bằng nghiệp vụ kế toán; tham gia phân tích kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty theo từng kỳ tài chính từ đó đề ra các giải pháp tài chính phù hợp với chính sách kinh doanh của Công ty. Xác lập tính hiệu quả của hệ thống tài chính Công ty, theo dõi và lập sổ kế toán, phát hiện các khoản chi phí không hợp lý, chi phí giải quyết các khiếu nại của chủ hàng.

Theo dõi và đề xuất các biện pháp kế toán trong các nghiệp vụ có liên quan đến giá cả hàng hóa, vật tư, nhiên liệu trong các hợp đồng mua bán của

Công ty. Tính toán, trích gộp đúng quy định các khoản phải nộp vào ngân sách Nhà nước như thuế, các loại bảo hiểm cho người lao động... Theo dõi công nợ và thanh toán đúng quy định các khoản tiền vay, các khoản phải thu, phải chi, phải trả trong nội bộ Công ty cũng như với các đối tác kinh doanh bên ngoài.

Theo dõi, trích lập các quỹ tài chính sử dụng trong Công ty theo đúng quy định tài chính hiện hành và nghị quyết của hội đồng quản trị Công ty hàng năm. Lập và gửi báo cáo đúng hạn các loại văn bản tài chính, thống kê quyết toán theo đúng hạn các loại văn bản tài chính, thống kê quyết toán theo đúng chế độ hiện hành cho cơ quan quản lý Nhà nước và HĐQT Công ty. Tổ chức bảo quản, lưu trữ các tài liệu, hồ sơ kế toán theo đúng chế độ Kế toán do Nhà nước ban hành. Đảm bảo bí mật tuyệt đối các tài liệu, hồ sơ và số liệu kế toán.

Thực hiện kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ của đội ngũ cán bộ kế toán nhằm thực hiện tốt nhiệm vụ được giao, đáp ứng không ngừng nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ.

- **Phòng Kinh doanh**

Chịu trách nhiệm trước BGD về việc thu thập đầy đủ, chính xác các thông tin về tình hình chủ hàng, tình hình thực hiện các hợp đồng vận tải nội bộ; các thông tin về công tác quản lý duy trì và mở rộng phạm vi kinh doanh của Công ty. Nghiên cứu chiến lược kinh doanh và tổ chức công tác tiếp thị, nhằm duy trì và phát triển các dịch vụ phù hợp với chiến lược phát triển của Công ty.

Tổ chức thu thập thông tin và đánh giá chủ hàng, đánh giá các nhà cung ứng thông qua các nguồn thông tin hợp pháp; soát xét hợp đồng vận tải nội bộ, cùng với các đơn vị liên quan trong Công ty xây dựng thống nhất biểu giá vận tải bộ, bóc xếp kinh doanh kho bãi, hàng biển, hàng không và các dịch vụ có liên quan.

Theo dõi quá trình thực hiện hợp đồng, kế hoạch và tham gia điều chỉnh hợp đồng, kế hoạch một cách hợp lý nhất trong phạm vi nhiệm vụ được giao. Trực tiếp quan hệ giải quyết các khiếu nại của chủ hàng về các dịch vụ liên quan đến chất lượng phục vụ của Công ty. Tổ chức theo dõi, cập nhật, lưu trữ

tài liệu hồ sơ phản ánh quá trình sản xuất kinh doanh của Công ty theo nhiệm vụ BGĐ giao.

Tham gia đánh giá chất lượng nội bộ và soát xét hệ thống chất lượng khi có yêu cầu, tổ chức thực hiện các quy trình chất lượng của phòng trong hệ thống quản lý chất lượng.

- **Phòng Dự án và Đại lý tàu**

Chịu trách nhiệm trước BGĐ về việc thu thập đầy đủ, chính xác thông tin về tình hình chủ hàng, tình hình thực hiện các hợp đồng về xếp dỡ, làm hàng dự án và đại lý tàu, đại lý giao nhận hàng; các thông tin về công tác quản lý, duy trì và mở rộng phạm vi kinh doanh của Công ty. Nghiên cứu chiến lược kinh doanh và tổ chức công tác tiếp thị nhằm duy trì và phát triển các dịch vụ phù hợp với chiến lược phát triển của Công ty.

Tổ chức thu thập thông tin và đánh giá chủ hàng, đánh giá các nhà cung ứng thông qua các nguồn thông tin hợp pháp; soát xét hợp đồng bốc xếp, làm hàng dự án và đại lý tàu, cùng với các đơn vị liên quan trong Công ty xây dựng, thống nhất biểu giá vận tải nội bộ, bốc xếp, kinh doanh kho bãi, hàng biển, hàng không và các dịch vụ có liên quan.

Theo dõi quá trình thực hiện hợp đồng, kế hoạch tham gia điều chỉnh hợp đồng, kế hoạch một cách hợp lý nhất trong phạm vi nhiệm vụ được giao. Trực tiếp quan hệ giải quyết các khiếu nại của chủ hàng về các vụ liên quan đến chất lượng phục vụ Công ty.

Tổ chức theo dõi, cập nhật, lưu trữ tài liệu, hồ sơ phản ánh quá trình sản xuất kinh doanh của Công ty theo nhiệm vụ BGĐ giao; thực hiện các quy trình chất lượng của phòng trong hệ thống quản lý chất lượng.

- **Phòng Kho - Bãi**

Chịu trách nhiệm trước BGĐ Công ty về việc quản lý, khai thác thiết bị xếp dỡ, nhà kho, bãi CY; đảm bảo luôn hoàn thành kế hoạch sản xuất kinh doanh. Nghiên cứu chiến lược kinh doanh và tổ chức công tác tiếp thị nhằm duy trì và phát triển các dịch vụ phù hợp với chiến lược phát triển của Công ty.

Theo dõi quá trình thực hiện hợp đồng, kế hoạch và tham gia điều chỉnh hợp đồng, kế hoạch một cách hợp lý nhất trong phạm vi, nhiệm vụ được giao. Tổ chức khai thác Kho-Bãi gồm các nghiệp vụ bảo quản, giao nhận hàng hóa trong Kho-Bãi, giao nhận hàng hóa với tàu, xếp dỡ, đóng gói hàng hóa trong container. Đảm bảo thỏa mãn đầy đủ các yêu cầu của khách hàng, nâng cao uy tín của Công ty.

Tổ chức việc xếp, dỡ các sản phẩm của nhà máy, công trình theo đúng quy trình yêu cầu xếp dỡ của khách hàng. Tổ chức theo dõi, cập nhật, lưu trữ tài liệu hồ sơ phản ánh quá trình sản xuất kinh doanh của Công ty theo nhiệm vụ BGD giao. Chịu trách nhiệm thực hiện và kiểm soát các quy trình chất lượng thuộc phòng quản lý.

- **Phòng Kỹ thuật - Vật tư**

Chịu trách nhiệm trước BGD Công ty về các hoạt động mua sắm thiết bị, công cụ lao động, vật tư, nhiên liệu phục vụ cho sản xuất kinh doanh. Theo dõi việc sử dụng, bảo dưỡng trang thiết bị, phương tiện và tiến hành tổ chức bảo dưỡng, sửa chữa, thiết bị phương tiện. Tổ chức thu thập thông tin, đánh giá và đề xuất lựa chọn nhà cung ứng, trình BGD quyết định nhà cung ứng. Chỉ đạo và giám sát quá trình “mua hàng”, quản lý kỹ thuật, quản lý hồ sơ sửa chữa, lý lịch từng phương tiện.

Xây dựng kế hoạch mua sắm phụ tùng, vật tư, nhiên liệu cho từng kỳ kế hoạch, đảm bảo cung ứng kịp thời, chất lượng cao giá thành hợp lý; xây dựng kế hoạch sửa chữa lớn, sửa chữa vừa và bảo dưỡng phương tiện theo đúng giờ phương tiện hoạt động hoặc theo km phương tiện lăn bánh.

Tổ chức xây dựng định mức cấp phát tiêu hao phụ tùng vật tư, nhiên liệu, mua và tiến hành cấp phát phụ tùng vật tư, nhiên liệu theo định mức. Cung cấp dụng cụ phục vụ đóng hàng kịp thời theo yêu cầu chủ hàng. Tiến hành sửa chữa trang thiết bị, máy móc, phương tiện, đảm bảo các phương tiện đều có số ngày vận doanh cao nhất, hiệu quả nhất.

Kiểm soát chất lượng sản phẩm, tổ chức đánh giá chất lượng sửa chữa, đề xuất các giải pháp, biện pháp đảm bảo an toàn cho phương tiện, thiết bị, tiết kiệm chi phí vật tư, phụ tùng, nhiên liệu,... Tổ chức theo dõi, cập nhật, báo cáo, lưu trữ tài liệu hồ sơ phản ánh quá trình mua sắm, trang cấp và sửa chữa phương tiện, thiết bị sản xuất của Công ty theo nhiệm vụ BGD giao. Chịu trách nhiệm thực hiện và kiểm soát các quy trình chất lượng thuộc phòng quản lý.

- **Phòng Vận tải nội địa**

Chịu trách nhiệm trước BGD Công ty về việc tổ chức quản lý, khai thác toàn bộ phương tiện vận chuyên đường bộ & bốc xếp bằng cầu trục; lập kế hoạch điều động khai thác phương tiện theo từng tuyến đường, trọng lượng, loại hàng hóa, phù hợp với đặc tính kỹ thuật của từng loại phương tiện, đảm bảo mang lại hiệu quả cao nhất...

Tổ chức hệ thống theo dõi, kiểm tra lịch trình hoạt động của phương tiện, thời gian phương tiện Đi – Đến, thời gian Giao – Nhận hàng; theo dõi sản lượng vận tải và năng suất lao động; theo dõi cho phương tiện vào sửa chữa, bảo dưỡng đúng định kỳ để nâng cao tuổi thọ của phương tiện, khai thác tối đa phương tiện hiện có.

Có trách nhiệm báo cáo kịp thời BGD Công ty những vấn đề cần thiết, cấp bách có liên quan đến việc bảo đảm nguồn lực, sự cố về phương tiện, an toàn giao thông,... Khảo sát và đề xuất những tuyến đường vận chuyển an toàn, tiết kiệm chi phí, mang lại hiệu quả cao. Chịu trách nhiệm thực hiện và kiểm soát các quy trình chất lượng thuộc phòng quản lý.

2.1.4. Những thuận lợi và khó khăn hiện nay của Công ty

2.1.4.1. Những thuận lợi của Công ty

Sau hơn 15 kể từ khi thành lập, Công ty đã có một lịch sử phát triển bền vững, tạo dựng được một uy tín rất lớn với khách hàng, ngày càng củng cố niềm tin với các đối tác lớn trong và ngoài nước. VIJACO còn có sự phục vụ của đội ngũ cán bộ, nhân viên rất nhiệt tình, giàu kinh nghiệm đã gắn bó với Công ty ngay từ những ngày đầu thành lập.

Là một Công ty liên doanh giữa Việt Nam và Nhật Bản nên bên cạnh những khách hàng thân thiết trong nước VIJACO còn gặp nhiều thuận lợi trong việc tìm kiếm khách hàng từ phía nước ngoài, đặc biệt là Nhật Bản. Trong số đó phải kể đến khách hàng truyền thống và cũng là lớn nhất là Công ty Honda Việt Nam, trung bình hàng năm doanh thu mang lại từ phía khách hàng này chiếm khoảng 40% tổng doanh thu của Công ty.

Tại Hải Phòng, với vị trí địa lý gần sát cảng Chùa Vẽ và mới đây Công ty vừa xây dựng một văn phòng giao dịch cùng một kho ngoại quan ngay trong khu công nghiệp Nomura, VIJACO ngày càng có nhiều lợi thế trong việc việc lưu kho, lưu bãi, xuất nhập khẩu và vận chuyển hàng hóa. Và ở một số thành phố lớn khác như Hà Nội, TP HCM Công ty đều có chi nhánh cũng như văn phòng đại diện của mình nhằm thực hiện tốt hơn việc liên hệ, Marketing, tìm kiếm khách hàng và đối tác.

Ngoài ra, kể từ khi Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO, rất đông các nhà đầu tư nước ngoài muốn tìm kiếm cơ hội kinh doanh ở nước ta, đi cùng với họ là rất nhiều hàng hóa từ khắp nơi trên thế giới. Đồng thời các doanh nghiệp trong nước cũng nắm lấy cơ hội này để tìm cách tiêu thụ sản phẩm của mình ra ngoài biên giới Việt Nam. Điều đó thúc đẩy nhu cầu về dịch vụ hàng hải nói chung và vận chuyển hàng hóa nói riêng không ngừng một tăng lên, đây vừa là thuận lợi vừa là thách thức với các Công ty vận tải như VIJACO.

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh và phát triển, Công ty luôn nhận được sự chỉ đạo giúp đỡ tận tình của Tổng Công ty Hàng Hải Việt Nam (Vinalines), các ban ngành của Thành ủy, ủy ban nhân dân Thành phố Hải Phòng, các cơ quan quản lý nhà nước và các đơn vị bạn. Ngoài ra, chính phủ và các ngành chức năng vẫn đang đẩy mạnh công tác xây dựng, nâng cấp đường xá, cầu cống giúp cho việc lưu thông, chuyên chở hàng hóa ngày một tốt hơn.

2.1.4.2. Những khó khăn của Công ty

Diễn biến không thuận lợi của thời tiết, giá nguyên - nhiên liệu, vật tư, thiết bị, tiền thuê đất... đều tăng cao; sự cạnh tranh khốc liệt về mọi mặt (công

nghệ, trang thiết bị, nhân lực...) giữa các Công ty trong ngành và với các đối tác bên ngoài vừa là động lực vừa là thách thức cho sự phát triển của từng Công ty và toàn ngành vận tải nói chung.

Cụ thể, trong thời gian qua giá cả xăng, dầu trong nước biến động không ngừng, khiến cho Công ty liên tục phải đối mặt với rất nhiều sức ép và khó khăn. Ban lãnh đạo Công ty phải rất nỗ lực trong việc thương lượng với khách hàng về giá cả cho mỗi chuyến hàng cũng như các dịch vụ khác liên quan. Thậm chí Công ty còn phải chịu tổn thất không nhỏ khi có những hợp đồng đã ký kết nhưng đến ngày vận chuyển giá xăng, dầu bất ngờ tăng lên.

Không chỉ có xăng dầu mà giá cả vật tư, thiết bị và một số khoản phụ phí khác cũng đều tăng cao làm cho việc bảo dưỡng, sửa chữa các phương tiện, máy móc liên tục gặp những bất lợi nhất định.

Mặc dù Công ty có kho, bãi đạt tiêu chuẩn cao đảm bảo tốt các yêu cầu nghiêm ngặt về kỹ thuật nhưng với tổng diện tích còn khá khiêm tốn (khoảng 8,000m²) VIJACO không có nhiều lợi thế về kinh doanh kho, bãi như một số các đối thủ cạnh tranh khác.

Trong thời gian gần đây, các Công ty tham gia vào lĩnh vực vận tải nội địa và dịch vụ hàng hải xuất hiện ngày càng nhiều khiến thị phần của VIJACO bị đe dọa nghiêm trọng. Đứng trước bài toán cạnh tranh gay gắt đó, ban lãnh đạo không ngừng bàn bạc, thương thảo nhằm đưa ra các giải pháp phát triển hợp lý để Công ty không bị động, ảnh hưởng nhiều trước những thách thức trên.

2.1.5. Tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty

2.1.5.1. Các sản phẩm, dịch vụ của Công ty

“*Sản phẩm / Dịch vụ*” là kết quả hoạt động của một quá trình. Sản phẩm của Công ty có thể nhận biết được dưới dạng:

- Số lượng Container, số tấn hàng hóa được bốc xếp.
- Số lượng Container, số tấn km (Tkm) của hàng hóa được vận chuyển.
Thỏa mãn yêu cầu di chuyển hàng hóa từ điểm A đến điểm B.
- Số lượng Container hoặc số tấn hàng hóa được giao nhận.

- Số ngày-thùng (container) hoặc Tấn-ngày được lưu kho, Bãi bảo quản.
- Số lượt tàu biển được làm thủ tục ra vào cảng.
- Số đầu phương tiện, Container được sửa chữa, bảo dưỡng.
- Tấn thiết bị máy móc được tiếp nhận, vận chuyển & lắp đặt.
- Dịch vụ bao gồm một hay nhiều hoạt động về vận tải hay có liên quan đến vận tải được khách hàng ủy thác, Công ty chấp nhận sự ủy thác đó và thực hiện theo yêu cầu của khách hàng
- Đại lý tàu biển, môi giới hàng hải, đại lý container và thu xếp hàng hóa cho tàu container.
- Giao nhận quốc tế về container, hàng thông thường bằng đường biển, đường bộ, hàng không.
- Vận tải nội địa các hàng hóa đi bằng Container, hàng thông thường, hàng dự án thực hiện một phần trong các phương thức từ “Cửa tới Cửa” / “Door to Door” hoặc từ “Cửa đến Cảng” / “Door to Port” và ngược lại bằng phương tiện, thiết bị chuyên dùng.
- Khai thác kho CFS (Container Freight Station) và bãi chứa Container CY (Container Yard) cùng các dịch vụ liên quan.
- Sửa chữa Container, thiết bị, phương tiện.
- Khai thác kho ngoại quan.
- Forwarding.

Như vậy kết quả của các quá trình hoạt động sản xuất của Công ty tạo ra sản phẩm không phải là hàng hóa mà chỉ tăng thêm giá trị của hàng hóa, được thực hiện ngay trong quá trình lưu thông, khi kết thúc một quá trình sản xuất cũng là lúc kết thúc một dịch vụ được chuyển giao.

2.1.5.2. Phân tích thị trường của doanh nghiệp

Kể từ khi bắt đầu thành lập vào năm 1994 đến nay, vận tải nội địa luôn là lĩnh vực kinh doanh mũi nhọn của VIJACO. Với phương châm không ngừng mở rộng thị trường, sau hơn 13 năm phát triển, khách hàng trong nước và quốc

tế đã và đang đến với Công ty ngày một nhiều hơn. Cùng với vận tải nội địa, các dịch vụ khác như môi giới hàng hải, forwarding, khai thác kho bãi,... cũng thường xuyên diễn ra liên tục.

Cụ thể là VIJACO không ngừng cung cấp dịch vụ vận tải cho các chủ hàng từ Bắc vào Nam và ngược lại, công ty còn tính toán để tăng cường những chuyến hàng hai chiều, mang lại nhiều lợi nhuận hơn. Đặc biệt, khách hàng Honda Việt Nam luôn là người sử dụng dịch vụ của Công ty lớn nhất với điểm xuất phát từ trụ sở chính tại Vĩnh Phú tỏa đi khắp các tỉnh thành trong cả nước hoặc đến các cảng biển để xuất sang một số nước châu Á.

Thị phần của Công ty ngày càng được mở rộng, có được kết quả này đó là nhờ sự linh hoạt trong khâu tìm kiếm, khai thác thị trường và uy tín mà VIJACO đã gây dựng trong suốt thời gian qua.

Nền kinh tế nước ta trong những năm gần đây đang có tốc độ phát triển khá cao và ổn định, đặc biệt là đang trong quá trình hội nhập với các nền kinh tế trên thế giới nên nhu cầu lưu thông hàng hóa là rất lớn. Sự kiện Việt Nam ra nhập tổ chức thương mại thế giới WTO đầu năm 2007 và các tổ chức kinh tế khác trong khu vực đã thúc đẩy việc mở rộng và phát triển thương mại, tạo đà cho hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa, vì thế mà thị trường của VIJACO nói riêng và các công ty kinh doanh vận tải nói chung ngày càng được mở rộng.

Khi có thêm nhiều khách hàng, không chỉ có nhu cầu về vận tải hàng hóa tăng lên mà song hành với nó là nhu cầu về kho bãi, thuê vỏ container cũng có xu hướng tăng mạnh. Do với diện tích kho bãi ban đầu rất khiêm tốn, chỉ khoảng 6,000m², Công ty đã mạnh dạn đầu tư thêm để nâng tổng diện tích lên thành 8,000m² và đồng thời nâng cao chất lượng, đảm bảo an toàn cho hàng hóa trong kho bãi. Bên cạnh đó, ban lãnh đạo VIJACO không ngừng tìm kiếm, thương thảo để thuê thêm các kho bãi bên ngoài nhằm đáp ứng, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

“*Khách hàng*” là các chủ tàu, đại lý, các dự án, công trình, các nhà máy chế biến, sản xuất, gia công hàng xuất khẩu, các tổ chức cung ứng, kinh doanh

hàng nhập khẩu, xuất khẩu và các tổ chức xã hội khác nhận sản phẩm / dịch vụ do VIJACO cung cấp. Trong nội bộ của Công ty VIJACO, áp dụng khái niệm khách hàng nội bộ.

Với phương tiện vận chuyển, thiết bị bốc xếp hiện đại, đội ngũ cán bộ - nhân viên có kinh nghiệm - chuyên môn cao và mọi tác nghiệp trong sản xuất kinh doanh của VIJACO theo tiêu chuẩn ISO 9001: 2000, trong 15 năm qua VIJACO đã và đang làm thủ tục thông quan, vận tải - lắp đặt - giao nhận hàng XNK thông thường, hàng quá khổ & quá tải từ các biển Việt Nam đến tận chân công trình, nhà máy cho nhiều dự án lớn & các khách hàng tiềm năng thuộc các khu công nghiệp - Việt Nam như:

- Nhà máy Xi măng Chinfon - Hải Phòng
- Công ty Toyota Boshoku Hải phòng- khu CN Nomura Haiphong.
- Công ty Toyoda Gosei Hải Phòng
- Công ty Yazaki Hải Phòng.
- Công ty Sumi Ruber - khu CN Nomura Haiphong
- Công ty Sumitomo Vietnam Automotive
- Công ty Phụ tùng xe máy ô tô Goshi Thăng Long-Sài đồng- Hà Nội
- Công ty Kính nổi Việt Nam (VFG)- Quế Võ- Bắc Ninh
- Công ty Honda Việt Nam - Vĩnh Phúc
- Công ty Honda Trading Việt Nam.
- Công ty Sumitomo Nacco Vietnam- Khu CN Bắc Thăng Long - Hà Nội.
- Công ty Taikisa Viet nam.
- Cty Ikeuchi Viet Nam - Khu CN Bắc Thăng Long - Hà Nội.
- Công ty Piaggio Việt nam - Vĩnh Phúc.
- Công ty GE Viet nam
- Công ty Ford Việt Nam - Hải Dương
- Công ty Toyota Boshoku Hà nội
- Công ty xây dựng kết cấu thép Mitsui Thăng Long (MTSC) Ninh Sở - Hà Nội

2.1.5.3. Đối thủ cạnh tranh

Tại miền Bắc, VIJACO có những đối thủ cạnh tranh trực tiếp sau: Viconship, Dragon, VinaBridge, Tasa, Transco...

Bên cạnh đó các các DN tư nhân, Công ty TNHH, công ty cổ phần, hợp tác xã... kinh doanh trong lĩnh vực logistics mới thành lập trong vòng vài năm gần đây là những đối thủ tiềm tàng của VIJACO.

2.1.5.4. Hoạt động Marketing – mix của công ty

A. Chiến lược sản phẩm:

- Công ty áp dụng chiến lược đa dạng hóa sản phẩm:

- + Vận tải
- + Khai thuê hải quan
- + Cho thuê kho ngoại quan

- Định hướng nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ thông qua việc nâng cao chất lượng nhân viên để đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng và làm hài lòng khách hàng một cách cao nhất. Từ đó công ty sẽ nâng cao khả năng cạnh tranh của mình so với các công ty trong ngành và có thể kéo khách hàng về phía mình.

B. Chiến lược giá:

- Giá của sản phẩm dịch vụ được tính dựa trên:

- + Số Km
- + Số Containers
- + Xăng, dầu
- + Phí cầu đường
- + Một số phụ phí khác

- Các yếu tố ảnh hưởng đến việc định giá:

- + Đường vận chuyển nguy hiểm
 - + Hàng hóa có tính chất đặc thù khó khăn trong việc vận chuyển
- ⇒ Giá cước cao hơn

C. Chiến lược phân phối:

- + Quảng cáo trên các website của ngành hoặc các website có nhiều người

xem và quan tâm đến ngành vận tải.

- + Cử nhân viên trực tiếp tìm và tiếp xúc với khách hàng.

D. Chiến lược xúc tiến hỗn hợp:

-Bản thân công ty là liên doanh Việt-Nhật và khách hàng chủ yếu là các công ty của Nhật. Chính vì vậy công ty sẽ có những ưu đãi (VD: giảm giá cước...) cho các công ty nào giới thiệu các công ty bên Nhật, công ty Nhật ở Việt Nam hoặc các công ty nước ngoài có nhu cầu xuất nhập khẩu vào trong Việt Nam.

2.2. THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY VIJACO

2.2.1 Phân tích khái quát kết quả kinh doanh

BẢN CÂN ĐỐI KẾ TOÁN CÔNG TY VIJACO
Tại ngày 31/12/2009

(Đơn vị tính: VND)

Mã số	Chỉ tiêu	12/31/2009	12/31/2008
PHẦN I - TÀI SẢN			
100	A . TÀI SẢN NGẮN HẠN	28,805,737,068	25,538,585,759
110	I. Tiền và các khoản tương đương tiền	2,702,373,198	2,249,888,599
111	1. Tiền	1,800,210,063	1,352,686,480
112	2. Các khoản tương đương tiền	902,163,135	897,202,119
120	II. Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	21,000,000,000	19,000,000,000
121	1. Đầu tư ngắn hạn	21,000,000,000	19,000,000,000
129	2. Dự phòng giảm giá chứng khoán đầu tư ngắn hạn (*)		
130	III. Các khoản phải thu ngắn hạn	4,812,424,387	3,890,271,358
131	1. Phải thu của khách hàng	4,376,929,772	3,305,096,494
132	2. Trả trước cho người bán		
133	3. Phải thu nội bộ	235,009,522	390,594,316
134	4. Phải thu theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng		
138	5. Các khoản phải thu khác	200,485,093	194,580,548
139	6. Dự phòng các khoản phải thu khó đòi (*)		

140	IV. Hàng tồn kho	235,939,483	343,925,802
141	1. Hàng tồn kho	235,939,483	343,925,802
149	2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho (*)		
150	V. Tài sản ngắn hạn khác	55,000,000	54,500,000
151	1. Chi phí trả trước ngắn hạn	55,000,000	54,500,000
152	2. Thuế GTGT được khấu trừ		
154	3. Thuế và các khoản khác phải thu Nhà nước		
158	5. Tài sản ngắn hạn khác		
200	B. TÀI SẢN DÀI HẠN	24,357,060,356	26,317,222,605
210	I. Các khoản phải thu dài hạn	-	-
211	1. Phải thu dài hạn của khách hàng		
212	2. Vốn kinh doanh ở đơn vị trực thuộc		
213	3. Phải thu dài hạn nội bộ		
218	4. Phải thu dài hạn khác		
219	5. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi (*)		
220	II. Tài sản cố định	24,357,060,356	26,317,222,605
221	1. Tài sản cố định hữu hình	17,889,727,967	19,315,290,216
222	- Nguyên giá	36,831,939,521	36,003,668,400
223	- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	(18,942,211,554)	(16,688,378,184)
224	2. Tài sản cố định thuê tài chính	-	-
225	- Nguyên giá		
226	- Giá trị hao mòn lũy kế (*)		
227	3. Tài sản cố định vô hình	6,467,332,389	7,001,932,389
228	- Nguyên giá	10,692,000,000	11,020,515,834
229	- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	(4,224,667,611)	(4,018,583,445)
230	4. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang		
240	III. Bất động sản đầu tư		
241	- Nguyên giá		
242	- Giá trị hao mòn lũy kế (*)		
250	IV. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn		
251	1. Đầu tư vào công ty con		
252	2. Đầu tư vào công ty liên kết, liên doanh		
258	3. Đầu tư dài hạn khác		

259	4. Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn (*)		
260	V. Tài sản dài hạn khác		
261	1. Chi phí trả trước dài hạn		
262	2. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại		
268	3. Tài sản dài hạn khác		
270	TỔNG CỘNG TÀI SẢN	53,162,797,424	51,855,808,364

Mã số	Chỉ tiêu	12/31/2009	12/31/2008
	PHẦN II - NGUỒN VỐN		
300	A. NỢ PHẢI TRẢ	4,337,913,840	2,860,589,726
310	I. Nợ ngắn hạn	4,337,913,840	2,860,589,726
311	1. Vay và nợ ngắn hạn		
312	2. Phải trả cho người bán	1,543,059,167	904,402,439
313	3. Người mua trả tiền trước		
314	4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	1,411,129,218	954,689,700
315	5. Phải trả công nhân viên	771,162,553	618,643,210
316	6. Chi phí phải trả	395,336,064	189,834,545
317	7. Phải trả nội bộ		
318	8. Phải trả theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng		
319	9. Các khoản phải trả, phải nộp khác	217,226,838	193,019,832
320	10. Dự phòng phải trả ngắn hạn		
330	II. Nợ dài hạn	-	-
331	1. Phải trả dài hạn người bán		
332	2. Phải trả dài hạn nội bộ		
333	3. Phải trả dài hạn khác		
334	4. Vay và nợ dài hạn		
335	5. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả		
336	6. Dự phòng trợ cấp mất việc làm		
337	7. Dự phòng phải trả dài hạn		

400	B . VỐN CHỦ SỞ HỮU	48,824,883,584	48,995,218,638
410	I. Vốn chủ sở hữu	48,818,762,132	48,995,140,146
411	1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	42,000,000,000	40,000,000,000
412	2. Thặng dư vốn cổ phần		
413	3. Vốn khác của chủ sở hữu		
414	4. Cổ phiếu quỹ (*)		
415	5. Chênh lệch đánh giá lại tài sản		
416	6. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	-	4,717,650,793
417	7. Quỹ đầu tư phát triển		
418	8. Quỹ dự phòng tài chính		
419	9. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu		
420	10. Lợi nhuận chưa phân phối	6,818,762,132	4,277,489,353
421	11. Nguồn vốn đầu tư XDCB		
430	II. Nguồn kinh phí, quỹ khác	6,121,452	78,492
431	1. Quỹ khen thưởng và phúc lợi	6,121,452	78,492
432	2. Nguồn kinh phí		
433	3. Nguồn kinh phí đã hình thành TSCĐ		
440	TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	53,162,797,424	51,855,808,364

BẢNG TỔNG HỢP KẾT QUẢ KINH DOANH

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2008	So sánh	
			Tuyệt đối	Tương đối
1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	26,542,642,264	22,821,236,431	3,721,405,833	16.31%
2. Các khoản giảm trừ doanh thu				
- Hàng bán bị trả lại				
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ (10 = 1 - 2)	26,542,642,264	22,821,236,431	3,721,405,833	16.31%
4. Giá vốn hàng bán	14,311,117,536	13,387,030,504	924,087,032	6.90%
5. Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20 = 10 - 11)	12,231,524,728	9,434,205,927	2,797,318,801	29.65%
6. Doanh thu hoạt động tài chính	908,351,814	917,446,427	(9,094,613)	-0.99%
7. Chi phí tài chính	25,320,666	24,912,625	408,041	1.64%
- Trong đó: chi phí lãi vay				
8. Chi phí bán hàng				
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	3,183,287,673	3,109,898,472	73,389,201	2.36%
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh 30 = (20 + 21) - 22 - 24 - 25	9,931,268,203	7,216,841,257	2,714,426,946	37.61%
11. Thu nhập khác	106,363,636	59,921,031	46,442,605	77.51%
12. Chi phí khác	50,084,024	30,777,838	19,306,186	62.73%
13. Lợi nhuận khác (40 = 31 - 32)	56,279,612	29,143,193	27,136,419	93.11%
14. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 + 40)	9,987,547,815	7,245,984,450	2,741,563,365	37.84%
15. Chi phí thuế TNDN hiện hành	2,496,886,954	1,811,496,113	685,390,841	37.84%
16. Chi phí thuế TNDN hoãn lại	-	-	-	
17. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (60 = 50 - 51 - 52)	7,490,660,861	5,434,488,338	2,056,172,524	37.84%
18. Lãi cơ bản trên cổ phiếu				

Tổng doanh thu của Công ty năm 2008 là 22,821,236,431 VNĐ, năm 2009 là 26,542,642,264 VNĐ, tăng thêm 3,721,405,833 VNĐ, tương ứng với 16,31%. Doanh thu của VIJACO có tốc độ tăng tương đối so với năm 2008. Do ban lãnh đạo Công ty đã có những chính sách hợp lý nhằm khai thác hiệu quả sử dụng của các phương tiện vận tải, không ngừng tìm hiểu, thăm dò thị trường.

Do có sự biến động của giá xăng, dầu trên thị trường trong thời gian qua và Công ty đã đầu tư nhiều cho các dịch vụ thuê ngoài làm cho giá vốn hàng bán có sự biến động chút ít. Căn cứ vào báo cáo kết quả kinh doanh của VIJACO ta thấy năm 2009 giá vốn hàng bán tăng so với năm 2008 là 924,087,032 VNĐ, tương ứng với 6.90%. Việc tăng giá vốn hàng bán làm cho tổng chi phí tăng lên.

Doanh thu hoạt động tài chính năm 2009 giảm so với năm 2008 là 9,094,613 VNĐ, bằng 0.99%.

Chi phí quản lý doanh nghiệp của Công ty năm 2009 tăng 73,389,201 VNĐ tương ứng 2,36% so với năm 2008. Nguyên nhân là do chi phí tiền lương, công tác phí, chi phí khác,... còn chiếm tỷ trọng cao trong tổng doanh thu.

Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh là nguồn thu chính của Công ty tăng 2,714,426,946 VNĐ, tương ứng với mức tăng 37,61%.

Lợi nhuận từ hoạt động khác trong năm 2009 tăng 27,136,419 VNĐ trong khi năm 2008 là 29,143,193 VNĐ, bằng 93,11%.

Lợi nhuận sau thuế của VIJACO năm 2009 tăng so với năm 2008 là 2,056,172,524, ứng với 37,84%. Ngoài những nguyên nhân đã nêu trên, một trong những biện pháp mà Ban lãnh đạo Công ty đề ra nhằm tăng lợi nhuận là VIJACO đã thành lập một nhóm chuyên liên hệ, tìm kiếm các chuyến hàng 2 chiều Bắc - Nam. Điều này giúp cho các xe tải chở hàng cho nhà máy Honda Việt Nam từ Vĩnh Phú vào TP.HCM khi quay về sẽ được hạn chế số lần đi không hàng.

2.2.2 Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh

2.2.2.1 Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản cố định

Bảng 1: CHỈ TIÊU HIỆU QUẢ SỬ DỤNG TÀI SẢN CỐ ĐỊNH

Đơn vị tính: VNĐ

STT	CHỈ TIÊU	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tài sản cố định	26,317,222,605	24,357,060,356	(1,960,162,249)	-7.45%
2	Tổng doanh thu trong kỳ	22,821,236,431	26,542,642,264	3,721,405,833	16.31%
3	Lợi nhuận sau thuế	5,434,488,338	7,490,660,861	2,056,172,524	37.84%
4	Hiệu suất sử dụng tài sản cố định (2/1)	0.867	1.090	0.223	25.67%
5	Hiệu quả sử dụng tài sản cố định (3/1)	0.206	0.308	0.101	48.93%

Qua bảng Chỉ tiêu trên ta thấy: Hiệu suất sử dụng tài sản cố định là 0,867 và năm 2009 là 1,09. Như vậy hiệu suất sử dụng tài sản cố định năm 2009 đã tăng 0,223 so với năm 2008, có nghĩa là nếu như năm 2008 cứ bỏ 100 đồng tài sản cố định vào sản xuất kinh doanh thì thu về 86,7 đồng doanh thu và sang năm 2009 thì cũng với 100 đồng tài sản cố định bỏ vào sản xuất kinh doanh thì đã thu về được 109 đồng doanh thu.

Hiệu quả sử dụng tài sản cố định của doanh nghiệp năm 2009 cũng tăng 0,101 so với năm 2008, có nghĩa là năm 2009 doanh nghiệp cứ bỏ 100 đồng tài sản cố định vào sản xuất kinh doanh thì thu được 30,8 đồng lợi nhuận sau thuế, tăng 10,1 đồng so với năm 2008. Nguyên nhân là do trong năm 2008 vừa qua doanh nghiệp đã bán đi 1 số tài sản cố định và lợi nhuận sau thuế tăng 37,84% nên hiệu quả sử dụng tài sản cố định tăng là điều hiển nhiên.

2.2.2.2 Phân tích hiệu quả sử dụng vốn

A, Hiệu quả sử dụng vốn cố định.

Bảng 1: HIỆU QUẢ SỬ DỤNG VỐN CỐ ĐỊNH

STT	Chỉ tiêu	ĐV	Năm 2008	Năm 2009	So sánh	
					Tuyệt Đối	Tương Đối
1	Doanh thu thuần	VNĐ	22,821,236,431	26,542,642,264	3,721,405,833	16.31%
2	Lợi nhuận trước thuế	VNĐ	7,245,984,450	9,987,547,815	2,741,563,365	37.84%
3	VCD bình quân	VNĐ	28,209,113,491	25,337,141,481	2,871,972,011	- 10.18%
4	Hiệu suất sử dụng VCD (1/3)	Lần	0.81	1.05	0.24	29.49%
5	Hàm lượng VCD (3/1)	Lần	1.24	0.95	-0.28	-22.77%
6	Tỷ suất lợi nhuận VCD(2/3)	Lần	0.26	0.39	0.14	53.46%

Từ bảng số liệu trên cho ta thấy trong năm 2009 số vốn cố định bình quân của công ty là 28,209,113,491 VNĐ giảm so với năm 2008 là 2,871,972,011 VNĐ tương ứng giảm 10,18%. Hiệu suất sử dụng vốn cố định là 0,81 tức là cứ một đồng vốn cố định bình quân khi tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh sẽ tạo ra 0,81 đồng doanh thu thuần. Năm 2009 đã tăng lên 1,05 lần tương ứng với tỷ lệ tăng 29,49, %.

Để đánh giá chính xác hơn, chúng ta xét đến tỷ suất lợi nhuận trước thuế / vốn cố định năm 2009 là 0,39 tức là cứ một đồng vốn cố định bình quân thì tạo ra 0,39 đồng lợi nhuận trước thuế và tăng so với năm 2008 là 0,14 lần tương ứng tăng 53,46%. Hiệu suất sử dụng vốn cố định tăng và tỷ suất lợi nhuận vốn cố định tăng điều đó chứng tỏ lượng vốn cố định của công ty để tạo ra một đồng doanh thu tăng, hiệu quả sử dụng vốn cố định tăng lên.

Qua phân tích trên ta thấy các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định của công ty là tốt do khả năng sinh doanh thu của một đồng vốn cố định khá cao. Doanh nghiệp cần phát huy trong các kỳ tới

B, Hiệu quả sử dụng vốn lưu động.

Bảng 2: HIỆU QUẢ SỬ DỤNG VỐN LƯU ĐỘNG

STT	Chỉ tiêu	ĐV	Năm 2008	Năm 2009	So sánh	
					Tuyệt Đối	Tương Đối
1	VLD bình quân	VNĐ	22,409,252,904	27,172,161,414	4,762,908,510	21.25%
2	Doanh thu thuần	VNĐ	22,821,236,431	26,542,642,264	3,721,405,833	16.31%
3	Giá vốn hàng bán	VNĐ	13,387,030,504	14,311,117,536	924,087,032	6.90%
4	Hàng tồn kho bq	VNĐ	292,050,243	289,932,643	(2,117,601)	-0.73%
5	Lợi nhuận trước thuế	VNĐ	7,245,984,450	9,987,547,815	2,741,563,365	37.84%
6	Sức sinh lời của VLD (5/1)	Lần	0.32	0.37	0.04	13.67%
7	Hệ số đảm nhiệm VLD (1/2)	Lần	0.98	1.02	0.04	4.25%
8	Số vòng quay VLD (2/1)	Lần	1.02	0.98	-0.04	-4.08%
9	Thời gian 1 vòng quay VLD	Ngày	353.50	368.54	15.04	4.25%

Qua bảng số liệu trên ta thấy:

Sức sinh lợi của vốn lưu động năm 2009 tăng, cụ thể năm 2008 một đồng vốn lưu động tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh tạo ra được 0,32 đồng lợi nhuận, Năm 2009 một đồng vốn lưu động tạo ra được 0,37 đồng lợi nhuận, tăng tuyệt đối 0,04 đồng tương đối tăng 13,67%.

Thông qua hệ số đảm nhiệm vốn cho ta biết: Năm 2008 hệ số đảm nhiệm vốn lưu động là 0,98 tức là một đồng doanh thu thuần cần 0,98 đồng vốn lưu động. Năm 2009 hệ số đảm nhiệm là 1,02 tức là để tạo ra một đồng doanh thu thuần cần 1,02 đồng vốn lưu động, và hệ số này có xu hướng tăng là biểu hiện

không tốt trong việc sử dụng vốn lưu động.

– Số vòng quay vốn lưu động của công ty năm 2009 giảm so với năm 2008. Cụ thể giảm từ 1,02 vòng xuống 0,98 vòng. Đây cũng là biểu hiện không tốt trong hiệu quả sử dụng vốn lưu động của Công ty. Nó cho biết vòng quay vốn lưu động trong một kỳ của Công ty giảm, cho ta thấy vốn lưu động của công ty bị ứ đọng.

– Số ngày luân chuyển vốn lưu động của công ty có xu hướng tăng, năm 2008 là 353,50 ngày và năm 2009 tăng lên 368,54 ngày. Đây cũng là một dấu hiệu không tốt vì khi số ngày chu chuyển vốn lưu động tăng làm cho vốn lưu động quay vòng chậm hơn.

Qua số liệu ở trên ta thấy doanh thu và lợi nhuận tác động trực tiếp đến hiệu quả sử dụng vốn. Doanh thu có mối quan hệ ngược chiều với kỳ thu tiền bình quân. Vì vậy nâng cao hiệu quả sử dụng VLD của công ty đồng nghĩa với việc tăng doanh thu và lợi nhuận

Tóm lại, Vốn lưu động bình quân tăng dần theo các năm nhưng hiệu quả sử dụng vốn lưu động của công ty chưa được như mong muốn, có một số chỉ tiêu còn thấp, một số chỉ tiêu có dấu hiệu phục hồi nhưng chưa cao. Vậy có thể nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động công ty cần có những biện pháp hữu hiệu hơn trong thời gian tới.

2.2.3 Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí

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

Chi phí hoạt động kinh doanh bao gồm tất cả các chi phí có liên quan đến quá trình kinh doanh của doanh nghiệp như chi phí giá vốn hàng bán, chi phí hoạt động tài chính, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp.

Bảng 3: CÁC CHỈ TIÊU CHI PHÍ

Đơn vị tính: VNĐ

STT	CHỈ TIÊU	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Giá vốn hàng bán	13,387,030,504	14,311,117,536	924,087,032	6.90%
2	Chi phí tài chính	24,912,625	25,320,666	408,041	1.64%
	<i>Trong đó: Lãi vay phải trả</i>				
3	Chi phí bán hàng				
4	Chi phí quản lý doanh nghiệp	3,109,898,472	3,183,287,673	73,389,201	2.36%
5	Chi phí khác				
6	Tổng chi phí (1+2+3+4+5)	16,521,841,601	17,519,725,875	997,884,274	6.04%
7	Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	22,821,236,431	26,542,642,264	3,721,405,833	16.31%
8	Doanh thu hoạt động tài chính	917,446,427	908,351,814	-9,094,613	-0.99%
9	Tổng doanh thu (7+8)	23,738,682,858	27,450,994,078	3,712,311,220	15.64%
10	Lợi nhuận sau thuế TNDN	5,434,488,338	7,490,660,861	2,056,172,524	37.84%
11	Hiệu suất sử dụng chi phí (9/6)	1.437	1.567	0.130	9.05%
12	Hiệu quả sử dụng chi phí (10/6)	0.329	0.428	0.099	29.98%

Nhận xét: Qua bảng trên ta thấy:

- Giá vốn hàng bán của doanh nghiệp năm 2009 tăng lên 924,087,032 VNĐ tương ứng với tỷ lệ 6,90% so với năm 2008. Giá vốn hàng bán tăng là do những nguyên nhân sau:

- + Giá cả nguyên vật liệu đầu vào và các khoản phụ phí trong kỳ tăng.
- + Do lạm phát dẫn đến lương của cán bộ công nhân viên tăng lên.

Giá vốn hàng bán tăng đồng thời làm tăng chi phí quản lý doanh nghiệp, cụ thể: chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2009 đã tăng 73,389,201 VNĐ, tương ứng với tỷ lệ tăng 2,36% so với năm 2008. Trong khi đó doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp tăng từ 22,821,236,431 VNĐ năm

2008 lên 26,542,642,264 VNĐ, tức là tăng 3,721,405,833 VNĐ, tương ứng với tỷ lệ tăng 16,31%. Cả chi phí quản lý doanh nghiệp và doanh thu thuần đều tăng tuy nhiên mức tăng của chi phí quản lý doanh nghiệp so với doanh thu thuần là không đáng kể. Tuy đây là 1 kết quả tốt nhưng chúng ta cần phải cố gắng tìm các biện pháp giảm chi phí quản lý doanh nghiệp để thu được kết quả tốt hơn nữa.

Tổng doanh thu của doanh nghiệp năm 2009 tăng 3,721,411,220 VNĐ tương ứng 15,64% so với năm 2008 và hiệu suất sử dụng chi phí của doanh nghiệp tăng từ 1,437 lên 1,567. Như vậy với chi phí bỏ ra và doanh thu thu được thì hiệu suất sử dụng chi phí của doanh nghiệp tăng lên 0,130 tức là nếu năm 2008 cứ 1 đồng chi phí doanh nghiệp bỏ vào hoạt động sản xuất kinh doanh thì thu về được 1,437 đồng doanh thu và sang năm 2009 thì tỷ lệ này đã tăng lên là 1,567.

Lợi nhuận sau thuế năm 2009 tăng 2,056,172,524 VNĐ tương ứng với tỷ lệ 37,84% so với năm 2008. Điều này chứng tỏ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp tốt, và nó làm cho hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp năm 2009 tăng so với năm 2008, cụ thể năm 2008 nếu cứ bỏ 1 đồng chi phí vào hoạt động sản xuất kinh doanh thì thu được 0,329 đồng lợi nhuận sau thuế, trong khi đó cũng với một lượng chi phí như vậy bỏ vào sản xuất kinh doanh thì doanh nghiệp năm 2009 đã thu được 0,428 đồng lợi nhuận như vậy hiệu quả sử dụng chi phí năm 2009 đã khởi sắc hơn khi tăng tương ứng là 0,099 đồng lợi nhuận sau thuế với cùng 1 lượng chi phí bỏ ra.

Như vậy cả hiệu suất sử dụng chi phí và hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp năm 2009 đều tăng so với năm 2008, điều này chứng tỏ hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp là tốt, doanh nghiệp cần phát huy trong kỳ kinh doanh tới.

2.2.4 Các chỉ tiêu khả năng thanh toán của doanh nghiệp

Bảng 4:

CÁC CHỈ SỐ VỀ KHẢ NĂNG THANH TOÁN CỦA DOANH NGHIỆP

Đơn vị tính: VND

STT	Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tổng tài sản	51,855,808,364	53,162,797,424	1,306,989,060	2.52%
2	Tổng nợ phải trả	2,860,589,726	4,337,913,840	1,477,324,114	51.64%
3	Tài sản ngắn hạn	25,538,585,759	28,805,737,068	3,267,151,309	12.79%
4	Tổng nợ ngắn hạn	2,860,589,726	4,337,913,840	1,477,324,114	51.64%
5	Tiền và các khoản tương đương tiền	2,249,888,599	2,702,373,198	452,484,599	20.11%
6	Các khoản đầu tư TC ngắn hạn	19,000,000,000	21,000,000,000	2,000,000,000	10.53%
7	Hệ số thanh toán tổng quát 1/2)	18.13	12.26	-5.87	-32.39%
8	Hệ số thanh toán nợ ngắn hạn 3/4)	8.93	6.64	-2.29	-25.62%
9	Hệ số thanh toán nhanh [(5+6)/4]	7.43	5.46	-1.96	-26.45%

Nhận xét: Qua bảng hệ số thanh toán ta thấy tất cả các chỉ số về khả năng thanh toán của công ty trong 2 năm 2008 và 2009 đều lớn hơn 1, chứng tỏ khả năng thanh toán của công ty là tốt. Tuy nhiên:

+ Năm 2008 cứ 1 đồng đi vay thì có 18,13 đồng tài sản đảm bảo và đến năm 2009 tỷ lệ này giảm đi còn 12,26 tức là cứ 1 đồng đi vay thì có 12,26 đồng tài sản đảm bảo. Số dĩ giảm là do tổng tài sản tăng nhưng tăng ít hơn so với mức tăng của tổng nợ phải trả.

+ Năm 2009 hệ số thanh toán nợ ngắn hạn là 6,64, vậy là đã giảm so với năm 2008 là 2,29 tương ứng với 25,62%. Điều này chứng tỏ khả năng thanh toán nợ ngắn hạn của công ty ngày càng giảm đi.

+ Khả năng thanh toán nhanh của công ty năm 2008 là 7,43, khả năng thanh toán nhanh năm 2009 là 5,46, điều này cho thấy công ty có tính thanh khoản ngày càng giảm đi và cần cải thiện trong thời gian sắp tới.

2.2.5 Đánh giá khả năng hoạt động

Bảng 5: CHỈ SỐ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP

Đơn vị tính: VNĐ

STT	Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Giá vốn hàng bán	13,387,030,504	14,311,117,536	924,087,032	6.90%
2	Doanh thu thuần	22,821,236,431	26,542,642,264	3,721,405,833	16.31%
3	Hàng tồn kho	343,925,802	235,939,483	(107,986,319)	-31.40%
4	Các khoản phải thu	3,890,271,358	4,812,424,387	922,153,029	23.70%
5	Số ngày kỳ kinh doanh	360	360		
6	Số vòng quay hàng tồn kho (vòng/năm)(1/3)	38.92	60.66	21.73	55.83%
7	Số ngày một vòng quay hàng tồn kho (ngày)(5/6)	9.25	5.94	-3.31	-35.83%
8	Vòng quay các khoản phải thu vòng)(2/4)	5.87	5.52	-0.35	-5.98%
9	Kỳ thu tiền bình quân (ngày)(5/8)	61.37	65.27	3.90	6.36%

Nhận xét :

* Số vòng quay hàng tồn kho và số ngày một vòng quay hàng tồn kho :

Từ bảng số liệu trên ta nhận thấy vòng quay hàng tồn kho của công ty năm 2009 đã tăng so với năm 2008 tức là tăng 21,73 vòng (từ 38,92 vòng lên 60,66 vòng). Điều này chứng tỏ năm 2009 doanh nghiệp đã sử dụng nguyên vật

liệu đầu vào có hiệu quả góp phần hạ giá thành dịch vụ, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Chính vì vòng quay hàng tồn kho năm 2009 tăng nên làm cho số ngày một vòng quay hàng tồn kho giảm 3.31 ngày/vòng so với năm 2008 (từ 9,25 ngày/vòng xuống còn 5,94 ngày/vòng). Điều này chứng tỏ trong năm qua doanh nghiệp đã làm tốt công tác quản lý hàng tồn kho, doanh nghiệp cần tiếp tục phát huy hơn nữa trong năm 2010.

* Vòng quay các khoản phải thu và kỳ thu tiền bình quân:

Năm 2009 vòng quay các khoản phải thu là 5,52 vòng/năm trong khi đó năm 2008 là 5,87 vòng/năm như vậy số vòng quay đã giảm đi 0,35 vòng vì thế làm cho kỳ thu tiền bình quân tăng từ 61,37 ngày/vòng lên 65,27 ngày/vòng tức là tăng lên 3,9 ngày. Số vòng quay giảm đi chứng tỏ doanh nghiệp đã làm không tốt công tác thu hồi các khoản phải thu và các khoản phải thu của năm 2009 vẫn tăng gần 1 tỷ so với năm 2008 do vậy doanh nghiệp cần thúc đẩy hơn tốc độ thu hồi nợ.

2.2.6 Các chỉ tiêu phản ánh khả năng sinh lời

Bảng 6: CÁC CHỈ TIÊU SỨC SINH LỢI

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
					Tuyệt đối	Tương đối
1	Doanh thu thuần	VNĐ	22,821,236,431	26,542,642,264	3,721,405,833	16.31%
2	Tổng tài sản bình quân	VNĐ	50,618,366,395	52,509,302,894	1,890,936,500	3.74%
3	Vốn chủ sở hữu bq	VNĐ	47,466,466,358	48,910,051,111	1,443,584,754	3.04%
4	Lợi nhuận sau thuế	VNĐ	5,434,488,338	7,490,660,861	2,056,172,524	37.84%
5	LNst/D.thu (4/1)	lần	0.238	0.282	0.044	18.51%
6	Sức sinh lợi của TS (ROA) (4/2)	lần	0.107	0.143	0.035	32.87%
7	Sức sinh lợi của VCSH (ROE) (4/3)	lần	0.114	0.153	0.039	33.77%

- *Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu*: Năm 2009 so với năm 2008 đã tăng lên 18,51%. Nếu năm 2008, cứ 100 đồng doanh thu từ hoạt động kinh doanh thì có 23,8 đồng lợi nhuận nhưng sang năm 2009 thì lợi nhuận đã tăng lên, tức là cứ 100 đồng doanh thu thu được thì chỉ có 28,2 đồng lợi nhuận trong đó.

- *Sức sinh lợi của tài sản (ROA)*:

Căn cứ vào các số liệu tính toán ở bảng trên ta thấy: năm 2008 cứ 1 triệu đồng tài sản tạo ra 0.107 triệu đồng lợi nhuận ròng, năm 2009 là 0.143 triệu đồng. Năm 2009 tăng so với năm 2008 là 0.035 triệu đồng/1 triệu đồng tài sản, tương đương 32,87%. Điều đó chứng tỏ năm 2009 Công ty đã có sự sắp xếp, phân bổ và quản lý sử dụng tài sản hợp lý và có hiệu quả hơn năm 2008.

- *Sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu (ROE)*:

Năm 2008, cứ 1 triệu đồng vốn chủ sở hữu lại mang về 0.114 triệu đồng lợi nhuận sau thuế, năm 2009 là 0.153 triệu đồng. Như vậy, mức lợi nhuận tính theo vốn chủ sở hữu của năm 2009 tăng so với năm 2008 là 0.039 triệu đồng / 1 triệu đồng vốn chủ sở hữu, tương đương 33,77%%. Nguyên nhân do năm 2009 vốn chủ sở hữu của Công ty chỉ tăng nhẹ so với năm 2008 là 1,443,584,754 VNĐ, tương ứng với 3,04%, trong khi đó lợi nhuận năm 2009 tăng so với năm 2008 là 2,056,172,524 VNĐ, bằng 37,84%. Nói cách khác do tốc độ tăng của lợi nhuận cao hơn tốc độ tăng của vốn chủ sở hữu nên sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu tăng.

2.2.7 Đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

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

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

Do đặc điểm là một Công ty vận tải nên số lao động trực tiếp chiếm số lượng rất lớn tổng VIJACO, tính đến ngày 31/12/2009 toàn công ty có 192 cán bộ, nhân viên đang lao động.

Bảng 7: BẢNG THỐNG KÊ LĐ GIAI ĐOẠN 2008-2009

Chỉ tiêu	Năm 2008		Năm 2009		So sánh	
	Số Lượng	Cơ cấu (%)	Số Lượng	Cơ cấu (%)	Tuyệt đối	Tương đối (%)
<i>I. Theo tính chất</i>						
1. Ban giám đốc	2	1.18%	2	1.11%	0	0.00%
2. LĐ gián tiếp	66	38.82%	68	37.78%	2	3.03%
3. LĐ trực tiếp	102	60.00%	110	61.11%	8	7.84%
Tổng số	170	100%	180	100%	10	5.88%
<i>II. Theo trình độ</i>						
Đại học	50	29.41%	54	30.00%	4	8.00%
Cao đẳng	9	5.29%	9	5.00%	0	0.00%
Trung cấp	8	4.71%	8	4.44%	0	0.00%
Sơ cấp	77	45.29%	82	45.56%	5	6.49%
Lao động phổ thông	26	15.29%	27	15.00%	1	3.85%
Tổng số	170	100%	180	100%	10	5.88%
<i>III. Theo LĐ trực tiếp</i>						
1. Thợ sửa chữa	19	18.63%	20	18.18%	1	5.26%
2. Công nhân bốc xếp	14	13.73%	14	12.73%	0	0.00%
3. Lái xe	63	61.76%	70	63.64%	7	11.11%
4. Bảo vệ, nhân viên vệ sinh	6	5.88%	6	5.45%	0	0.00%
Tổng số	102	100%	110	100%	8	7.84%

Qua bảng trên ta thấy về cơ cấu tổng số lao động của công ty VIJACO năm 2009 là 180 người, còn năm 2008 là 170 người, tương ứng với mức tăng là 5,88%. Trong đó, không có lao động nào nghỉ hưu, nghỉ mất sức hay chuyển công tác. Toàn bộ 10 lao động tăng thêm đều là nhân viên mới được tuyển thêm để đáp ứng nguồn nhân lực cho hoạt động kinh doanh.

- Bộ máy lãnh đạo của doanh nghiệp không có gì thay đổi, vẫn bao gồm một Tổng giám đốc người Việt Nam và một Phó giám đốc người Nhật Bản.
- Lực lượng lao động gián tiếp của Công ty năm 2009 tăng thêm so với năm 2008 là 2 người, tương ứng với mức tăng 3,03%. Số lao động này được tuyển thêm vào bộ phận giao nhận thuộc Phòng Dự án.
- Lực lượng lao động trực tiếp cũng có chiều hướng tăng thêm. Trong đó, năm 2008 có 102 người, còn năm 2009 đạt 110 người, tăng thêm 10 người và tương ứng với tỉ lệ 7,84%. Như vậy số lượng lao động của Công ty từ năm 2008-2009 nhìn chung là đều có xu hướng tăng lên, trong đó mức tăng của lao động trực tiếp cao hơn của lao động gián tiếp. Điều này phản ánh sự phù hợp trong quá trình mở rộng quy mô của VIJACO.

Cũng theo các số liệu thống kê ở trên, về chất lượng lao động của Công ty ta nhận thấy rằng số lao động có trình độ đại học được tăng thêm 4 người, tương ứng với mức tăng 8%.

Qua phân tích ta có thể kết luận được Ban lãnh đạo 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 một tốt hơn.

- **Đánh giá hiệu quả sử dụng lao động**

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

Bảng 8: CÁC CHỈ TIÊU HIỆU QUẢ SỬ DỤNG LĐ

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2008	Năm 2009	So sánh	
					Tuyệt đối	Tương đối
1	Doanh thu thuần	VNĐ	22,821,236,431	26,542,642,264	3,721,405,833	16.31%
2	LNST	VNĐ	5,434,488,338	7,490,660,861	2,056,172,524	37.84%
4	Tổng số lao động	Người	170	180	10	5.88%
5	Hiệu suất sử dụng lao động (1/4)	VNĐ /LĐ	134,242,567	147,459,124	13,216,556	9.85%
6	Mức sinh lời một lao động (2/4)	VNĐ /LĐ	31,967,578	41,614,783	9,647,204	30.18%

Qua bảng 8 ta thấy: năm 2009 cứ 1 lao động trong Công ty làm ra được 147,459,124 đồng, năm 2008 là 134,242,567 đồng, năm 2009 tăng so với năm 2008 là 13,216,556 đồng, tương ứng với 9,85%. Hiệu suất sử dụng lao động năm 2009 tăng hơn năm 2008 là do doanh thu năm 2009 tăng thêm 16.31%, tổng số lao động bình quân của Công ty tăng lên 5,88%. Do doanh thu của Công ty có chiều hướng tăng nhanh hơn tốc độ tăng của lao động bình quân.

Trong năm 2008 mỗi lao động của Công ty làm ra 31,967,578 đồng lợi nhuận sau thuế, năm 2009 là 41,614,783 triệu đồng, năm 2009 tăng so với năm 2008 là 9,647,204 đồng, tương ứng với 30,18%. Sở dĩ năng suất lao động theo lợi nhuận trong thời gian qua tăng lên là do lợi nhuận sau thuế của Công ty tăng lên 37.84% trong đó lao động bình quân của Công ty chỉ tăng 5.88%.

Qua việc phân tích các chỉ tiêu phản ánh về hiệu quả sử dụng lao động ta có thể đánh giá được việc sử dụng lao động của VIJACO trong năm qua có sự tăng trưởng cả về lao động trực tiếp và lao động gián tiếp. Bên cạnh đó chất lượng lao động cũng đã được nâng cao, đã và đang đem lại hiệu quả tích cực trong hoạt động kinh doanh.

2.3 Đánh giá chung

- Tổng doanh thu của Công ty tăng thêm 3,721,405,833 VNĐ, tương ứng với 16,31%. Đó là do ban lãnh đạo Công ty đã có những chính sách hợp lý

nhằm khai thác hiệu quả sử dụng của các phương tiện vận tải, không ngừng tìm hiểu, thăm dò thị trường.

-Hiệu quả sử dụng tài sản cố định của doanh nghiệp năm 2009 cũng tăng 0,101 so với năm 2008.

-Hiệu quả sử dụng vốn cố định của công ty là tốt do khả năng sinh doanh thu của một đồng vốn cố định khá cao. Doanh nghiệp cần phát huy trong các kỳ tới.

-Vốn lưu động bình quân tăng dần theo các năm nhưng hiệu quả sử dụng vốn lưu động của công ty chưa được như mong muốn, có một số chỉ tiêu còn thấp, một số chỉ tiêu có dấu hiệu phục hồi nhưng chưa cao. Vậy có thể nâng cao hiệu quả sử dụng vốn lưu động công ty cần có những biện pháp hữu hiệu hơn trong thời gian tới.

-Hiệu suất sử dụng chi phí và hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp năm 2009 đều tăng so với năm 2008, điều này chứng tỏ hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp là tốt, doanh nghiệp cần phát huy trong kỳ kinh doanh tới.

- Khả năng thanh toán nợ ngắn hạn và tính thanh khoản của công ty ngày càng giảm đi, cần cải thiện trong thời gian sắp tới.

- Sức sinh lợi của tài sản (ROA): Công ty đã có sự sắp xếp, phân bổ và quản lý sử dụng tài sản hợp lý và có hiệu quả hơn năm 2008.

- Sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu (ROE): Do tốc độ tăng của lợi nhuận cao hơn tốc độ tăng của vốn chủ sở hữu nên sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu tăng.

Qua các chỉ tiêu phản ánh trên đã cho thấy năm 2009 là một năm làm ăn tương đối tốt của công ty. Tuy nhiên vẫn còn một số vấn đề mà công ty cần cải thiện để từ đó khẳng định mình trong ngành và làm công ty phát triển hơn nữa.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY VIJACO

3.1. Giải pháp cải thiện chính sách đãi ngộ cho công nhân viên

3.1.1. Cơ sở của giải pháp

Nhân tố lao động là nhân tố quyết định sự thành công của doanh nghiệp, người lao động là người trực tiếp tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh, là người trực tiếp thực hiện các mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra. Lực lượng lao động tác động tới năng suất lao động, chất lượng sản phẩm, dịch vụ và tiến độ hoàn thành công việc. Ngày nay khoa học công nghệ phát triển mạnh mẽ, việc áp dụng những thành tựu này vào sản xuất kinh doanh đã đem lại hiệu quả to lớn nhưng vẫn không thể phủ nhận vai trò của người lao động. Máy móc, thiết bị là do con người tạo ra, công nghệ dù có đạt đến đâu cũng phải phù hợp với trình độ quản lý và trình độ tay nghề của người lao động thì mới phát huy được hiệu quả. Chính vì vậy việc nâng cao trình độ cho người lao động đóng một vai trò rất lớn, ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Qua tìm hiểu, nghiên cứu về cơ cấu lao động và cách quản lý, sử dụng lao động của công ty cho thấy công ty vẫn còn tình trạng đãi ngộ lao động không tốt, làm cho hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty giảm. Nhiều khi khối lượng làm việc của người này nhiều hơn người kia nhưng các khoản đãi ngộ lại như nhau, điều đó dẫn đến tinh thần làm việc giảm sút làm cho năng suất lao động giảm và trì trệ. Điển hình là năm 2006, trưởng phòng dự án 2 của công ty đã rời công ty và kéo theo rất nhiều chủ hàng làm cho công ty mất mát rất lớn.

3.1.2. Cách thực hiện giải pháp

Công ty nào cũng cần lên kế hoạch cho các chính sách đãi ngộ đối với nhân viên của mình, bao gồm 4 phần: bồi thường thiệt hại, phúc lợi, ghi nhận công lao và biểu dương khen ngợi. Nhiều doanh nghiệp ngày nay gặp rắc rối trong hai vấn đề: Thứ nhất, họ bỏ sót một hay nhiều hơn trong số 4 yếu tố phía

trên (thường là phần ghi nhận công lao và biểu dương khen ngợi). Và thứ hai, các chính sách đãi ngộ của họ thiếu đồng nhất với các chính sách chiến lược khác của công ty và VIJACO cũng không nằm ngoài điều đó. Một chính sách đãi ngộ hợp lý cần phải ghi nhận và biểu dương khen ngợi thành tích làm việc cũng như tác phong ứng xử của nhân viên. Trong chính sách đãi ngộ chúng ta bao gồm: “Đãi ngộ về vật chất” và “Đãi ngộ về tinh thần”. Vậy câu hỏi được đặt ra đó là làm thế nào để có 1 chính sách đãi ngộ hợp lý để níu kéo nhân viên.

Trước hết đối với “Đãi ngộ về vật chất” chúng ta có những biện pháp sau:

+ Lương:

Đối với những nhân viên có thành tích cao và hằng năm đem lại doanh thu cao cho công ty thì chúng ta có thể cân nhắc tăng lương cho họ, đó là phần thưởng xứng đáng cho những gì họ đã đóng góp và đem lại cho công ty trong những năm qua. Nhưng cái gì cũng có mặt trái mà vấn đề tăng lương cũng là một vấn đề nhạy cảm vì nó cũng dễ xảy ra những đòi hỏi từ những nhân viên khác chính vì vậy khi chúng ta xét tăng lương chúng ta cần 1 khoảng thời gian theo dõi và khen ngợi về những gì họ làm được trước các nhân viên khác để họ biết rằng lãnh đạo công ty tăng lương cho những người có thành tích cao trong nhiều năm là đúng đắn.

+ Thưởng và phạt:

Công ty có thể thưởng cho những nhân viên có thành tích tốt trong năm bằng cách cuối năm công ty sẽ thưởng thêm 2-3 tháng lương. Hoặc vào những ngày lễ tết có ngày nghỉ kéo dài (VD: như ngày 30-4 và 1-5 trong năm nay công nhân viên được nghỉ 5 ngày) họ thường lựa chọn dành thời gian cho gia đình để cùng gia đình đi du lịch và công ty sẽ có chính sách thưởng cho nhân viên 1 số tiền nhỏ để tạo điều kiện cho họ. Hoặc công ty thưởng cho mỗi phòng ban để họ tổ chức tour du lịch cho các nhân viên trong phòng, điều đó rất có lợi cho công ty vì ngoài việc đãi ngộ công nhân viên mà nó còn 1 mặt tốt đó là khi đi du lịch cùng tất cả gia đình trong phòng thì sẽ làm mọi người hiểu nhau hơn và sẽ đoàn kết gắn bó hơn trong công việc.

+Chi phí khách hàng:

Vì đặc thù công việc là dịch vụ và là công ty vận tải nên marketing là yếu và ngoài khách hàng truyền thống công ty còn cần phải cử nhân viên đi tìm các nguồn hàng khác. Chính vì vậy sẽ nảy sinh ra chi phí khách hàng và thường các khoản chi phí này nhân viên kinh doanh phải chịu tất cả (có 1 vài công ty hỗ trợ 1 phần nhưng không đáng kể). Vậy để kích thích nhân viên để họ có thể tìm nhiều nguồn hàng cho công ty thì công ty cần có chính sách khen thưởng hợp lý khi họ đem lại nhiều nguồn hàng và doanh thu cho công ty.

VD: Doanh thu dự kiến là 1 tỷ và trong năm họ đã tìm được nhiều khách hàng hơn cho công ty và làm cho doanh thu cuối năm lên đến 1,5 tỷ. Vậy điều công ty cần làm đó là tăng mức hỗ trợ chi phí khách hàng lên 1% trong DT kiếm được (thường mức hỗ trợ là 0.5%). Điều đó kích thích nhân viên trong việc tìm kiếm khách hàng về cho công ty vì họ không phải lo nghĩ nhiều về các chi phí khách hàng mà họ phải chịu tất cả (hoặc họ phải chịu phần lớn vì sự hỗ trợ của công ty là không đáng kể).

Ngoài sự “Đãi ngộ về vật chất” cái nhân viên còn rất cần đó là sự “Đãi ngộ về tinh thần”. Vậy “Đãi ngộ về tinh thần” là gì? Và làm thế nào cho hợp lý?. Khi con người có tinh thần phấn chấn thì có thể làm rất nhiều việc và thậm chí là làm rất tốt. Chính vì vậy, khi nhân viên có thành quả tốt trong công việc và chăm chỉ trong công việc công ty cần có những động thái biểu dương những thành quả đó của họ để họ biết những việc mình làm cho công ty là tốt và được công ty ghi nhận từ đó họ sẽ phát huy hơn nữa trong công việc. Công ty có thể gửi 1 bức thư ngắn khen ngợi họ hay là dừng trước bàn làm việc của anh ta và khen ngợi trực tiếp. Hay hơn nữa là nói lời khen ngợi nhân viên đó trước mặt các nhân viên khác. Điều này có rất nhiều cái lợi, trước hết về mặt cá nhân anh ta sẽ cảm thấy vui hơn và sẽ nhiệt tình hơn nữa trong công việc. Thứ hai là sẽ tạo ra 1 môi trường cạnh tranh trong công ty và điều đó sẽ đem lại năng suất cao hơn cho công ty. Thứ 3 là sẽ làm những nhân viên mới sẽ cố gắng học hỏi và mong 1 ngày nào đó sẽ được như thế.

3.1.3. Dự kiến kết quả đạt được

Khi công ty đã cải thiện được chế độ đãi ngộ của mình, công ty sẽ giữ chân được các nhân viên ưu tú của mình ở lại tiếp tục gắn bó với công ty. Đặc thù của công ty là dịch vụ chính vì vậy muốn tồn tại và phát triển hơn nữa thì chất lượng công việc chính là cái quan trọng nhất để đánh giá, chỉ có chất lượng tốt thì khách hàng mới tin tưởng và gắn bó lâu dài với công ty. Và để có chất lượng tốt thì phải có những con người ưu tú. Chính vì vậy khi công ty đã cải thiện được vấn đề đãi ngộ thì sẽ đạt được những kết quả mong muốn, nhân viên sẽ gắn bó với công ty hơn và sẽ cố gắng hơn nữa trong công việc vì họ hiểu công ty luôn quan tâm đến những đóng góp của mình cho công ty. Từ đó năng suất lao động sẽ cải thiện đáng kể và làm cho doanh thu cũng như khách hàng sẽ tăng lên trong tương lai.

3.2. Đào tạo và nâng cao trình độ nhân viên

3.2.1. Cơ sở của giải pháp

Là 1 công ty vận tải nên marketing qua website hay qua các chương trình truyền hình không phát huy được hiệu quả cho lắm và cũng không đem lại nhiều khách hàng cho công ty. Chính vì vậy, công ty thường giao nhiệm vụ cho các nhân viên thăm dò thị trường và tìm các nguồn khách hàng mới cho doanh nghiệp. Tìm được khách hàng đã khó nhưng để họ làm ăn lâu dài với mình còn là điều khó hơn cả. Đặc thù của công ty chính là dịch vụ chính vì vậy để níu giữ các đối tác chúng ta cần cho họ thấy chất lượng công việc mà ta phục vụ cho họ là tốt nhất. 1 công ty muốn có chất lượng tốt thì không cách nào khác là nâng cao trình độ nhân viên để nhân viên có thể đáp ứng mọi nhu cầu công việc mà khách hàng yêu cầu. Có thể bạn ngạc nhiên khi biết rằng người khổng lồ Walmart không những ngay từ đầu đã tuyển dụng các nhân viên bán hàng vào loại “nhất nhì” mà mỗi tháng còn bỏ ra 600 USD/người để đào tạo thêm cho số nhân viên này, hay tập đoàn Samsung không ngần ngại bỏ ra gần 120 triệu USD xây dựng Trung tâm huấn luyện đào tạo kỹ năng nhân viên? Câu trả lời rất đơn giản: Hoạt động đào tạo ngày nay đã trở thành ... “yếu tố vàng” của thành công.

3.2.2. Cách thực hiện giải pháp

- Ngày nay, nhu cầu tự trau dồi kiến thức của các nhân viên là rất lớn. Công ty nên tạo những điều kiện thuận lợi nhất định. VD: ngày nay, bằng đại học giờ không phải là hiếm, chính vì vậy họ hay hướng tới 1 cái đó lớn hơn và đó chính là cao học. Thường khi nhân viên làm trong lĩnh vực xuất nhập khẩu thì khi đi học cao học họ thường hướng về ngành thương mại như để nghiên cứu sâu hơn nữa về lĩnh vực mình làm, khi đó họ sẽ am hiểu hơn nữa về công việc mình đang làm và sẽ cải thiện được năng suất lao động sau này của bản thân. Chính vì vậy công ty nên tạo điều kiện về thời gian cho họ. Vừa không mất nhiều chi phí mà lại được một nguồn lao động có chất lượng.

- Trình độ ngoại ngữ trong công ty hiện nay là không cao. Chính vì vậy công ty cần mở lớp ngoại ngữ giao tiếp cho các nhân viên để họ có thể cải thiện vốn ngoại ngữ vẫn còn nghèo nàn của mình. Tuy vậy vẫn còn vấn đề được đặt ra là với những bận bịu của cuộc sống và những áp lực công việc liệu họ có học được không? Để trả lời câu trả lời này, công ty nên tổ chức lớp học vào khoảng tầm 5h30 1 trong các ngày trong tuần và 1 buổi vào sáng thứ 7 tầm 8h30 và mỗi buổi học chỉ kéo dài trong 1h30. Sau khóa học công ty sẽ tổ chức thi sát hạch và khen thưởng cho những ai có thành tích tốt.

- Đào tạo, nâng cao chất lượng lao động cho các nhân viên giữ vị trí trọng trách trong các phòng ban, bộ phận chủ chốt, cho họ tham gia học nghiệp vụ quản lý nhà nước, các lớp tiếng anh và tin học chuyên ngành thương mại.

- Đào tạo theo hình thức chuyên môn hóa đối với đội ngũ công nhân xếp dỡ, kho bãi, nhằm nâng cao tay nghề, trình độ chuyên môn, giảm chi phí trong xếp dỡ hàng hóa, tăng năng suất lao động, cụ thể là công ty sẽ mở các lớp tập huấn, đào tạo ngắn ngày.

- Đào tạo theo hình thức tổng hợp đối với đội ngũ nhân viên văn phòng, tạo ra sự thích ứng với sự thay đổi công nhân hay sự tương hỗ trong công việc của công ty.

- Đối với cán bộ kỹ thuật, công nhân bậc cao, công nhân kỹ thuật thì công ty nên tổ chức lớp học nghiệp vụ đào tạo tại chỗ. Từ đó các công nhân, cán bộ có tay nghề cao, có kinh nghiệm sẽ kèm cặp các công nhân mới hoặc công nhân có trình độ tay nghề còn kém.

-Để có thể nâng cao tay nghề của cán bộ công nhân viên trong công ty nhằm nâng cao năng suất lao động thì ban lãnh đạo cần đưa ra kế hoạch khảo sát trình độ của công nhân viên hàng năm thông qua việc sát hạch tay nghề hoặc tổ chức các cuộc thi tay nghề. Điều này sẽ tác động đến ý thức tự giác của người lao động, họ sẽ không ngừng học hỏi nâng cao nghiệp vụ tay nghề để đáp ứng yêu cầu của công việc.

-Công ty không nên sợ những nhân viên mà công ty đã tiêu tốn một khoản chi phí đào tạo lớn có một ngày nào đó sẽ bỏ làm sang doanh nghiệp khác, bởi vì đây là quy luật bình thường của phát triển thị trường nhân tài. Sau khi bồi dưỡng huấn luyện, kỹ năng nâng cao rồi, nên bổ nhiệm nhân viên đạt kết quả cao trong khóa học chức vụ nào đó hoặc đãi ngộ cao hơn. Điều này sẽ tránh được nhân viên nhảy việc.

3.2.3. Kết quả dự kiến đạt được

Khi công ty đã nâng cao được trình độ nhân viên của mình thì sẽ làm cho chất lượng công việc tốt hơn và giành được nhiều sự tin tưởng từ phía khách hàng. Đặc biệt là các khách hàng mới khi họ còn chưa nắm rõ về công ty cũng như đang phân vân, lựa chọn. Chính đội ngũ nhân viên có trình độ tốt và chất lượng công việc đạt được cao mới giúp cho công ty kéo khách hàng về phía mình. Và việc nâng cao trình độ công nhân viên còn phục vụ cho 1 số mục đích phát triển sau này cũng như lâu dài của công ty nhằm làm cho công ty ngày càng phát triển hơn nữa trong tương lai.

3.3 Nhận ủy thác và tư vấn về xuất nhập khẩu cho các công ty

3.3.1. Cơ sở của giải pháp

Ngày nay, nhu cầu xuất nhập khẩu của các công ty là rất nhiều tuy nhiên có rất nhiều công ty còn gặp khó khăn trong việc khai thuế hải quan. Nhận thấy

nhu cầu về forwarding cũng như logistics còn rất nhiều mà VIJACO vẫn thường tập trung vào các khách hàng quen thuộc mà quên mất chưa khai thác hết nhu cầu bên ngoài, chính vì vậy công ty sẽ lập ra 1 nhóm mới trong phòng dự án 2 để phụ trách mảng nhu cầu còn sót này để khai thác tối đa nhu cầu còn sót này nhằm mở rộng hơn nữa tình hình kinh doanh của công ty.

3.3.2. Cách thực hiện giải pháp

-Trong phòng dự án 2 hiện nay có khoảng 18 người, và chia thành 4 nhóm phụ trách khai thuê hải quan cho các công ty trong Nomura. Hiện tại chỉ có nhóm phụ trách công ty Yazaki là nhiều việc nhất và nặng nhất vì lượng hàng nhập và hàng xuất của công ty Yazaki hàng tuần là rất lớn. hàng tuần lượng hàng nhập của Yazaki là 25 containers. Bên cạnh đó 3 nhóm còn lại thì lượng hàng nhập cũng như xuất của các công ty còn lại cũng không nhiều và đều đặn như Yazaki. Chính vì vậy khi công ty muốn khai thác nhu cầu các công ty bên ngoài công ty cần lập 1 nhóm mới phụ trách mảng này nhưng là dựa trên những kinh nghiệm làm việc lâu năm của nhân viên phòng. Vì đây là khai thác các nhu cầu còn lại trên thị trường mà thường họ là những người khách khó tính và đang phân vân lựa chọn. Chính vì vậy công ty mới đặt vấn đề kinh nghiệm lên trên để chứng tỏ cho khách hàng thấy lựa chọn VIAJACO là sự lựa chọn đúng đắn. Trong 3 nhóm thì trưởng nhóm phụ trách công ty GE và Gosei là người làm việc lâu năm trong công ty với kinh nghiệm 13 năm phục vụ cho công ty và được công ty trao cho chức trưởng nhóm mới và lấy ra 3 người nữa để thành lập nhóm mới. Tuy lấy người ở các nhóm để thành lập nhóm mới thì chúng ta cũng cần phải bổ xung thêm người để bù đắp những khoảng trống. Tuy lượng công việc không nặng bằng nhóm Yazaki nhưng cũng không phải là nhẹ chính vì vậy cần bổ xung để không bao giờ để xảy ra tình trạng làm chậm giấy tờ để xuất cũng như nhập hàng về của các công ty trong khu CN Nomura. Dự tính công ty cần tuyển thêm 2 người có kinh nghiệm XNK (từ 1-2 năm) chia đều cho 2 nhóm mà lượng hàng hàng tuần ít. Và mỗi nhóm sẽ có từng người đào tạo thêm cho mấy người mới trong một thời gian ngắn để quen việc.

- Để tìm nguồn hàng thì công ty nên:

- + Quảng cáo trên các website của ngành hay trên các diễn đàn xuất nhập khẩu hoặc trên các website có nhiều người xem cũng như quan tâm đến dịch vụ xuất nhập khẩu.
- + Dành một số ưu đãi như giảm giá cước cho các khách hàng truyền thống của mình để họ giới thiệu và tìm nguồn hàng cho công ty.
- + Nên dành một chút ưu đãi cho nhân viên nào tìm được nhiều nguồn hàng. VD: Nhân viên nào tìm được nhiều nguồn hàng và chiếm tỷ lệ 5% trong doanh thu tăng thêm sẽ được tặng thêm 1% số tiền nhận được từ mỗi hợp đồng. Hoặc hỗ trợ nhân viên trong việc tiếp xúc với khách hàng.
- + Trong trang web của công ty thì nên có thêm mục đặt hàng để cho các công ty có nhu cầu sẽ vào website để đặt hàng và các phiếu đặt hàng đó sẽ được chuyển tới mail của trưởng nhóm và trưởng nhóm sẽ liên lạc với khách hàng để biết thêm và phân công công việc cho các thành viên còn lại trong nhóm.

3.3.3 Kết quả dự kiến đạt được

Theo nghiên cứu thị trường, dựa vào kinh nghiệm của các công ty khác khi thực hiện các hoạt động nêu trên, và xét trên thực tế kết quả đạt được của công ty trong những năm vừa qua. Dự kiến doanh thu từ số hoa hồng ủy thác xuất nhập khẩu và tiền phí tư vấn thu về trong năm tới (sau khi trừ các khoản chiết khấu, khuyến mãi...). sẽ tăng khoảng 5% doanh thu từ hoạt động này của năm 2009.

Các khoản chi phí dự kiến sẽ chiếm tỷ lệ như sau:

- Chi phí nghiên cứu thị trường chiếm 4,6% doanh thu tăng lên dự kiến.
- Chi phí marketing chiếm 6% doanh thu tăng lên dự kiến.
- Chi phí tuyển dụng chiếm 2,5% doanh thu tăng lên dự kiến.
- Chi phí tiền lương chiếm 0,6% doanh thu tăng lên dự kiến.

Hoạt động này chiếm 60% danh thu của công ty chính vì vậy khi khác thác thêm thị trường này => Doanh thu tăng thêm dự kiến sau khi khai thác thị trường này là : $26,542,642,264 * 60% * 5% = 796,279,268$ Đồng

Bảng dự kiến chi phí:

Chỉ tiêu	Cách tính	Số tiền
Chi phí nghiên cứu thị trường	7.2% *doanh thu dự kiến	61,048,077
Chi phí marketing	9.2% * doanh tu dự kiến	79,627,927
Chi phí tuyển dụng	3,9% * doanh thu dự kiến	33,178,303
Chi phí tiền lương	0,9% * doanh thu dự kiến	7,962,793
Tổng chi phí		181,817,100

Số tiền thu được sau khi thực hiện giải pháp = doanh thu – chi phí

$$796,279,268 - 181,817,100 = 614,462,168 \text{ đồng}$$

Giải pháp này hoàn toàn có thể thực hiện được, do những yếu tố sau:

-Năm 2007, Việt Nam chính thức gia nhập tổ chức WTO, đây là cơ hội mở ra cho các doanh nghiệp. Theo tính toán của bộ GTVT gần 80% lượng hàng hóa xuất nhập khẩu mỗi năm của Việt Nam sẽ được chuyên qua đường biển.

-Mức tăng trưởng kinh tế ổn định trong thời gian qua và dự kiến sẽ tiếp tục tăng, kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa tại Việt Nam còn tăng từ 15-20%/năm. Dự báo mới nhất về lượng hàng hóa thông qua hệ thống cảng biển Việt Nam năm 2010 là 275 triệu tấn/năm và đến năm 2020 là 490 triệu tấn/năm. Đây là cơ hội cho công ty mở rộng thị trường, gia tăng thị phần.

KẾT LUẬN

Phân tích đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh là biện pháp cần thiết đối với bất kỳ mọi doanh nghiệp nào. Hiệu quả kinh doanh là một chỉ tiêu chất lượng tổng hợp phản ánh trình độ và thực chất hoạt động sản xuất kinh doanh tại doanh nghiệp. Qua phân tích đánh giá hiệu quả kinh doanh các nhà quản lý sẽ tìm ra biện pháp khắc phục thích hợp để ngày càng nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Trong bản khóa luận này, qua thời gian nghiên cứu tài liệu, tìm hiểu thực tế tại Công ty vận tải Quốc tế Nhật - Việt, cùng với sự đánh giá các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh, em thấy rằng trong năm 2009, Công ty VIJACO đã đạt được kết một số kết quả: Doanh thu đạt gần 27 tỷ đồng, tăng 16.31% so với thực hiện năm 2008. Lợi nhuận đạt gần 8 tỷ đồng, tăng 37.84% so với thực hiện năm 2006. Ngoài ra chất lượng sản phẩm, phạm vi kinh doanh, khách hàng... của Công ty cũng được mở rộng, nâng cao. Bên cạnh những mặt mạnh cần phát huy em thấy VIJACO vẫn còn những hạn chế phải khắc phục.

Mặc dù em đã hết sức cố gắng song do kinh nghiệm còn hạn chế, thời gian có hạn và trong điều kiện nền kinh tế thị trường thường xuyên đổi mới, phát triển vì vậy khóa luận này của em không thể tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự góp ý quý báu của các thầy cô giáo cùng các bạn đọc để có thể giúp cho khóa luận này hoàn thiện hơn nữa.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] PGS. TS. Ngô Thế Chi, 2001, Đọc lập, phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp, Nhà XB Thống Kê, Hà Nội.
- [2] PGS. TS. Nguyễn Văn Công, 2005, Chuyên khảo về Báo cáo tài chính và lập, đọc, kiểm tra, phân tích BCTC, NXB Tài chính Hà Nội.
- [3] Nguyễn Văn Công, Nguyễn Năng Phúc, Trần Quý Liên, 2001, Lập, đọc, kiểm tra và phân tích báo cáo tài chính.
- [4] Mai Ngọc Cường, 1999, Lịch sử các học thuyết kinh tế, Nhà xuất bản thống kê - TP.HCM.
- [5] Phạm Thị Gái, 2004, Giáo trình phân tích hoạt động kinh doanh, NXB Thống Kê Hà Nội.
- [6] Nguyễn Hải Sản, 2001, Quản trị Tài chính Doanh nghiệp, NXB Thống Kê, Hà Nội.
- [7] Lê Văn Tâm, 2000, Giáo trình quản trị doanh nghiệp, NXB Thống Kê, TP HCM.
- [8] Tổng hợp từ Internet.
- [9] Khóa luận tốt nghiệp của sinh viên trường Đại học Dân lập Hải Phòng – Khoa Quản trị kinh doanh – Ngành quản trị doanh nghiệp năm 2006 và 2007.

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH TRONG CÁC DOANH NGHIỆP	3
1.1. KHÁI NIỆM VÀ VAI TRÒ CỦA HIỆU QUẢ KINH DOANH.....	3
1.1.1. Khái niệm	3
1.1.2. Bản chất	6
1.1.3. Vai trò	7
1.2. MỘT SỐ CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH.....	9
1.2.1. Nhóm chỉ tiêu tổng quát	9
1.2.2. Hiệu quả sử dụng vốn lưu động (VLĐ).....	10
1.2.3. Hiệu quả sử dụng vốn cố định (VCFĐ)	11
1.2.4. Hiệu quả sử dụng chi phí	12
1.2.5. Hiệu quả sử dụng lao động.....	12
1.2.6. Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu (VCSH).....	13
1.2.7. Nhóm chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn sản xuất kinh doanh	13
1.2.8. Một số chỉ tiêu đánh giá tình hình tài chính doanh nghiệp	14
1.3. Ý NGHĨA CỦA VIỆC NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH	16
1.3.1. Đối với bản thân doanh nghiệp.....	16
1.3.2. Đối với toàn bộ nền kinh tế quốc dân.....	17
1.3.3. Đối với người lao động.....	17
1.4. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ KINH DOANH.....	18
1.4.1. Nhóm nhân tố bên ngoài doanh nghiệp.....	18
1.4.2. Nhóm nhân tố bên trong doanh nghiệp	21
1.5. PHƯƠNG PHÁP LUẬN ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ KINH DOANH.....	22
1.5.1. Phương pháp so sánh.....	23
1.5.2. Phương pháp thay thế liên hoàn (loại trừ dần)	24
1.5.3. Phương pháp liên hệ	24

1.5.4. Phương pháp chi tiết.....	24
1.5.5. Phương pháp cân đối.....	24
CHƯƠNG II: PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG CỦA CÔNG TY VIJACO	26
2.1. KHÁI QUÁT VỀ CÔNG TY.....	26
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Công ty	26
2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ.....	27
2.1.3. Sơ đồ tổ chức của Công ty.....	28
2.1.4. Những thuận lợi và khó khăn hiện nay của Công ty.....	35
2.1.5. Tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty	37
2.2. THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY VIJACO	42
2.2.1. Phân tích khái quát kết quả kinh doanh.....	42
2.2.2. Phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh	48
2.2.2.1. <i>Phân tích hiệu quả sử dụng TSCĐ.....</i>	<i>48</i>
2.2.2.2. <i>Phân tích hiệu quả sử dụng vốn</i>	<i>49</i>
2.2.3. Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí.....	51
2.2.4. Các chỉ tiêu khả năng thanh toán của doanh nghiệp	54
2.2.5. Đánh giá khả năng hoạt động	55
2.2.6. Các chỉ tiêu phản ánh khả năng sinh lời.....	56
2.2.7. Đánh giá hiệu quả sử dụng lao động	57
2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG	66
CHƯƠNG III: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DONAH CỦA CÔNG TY VIJACO	62
3.1. GIẢI PHÁP CẢI THIẾN CHÍNH SÁCH ĐÃI NGỘ CHO CNV	62
3.2. ĐÀO TẠO VÀ NÂNG CAO TRÌNH ĐỘ NHÂN VIÊN	65
3.3. NHẬN ỦY THÁC VÀ TƯ VẤN VỀ XNK CHO CÁC CÔNG TY	67
KẾT LUẬN	71
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	72