

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



ISO 9001 : 2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Sinh viên : **NGUYỄN THỊ HÀ**

Giảng viên hướng dẫn: **THs. CAO THỊ HỒNG HẠNH**

HẢI PHÒNG - 2011

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

**MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN
XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
GIAO NHẬN VẬN TẢI CON ONG – CHI NHÁNH
HẢI PHÒNG**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY

NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Sinh viên : Nguyễn Thị Hà

Giảng viên hướng dẫn: Ths. Cao Thị Hồng Hạnh

HẢI PHÒNG - 2011

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Nguyễn Thị Hà

Mã SV: 110418

Lớp: QT1101N

Ngành: Quản trị doanh nghiệp

Tên đề tài: Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty cổ phần giao nhận vận tải Con Ong – Chi nhánh Hải Phòng.

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).

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

Phần II : Phân tích thực trạng hiệu quả kinh doanh ở Công ty Cổ phần giao nhận vận tải Con Ong – Chi nhánh Hải Phòng

Phần III: Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh ở Công ty Cổ phần giao nhận vận tải Con Ong – Chi nhánh Hải Phòng.

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

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

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

Công ty cổ phần giao nhận vận tải Con Ong – Chi nhánh Hải Phòng

Địa chỉ: Số 175 – 176 Bình Kiều 2, Đông Hải 2, Quận Hải An, Hải Phòng.

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 11 tháng 04 năm 2011

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 16 tháng 07 năm 2011

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2011

Hiệu trưởng

GS.TS.NGƯT *Trần Hữu Nghị*

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

.....

.....

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2011

Cán bộ hướng dẫn

(họ tên và chữ ký)

MỤC LỤC

Lời mở đầu	1
Phần I : Lý luận chung về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.....	3
I. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh và sự cần thiết về nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp	3
1. Khái niệm hiệu quả	3
2. Phân loại hiệu quả	4
3. Bản chất của hiệu quả kinh doanh	6
4. Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp	7
II. Nội dung phân tích và phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh	8
1.Nội dung phân tích kết quả sản xuất kinh doanh.....	8
2. Phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh	10
III. Các nhân tố tác động tới việc nâng hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp	13
1. Nhóm các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài.....	13
1.1 Các nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường kinh doanh.....	13
1.2 Nhân tố Văn hóa – xã hội	14
1.3 Nhân tố môi trường tự nhiên.....	14
1.4 Môi trường chính trị - pháp luật.....	15
1.5 Các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng	16
1.6 Môi trường kinh tế và công nghệ	16
2. Các nhân tố bên trong	17
2.1. Nhân tố vốn	17

2.2 Nhân tố con người.....	17
2.3 Nhân tố trình độ kỹ thuật công nghệ.....	17
2.4 Nhân tố Trình độ tổ chức sản xuất và trình độ quản trị doanh nghiệp	18
2.5 Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin	18
IV. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	19
1.Chỉ tiêu về doanh thu	19
2.Chỉ tiêu về chi phí	20
3.Hiệu quả sử dụng lao động	23
4. Chỉ tiêu vốn kinh doanh	24
5. Các chỉ tiêu tài chính.....	26
6. Nhóm chỉ tiêu xét về mặt hiệu quả kinh tế - xã hội.....	28
7. Biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.....	29
8. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp giao nhận vận tải	30
Phần II Phân tích thực trạng hiệu quả kinh doanh của công ty	31
1. Quá trình hình thành và phát triển.....	31
2.Khái niệm Logistic, Chức năng, nhiệm vụ của công ty	34
3. Đặc điểm kinh tế - kỹ thuật, bộ máy công ty	36
3.1Bộ máy công ty	36
3.2 Hệ thống kỹ thuật của công ty	39
3.3 Các dịch vụ chính Bee Logistic Hải Phòng cung cấp.....	42
3.4 Đặc điểm nhân sự.....	44
3.5 Đánh giá kết quả đã đạt được của doanh nghiệp	46
II Tình hình sản xuất kinh doanh tại Công ty Bee logistic (chi nhánh Hải Phòng).....	47
1.Tình hình kinh doanh của công ty.....	47

2. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	52
2.1 Chỉ tiêu về doanh thu	52
2.2 Chỉ tiêu chi phí	55
2.3 Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động.....	60
2.4 Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn	62
2.5 Bảng tổng hợp các chỉ tiêu hiệu quả	67
III Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh	69
1.Thực trạng phát triển ngành giao nhận vận tải	69
2. Biện pháp tăng doanh thu để nâng cao hiệu quả kinh doanh.....	73
3. Biện pháp tiết kiệm chi phí xăng dầu và chi phí khác	76
4. Quản lý tốt chi phí tiền lương	77
5. Một số biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh trong dài hạn	79

LỜI MỞ ĐẦU

Trong bối cảnh xu hướng toàn cầu hoá nền kinh tế diễn ra ngày một mạnh mẽ, tạo nhiều cơ hội cho các quốc gia nhỏ có thể tham gia để phát triển thị trường kinh tế trong nước. Trong đó có Việt Nam, cơ hội cho Việt Nam càng nhiều hơn khi gia nhập vào tổ chức thương mại thế giới WTO, nền kinh tế mở cửa tạo cơ hội cho các doanh nghiệp Sản xuất trong nước đưa các sản phẩm trong nước gia thị trường quốc tế, nhu cầu về các dịch vụ liên quan tới vận chuyển hàng hoá ngày càng tăng. Cơ hội mở ra cho các doanh nghiệp giao nhận vận tải, đi đôi với nó là sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Các doanh nghiệp luôn phải vận động và tìm hướng đi cho phù hợp. Việc đứng vững này chỉ được khẳng định bằng việc kinh doanh có hiệu quả.

Những vấn đề thường xuyên đặt ra cho mỗi doanh nghiệp trong hoàn cảnh hiện nay là: Khách hàng của doanh nghiệp là ai? Những nhu cầu của họ là gì? Khả năng của doanh nghiệp có đáp ứng được nhu cầu của họ hay không? Doanh nghiệp cần đặc biệt quan tâm tới khách hàng và nhu cầu của họ vì mục tiêu của doanh nghiệp là lợi nhuận, khách hàng là yếu tố giúp doanh nghiệp thực hiện mục tiêu của mình.

Để đạt được những mục tiêu đã đề ra thì doanh nghiệp phải tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh sao cho có hiệu quả ở mức cao nhất. Chính vì vậy, đạt được nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là một vấn đề đặt ra hết sức cần thiết cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh. Vì vậy, qua quá trình thực tập tại Công ty Cổ phần giao nhận vận tải Con Ong – Chi nhánh Hải phòng, với những kiến thức đã tích lũy được cùng với sự nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề này cho nên em đã mạnh dạn chọn đề tài "**Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty cổ phần giao nhận vận tải Con Ong – Chi nhánh Hải Phòng**" làm đề tài nghiên cứu của mình.

Thực ra đây là một vấn đề có nội dung rất rộng vì vậy trong chuyên đề này em chỉ đi vào thực trạng thực hiện nâng cao hiệu quả kinh doanh ở Công ty và đưa ra một số giải pháp, kiến nghị để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Nội dung chuyên đề bao gồm các phần sau:

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

PHẦN II Phân tích thực trạng hiệu quả kinh doanh ở Công ty Cổ phần giao nhận vận tải Con Ong – Chi nhánh Hải Phòng

PHẦN III: Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh ở Công ty Cổ phần giao nhận vận tải Con Ong – Chi nhánh Hải Phòng

Em xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của Cô giáo - Ths. Cao Thị Hồng Hạnh. Đồng thời, em cũng xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ, tạo điều kiện của các phòng ban trong Công ty Cổ phần giao nhận vận tải Con Ong – Chi nhánh Hải Phòng đã hướng dẫn, cung cấp tài liệu, số liệu để em hoàn thành luận văn này.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên: Nguyễn Thị Hà

PHẦN I: LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

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

1. Khái niệm hiệu quả

Mặc dù còn nhiều quan điểm khác nhau song có thể khẳng định trong cơ chế thị trường ở nước ta hiện nay mọi doanh nghiệp kinh doanh đều có mục tiêu bao trùm, lâu dài là tối đa hóa lợi nhuận. Để đạt được mục tiêu này doanh nghiệp phải xác định chiến lược kinh doanh trong mọi giai đoạn phát triển phù hợp với những thay đổi của môi trường kinh doanh; phải phân bổ và quản trị có hiệu quả các nguồn lực và luôn kiểm tra quá trình đang diễn ra là có hiệu quả? Muốn kiểm tra tính hiệu quả của hoạt động sản xuất kinh doanh phải đánh giá được hiệu quả kinh doanh ở phạm vi doanh nghiệp cũng như ở từng bộ phận của nó

Có thể nói rằng dù có sự thống nhất quan điểm cho rằng phạm trù hiệu quả kinh doanh phản ánh mặt chất lượng của hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp song lại khó tìm thấy sự thống nhất trong quan niệm về hiệu quả kinh doanh. Có quan điểm cho rằng: “ Hiệu quả sản xuất diễn ra trong xã hội không thể tăng sản lượng một loại hàng hóa mà không cắt giảm sản lượng của một loại hàng hóa khác. Một nền kinh tế có hiệu quả là nằm trên giới hạn của khả năng sản xuất của nó”. Thực chất quan điểm này đã đề cập đến khía cạnh phân bổ có hiệu quả các nguồn lực của nền sản xuất xã hội. Xét trên góc độ lý thuyết, hiệu quả kinh doanh chỉ có thể đạt được trên đường giới hạn năng lực sản xuất của doanh nghiệp. Tuy nhiên, để đạt được mức hiệu quả kinh doanh này sẽ cần rất nhiều điều kiện, trong đó đòi hỏi phải dự báo và quyết định đầu tư sản xuất theo quy mô phù hợp với cầu thị trường, thế mà không phải lúc nào điều này cũng trở thành hiện thực.

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

Kết quả đầu ra

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

2. Phân loại hiệu quả

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

* Hiệu quả kinh tế

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

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

Nhìn ở tầm vi mô của từng doanh nghiệp riêng lẻ hiệu quả kinh tế được biểu hiện qua phạm trù hiệu quả kinh doanh. Hiệu quả kinh doanh là một chỉ tiêu phản

ánh đầy đủ các mặt của cả một quá trình kinh doanh của một doanh nghiệp. Cụ thể là:

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

Trong thực tế hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp đạt được trong các trường hợp sau:

- Doanh thu tăng, chi phí cố định
- Doanh thu giảm, chi phí tăng
- Doanh thu tăng, chi phí giảm

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

- Hiệu quả xã hội và hiệu quả chính trị

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

3. Bản chất của hiệu quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh là phạm trù phản ánh mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh, phản ánh trình độ lợi dụng các nguồn lực sản xuất (lao động, máy móc thiết bị, nguyên liệu, nguồn vốn) Trong quá trình tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội. đây là hai mặt có mối quan hệ mật thiết của vấn đề hiệu quả kinh doanh. Chính việc khan hiếm nguồn lực và việc sử dụng chúng có tính chất cạnh tranh nhằm thoả mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội, đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp buộc phải chú trọng đến điều kiện nội tại, phát huy năng lực, hiệu lực của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí. Vì vậy, yêu cầu của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là đạt kết quả tối đa với chi

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1. Nội dung phân tích kết quả sản xuất kinh doanh

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

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

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

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

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

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

- Chỉ tiêu lợi nhuận: là một khoản tiền dôi ra giữa tổng thu và tổng chi trong hoạt động của doanh nghiệp.

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

Có 2 nhân tố ảnh hưởng và tác động trực tiếp đến doanh thu bán hàng là khối lượng hàng hóa tiêu thụ và giá cả hàng hóa tiêu thụ. Tuy nhiên , các nhân tố này lại chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố khách quan và chủ quan khác như:

- Các nhân tố về thị trường bao gồm thị trường trong nước và thị trường nước ngoài như đặc điểm tính chất của thị trường, cung cầu hàng hóa trên thị trường, sự

biến động giá cả trên thị trường ... Những nhân tố này có tác động trực tiếp đến khối lượng hàng hóa tiêu thụ và giá cả trên thị trường.

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

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

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

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

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

a) Phương pháp chi tiết

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

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

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

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

b) Phương pháp so sánh

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

để tìm ra các giải pháp quản lý tối ưu trong mỗi trường hợp cụ thể. Vì vậy, để tiến hành so sánh bắt buộc phải giải quyết những vấn đề cơ bản như xác định số để so sánh, xác định điều kiện so sánh, mục tiêu so sánh.

- Khi nghiên cứu mức tăng trưởng của các chỉ tiêu theo thời gian, số gốc để so sánh là trị số của chỉ tiêu ở kỳ trước.
- Khi nghiên cứu mức độ thực hiện nhiệm vụ kinh doanh trong từng thời khoảng thời gian trong 1 năm, gốc so sánh là chỉ tiêu cùng kỳ năm trước.
- Khi đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch, gốc để so sánh là trị số của chỉ tiêu kế hoạch
- Khi nghiên cứu vị trí của doanh nghiệp, gốc để so sánh là chỉ tiêu trung bình ngành

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

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

Nguyên tắc sử dụng phương pháp thay thế liên hoàn:

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

d) Phương pháp chênh lệch: đây là phương pháp biến dạng của phương pháp thay thế liên hoàn. Nhưng cách tính đơn giản hơn và cho phép tính được ngay kết quả cuối cùng bằng cách xác định mức độ ảnh hưởng của nhân tố nào thì trực tiếp dùng chênh lệch về giá trị kỳ phân tích so với kỳ kế hoạch của nhân tố đó.

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

Nguyên tắc sử dụng phương pháp:

- Xác định số lượng các nhân tố ảnh hưởng mối quan hệ của chúng với chỉ tiêu phân tích, xác định đối tượng cần phân tích.
- Xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố: là chênh lệch giữa kỳ thực tế (kỳ phân tích) với kỳ kế hoạch(kỳ gốc) của nhân tố đó.

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

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

1. Nhóm các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài

1.1 Các nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường kinh doanh

Nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường kinh doanh bao gồm như là: Đối thủ cạnh tranh, thị trường kinh doanh trong nước, môi trường kinh doanh quốc tế, cơ cấu ngành, tập quán,... trong môi trường kinh doanh còn có môi trường tranh cạnh. Có thể nói cạnh tranh được xác định là động lực thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế thị trường với nguyên tắc ai hoàn thiện hơn, thoả mãn nhu cầu tốt hơn và

hiệu quả hơn người đó sẽ thắng, sẽ tồn tại và phát triển. Duy trì cạnh tranh bình đẳng và đúng luật là công việc của chính phủ. Trong điều kiện đó vừa mở ra cơ hội để doanh nghiệp kiến tạo hoạt động của mình, vừa yêu cầu doanh nghiệp phải vươn lên phía trước để "vượt qua đối thủ". Các doanh nghiệp cần xác định cho mình một chiến lược cạnh tranh hoàn hảo. Chiến lược cạnh tranh cần phản ánh được các yếu tố ảnh hưởng của môi trường cạnh tranh bao quanh doanh nghiệp.

1.2 Nhân tố Văn hóa – xã hội

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

1.3 Nhân tố môi trường tự nhiên

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

*** Nhân tố thời tiết, khí hậu, mùa vụ**

Các nhân tố này ảnh hưởng rất lớn tới quy trình công nghệ, tiến độ thực hiện kinh doanh của các doanh nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp mang tính chất mùa vụ như nông, lâm, thủy sản, giày dép... Với những điều kiện thời tiết, khí hậu và mùa vụ nhất định thì doanh nghiệp phải có chính sách phù hợp với điều kiện đó. Và như vậy khi các yếu tố này không ổn định sẽ làm cho chính sách hoạt động kinh doanh không ổn định, và chính là nhân tố đầu tiên làm mất ổn định hoạt động kinh doanh ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

*** Nhân tố tài nguyên thiên nhiên**

Nhân tố này chủ yếu ảnh hưởng đến các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực khai thác tài nguyên thiên nhiên. Một số khu vực có tài nguyên thiên nhiên, với trữ

lượng lớn và có chất lượng tốt sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp khai thác. Ngoài ra, các doanh nghiệp sản xuất nằm trong khu vực này mà có nhu cầu đến loại tài nguyên, nguyên liệu này cũng ảnh hưởng đến việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

* Nhân tố vị trí địa lý

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

1.4 Môi trường chính trị - pháp luật

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

1.5 Các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng

Các yếu tố thuộc cơ sở hạ tầng như hệ thống đường giao thông, hệ thống thông tin liên lạc, điện nước...đều là nhân tố tác động mạnh mẽ tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp kinh doanh ở khu vực đó có hệ thống giao thông thuận lợi, điện, nước đầy đủ, dân cư đông đúc và có trình độ dân trí cao sẽ có điều kiện thuận lợi để phát triển sản xuất, tăng tốc độ tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu giảm chi phí kinh doanh... Và do đó nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Ngược lại, ở nhiều vùng nông thôn, miền núi, hải đảo có cơ sở hạ tầng kém, không thuận lợi cho mọi hoạt động như vận chuyển, mua bán hàng hoá,.. các doanh nghiệp hoạt động với hiệu quả không cao. Thậm trí có nhiều vùng sản phẩm làm ra mặc dù có giá trị nhưng không có hệ thống giao thông thuận lợi vẫn không thể tiêu thụ được dẫn đến hiệu quả kinh doanh thấp.

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

1.6 Môi trường kinh tế và công nghệ

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

- Tiềm năng của nền kinh tế, các thay đổi về cấu trúc, cơ cấu kinh tế của nền kinh tế quốc dân, tốc độ tăng trưởng kinh tế, lạm phát, xu hướng mở/đóng của nền kinh tế, tỷ giá hối đoái, mức độ thất nghiệp...
- Cơ sở hạ tầng kỹ thuật nền kinh tế, trình độ trang bị kỹ thuật/công nghệ, khả năng nghiên cứu, ứng dụng tiên bộ khoa học - kỹ thuật trong kinh tế/ngành

2. Các nhân tố bên trong

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

2.1. Nhân tố vốn

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

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

2.2 Nhân tố con người

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

2.3 Nhân tố trình độ kỹ thuật công nghệ

Trình độ kỹ thuật, công nghệ tiên tiến cho phép doanh nghiệp chủ động nâng cao chất lượng hàng hoá, năng suất lao động và hạ giá thành sản phẩm. Các yếu tố này tác động hầu hết đến các mặt về sản phẩm. Nhờ vậy doanh nghiệp có thể tăng khả năng cạnh tranh của mình, tăng vòng quay của vốn lưu động, tăng lợi nhuận

ddamr bảo quá trình tái sản xuất mở rộng của doanh nghiệp-j. Ngược lại với trình độ công nghệ thấp không những giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp mà còn làm giảm lợi nhuận, kìm hãm sự phát triển. Nói tóm lại, nhân tố trình độ kỹ thuật công nghệ cho phép doanh nghiệp nâng cao năng suất chất lượng và hạ giá thành sản phẩm dẫn tới tăng hiệu quả kinh doanh.

2.4 Nhân tố Trình độ tổ chức sản xuất và trình độ quản trị doanh nghiệp

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

Đội ngũ các nhà quản trị mà đặc biệt là các nhà quản trị cao cấp, lãnh đạo doanh nghiệp bằng phẩm chất và tài năng của mình có vai trò quan trọng bậc nhất, ảnh hưởng có tính chất quyết định đến sự thành đạt của một doanh nghiệp. Kết quả và hiệu quả hoạt động của quản trị doanh nghiệp đều phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn của đội ngũ các nhà quản trị cũng như cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp, việc xác định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của từng bộ phận chức năng và thiết lập mối quan hệ giữa các bộ phận chức năng đó. Người quản trị doanh nghiệp phải chú ý tới hai nhiệm vụ chính.

- Xây dựng tập thể thành một hệ thống đoàn kết, năng động, sáng tạo, lao động đạt hiệu quả cao.
- Điều dắt tập thể dưới quyền, hoàn thành mục đích và mục tiêu của doanh nghiệp một cách vững chắc và ổn định.

2.5 Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin

Thông tin được coi là yếu tố không thể thiếu của mỗi doanh nghiệp. Để đạt được thành công khi kinh doanh trong điều kiện cạnh tranh quốc tế ngày càng gay gắt, các doanh nghiệp cần nhiều thông tin chính xác về cung cầu thị trường hàng hoá, về công nghệ kỹ thuật, về người mua, về các đối thủ cạnh tranh...Ngoài ra, doanh nghiệp còn rất cần các thông tin về kinh nghiệm thành công hay thất bại của

các doanh nghiệp khác ở trong nước và quốc tế, cần cập nhập thông tin sự thay đổi chính sách kinh tế của nhà nước và các cơ quan khác có liên quan.

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

IV. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh

1. Chỉ tiêu về doanh thu

- Doanh thu từ hoạt động kinh doanh:

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

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

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

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

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

- Các khoản giảm trừ gồm các khoản:

Chiết khấu thương mại

Giảm giá hàng bán

Hàng bán bị trả lại

Thuế tiêu thụ đặc biệt

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

- Thu nhập từ khác hoạt động khác:

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

Kết quả đầu ra (Tổng doanh thu)

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

Chi phí đầu vào (tổng chi phí)

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

- Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận theo doanh thu

Lợi nhuận sau thuế

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

Doanh thu trong kỳ

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

2. Chỉ tiêu về chi phí

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

- Các loại chi phí

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

- Phân theo các khoản mục chi phí;
- + Chi phí trực tiếp gồm: chi phí về nguyên liệu, vật liệu chính, vật liệu phụ và vật liệu khác trực tiếp cho việc sản xuất ra sản phẩm dịch vụ.

- + Chi phí nhân công trực tiếp bao gồm; chi phí về tiền lương chính, phụ cấp, lương phụ, tiền bảo hiểm xã hội.

- + Chi phí sản xuất chung

Chi phí này phản ánh những chi phí sản xuất chung phát sinh ở các phân xưởng, bộ phận sản xuất của doanh nghiệp, chi phí này bao gồm: Chi phí nhân viên phân xưởng, Chi phí vật liệu, chi phí dụng cụ sản xuất, chi phí khấu hao TSCĐ, chi phí dịch vụ mua ngoài, chi phí bằng tiền khác.

- + Chi phí bán hàng

Chi phí phản ánh các chi phí phát sinh trong quá trình tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa, lao vụ bao gồm các chi phí đóng gói, vận chuyển, giới thiệu, bảo hàng. Chi phí gồm các khoản mục sa: chi phí nhân viên, chi phí dụng cụ đồ dùng, Chi phí khấu hao TSCĐ, chi phí dịch vụ mua ngoài, Chi phí bằng tiền khác.

- + Chi phí quản lý doanh nghiệp

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

- + Chi phí hoạt động tài chính

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

- Phân theo các yếu tố chi phí
 - + chi phí nguyên vật liệu, nhiên liệu động lực
 - + Chi phí khấu hao tài sản cố định
 - + Chi phí tiền lương và các khoản phụ cấp có tính chất tiền lương
 - + Chi phí bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và kinh phí công đoàn
 - + Chi phí dịch vụ mua ngoài
 - + Chi phí bằng tiền khác
- Phân theo sự phụ thuộc vào sự thay đổi của khối lượng sản xuất kinh doanh
 - + Chi phí bất biến : là chi phí không thay đổi hay rất ít thay đổi khi khối lượng sản xuất kinh doanh thay đổi. Đây là loại chi phí mà doanh nghiệp phải thanh toán, phải trả cho dù khối lượng sản xuất kinh doanh nhiều hay ít, thậm chí đôi khi không hoạt động cũng phải trả.
 - + Chi phí khả biến

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

** Chỉ tiêu sử dụng hiệu quả chi phí:*

- Chỉ tiêu sức sản xuất của Chi phí

Doanh thu thuần

Tỷ suất DT/CP = _____

Tổng chi phí trong kỳ

- Chỉ tiêu sức sinh lời của chi phí

Lợi nhuận sau thuế

Tỷ suất lợi nhuận trên chi phí = _____

Tổng chi phí trong kỳ

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

3. Hiệu quả sử dụng lao động

- Lao động

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

- Năng suất lao động

Khái niệm: Năng suất lao động là hiệu quả có ích của lao động sản xuất ra trong 1 đơn vị thời gian hay thời gian để sản xuất ra 1 kết quả cụ thể có ích với 1 chi phí nhất định.

- Chỉ tiêu năng suất lao động bình quân

Doanh thu thuần

NSLĐ bình quân = _____

Tổng số lao động bình quân trong kỳ

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

- Mức sinh lời lao động

Chỉ tiêu mức sinh lời của lao động

Lợi nhuận sau thuế

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

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

- Thu nhập bình quân

Chỉ tiêu tỷ suất tiền lương tính theo doanh thu thuần

Tổng quỹ lương

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

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

4. Chỉ tiêu vốn kinh doanh

- Khái niệm về vốn kinh doanh

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

- Vốn cố định là toàn bộ tài sản cố định của doanh nghiệp được biểu hiện bằng tiền.

- Vốn lưu động là toàn bộ tài sản lưu động của doanh nghiệp được biểu hiện bằng tiền.

- Hiệu quả sử dụng vốn

- Sức sinh lời của vốn kinh doanh

Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên vốn kinh doanh

Lợi nhuận sau thuế

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

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

- Sức sản xuất của vốn kinh doanh

Chỉ tiêu tỷ suất doanh thu trên vốn kinh doanh

Doanh thu thuần

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

Ý nghĩa: Cứ một đồng vốn kinh doanh thì sẽ tạo bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ

a) Vốn cố định

- Hiệu quả sử dụng vốn cố định

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

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

- Hàm lượng vốn cố định

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

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

- Sức sinh lời của vốn cố định

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

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

b) Vốn Lưu động

- Sức sinh lời Vốn lưu động

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

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

- Sức sản xuất của vốn lưu động

Doanh thu thuần

$$\text{Tỷ suất DT/ VLĐ} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân trong kỳ}}$$

Vốn lưu động bình quân trong kỳ

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

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

Doanh thu thuần

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

Vốn lưu động trong kỳ

360

$$\text{Số ngày luân chuyển vốn LĐ} = \frac{\text{Số vòng quay vốn LĐ}}{\text{Số vòng quay vốn LĐ}}$$

Số vòng quay vốn LĐ

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

5. Các chỉ tiêu tài chính

- Khả năng thanh toán

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

Tổng tài sản công ty

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

Tổng nợ công ty

Tài sản ngắn hạn – hàng tồn kho

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

Nợ ngắn hạn

- Hệ số nợ phải trả

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

Tổng số nợ

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

- Kỳ thu tiền trung bình.

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

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

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

- Hệ số thanh toán lãi vay

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

$$\text{Hệ số thanh toán} = \frac{\text{Lãi vay}}{\text{Số lãi tiền vay phải trả trong kỳ}}$$

- Cơ cấu nguồn vốn và tài sản

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

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

$$\text{Hệ số vốn chủ} = 1 - \text{Hệ số nợ}$$

- Chỉ tiêu sinh lời

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

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

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

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

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

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

6. Nhóm chỉ tiêu xét về mặt hiệu quả kinh tế - xã hội

Do yêu cầu của sự phát triển bền vững trong nền kinh tế quốc dân. Các doanh nghiệp ngoài việc hoạt động kinh doanh phải đạt hiệu quả nhằm tồn tại và phát triển còn phải đạt được hiệu quả về mặt kinh tế xã hội. Nhóm chỉ tiêu xét về mặt hiệu quả kinh tế - xã hội bao gồm các chỉ tiêu sau:

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

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

Nước ta cũng giống như các nước đang phát triển, hầu hết là các nước nghèo tình trạng kém về kỹ thuật sản xuất và nạn thất nghiệp còn phổ biến. Để tạo ra nhiều công ăn việc làm cho người lao động và nhanh chóng thoát khỏi đói nghèo

lạc hậu đòi hỏi các doanh nghiệp phải tự tìm tòi đưa ra các biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, mở rộng quy mô sản xuất, tạo công ăn việc làm cho người lao động.

b) Nâng cao đời sống người lao động

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

c) Tái phân phối lợi tức xã hội

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

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

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

a) Tăng doanh thu

Đây là con đường cơ bản để tăng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Muốn tăng doanh thu thì doanh nghiệp tìm mọi cách tiêu thụ được nhiều hàng hóa hay dịch vụ hơn trước, hoặc tăng giá bán cao hơn trước. Và thêm vào đó doanh

ngành phải nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ của mình, làm tốt công tác Marketing quảng bá thêm thương hiệu sản phẩm của công ty.

b) Giảm chi phí

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

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

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

8. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp giao nhận vận tải

Các khái niệm

Giao nhận vận tải quốc tế là bất cứ một dịch nào liên quan đến gom hàng, vận chuyển, lưu kho, bốc xếp hay đóng gói hàng hóa phân phối hàng hóa cũng như dịch vụ tư vấn liên quan đến dịch vụ trên. Thông thường là các dịch vụ hải quan, bảo hiểm, tài chính, các chứng từ liên quan tới hàng hóa.

Hiệu quả kinh doanh giao nhận vận tải là hiệu quả kinh doanh tính cho các hoạt động giao nhận hàng hóa.

PHẦN II : PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN GIAO NHẬN VẬN TẢI CON ONG – CHI NHÁNH HẢI PHÒNG

I. Quá trình hình thành và phát triển

- **Công ty cổ phần giao nhận vận tải Con Ong**

Trong bối cảnh xu hướng toàn cầu hoá nền kinh tế diễn ra ngày một mạnh mẽ, tạo nhiều cơ hội cho các quốc gia nhỏ có thể tham gia để phát triển thị trường kinh tế trong nước. Trong đó có Việt Nam, Cơ hội cho Việt Nam càng nhiều hơn khi gia nhập vào tổ chức thương mại thế giới WTO, nền kinh tế mở cửa tạo cơ hội cho các doanh nghiệp Sản xuất trong nước đưa các sản phẩm trong nước gia thị trường quốc tế, nhu cầu về các dịch vụ liên quan tới vận chuyển hàng hoá ngày càng tăng. Nhận thấy đây là thị trường đầy tiềm năng, một số thành viên tham gia sáng lập nên công ty cổ phần giao nhận vận tải Con Ong.

Tên công ty: **Công Ty Cổ Phần Giao Nhận Vận Tải Con Ong**

Tên công ty viết tắt: **Vận Tải Con Ong**

Viết tắt: **BeeLogistics**

Điện thoại: **84-08-9954546**

Fax : **84-08-9954547**

Email : **info@beelogistics.com**

Website : **www.beelogistics.com**

Địa chỉ: **29 Huỳnh Văn Bánh, P.17, Q.Phú Nhuận, Tp. Hồ Chí Minh**



Tỉnh/Tp: **Tp.Hồ Chí Minh**

Ngành nghề: ThươngMại-DịchVụ » Thương mại

Chi nhánh: Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng

Loại hình thương mại: **Dịch vụ**

Thông tin công ty: Lĩnh vực HĐ - Dịch vụ vận tải đường biển, đường không, đường bộ quốc tế và nội địa; đặc biệt là dịch vụ gom hàng lẻ và vận tải đa phương thức Sea-Air hoặc Air-Sea từ Vietnam đến Châu Âu, Châu Mỹ... - Dịch vụ vận tải hóa chất và thực phẩm lỏng bằng ISO tank và Flexitank - Dịch vụ khai thuê hải quan, cho thuê kho bãi, đóng gói, phân phối, môi giới bảo hiểm hàng hóa - Dịch vụ làm đại lý cho các hãng tàu biển, hãng máy bay, công ty giao nhận vận tải quốc tế

- Được thành lập theo Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0103018889 do Sở kế hoạch và đầu tư Tp.Hồ Chí Minh cấp ngày 12 tháng 8 năm 2004.
- Số vốn điều lệ là 15 tỷ đồng (*Bằng chữ: Mười năm tỷ VND đồng*).
- Giám đốc điều hành: **Ông Hồ Quang Minh**
 - **Công ty giao nhận vận tải chi nhánh Hải Phòng**
- Chi nhánh được thành lập vào 24/6/2008 theo quyết định số 136/QĐ-SKĐT
- Vốn điều lệ: 8,5 tỷ (Tám tỷ năm trăm triệu VND)
- Giấy CNĐKHĐ và đăng ký thuế số: 0303482440-001 do Phòng ĐKKD Sở KHĐT Hải Phòng cấp đăng ký thay đổi lần thứ 3, ngày 1/4/2010.
- Từ 2008-2010: tại 110 đường bao Trần Hưng Đạo, Đông Hải 1

- Từ 2010: chuyển về số 175-176 Bình Kiều 2, Đông Hải 2, quận Hải An, Hải Phòng

- Điện thoại: 84-313-753108

Hải Phòng có cảng Hải Phòng chiếm một vị trí kinh tế đặc biệt quan trọng, là đầu mối giao thông chiến lược, trung tâm giao lưu vận chuyển hàng hóa lớn nhất nhì cả nước. Cảng Hải Phòng bốc xếp hàng hóa với nhiều chủng loại khác nhau, phục vụ cho nhiều mặt phát triển kinh tế xã hội đặc biệt là các công trình quốc gia. Nhận thấy vị trí địa lý thuận lợi cùng với đó là sự phát triển lớn mạnh của nền kinh tế Hải Phòng Công ty quyết định mở chi nhánh tại nơi đây. Quyết định mang tính chiến lược lớn tới sự phát triển của Công ty

Công ty CP giao nhận vận tải Con Ong – CN Hải Phòng (BEE LOGISTICS CORPORATION- HAIPHONG BRANCH) , đã hơn 3 năm là nhà cung cấp chuyên nghiệp dịch vụ logistics, tư vấn và thực hiện các thủ tục thông quan hải quan, thông quan hải quan điện tử, các thủ tục đăng ký xuất - nhập khẩu, tư vấn quản trị chuỗi cung ứng, dịch vụ ủy thác giao nhận vận chuyển hàng hóa nội địa và quốc tế. Công ty thực hiện cam kết là đối tác tin cậy và chiến lược của khách hàng, không ngừng nâng cao năng lực cung cấp dịch vụ bằng việc đầu tư phương tiện, thiết bị, xây dựng các trung tâm logistics tại các cảng biển, khu công nghiệp, phát triển đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, mở rộng mạng lưới đại lý giao nhận, thiết kế các gói dịch vụ logistics tích hợp cho những yêu cầu riêng biệt, quản trị hiệu quả chuỗi cung ứng của khách hàng là những hành động mà Công ty thực hiện cam kết với khách hàng.

Công ty CP giao nhận vận tải Con Ong – CN Hải Phòng (BEE LOGISTICS CORPORATION- HAIPHONG BRANCH) đánh giá cao sự tin tưởng và tôn trọng lẫn nhau của các khách hàng và tin tưởng có thể trở thành những đối tác lâu dài. Mỗi thành viên trong đội ngũ của Công ty CP giao nhận vận tải Con Ong – CN Hải Phòng (BEE LOGISTICS CORPORATION- HAIPHONG BRANCH) từ quản lý đến nhân viên đều được giao phó toàn bộ sự phục vụ khách hàng. Công ty

xem chất lượng với sự đúng hẹn, sự an toàn, sự tin cậy và việc đem lại sự đổi mới đều như nhau. Mỗi ngày công ty đều cung cấp sự phục vụ tốt nhất cho các chuyên hàng mà các khách hàng giao phó.

Tài sản quý nhất của BEE LOGISTICS CORPORATION- HAIPHONG BRANCH là tất cả những nhân viên, họ là những người của kiến thức và sự quyết tâm cung cấp dịch vụ khách hàng tốt nhất vào bất cứ lúc nào. Tất cả các nhân viên của công ty đều là những người có thái độ xem khách hàng là thượng đế, có động cơ cao và thành thạo công nghệ thông tin để cung cấp những dịch vụ tốt nhất nhằm gia tăng giá trị của khách hàng.

2. Khái niệm Logistic, Chức năng, nhiệm vụ của công ty

- Khái niệm Logistic

Dịch vụ logistics đã xâm vào nước ta khá lâu nhưng người Việt ta chưa thật sự quen với thuật ngữ này, mặc dù đâu đó trong các trang mục quảng cáo về dịch vụ giao nhận, tuyển dụng nhân viên... có đề cập đến dịch vụ logistics, nhân viên logistics...

Logistic không chỉ là vận chuyển hành khách hay hàng hoá, mà là một loại hình dịch vụ tổng hợp - giao-nhận-kho - vận.

Logistic là nghệ thuật và khoa học của quản lý và điều chỉnh luồng di chuyển của hàng hoá, năng lượng, thông tin và những nguồn lực khác như sản phẩm, dịch vụ và con người, từ nguồn lực của sản xuất cho đến thị trường. Thật là khó khi phải hoàn thành việc tiếp thị hay sản xuất mà không có sự hỗ trợ của logistic. Nó thể hiện sự hợp nhất của thông tin liên lạc, vận tải, tồn kho, lưu kho, giao nhận nguyên vật liệu, bao bì đóng gói. Trách nhiệm vận hành của hoạt động logistic là việc tái định vị (theo mục tiêu địa lý) của nguyên vật liệu thô, của công việc trong toàn quá trình, và tồn kho theo yêu cầu chi phí tối thiểu có thể.

Vậy từ những tiên đề như trên ta có thể hiểu định nghĩa của Logistics đơn giản như là thời gian liên quan đến việc định vị các nguồn lực. Vì vậy, logistic

nhìn chung được coi như một nhánh của quá trình tạo ra một hệ thống liên quan đến nguồn lực con người hơn là một hệ thống về máy móc

Logistic có thể được hiểu như là việc có được đúng số lượng cần thiết ở đúng thời điểm và với chi phí phù hợp. Nó là nghệ thuật, là một quá trình khoa học. Nó phối hợp tất cả các lĩnh vực sản xuất công nghiệp, quản lý vòng đời dự án, chuỗi cung cấp và hiệu quả. Có hai khác biệt cơ bản của logistics. Một thì đánh giá một cách lạc quan, đơn giản coi đó như là sự chu chuyển ổn định của nguyên liệu trong mạng lưới vận chuyển và lưu trữ. Một thì coi đó là một sự kết hợp các nguồn lực (nhân lực, vật lực..) để tiến hành quá trình. Logistic trong Kinh doanh

Trong kinh doanh, logistic có thể hiểu như việc tập trung cả nội lực lẫn ngoại lực bao hàm cả quá trình chu chuyển từ nhà ‘sản xuất gốc’ đến ‘người tiêu dùng cuối cùng’. Chức năng chính của logistic bao gồm việc quản lý việc mua bán, vận chuyển, lưu kho cùng với các hoạt động về tổ chức cũng như lập kế hoạch cho các hoạt động đó. Người quản lý logistic kết hợp kiến thức tổng hợp của mỗi chức năng từ đó phối hợp các nguồn lực trong tổ chức để vận hành. Có hai khác biệt cơ bản của logistics. Một thì đánh giá một cách lạc quan, đơn giản coi đó như là sự chu chuyển ổn định của nguyên liệu trong mạng lưới vận chuyển và lưu trữ. Một thì coi đó là một sự kết hợp các nguồn lực (nhân lực, vật lực..) để tiến hành quá trình.

Logistic trong quá trình sản xuất Thuật ngữ này ám chỉ quá trình logistic trong các ngành công nghiệp. Mục đích của nó là đảm bảo mỗi một máy móc thiết bị hay trạm làm việc được ‘ nạp’ đủ sản phẩm với đúng số lượng, chất lượng và đúng lúc.

Vấn đề như vậy không phải là chỉ liên quan đến việc vận chuyển, mà còn là phân luồng và điều chỉnh các kênh xuyên suốt quá trình gia tăng giá trị và xoá bỏ những giá trị không gia tăng. Logistic trong quá trình sản xuất được áp dụng cho cả những nhà máy đang tồn tại hoặc mới được thành lập. Sản xuất chế tạo là một nhà máy với quá trình thay đổi ổn định (có thể hiểu là một nhà máy thì luôn phải hoạt động nhưng với một công suất ổn định). Máy móc được thay đổi và thay

mới. Theo đó sẽ là cơ hội cải thiện hệ thống logistic trong sản xuất. Ngược lại, logistics sẽ cung cấp các ‘phương tiện’ cho việc đạt được hiệu quả mong muốn của khách hàng và hiệu quả sử dụng vốn

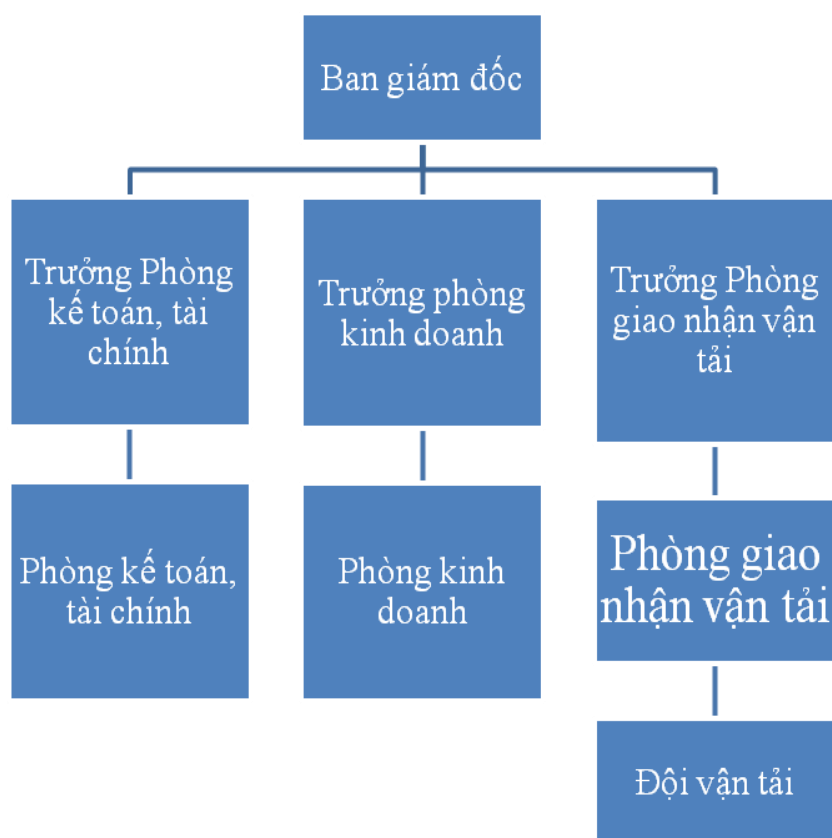
- Chức năng của công chức: Chức năng của công ty là cung cấp các dịch vụ theo giấy phép kinh doanh, đây là nhiệm vụ đầu tiên và quan trọng nhất.
- Doanh nghiệp phải thực hiện phân phối theo hai hướng cơ bản:
 - Thiết lập mạng lưới của công ty khắp các cảng biển, sân bay ... của thế giới. Đây là công việc khó khăn đòi hỏi tiềm lực lớn về vốn.
 - Phân phối công bằng hợp lý mọi kết quả của hoạt động sản xuất kinh doanh đó đạt được.
- Nhiệm vụ của công ty:
 - Công ty phải kinh doanh các loại mặt hàng, dịch vụ theo đúng giấy phép kinh doanh
 - Tuân thủ theo đúng luật của nhà nước về kinh doanh dịch vụ Logistic
 - Đảm bảo thực hiện đúng theo pháp luật về việc sử dụng lao động.
 - Trích 5%-10% lãi ròng hàng năm để lập quỹ bắt buộc theo điều lệ công ty đó quy định.

3. Đặc điểm kinh tế - kỹ thuật, bộ máy công ty

3.1 Bộ máy công ty

Mô hình quản lý

Công ty Cổ phần giao nhận vận tải Con Ong – Chi nhánh Hải Phòng có quy mô nhỏ, việc quản lý không phức tạp, công ty sử dụng mô hình quản lý trực tuyến. Với mô hình này giúp cho ban giám đốc thực hiện tất cả các chức năng quản lý, hoàn thiện trách nhiệm mỗi thành viên của công ty . Theo mô hình dưới đây ban giám đốc mệnh lệnh của ban giám đốc sẽ được triển khai nhanh chóng.



• Ban giám đốc

Nhiệm vụ và chức năng

- *Ban giám đốc* gồm 2 người: một giám đốc và một phó giám đốc.

+ *Giám đốc công ty*: Là người điều hành hoạt động kinh doanh hàng ngày của Công ty. Giám đốc có các quyền sau đây:

Quyết định tất cả các vấn đề liên quan đến hoạt động hàng ngày của Công ty, tổ chức thực hiện kế hoạch kinh doanh và kế hoạch đầu tư của Công ty, ban hành quy chế quản lý nội bộ. Bổ nhiệm, miễn nhiệm cách chức các chức danh quản lý trong Công ty, ký kết hợp đồng nhân danh Công ty, bố trí cơ cấu tổ chức của Công ty, kiến nghị phương án sử dụng lợi nhuận hoặc sử lý các khoản lỗ trong kinh doanh, tuyển dụng lao động.

Giám đốc là người chỉ đạo công tác chuẩn bị hoạch định chiến lược và kế hoạch kinh doanh. Giám đốc trực tiếp thiết kế bộ máy quản trị, chỉ đạo công tác tuyển dụng nhân sự, bố trí nhân sự và thiết lập mối quan hệ làm việc trong bộ máy,

Chỉ huy điều hành toàn bộ công tác tổ chức quá trình kinh doanh. Giám đốc trực tiếp tổ chức chỉ đạo công tác kiểm tra mọi hoạt động sản xuất kinh doanh.

+ *Phó giám đốc*: là người giúp việc cho giám đốc và thay quyền giám đốc lúc giám đốc vắng mặt. Có trách nhiệm giúp Giám đốc chỉ đạo và giải quyết các công việc của Công ty. Phó giám đốc Công ty có quyền điều hành các hoạt động kinh doanh thuộc trách nhiệm của mình hoặc những hoạt động được Giám đốc uỷ quyền.

Phó giám đốc Công ty có quyền đại diện Công ty trước cơ quan Nhà nước và tài phán khi được uỷ quyền, và chịu trách nhiệm về mọi hoạt động của mình trước Giám đốc Công ty, có nhiệm vụ đề xuất định hướng phương thức kinh doanh

- **Các phòng ban**

+ *Phòng kế toán*: gồm 3 người, trong đó có 1 trưởng phòng và 2 kế toán

Thực hiện các hoạt động về nghiệp vụ kế toán tài chính của công ty. Có chức năng giúp Giám đốc công ty quản lý, sử dụng vốn, xác định kế hoạch kinh doanh, kế hoạch tài chính hàng năm. Thực hiện hạch toán kế toán theo pháp lệnh kế toán thống kê và văn bản pháp quy của Nhà nước. Quản lý quỹ tiền mặt và Ngân phiếu.

+ *Phòng kinh doanh*: gồm 10 người, Có một trưởng phòng và 9 nhân viên kinh doanh

Thực hiện các nhiệm vụ kinh doanh, xử lý các giấy tờ liên quan tới các hoạt động của hợp đồng kinh tế như làm thủ tục hải quan, xin giấy phép..., giao dịch với khách hàng, tìm kiếm các hợp đồng mới cho công ty.

+ *Phòng giao nhận, vận tải*: Có 11 người, gồm 1 trưởng phòng 9 nhân viên

Nên kế hoạch, bố trí hợp lý các nguồn hàng, vận chuyển hàng hoá lưu thông, đảm bảo thực hiện tốt kế hoạch đó đề ra. Và chú ý kế hoạch xử dụng, sửa chữa hệ thống xe, container cho hợp lý.

- **Bộ phận giao nhận và vận chuyển: Gồm 20 người**

Nhận nhiệm vụ từ phòng giao nhận vận tải, thực hiện việc giao nhận, vận chuyển hàng hoá theo yêu cầu, với trách nhiệm cao. Đảm bảo tiến độ về mặt thời gian cũng như chất lượng hàng hoá. Đội ngũ nhân viên có tinh thần trách nhiệm cao, phục vụ nhiệt tình, xây dựng và củng cố uy tín cho doanh nghiệp.

Trong quá trình vận chuyển hay có trách nhiệm đảm bảo an toàn với hàng hoá và tài sản được giao. Nhân viên kho bãi trong coi hàng hoá, có sự sắp xếp khoa học, khai thác diện tích bến bãi hiện có của công ty.

3.2 Hệ thống kỹ thuật của công ty

Hệ thống thông tin của công ty là một trong những yếu tố quan trọng trong hoạt động giao nhận hàng hóa. Các nhân viên của BeeLogistic sử dụng rất thành thạo hệ thống thông tin của công ty thiết lập để trao đổi thông tin với đại lý của công ty được thiết lập tại các cảng biển mà công ty có quan hệ giao nhận, trao đổi thông tin giữa khách hàng và công ty, và phát hành B/L và các loại chứng từ khác, cập nhật và lưu trữ thông tin về hàng hóa, phân tích và tổng hợp số liệu để lập báo cáo kịp thời, đặc biệt cung cấp cho khách hàng những thông tin về hàng hệ thống tin là:

Bee and Documentation execution system (BDS)

BDS là hệ thống thông tin quan trọng nhất, ban đầu BDS được thiết lập để phục vụ cho vận chuyển đường biển.

BDS được sử dụng để quản lý đơn đặt hàng của khách hàng, có đặc điểm như sau:

+ Với những khách hàng đặc biệt, BDS cài đặt để nhận biết ngay số đơn đặt hàng, vừa cập nhật xem đúng hay sai, giúp nhân viên cập nhật số liệu và liên hệ ngay với khách hàng, để kiểm tra lại và sửa lại cho đúng.

+ BDS cài đặt chương trình đặc biệt là shipping window để quản lý thời hạn giao hàng. Nếu thời hạn giao hàng của đơn hàng nào đó mà hệ thống chưa cập nhật số liệu của đơn hàng đó, hệ thống sẽ tự động gửi thông báo giao hàng trễ đến cho khách hàng. Việc này giúp giảm một lượng thời gian đáng kể trong việc truyền tin

và nhận lệnh từ khách hàng. Khi BDS được mở rộng cho vận tải hàng không thì khoảng thời gian tiết kiệm được là rất có ý nghĩa.

Hệ thống BDS có nhiều chương trình nhỏ để phục vụ quá trình làm hàng như:

- + Nhận yêu cầu xếp hàng (Shipping Order)
- + Nhận hàng vào kho (Cargo Receiving)
- + Hàng được xếp lên chuyên bay/tàu (Container Stuffing)
- + Vận đơn (B/L)
- + Tính cước phí
- + Chứng từ được gửi đi (Shipping Advice) ;

Trong trường hợp , nhiều khách hàng cung cấp trước cho BEE Logistic số đơn đặt hàng cùng chi tiết của từng đơn hàng, trong đó nêu rõ thời hạn sớm nhất và trễ nhất nhà cung cấp phải giao hàng cho khách hàng, BDS sẽ cập nhật và lưu trữ số liệu của tất cả các PO được cung cấp trước từ khách hàng. Công việc này có tên gọi là PO Upload. Sau này khi một PO được xuất đi, nhân viên cập nhật dễ dàng truy xuất các số liệu sẵn có đảm bảo tính chuẩn xác, nhanh chóng, cũng nhờ BDS, công ty có thể biết trước được nhà cung cấp đó cung cấp đủ số hàng hay chưa? Giao hàng mấy lần? vào những thời điểm nào?

Nhờ chương trình mà nhân viên có thể sử dụng để cập nhật thông tin về hàng hóa qua các khâu:

- + Nhận bốc xếp hàng (shipping order)
- + Nhận hàng vào kho`
- + Nhận hàng tại bến container
- + Sơ đồ và hàng hóa được sắp xếp trong container
- + Tính toán cước phí
- + Phát hành chứng từ: Forwarder's Cargo receipt, house bill of loading
- + Gửi các hướng dẫn chi tiết B/L cho các hãng tàu liên quan

Đặc biệt hệ thống này giúp Beelogistic Hải phòng quản lý chi tiết các đơn hàng của khách hàng, số lượng, mã hàng, ngày giao hàng so với hợp đồng.

Online booking & documentation system of shipper

Đây là hình thức thương mại điện tử

Hệ thống này cho phép khách hàng công ty gửi các yêu cầu ủy thác xếp hàng và đặt chỗ qua mạng internet rất nhanh chóng và tiện lợi. Hình thức này sẽ thay thế dần cho gửi yêu cầu ủy thác xếp hàng đặt chỗ (booking note) theo phương thức truyền thống bằng fax và điện thoại. Hình thức này giúp cho cả hai bên, công ty và khách hàng trong giao dịch hàng ngày.

Khách hàng gửi Booking note qua mạng internet mọi lúc, mọi nơi được công ty xác nhận qua internet một cách nhanh chóng. Công ty cũng dễ dàng nhận được các booking note với đầy đủ thông tin và xác nhận booking note kịp thời.

Thương mại điện tử là xu hướng tất yếu của thời đại. Một khi cơ sở hạ tầng của nước ta đi vào hoàn thiện hơn, cơ sở pháp lý được hình thành và phát triển, thanh toán điện tử và bảo mật điện tử có đủ trình độ thì sẽ tạo điều kiện cho Beelogistic thành công.

Gobal airfreight system (Axs freight)

Hệ thống này được công ty lắp đặt để phục vụ chủ yếu cho vận tải hàng hóa bằng đường hàng không.

Airfreight được dùng để phát hành vận đơn hàng không; House away air bill, matter away bill, direct away bill.

Airfreight có chương trình tự động tính cước phí, tự động lấy mức cước phí của hợp đồng đang có hiệu lực được lưu trong hệ thống. Chương trình này có thể tự gửi số liệu sang bộ phận phát hành, tuy nhiên hệ thống này lại cũng có chương trình quản lý PO như BDO. Do hai hệ thống BDO và Axs freight chưa tương thích, dẫn đến nhân viên phải thực hiện cập nhật thông tin vào cả hai hệ thống, làm cho công việc giảm hiệu quả. Sắp tới công ty sẽ nâng cấp hệ thống, giúp người sử dụng tận dụng được tiện ích của các hệ thống này.

Hiện nay nhờ hệ thống axs freight mà người sử dụng có thể :

- + Nhập các thông tin về hàng
- + Phát hành không vận đơn hàng không
- + In nhãn hiệu hàng hóa
- + Tính toán cước phí và phát hành hóa đơn

Đặc biệt hệ thống này được gắn với hệ thống Tradevison – một công cụ tìm kiếm thông tin về hàng hóa hàng cũng rất có hiệu quả. Do vậy khách hàng nhận được thông tin về hàng hóa được vận chuyển hàng không nhanh chóng và thuận tiện.

3.3 Các dịch vụ chính Bee Logistic Hải Phòng cung cấp

- Dịch vụ giao nhận hàng hóa trong và ngoài nước, gồm các hoạt động
- Giao nhận hàng hóa đường biển
- Giao nhận hàng hóa đường hàng không
- Giao nhận vận tải đa phương thức.
- Đối với hàng hóa xuất khẩu đường biển

* Quy trình

Nhận hàng từ phía nhà xuất khẩu và vận chuyển nội địa hàng tới cảng

Đăng ký với cảng về mã hàng, địa điểm, cầu tàu xếp dỡ

Làm thủ tục liên quan đến xuất khẩu như hải quan, kiểm định...

Tổ chức vận chuyển, xếp hàng lên tàu

Lập biên lai thuyền phó ghi lại số lượng, tình trạng hàng hóa xếp hàng lên tàu

Nhận Mater B/l từ người chuyên chở có chữ ký của thuyền trưởng

Cấp vận đơn House B/L cho chủ hàng có chữ ký của công ty giao nhận

Lập bộ chứng từ thanh toán tiền hàng

Thông báo cho người mua biết việc giao hàng và việc phải mua bảo hiểm hàng hóa (nếu cần)

- Bốc xếp hàng hoá;
- Lưu giữ hàng hoá trong kho ngoại quan, kho đông lạnh và kho khác
- Giao nhận hàng hoá nội địa, hàng hoá xuất nhập khẩu
- Dịch vụ khai thuê hải quan
- Dịch vụ đại lý tàu biển
- Dịch vụ đại lý vận tải đường biển, đường bộ, đường sắt, đường hàng không
- Dịch vụ đại lý container
- Dịch vụ môi giới hàng hải
- Dịch vụ kiểm đếm hàng hoá

3.4 Đặc điểm nhân sự

TT	Chức Danh	Cuối kỳ 31/12/2009			Cuối kỳ 31/12/2010			So sánh nhân sự	Ghi chú
		Tổng số	Trong đó		Tổng số	Trong đó			
			Nữ	Thử việc		Nữ	Thử việc		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TỔNG SỐ		48	15	6	50	14	5	2	
I	Bộ Phận quản lý	25	14		27	13		2	
1	Giám đốc	1			1				
2	Phó Giám đốc	1			1				
3	Kế toán	3	3		3	3			
4	Nhân viên kinh doanh	10	6	2	10	5	2		02 HĐ thử việc
5	Nhân viên giao nhận	10	5	2	12	5	2	2	02 HĐ thử việc
II	Bộ phận giao nhận	23	1		23	1	1		
6	Lái xe ô tô, xe con, CN bốc xếp	9			9				
7	Thợ sửa chữa xe	3			3		1		01HĐ thử việc
8	Phụ xe	8		2	8				
9	Lái xe Container	8			8				
10	Đội kho bãi, giao nhận	2	1		2	1			

(Nguồn tài liệu: phòng kế toán cung cấp)

* **Nhận xét:** Qua những số liệu dưới đây ta có thể rút ra các kết luận sau :

- Việc phân bổ và sử dụng lao động theo giới tính, số lượng phù hợp với tính chất công việc và một trong những đặc điểm kinh doanh dịch vụ của giao nhận vận tải của công ty. Cụ thể là số lao động nam nhiều hơn số lao động nữ là 22 người, số lao động ở bộ phận quản lý là 27 người chiếm 55% tổng số lao động toàn công ty (ngày 31/1/2010), hơn nữa trong số những nhân viên ở bộ phận giao nhận chủ yếu có lao động nam, lao động nữ có 1 người vì tính chất của công việc.

- Từ 31/12/2009 - 31/1/20010 số lượng lao động của công ty tăng lên 2 người. Có 05 hợp đồng thử việc gồm 2 nhân viên kinh doanh, 2 nhân viên giao nhận, 1 thợ sửa chữa xe, trong đó tăng đi 1 lao động nữ. Có 2 nhân viên thử việc ở bộ phận giao nhận vận tải được nhận vào ký hợp đồng dài hạn với công ty.

* Đánh giá theo trình độ trình độ học vấn

Bảng 2: Trình độ học vấn của công nhân viên

STT	Chức danh	Tổng số	Trình độ				
			Trên đại học	Đại học	Cao đẳng	Trung cấp	CN kỹ thuật
1	Giám đốc	1	1				
2	Phó giám đốc	1	1				
3	Kế toán	3		1	2	1	
4	Nhân viên kinh doanh	10		4	4	2	
5	Nhân viên giao nhận	12		3	6	3	
6	Lái xe phục vụ, xe con	1					
7	Lái xe Container	8					
8	Phụ xe	8					
9	Đội kho bãi giao nhận	1				1	
10	Thợ sửa chữa xe, CN bốc xếp	8				2	6
	Tổng cộng	55	2	8	12	10	6

(Nguồn: Phòng kế toán cung cấp)

Chú ý: Đối với lái xe container thì đều có bằng lái xe từ B1 trở nên. Lái xe con, phục vụ thì có bằng lái xe theo đúng quy định của nhà nước. Còn đối với phụ xe có 3 người có bằng trung học phổ thông, số còn lại có bằng lái xe.

- Nhìn chung lao động trong công ty có đầy đủ các trình độ trong đó lao động phổ thông (không phân loại trình độ) chiếm một tỷ lệ rất ít (6%), số lao động này làm việc tại bộ phận phụ. Số lao động có trình độ đại học và trên đại học trong lực lượng lao động của công ty chiếm tỷ trọng khá lớn 20%, trình độ cao đẳng chiếm 24%, trình độ trung cấp chiếm 20%. Xét trình độ học vấn của công ty tương đối

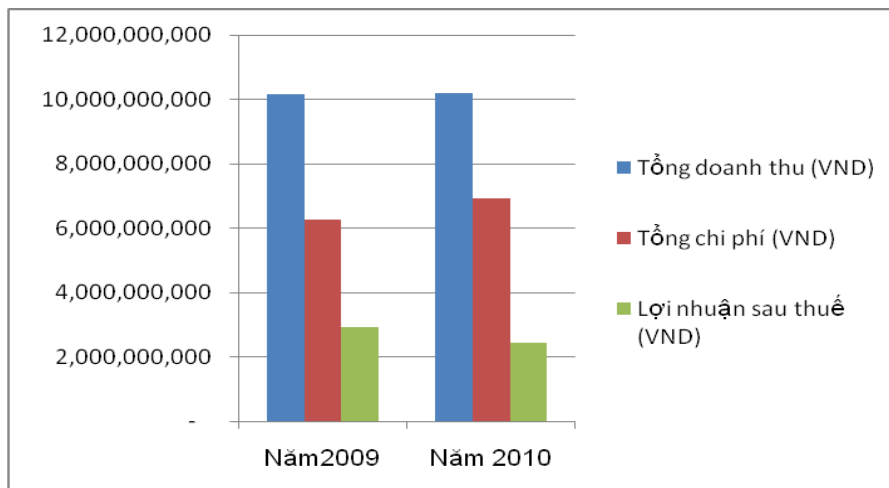
cao, tuy nhiên trình độ cao đẳng chiếm tỷ trọng lớn, với tỷ trọng này chỉ phù hợp với cường độ lao động hiện tại, trong thời gian tới cần có hwngs đào tạo cho công nhân viên nâng cao trình độ.

3.5 Đánh giá kết quả đã đạt được của doanh nghiệp

Bảng 3: Tổng hợp một số chỉ tiêu hoạt động sản xuất kinh doanh

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 so năm 2010	
				Giá trị	%
Tổng doanh thu	VND	10,168,665,064	10,203,575,178	34,910,114	0.34%
Tổng chi phí	VND	6,258,971,850	6,928,707,545	669,735,695	10.70%
Lợi nhuận trước thuế	VND	3,909,693,214	3,274,867,633	(634,825,581)	-16.24%
Thuế TNDN nộp	VND	977,423,304	818,716,908	(158,706,395)	-16.24%
Số lượng lao động	Người	48	50	2	4.17%
Thu nhập bình quân lao động	VND	3,912,000	4,388,000	476,000	12.17%

Biểu Đồ phản ánh kết quả kinh doanh



Nhận xét: Nhìn chung tổng doanh thu của công ty năm 2010 so với năm 2009 tăng 34.910.114 VND tương ứng 0.34%. Đây là thành tích cũng như nỗ lực của toàn doanh nghiệp. Tuy nhiên chi phí tăng 669.735.695 VND tương ứng 10.7 %. Tốc độ tăng của chi phí lớn hơn tốc độ tăng của doanh thu dẫn tới lợi nhuận giảm 634.825.581 VND tương ứng 16.24%, và thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp cho nhà nước cũng giảm 158.706.395 VND. Công ty cần nghiên cứu, có điều chỉnh để

tiết kiệm chi phí trong thời gian tới. Số lượng lao động tăng không đáng kể 4.17%, trong khi đó thu nhập bình quân của người lao động tăng 476.000 VND tương ứng 12,17%. Nhận thấy công ty đã quan tâm tới nâng cao thu nhập cho người lao động hơn, điều góp phần này khiến nhân viên thêm phần gắn bó hơn với công ty, làm việc nỗ lực, có trách nhiệm hơn với công việc của mình.

II Tình hình sản xuất kinh doanh tại Công ty Bee logistic (chi nhánh Hải Phòng)

1. Tình hình kinh doanh của công ty

Bảng 4: Báo cáo kết quả kinh doanh

(ĐVT: VND)

Chỉ tiêu	Mã	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
				Giá trị	%
1 doanh thu bán hàng cung cấp dịch vụ	1	10,134,649,854	10,172,459,198	37,809,344	0.4%
2. Các khoản giảm trừ doanh thu	2	-	-	-	
3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	10	10,134,649,854	10,172,459,198	37,809,344	0.4%
4. Giá vốn hàng bán	20	4,912,645,892	5,524,562,958	611,917,066	12.2%
5. Lợi nhuận gộp	21	5,112,003,962	4,537,896,240	(574,107,722)	-11.2%
6. Doanh thu hoạt động tài chính	22	15,468,954	18,546,129	3,077,175	12.1%
7. Chi phí tài chính (chi phí lãi vay)	23	356,124,356	380,126,423	24,002,067	9.4%
8. Chi phí bán hàng	24	412,356,429	451,245,624	38,889,195	9.4%
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	25	562,598,928	562,556,892	(42,036)	0.0%
10. Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	30	3,906,393,203	3,272,513,430	(633,879,773)	-16.2%
11. thu nhập khác	31	18,546,256	12,569,851	(5,976,405)	-32.2%
12. Chi phí khác	32	15,246,245	10,215,648	(5,030,597)	-33.0%
13. Lợi nhuận khác	40	3,300,011	2,354,203	(945,808)	-28.7%
14. tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	50	3,909,693,214	3,274,867,633	(634,825,581)	-16.2%
15 Chi phí thuế TNDN hiện hành	51	977,423,304	818,716,908	(158,706,395)	-16.2%
16. Chi phí thuế TNDN hoãn lại	52	-	-	-	
17. Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	60	2,932,269,911	2,456,150,725	(476,119,186)	-16.2%
18. lãi cơ bản trên cổ phiếu	70	-	-	-	

(Nguồn: Phòng kế toán cung cấp)

- Phân tích báo có kết quả kinh doanh

Lợi nhuận sau thuế năm 2010 so năm 2009 giảm 476,119,186 VND tương ứng giảm 16.2% , tổng doanh thu 2010 so năm 2009 tăng 37,809,344 VND tương ứng 0,4% chứng tỏ khả năng tích lũy của công ty có chiều hướng tăng. Giá vốn hàng bán năm 2010 so năm 2009 tăng 611,917,060 VND tương ứng 12,2% . Xét với tốc độ tăng của doanh thu so với tốc độ tăng của giá vốn hàng bán là 0,062 tỷ số này nhỏ hơn 1, chứng tỏ tốc độ tăng của giá vốn hàng bán lớn hơn tốc độ tăng của doanh thu, cho thấy chi phí bỏ ra của doanh nghiệp khá lớn trong khi đó doanh thu đem về cho doanh nghiệp không tương ứng với chi phí. Ta cần xem xét nghiên cứu một số loại chi phí, trước hết là chi phí bán hàng năm 2010 so năm 2009 tăng 38.889.195 VND tương ứng với 9,4% cho thấy rằng công ty chưa tiết kiệm chi phí bán hàng, và cung cấp dịch vụ để hạ giá thành sản phẩm. về chi phí quản lý doanh nghiệp năm 2010 so năm 2009 là giảm 42,036 VND, giảm không đáng kể. Vậy nguyên nhân chính làm cho lợi nhuận sau thuế giảm là giá vốn hàng bán và chi phí bán hàng tăng, doanh nghiệp cần phải xem xét nguyên nhân khiến cho hai chỉ tiêu này tăng để có biện pháp khắc phục. Như vậy giá thành của doanh nghiệp mới giảm, làm tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

Bảng 5: Cân đối kế toán

STT	CHỈ TIÊU	Mã	Thuyết minh	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2010 so 2009	
						Số tiền	%
(1)	(2)	(3)	(4)				
	TÀI SẢN						
A	TÀI SẢN ngắn hạn	100		879,576,389	888,921,624	9,345,235	1%
I	I. Tiền và các khoản tương đương tiền	110	III.01	432,564,254	442,455,245	9,890,991	2%
II	II. Đầu tư tài chính ngắn hạn (120=121+129)	120	III.05	51,234,625	53,124,658	1,890,033	4%
1	1. Đầu tư tài chính ngắn hạn	121		51,234,625	53,124,658	1,890,033	4%
2	2. Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính ngắn hạn (*)	129		-	-	-	
III	III. Các khoản phải thu ngắn hạn	130		383,764,245	381,328,456	(2,435,789)	-1%
1	1. Phải thu của khách hàng	131		382,564,245	380,128,456	(2,435,789)	-1%
2	2. Trả trước cho người bán	132		-	-	-	
3	3. Các khoản phải thu khác	138		1,200,000	1,200,000	-	0%
4	4. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi (*)	139		-	-	-	
IV	IV. Hàng tồn kho	140		-	-	-	
1	1. Hàng tồn kho	141	III.02	-	-	-	
2	2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho (*)	149		-	-	-	
V	V. Tài sản ngắn hạn khác	150		12,013,265	12,013,265	-	0%
1	1. Thuế giá trị gia tăng được khấu trừ	151		12,013,265	12,013,265	-	0%
2	2. Thuế và các khoản khác phải thu Nhà nước	152		-	-	-	

STT	CHỈ TIÊU	Mã	Thuyết minh	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2010 so 2009	
3	3. Tài sản ngắn hạn khác	158		-	-	-	
B	B - TÀI SẢN DÀI HẠN (200=210+220+230+240)	200		16,207,260,561	16,478,471,713	271,211,152	2%
I	I. Tài sản cố định	210	III.03.04	15,912,999,206	16,193,910,465	280,911,259	2%
1	1. Nguyên giá	211		15,489,452,312	16,652,456,590	1,163,004,278	8%
2	2. Giá trị hao mòn lũy kế (*)	212		(423,546,894)	(458,546,125)	(34,999,231)	8%
3	3. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	213		-	-	-	
II	II. Bất động sản đầu tư	220		-	-	-	
1	1. Nguyên giá	221		-	-	-	
2	2. Giá trị hao mòn lũy kế (*)	222		-	-	-	
III	III. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn	230	III.05	-	-	-	
1	1. Đầu tư tài chính dài hạn	231		-	-	-	
2	2. Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn (*)	239		-	-	-	
IV	IV. Tài sản dài hạn khác	240		294,261,355	284,561,248	(9,700,107)	-3%
1	1. Phải thu dài hạn	241		294,261,354	284,561,248	(9,700,106)	-3%
2	2. Tài sản dài hạn khác	248		-	-	-	
3	3. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi (*)	249		-	-	-	
	TỔNG CỘNG TÀI SẢN (250 =100 + 200)	250		17,086,836,950	17,367,393,337	280,556,387	2%

NGUỒN VỐN							
A	A - NỢ PHẢI TRẢ (300 = 310 + 320)	300		7,330,875,458	7,879,019,385	548,143,927	7%
I	I. Nợ ngắn hạn	310		4,806,314,224	5,013,592,949	207,278,725	4%
1	1. Vay ngắn hạn	311		3,546,245,625	3,654,585,568	108,339,943	3%
2	2. Phải trả cho người bán	312		356,789,759	356,428,965	(360,794)	0%
3	3. Người mua trả tiền trước	313		657,666,486	767,117,163	109,450,677	17%
4	4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	314	III.06	245,612,354	235,461,253	(10,151,101)	-4%
5	5. Phải trả người lao động	315		-	-	-	
6	6. Chi phí phải trả	316		-	-	-	
7	7. Các khoản phải trả ngắn hạn khác	318		-	-	-	
8	8. Dự phòng phải trả ngắn hạn	319		-	-	-	
II	II. Nợ dài hạn	320		2,524,561,234	2,865,426,436	340,865,202	14%
1	1. Vay và nợ dài hạn	321		1,976,699,991	2,303,290,978	326,590,987	17%
2	2. Quỹ dự phòng trợ cấp mất việc làm	322		-	-	-	
3	3. Phải trả, phải nộp dài hạn khác	328		547,861,243	562,135,458	14,274,215	3%
4	4. Dự phòng phải trả dài hạn	329		-	-	-	
B	B - VỐN CHỦ SỞ HỮU (400 = 410+430)	400		9,755,961,492	9,488,373,952	(267,587,540)	-3%
I	I. Vốn chủ sở hữu	410	III.07	8,500,000,000	8,500,000,000	-	0%
1	1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	411		-	-	-	
2	2. Thặng dư vốn cổ phần	412		-	-	-	
3	3. Vốn khác của chủ sở hữu	413		-	-	-	
4	4. Cổ phiếu quỹ (*)	414		-	-	-	
5	5. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	415		-	-	-	
6	6. Các quỹ thuộc vốn chủ sở hữu	416		-	-	-	
7	7. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	417		1,255,961,492	988,373,952	(267,587,540)	-21%
II	II. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	430		-	-	-	
	TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN (440 = 300+400)	440		17,086,836,950	17,367,393,337	280,556,387	2%

- Phân tích bảng cân đối kế toán

Dựa vào bảng số liệu so sánh tài sản, nguồn vốn trên nhận thấy rằng tổng tài sản công ty từ năm 2009 so với 2010 tăng 280,556,387 VND tương ứng với 2%. Ta cần đi vào tìm hiểu nghiên cứu cụ thể từng chỉ tiêu. Trước hết xét đến tài sản ngắn hạn năm 2009 so với 2010 tăng 1 %, tiền và các khoản tương đương tiền tăng 9.890.991 VND tương ứng với 2%, các khoản thu ngắn hạn giảm 2.435.789 VND tương ứng 1%, đầu tư tài chính ngắn hạn tăng lên 1.890.033 VND tương ứng 4%. Điều này cho thấy khả năng chi trả tiền mặt của công ty khá tốt, chủ động được thanh toán tức thời. Các khoản nợ của công ty được đẩy mạnh thu hồi, tình trạng bị chiếm dụng vốn là không đáng kể. Công ty có đầu tư trong ngắn hạn nhưng vẫn chưa nhiều trong thời gian tới cần có chiến lược đầu tư tốt hơn. Xét về tài sản dài hạn tăng 271.211.152 VND tương ứng với 2%. Thấy được rằng năm 2010 công ty chú trọng đầu tư vào tài sản công ty, tăng khả năng phục vụ khách hàng nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Về phần nguồn vốn của công ty năm 2010 so với năm 2009 nợ phải trả tăng 548,143,927 VND tương ứng với 7% , trong đó nợ ngắn hạn tăng 207,278,725 VND tương ứng 4%, nợ dài hạn tăng 340,565,202 VND tương ứng 14%. Vốn chủ sở hữu công ty giảm đi 238,814,993 VND tương ứng 3%, lợi nhuận chưa phân phối giảm 81,887,505 VND tương ứng 7%. Nguyên nhân chính khiến nguồn vốn tăng do nợ dài hạn. Từ các số liệu thống kê ở trên thấy được tình hình tài chính công ty tương đối tốt. Năm 2010 công ty có hướng đầu tư mở rộng hơn quy mô kinh doanh. Công ty đang tận dụng được nguồn vốn chiếm dụng, bên cạnh đó cần có kế hoạch trả nợ phù hợp tránh lún vào tình khó chi trả, nên đầu tư vào những hạng mục có khả năng sinh lời cao, thời gian thu hồi vốn phù hợp. Trong thời gian tới cần có chiến lược phát triển phù hợp để phát huy được thế mạnh hiện có.

2. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh

2.1 Chỉ tiêu về doanh thu

- Tình hình doanh thu của doanh nghiệp qua 2 năm

Bảng 6: Tình hình doanh thu của doanh nghiệp

(ĐVT: VND)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
			Giá trị	%
1. Doanh thu bán hàng cung cấp dịch vụ	10,134,649,854	10,172,459,198	37,809,344	0.37%
1.1 Doanh thu cung cấp dịch vụ giao nhận	8,046,154,823	8,468,910,109	422,755,286	5.25%
1.2 Doanh thu cung cấp dịch vụ khác	2,078,495,031	1,693,549,089	(384,945,942)	-18.52%
2. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	10,124,649,854	10,162,459,198	37,809,344	0.37%
3. Doanh thu hoạt động tài chính	15,468,954	18,546,129	3,077,175	12.08%
4 Doanh thu khác	18,546,256	12,569,851	(5,976,405)	-32.22%
5. Tổng doanh thu	10,168,665,064	10,203,575,178	34,910,114	0.34%

(Nguồn : Phòng kế toán cung cấp)

Trong doanh thu bán hàng gồm cung cấp dịch vụ giao nhận và cung cấp dịch vụ khác, cung cấp dịch vụ giao nhận chiếm phần lớn trong doanh thu. Trong 2 năm vừa qua doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ khá ổn định, và năm 2010 tăng nhẹ so với năm 2009 là 37,809,344 VND, tương ứng với 0.37%..Đây có thể coi là thành tích của doanh nghiệp. Nguyên nhân dẫn đến doanh thu còn thấp có thể do tên tuổi doanh nghiệp chưa được biết đến nhiều, dịch vụ của doanh nghiệp cung cấp tại thị trường Hải Phòng và các vùng lân cận chưa có vị trí cao trong mắt người tiêu dùng, dẫn đến dịch vụ mới chỉ cung cấp cho khách hàng quen thuộc chưa có nhiều khách hàng mới, trong thời gian tới doanh nghiệp cần có đối sách để khai thác tốt hơn nguồn lực hiện có của mình, tăng doanh thu cao hơn nữa. Còn đối với doanh thu hoạt động tài chính gồm lãi tiền gửi và tiền cho doanh nghiệp cho thuê đầu kéo của doanh nghiệp khi nhàn rỗi năm 2010 tăng so với năm 2009 là 3,007,175 VND tương ứng với 12,08%. Mặc dù có tăng nhưng nhìn chung vẫn

thấp. Có thể doanh nghiệp mới đầu tư vào hoạt động tài chính nên doanh thu chưa tăng nhiều. hứa hẹn năm 2011 có doanh thu cao hơn.

Doanh nghiệp đa dạng hóa hoạt động cung cấp dịch vụ vận chuyển.

Bảng 7 Kết quả bảng giao nhận trong năm

Hình Thức	Số hợp đồng	Tổng giá trị (VND)	Tỷ trọng (%)
Đường biển	280	3,521,624,323	42%
Đường bộ	112	2,157,868,977	25%
Hàng không	138	1,587,557,890	19%
Đa phương thức	160	1,201,859,000	14%
Tổng	690	8,468,910,190	100%

(Nguồn: phòng kế toán cung cấp)

Giá trị trung bình hợp đồng biển là 20,283 triệu VND, hợp đồng đường bộ là 19,266 triệu VND, hợp đồng hàng không là 11,504 triệu VND, hợp đồng đa phương thức là 7, 556 triệu VND. Nhìn chung giá trị trung bình phản ánh khách hàng chủ yếu của công ty là vừa và nhỏ, đây cũng là khách hàng chủ yếu của công ty. Tỷ trọng đường biển 67% phản ánh khách hàng công ty chủ yếu sử dụng được vận tải đường biển. Vận tải đa phương thức chiếm tỷ lệ nhỏ nhất 14%, chúng tôi trong năm vừa qua hình thức vận tải này chưa được chú trọng.

Tổng số hợp đồng 690 hợp đồng, điều này phản ánh rõ nhất hiệu quả của đội ngũ sale trong việc tìm kiếm hợp đồng và năng lực đàm phán hợp đồng. Thực tế trong thời kỳ thời kỳ cạnh tranh gay gắt, để có được một hợp đồng thì nhân viên sales phải rất nỗ lực từ khâu lập kế hoạch tìm kiếm khách hàng đến khâu đàm phán ký kết hợp đồng. Đội nhân viên sales tương đối chuyên nghiệp và các chính sách khách hàng thì Bee Logistic Hai phong mới có thành tích như trên.

Gồm chỉ tiêu hiệu quả sản xuất kinh doanh và tỷ suất lợi nhuận so với doanh thu.

Bảng 8: Hiệu quả hoạt động theo chỉ tiêu doanh thu

(ĐVT: VND)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
			Giá trị	%
Tổng doanh thu	10,168,665,064	10,203,575,178	34,910,114	0.34%
Tổng chi phí	6,258,971,850	6,928,707,545	669,735,695	10.70%
Lợi nhuận sau thuế	2,932,269,911	2,456,150,725	(476,119,186)	-16.24%
Hiệu suất kinh doanh theo chi phí	1.6247	1.4727	(0.152)	-9.36%
Hiệu suất lợi nhuận trên doanh thu	0.288	0.241	(0.048)	-16.52%

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh hàng năm)

Nhận xét: - Lợi nhuận là kết quả cuối cùng của hoạt động sản xuất kinh doanh nó là chỉ tiêu chất lượng để đánh giá hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty, lợi nhuận còn được coi là đòn bẩy kinh tế quan trọng, lợi nhuận tác động đến tất cả các hoạt động của Công ty có ảnh hưởng trực tiếp đến tình hình tài chính của Công ty. Việc thực hiện chỉ tiêu lợi nhuận là điều kiện quan trọng đảm bảo tình hình tài chính của Công ty được vững chắc.

Nhìn chung tỷ lệ của lợi nhuận trong doanh thu tương đối cao, và hiệu quả kinh doanh theo chi phí khá cao. Điều này cho thấy doanh nghiệp kinh doanh tương đối tốt, với hiệu quả cao. Tuy nhiên năm 2010 giảm nhẹ so với năm 2009, là một doanh nghiệp mới hoạt động trong ngành mới mẽ lợi nhuận có thể biến động đôi chút, thêm vào đó năm 2010 doanh nghiệp đang triển khai chính sách mở rộng quy mô doanh nghiệp và cải thiện chất lượng phục vụ khách hàng.

2.2 Chỉ tiêu chi phí

Cụ thể chi phí của doanh nghiệp

Bảng 9: Chi phí của doanh nghiệp

(ĐVT: VND)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 với năm 2010	
			Giá trị	%
1. Giá vốn hàng bán	4,912,645,892	5,524,562,958	611,917,066	12.46%
2. Chi phí tài chính (chi phí lãi vay)	356,124,356	380,126,423	24,002,067	6.74%
3. Chi phí bán hàng	412,356,429	451,245,624	38,889,195	9.43%
4. Chi phí quản lý doanh nghiệp	562,598,928	562,556,892	(42,036)	-0.01%
5. Chi phí khác	15,246,245	10,215,648	(5,030,597)	-33.0%
6. Tổng chi phí	6,258,971,850	6,928,707,545	669,735,695	10.7%

(Nguồn: Phòng kế toán cung cấp)

Nhìn chung tổng chi phí của doanh nghiệp tăng năm 2010 tăng so với năm 2009 là 669,735,695VND tương ứng 10,7% . Ta đi xem xét từng chi phí, chi phí giá vốn tăng 12.46%, Chi phí tài chính tăng 6.74%. Bên cạnh đó chi phí quản lý doanh nghiệp giảm 0,01%, chi phí khác giảm mạnh 33%, đây là thành tích của doanh nghiệp trong năm 2011 cần phát huy tốt hơn nữa trong quá trình giảm thiểu chi phí. Như vậy yếu tố chính làm cho tổng chi phí của doanh nghiệp tăng mạnh là giá vốn hàng bán và chi phí bán hàng. Việc tăng mạnh giá vốn hàng bán đồng nghĩa với việc giá thành dịch vụ của doanh nghiệp đã tăng đáng kể, đây là điều bất lợi lớn cho doanh nghiệp, khiến sức cạnh tranh của doanh nghiệp bị ảnh hưởng trên thị trường, khả năng thu hút khách hàng mới và giữ khách hàng cũ của doanh nghiệp sẽ bị hạn chế. . Vì do tính chất là công ty giao nhận vận tải nên nguyên nhân làm cho chi phí giá vốn lên, có thể do :

- _ Doanh nghiệp mới mua máy móc thiết bị, khấu hao tài sản cố định lớn
- _ Năm 2010 giá xăng dầu có nhiều biến động.
- _ Vận dụng các nhân tố về môi trường kinh doanh, chế độ chính sách của nhà nước chưa tốt. Chi phí nhân công tăng
- _ Chi phí cho lưu thuê kho bãi tăng lên

_ Thị trường kinh tế có nhiều biến động như lãi suất ngân hàng, tỷ giá hối đoái có nhiều thay đổi.

Tiếp theo xét đến chi phí bán hàng tăng, tuy nhiên trong năm 2010 công ty có kế hoạch phát triển, mở rộng mối quan hệ, thu hút khách hàng mới, xây dựng hình ảnh của công ty trên thị trường nên làm cho chi phí bán hàng tăng. Điều này hứa hẹn kết quả kinh doanh sẽ tốt hơn trong năm 2011

Bảng 10: Phân tích hiệu quả kinh doanh theo chi phí

(ĐVT: VND)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
			Giá trị	%
Tổng doanh thu	10,168,665,064	10,203,575,178	34,910,114	0.34%
Tổng chi phí	6,258,971,850	6,928,707,545	669,735,695	10.70%
Lợi nhuận sau thuế	2,932,269,911	2,456,150,725	(476,119,186)	-16.24%
Sức sản xuất của chi phí	1.625	1.473	(0.152)	-9.36%
Sức sinh lời của chi phí	0.468	0.354	(0.114)	-24.33%

(Nguồn: phòng kế toán cung cấp)

Nhìn chung tỷ suất lợi nhuận trên chi phí của doanh nghiệp của 2 năm tương đối cao. Tuy nhiên năm 2010 giảm so với năm 2009 là 24.33%, có thể nói tốc độ tăng chi phí của năm 2010 so với năm 2009 nhanh hơn, điều này công ty cần phải chú ý nghiên cứu phát hiện nguyên nhân khiến cho tốc độ tăng nhanh. Xét tỷ suất lợi nhuận trên chi phí, năm 2010 cứ 10 đồng chi phí tạo ra 3,54 đồng lợi nhuận, trong khi đó năm 2009 cứ 10 đồng chi phí tạo ra 4,68 đồng lợi nhuận.

Phân tích nhân tố ảnh hưởng tới sức sinh lời và sức sản xuất của chi phí

* Sức sản xuất của chi phí

Doanh thu thuần

Sức sản xuất của chi phí = _____

Tổng chi phí trong kỳ

$$\begin{aligned} \text{Giá trị SSX của Cp} &= \text{SSX của CP năm 2010} - \text{SSX của Cp năm 2009} \\ &= 1,4727 - 1,6247 = -0,152 \end{aligned}$$

- Xét ảnh hưởng của nhân tố chi phí

$$\begin{aligned} \text{SSX của chi phí} &= \frac{\text{DTT}_{2009}}{\text{CP}_{2010}} - \frac{\text{DTT}_{2009}}{\text{CP}_{2009}} \\ &= \frac{10,168,665,064}{6,928,707,545} - \frac{10,168,665,064}{6,258,971,850} \\ &= 1,4676 - 1,6247 = -0,1571 \end{aligned}$$

- Xét ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\begin{aligned} \text{SSX của chi phí} &= \frac{\text{DTT}_{2010}}{\text{CP}_{2010}} - \frac{\text{DTT}_{2009}}{\text{CP}_{2010}} \\ &= \frac{10,203,575,178}{6,928,707,545} - \frac{10,168,665,064}{6,928,707,545} \\ &= 1,4727 - 1,4676 = 0,0051 \end{aligned}$$

Tổng hợp nhân tố ảnh hưởng:

$$= -0,1571 + 0,0051 = -0,152$$

Nhận xét: Sức sinh lời của chi phí năm 2010 so với năm 2009 giảm đi 0.152 đồng. Điều này cho thấy đây là hạn chế của doanh nghiệp. Đi sâu vào phân tích từng nhân tố

_ Do ảnh hưởng nhân tố chi phí, khi chi phí tăng làm cho sức sinh sản xuất của chi phí giảm đi 0.1571 đồng.

_ Do ảnh hưởng nhân tố doanh thu, khi doanh thu tăng dẫn tới sức sản xuất của chi phí tăng 0.0051. Đây có thể xem như thành tích nhỏ của doanh nghiệp

Tổng hợp các nhân tố ảnh hưởng làm cho sức sinh sản xuất của chi phí giảm 0.152 đồng, tức là năm 2010 so với năm 2009 cứ 10 đồng chi phí tạo ra doanh thu thì giảm 1.52 đồng.

* Sức sinh lời của chi phí

Lợi nhuận sau thuế

$$\text{Sức sản xuất của chi phí} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng chi phí trong kỳ}}$$

$$\begin{aligned} \text{Giá trị SSL của Cp} &= \text{SSL của CP năm 2010} - \text{SSL của Cp năm 2009} \\ &= 0.3545 - 0.4685 = -0.114 \end{aligned}$$

Xét ảnh hưởng của nhân tố chi phí

$$\begin{aligned} \text{SSL của chi phí} &= \frac{\text{LNSt}_{2009}}{\text{CP}_{2010}} - \frac{\text{LNSt}_{2009}}{\text{CP}_{2009}} \\ &= \frac{2,932,269,9}{6,928,707,545} - \frac{2,932,269,911}{6,258,971,850} \\ &= 0.4232 - 0.4685 = -0.0453 \end{aligned}$$

- Xét ảnh hưởng của nhân tố doanh thu

$$\text{SSX của chi phí} = \frac{\text{LNSt}_{2010}}{\text{CP}_{2010}} - \frac{\text{LNSt}_{2009}}{\text{CP}_{2010}}$$

$$\begin{aligned} & \frac{2,456,150,725}{6,928,707,545} - \frac{2,932,269,911}{6,928,707,545} \\ = & 0.3545 - 0.4232 = -0.0687 \end{aligned}$$

Tổng hợp nhân tố ảnh hưởng:

$$= -0.0453 + (-0.0687) = -0.114$$

Nhận xét: Sức sinh lời của chi phí năm 2010 so với năm 2009 giảm đi 0.114 đồng. Điều này cho thấy đây là hạn chế của doanh nghiệp. Đi sâu vào phân tích từng nhân tố

_ Do ảnh hưởng nhân tố chi phí, khi chi phí tăng làm cho sức sinh lời của chi phí giảm đi 0.0453 đồng.

_ Do ảnh hưởng nhân tố doanh thu, khi lợi nhuận giảm dẫn tới sức sinh lời của chi phí giảm 0.0687 đồng

Tổng hợp các nhân tố ảnh hưởng làm cho sức sinh lời của chi phí giảm 0.114 đồng, tức là năm 2010 so với năm 2009 cứ 10 đồng chi phí tạo ra lợi nhuận thì giảm 0.114 đồng.

Từ việc phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới sức sản xuất, sức sinh lời của chi phí thì ta thấy được hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp chưa tốt, trong thời gian tới doanh nghiệp cần có chính sách sử dụng hiệu quả hơn để tận dụng lợi thế hiện có của doanh nghiệp.

2.3 Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động

Bảng 11: Tình hình lao động của doanh nghiệp

(ĐVT: Người)

STT	Chức Danh	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 với năm 2010	
				Giá trị	%
TỔNG SỐ		48	50	2	4%
I	Bộ Phận quản lý	25	27	2	8%
1	Giám đốc	1	1	-	0%
2	Phó Giám đốc	1	1	-	0%
3	Kế toán	3	3	-	0%
4	Nhân viên kinh doanh	10	10	-	0%
5	Nhân viên giao nhận	10	12	2	20%
II	Bộ phận giao nhận	23	23	-	0%
6	Lái xe ô tô, xe con, CN bốc xếp	8	8	-	0%
7	Thợ sửa chữa xe	3	3	-	0%
8	Phụ xe	8	8	-	0%
9	Lái xe Container	8	8	-	0%
10	Đội kho bãi, giao nhận	3	3	-	0%

(Nguồn: Phòng Kế toán cung cấp)

Bảng 12: Phân tích hiệu quả theo lao động

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
				Giá trị	%
Tổng doanh thu	VND	10,168,665,064	10,203,575,178	34,910,114	0.34%
Lợi nhuận sau thuế	VND	2,932,269,911	2,456,150,725	(476,119,186)	-16.24%
Tổng quỹ lương	VND	2,503,588,740	2,771,483,018	267,894,278	10.7%
Số lượng lao động	Người	48	50	2	4.17%
Năng suất lao động	VND/Ng	211,847,189	204,071,504	(7,775,685)	-3.67%
Lợi nhuận một người lao động	VND/Ng	61,088,956	49,123,014	(11,965,942)	-19.59%
Thu nhập bình quân lao động	VND	52,158,099	55,429,660	3,271,562	6.27%

(Nguồn : phòng kế toán cung cấp)

Nhận xét: Trong năm 2010 số lượng người lao động có sự biến động, tăng lên 2 người tương ứng 4% và đều tăng ở bộ phận quản lý cụ thể là ở bộ phận giao nhận. Bộ phận này có chức năng lên kế hoạch và bố trí các nguồn hàng.

Mặc dù tăng thêm số lượng người lao động nhưng thu nhập bình quân lao động năm 2010 so năm 2009 đã tăng lên 3,271,562 VND tương ứng 6.7%. Có thể nói đây là thành tích của doanh nghiệp, trong việc nâng cao đời sống cho người lao động, và có chính sách lương thưởng thích hợp khiến người lao động gắn bó với công ty hơn. Trong thời gian tới doanh nghiệp cần phát huy.

Tuy nhiên doanh thu năm 2010 so với năm 2009 tăng không đáng kể nhưng số lượng người lao động tăng lên dẫn tới năng suất lao động giảm xuống 7,775,685 VND tương ứng với 3.67%. Năm 2009 lợi nhuận bình quân 1 người lao động tạo ra là 61,088,956 VND, năm 2010 giảm xuống còn 49,123,014 VND. Năm 2010 nhận thấy khối lượng công việc ở bộ phận giao nhận tăng nên doanh nghiệp đã tăng lao động. Việc tăng lao động ở bộ phận giao nhận cho thấy doanh nghiệp đang chú trọng tăng khả năng quản lý, sắp xếp, điều hành công việc. Tuy nhiên việc tăng lao động làm năng suất lao động cũng như lợi nhuận bình quân 1 người lao động đều giảm xuống, cho thấy hiệu quả sử dụng lao động của doanh nghiệp thấp. Sự giảm xuống này có thể do chính sách tuyển dụng thêm người lao động của doanh nghiệp, sắp xếp lao động chưa hợp lý, chưa khai thác tốt khả năng của người lao động, chưa tạo ra được môi trường làm việc tốt để người lao động phát huy được năng lực của mình.

2.4 Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn

* Hiệu quả sử dụng vốn

Bảng 13: Hiệu quả sử dụng vốn

(ĐVT: VND)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
			Giá trị	%
Tổng doanh thu	10,168,665,064	10,203,575,178	34,910,114	0.34%
Tổng Vốn kinh doanh	17,086,836,950	17,367,393,337	280,556,387	1.64%

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
			Giá trị	%
Lợi nhuận sau thuế	2,932,269,911	2,456,150,725	(476,119,186)	-16.24%
Tỷ suất lợi nhuận trên vốn kinh doanh	0.172	0.142	(0.030)	-17.34%
Tỷ suất doanh thu trên vốn kinh doanh	0.595	0.589	(0.006)	-0.97%

(Nguồn: phòng kế toán cung cấp)

Nhận Xét: Sức sinh lời của đồng vốn năm 2009 là 10 đồng vốn thu được 1,72 đồng lợi nhuận. Năm 2010 thì 10 đồng vốn bỏ ra thu về được 1,42 đồng lợi nhuận. Vậy sức sinh lời của đồng vốn năm 2010 giảm hơn so với năm 2009. Xét sức sản xuất của đồng vốn, năm 2009 thì 10 đồng vốn bỏ ra thu được 5,59 đồng doanh thu, năm 2010 thì 10 đồng vốn đưa vào kinh doanh chỉ thu được 5.89 đồng doanh thu, sức sản xuất của vốn năm 2010 giảm nhẹ so với năm 2009. Nhận thấy sức sản xuất và sức sinh lời đều giảm, chứng tỏ phương pháp sử dụng nguồn vốn của doanh nghiệp chưa cao, chưa đạt được hiệu quả tốt. Trong thời gian tới doanh nghiệp cần có giải pháp để khai thác tốt hơn nguồn vốn hiện có của mình.

- Hiệu suất sử dụng vốn cố định

Bảng 14: Hiệu suất sử dụng vốn cố định

(ĐVT: VND)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So Sánh năm 2009 và năm 2010	
			Giá trị	%
Tổng doanh thu	10,168,665,064	10,203,575,178	34,910,114	0.34%
Lợi nhuận sau thuế	2,932,269,911	2,456,150,725	(476,119,186)	-16.24%
Tổng Vốn kinh doanh	17,086,836,950	17,367,393,337	227,431,729	1.33%
Vốn cố định	16,207,260,561	16,478,471,713	271,211,152	1.61%
Tỷ trọng vốn cố định	94.364%	94.882%	0.3%	
Tỷ suất lợi nhuận trên cố định	0.181	0.149	(0.031)	-17.62%
Tỷ suất doanh thu trên vốn cố định	0.627	0.617	(0.008)	-1.31%

(Nguồn: phòng kế toán cung cấp)

Nhận xét: Đặc thù là ngành vận tải, doanh nghiệp có 1 đội xe đầu kéo riêng. Tỷ trọng vốn cố định chiếm tỷ trọng lớn trong nguồn vốn cố định. Năm 2010 doanh nghiệp có đầu tư thêm máy móc phục vụ kinh doanh tốt hơn. Sức sản xuất của vốn cố định tương đối khá. Năm 2009 cứ 10 đồng vốn cố định tạo ra 6.27 đồng doanh thu, năm 2010 thì 10 đồng vốn cố định tạo ra 6.19 đồng doanh thu. Về sức sinh lời thì chưa thực sự cao, năm 2009 cứ 10 đồng vốn cố định thu về được 1.81 đồng, năm 2010 thì 10 đồng vốn cố định chỉ thu về được 1.49 đồng lợi nhuận. Xét về sức sinh lời cũng như sức sản xuất năm 2010 đều giảm hơn so với năm 2009. Như vậy năm 2010 so với năm 2009 hiệu quả sử dụng vốn cố định của doanh nghiệp giảm. Nhưng năm 2010 doanh nghiệp mua sắm thêm máy móc thiết bị để phục vụ khách hàng tốt hơn. Nguyên nhân có thể là doanh nghiệp chưa sử dụng hết công suất máy móc thiết bị, chi phí khấu hao cao. Tuy hiệu suất sử dụng vốn giảm Năm 2011 sẽ hứa hẹn việc kinh doanh tốt hơn.

- Hiệu suất sử dụng vốn lưu động

Bảng 15: Hiệu quả sử dụng vốn lưu động

(ĐVT: VND)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
			Giá trị	%
Tổng doanh thu	10,168,665,064	10,203,575,178	34,910,114	0.3%
Lợi nhuận sau thuế	2,932,269,911	2,456,150,725	(476,119,186)	-16.2%
Tổng Vốn kinh doanh	17,086,836,950	17,367,393,337	227,431,729	1.3%
Vốn lưu động	879,576,389	888,924,624	9,345,235	-1.6%
Tỷ trọng vốn lưu động	5.148%	5.118%	-0.038%	
Tỷ suất lợi nhuận trên vốn lưu động	3.334	2.763	(0.571)	-17.1%
Vòng quay vốn lưu động	11.561	11.479	(0.0823)	-0.7%

(Nguồn: phòng kế toán cung cấp)

Tỷ trọng vốn lưu động trong vốn kinh doanh tương đối ít và tăng nhẹ vào năm 2010. Sức sinh lời của vốn lưu khá tốt, năm 2009 cứ 1 đồng vốn lưu động sinh lợi được 3.334 đồng, năm 2010 giảm xuống còn 2.763 đồng. Vòng quay vốn cao năm

2010 tăng hơn so với năm 2009. Đây có thể coi là thành tích của doanh nghiệp, doanh nghiệp đang có chính sách khai thác tốt lượng vốn hiện có của mình. Doanh nghiệp nên tiếp tục phát huy thế mạnh.

3. Các chỉ tiêu tài chính

Bảng 16: Số liệu chỉ tiêu trong kỳ

(ĐVT: VND)

STT	Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010
1	Tổng tài sản	17,086,836,950	17,314,268,679
2	Tổng nợ	7,330,875,458	7,879,019,385
3	Tài sản ngắn hạn	879,576,389	888,921,624
4	Nợ ngắn hạn	4,806,314,224	5,013,592,949
5	Doanh thu thuần	10,168,665,064	10,203,575,178
6	Số dư bình quân các khoản phải thu	191,882,123	190,664,228
7	Lợi nhuận sau thuế	2,932,269,911	2,456,150,725
8	Lợi nhuận trước thuế và lãi vay	4,265,817,570	3,654,994,056
9	Vốn chủ sở hữu	9,755,961,492	9,435,249,294
10	Chí Phí lãi vay	356,124,356	380,126,423

(Nguồn: phòng kế toán cung cấp)

Bảng 17: Chỉ tiêu tài chính

STT	Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
				Giá trị	%
A	Hệ số khả năng thanh toán				
1	Hệ số khả năng thanh toán tổng quát	2.331	2.198	-0.133	-5.72%
2	Hệ số thanh toán nhanh	0.183	0.177	-0.006	-3.12%
B	Kỳ Thu tiền bình quân	6.816	6.748	-0.068	-1.00%
C	Hệ số thanh toán lãi vay	10.978	9.615	-2.363	-19.73%
D	Cơ cấu nguồn vốn và tài sản				
1	Hệ số nợ	0.429	0.455	0.026	6.07%
2	Hệ số vốn chủ	0.571	0.545	-0.026	-4.56%
E	Chỉ tiêu sinh lời				

STT	Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
				Giá trị	%
1	Hệ số doanh lợi trên tổng vốn (ROA)	0.172	0.142	-0.030	-17.34%
2	Hệ số doanh lợi trên VSH (ROE)	0.301	0.260	-0.040	-13.39%

(Nguồn: Phòng kế toán cung cấp)

Đánh giá khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn khi chúng đến hạn thanh toán, dùng hệ số thanh toán tổng quát và hệ số thanh toán nhanh. Hệ số thanh toán phản ánh khả năng chuyển đổi tài sản thành tiền để trang trải các khoản nợ ngắn hạn. Năm 2010 các hệ số thanh toán thấp hơn năm 2009, cụ thể hệ số thanh toán tổng quát giảm 5.72%, hệ số thanh toán nhanh giảm 3.12%. Mặc dù khả năng thanh toán của doanh nghiệp đều giảm nhưng khả năng thanh toán của doanh nghiệp ở mức khá tốt, thể hiện khả năng trang trải các khoản nợ của doanh nghiệp tương đối tốt. Hệ số hoạt động kinh doanh có tác dụng đo lường năng lực quản lý và sử dụng vốn hiện có của doanh nghiệp, kỳ thu tiền bình quân thay đổi không đáng kể ~ 7 ngày, điều này thể hiện vốn doanh nghiệp không bị chiếm dụng vốn, khả năng thu hồi các khoản nợ của doanh nghiệp tương đối tốt. Tuy nhiên nếu xét về chính sách bán chịu của doanh nghiệp cần thông thoáng hơn, để thu hút được nhiều khách hàng đến với doanh nghiệp. Xét hệ số sinh lời, khả năng sinh lời của một đồng vốn, cũng như vốn chủ sở hữu bỏ ra chưa cao, và đều giảm trong năm 2010 so năm với 2009, cụ thể khả năng sinh lời của đồng vốn năm 2010 giảm 17.43%, khả năng sinh lời của vốn chủ giảm 13.39%. Trong thời gian tới doanh nghiệp cần có hướng phát triển khai thác tốt đồng vốn của doanh nghiệp. Xét hiệu suất sử dụng vốn cố định còn thấp, chưa tận dụng hết được trang thiết bị hiện có. Đòn bẩy tài chính thể hiện việc sử dụng vốn vay trong nguồn vốn nhằm hy vọng gia tăng tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu. Sử dụng nợ vay, một phần nhằm bù đắp sự thiếu hụt về vốn trong kinh doanh. Công ty có hệ số đòn bẩy thấp năm 2010 so với năm 2009 có tăng nhưng không đáng kể. Điều này cho thấy doanh nghiệp đang sử dụng cả vốn vay và vốn chủ sở hữu, vốn chủ sở hữu nhiều hơn. Trong năm 2010 lãi suất cho vay có nhiều biến

động tăng cao việc sử dụng vốn chủ trong kinh doanh để đảm bảo tỷ suất lợi vốn chủ. Qua phân tích các chỉ tiêu tài chính cho thấy chính sách tài chính doanh nghiệp đang áp dụng chưa thực sự tốt, trong thời gian tới doanh nghiệp nên điều chỉnh để thu được nhiều kết quả tốt hơn.

2.5 Bảng tổng hợp các chỉ tiêu hiệu quả

Bảng 17: Bảng tổng hợp các chỉ tiêu hiệu quả

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
					Giá trị	%
1	Tổng doanh thu	VND	10,168,665,064	10,203,575,178	34,910,114	0.34%
2	Tổng chi phí	VND	6,258,971,850	6,928,707,545	669,735,695	10.70%
3	Lợi nhuận sau thuế	VND	2,932,269,911	2,456,150,725	(476,119,186)	-16.24%
4	Tổng số lao động	Người	48	50	2	4.17%
5	Tổng vốn kinh doanh	VND				
A	Hiệu quả kinh doanh theo chỉ tiêu doanh thu					
1	Hiệu suất kinh doanh theo chi phí		1.625	1.473	0.152	-9.36%
2	Hiệu suất lợi nhuận trên doanh thu		0.288	0.241	-0.048	-16.52%
B	Hiệu quả kinh doanh theo chỉ tiêu chi phí					
1	Sức sản xuất của chi phí		1.625	1.473	-0.152	-9.36%
2	Sức sinh lời của chi phí		0.468	0.354	-0.114	-24.33%
C	Hiệu quả kinh doanh theo chỉ tiêu lao động					
1	Năng suất lao động	VND/ Ng	211,847,189	204,071,504	(7,775,685)	-3.67%
2	Lợi nhuận một người lao động	VND/ Ng	61,088,956	49,123,014	(11,965,942)	-19.59%
D	Hiệu quả kinh doanh theo chỉ tiêu vốn kinh doanh					
1	Tỷ suất lợi nhuận trên vốn kinh doanh		0.172	0.142	(0.030)	-17.34%
2	Tỷ suất doanh thu trên vốn kinh		0.595	0.589	(0.006)	-0.97%

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2009	Năm 2010	So sánh năm 2009 và năm 2010	
					Giá trị	%
	doanh					
3	Tỷ suất lợi nhuận trên cố định		0.181	0.149	(0.031)	-17.62%
4	Tỷ suất doanh thu trên vốn cố định		0.627	0.619	(0.008)	-1.31%
5	Tỷ suất lợi nhuận trên vốn lưu động		3.334	2.76	(0.571)	-17.1%

Nhận xét: Qua bảng tổng hợp chỉ tiêu hiệu quả ta thấy doanh thu của doanh nghiệp năm 2010 tăng hơn so với năm 2009. Đây có thể coi là là thành tích của doanh nghiệp trong thời gian tới doanh nghiệp cần phát huy hơn nữa. Tuy nhiên chi phí kinh doanh năm 2010 so với năm 2009 tăng nhanh, tốc độ tăng của chi phí tăng nhanh hơn tốc độ tăng của doanh thu, dẫn tới các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp đều bị giảm trong năm 2010. Đây là nhược điểm của doanh nghiệp. Từ việc phân tích hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, để đưa ra một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

PHẦN III: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH

1. Thực trạng phát triển ngành giao nhận vận tải

Mặc dù khái niệm dịch vụ logistics đã được quy định rõ tại điều 133 Luật Thương mại năm 2005, nhưng trên thực tế dịch vụ logistics cần được nhận thức là sự phát triển ở giai đoạn cao của dịch vụ giao nhận kho vận trên cơ sở sử dụng những thành tựu của công nghệ thông tin, điều phối hiệu lực và hiệu quả hàng hóa, dịch vụ từ khâu tiền sản xuất đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Thời gian qua, cùng với sự phát triển ngoại thương cũng như thị trường nội địa, thị trường dịch vụ logistics (còn được gọi là thị trường thuê ngoài logistics hoặc thị trường dịch vụ 3PL (third party logistics) cũng có mức phát triển rất khả quan với mức tăng trưởng bình quân hàng năm 20-25%, góp phần quan trọng vào việc phát triển kinh tế đất nước.

***Thực trạng phát triển dịch vụ giao nhận vận tải trong 10 năm qua (2001-2010)**

Giai đoạn 2001-2005, hoạt động giao nhận kho vận, đặc biệt là giao nhận vận tải quốc tế đã có những bước chuyển biến đáng kể, gần như các công ty Nhà nước chiếm ưu thế và làm đại lý cho các công ty giao nhận vận tải có quy mô toàn cầu nước ngoài. Tuy vậy, khối lượng thuê ngoài dịch vụ giao nhận kho vận chỉ ở mức khoảng 25%, phần còn lại các doanh nghiệp chủ hàng tự tổ chức đầu tư phương tiện hoặc tự làm. Là một ngành kinh doanh còn mới mẻ, khó cạnh tranh bình đẳng với các công ty nước ngoài nên ngành giao nhận kho vận là một trong những ngành kinh doanh được Nhà nước bảo hộ và khuyến khích phát triển. Cơ cấu hàng chỉ định (nominated) và không chỉ định trong vận tải ngoại thương mất cân đối trầm trọng bắt nguồn từ tập quán mua CIF bán FOB, điều này dẫn đến các doanh nghiệp Việt Nam chỉ khai thác vận tải và bảo hiểm được từ 10 đến 18% lượng hàng hóa xuất nhập khẩu. *Giai đoạn 2006-2010*, riêng đối với thị trường dịch vụ vận tải quốc tế phát triển và chuyển biến mạnh mẽ hơn với khoảng 1.200 doanh nghiệp hoạt động dịch vụ giao nhận và vận tải, số vốn và tay nghề hạn chế. Đối trọng là các công ty

đa quốc gia có bề dày kinh nghiệm, kỹ thuật, công nghệ và uy tín cả trăm năm. Rõ ràng, “miếng bánh” ngành dịch vụ vận tải quốc tế tại Việt Nam đang thuộc về các công ty nước ngoài với phần lớn nhất: 70%. Từ thực trạng trên cho thấy việc các doanh nghiệp kinh doanh cung cấp dịch vụ Logistic tại Việt Nam nói chung và Hải Phòng nói riêng có nhiều cơ hội để phát triển, và cũng phải đối mặt nhiều thách thức, cạnh tranh khốc liệt với cả doanh nghiệp trong nước và ngoài nước.

Tại thị trường Hải Phòng, Công ty CP giao nhận vận tải Con Ong – CN Hải Phòng (BEE LOGISTICS CORPORATION- HAIPHONG BRANCH) mới chỉ cung cấp dịch vụ Logistic trong vài năm gần đây, gặp phải khá nhiều khó khăn, bên cạnh đó thu lại được một số thành công, có uy tín trên thị trường Hải Phòng được nhiều doanh nghiệp biết tới.

Có thể phân tích Swot thực trạng cung cấp dịch vụ của Công ty CP giao nhận vận tải Con Ong – CN Hải Phòng (BEE LOGISTICS CORPORATION- HAIPHONG BRANCH)

Điểm mạnh:

- Việt Nam có chỉ số LPI (Logistics Performance Index) theo báo cáo Ngân hàng Thế giới (WB) năm 2009 là trung bình - khá, đứng đầu các nước có thu nhập thấp, mặc dầu xếp hạng 53/155 nền kinh tế, nhưng được đánh giá có biểu hiện đặc biệt về hoạt động logistics.

- Tuy lộ trình cam kết WTO của Việt Nam về dịch vụ logistics đến năm 2014, nhưng công ty đã hội nhập trang bị cho mình đặc biệt trong việc cung ứng dịch vụ 3PL với trình độ công nghệ hiện đại.

Điểm yếu:

- Tuy cung đã cung cấp hoạt dịch vụ logistics và các dịch vụ khác của doanh nghiệp được một thời gian nhưng vẫn còn manh mún, thiếu kinh nghiệm và tính chuyên nghiệp, chỉ cung cấp dịch vụ cơ bản, cạnh tranh về giá là chủ yếu, ít giá trị gia tăng nên chỉ gia công lại cho các công ty 3PL, 4PL nước ngoài.

- Do hạ tầng giao thông vận tải yếu kém, công nghệ thông tin chưa hỗ trợ hiệu quả nên chi phí dịch vụ khác của công ty khá cao, điều này làm giảm khả năng cạnh tranh của dịch vụ, hàng hóa của các doanh nghiệp.

- Tiềm lực của Công ty CP giao nhận vận tải Con Ong – CN Hải Phòng (BEE LOGISTICS CORPORATION- HAIPHONG BRANCH) còn yếu về tài chính nhân sự, tổ chức mạng lưới toàn cầu, hệ thống thông tin, tính liên kết...

Cơ hội:

- Thị trường dịch vụ liên quan tới giao nhận vận tải Việt Nam nói chung và thị trường Hải phòng nói riêng đang có tốc độ phát triển nhanh chóng. Tập quán buôn bán hàng hoá quốc tế của các doanh nghiệp Việt nam đã có nhiều thay đổi, nhu cầu sử dụng vận tải đa phương tiện ngày càng nhiều, đi với đó là dịch vụ tư vấn cũng được phát triển theo.

- Về quy mô thị trường dịch vụ logistics nhỏ (khoảng 2-4% GDP) nhưng tốc độ tăng trưởng cao (20-25% năm). Kim ngạch xuất nhập khẩu và ngành bán lẻ (cũng là ngành tiềm năng) có mức tăng trưởng khá cao. Khối lượng hàng hóa qua cảng biển dự kiến tăng như sau: năm 2010 dự kiến 280 triệu tấn, năm 2015 dự kiến 500 - 600 triệu tấn, năm 2020 dự kiến 900 – 1.100 triệu tấn, năm 2030 dự kiến 1.600 – 2.100 triệu tấn)

- Nhà nước đã có quy hoạch và trên thực tế bằng nhiều nguồn vốn đang và sẽ đầu tư phát triển khu cảng nước sâu Cái Mép, cảng trung chuyển quốc tế Vân Phong, Sân bay quốc tế Long Thành, hành lang đường bộ Đông Tây (EWEC), hành lang Hà Nội - Hải Phòng - Hà Khẩu - Côn Minh, hệ thống đường bộ cao tốc, đường sắt xuyên Á... Các thể chế tiếp tục củng cố, tạo thuận lợi như thủ tục hải quan, cải cách hành chính, đẩy nhanh tiến trình hội nhập sâu khu vực và thế giới.

Thách thức:

- Trước mắt, cơ sở hạ tầng giao thông vận tải yếu kém, không đồng bộ đặc biệt chưa tạo ra hành lang vận tải đa phương thức trong khi nhu cầu trung chuyển chất lượng cao cho hàng hóa giữa các phương thức đang ngày càng lớn. Hệ thống thông tin thiếu và chưa hiệu quả. Nguồn nhân lực làm dịch vụ logistics chưa qua đào tạo bài bản và còn thiếu, yếu, chưa đáp ứng, đặc biệt thiếu các chuyên viên logistics giỏi có năng lực ứng dụng và triển khai tại doanh nghiệp.

- Thể chế, chính sách Nhà nước với ngành logistics chưa rõ ràng, không đồng bộ, bất cập, chưa tạo điều kiện hỗ trợ ngành logistics non trẻ phát triển. Chi phí kinh doanh không chính thức cao.

*** Định hướng, quan điểm và các mục tiêu phát triển dịch vụ giao nhận vận tải đến năm 2020 và các năm tiếp theo**

+ Đẩy mạnh và hiện thực hóa kỹ năng quản trị logistics, quản trị chuyên cung ứng trong tất cả các cấp quản lý, trong toàn doanh nghiệp có ý nghĩa thiết thực trong việc kinh doanh hiện nay.

+ Nghiên cứu lại hoạt động kinh doanh của công ty để giảm chi cung cấp dịch vụ liên quan tới giao nhận có ý nghĩa quan trọng góp phần thực hiện chiến lược cạnh tranh của công ty.

+ Đầu tư phát triển toàn diện dịch vụ logistics hướng đến cung cấp dịch vụ trọn gói 3PL (integrated third party logistics service) là chiến lược cạnh tranh để phát triển doanh nghiệp...

*** Mục tiêu phát triển các dịch vụ logistics, và các dịch vụ khác đến năm 2020 và các năm tiếp theo.**

- Phần đầu trở thành doanh nghiệp cung cấp dịch vụ liên quan đến giao nhận vận tải có chất lượng, uy tín được nhiều bạn hàng tại khu vực Hải Phòng và các vùng lân cận.

- Phần đầu tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường, có khả năng cạnh tranh được với các doanh nghiệp trong nước cũng như ngoài nước đang và đã có chi nhánh tại khu vực Hải Phòng.

*** Thực trạng về môi trường cạnh tranh của doanh nghiệp**

Trong làm ăn kinh doanh mỗi doanh nghiệp đều có đối thủ cạnh tranh, trong đó có đối thủ trực tiếp và đối thủ tiềm tàng. Các đối thủ cạnh tranh của công ty là Vinaline Logistics, Tranger Logistics, Đông Phương Logistics, Công ty vận tải Khánh hội, Công ty Phương Hoà Logistics...

Trong đó đối thủ cạnh tranh trực tiếp của công ty là chi nhánh Hải Phòng công ty Vinaline Logistic, đây là công ty khá lớn đã có thương hiệu trong ngành giao

nhận vận tải quốc tế, thu hút được nhiều khách hàng tại khu vực Hải Phòng và Các tỉnh lân cận, có đội xe Container riêng, và đang đầu tư khá mạnh về kho bãi tại khu vực Cảng Đình Vũ.

Còn về đối thủ cạnh tranh tiềm tàng của công ty thì đó là các công ty giao nhận vận nội địa. Với chính sách khuyến khích đầu tư của nhà nước, sự hội nhập của nền kinh tế nhu ngày càng lớn về hàng hoá và sử dụng các dịch vụ liên quan tới giao nhận vận tải, sự đầu tư mạnh của các công ty đó thì trong tương lai đây có thể xem là một đối thủ cạnh tranh lớn của củ doanh nghiệp. Cần phải lưu tâm để có hướng đầu phát triển cho phù hợp. Mặc dù thị trường vận tải là thị trường tiềm năng tuy nhiên với sự gia đời của nhiều công ty vận tải với các loại hình dịch vụ khác nhau khiến cho sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng gay gắt.

2. Biện pháp tăng doanh thu để nâng cao hiệu quả kinh doanh

a) Căn cứ đưa ra các biện pháp kinh doanh

_ Doanh nghiệp đang thực hiện chính sách mở rộng thị trường, trong cuối năm 2008 đầu năm 2009 doanh nghiệp đầu tư thêm đầu kéo Container mới, mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng dịch vụ cho khách hàng. Trong năm vừa qua công ty đáp ứng nhu cầu khách hàng, tuy nhiên chưa tận dụng hết năng suất các đầu kéo Container được của công ty

_ Thị trường của công ty là Hải phòng và các vùng lân cận. Hải Phòng là một thị trường tiềm năng đối với dịch vụ vận tải và giao nhận, nhưng công ty chỉ mới chiếm được thị phần khá nhỏ trong thị trường này. Nhu cầu của khách hàng về dịch vụ này ngày càng tăng, tăng cả mặt số lượng và chất lượng. Vì vậy doanh nghiệp cần nắm bắt cơ hội tìm thêm khách hàng mới, để mở rộng thị phần.

_ Nhà nước đang có nhiều chính sách khuyến khích, ưu đãi phát triển ngành Logistic. Đây là cơ hội cho doanh nghiệp phát triển thị phần của mình.

b) Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất công ty

- Xây dựng chính sách khách hàng: Phân loại khách hàng

+ Đối với khách hàng cũ của doanh nghiệp: Có chính sách bán hàng thông thoáng hơn, như thời gian thanh toán được kéo dài hơn từ 10 ngày tới 15 ngày. Áp dụng chính sách khuyến khích ưu đãi, tặng quà giữ chân khách hàng.

+ Đối với khách hàng mới: Áp dụng hình thức thanh toán thông thoáng kéo dài thời thanh toán tới 15 ngày.

- Nâng cao trình độ cho đội ngũ nhân viên

+ Công nhân viên là người trực tiếp làm việc với khách hàng , cung cách phục vụ tốt, với thái độ nhiệt tình khiến khách hàng tới. Vì vậy cần có chính sách bồi dưỡng, đào tạo, nâng cao tay nghề nghiệp vụ thường xuyên cho nhân viên để đáp ứng công việc đang thực hiện như mời một số chuyên gia giỏi trong lĩnh vực sales về bồi dưỡng cho nhân viên hoặc cử nhân viên đi đào tạo, đối với nhân viên mới vào sẽ được công ty tổ chức mở các lớp đào tạo nâng cao nghiệp vụ để đáp ứng tốt hơn yêu cầu của công việc... Ngoài ra tận dụng mối quan hệ của nhân viên trong công ty để giới thiệu khách hàng mới đến với công ty.

+ Khuyến khích nhân viên tìm kiếm khách hàng (tìm kiếm hợp đồng mới)

- Thưởng cho nhân viên tìm kiếm hợp đồng mới với 1% giá trị hợp đồng.

- Thưởng cho nhân viên có phương án hay tìm kiếm thêm được khách hàng.

- Tạo thương hiệu cho doanh nghiệp trên thị trường

+ Nâng cấp trang Web hiện tại của công ty, để giúp khách hàng dễ dàng tìm hiểu về công ty và các dịch vụ công ty cung cấp.

+ Quảng bá hình ảnh công ty trên các trang báo điện tử, có lượng người đọc cao.

+ Phát triển thêm dịch vụ kèm theo dịch giao nhận vận tải như dịch vụ kê khai hải quan, cho thuê kho bãi, đóng gói, phân phối, môi giới bảo hiểm hàng hóa, dịch vụ đại lý cho các hãng tàu, hãng máy bay.

c) Chi phí

* Quảng cáo hình ảnh của công ty

- Quảng cáo trên các trang báo điện tử, ví dụ như báo mới, báo Hải Phòng, hay tuyển dụng Hải phòng... có khoảng 2000 đến 3000 lượt truy cập cho mỗi tờ

+ Chí phí đăng tải/ 1 trang báo / 1 tháng : 500,000 VND

+ Ký hợp đồng trong 6 tháng

+ Đăng tải trên khoảng 5 trang

Vậy tổng chi phí đăng tải là $500,000 * 6 * 5 = 15,000,000$ VND

* Đào tạo nâng cao nghiệp vụ cho nhân viên kinh doanh (nhân viên sales)

- Cử nhân viên đi học nâng cao trình độ, công ty hỗ trợ chi phí: 10,000,000 VND

- Áp dụng một số chính sách khuyến khích như tặng quà, một số ưu đãi khác nhằm giữ chân khách hàng quen thuộc, và thu hút khách hàng mới, chi phí cho nhân viên sale đạt thành tích xuất sắc, chi phí khoảng 30,000,000 VND

- Thưởng cho nhân viên tìm kiếm được hợp đồng mới: 10,000,000

Vậy tổng chi phí là 65,000,000 VND

d) Dự báo hiệu quả

Lượng khách hàng tăng thêm khoảng 10%

Doanh thu tăng lên khoảng 10%

Thương hiệu của công ty được thị trường Hải Phòng và các tỉnh lân cận biết đến, quy mô công ty được mở rộng.Đội ngũ nhân viên có tính chuyên nghiệp cao, phục vụ tốt hơn nhu cầu đa dạng của khách hàng, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Khi đó ta có số liệu dự kiến.

Bảng 18: Dự tính hiệu quả đạt được

Chỉ tiêu	ĐVT	Trước khi áp dụng biện pháp	Sau khi áp dụng biện pháp	So sánh năm 2010 và năm 2011	
				Giá trị	%
Tổng doanh thu	VND	10,203,575,178	11,223,932,696	1,020,357,518	10%
Tổng chi phí	VND	6,928,707,545	7,686,578,300	757,870,755	11%
Lợi nhuận	VND	3,274,867,633	3,537,354,396	262,486,763	8%

Chỉ tiêu	ĐVT	Trước khi áp dụng biện pháp	Sau khi áp dụng biện pháp	So sánh năm 2010 và năm 2011	
				Giá trị	%
Lợi nhuận sau thuế	VND	2,456,150,725	2,653,015,797	196,865,072	8%
Tổng vốn kinh doanh	VND	17,314,268,679	17,314,268,679	-	-
Tổng vốn chủ	VND	9,435,249,294	9,435,249,294	-	-
Hiệu suất lợi nhuận trên doanh thu		0.241	0.236	(0.004)	-2%
Tỷ suất doanh thu trên chi phí		1.473	1.460	(0.012)	-1%
Tỷ suất lợi nhuận trên chi phí		0.354	0.345	(0.009)	-3%
Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ		0.142	0.153	0.011	8%
Tỷ suất doanh thu trên vốn kinh doanh		0.589	0.648	0.059	10%

Áp dụng biện pháp trên ta dự tính chỉ tiêu doanh thu tăng, lên lợi nhuận tăng. Một loạt các chỉ tiêu hiệu quả tăng lên như tỷ suất lợi nhuận trên tổng vốn kinh doanh tăng 10%, tỷ suất doanh thu trên vốn kinh doanh tăng 8%. Tuy có các chỉ tiêu hiệu suất doanh thu giảm xuống, cụ thể hiệu suất lợi nhuận trên doanh thu giảm 2%, tỷ suất doanh thu trên chi phí giảm 1%, tỷ suất lợi nhuận trên chi phí giảm 3%. Nhưng áp dụng biện pháp này đã nâng cao được hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

3. Biện pháp tiết kiệm chi phí xăng dầu và chi phí khác

a) Căn cứ

_ Tình hình kinh doanh trong năm 2010 tuy doanh thu tăng nhưng tốc độ tăng lại chậm tốc độ gia tăng của chi phí, dẫn tới một loạt các chỉ tiêu hoạt động của doanh nghiệp bị ảnh hưởng.

_ Đặc thù là doanh nghiệp vận tải, vì thế chi phí cho nhiên liệu khá lớn. Mà giá xăng dầu thế giới cũng như trong nước có sự biến động mạnh, cần có chính sách phù hợp. Doanh nghiệp có đầu xe kéo riêng, thời gian tới doanh nghiệp nên thường xuyên kiểm tra bảo dưỡng đội xe của công ty cũng như có kế hoạch sắp xếp khai thác tốt phương tiện vận tải hiện có.

b) Biện pháp giảm chi phí

- Tiết kiệm chi phí xăng dầu

+ Công ty có đội sửa chữa xe, thường xuyên kiểm tra bảo dưỡng trang thiết bị hiện tại của doanh nghiệp để giảm tiêu hao nguyên liệu. Ta có thể khoán nhiên liệu cho lái xe. Hay phát động phong trào giữ xe và đi xe an toàn.

+ Doanh nghiệp cần xác định những tuyến đường vận chuyển hợp lý, nhanh chóng rút ngắn được thời gian vận chuyển.

- Tiết kiệm các chi phí dịch vụ mua ngoài và bằng tiền.

c) Chi phí thực hiện

Phát động phong trào giữ xe an toàn , và thưởng cho 2 người lái xe giữ xe tốt nhất , ít phải sửa chữa nhất trong năm, mức thưởng 5000,000 VND/ 1 người

Tổng chi phí là 10,000,000VND

d) Dự báo hiệu quả đạt được

Dự kiến chi phí cho xăng dầu và chi phí dịch vụ mua ngoài giảm xuống 1.5 %

Bảng 19: Dự báo kết quả đạt được

(ĐVT : VND)

Chỉ tiêu	Trước khi áp dụng biện pháp	Sau khi áp dụng biện pháp	So sánh	
			Giá trị	%
1. Chi phí xăng dầu	2,249,825,183	2,216,077,805	(33,747,378)	-1.5%
2 Tổng chi phí	6,928,707,545	6,904,960,167	(23,747,378)	-0.3%
3. Doanh thu	10,203,575,178	10,203,575,178	-	0.0%
4. Lợi nhuận	3,274,867,633	3,298,615,011	23,747,378	0.7%
5. Lợi nhuận sau thuế	2,456,150,725	2,473,961,258	17,810,533	0.7%

Khi áp dụng tiết kiệm chi phí xăng dầu và chi phí mua ngoài khác làm cho tổng chi phí của doanh nghiệp giảm 0.3%, lợi nhuận sau thuế tăng 0.7%. Đây là biện pháp mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp.

4. Quản lý tốt chi phí tiền lương

a) Căn cứ

_ Trong tổng chi phí tiền lương cho doanh nghiệp gồm cho đội ngũ văn phòng và bộ phận giao nhận. Hình thức trả lương cho nhân viên trong công ty đều theo thời gian.

Hình thức này chỉ phù hợp trả cho độ ngũ văn phòng. Áp dụng hình thức này với bộ phận bốc xếp, dễ dẫn tới năng suất lao động không cao. Ngày nay xu hướng khoán sản lượng được sử dụng phổ biến, nâng cao được năng suất lao động, tận dụng được hết khả năng của người lao động.

_ Đồng thời quan tâm đầu tư phát triển các dịch vụ khác mà công ty đang cung cấp

b) Biện pháp

- Quản lý tốt chi phí tiền lương

+ Hiện tại phương pháp trả lương khoán đang phát huy ưu điểm như nâng cao hiệu quả lao động, kích thích sự sáng tạo của người lao động, tận dụng tốt khả năng của người lao động. Vì vậy doanh nghiệp cần áp dụng hình thức trả lương khoán theo sản lượng cho bộ phận bốc xếp để tận dụng được năng lực làm việc cũng như tăng tiến độ công việc.

+ Doanh nghiệp áp dụng giá khoán 18,000VND/tấn

c) Dự kiến hiệu quả đạt được

Bảng 20 Dự kiến hiệu quả đạt được

Chi tiêu	ĐVT	Trước khi áp dụng biện pháp	Sau khi áp dụng biện pháp	So Sánh	
				Giá trị	%
1.Đôi bốc xếp	Người	8	8	-	0.0%
2. Sản lượng trung bình	Tấn/ tháng	1,200	1,500	300	25.0%
3. Tiền lương / ngày	VND/Ng/ngày	120,000	129,808	9,808	8.2%
4. tiền lương/tháng	VND/Ng/tháng	3,120,000	3,375,000	255,000	8.2%
5. Tổng tiền lương/ tháng	VND/tháng	24,960,000	27,000,000	2,040,000	8.2%
6. Đơn giá bốc xếp	VND/tấn	20,800	18,000	(2,800)	-13.5%

Nhận thấy khi áp dụng khoán theo sản lượng năng suất lao động tăng lên rõ rệt 300 tấn hàng tương ứng với 25%. Thu nhập bình quân trên một lao động tăng lên 255,000VND/Người/Tháng tương ứng với 8.2%. Thấy rằng khi áp dụng biện pháp này thu được hiệu quả tốt.

5. Một số biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh trong dài hạn

** Biện pháp cải nâng cao hoạt động công ty*

- Tham gia vào hiệp hội ngành nghề tại Hải phòng để được hưởng chính sách khuyến khích, ưu đãi của nhà nước thông qua các hiệp hội này.

- Xây dựng kỹ năng quản trị, kỹ năng thực hành logistics và dịch vụ khác cho nhân viên của doanh nghiệp. Có thể mở rộng liên kết đào tạo với các trường kinh tế tại khu vực Hải Phòng, để tận dụng được nguồn nhân lực hiện có tại địa phương.

- Quản trị dự trữ

** Một số giải pháp nhằm xây dựng hệ thống logistics trong dịch vụ giao nhận tại công ty.*

- Duy trì và tìm kiếm thêm đại lý trong và ngoài nước.

- Biện pháp duy trì khách hàng cũ tiềm năng và tìm thêm khách hàng mới.

- Mở rộng phạm vi giao nhận hàng hóa cho khách hàng ở các tỉnh.

- Muốn hoạt động dịch vụ logistics nói riêng và các dịch vụ khác mà công ty cung cấp nói chung thành công, Bee Logistic(chi nhánh Hải Phòng) cần có sự hỗ trợ từ hai phía khách hàng và bản thân công ty

- Công ty phải có đội ngũ nhân viên năng động, tay nghề cao chịu áp lực trong công việc, bên cạnh đó Bee Logistic – Hải phòng phải có phương tiện vận tải, xây dựng nhà kho; tốt nhất là nên mua tàu.

- Khách hàng chịu bỏ ra toàn bộ giá để được phục vụ trọn gói của dịch vụ logistics từ A đến Z

- Để làm được điều đó công ty phải chuẩn bị tốt khả năng về tài chính, để thực hiện xây dựng nhà kho và mua tàu. Đồng thời chuẩn bị tốt nghiệp vụ cho chính doanh nghiệp để có chương trình đẩy mạnh quá trình liên kết, xúc tiến phát triển thị trường mua bán sáp nhập chi nhánh của các doanh nghiệp Logistics khác tại khu vực Hải Phòng.

KẾT LUẬN

Nền kinh tế thị trường với những nhược điểm vốn có của nó vẫn là một nền kinh tế tiên tiến hiện đại. Nó khuyến khích các doanh nghiệp phấn đấu vươn lên bằng cách tự điều tiết giá cả thông qua quan hệ cung, cầu trên thị trường. Nó là môi trường tốt cho các doanh nghiệp năng động sáng tạo, biết nắm bắt thời cơ và cơ hội kinh doanh. Mỗi doanh nghiệp muốn đứng vững trên thị trường cần phải có hướng đi riêng của mình theo xu thế phát triển chung của xã hội.

Các doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế thị trường luôn phải đối mặt với những khó khăn thách thức khi gặp phải sự cạnh tranh ngày càng gay gắt. Vì vậy mỗi doanh nghiệp luôn phải tìm ra các phương án để nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình, nhằm phát triển doanh nghiệp. Nâng cao hiệu quả kinh doanh là vấn đề quan trọng mà mỗi doanh nghiệp luôn quan tâm.

Qua quá trình thực tập ở công ty cổ phần giao nhận con Ong – CN Hải Phòng đã tạo điều kiện cho em nghiên cứu và nắm bắt kiến thức thực tế nhằm củng cố kiến thức đã được trang bị từ nhà trường. Trên cơ sở lý thuyết và phân tích thực tế cho thấy những vấn đề còn tồn tại trong quá trình kinh doanh. Bằng cách phân tích đánh giá thông qua các chỉ tiêu cụ thể em đã đưa ra một số giải pháp góp phần “nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực ở xí nghiệp” cho phù hợp với tình hình thực tế hiện nay để doanh nghiệp nhằm mục đích góp phần giải quyết những mặt mà xí nghiệp còn hạn chế. Tuy nhiên do thời gian và trình độ còn nhiều hạn chế; kinh nghiệm, kiến thức về thực tế tích lũy còn rất ít; các thông tin và số liệu cần thiết bị hạn chế hoặc không thu thập được; do đó, nguồn số liệu chỉ tương đối chính xác, chưa bao quát đầy đủ. Vì vậy, luận văn tốt nghiệp của em không tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp để đề tài này được hoàn thiện hơn.