

LỜI MỞ ĐẦU

Việt Nam là nước đông dân thứ 13 trên thế giới và có cơ cấu dân số trẻ (số người dưới độ tuổi 35 chiếm 65 - 68%). Tốc độ tăng trưởng GDP trung bình của Việt Nam trong những năm gần đây là 7 - 7,5%. Những đặc điểm này khiến thị trường bảo hiểm Việt Nam, cả nhân thọ và phi nhân thọ, đều có tiềm năng lớn để phát triển. Theo BMI ước tính, tỷ lệ đóng góp của phí bảo hiểm gốc nhân thọ và phi nhân thọ trong GDP của Việt Nam năm 2010 tương ứng là 0,8 và 0,88. Các tỷ lệ này trong năm 2011 là 0,83 và 0,93. Theo đó, thị trường bảo hiểm Việt Nam dự kiến tăng trưởng trên 20% trong năm 2010 và 2011. Trước sự suy thoái của nền kinh tế toàn cầu, kinh tế xã hội của Việt Nam cũng bị ảnh hưởng nặng nề. Sản xuất kinh doanh bị giảm sút nghiêm trọng trong khi nền kinh tế Việt Nam trước đây có đến 70% tổng giá trị sản phẩm xuất khẩu hướng tới thị trường quốc tế nay đã bị thu hẹp. Nhiều cơ sở sản xuất kinh doanh thu hẹp quy mô sản xuất, người lao động không có việc làm thường xuyên nên thu nhập bị giảm sút. Tình hình này ảnh hưởng lớn tới khả năng tài chính của các cơ sở, cá nhân người tham gia bảo hiểm. Ngành đóng tàu, vận tải biển, hàng không, xây dựng lắp đặt... không có khả năng đóng phí bảo hiểm hoặc nợ đóng phí bảo hiểm với số lượng lớn. Khai thác bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ cũng vì thế gặp khó khăn trong tìm kiếm khách hàng tiềm năng cũng như muốn đẩy mạnh hoạt động sản xuất kinh doanh của mình.

Muốn tồn tại và đứng vững trên thị trường, công ty bảo hiểm cần phải có một nguồn vốn đủ mạnh bởi vì vốn là tiền đề quan trọng nhất trong mọi hoạt động kinh doanh của một công ty thương mại, dịch vụ. Để có nguồn vốn đủ mạnh, các công ty bảo hiểm phải thực hiện nhiều hoạt động nhằm huy động được nguồn vốn đủ lớn đáp ứng nhu cầu kinh doanh của mình.

Là thành viên của Tổng công ty cổ phần Bảo hiểm Dầu khí Việt Nam, công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải luôn phấn đấu hoàn thành hoạt động kinh doanh theo mục tiêu, chiến lược chung và nhiệm vụ chung mà Tổng

công ty đã giao phó. Mặc dù công ty mới được thành lập hơn 9 năm, tài sản và nguồn vốn còn ít, vốn huy động từ các ngân hàng là chủ yếu, khả năng đầu tư chưa thực sự phát triển nhưng chừng đó thời gian cũng đã minh chứng một điều rằng: hoạt động kinh doanh của công ty không phải là yếu kém.

Sau một thời gian ngắn thực tập tại Công ty Bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên hải, em đã nhận thấy được rằng tình hình hoạt động kinh doanh của công ty còn có nhiều vấn đề cần quan tâm. Vì vậy, em đã lựa chọn đề tài làm khóa luận tốt nghiệp: “**Đánh giá hiệu quả kinh doanh của công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải**”. Hy vọng đề tài em nghiên cứu sẽ một phần nào giải quyết được các vấn đề còn tồn tại trong hoạt động kinh doanh của công ty.

Đề tài nghiên cứu những lý luận chung nhất về hoạt động kinh doanh của một công ty bảo hiểm, đặc điểm và vai trò của các hoạt động kinh doanh bảo hiểm, tìm hiểu và phân tích các nguyên nhân, phân tích và đánh giá các chỉ tiêu tài chính ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của công ty. Từ đó đưa ra những giải pháp và kiến nghị nhằm tăng cường hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải.

Đối tượng nghiên cứu của đề tài: Hiệu quả kinh doanh của Công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải.

Phạm vi nghiên cứu của đề tài: Đề tài tập trung nghiên cứu hoạt động kinh doanh tại công ty bảo hiểm trong những năm gần đây.

PHẦN 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ BẢO HIỂM VÀ HIỆU QUẢ KINH DOANH

1.1 Khái quát về bảo hiểm

1.1.1 Khái niệm bảo hiểm

“Bảo hiểm là hoạt động thể hiện người tham gia bảo hiểm cam kết bồi thường (theo quy luật thống kê) cho người tham gia bảo hiểm trong từng trường hợp xảy ra rủi ro thuộc phạm vi bảo hiểm với điều kiện người tham gia nộp một khoản phí cho chính anh ta hoặc cho người thứ ba”.

1.1.2 Sự cần thiết khách quan của bảo hiểm

Trong cuộc sống sinh hoạt cũng như hoạt động sản xuất kinh doanh hàng ngày dù đã luôn chú ý ngăn ngừa và đề phòng nhưng con người vẫn có nguy cơ gặp phải những rủi ro bất ngờ xảy ra. Các rủi ro đó do nhiều nguyên nhân:

- Các rủi ro do thiên nhiên gây ra như bão, lụt, hạn hán, động đất, sét, lốc, sương muối, dịch bệnh... làm ảnh hưởng đến sản xuất, đến đời sống và đến sức khỏe của con người.

- Các rủi ro do biến động của khoa học và công nghệ. Khoa học kỹ thuật và công nghệ phát triển làm tăng năng suất lao động, thúc đẩy nền kinh tế và tạo điều kiện thuận lợi cho cuộc sống của con người; nhưng mặt khác cũng gây ra nhiều tai nạn bất ngờ như tai nạn lao động và bệnh nghề nghiệp, tai nạn ô tô... và làm tăng nguy cơ mất việc của người lao động.

- Các rủi ro do môi trường xã hội. Những rủi ro này chịu tác động của nhiều yếu tố và ảnh hưởng trực tiếp đến mọi thành viên trong xã hội như ốm đau, dịch bệnh, mất việc làm, trộm cắp, hỏa hoạn...

Bất kể do nguyên nhân gì, khi rủi ro xảy ra thường gây cho con người những khó khăn trong cuộc sống như mất hoặc giảm thu nhập, phá hoại nhiều tài sản làm ngưng trệ sản xuất và kinh doanh của các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân... và làm ảnh hưởng đến đời sống kinh tế - xã hội nói chung.

Để đối phó với các rủi ro, con người đã có nhiều biện pháp khác nhau nhằm kiểm soát cũng như khắc phục hậu quả của rủi ro gây ra. Hiện nay, theo quan điểm của các nhà quản lý rủi ro có hai nhóm biện pháp đối phó với rủi ro và hậu quả do rủi ro gây ra – đó là nhóm các biện pháp kiểm soát rủi ro và nhóm các biện pháp tài trợ rủi ro.

- Nhóm các biện pháp kiểm soát rủi ro bao gồm các biện pháp né tránh rủi ro, ngăn ngừa tổn thất, giảm thiểu rủi ro. Các biện pháp này thường được sử dụng để ngăn chặn hoặc giảm thiểu khả năng xảy ra rủi ro.

+ Tránh né rủi ro là biện pháp được sử dụng thường xuyên trong cuộc sống. Mỗi người, mỗi đơn vị sản xuất kinh doanh đều lựa chọn những biện pháp thích hợp để né tránh rủi ro có thể xảy ra, tức là loại trừ cơ hội dẫn đến tổn thất. Chẳng hạn, để tránh các tai nạn giao thông người ta hạn chế đi lại,... để tránh các tai nạn giao thông người ta chọn những nghề không nguy hiểm... Tránh né rủi ro chỉ với những rủi ro có thể né tránh được. Nhưng cuộc sống có rất nhiều rủi ro bất ngờ không thể né tránh được.

+ Ngăn ngừa tổn thất – các biện pháp ngăn ngừa tổn thất đưa ra các hành động nhằm làm giảm tổn thất hoặc giảm mức thiệt hại do tổn thất gây ra. Ví dụ, để giảm thiểu các tai nạn lao động người ta tổ chức các khóa học nâng cao chất lượng các hoạt động đảm bảo an toàn lao động; để phòng chống hỏa hoạn, người ta thực hiện tốt phòng cháy chữa cháy...

+ Giảm thiểu tổn thất – người ta có thể giảm thiểu tổn thất thông qua các biện pháp làm giảm giá trị thiệt hại khi tổn thất đã xảy ra. Ví dụ, như khi có hỏa hoạn, để giảm thiểu tổn thất người ta cố gắng cứu các tài sản còn dùng được hay trong một tai nạn giao thông, để làm giảm thiểu các thiệt hại về người và của người ta đưa ngay những người bị thương đến nơi cấp cứu và điều trị...

Mặc dù biện pháp kiểm soát rủi ro rất có hiệu quả trong việc ngăn chặn hoặc giảm thiểu rủi ro nhưng khi rủi ro đã xảy ra, người ta không thể lường hết được hậu quả.

- Nhóm các biện pháp tài trợ rủi ro bao gồm các biện pháp chấp nhận rủi ro và bảo hiểm. Đây là các biện pháp được sử dụng trước khi rủi ro xảy ra với mục đích khắc phục các hậu quả tổn thất do rủi ro gây ra nếu có.

+ Chấp nhận rủi ro – đây là hình thức mà người gặp phải tổn thất tự chấp nhận khoản tổn thất đó. Một trường hợp điển hình của chấp nhận rủi ro là tự bảo hiểm. Có rất nhiều cách thức khác nhau trong biện pháp chấp nhận rủi ro, tuy nhiên có thể phân chia làm hai nhóm: Chấp nhận rủi ro thụ động và chấp nhận rủi ro chủ động. Trong chấp nhận rủi ro thụ động, người ta gặp tổn thất không có sự chuẩn bị trước và có thể phải vay mượn để khắc phục hậu quả tổn thất. Đối với chấp nhận rủi ro chủ động, người ta lập ra quỹ dự trữ, dự phòng và quỹ này chỉ được sử dụng để bù đắp tổn thất do rủi ro gây ra. Tuy nhiên, việc này dẫn đến việc nguồn vốn không được sử dụng một cách tối ưu hoặc nếu đi vay thì sẽ bị động và còn gặp phải các vấn đề gia tăng về lãi suất...

+ Bảo hiểm – đây là một phần quan trọng trong các chương trình quản lý rủi ro của các tổ chức cũng như cá nhân. Theo quan điểm của các nhà quản lý rủi ro, bảo hiểm là sự chuyển giao rủi ro trên cơ sở hợp đồng. Theo quan điểm xã hội, bảo hiểm không chỉ là chuyển giao rủi ro mà còn là sự giảm rủi ro do việc tập trung một số lớn các rủi ro cho phép có thể tiên đoán về tổn thất khi chúng xảy ra. Bảo hiểm là công cụ đối phó với hậu quả tổn thất do rủi ro gây ra, có hiệu quả nhất. Như vậy, bảo hiểm ra đời là đòi hỏi khách quan của cuộc sống, của hoạt động sản xuất kinh doanh.

Do nhu cầu của con người, hoạt động bảo hiểm ngày càng phát triển và không thể thiếu đối với mỗi cá nhân, doanh nghiệp và mỗi quốc gia. Ngày nay, sự giao lưu kinh tế, văn hóa giữa các quốc gia ngày càng phát triển thì bảo hiểm cũng ngày càng mở rộng.

Vì vậy, khái niệm “bảo hiểm” trở nên gần gũi, gắn bó với con người, với các đơn vị sản xuất kinh doanh. Có được quan hệ đó vì bảo hiểm đã mang lại lợi ích kinh tế - xã hội thiết thực cho mọi thành viên, mọi đơn vị có tham gia bảo hiểm.

1.1.3 Vai trò của bảo hiểm

Bảo hiểm nói chung hay bảo hiểm xã hội (BHXH), bảo hiểm y tế (BHYT), bảo hiểm thất nghiệp (BHTN) hay bảo hiểm thương mại (BHTM) nói riêng đều mang những lợi ích kinh tế - xã hội thiết thực.

- Trước hết bảo hiểm góp phần ổn định tài chính cho người tham gia trước những tổn thất do rủi ro gây ra.

Rủi ro dù do thiên tai hay tai nạn bất ngờ đều gây ra thiệt hại về kinh tế, ảnh hưởng đến thu nhập, đời sống, sản xuất kinh doanh của các cá nhân, doanh nghiệp tham gia bảo hiểm, chưa kể có lúc gây thiệt hại về người. Tổn thất đó sẽ được bảo hiểm trợ cấp hoặc bồi thường về tài chính để người tham gia nhanh chóng khắc phục hậu quả, ổn định đời sống, sản xuất kinh doanh. Từ đó, họ khôi phục và phát triển sản xuất kinh doanh và các hoạt động khác một cách bình thường. Tác động này phù hợp với mục tiêu kinh tế nên thu hút được số đông người tham gia.

- Bảo hiểm góp phần đề phòng và hạn chế tổn thất, giúp cho cuộc sống con người an toàn hơn, xã hội trật tự hơn, giảm bớt nỗi lo cho mỗi cá nhân, mỗi doanh nghiệp.

Khi đã tham gia bảo hiểm, cơ quan hoặc công ty bảo hiểm sẽ cùng với người tham gia thực hiện các biện pháp đề phòng và hạn chế tổn thất rủi ro đã xảy ra. Cơ quan, công ty bảo hiểm đóng góp tài chính một cách tích cực để thực hiện các biện pháp hạn chế rủi ro như tuyên truyền, hướng dẫn các biện pháp phòng tránh tai nạn, mua sắm thêm các dụng cụ phòng cháy chữa cháy; cùng ngành giao thông làm các biển báo, các đường lánh nạn...

- Bảo hiểm góp phần ổn định chi tiêu của ngân sách Nhà nước.

Với quỹ bảo hiểm do các thành viên tham gia đóng góp, cơ quan, công ty bảo hiểm sẽ trợ cấp hoặc bồi thường tổn thất thuộc phạm vi bảo hiểm cho người tham gia để họ khôi phục đời sống, sản xuất kinh doanh. Như vậy, ngân sách Nhà nước không phải chi ra để trợ cấp cho các thành viên, các doanh nghiệp khi gặp rủi ro, tất nhiên trừ trường hợp tổn thất có tính thảm họa, mang tính xã hội rộng lớn.

Mặt khác, hoạt động bảo hiểm nhất là bảo hiểm thương mại có trách nhiệm đóng góp vào ngân sách thông qua các loại thuế, tức tăng thu cho ngân sách.

- Bảo hiểm còn là phương thức huy động vốn để đầu tư phát triển kinh tế - xã hội.

Dưới hình thức phí bảo hiểm, ngành bảo hiểm đã huy động được một số lượng vốn khá lớn từ các đối tượng tham gia. Số vốn đó ngoài chi trả trợ cấp hay bồi thường thiệt hại còn là nguồn vốn để đầu tư phát triển kinh tế - xã hội.

Đặc biệt đối với bảo hiểm nhân thọ, nguồn vốn huy động được tích lũy thời gian dài mới sử dụng để chi trả. Do đó, các công ty bảo hiểm có thể sử dụng để kinh doanh bất động sản, mua trái phiếu...nghĩa là dùng đầu tư và hoạt động kinh tế để sinh lời. Và như vậy góp phần tăng nguồn vốn cho nền kinh tế, làm cho hệ thống tài chính sôi động hơn...

- Bảo hiểm còn góp phần thúc đẩy phát triển quan hệ kinh tế giữa các nước thông qua hoạt động tái bảo hiểm.

Thị trường bảo hiểm nội địa và thị trường bảo hiểm quốc tế có mối quan hệ qua lại, thúc đẩy nhau phát triển thông qua hình thức phân tán rủi ro – hình thức tái bảo hiểm giữa các công ty của các nước. Như vậy, bảo hiểm còn góp phần phát triển quan hệ kinh tế giữa các nước, vừa góp phần ổn định thu, chi ngoại tệ cho ngân sách.

- Bảo hiểm thu hút một số lượng lao động nhất định của xã hội, góp phần giảm bớt tình trạng thất nghiệp cho xã hội. Đồng thời hoạt động bảo hiểm góp phần giải quyết đời sống cho bộ phận lao động làm việc trong ngành bảo hiểm; góp phần tạo ra một bộ phận tổng sản phẩm trong nước (GDP) của quốc gia.

- Cuối cùng, bảo hiểm là chỗ dựa tinh thần cho mọi người, mọi tổ chức kinh tế - xã hội; giúp họ yên tâm trong cuộc sống, sinh hoạt và trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Bởi vì, với một giá khiêm tốn (phí bảo hiểm), bảo hiểm có thể giúp đỡ các gia đình, các tổ chức khắc phục hậu quả những hậu quả khôn lường.

Chính vì vậy, ông Wiston Churchill – một chính khách đã nói: “Nếu có thể, tôi sẽ viết từ “Bảo hiểm” trong mỗi nhà và trên trán mỗi người. Càng ngày

tôi càng tin chắc rằng, với một giá khiêm tốn bảo hiểm có thể giải phóng các gia đình ra khỏi thảm họa không lường trước được”.

1.1.4 Phân loại bảo hiểm kinh doanh

1.1.4.1 Khái niệm bảo hiểm kinh doanh

Trên góc độ tài chính, bảo hiểm kinh doanh là một hoạt động dịch vụ tài chính nhằm phân phối lại những tổn thất khi rủi ro xảy ra. Trên góc độ pháp lý, bảo hiểm kinh doanh thực chất là một bản cam kết mà một bên đồng ý bồi thường cho bên kia khi gặp rủi ro nếu bên kia đóng phí bảo hiểm. Do đó, bảo hiểm kinh doanh là các quan hệ kinh tế gắn liền với việc huy động các nguồn tài chính thông qua sự đóng góp của các tổ chức và cá nhân tham gia bảo hiểm.

1.1.4.2 Đặc điểm của bảo hiểm kinh doanh

- Người tham gia bảo hiểm phải đóng phí bảo hiểm;
- Là một biện pháp hiệu quả nhất cho nhu cầu phát triển sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và an toàn với đời sống cộng đồng.

1.1.4.3 Nguyên tắc của bảo hiểm kinh doanh

- Bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của người tham gia bảo hiểm cũng như doanh nghiệp kinh doanh bảo hiểm.
- Doanh nghiệp bảo hiểm hoạt động theo nguyên tắc hạch toán kinh doanh.
- Doanh nghiệp bảo hiểm hoạt động tuân theo luật pháp quy định cho doanh nghiệp nói chung, và cho doanh nghiệp bảo hiểm nói riêng.
- Doanh nghiệp bảo hiểm hoạt động theo nguyên tắc lấy số đông bù số ít.
- Doanh nghiệp bảo hiểm phải tuân thủ nguyên tắc an toàn tài chính.

1.1.4.4 Hình thức của bảo hiểm kinh doanh

- Căn cứ vào đối tượng bảo hiểm
 - Bảo hiểm tài sản:
 - + Bảo hiểm hàng hóa xuất nhập khẩu
 - + Bảo hiểm thân tàu, thuyền, ô tô...

- + Bảo hiểm hỏa hoạn.
- Bảo hiểm trách nhiệm dân sự
- Bảo hiểm con người:
- + Bảo hiểm nhân thọ
- + Bảo hiểm phi nhân thọ.
- Căn cứ vào tính chất hoạt động
 - Bảo hiểm tự nguyện;
 - Bảo hiểm bắt buộc.

1.2 Khái quát về hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.2.1 Khái niệm về hiệu quả sản xuất kinh doanh

Không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động nói chung và hiệu quả kinh doanh nói riêng không chỉ là mối quan tâm hàng đầu của bất kỳ xã hội nào mà còn là mối quan tâm của bất kỳ ai, bất kỳ doanh nghiệp nào khi làm bất kỳ việc gì. Nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng là vấn đề bao trùm và xuyên suốt mọi hoạt động kinh doanh, thể hiện chất lượng của toàn bộ công tác quản lý kinh tế. Bởi vì suy cho cùng quản lý kinh tế là để đảm bảo tạo ra kết quả và hiệu quả cao nhất cho mọi quá trình, mọi giai đoạn, mọi hoạt động kinh doanh. Tất cả những đổi mới, những cải tiến về nội dung và phương pháp cũng như biện pháp áp dụng trong quản lý chỉ thực sự có ý nghĩa khi làm tăng được kết quả kinh doanh. Hiện nay có rất nhiều quan điểm khác nhau khi nói về hiệu quả sản xuất kinh doanh :

- Quan điểm thứ nhất: theo nhà kinh tế học người Anh – Adam Smith :
Hiệu quả là kết quả đạt được trong hoạt động kinh tế, doanh thu tiêu thụ hàng hoá, ở đây hiệu quả đồng nhất với chỉ tiêu phản ánh kết quả kinh doanh vì cho rằng doanh thu có thể tăng do chi phí, mở rộng sử dụng các nguồn sản xuất nếu có kết quả, có hai mức chi phí khác nhau thì theo quan niệm này cũng có hiệu quả (Nguồn tài liệu: Mai Ngọc Cường, 1999, Lịch sử các học thuyết kinh tế, nhà xuất bản thống kê TP. HCM)

- Quan điểm thứ hai: Hiệu quả kinh doanh là tỉ lệ giữa phần tăng thêm của kết quả và phần tăng thêm của chi phí (Nguồn tài liệu: Nguyễn Văn Công, Nguyễn Năng Phúc, Trần Quý Liên, 2001, Lập, đọc, kiểm tra và phân tích báo cáo tài chính).

- Quan điểm thứ ba: Hiệu quả kinh doanh được đo bằng hiệu số giữa kết quả và chi phí bỏ ra để đạt được chi phí đó (Nguồn tài liệu: Nguyễn Văn Công, Nguyễn Năng Phúc, Trần Quý Liên, 2001, Lập, đọc, kiểm tra và phân tích báo cáo tài chính).

- Quan điểm thứ tư: Hiệu quả kinh doanh là chỉ tiêu kinh tế xã hội tổng hợp dùng để lựa chọn các phương án hoặc các quyết định trong thực tiễn của con người ở mọi lĩnh vực và mọi thời điểm. bất kỳ một quyết định nào cũng cần đạt được phương án tốt nhất trong điều kiện cho phép là giải pháp hiện thực có cân nhắc tính toán chính xác phù hợp với sự tất yếu của quy luật khách quan trong từng điều kiện cụ thể nhất (Nguồn tài liệu: PGS. TS. Nguyễn Văn Công, 2005, chuyên khảo về báo cáo tài chính và lập, đọc, kiểm tra và phân tích BCTC, NXB tài chính Hà Nội).

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

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

Ta có công thức:

$$H = K/C$$

Trong đó: H - Hiệu quả

K - Kết quả đầu ra

C - Nguồn lực đầu vào gắn với kết quả đó

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

1.2.2 Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm lao động xã hội. Đây là hai mặt có quan hệ mật thiết của vấn đề hiệu quả kinh tế, gắn liền với hai quy luật tương ứng của nền sản xuất xã hội là quy luật tăng năng xuất lao động xã hội và quy luật tiết kiệm thời gian.

Chính việc khan hiếm nguồn lực và sử dụng chúng có tính cạnh tranh nhằm 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, doanh nghiệp buộc phải chú trọng các điều kiện nội tại, phát huy năng lực, hiệu quả các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí. Chính vì vậy yêu cầu của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là phải đạt kết quả tối đa với chi phí tối thiểu hay chính xác hơn là đạt kết quả tối đa với chi phí nhất định.

Trong điều kiện xã hội nước ta, hiệu quả kinh doanh được đánh giá trên hai tiêu thức: tiêu thức hiệu quả về mặt kinh tế và tiêu thức về mặt xã hội.

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

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

Hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội có mối quan hệ gắn bó với nhau, là hai mặt của một vấn đề, do đó khi tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh cần phải xem xét hai mặt này một cách đồng bộ. Hai mặt này phản ánh những khía cạnh

khác nhau của quá trình kinh doanh nhưng không tách rời nhau. Không có hiệu quả xã hội mà lại không có hiệu quả kinh tế và ngược lại hiệu quả kinh tế là cơ sở và tiềm tàng của hiệu quả xã hội, mặc dù đối với mỗi loại hình doanh nghiệp khác nhau thì hiệu quả kinh tế và xã hội được nhấn mạnh hơn. Vì vậy xử lý mối quan hệ giữa hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội phản ánh bản chất của hiệu quả.

1.2.3 Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Sự cần thiết của tính hiệu quả trong sản xuất kinh doanh phải được xem xét trên cả ba góc độ: đối với bản thân doanh nghiệp, đối với nền kinh tế quốc dân và đối với người lao động.

- **Đối với doanh nghiệp:**

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

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

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

- **Đối với nền kinh tế quốc dân:**

Một nền kinh tế quốc dân phát triển hay không luôn đòi hỏi các thành phần kinh tế trong nền kinh tế đó làm ăn có hiệu quả, đạt được những thuận lợi cao, điều này được thể hiện ở những mặt sau:

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

- Các khoản thu của ngân sách nhà nước chủ yếu từ các doanh nghiệp, khi đó doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả sẽ tạo nguồn thu thúc đẩy đầu tư xã hội. Ví dụ khi doanh nghiệp đóng lượng thuế nhiều lên giúp nhà nước xây dựng thêm cơ sở hạ tầng, đào tạo nhân lực mở rộng quan hệ kinh tế. Kèm theo điều đó là văn hoá xã hội, trình độ dân trí được đẩy mạnh. Tạo điều kiện nâng cao mức sống cho người lao động, tạo tâm lý ổn định, tin tưởng vào doanh nghiệp nên càng nâng cao năng suất, chất lượng.

- **Đối với người lao động:**

Hiệu quả sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp có tác động tương ứng với người lao động. Hiệu quả sản xuất kinh doanh là động lực thúc đẩy, kích thích người lao động hăng say làm việc, luôn quan tâm đến kết quả lao động của mình và như vậy sẽ đạt được kết quả kinh tế cao hơn. Nâng cao hiệu quả kinh doanh đồng nghĩa với việc nâng cao đời sống của người lao động trong doanh nghiệp. Một doanh nghiệp làm ăn có hiệu quả sẽ kích thích người lao động hưng phấn hơn, làm việc hăng say hơn. Như vậy hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp được nâng cao hơn nữa. Đối lập lại một doanh nghiệp làm ăn không có hiệu quả thì người lao động chán nản, gây nên những bế tắc trong suy nghĩ và có thể dẫn tới họ rời bỏ doanh nghiệp đi tìm doanh nghiệp khác.

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

1.2.4 Phân loại hiệu quả sản xuất kinh doanh.

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

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

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

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

Giữa hiệu quả kinh tế cá biệt và hiệu quả kinh tế quốc dân có mối quan hệ và tác động qua lại lẫn nhau. Trong việc thực hiện cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước, không những cần tính toán và đạt được hiệu quả trong hoạt động sản xuất kinh doanh của từng doanh nghiệp mà còn phải đạt được hiệu quả của nền kinh tế quốc dân. Mức hiệu quả kinh tế quốc dân lại phụ thuộc vào mức

hiệu quả kinh tế cá biệt. Nghĩa là phụ thuộc vào sự cố gắng của người lao động, của mỗi doanh nghiệp, đồng thời qua hoạt động của cơ quan quản lý nhà nước cũng có tác động trực tiếp đến hiệu quả cá biệt, ngược lại một chính sách sai lầm cũng dẫn tới kìm hãm việc nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- **Căn cứ theo mục đích so sánh.**

Trong công tác quản lý hiệu quả sản xuất kinh doanh, việc xác định hiệu quả nhằm hai mục đích: Thứ nhất, phân tích đánh giá trình độ quản lý và sử dụng các loại chi phí trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Thứ hai là phân tích luận chứng về kinh tế xã hội của các phương án khác nhau trong nhiệm vụ cụ thể nào đó khi chọn lấy một phương án có lợi nhất.

- Hiệu quả tuyệt đối: Là hiệu quả được tính toán cho từng hoạt động, phản ánh bằng cách xác định mức lợi ích thu được với lượng chi phí bỏ ra.

- Hiệu quả tương đối: Là hiệu quả được xác định bằng cách so sánh tương quan các đại lượng thể hiện chi phí hoặc kết quả ở các phương án với nhau, các chỉ tiêu so sánh được sử dụng để đánh giá mức độ hiệu quả của các phương án, để chọn phương án có lợi nhất về kinh tế. Hiệu quả tương đối có thể được tính toán dựa trên các tỷ suất như:

$$\frac{P}{Von}; \frac{P}{VonLD}; \frac{P}{VonCD}; \frac{P}{LaoDong}; \frac{P}{Sanluong}; \frac{P}{Z}$$

- **Căn cứ theo đối tượng đánh giá.**

- Hiệu quả cuối cùng: thể hiện mối tương quan giữa kết quả thu được và tổng hợp chi phí đã bỏ ra để thực hiện nhiệm vụ sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

- Hiệu quả trung gian: Thể hiện mối tương quan giữa kết quả thu được với chi phí của từng yếu tố cần thiết đã được sử dụng như: Lao động, máy móc, nguyên vật liệu...

Việc tính toán hiệu quả cuối cùng cho thấy hiệu quả chung của doanh nghiệp hay của cả nền kinh tế quốc dân. Việc tính toán và phân tích hiệu quả trung gian cho thấy sự tác động của nền kinh tế quốc dân. Về nguyên tắc việc giảm những chi phí trung gian sẽ giúp cho doanh nghiệp giảm chi phí cuối cùng, tăng hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp. Vì vậy các doanh nghiệp phải quan tâm, xác định các biện pháp đồng bộ để thu được hiệu quả toàn bộ trên cơ sở các bộ phận.

1.2.5 Nội dung phân tích và các phương pháp phân tích.

1.2.5.1 Nội dung phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Phù hợp với đối tượng nghiên cứu, nội dung chủ yếu của phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh như sau:

- Phân tích các chỉ tiêu về kết quả kinh doanh như: Sản lượng sản phẩm, doanh thu bán hàng, giá thành, lợi nhuận...

- Các chỉ tiêu kết quả kinh doanh được phân tích trong mối quan hệ với các chỉ tiêu về điều kiện của quá trình sản xuất kinh doanh như: lao động, tiền vốn, vật tư, đất đai...

Để thực hiện nội dung trên, phân tích kinh doanh cần xác định các đặc trưng về mặt lượng của các giai đoạn, các quá trình kinh doanh (số lượng, kết cấu, quan hệ, tỷ lệ...) nhằm xác định xu hướng và nhịp độ phát triển, xác định những nguyên nhân ảnh hưởng đến sự biến động của các quá trình kinh doanh, tính chất và trình độ chặt chẽ của mối liên hệ giữa kết quả kinh doanh với các điều kiện sản xuất kinh doanh.

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

Phân tích các hoạt động kinh tế là việc phân chia các hiện tượng, quá trình và các kết quả kinh tế thành nhiều bộ phận cấu thành. Trên cơ sở đó bằng các phương pháp khoa học xác định các nhân tố ảnh hưởng và xu thế ảnh hưởng của từng nhân tố đến quá trình kinh tế. từ đó đề xuất các biện pháp để phát huy sức

mạnh để khai thác các điểm mạnh, khắc phục các điểm yếu, khai thác tiềm năng, thúc đẩy hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả.

- **Phương pháp so sánh.**

So sánh là phương pháp được sử dụng phổ biến trong phân tích để xác định xu hướng, mức độ biến động của chỉ tiêu phân tích. Phương pháp này bao gồm hai phương pháp sau :

- Phương pháp so sánh tuyệt đối: Biến động của một nhân tố hoặc chỉ tiêu phân tích được xác định bằng cách so sánh tuyệt đối giữa chỉ tiêu (nhân tố) ở kỳ nghiên cứu với chỉ tiêu (nhân tố) tương ứng ở kỳ gốc. Kết quả so sánh phản ánh xu hướng và mức độ biến động của chỉ tiêu (nhân tố) đó.

- Phương pháp so sánh tương đối: Nhằm biểu hiện xu hướng và tốc độ biến động của các chỉ tiêu phân tích hoặc nhân tố.

Phương pháp này được thực hiện bằng cách so sánh tương đối giữa chỉ tiêu (nhân tố) ở kỳ nghiên cứu với chỉ tiêu (nhân tố) ở kỳ gốc. Kết quả của phương pháp có thể được biểu hiện bằng số tương đối động thái hoặc chỉ số phát triển, cũng có thể biểu hiện bằng tốc độ tăng. Thường thì biểu hiện này là số tương đối động thái.

So sánh tuyệt đối: $\Delta = C_1 - C_0$

So sánh tương đối: $\Delta = C_1 / C_0 \times 100\%$

Trong đó: C_0 : số liệu kỳ gốc

C_1 : Số liệu kỳ phân tích

- **Phương pháp chi tiết.**

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

- Phương pháp chi tiết theo các bộ phận cấu thành:

Nội dung của phương pháp: Chỉ tiêu phân tích được nghiên cứu là quan hệ cấu thành của nhiều nhân tố thường được biểu hiện bằng một phương trình

kinh tế có nhiều tích số. Các nhân tố khác nhau có tên gọi khác nhau, đơn vị tính khác nhau.

Mọi kết quả kinh doanh biểu hiện trên các chỉ tiêu bao gồm nhiều bộ phận. Chi tiết các chỉ tiêu theo các bộ phận cùng với sự biểu hiện về lượng của các bộ phận đó sẽ giúp ích rất nhiều trong việc đánh giá chính xác kết quả đạt được. Với ý nghĩa đó, phương pháp chi tiết theo các bộ phận cấu thành được sử dụng rộng rãi trong phân tích mỗi một kết quả kinh doanh.

Trong phân tích kết quả sản xuất nói chung, chỉ tiêu giá trị sản lượng thường được chi tiết theo các bộ phận có ý nghĩa kinh tế khác nhau.

- Phương pháp chi tiết theo thời gian:

Nội dung phương pháp: chia chỉ tiêu phân tích trong một khoảng thời gian thành các bộ phận nhỏ hơn là tháng, quý.

Mục đích của phương pháp:

- + Đánh giá năng lực và việc tận dụng các năng lực theo thời gian.
- + Đánh giá việc hoàn thành chỉ tiêu về tính vững chắc, ổn định.
- + Phát hiện những nhân tố, nguyên nhân có tính quy luật theo thời gian để có giải pháp phát triển doanh nghiệp một cách phù hợp với quy luật, tận dụng tối đa năng lực sản xuất và nâng cao hiệu quả kinh tế.

- Phương pháp chi tiết theo địa điểm:

Nội dung phương pháp: Chia chỉ tiêu phân tích thành các bộ phận nhỏ hơn theo không gian như tổ, đội, phân xưởng...

Mục đích của phương pháp:

- + Đánh giá vai trò, tầm quan trọng của từng bộ phận không gian đối với kết quả và biến động của chỉ tiêu.

- + Đánh giá tính hợp lý và hiệu quả của các phương pháp tổ chức quản lý doanh nghiệp đối với từng bộ phận không gian. Qua đó có những giải pháp, biện pháp nhằm cải tiến, nâng cao không ngừng chất lượng và hiệu quả các phương pháp quản lý.

+ Xác định các tập thể và cá nhân có tính điển hình và tiên tiến, những kinh nghiệm trong sản xuất kinh doanh để có những giải pháp nhân rộng, phát triển.

• **Các phương pháp nhằm xác định ảnh hưởng, vai trò, tầm quan trọng của từng thành phần bộ phận đối với chỉ tiêu phân tích.**

Mức độ ảnh hưởng của các phương pháp: Các thành phần bộ phận nhân tố có quan hệ cấu thành với chỉ tiêu phân tích. Biến động của chúng sẽ ảnh hưởng đến chỉ tiêu phân tích đó bao gồm 4 phương pháp sau:

- Phương pháp cân đối: Trong quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, hình thành rất nhiều mối quan hệ cân đối về lượng giữa hai mặt của các yếu tố và quá trình kinh doanh. Dựa vào các mối quan hệ cân đối này, người phân tích sẽ xác định được ảnh hưởng của các nhân tố đến sự biến động của chỉ tiêu phân tích. Trong mối quan hệ tổng số, mức độ ảnh hưởng tuyệt đối của từng thành phần bộ phận có tính độc lập với nhau và được xác định là chênh lệch tuyệt đối của các thành phần bộ phận ấy.

- Phương pháp thay thế liên hoàn: Trong phân tích kinh doanh, nhiều trường hợp cần nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố đến kết quả sản xuất kinh doanh nhờ phương pháp thay thế liên hoàn. Thay thế liên hoàn là phương pháp xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến kết quả sản xuất kinh doanh bằng cách loại trừ ảnh hưởng của các nhân tố khác. Xác định mối quan hệ giữa các nhân tố với chỉ tiêu được biểu hiện bằng 1 phương trình kinh tế có quan hệ tích số trong đó cần phải đặc biệt chú ý đến trật tự sắp xếp các nhân tố trong phương trình kinh tế. Các nhân tố phải được sắp xếp theo nguyên tắc:

+ Nhân tố sản lượng đứng trước, nhân tố chất lượng đứng sau.

+ Các nhân tố đứng liền kề nhau thì có mối quan hệ nhân quả và cùng nhau phản ánh một nội dung kinh tế nhất định.

- Phương pháp số chênh lệch: Ảnh hưởng tuyệt đối của một nhân tố đến chỉ tiêu phân tích được xác định là tích số giữa chênh lệch của nhân tố ấy với trị

số của nhân tố đứng trước và trị số của kỳ gốc của các nhân tố đứng sau nó trong phương trình kinh tế.

- Phương pháp chỉ số: Phương pháp này chỉ áp dụng khi phân tích chỉ tiêu bình quân. Qua phân tích chỉ ra sự biến động kết cấu của tổng thể hoặc của các nhân tố mà số bình quân mang tính đại biểu.

- **Phương pháp liên hệ**

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

- Liên hệ cân đối: Cơ sở là sự cân bằng về lượng giữa 2 mặt của các yếu tố và quá trình kinh doanh, giữa tổng số vốn và tổng số nguồn, giữa nguồn thu, huy động và tình hình sử dụng các quỹ, các loại vốn giữa nhu cầu và khả năng thanh toán, giữa nguồn mua sắm và tình hình sử dụng các loại vật, giữa thu với chi và kết quả kinh doanh...

- Liên hệ trực tuyến: Là mối liên hệ theo một hướng xác định giữa các chỉ tiêu phân tích. Chẳng hạn, lợi nhuận có quan hệ cùng chiều với lượng hàng hoá bán ra, giá bán có quan hệ ngược chiều với giá thành, tiền thuế...

- Liên hệ phi tuyến: Là mối liên hệ giữa các chỉ tiêu trong đó mức độ liên hệ không được xác định theo tỷ lệ và chiều hướng liên hệ luôn biến đổi: liên hệ giữa lượng vốn sử dụng với sức sản xuất và sức sinh lời của vốn...

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

- **Phương pháp hồi quy và tương quan.**

Hồi quy và tương quan là các phương pháp của toán học, được vận dụng trong phân tích kinh doanh để biểu hiện và đánh giá mối liên hệ tương quan giữa các chỉ tiêu kinh tế. Phương pháp tương quan là quan sát mối liên hệ giữa một tiêu thức kết quả và một tiêu thức nguyên nhân nhưng ở dạng liên hệ

thức. Còn hồi quy là một phương pháp xác định độ biến thiên của tiêu thức kết quả theo sự biến thiên của tiêu thức nguyên nhân. Do vậy hai phương pháp này có mối quan hệ chặt chẽ với nhau.

1.2.6 Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh.

1.2.6.1 Các nhân tố bên trong.

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

- **Công tác quản trị.**

Nhân tố này đóng vai trò quan trọng trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Quản trị doanh nghiệp chú trọng đến việc xác định cho doanh nghiệp một hướng đi đúng đắn trong một môi trường kinh doanh ngày càng biến động. Chất lượng của chiến lược kinh doanh là nhân tố đầu tiên và quan trọng nhất quyết định sự thành công hay thất bại của một doanh nghiệp.

Đội ngũ các nhà quản lý mà đặc biệt là các nhà quản trị 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 bại 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, cá nhân và thiết lập các mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức đó.

- **Vốn kinh doanh.**

Đây là một nhân tố tổng hợp sức 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. Yếu tố vốn là yếu tố chủ chốt quyết định đến quy mô và cơ hội có thể khai thác. Nó phản ánh sự phát triển của doanh nghiệp và là cơ sở đánh giá về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Trong sản xuất kinh doanh con người là yếu tố quan trọng hàng đầu để đảm bảo thành công. Máy móc dù tối tân đến đâu cũng do con người chế tạo, dù có hiện đại đến đâu cũng phải phù hợp với trình độ tổ chức, trình độ kỹ thuật, trình độ sử dụng máy móc của người lao động. Lực lượng lao động có thể sáng tạo ra công nghệ, kỹ thuật mới và đưa chúng vào sử dụng và 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 nhu cầu của người tiêu dùng, làm cho sản phẩm mới với kiểu dáng phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng, làm cho sản phẩm của doanh nghiệp có thể bán được tạo 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 tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

1.2.6.2 Các nhân tố bên ngoài.

- **Môi trường văn hoá xã hội.**

Mỗi yếu tố văn hoá xã hội đều có tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp theo cả hai hướng tích cực và tiêu cực. Các yếu tố về văn hoá như: Điều kiện xã hội, trình độ giáo dục, phong cách lối sống, tôn giáo, tín ngưỡng, sinh hoạt cộng đồng,... đều ảnh hưởng rất lớn. Yếu tố trình độ giáo dục sẽ ảnh hưởng tới doanh nghiệp đào tạo đội ngũ lao động chuyên môn cao và khả năng tiếp thu các kiến thức KH-KT, tác động tới việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp và ngược lại.

- **Môi trường kinh tế.**

Đây là nhân tố tác động rất lớn tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Nó bao gồm các chính sách đầu tư, chính sách phát triển kinh tế, chính sách vĩ mô... tác động tích cực hay tiêu cực tới sự phát triển của từng ngành, lĩnh vực hay khu vực kinh tế từ đó tác động đến doanh nghiệp thuộc vùng, ngành kinh tế đó. Môi trường kinh tế tốt sẽ tạo ra sự dự báo tốt để doanh nghiệp ra quyết định đúng đắn các hoạt động đầu tư của mình. Do đó nhà nước phải điều tiết các hoạt động đầu tư, chính sách vĩ mô phải được xây dựng thống nhất và phù hợp với môi trường hiện tại, tránh phát triển theo hướng vượt cầu, hạn chế độc quyền, tạo ra sự cạnh tranh bình đẳng, tránh sự phân biệt đối xử giữa các doanh nghiệp, tạo môi trường kinh tế đối ngoại, tỷ giá hối đoái phù hợp qua đó nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

- **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 tiền đề quan trọng cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Sự thay đổi của môi trường chính trị có thể ảnh hưởng có lợi cho một nhóm doanh nghiệp này nhưng lại kìm hãm sự phát triển của nhóm doanh nghiệp khác và ngược lại. Hệ thống pháp luật hoàn thiện không thiên vị là một trong những tiền đề ngoài kinh tế của kinh doanh. Mức độ hoàn thiện, sự thay đổi và thực thi pháp luật trong nền kinh tế có ảnh hưởng lớn việc hoạch định và tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Môi trường này có tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi môi trường pháp luật ảnh hưởng đến mặt hàng sản xuất, ngành nghề, phương thức kinh doanh. Không những thế nó còn tác động đến chi phí doanh nghiệp: chi phí lưu thông, chi phí vận chuyển, mức độ về thuế. Đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu còn bị ảnh hưởng bởi chính sách thương mại quốc tế, hạn ngạch do Nhà nước giao. Tóm lại môi trường chính trị luật pháp có ảnh hưởng rất lớn đến việc

nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bằng cách tác động đến quá trình hoạt động của doanh nghiệp thông qua hệ thống pháp luật.

- **Nhân tố môi trường tự nhiên.**

Môi trường tự nhiên bao gồm nhân tố như thời tiết, khí hậu, mùa vụ, tài nguyên thiên nhiên, vị trí địa lý, các nhân tố này tác động đến hiệu quả kinh doanh thông qua sự tác động lên các chi phí tương ứng, mức độ ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

- **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 những nhân tố tác động mạnh mẽ đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp kinh doanh ở khu vực có hệ thống giao thông thuận lợi, điện nước đầy đủ, dân cư đông đúc và có trình độ dân trí cao sẽ có điều kiện thuận lợi để phát triển sản xuất, tăng tốc độ tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu, giảm chi phí, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

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

Để đánh giá chính xác và có cơ sở khoa học hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, cần phải xây dựng các chỉ tiêu phù hợp bao gồm các chỉ tiêu chi tiết. Các chỉ tiêu chi tiết đó phải phản ánh được sức sản xuất, các hao phí cũng như sức sinh lời cùng từng yếu tố, từng loại vốn.

1.2.7.1 Chỉ tiêu về chi phí.

Chi phí sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là toàn bộ các hao phí về vật chất, lao động và các khoản thuế mà doanh nghiệp phải chi ra để thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh trong một thời kỳ nhất định.

Chi phí hoạt động của doanh nghiệp trong một thời kỳ bao gồm: Chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh, chi phí hoạt động tài chính, chi phí hoạt động khác:

- **Chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh:**
 - Chi phí nguyên liệu, nhiên liệu, vật liệu, động lực (gọi tắt là chi phí vật tư)
 - Chi phí khấu hao tài sản cố định
 - Chi phí tiền lương và các khoản có tính chất theo lương(phụ cấp, tiền ăn...)
 - Chi phí bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, kinh phí công đoàn
 - Chi phí dịch vụ mua ngoài
 - Chi phí bằng tiền khác

- **Chi phí hoạt động tài chính:**
 - Các khoản lỗ từ hoạt động đầu tư tài chính.
 - Các khoản chi phí của hoạt động tài chính như: hoạt động liên doanh, liên kết, mua bán chứng khoán.
 - Các khoản lỗ do thanh lý các khoản đầu tư ngắn hạn.
 - Các khoản lỗ về chênh lệch tỷ giá ngoại tệ phát sinh thực tế trong kỳ và chênh lệch tỷ giá do đánh giá lại số dư cuối kỳ của các khoản phải thu dài hạn và phải trả dài hạn có gốc ngoại tệ.
 - Dự phòng giảm giá đầu tư chứng khoán.
 - Chi phí đất chuyển nhượng, cho thuê cơ sở hạ tầng được xác định là tiêu thu.
 - Một số loại thuế đối với sản phẩm, dịch vụ thuộc hoạt động tài chính không chịu thuế GTGT...

- **Chi phí hoạt động khác:**
 - Chi phí thanh lý, nhượng bán tài sản cố định
 - Giá trị còn lại của tài sản cố định khi thanh lý, nhượng bán
 - Chênh lệch lỗ do đánh giá lại vật tư, TSCĐ đem đi góp vốn liên doanh, đầu tư vào công ty liên kết, đầu tư dài hạn khác...
 - Tiền phạt do vi phạm hợp đồng, tiền bị phạt thuế hoặc truy nộp thuế
 - Các khoản chi của năm trước bỏ sót ngoài sổ kế toán nay phát hiện ra.

Hiệu quả sử dụng chi phí:

$$\text{Hiệu quả sử dụng chi phí} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng chi phí}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết một đồng chi phí bỏ ra trong năm kì thu được bao nhiêu đồng doanh thu thuần. Chỉ tiêu này càng cao càng chứng tỏ hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp càng tốt và ngược lại.

Tỷ suất sinh lợi của chi phí:

$$\text{Tỷ suất sinh lợi của chi phí} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tổng chi phí}}$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận chi phí cho biết một đồng chi phí bỏ ra trong kì thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ doanh nghiệp kinh doanh càng hiệu quả.

1.2.7.2 Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động.

Lao động là nhân tố quan trọng trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Số lượng và chất lượng lao động là yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy, việc đánh giá hiệu quả lao động trong doanh nghiệp là hết sức cần thiết. Để đánh giá về tình hình lao động, người ta thường dùng các chỉ tiêu sau:

$$\text{Sức sản xuất của lao động} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng lao động bình quân}}$$

$$\text{Sức sinh lợi của lao động} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tổng lao động bình quân}}$$

Đây là cặp chỉ tiêu phản ánh tương đối đầy đủ về hiệu quả sử dụng lao động trong kỳ của doanh nghiệp cả về số lượng và chất lượng. Tuy nhiên, để có

thể đánh giá toàn diện về hiệu quả sử dụng lao động, người ta còn sử dụng các chỉ tiêu khác như hiệu suất sử dụng thời gian lao động. Các chỉ tiêu này cho phép đánh giá hiệu quả sử dụng lao động và sử dụng số lượng thời gian lao động hiện có, giảm lượng lao động dư thừa, nâng cao hiệu suất sử dụng lao động trong doanh nghiệp.

1.2.7.3 Chỉ tiêu tài sản

- **Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn**

Tài sản ngắn hạn phản ánh tổng giá trị tiền, các khoản tương đương tiền và các tài sản ngắn hạn có khác đến thời điểm báo cáo, gồm: Tiền, các khoản tương đương tiền, các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn, các khoản phải thu, hàng tồn kho và tài sản ngắn hạn khác.

Sức sản xuất của tài sản lưu động

$$\text{Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tài sản ngắn hạn}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh trong mỗi kỳ nhất định tài sản ngắn hạn luân chuyển được bao nhiêu hay mỗi đồng tài sản ngắn hạn tham gia vào quá trình kinh doanh sẽ tạo được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này có thể sử dụng để so sánh giữa các kỳ của một đơn vị hoặc giữa các đơn vị cùng quy mô trong một thời kỳ.

Sức sinh lời của tài sản ngắn hạn

$$\text{Sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tài sản ngắn hạn}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh mỗi đồng vốn bỏ vào đầu tư tài sản ngắn hạn thì sẽ mang lại cho doanh nghiệp bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn ngắn hạn càng lớn.

- **Hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn**

Tài sản dài hạn là bộ phận tài sản phản ánh năng lực sản xuất hiện có, trình độ tiến bộ khoa học kỹ thuật và trình độ trang bị cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp. Tài sản dài hạn là điều kiện cần thiết để giảm nhẹ sức lao động và nâng cao năng suất lao động.

Sức sản xuất của tài sản dài hạn

$$\text{Sức sản xuất của tài sản dài hạn} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tài sản dài hạn}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh mỗi đồng vốn bỏ vào đầu tư tài sản dài hạn thì sẽ mang lại cho doanh nghiệp bao nhiêu đồng doanh thu.

Sức sinh lợi của tài sản dài hạn

$$\text{Sức sinh lợi của tài sản dài hạn} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tài sản dài hạn}}$$

Chỉ tiêu này cho thấy cứ một đồng tài sản dài hạn doanh nghiệp bỏ ra thì sẽ thu lại được bao nhiêu lợi nhuận sau thuế trong kỳ. Đây là chỉ tiêu quan trọng nhất của người chủ doanh nghiệp. Nó phản ánh hiệu quả của việc đầu tư.

- **Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu**

Vốn chủ sở hữu được hình thành từ khi thành lập doanh nghiệp và bổ sung trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Vốn chủ sở hữu phản ánh sức mạnh về tài chính cũng như sức mạnh chung của doanh nghiệp. Vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp tăng chứng tỏ doanh nghiệp ngày càng lớn mạnh, có vị trí cao hơn trên thị trường và ngày càng có điều kiện mở rộng kinh doanh từ nguồn vốn của chính bản thân doanh nghiệp.

Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu

$$\text{Sức sản xuất của vốn CSH} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

Chỉ tiêu sức sản xuất của vốn chủ sở hữu phản ánh khả năng hiệu quả của việc đầu tư từ mỗi đồng vốn chủ sở hữu thì doanh nghiệp sẽ thu được bao nhiêu đồng doanh thu.

Sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu

$$\text{Sức sinh lợi của vốn CSH} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

Chỉ tiêu sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu cho thấy cứ một đồng vốn chủ sở hữu doanh nghiệp bỏ ra thì sẽ thu lại được bao nhiêu lợi nhuận sau thuế trong kỳ. Đây chính là chỉ tiêu ROE và là chỉ tiêu quan trọng nhất đối với người chủ doanh nghiệp.

PHẦN 2. PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY BẢO HIỂM DẦU KHÍ KHU VỰC DUYÊN HẢI

2.1 Giới thiệu chung về Công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải

2.1.1 Một số nét khái quát.

Thành lập ngày 23/1/1996 với sứ mệnh quản trị rủi ro và thu xếp các chương trình bảo hiểm cho các dự án, công trình của ngành dầu khí, 15 năm qua, Tổng Công ty cổ phần Bảo hiểm Dầu khí Việt Nam đã trở thành nhà Bảo hiểm công nghiệp số 1 Việt Nam. Hiện Tổng Công ty chiếm thị phần tuyệt đối ở thị trường Bảo hiểm như năng lượng, 30% thị trường hàng hải, 45% thị trường tài sản, kỹ thuật và tiên phong trong các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam thâm nhập thị trường quốc tế như: Nga, Singapore, Venezuela, Algeria, Malaysia...

Tổng công ty cổ phần Bảo Hiểm Dầu khí Việt Nam (PVI) nguyên là Công ty Bảo hiểm Dầu khí, là thành viên của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam. Kể từ khi thành lập đến nay, Tổng công ty Bảo Hiểm Dầu khí Việt Nam đã trưởng thành và phát triển mạnh mẽ về quy mô và tiềm lực tài chính.

- Tên Công ty: Tổng công ty cổ phần Bảo Hiểm Dầu khí Việt Nam.
- Tên viết tắt : PVI
- Số đơn vị trực thuộc: 25
- Số lượng đại lý: 2000
- Văn phòng khu vực: 90
- Trụ sở chính: Số 154 Nguyễn Thái Học - Ba Đình - Hà Nội

Cơ cấu vốn điều lệ tại thời điểm 31/12/2009

TT	Cổ đông	Số lượng cổ phần	Giá trị (VND)	Tỷ lệ
1	Cổ đông sáng lập	61.592.400	615.924.000.000	59,48%
2	Cổ đông phổ thông	41.957.600	419.576.000.000	40,52%
	Tổng	103.550.000	1.035.500.000.000	100%

(Nguồn: Tổng công ty cổ phần Bảo hiểm Dầu khí Việt Nam)

Với những nỗ lực tự hoàn thiện không ngừng, Tổng công ty đã tạo dựng cho mình vị thế cao trên thị trường trong nước và chỗ đứng nhất định trên thị trường quốc tế.

2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển.

Công ty Bảo Hiểm Dầu khí Việt Nam được thành lập ngày 23/1/1996 theo quyết định số 12/BT của văn phòng Chính Phủ, vốn điều lệ 22 tỉ đồng.

Trong 5 năm đầu thành lập, Công ty đã duy trì và củng cố hoạt động của mình với tổng doanh thu đạt 516 tỷ đồng, nộp ngân sách nhà nước trên 48 tỷ đồng và 30 tỷ đồng lợi nhuận, đây là giai đoạn Công ty tập trung gây dựng cơ sở vật chất và đào tạo đội ngũ nhân viên của mình.

Năm 2001, thị trường Bảo hiểm có nhiều biến động lớn, hàng loạt các biến động lớn do thiên tai, khủng bố, khủng hoảng kinh tế khu vực... Với bản lĩnh và chiến lược kinh doanh hợp lý, PVI đã khẳng định được vị thế của mình: doanh thu đạt 187 tỷ đồng tăng 167% so với năm 2000.

Năm 2002, PVI đã tận dụng lợi thế thương hiệu và năng lực tài chính của mình để vươn lên thống lĩnh thị trường ở lĩnh vực Bảo hiểm hàng hải và xây dựng lắp đặt. Công ty đã được cấp chứng chỉ Quacert ISO 9001:2000 – DNV (Det Norske Verita) – Giấy chứng nhận số HT: 409.02.32 ngày 22/11/2002. Đặc biệt, PVI đã vinh dự được Chủ tịch nước tặng Huân chương lao động hạng 3 và vào 9/2005 đã tặng giải thưởng Sao vàng đất Việt.

Từ năm 2005, PVI đã có những bước trưởng thành quan trọng về cung cấp dịch vụ Bảo hiểm cho các dự án Dầu khí lớn tại nước ngoài và tăng cường nhận tái Bảo hiểm từ Triều Tiên, Trung Quốc... Từ đó PVI thành lập các chi nhánh khu vực và phát triển mạng lưới đại lý chuyên nghiệp trên khắp các tỉnh thành trong cả nước. Việc xây dựng và áp dụng hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn chất lượng ISO 9001:2000 từ năm 2002 đến nay đã giúp kiểm soát chặt chẽ quy trình cấp đơn Bảo hiểm và kiểm soát nội bộ đảm bảo chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng.

Năm 2006, PVI đã đánh dấu chặng đường 10 năm hình thành và phát triển bằng sự kiện đạt doanh thu 1.000 tỷ vào ngày 26/9/2006 cùng với việc vốn và tài sản được nâng lên đáng kể. Đây là năm quan trọng trong quá trình xây dựng và phát triển thương hiệu Bảo hiểm Dầu khí – PVI. Tháng 9/2006, Bộ Công nghiệp và Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam đã có Quyết định cổ phần hóa PVI với mục tiêu tăng cường năng lực cạnh tranh và xây dựng PVI trở thành một Tổng công ty cổ phần mạnh trong định chế Bảo hiểm - Tài chính của Tập đoàn.

Năm 2007 là năm đầu tiên PVI chuyển đổi hoạt động từ doanh nghiệp nhà nước sang mô hình Tổng công ty cổ phần hoạt động theo Luật doanh nghiệp. Ngày 12/3/2007 chính thức trở thành Tổng công ty cổ phần Bảo Hiểm Dầu khí Việt Nam theo giấy phép thành lập và hoạt động số 42 GP/KDBH của Bộ tài chính. PVI đã thể hiện bản lĩnh vững vàng qua việc thích ứng nhanh chóng với cơ chế quản lý mới, doanh thu đạt 1.997 tỷ đồng, lợi nhuận đạt 250 tỷ đồng.

Năm 2008, mặc dù phải đối mặt với rất nhiều khó khăn do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn thế giới, tuy nhiên bằng nhiệt huyết và sự sáng tạo, PVI đã vượt qua khó khăn với mức doanh thu đạt 2.694 tỷ đồng, làm tiền đề cho mốc ấn tượng 3.000 tỷ đồng vào tháng 12/2009, đồng thời là doanh nghiệp có tốc độ tăng trưởng cao nhất thị trường Bảo hiểm Việt Nam.

6 tháng đầu năm 2010, thị trường thế giới và Việt Nam vẫn chưa thực sự thoát ra khỏi bóng ma của cuộc khủng hoảng, nhưng PVI vẫn tiếp tục duy trì, kiên định với đường lối chỉ đạo đúng đắn của Tập đoàn và đạt được kết quả kinh doanh rất đáng khích lệ khi đã vươn lên dẫn đầu thị trường Bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam về doanh thu bảo hiểm gốc với 24% thị phần, lợi nhuận trước thuế đạt 194,6 tỷ đồng, tăng trưởng hơn 47%, nộp Ngân sách Nhà nước 174 tỷ đồng. Không những thế, vào tháng 02/2010, PVI đã vinh dự là doanh nghiệp đầu tiên của Việt Nam đạt xếp hạng năng lực tài chính B+ (tốt) từ tổ chức đánh giá tín nhiệm uy tín quốc tế A.M. Best, với sự kiện này thương hiệu PVI chính thức trở thành thương hiệu quốc tế.

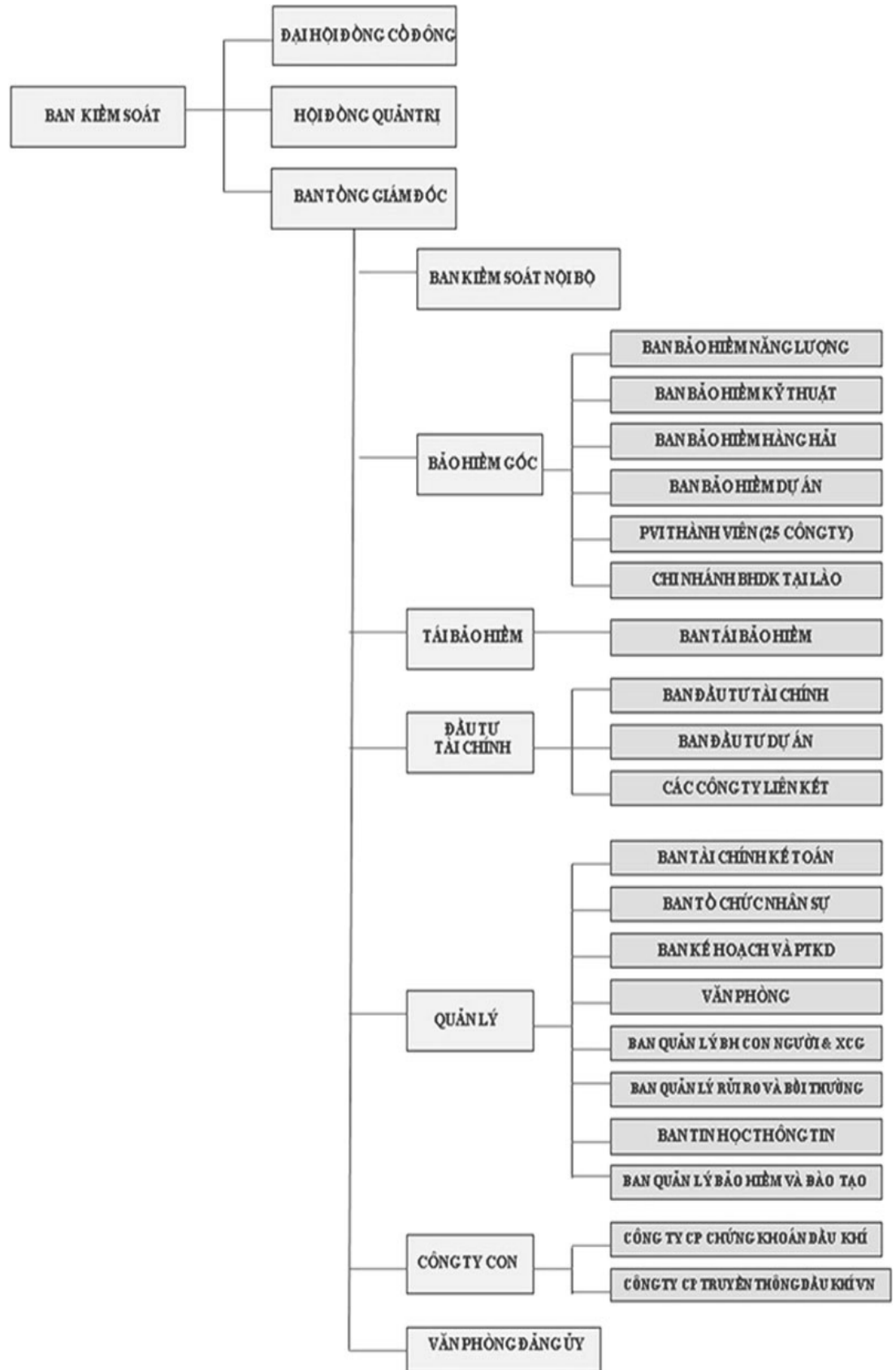
Công ty Bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải trực thuộc Tổng Công ty cổ phần Bảo hiểm Dầu khí Việt Nam được thành lập từ năm 2002 với tên gọi là chi nhánh Duyên Hải. Năm 2007 sau khi Nhà Nước thực hiện Cổ phần hóa, chi nhánh PVI Duyên Hải đã tách ra hoạt động độc lập dưới tên riêng là Công ty Bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải. Địa chỉ công ty: Tầng 7, tòa nhà DG, số 15 Trần Phú, Ngô Quyền, Hải Phòng. Sau 9 năm thành lập, hoạt động và phát triển theo mục tiêu chung của Tổng công ty, chi nhánh PVI Duyên Hải luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình, góp phần mở rộng thị trường kinh doanh, khai thác Bảo hiểm, nâng cao uy tín thương hiệu PVI. Với năng lực tài chính vững mạnh, đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp Công ty đã dần chiếm được niềm tin của khách hàng. Công ty đã Bảo hiểm cho các công trình xây dựng lớn như dự án Nhà máy Xi măng Long Thọ II tại Thừa Thiên - Huế, nhà máy sản xuất gỗ ván ép OKAN, dự án xây dựng hồ chứa nước ngọt trên đảo Cát Bà... Bảo hiểm cho các tàu Đình Vũ của Công ty Cổ phần khu công nghiệp Đình Vũ, tàu Minh Tuấn 68 của Công ty Cổ phần Minh Trường... Mạng lưới: Văn phòng khu vực Thủy Nguyên. Địa chỉ: Lô số 9, đường Bạch Đằng, thị trấn Núi Đèo – Thủy Nguyên – Hải Phòng.

2.1.3 Cơ cấu tổ chức.

2.1.3.1 Cơ cấu cổ đông.

Tính đến 30 tháng 6 năm 2010, PVI có vốn điều lệ là 1.597 tỷ đồng. Trong đó PVN chiếm 52%, Funderburk Lighthouse Limiteds chiếm 13%, Công ty cổ phần Tài chính Dầu khí (PVFC) nắm 10,17%, còn lại 24,83% do các Cổ đông khác nắm giữ. Funderburk Lighthouse Limited, một công ty con của Quỹ đầu tư Oman (OIF) và tổ chức này đã trở thành đối tác chiến lược của PVI. Mục đích của việc hợp tác này là nhằm tăng cường năng lực đầu tư tài chính của PVI.

2.1.3.2 Sơ đồ cơ cấu tổ chức Tổng Công ty.



(Nguồn: Tổng công ty cổ phần Bảo hiểm Dầu khí Việt Nam)

2.1.3.3 Cơ cấu tổ chức của Tổng Công ty cổ phần Bảo hiểm Dầu khí Việt Nam.

Tổng Công ty hiện có các công ty liên kết:

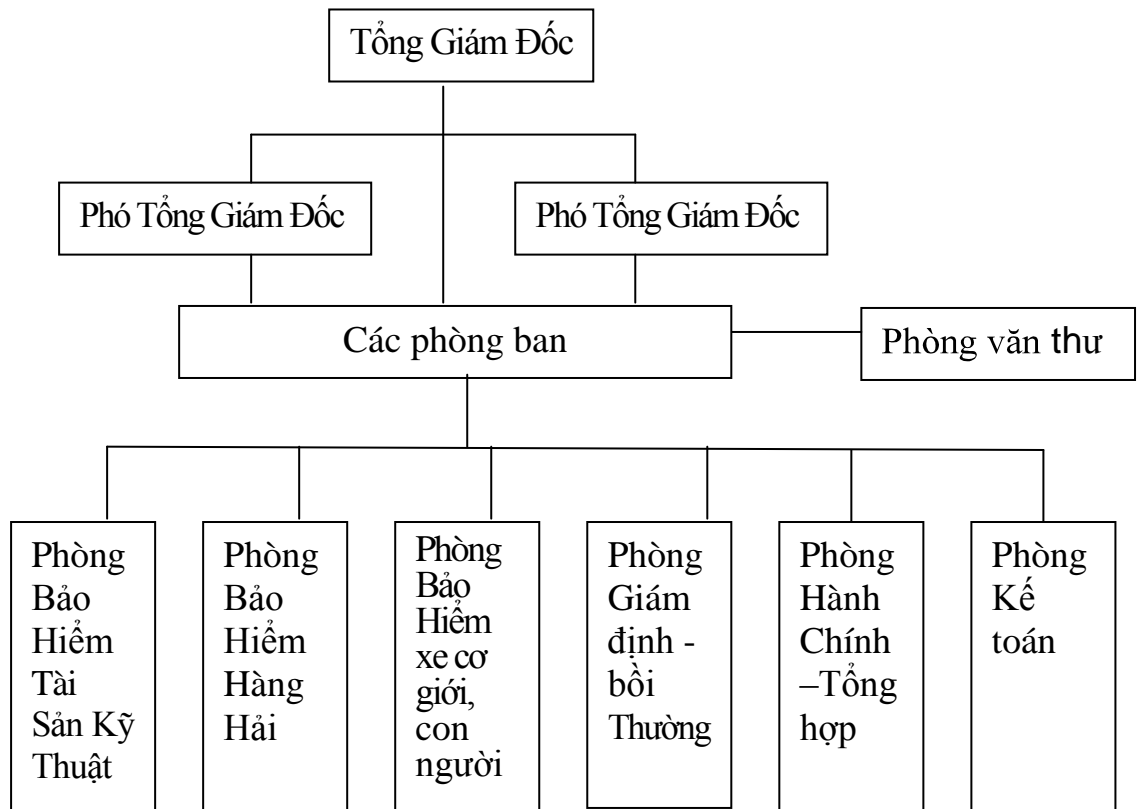
- Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển PVI (PVI Invest)
- Công ty Cổ phần Đầu tư Tài chính PVI (PVI Finance)

Tổng công ty có 25 Công ty Bảo hiểm Dầu khí thành viên như sau:

PVI Thăng Long	PVI Bắc Sông Hồng	PVI Nam Trung Bộ	PVI Bình Dương
PVI Đông Đô	PVI Nam Sông Hồng	PVI Khánh Hoà	PVI Vũng Tàu
PVI Hà Nội	PVI Hùng Vương	PVI Sài Gòn	PVI Tây Nam
PVI Hải Dương	PVI Thanh Hoá	PVI TP. Hồ Chí Minh	PVI phía Nam
PVI Duyên Hải	PVI Bắc Trung Bộ	PVI Bến Thành	PVI Sông Tiền
PVI Quảng Ninh	PVI Đà Nẵng	PVI Đông Nam Bộ	PVI Tây Nguyên
PVI Cà Mau			

2.1.3.4 Cơ cấu tổ chức của Công ty Bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải.

Mô hình tổ chức của Công ty Bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải.



(Nguồn: Công ty Bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải)

Công ty Bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải là 1 trong 25 Công ty thành viên thuộc Ban Bảo hiểm gốc của Tổng Công ty Bảo hiểm Dầu khí Việt Nam. Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban trong Công ty là:

Ban giám đốc:

Gồm 1 Tổng giám đốc và 2 phó giám đốc. Nhiệm vụ chung:

- Đây là trung tâm quản lý mọi hoạt động của Công ty.
- Xây dựng mô hình cơ cấu tổ chức của Công ty, đưa ra các quyết định liên quan đến hoạt động, điều hành công ty.
- Xây dựng và tổ chức thực hiện mục tiêu kinh doanh và kế hoạch kinh doanh bổ nhiệm, phân công nhiệm vụ, quyền hạn của cán bộ nhân viên.
- Giám sát, phê duyệt việc áp dụng tỉ lệ phí Bảo hiểm, điều khoản Bảo hiểm...trong hợp đồng Bảo hiểm.
- Thực hiện việc đối nội, đối ngoại.

Ngoài thực hiện nhiệm vụ, chức năng chung theo quy định của Công ty, mỗi Phó giám đốc còn có nhiệm vụ riêng theo chuyên môn của mình, đó là: một Phó giám đốc phụ trách quản lý, kí duyệt hợp đồng, giám sát về lĩnh vực Hàng hải, xây dựng lắp đặt, tài sản – kỹ thuật; một Phó giám đốc chuyên về xe cơ giới, con người, quản lý đại lý khu vực, giám định bồi thường.

Phòng Bảo hiểm Tài sản kỹ thuật

- Xây dựng và tổ chức thực hiện mục tiêu kinh doanh và kế hoạch kinh doanh của Phòng Bảo hiểm Tài sản kỹ thuật.
- Quản lý và cấp các đơn Bảo hiểm thuộc nhiệm vụ của phòng.
- Phát triển các nghiệp vụ bảo hiểm đặc biệt là nghiệp vụ Tài sản kỹ thuật.
- Thực hiện việc giao dịch, đàm phán với khách hàng, các môi giới Bảo hiểm và các đối tác Bảo hiểm khác theo qui định của Công ty.
- Quản lý khách hàng, hoạt động của đại lý, phát triển nguồn nhân lực cho Phòng đảm bảo kế hoạch kinh doanh của Phòng và theo qui định của Công ty.
- Thực hiện các công việc thống kê, báo cáo theo qui định của Công ty.

thực hiện các nhiệm vụ khác theo sự phân công của Tổng giám đốc.

Phòng Bảo hiểm Hàng hải

- Xây dựng mục tiêu và tổ chức thực hiện kế hoạch, đảm bảo hoàn thành kế hoạch doanh thu cho năm 2011.

- Triển khai khai thác và phát triển thị trường ngoài ngành theo qui định, quản lý nghiệp vụ Bảo hiểm Hàng hải của công ty, là đầu mối liên hệ với Tổng công ty về khai thác kinh doanh nghiệp vụ bảo hiểm Hàng hải và tổ chức giám định điều kiện tàu theo yêu cầu của Hội P&I/PVI.

- Quản lý và cấp đơn Bảo hiểm thuộc chức năng của Phòng, các dự án Bảo hiểm Hàng hải của công ty.

- Quản lý, đào tạo nhân lực của phòng.

- Thực hiện chế độ thống kê, báo cáo theo qui định.

Phòng Bảo hiểm xe cơ giới, con người và quản lý đại lý.

- Xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh năm 2011 của Phòng.

- Phân tích, đánh giá thị trường Bảo hiểm Xe cơ giới, con người nhằm tổ chức thực hiện đảm bảo hoàn thành kế hoạch doanh thu năm 2011 của Phòng.

- Đề xuất các biện pháp kinh doanh Xe cơ giới, con người một cách hiệu quả.

- Khai thác nghiệp vụ Bảo hiểm Xe cơ giới, con người và các nghiệp vụ khác.

- Mở rộng mạng lưới Đại lý chuyên nghiệp và cộng tác viên, salon ô tô, hệ thống ngân hàng, các tổ chức tín dụng...

- Xây dựng quy trình, qui định về quản lý ấn chỉ Bảo hiểm, phát sinh đơn/Giấy chứng nhận và phí Bảo hiểm.

Phòng Giám định bồi thường.

- Tổ chức giám định tổn thất và trực tiếp giải quyết các khiếu nại Bảo hiểm phát sinh từ các đơn Bảo hiểm do đơn vị cấp.

- Kiểm tra giám sát và thực hiện các quy trình, qui định về giám định và giải quyết khiếu nại, đánh giá rủi ro và ngăn ngừa hạn chế rủi ro.

- Tổ chức giám định điều kiện, giám định tình trạng của đối tượng Bảo hiểm khi có yêu cầu từ các phòng kinh doanh.
- Đầu mối giải quyết các khiếu nại về Bảo hiểm và đòi người thứ ba đối với các vụ bồi thường của đơn vị.
- Cảnh báo rủi ro và đề xuất biện pháp kiểm soát rủi ro về Bảo hiểm trên cơ sở thống kê tổn thất và đánh giá rủi ro các nghiệp vụ Bảo hiểm của đơn vị và thị trường.
- Quản lý, đào tạo, phát triển nhân lực của phòng.
- Thực hiện chế độ báo cáo theo qui định.

Phòng Hành chính – Tổng hợp.

- Công tác Hành chính – Quản trị:
 - Thực hiện công tác văn thư lưu trữ của Công ty.
 - Kiểm tra, giám sát việc thực hiện nội quy lao động của Công ty.
 - Quản lý hệ thống ánh sáng, thông tin chung của toàn Công ty.
- Công tác tổ chức, nhân sự, đào tạo.
 - Lập kế hoạch phát triển nguồn nhân lực hàng năm theo định hướng phát triển của Công ty.
 - Tuyển dụng cán bộ theo yêu cầu phát triển kinh doanh.
 - Lập kế hoạch đào tạo, đề xuất việc lựa chọn cử CBCNV đi đào tạo theo yêu cầu của Tổng Công ty.
- Công tác tiền lương, BHXH, BHYT.
 - Thực hiện quy chế trả lương, trả thưởng, tính toán đơn giá tiền lương cho CBCNV Công ty theo qui định của Tổng Công ty.
 - Đề xuất nâng lương, điều chỉnh lương cho người lao động theo qui định.
 - Làm thủ tục về chế độ chính sách cho người lao động theo đúng chế độ của Nhà nước và qui chế của Tổng Công ty.
 - Công tác thi đua, khen thưởng, kỷ luật.
 - Thực hiện và triển khai công tác thi đua khen thưởng của Công ty theo qui định của Tổng Công ty và pháp luật.

- Công tác khác.
 - Giúp việc Ban lãnh đạo Công ty trong công tác đối nội đối ngoại.
 - Đôn đốc các đơn vị thực hiện các nghiệp vụ mục tiêu được giao.
 - Thư kí các cuộc họp, hội nghị Công ty.
 - Thực hiện các nhiệm vụ khác theo sự phân công của Tổng giám đốc.

Phòng Kế toán

- Tổ chức thực hiện kế hoạch tài chính và công tác hạch toán kế toán.
- Tổ chức giám sát, tính toán và thực hiện qui định về định mức kinh doanh của Tổng giám đốc giao cho đơn vị đảm bảo tuân thủ theo qui định của Tổng Công ty.
 - Hướng dẫn, kiểm tra, giám sát và thực hiện kế hoạch tài chính, các qui định, qui chế về quản lý tài chính, kế toán.
 - Thực hiện kiểm tra công tác hạch toán kế toán, hệ thống sổ, chứng từ, báo cáo và lưu trữ chứng từ kế toán.
 - Quản lý, sử dụng hóa đơn, chứng từ kế toán, ấn chỉ Bảo hiểm.
 - Quản lý, đào tạo phát triển nhân lực ở phòng.
 - Thực hiện chế độ báo cáo thống kê, báo cáo theo qui định.

Phòng văn thư.

- Thực hiện công tác văn thư lưu trữ của Công ty.
- Là đầu mối trong công tác in ấn, thông tin quảng cáo, bưu kiện, giấy tờ của công ty.
 - Thực hiện việc mua sắm, sửa chữa quản lý thiết bị tài sản của Công ty.
 - Thực hiện các nhiệm vụ khác theo sự phân công của Tổng giám đốc.

2.1.4 Hoạt động sản xuất kinh doanh

2.1.4.1 Lĩnh vực kinh doanh của Tổng Công ty

- **Kinh doanh Bảo hiểm**
 - Bảo hiểm dầu khí

- Bảo hiểm hàng hải
- Bảo hiểm kỹ thuật
- Bảo hiểm tài sản
- Bảo hiểm trách nhiệm
- Bảo hiểm hàng không
- Bảo hiểm con người
- Bảo hiểm xe cơ giới
- Bảo hiểm y tế tự nguyện
- Bảo hiểm chi phí y tế và vận chuyển cấp cứu
- Bảo hiểm nông nghiệp
- Bảo hiểm khác

- **Kinh doanh tái Bảo hiểm**
 - Nhượng tái bảo hiểm
 - Nhận tái bảo hiểm

- **Dịch vụ Bảo hiểm khác**
 - Tư vấn bảo hiểm và quản lý rủi ro
 - Giám định, tính toán phân bổ tổn thất
 - Giải quyết bồi thường và đòi người thứ ba

- **Đầu tư**
 - Kinh doanh giấy tờ có giá
 - Kinh doanh bất động sản
 - Góp vốn vào các doanh nghiệp khác
 - Ủy thác cho vay vốn

2.1.4.2 Mạng lưới hoạt động

Để phát huy năng lực kinh doanh Bảo hiểm và cam kết không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ đảm bảo quyền lợi tốt nhất cho khách hàng, Tổng Công

ty đã phát triển được một hệ thống các Công ty thành viên và Văn phòng đại diện rộng rãi khắp các tỉnh thành trong cả nước:

Hà Nội

Q. Hoàn Kiếm	Q. Ba Đình	Q. Đống Đa	Q. Tây Hồ
Q. Hoàng Mai	Q. Cầu Giấy	Q. Long Biên	Q. Gia Lâm
Q. Từ Liêm	Q. Thanh Xuân	Q. Đông Anh	

Các tỉnh/thành phố khác

Tuyên Quang	Vĩnh Phúc	Lào Cai	Hà Tây
Quảng Ninh	Thái Nguyên	Bắc Ninh	Hải Phòng
Hung Yên	Hải Dương	Hà Nam	Thái Bình
Ninh Bình	Nghệ An	Quảng Bình	Thừa Thiên Huế
Đà Nẵng	Quảng Trị	Quảng Nam	Quảng Ngãi
Bình Định	Lâm Đồng	Đắk Lắk	Phú Yên
Ninh Thuận	Khánh Hoà	Đồng Nai	Bình Thuận
Bà Rịa - Vũng Tàu	Bình Phước	An Giang	Sóc Trăng
Bạc Liêu	Kiên Giang	Long An	Đồng Tháp

Hồ Chí Minh

Quận 1	Quận 2	Quận 3	Quận 4
Quận 5	Quận 7	Quận 10	Quận 11
Quận 12	Quận Tân Bình	Quận Bình Thạnh	Quận Gò Vấp
Quận Tân Bình	Quận Phú Nhuận	Quận Tân Phú	Huyện Hóc Môn

2.1.4.3 Hoạt động kinh doanh của Công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực

Duyên Hải

Công ty Bảo hiểm Dầu khí Duyên Hải thực hiện kinh doanh Bảo hiểm phi nhân thọ bao gồm các sản phẩm:

- Bảo hiểm Hàng hải.
- Bảo hiểm kỹ thuật – tài sản.
- Bảo hiểm xe cơ giới.
- Bảo hiểm con người.
- Bảo hiểm trách nhiệm.
- Bảo hiểm khác.

2.1.5 Những thuận lợi và khó khăn của Công ty

2.1.5.1 Thuận lợi.

- Sự vững mạnh của Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam. Đây là lợi thế đặc biệt của PVI, đặc biệt là trên thị trường Bảo hiểm Dầu khí. Mặc dù chịu ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế thế giới cũng như trong nước nhưng Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam (PVN) vẫn đạt được tăng trưởng ấn tượng. Theo định hướng 2020, Tập đoàn Dầu khí Việt Nam hướng tới đạt doanh thu chiếm 30% GDP quốc gia và khẳng định vị thế là nhà đầu tư lớn nhất tại Việt Nam. Trong sự phát triển này, Tập đoàn Dầu khí cũng đã xác lập tam giác định chế kinh tế, tài chính “Khai thác, sản xuất, chế biến – Bảo hiểm, tài chính, ngân hàng - dịch vụ, thương mại”. Đây chính là nền tảng cho sự tăng trưởng mạnh mẽ của PVI ở những năm tiếp theo.

- Thị trường Bảo hiểm Việt Nam có tiềm năng phát triển cao trong tương lai.: Bất chấp những biến động kinh tế vĩ mô và khủng hoảng tài chính, ngành Bảo hiểm Việt Nam vẫn đạt tăng trưởng ấn tượng. Với dân số trên 86 triệu người, tổng giá trị toàn thị trường Bảo hiểm vẫn ở dưới mức phát triển, chỉ bằng 1,4% GDP (*theo Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam*). Bên cạnh đó ý thức sử dụng bảo hiểm của người dân dần được nâng cao, đặc biệt trong lĩnh vực bảo hiểm phương tiện vận tải, bảo hiểm bất động sản và y tế. Do đó thị trường Bảo hiểm Việt Nam vẫn còn rất nhiều cơ hội, đặc biệt cho các doanh nghiệp đã hoạt động lâu năm và có vị thế tốt trên thị trường như PVI.

- Nỗ lực của Ban lãnh đạo và đội ngũ nhân viên: Đây là nhân tố quan trọng nhất quyết định sự thành công của PVI. Năm 2008 là một năm khó khăn nhưng PVI cũng đạt tăng trưởng doanh thu 27% so với 2007. Đến năm 2009, PVI đã đạt mức tăng trưởng doanh thu trên 30% so với 2008. Với những chính sách phù hợp trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm gốc, kinh doanh tái bảo hiểm cùng với công tác giám định bồi thường và giải quyết bồi thường đảm bảo nhanh, đúng, đủ đã góp phần thu hút, củng cố niềm tin của khách hàng và các đối tác vào thương hiệu PVI. Bên cạnh đó còn phải kể đến tinh thần làm việc, trách nhiệm, nhiệt tình, năng động trong toàn công ty từ trên xuống dưới. Chính những văn hoá ấy đã được đưa vào mỗi sản phẩm dịch vụ bảo hiểm cung ứng cho thị trường, tạo nên ưu thế khác biệt rõ ràng giữa sản phẩm của PVI và sản phẩm của các doanh nghiệp cùng ngành, là cơ sở để khách hàng lựa chọn sản phẩm của PVI, là nhân tố quan trọng giữ chân những khách hàng truyền thống và thu hút thêm nhiều khách hàng mới.

2.1.5.2 Khó khăn.

Ngành Bảo hiểm là ngành kinh doanh có mức độ rủi ro cao.

- Rủi ro về kinh tế: Tình hình phát triển kinh tế Việt Nam nói chung và của các ngành, các lĩnh vực nói riêng như: đầu tư nước ngoài, xuất nhập khẩu, công nghiệp, nông nghiệp, các ngành dịch vụ, du lịch... có ảnh hưởng trực tiếp đến sự tăng trưởng và phát triển của ngành bảo hiểm. Mặc dù nền kinh tế đã có những bước phát triển vượt bậc trong những năm qua nhưng cũng đang phải đối đầu với những thách thức lớn như ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, các bất ổn trong kinh tế vĩ mô trong nước như nguy cơ lạm phát, lãi suất, tỷ giá hối đoái, thị trường chứng khoán, mất cân đối trong cung cầu ngoại tệ... là các vấn đề lớn ảnh hưởng tới nền kinh tế Việt Nam. Điều này ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động kinh doanh Bảo hiểm.

- Rủi ro về luật pháp: Hoạt động của PVI chịu ảnh hưởng của các văn bản pháp luật về kinh doanh bảo hiểm, đầu tư vốn và hoạt động của công ty cổ phần,

chứng khoán và thị trường chứng khoán. Ngoài ra bộ, đang trong quá trình hoàn thiện, việc thực thi lại chưa đạt hiệu quả cao nên khả năng chính sách của Nhà nước thay đổi sẽ ảnh hưởng ít nhiều đến hoạt động kinh doanh của PVI.

- Rủi ro về hoạt động hệ thống luật pháp chưa đồng kinh doanh: Ngành kinh doanh bảo hiểm đến nay vẫn là một ngành mới đối với Việt Nam, vì vậy nhận thức của người dân vẫn còn thấp chưa có thói quen sử dụng các sản phẩm bảo hiểm. Đây là yếu tố tác động nhiều đến hoạt động kinh doanh của ngành Bảo hiểm nói chung trong đó có PVI. Thêm vào đó, nếu quy trình quản lý không tốt sẽ dễ xảy ra tình trạng trục lợi bảo hiểm. Đây là rủi ro thường nhật mà PVI luôn phải chú ý. Bên cạnh đó, hoạt động đầu tư của PVI còn chịu các rủi ro kinh tế, thị trường, rủi ro chính sách, đặc biệt là các thay đổi trong chính sách tiền tệ của Chính phủ. Việc tìm kiếm, đánh giá cơ hội đầu tư cũng như quản trị rủi ro trong hoạt động đầu tư đang đặt ra những thách thức mới cho PVI.

- Rủi ro thị trường: Bảo hiểm là một ngành dịch vụ tài chính mang tính toàn cầu, rủi ro bảo hiểm không giới hạn trong phạm vi một nước. Hoạt động bảo hiểm phải thực hiện Tái bảo hiểm để phân tán rủi ro và cùng nhau gánh chịu tổn thất xảy ra. Thị trường bảo hiểm các nước chịu sự tác động lẫn nhau vừa hợp tác, vừa cạnh tranh với nhau. Hơn nữa, khi Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại Quốc tế WTO, việc hội nhập quốc tế trong lĩnh vực bảo hiểm sẽ tạo ra cơ hội và thách thức đòi hỏi thị trường bảo hiểm phải gia tăng năng lực cạnh tranh, phát triển phù hợp tiêu chuẩn và thông lệ Quốc tế. Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài với tiềm lực tài chính mạnh mẽ và phong cách quản lý hiện đại sẽ là những đối thủ cạnh tranh thực sự đối với các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam, bao gồm cả các doanh nghiệp lớn, có kinh nghiệm, lợi thế về khách hàng truyền thống và năng lực kinh doanh như Bảo Việt, Bảo Minh, và PVI cũng nằm trong số đó.

- Rủi ro khác: Các rủi ro như thiên tai, hỏa hoạn, dịch bệnh, động đất... là những rủi ro bất khả kháng, nếu xảy ra sẽ gây thiệt hại lớn.

2.1.6 Các hoạt động chính của Công ty

2.1.6.1 Bảo hiểm Hàng hải.

Công ty cung cấp tất cả các sản phẩm Bảo hiểm hàng hải như Bảo hiểm thân tàu, Bảo hiểm trách nhiệm dân sự chủ tàu, Bảo hiểm tai nạn cho cá nhân và thủy thủ tàu, Bảo hiểm hàng hóa.

- Công ty nhận Bảo hiểm mọi rủi ro về tổn thất hay hư hại cho tất cả các loại tàu đang hoạt động quốc tế và trong nước. Bảo hiểm thiệt hại đối với hàng hoá xuất nhập khẩu và vận chuyển nội địa.

- Bảo hiểm hàng hóa: Cung cấp các điều kiện Bảo hiểm hàng hoá khác nhau theo nhu cầu của các nhà xuất khẩu và nhập khẩu theo điều kiện bảo hiểm (A), (B), (C) của Hiệp hội bảo hiểm Luân Đôn hoặc quy tắc Bảo hiểm trong nước. Công ty đã Bảo hiểm cho các hàng hóa vận chuyển trong lãnh thổ Việt Nam và cả nước ngoài như hợp đồng với công ty TNHH cáp điện LS Vina, Bảo hiểm cho hàng xuất khẩu đi Manila, Philippines, ngoài ra còn cung cấp Bảo hiểm vận chuyển đường biển và vận chuyển nội địa cho các đơn vị của PVN như PV Oil, VSP, PVFC Co...với doanh thu phí hàng triệu USD/năm.

- Bảo hiểm thân tàu: Dựa vào điều khoản Bảo hiểm thời hạn – thân tàu, điều khoản Bảo hiểm rủi ro ở cảng và điều khoản Bảo hiểm chuyển của Hiệp hội Bảo hiểm Luân Đôn. Tận dụng lợi thế là thành viên của Tổng Công ty Bảo hiểm Dầu khí Việt Nam đang quản lý và điều hành các đội tàu có trọng tải lớn nhất Việt Nam, năm qua Công ty tiếp tục tăng trưởng và dẫn đầu thị trường trong lĩnh vực Bảo hiểm thân tàu và trách nhiệm dân sự chủ tàu. Công ty đã Bảo hiểm cho các đội tàu lớn không chỉ hoạt động ở Hải Phòng mà còn trên cả lãnh thổ Việt Nam và vận chuyển ra nước ngoài như Vinalines, VOSCO, VSP...

- Bảo hiểm trách nhiệm dân sự chủ tàu (P & I): Bảo hiểm theo quy tắc của hội P & I và quy tắc Bảo hiểm tàu hoạt động trong lãnh thổ Việt Nam.

Ngoài ra Công ty còn thu xếp rất thành công chương trình Bảo hiểm cho các dự án đóng tàu ở Hải Phòng, kết hợp cùng các PVI khác và Tổng Công ty Bảo hiểm cho các dự án trọng điểm quốc gia.

2.1.6.2 Bảo hiểm kỹ thuật – tài sản.

Phát huy thế mạnh là nhà Bảo hiểm Công nghiệp lớn nhất Việt Nam, Công ty đã cung cấp thành công dịch vụ Bảo hiểm cho các dự án giá trị lớn như nhà máy đóng tàu, các công trình xây dựng của thành phố, các dự án và hoạt động của các ngành kinh tế trọng điểm... Cung cấp tất cả các sản phẩm Bảo hiểm kỹ thuật bao gồm Bảo hiểm xây dựng lắp đặt trên bờ, ngoài khơi, Bảo hiểm thiết bị điện tử, Bảo hiểm đổ vỡ máy móc, Bảo hiểm mọi rủi ro Công nghiệp, Bảo hiểm tài sản và gián đoạn kinh doanh; Bảo hiểm cháy và các rủi ro đặc biệt cho các loại tài sản bao gồm: Nhà kho, khách sạn, văn phòng, nhà máy, hàng hoá, máy móc, dây chuyền sản xuất....

Ở Hải Phòng, các hợp đồng Bảo hiểm cháy và các rủi ro đặc biệt chiếm tỉ lệ lớn hơn cả. Các khách hàng quen thuộc của PVI Duyên Hải có thể kể đến như: Công ty da giày Hải Phòng, Công ty may Đại Việt, Công ty TNHH liên doanh du lịch quốc tế Hải Phòng, công ty TNHH cáp điện LS Vina...

2.1.6.3 Bảo hiểm xe cơ giới.

Bảo hiểm xe cơ giới bao gồm các loại:

- Bảo hiểm TNDS của chủ xe đối với hành khách trên xe.
- Bảo hiểm TNDS của chủ xe đối với hàng hoá chở trên xe.
- Bảo hiểm thiệt hại vật chất xe cơ giới.
- Bảo hiểm tai nạn lái phụ xe và người ngồi trên xe.
- Bảo hiểm kết hợp xe cơ giới.
- Bảo hiểm bắt buộc trách nhiệm dân sự của chủ xe cơ giới.

PVI là 1 trong 4 Doanh nghiệp lớn nhất kinh doanh Bảo hiểm xe cơ giới tại thị trường Việt Nam, với thị phần đứng thứ 2 trên thị trường uy tín của PVI ngày càng được khẳng định trên thị trường và chiếm được lòng tin của các khách hàng cá nhân và doanh nghiệp.

2.1.6.4 Bảo hiểm con người.

Nhận thức rằng con người là trung tâm của sự phát triển, là nguồn tài nguyên quan trọng cần chăm sóc và bảo vệ, Bảo hiểm con người là 1 trong những sản phẩm được Công ty quan tâm đầu tư và phát triển. Công ty đã hợp tác với các đối tác cung cấp các dịch vụ tốt nhất như Công ty cứu trợ quốc tế SOS, hệ thống bệnh viện lãnh viện phí trong và ngoài nước, các công ty tái Bảo hiểm... giúp cho chất lượng dịch vụ không ngừng hoàn thiện.

Các sản phẩm Bảo hiểm con người của Công ty phong phú, đa dạng và luôn được cải tiến phù hợp với mọi đối tượng khách hàng. Đối với các Doanh nghiệp, Công ty cung cấp Bảo hiểm PVI Care, PVI Energy Care, đáp ứng nhu cầu bảo vệ và nâng cao quyền lợi cho người lao động với quyền lợi Bảo hiểm rộng, mức trách nhiệm cao, mức phí Bảo hiểm cạnh tranh hơn các sản phẩm Bảo hiểm truyền thống như Bảo hiểm trách nhiệm chủ lao động, Bảo hiểm kết hợp con người... Đối với các cá nhân, Công ty cũng có các sản phẩm để đáp ứng nhu cầu khác nhau như sản phẩm Bảo hiểm sinh mạng cá nhân, Bảo hiểm tai nạn cá nhân, Bảo hiểm trợ cấp nằm viện và phẫu thuật...

Trong Bảo hiểm con người trách nhiệm cao, Công ty đã kí kết hợp đồng với Công ty Lilama, Công ty cổ phần khu Công nghiệp Đình Vũ; hợp đồng Bảo hiểm con người kết hợp với Công ty cổ phần thương mại Hồng Phúc, Công ty TNHH kim khí Hoàng Việt, Cảng vụ Hàng hải Hải Phòng, trung tâm phối hợp tìm kiếm cứu nạn...

2.1.6.5 Bảo hiểm trách nhiệm.

Cùng với xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế, các sản phẩm Bảo hiểm trách nhiệm của Công ty cũng phát triển đa dạng với nhiều loại hình Bảo hiểm như Bảo hiểm trách nhiệm nghề nghiệp cho các nhà thầu tư vấn, thiết kế, giám sát, Bảo hiểm trách nhiệm cho luật sư, công chứng viên, Bảo hiểm trách nhiệm đối với bên thứ ba. Mặc dù là loại hình Bảo hiểm phức tạp, tuy nhiên năng lực thu xếp Bảo hiểm đặc biệt là Bảo hiểm trách nhiệm nghề nghiệp của PVI đã tăng lên đáng kể, được nhiều nhà tư vấn, thiết kế lựa chọn cho nhiều dự án lớn.

2.1.6.6 Bảo hiểm khác.

Một số loại hình Bảo hiểm khác của Công ty là:

Bảo hiểm trách nhiệm dân sự và pháp lý với Công ty dịch vụ bảo vệ Nam Dương, Công ty cổ phần tư vấn thiết kế, giám định xây dựng Sao Việt.

Bảo hiểm thanh lý hợp đồng với Công ty cổ phần Bình Dương.

2.1.7 Phân tích thị trường của Công ty

2.1.7.1 Thực trạng của kinh doanh bảo hiểm trong nền kinh tế thị trường.

Trong bước đầu của quá trình toàn cầu hóa nền kinh tế, Việt Nam đã đạt được những hành tựu rất to lớn. Đó là việc gia nhập ASEAN, tham gia khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA), gia nhập diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á Thái Bình Dương (APEC), trở thành thành viên của quỹ tiền tệ thế giới IMF, gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO... Có thể nói hoạt động kinh tế đối ngoại, hội nhập khu vực và thế giới đã mở ra cho Việt Nam một bước tiến mới, một thời kỳ mới, thời kỳ mở cửa nền kinh tế toàn cầu hóa.

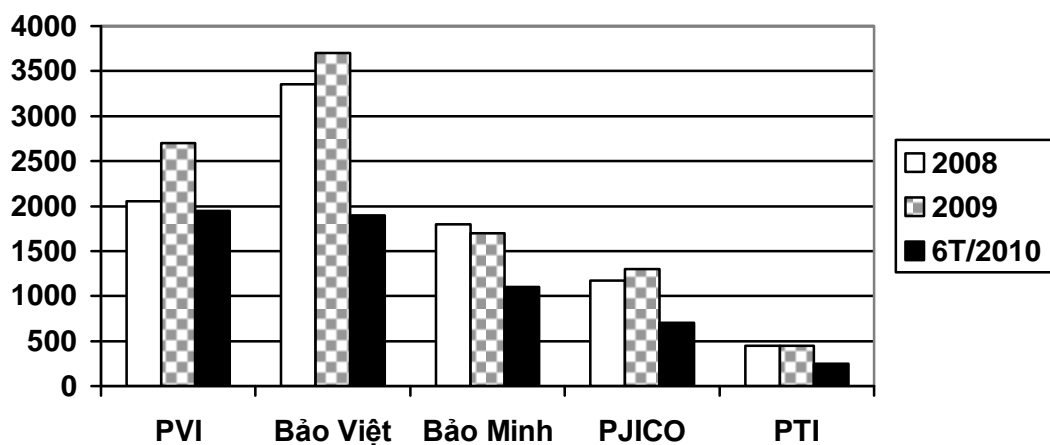
Trong nền kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng, thị trường kinh doanh Bảo hiểm có lẽ chưa bao giờ cạnh tranh lại diễn ra gay gắt như hiện nay. Bảo hiểm Việt Nam chỉ bắt đầu từ năm 1965 với sự ra đời của Bảo Việt. Tuy nhiên thị trường Bảo hiểm Việt Nam đã chuyển mình dần kể từ khi Nghị định 100/NĐ-CP của Chính Phủ ngày 18/12/1993 về kinh doanh Bảo hiểm ở Việt Nam ra đời, và đặc biệt là Luật kinh doanh Bảo hiểm ngày 09/12/2000 đã tạo hành lang pháp lý cho hoạt động kinh doanh tại Việt Nam. Nếu như trước năm 1993 thị trường Bảo hiểm Việt Nam chỉ có một mình công ty Bảo Việt thì tính đến 30 tháng 6 năm 2010, Việt Nam có 28 công ty bảo hiểm phi nhân thọ trong đó có 7 công ty nước ngoài, 3 công ty liên doanh và còn lại là các công ty trong nước báo hiệu một giai đoạn "đua sức đua tài" mới của các doanh nghiệp kinh doanh Bảo hiểm tại Việt Nam. Thị trường Bảo hiểm phi nhân thọ thực sự sôi động từ năm 1993 với phí Bảo hiểm tăng với tỷ lệ rất nhanh: từ 1000 tỷ đồng năm 1995 tăng lên hơn 3000 tỷ vào năm 2002. Trước sự cạnh tranh

gay gắt, các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển phải có những hoạch định chiến lược phát triển kinh doanh, chiến lược thị trường và chiến lược cạnh tranh một cách đúng đắn và sáng tạo sao cho phù hợp với khả năng của doanh nghiệp, với thực tế của thị trường.

2.1.7.2 Hoạt động marketing của Công ty.

Với năng lực tài chính vững mạnh, một cơ cấu tổ chức tốt, mạng lưới hoạt động rộng khắp cùng đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp, năng động, kinh nghiệm chuyên Bảo hiểm cho các công trình Dầu khí, các dự án trọng điểm quốc gia, PVI đã hoàn toàn chiếm được lòng tin của khách hàng. Theo đánh giá của Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam (AVI), PVI là 1 trong 3 Doanh nghiệp dẫn đầu thị trường, là Công ty đứng đầu thị trường Bảo hiểm Công nghiệp với thị phần rộng lớn. Thị phần giữa PVI và Bảo Việt đang gần nhau hơn, cũng như PVI đã vượt qua Bảo Minh để đứng thứ hai trên thị trường. Theo AVI, nửa đầu năm 2009, PVI chiếm 23,6% thị phần trong khi Bảo Việt chiếm 26% (giảm 4,5% so với năm 2008), Bảo Minh từ 17,3% năm 2008 còn 14,1% sáu tháng đầu năm.

Thị phần của các DNBH phi nhân thọ trong 6T/2009



(Nguồn: Hiệp hội Bảo hiểm VN)

Với lợi thế là một thương hiệu mạnh gắn liền với thương hiệu số 1 của Việt Nam và có tính quốc tế, đó là Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam – PetroVietnam, PVI đang ngày càng được bạn bè Quốc tế biết tới, mới đây PVI

đã đạt được nhận giải thưởng “Thương hiệu chứng khoán uy tín 2009”, “Cổ phiếu có tính thanh khoản nhất”, danh hiệu “Doanh nghiệp hội nhập và phát triển”, Cúp vàng “Thương hiệu Kinh tế đối ngoại uy tín”, danh hiệu “Top 100 doanh nghiệp niêm yết hàng đầu Việt Nam” do Hiệp hội kinh doanh chứng khoán (VASB), Trung tâm thông tin tín dụng ngân hàng Nhà nước Việt Nam (CIC), Tạp chí chứng khoán (VSR) - Ủy Ban Chứng khoán Nhà nước (SSC)... phối hợp tổ chức và bình chọn. Ngoài ra, Chủ tịch PVI cũng được vinh dự nhận giải “Doanh nhân Ưu tú, Nhân ái”.

Trong thời gian qua, hoạt động Marketing, quảng bá hình ảnh, thương hiệu đóng vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển của PVI. Sức mạnh thương hiệu, uy tín hàng đầu trong ngành bảo hiểm Việt Nam được hình thành trên cơ sở cung ứng các dịch vụ bảo hiểm có chất lượng cao đã mang lại nguồn khách hàng lớn, đảm bảo sự tăng trưởng nhanh và bền vững của PVI.

Bên cạnh đó, PVI cũng đã và sẽ tham gia vào nhiều hoạt động xã hội và tài trợ để ngày một nâng cao thương hiệu PVI, có thể kể đến như các hoạt động ủng hộ cho đồng bào lũ lụt ở miền Trung, ủng hộ người nghèo, hoạt động tài trợ cho cuộc thi bắn pháo hoa ở Đà Nẵng hay gần đây nhất là tài trợ cho giải bóng chuyền nữ quốc tế tại Việt Nam. Song song với đó, PVI vẫn luôn có những hoạt động giao lưu hữu nghị thể thao, văn nghệ hay tặng quà với các khách hàng lớn, đối tác.

2.2 Phân tích và đánh giá kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty Bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải

2.2.1 Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí

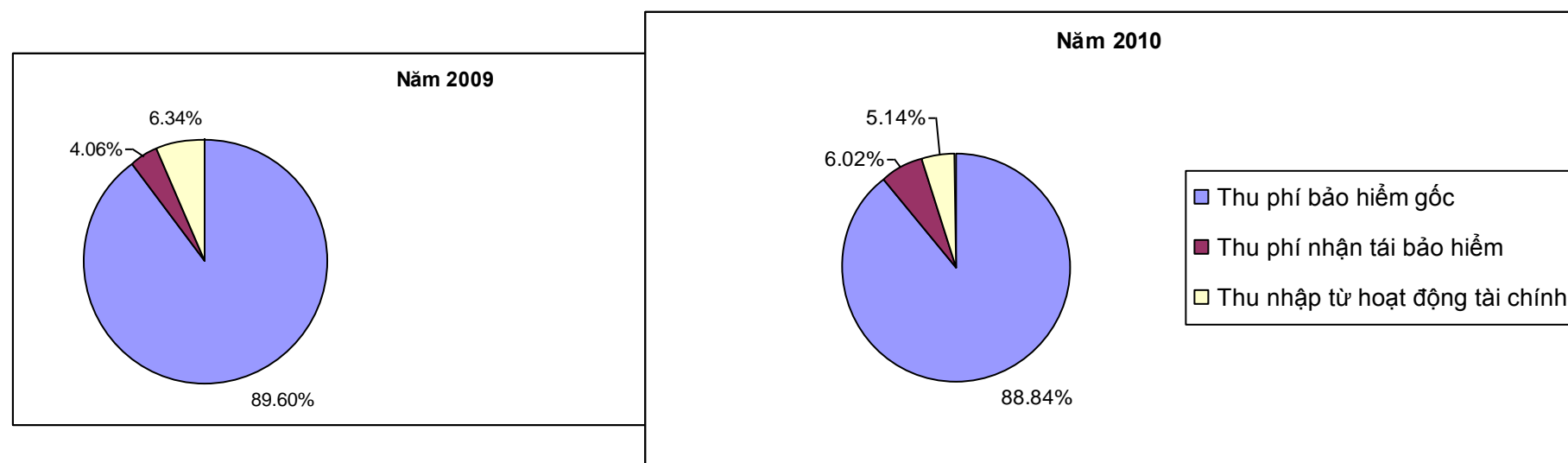
2.2.1.1 Phân tích thu nhập

9 năm qua, cùng với những thành công mà Tổng Công ty Bảo hiểm Dầu khí đã đạt được, Công ty Bảo hiểm Dầu khí Duyên Hải cũng đã có những bước phát triển lớn, đóng góp vào sự phát triển chung của Tổng Công ty và của Hải Phòng nói riêng: doanh thu tăng trưởng cao, mở rộng thị trường Bảo hiểm, khẳng định thương hiệu Bảo hiểm Dầu khí, trở thành nhà Bảo hiểm công nghiệp

chuyên nghiệp. Năm 2010 Công ty tiếp tục tăng trưởng với tốc độ doanh thu đạt 28%. Tổng thu nhập năm 2010 đạt 74,519,459,217 đồng tăng 17,427,642,901 đồng so với giá trị 57,091,816,316 đồng năm 2009.

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2009		Chênh lệch		Tốc độ	
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
Thu phí bảo hiểm gốc	66,203,833,217	88.84%	51,154,988,564	89.60%	15,048,844,653	-0.76%	29%	-0.85%
Bảo hiểm hàng hải	50,986,937,893	68.42%	37,728,667,995	66.08%	13,258,269,898	2.34%	35%	3.54%
Bảo hiểm hàng hóa	2,158,324,415	2.90%	1,760,202,303	3.08%	398,122,112	-0.19%	23%	-6.06%
Bảo hiểm tài sản	2,507,808,606	3.37%	3,875,589,560	6.79%	(1,367,780,954)	-3.42%	-35%	-50.43%
Bảo hiểm xe cơ giới	10,550,762,303	14.16%	7,790,528,706	13.65%	2,760,233,597	0.51%	35%	3.76%
Thu phí nhận tái bảo hiểm	4,487,633,198	6.02%	2,316,391,210	4.06%	2,171,241,988	1.96%	94%	48.43%
Thu nhập từ hoạt động tài chính	3,827,992,802	5.14%	3,620,436,542	6.34%	207,556,260	-1.20%	6%	-18.99%
Tổng thu nhập	74,519,459,217	100%	57,091,816,316	100%	17,427,642,901	0%	31%	0%

Bảng 1. Bảng phân tích thu nhập của công ty



Hình 1. Cơ cấu thu nhập của công ty trong hai năm 2009 và 2010

Từ bảng phân tích thu nhập ta thấy doanh thu từ hoạt động thu phí bảo hiểm gốc chiếm tỷ trọng lớn nhất, đạt 66,203,833,217 đồng, chiếm 88,84% tổng thu nhập năm 2010, tăng 15,048,844,653 đồng so với năm 2009. Trong cả hai năm thu nhập từ thu phí bảo hiểm gốc đều chiếm tỷ trọng lớn trong tổng thu nhập của công ty, điều này là rất phù hợp bởi đó là một hoạt động chủ yếu của công ty bảo hiểm. Tốc độ tăng của thu phí bảo hiểm gốc là tăng đều so với tổng thu nhập.

Ngoài hoạt động chính từ thu phí gốc, thu phí nhận tái bảo hiểm của công ty đã có sự tăng trưởng mạnh. Cụ thể tốc độ tăng trưởng thu phí nhận tái bảo hiểm đạt 48,43%, về giá trị là tăng 94%. Năm 2009 thu phí nhận tái bảo hiểm của công ty là 2,316,391,210 đồng, năm 2010 thu phí nhận tái bảo hiểm đã tăng thêm 2,171,241,988 đồng thành 4,487,633,198 đồng. Tuy nhiên xét trong tổng chi phí thì tỷ trọng thu phí nhận tái bảo hiểm là thay đổi không nhiều. Thu nhập từ hoạt động tài chính của công ty trong 2 năm 2009 và 2010 không có sự thay đổi lớn. Đây là hoạt động rất cần được công ty chú trọng hơn nữa. Nếu công ty đẩy mạnh được thu nhập từ hoạt động tài chính thì tổng thu nhập sẽ càng tăng trưởng mạnh mẽ hơn.

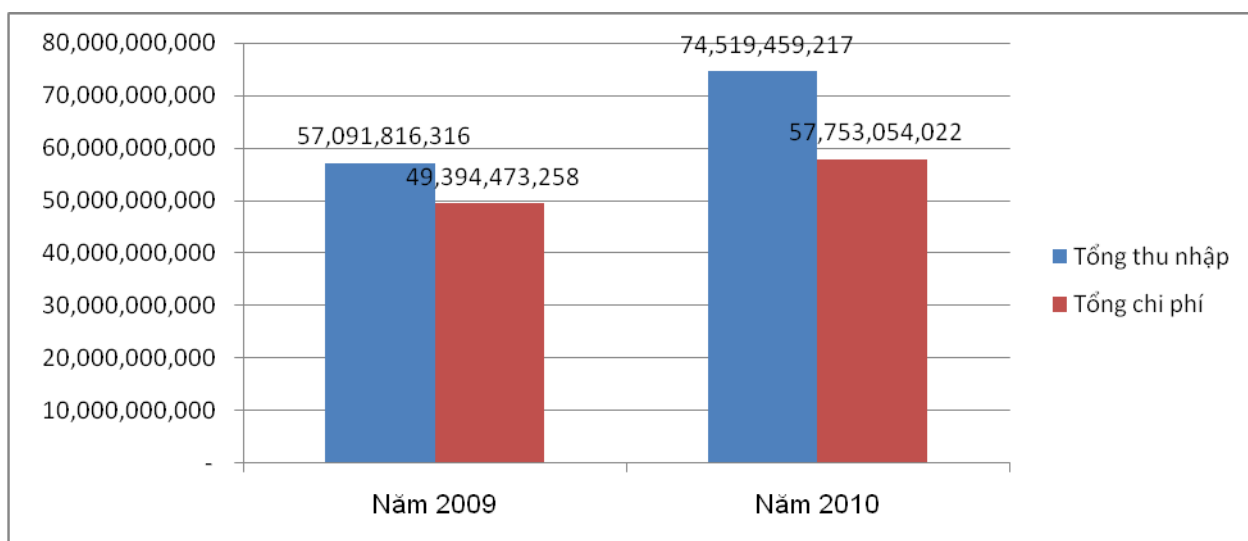
Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2009	
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
Thu phí bảo hiểm gốc	66,203,833,217	93.88%	51,154,988,564	92.85%
Bảo hiểm hàng hải	50,986,937,893	72.30%	37,728,667,995	68.48%
Bảo hiểm hàng hóa	2,158,324,415	3.06%	1,760,202,303	3.20%
Bảo hiểm tài sản	2,507,808,606	3.56%	3,875,589,560	7.03%
Bảo hiểm xe cơ giới	10,550,762,303	14.96%	7,790,528,706	14.14%

Bảng 2. Cơ cấu thu phí bảo hiểm gốc

Khi xem xét kỹ hơn về hoạt động thu phí bảo hiểm gốc ta thấy rằng thu nhập từ bảo hiểm hàng hải chiếm tỷ trọng lớn nhất sau đó là đến bảo hiểm xe cơ giới. Nhìn chung doanh thu từ bảo hiểm hàng hải và bảo hiểm xe cơ giới là tăng trưởng cùng mức với tốc độ tăng của doanh thu bảo hiểm gốc. Năm 2009 tỷ trọng của thu phí bảo hiểm hàng hải là 66,08% và năm 2010 tỷ trọng này đã tăng lên là 68,42% trong doanh thu bảo hiểm gốc. Doanh thu bảo hiểm hàng hóa và xe cơ giới tăng nhẹ. Tuy nhiên doanh thu của bảo hiểm tài sản lại giảm, tỷ trọng giảm từ 6,79% năm 2009 đã giảm xuống còn 3,37% trong năm 2010. Lý do khiến tỷ trọng của bảo hiểm tài sản giảm như vậy là do doanh thu của hoạt động này giảm, giảm từ 3,875,589,560 năm 2009 xuống còn 2,507,808,606 năm 2010 trong khi đó doanh thu bảo hiểm hàng hải lại tăng lên mạnh mẽ. Điều đó chứng tỏ hoạt động bảo hiểm tài sản cần được quan tâm chú trọng và đẩy mạnh hơn nữa.

2.2.1.2 Phân tích chi phí

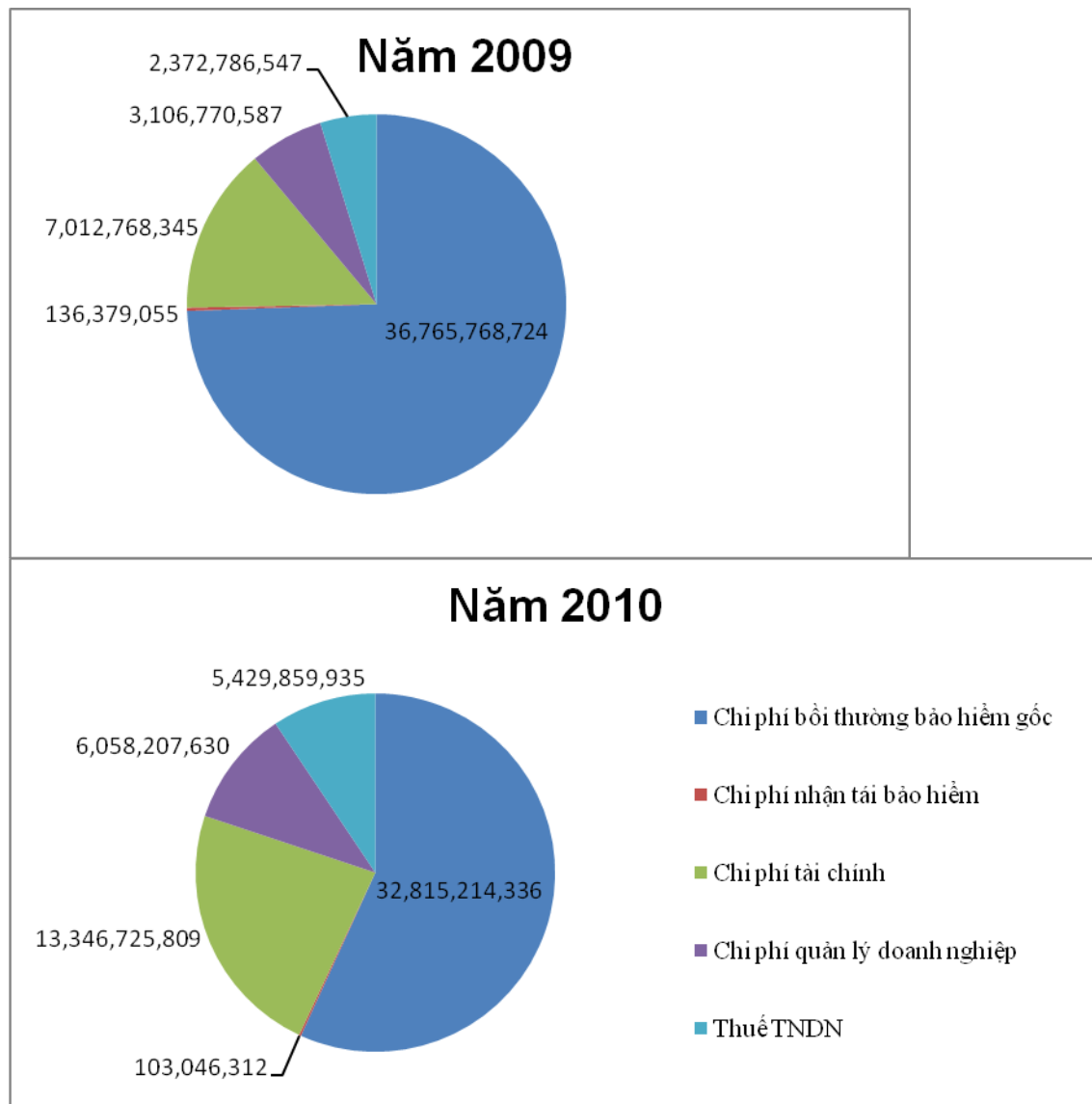
Cùng với sự tăng trưởng của doanh thu, tổng chi phí của công ty năm 2010 cũng tăng lên. Tuy nhiên tốc độ tăng trưởng của chi phí chỉ là 17% nhỏ hơn tốc độ tăng trưởng của thu nhập là 31%. Tổng chi phí năm 2009 của công ty là 49,394,473,258 đồng, đến năm 2010 tăng 8,358,580,764 đồng thành 57,753,054,022 đồng. Điều này chứng tỏ hoạt động kinh doanh của công ty năm 2010 có hiệu quả.



Hình 2. Thu nhập và chi phí của công ty trong hai năm 2009 và 2010

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2009		Chênh lệch	Tốc độ
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng		
Chi phí bồi thường bảo hiểm gốc	32,815,214,336	56.82%	36,765,768,724	74.43%	-3,950,554,388	-10.75%
Chi phí nhận tái bảo hiểm	103,046,312	0.18%	136,379,055	0.28%	-33,332,743	-24.44%
Chi phí tài chính	13,346,725,809	23.11%	7,012,768,345	14.20%	6,333,957,464	90.32%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	6,058,207,630	10.49%	3,106,770,587	6.29%	2,951,437,043	95.00%
Thuế và các khoản phí, lệ phí	3,027,059,025	5.24%	1,265,167,011	2.56%	1,761,892,014	139.26%
Chi phí hoạt động quản lý, công vụ	1,057,560,043	1.83%	650,044,305	1.32%	407,515,738	62.69%
Chi phí dự phòng	1,052,918,487	1.82%	607,408,712	1.23%	445,509,775	73.35%
Chi phí hoạt động khác	920,670,075	1.59%	584,150,559	1.18%	336,519,516	57.61%
Thuế TNDN	5,429,859,935	9.40%	2,372,786,547	4.80%	3,057,073,388	128.84%
Tổng chi phí	57,753,054,022	100%	49,394,473,258	100%	8,358,580,764	17%

Bảng 3. Bảng phân tích chi phí của công ty



Hình 3. Cơ cấu chi phí của công ty trong hai năm 2009 và 2010

Qua bảng so sánh cơ cấu chi phí của công ty trong 2 năm 2009 và 2010 ta có thể thấy chi phí bồi thường bảo hiểm gốc chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí. Và ta cũng thấy trong năm 2010, tỷ trọng chi phí bồi thường giảm, tỷ trọng chi phí tài chính và chi phí thuế TNDN tăng lên rõ rệt.

Cũng như doanh thu từ hoạt động bảo hiểm gốc, chi phí bồi thường bảo hiểm gốc chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí của công ty. Năm 2009, tỷ trọng của chi phí bồi thường bảo hiểm gốc là 74,43% năm 2010 tỷ trọng này đã có sự thay đổi, giảm xuống còn 56,82%. Về giá trị, chi phí bồi thường bảo hiểm gốc năm 2009 là 36,765,768,724 đồng đến năm 2010 chi phí này đã giảm đi 3,950,554,388 đồng còn 32,815,214,336 đồng.

Chi phí nhận tái bảo hiểm tuy chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ trong tổng chi phí nhưng tỷ trọng của chi phí này trong năm 2010 đã giảm xuống làm giảm được một khoản chi phí cho công ty.

Chi phí tài chính năm 2010 tăng mạnh, tỷ trọng của chi phí này đã tăng lên 90,32% trong khi tỷ trọng của doanh thu từ hoạt động tài chính chỉ tăng 6%. Chi phí tài chính của công ty năm 2009 là 7,012,768,345 đồng năm 2010, chi phí tài chính đã tăng thêm 6,333,957,464 đồng thành 13,346,725,809 đồng. Nguyên nhân làm chi phí tài chính của công ty tăng cao như vậy là do mấy tháng cuối năm 2010 công ty đã đầu tư một khoản chi phí tài chính khá lớn để đầu tư mới công nghệ nên chi phí mới tăng cao như vậy và doanh thu chưa tăng.

Chi phí quản lý doanh nghiệp cũng là một khoản chi phí không thể thiếu trong tổng chi phí của công ty, bao gồm các khoản thuế, phí, lệ phí, chi phí hoạt động quản lý, chi phí dự phòng, chi phí hoạt động khác... Các khoản chi phí trong chi phí quản lý doanh nghiệp về giá trị là tăng lên trong đó thuế và các khoản phí, lệ phí tăng mạnh. Điều đó đã làm cho chi phí quản lý của công ty cũng tăng lên từ 3,106,770,587 đồng năm 2009 thành 6,058,207,630 đồng vào năm 2010. Thuế và các khoản phí, lệ phí tăng mạnh cả về giá trị và tốc độ. Khoản chi phí này chiếm một tỷ trọng lớn trong chi phí quản lý của công ty. Năm 2009, thuế

và các khoản phí, lệ phí chỉ là 1,265,167,011 đồng, năm 2010 chi phí này đã tăng lên thành 3,027,059,025 đồng.

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2009	
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
Chi phí quản lý doanh nghiệp	6,058,207,630	10.49%	3,106,770,587	6.29%
Thuế và các khoản phí, lệ phí	3,027,059,025	5.24%	1,265,167,011	2.56%
Chi phí hoạt động quản lý, công vụ	1,057,560,043	1.83%	650,044,305	1.32%
Chi phí dự phòng	1,052,918,487	1.82%	607,408,712	1.23%
Chi phí hoạt động khác	920,670,075	1.59%	584,150,559	1.18%

Bảng 4. Bảng phân tích chi phí quản lý doanh nghiệp

Năm 2010, thuế thu nhập doanh nghiệp của công ty tăng mạnh. Về giá trị, thuế thu nhập doanh nghiệp tăng thêm 3,057,073,388 đồng, thành 5,429,859,935 đồng trong năm 2010, tăng 128,84%. Tỷ trọng thuế thu nhập doanh nghiệp tăng lên cao, tốc độ tăng mạnh như vậy là do doanh thu bảo hiểm gốc tăng mạnh trong đó chi phí bồi thường lại giảm nên lợi nhuận của công ty năm 2010 đã tăng lên so với năm 2009.

2.2.1.3 Hiệu quả sử dụng chi phí

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	Tốc độ tăng trưởng
Doanh thu thuần	70,214,641,024	52,892,396,358	17,322,244,666	32.75%
Tổng chi phí	57,753,054,022	49,394,473,258	8,358,580,764	16.92%
Lợi nhuận sau thuế	16,289,579,804	7,118,359,642	9,171,220,163	128.84%
Sức sản xuất của tổng chi phí	1.22	1.07	0.15	0.14
Sức sinh lợi của tổng chi phí	28.21%	14.41%	13.80%	95.76%

Bảng 5. Bảng sức sản xuất và sức sinh lợi của chi phí

Sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng chi phí của công ty năm 2010 đều tăng so với năm 2009. Sức sản xuất của tổng chi phí năm 2009 là 1,07 và sức sản xuất của tổng chi phí năm 2010 đã tăng lên là 1,22. Sức sản xuất của chi phí

lớn hơn 1 nghĩa là công ty làm ăn có lãi và do đó sức sinh lợi của công ty cũng lớn hơn 0.

Các ký hiệu sử dụng:

- DT_i, LN_i : Doanh thu, lợi nhuận của công ty năm i
- TCP_i : Tổng chi phí năm i
- $\Delta SSX_{TCP}, \Delta SSL_{TCP}$: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng chi phí năm $i+1$ và năm i
- $\Delta SSX_{TCP}(X), \Delta SSL_{TCP}(X)$: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng chi phí năm $i+1$ và năm i do ảnh hưởng của nhân tố X

• **Sức sản xuất của tổng chi phí**

Sức sản xuất của tổng chi phí chịu ảnh hưởng của hai nhân tố là nhân tố tổng chi phí và nhân tố doanh thu.

- Xét ảnh hưởng của nhân tố tổng chi phí đến sức sản xuất của tổng chi phí.

$$\Delta SSX_{TCP}(TCP) = \frac{DT_{2009}}{TCP_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TCP_{2009}} = \frac{52,892,396,358}{57,753,054,022} - \frac{52,892,396,358}{49,394,473,258} = -0,155$$

Do tổng chi phí năm 2010 tăng thêm 8,358,580,764 đồng so với tổng chi phí năm 2009 do đó đã làm cho sức sản xuất của tổng chi phí giảm đi 0,155 lần.

- Xét ảnh hưởng của nhân tố doanh thu đến sức sản xuất của tổng chi phí.

$$\Delta SSX_{TCP}(DT) = \frac{DT_{2010}}{TCP_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TCP_{2010}} = \frac{70,214,641,024}{57,753,054,022} - \frac{52,892,396,358}{57,753,054,022} = 0,3$$

Do doanh thu năm 2010 tăng 17,322,244,666 đồng so với doanh thu năm 2009 nên sức sản xuất của tổng chi phí cũng tăng lên 0,3 lần.

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tổng chi phí và doanh thu lên sức sản xuất của tổng chi phí của công ty như sau:

$$\Delta SSX_{TCP} = \Delta SSX_{TCP}(TCP) + \Delta SSX_{TCP}(DT) = -0,155 + 0,3 = 0,145$$

- **Sức sinh lợi của tổng chi phí**

Sức sinh lợi của tổng chi phí chịu ảnh hưởng của hai nhân tố là nhân tố tổng chi phí và nhân tố lợi nhuận

- Xét ảnh hưởng của nhân tố tổng chi phí đến sức sinh lợi của tổng chi phí

$$\Delta SSL_{TCP}(TCP) = \frac{LN_{2009}}{TCP_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TCP_{2009}} = \frac{7,118,359,642}{57,753,054,022} - \frac{7,118,359,642}{49,394,473,258} = -0,0208$$

Do tổng chi phí tăng thêm 9,276,038,446 đồng vào năm 2010 đã làm cho sức sinh lợi của tổng chi phí giảm đi 0,0278 lần.

- Xét ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận đến sức sinh lợi của tổng chi phí

$$\Delta SSL_{TCP}(LN) = \frac{LN_{2010}}{TCP_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TCP_{2010}} = \frac{16,289,579,804}{57,753,054,022} - \frac{7,118,359,642}{57,753,054,022} = 0,1588$$

Do lợi nhuận năm 2010 tăng 9,171,220,163 đồng so với doanh thu năm 2009 nên sức sinh lợi của tổng chi phí cũng tăng lên 0,1588 lần.

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tổng chi phí và lợi nhuận lên sức sinh lợi của tổng chi phí của công ty như sau:

$$\Delta SSL_{(TCP)} = \Delta SSL_{TCP}(TCP) + \Delta SSL_{TCP}(LN) = -0,0208 + 0,1588 = 0,138$$

Kết luận: Năm 2010 khoản mục chi phí đã được công ty sử dụng có hiệu quả thể hiện ở sức sản xuất và sức sinh lợi của tổng chi phí năm 2010 so với năm 2009 đều tăng lên.

2.2.2 Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

2.2.2.1 Cơ cấu lao động của công ty

Qua bảng cơ cấu lao động của công ty ta có thể thấy số lao động năm 2010 là 46 người tăng thêm 7 người so với năm 2009 và số lao động có trình độ bậc đại học chiếm tỷ trọng lớn nhất. Do đặc thù hoạt động của công ty là trong lĩnh vực bảo hiểm nên đòi hỏi lao động cũng phải trình độ cao. Vì vậy đội ngũ cán bộ,

nhân viên của công ty đều là những người có trình độ đại học và trên đại học. Điều đó chứng tỏ chất lượng lao động trong công ty là khá cao. Nếu phân loại lao động theo giới tính thì tỉ lệ nam, nữ trong công ty không có sự cách biệt quá lớn.

Chỉ tiêu		Năm 2010		Năm 2009	
		Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng
Tổng số lao động		46	100%	39	100%
Phân loại theo giới tính	Nam	20	43%	17	44%
	Nữ	26	57%	22	56%
Phân loại theo trình độ	Trên đại học	5	11%	5	13%
	Đại học	41	89%	34	87%
	Cao đẳng	0	0%	0	0%
	Lao động phổ thông	0	0%	0	0%

Bảng 6. Cơ cấu lao động của công ty

2.2.2.2 Hiệu quả sử dụng lao động

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	Tốc độ tăng trưởng
Doanh thu thuần	70,214,641,024	52,892,396,358	17,322,244,666	32.75%
Lợi nhuận sau thuế	16,289,579,804	7,118,359,642	9,171,220,163	128.84%
Tổng số lao động bình quân	46	39	7	17.95%
Sức sản xuất của lao động	1,526,405,240	1,356,215,291	170,189,948	12.55%
Sức sinh lợi của lao động	354,121,300	182,522,042	171,599,258	94.02%

Bảng 7. Bảng sức sản xuất và sức sinh lợi của lao động

Trong năm 2010, doanh thu và lợi nhuận của công ty đã tăng lên cùng với số lao động bình quân. Tuy nhiên tốc độ tăng trưởng của lợi nhuận lại lớn hơn tốc độ tăng trưởng của doanh thu và lao động do đó sức sinh lợi của lao động cũng cao hơn sức sản xuất của lao động. Cụ thể:

- Sức sản xuất của lao động năm 2009 là 1,356,215,291, năm 2010 đã tăng lên là 1,526,405,240 tăng thêm 170,189,948 và tốc độ tăng trưởng là 12.55%. Với sức sản xuất như vậy, trong năm 2010 trung bình một nhân viên của công ty tạo ra khoảng 1,5 tỷ đồng doanh thu.

- Sức sinh lợi của lao động năm 2009 là 182,522,042 tăng lên thành 354,121,300 vào năm 2010. Như vậy, năm 2009, trung bình một nhân viên tạo ra cho công ty hơn 180 triệu đồng lợi nhuận thì năm 2010 trung bình một nhân viên tạo ra hơn 350 triệu đồng lợi nhuận.

Sức sản xuất của lao động chịu tác động của hai nhân tố là số lao động và doanh thu và sức sinh lợi của lao động chịu tác động từ hai nhân tố là số lao động và lợi nhuận. Sau đây ta sẽ xem xét kỹ hơn về ảnh hưởng của từng nhân tố lên sức sản xuất và sức sinh lợi của lao động.

Các kí hiệu:

- DT_i, LN_i : Doanh thu, lợi nhuận của công ty năm i
- LD_i : Số lao động bình quân năm i
- $\Delta SSX_{ld}, \Delta SSL_{ld}$: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của lao động năm $i+1$ và năm i
- $\Delta SSX_{ld}(X), \Delta SSL_{ld}(X)$: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của lao động năm $i+1$ và năm i do ảnh hưởng của nhân tố X

• **Sức sản xuất của lao động**

- Xét ảnh hưởng của nhân tố lao động đến sức sản xuất của lao động

$$\Delta SSX_{ld}(LD) = \frac{DT_{2009}}{LD_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{LD_{2009}} = \frac{52,892,396,358}{46} - \frac{52,892,396,358}{39} = -206,380,58$$

- Xét ảnh hưởng của nhân tố doanh thu lên sức sản xuất của lao động

$$\Delta SSX_{ld}(DT) = \frac{DT_{2010}}{LD_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{LD_{2010}} = \frac{70,214,641,024}{46} - \frac{52,892,396,358}{46} = 376,570,536$$

Như vậy lao động tăng lên đã ảnh hưởng đến sức sản xuất của lao động. Năm 2010 số lao động đã tăng thêm 7 người làm cho sức sản xuất của lao động giảm đi 206,380,588 đồng. Doanh thu tăng làm cho sức sinh lời của lao động

tăng thêm 376,570,536 đồng. Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố lao động và doanh thu lên sức sản xuất của lao động là:

$$\begin{aligned}\Delta SSX_{ld} &= \Delta SSX_{ld}(LD) + \Delta SSX_{ld}(DT) \\ &= -206,380,588 + 376,570,536 = 170,189,948\end{aligned}$$

- **Sức sinh lợi của lao động**

- Xét ảnh hưởng của nhân tố lao động đến sức sinh lợi của lao động

$$\Delta SSL_{ld}(LD) = \frac{LN_{2009}}{LD_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{LD_{2009}} = \frac{7,118,359,642}{46} - \frac{7,118,359,642}{39} = -27,775,093$$

- Xét ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận đến sức sinh lợi của lao động

$$\Delta SSL_{ld}(LN) = \frac{LN_{2010}}{LD_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{LD_{2010}} = \frac{16,289,579,804}{46} - \frac{7,118,359,642}{46} = 199,374,351$$

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố lao động và lợi nhuận lên sức sinh lợi của lao động ta có:

$$\begin{aligned}\Delta SSL_{ld} &= \Delta SSL_{ld}(LD) + \Delta SSL_{ld}(LN) \\ &= -27,775,093 + 199,374,351 = 171,599,258\end{aligned}$$

2.2.3 Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản của công ty

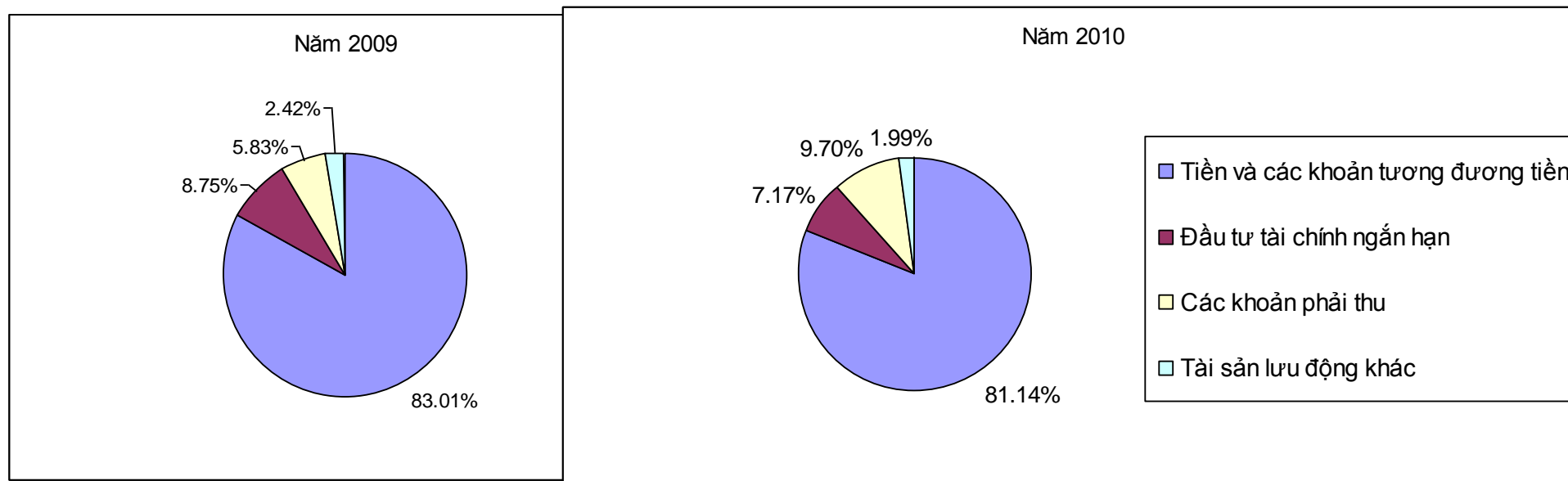
2.2.3.1 Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn

2.2.3.1.1 Cơ cấu tài sản ngắn hạn

Qua bảng cơ cấu tài sản ngắn hạn ta có thể thấy tiền và các khoản tương đương tiền luôn chiếm một tỷ trọng lớn trong tổng vốn ngắn hạn của công ty. Năm 2009, tỷ trọng của khoản mục này chiếm 83,01%, đến năm 2010 giá trị này cũng tăng lên mạnh mẽ nhưng các khoản phải thu cũng tăng mạnh làm cho tỷ trọng của tiền và các khoản tương đương tiền có giảm đi đôi chút, giảm xuống còn 81,14%. Đầu tư tài chính ngắn hạn và tài sản lưu động khác không có sự thay đổi lớn. Năm 2010, các khoản phải thu tăng mạnh hơn so với năm 2009. Năm 2009, giá trị các khoản phải thu là 4,170,239,911 đồng năm 2010, giá trị các khoản phải thu đã tăng lên là 9,119,042,430 đồng, tốc độ tăng trưởng là 118,67%.

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2009		Chênh lệch	Tốc độ
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng		
Tiền và các khoản tương đương tiền	76,275,616,661	81.14%	59,417,867,518	83.01%	16,857,749,143	28.37%
Đầu tư tài chính ngắn hạn	6,736,533,210	7.17%	6,261,166,000	8.75%	475,367,210	7.59%
Các khoản phải thu	9,119,042,430	9.70%	4,170,239,911	5.83%	4,948,802,519	118.67%
Phải thu khách hàng	8,979,804,668	9.55%	3,589,893,655	5.02%	5,389,911,013	150.14%
Các khoản phải thu khác	928,457,422	0.99%	1,176,146,680	1.64%	-247,689,258	-21.06%
Dự phòng phải thu khó đòi	-789,219,660	-0.84%	-595,800,424	-0.83%	-193,419,236	32.46%
Tài sản lưu động khác	1,870,881,087	1.99%	1,732,219,420	2.42%	138,661,667	8.00%
Tổng tài sản ngắn hạn	94,002,073,388	100%	71,581,492,849	100%	22,420,580,539	31.32%

Bảng 8. Bảng cơ cấu tài sản ngắn hạn của công ty



Hình 4. Cơ cấu tài sản ngắn hạn trong hai năm 2009 và 2010

Chỉ tiêu	2010	2009	Chênh lệch
Các khoản phải thu	9,119,042,430	4,170,239,911	4,948,802,519
Phải thu khách hàng	8,979,804,668	3,589,893,655	5,389,911,013
Các khoản phải thu khác	928,457,422	1,176,146,680	-247,689,258
Dự phòng phải thu khó đòi	-789,219,660	-595,800,424	-193,419,236

Bảng 9. Bảng phân tích các khoản phải thu của công ty

Khi xem xét kỹ hơn về các khoản phải thu ta có thể thấy phải thu khách hàng chiếm một tỷ trọng lớn trong các khoản phải thu, các khoản phải thu khác, dự phòng phải thu khó đòi chiếm một tỷ trọng nhỏ và cũng không có sự biến động lớn. Đồng thời khoản phải thu khách hàng năm 2010 đã tăng lên 150,14% so với năm 2009. Như vậy ta có thể thấy, khoản phải thu khách hàng tăng lên một phần có thể là do công ty đã đẩy mạnh được hoạt động kinh doanh của mình, nhiều hợp đồng bảo hiểm, tái bảo hiểm được kí kết và trong tháng, bên cạnh đó cũng đồng nghĩa với việc khách hàng chưa thanh toán hết tiền phí bảo hiểm cho công ty, thanh toán phí bảo hiểm chậm. Nếu như công ty không có các biện pháp tăng cường giám sát việc thu phí bảo hiểm hơn, giám sát việc phóng phí của khách hàng chặt chẽ hơn nữa thì rất có thể sẽ trở thành các khoản nợ tồn đọng, khó thu hồi.

2.2.3.1.2 Hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	Tốc độ tăng trưởng
Doanh thu thuần	70,214,641,024	52,892,396,358	17,322,244,666	32.75%
Lợi nhuận sau thuế	16,28,579,804	7,118,359,642	9,171,220,163	128.84%
Tài sản ngắn hạn	94,002,073,388	71,581,492,849	22,420,580,539	31.32%
Các khoản phải thu	9,119,042,430	4,170,239,911	4,948,802,519	118.67%
Số vòng quay khoản phải thu	7.70	12.68	-5	-39.29%
Kỳ thu tiền bình quân	47	28	19	66.94%
Sức sản xuất của TSNH	0.747	0.739	0.008	1.09%
Sức sinh lợi của TSNH	17.33%	9.94%	7.39%	74.31%

Bảng 10. Bảng sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản ngắn hạn

Năm 2010, sức sản xuất và sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn đều tăng, tỉ lệ tăng của sức sinh lợi cao hơn tỉ lệ tăng của sức sản xuất. Mặc dù cả doanh thu, lợi nhuận, tài sản ngắn hạn đều tăng nhưng trong đó, lợi nhuận có tốc độ tăng trưởng mạnh nhất, doanh thu và tài sản ngắn hạn tốc độ tăng gần bằng nhau nên sức sinh lợi đã tăng mạnh như vậy. Năm 2010, sức sinh lợi của công ty là 17,33% tăng 74,31% so với năm 2009. Nghĩa là với 1000 đồng tài sản tham gia và hoạt động kinh doanh mang lại cho công ty 747 đồng doanh thu và 173 đồng lợi nhuận.

Các ký hiệu sử dụng:

- DT_i, LN_i : Doanh thu, lợi nhuận năm i
- $TSNH_i$: Tài sản ngắn hạn năm i
- $\Delta SSX_{TSNH}, \Delta SSL_{TSNH}$: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn năm $i+1$ và năm i
- $\Delta SSX_{VLD}(X), \Delta SSL_{VLD}(X)$: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn năm $i+1$ và năm i do ảnh hưởng của nhân tố X

• **Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn**

- Xét ảnh hưởng của nhân tố tài sản ngắn hạn đến sức sản xuất của tài sản ngắn hạn.

$$\begin{aligned} \Delta SSX_{TSNH}(TSNH) &= \frac{DT_{2009}}{TSNH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSNH_{2009}} \\ &= \frac{52,892,396,358}{94,002,073,388} - \frac{52,892,396,358}{71,581,492,849} = -0,1762 \end{aligned}$$

- **Xét ảnh hưởng của nhân tố doanh thu đến sức sản xuất của tài sản ngắn hạn**

$$\begin{aligned} \Delta SSX_{TSNH}(DT) &= \frac{DT_{2010}}{TSNH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSLNH_{2010}} \\ &= \frac{70,214,641,024}{94,002,073,388} - \frac{52,892,396,358}{94,002,073,388} = 0,1843 \end{aligned}$$

Do tài sản ngắn hạn của công ty năm 2010 đã tăng lên so với năm 2009 nên làm cho sức sản xuất của tài sản ngắn hạn giảm đi 0,1762. Và doanh thu năm 2010 cũng tăng 17,322,244,666 đồng so với năm 2009 nên sức sản xuất của tài sản ngắn hạn do ảnh hưởng của nhân tố doanh thu tăng lên 0,1843. Tổng hợp ảnh hưởng của hai nhân tố tài sản ngắn hạn và doanh thu lên sức sản xuất của tài sản ngắn hạn là:

$$\begin{aligned}\Delta SSX_{TSLNH} &= \Delta SSX_{TSNH}(TSNH) + \Delta SSX_{TSNH}(DT) \\ &= - 0,1762 + 0,1843 = 0,0081\end{aligned}$$

- **Sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn**

- Xét ảnh hưởng của nhân tố tài sản ngắn hạn đến sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn

$$\begin{aligned}\Delta SSL_{TSNH}(TSNH) &= \frac{LN_{2009}}{TSNH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSNH_{2009}} \\ &= \frac{7,118,359,642}{94,002,073,388} - \frac{7,118,359,642}{71,581,492,849} = - 0,0237\end{aligned}$$

- Xét ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận đến sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn

$$\begin{aligned}\Delta SSL_{TSNH}(LN) &= \frac{LN_{2010}}{TSNH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSNH_{2010}} \\ &= \frac{16,289,579,804}{94,002,073,388} - \frac{7,118,359,642}{94,002,073,388} = 0,0976\end{aligned}$$

Tài sản ngắn hạn năm 2010 tăng lên so với năm 2009 đã làm cho sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn giảm đi 0,0237 nghĩa là khi tài sản tăng thêm 1000 đồng làm sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn giảm đi 237 đồng. Lợi nhuận tăng lên làm cho sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn tăng thêm 0,0976. Tổng hợp ảnh hưởng của hai nhân tố tài sản ngắn hạn và lợi nhuận đến sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn là:

$$\begin{aligned}\Delta SSL_{TSNH} &= \Delta SSL_{TSNH}(TSNH) + \Delta SSL_{TSNH}(LN) \\ &= - 0,0237 + 0,0976 = 0,0739\end{aligned}$$

2.2.3.2 Phân tích hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn

2.2.3.2.1 Cơ cấu tài sản dài hạn của công ty

Tài sản dài hạn của công ty trong năm 2010 không có sự biến động lớn. Các khoản đầu tư dài hạn vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng tài sản dài hạn, tài sản cố định và các khoản kỹ quỹ, ký cược dài hạn thì giảm về tỷ trọng. Trong đó tài sản cố định của công ty chỉ có tài sản hữu hình. Tài sản cố định hữu hình của công ty chủ yếu là phương tiện vận tải, thiết bị phục vụ quản lý.

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2009		Chênh lệch	Tốc độ
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng		
Tài sản cố định	37,220,163	0.15%	134,820,142	0.55%	-97,599,979	-72.39%
Nguyên giá	41,767,657	0.17%	149,699,561	0.61%	-107,931,904	-72.10%
Giá trị hao mòn lũy kế	-4,547,494	-0.02%	-14,879,419	-0.06%	10,331,925	-69.44%
Các khoản đầu tư dài hạn	24,603,846,237	98.44%	24,191,320,279	98.00%	412,525,958	1.71%
Các khoản ký quỹ, ký cược dài hạn	353,478,488	1.41%	358,932,005	1.45%	-5,453,517	-1.52%
Tổng tài sản dài hạn	24,994,544,888	100%	24,685,072,426	100.00%	309,472,462	1.25%

Bảng 11. Bảng phân tích tài sản dài hạn của công ty

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	Tốc độ tăng trưởng
Doanh thu thuần	70,214,641,024	52,892,396,358	17,322,244,666	32.75%
Lợi nhuận sau thuế	16,289,579,804	7,118,359,642	9,171,220,163	128.84%
TSDH	24,994,544,888	24,685,072,426	309,472,462	1.25%
Sức sản xuất của TSDH	2.809	2.143	0.6665	31.08%
Sức sinh lợi của TSDH	65.17%	28.84%	36.33%	125.99%

Bảng 12. Bảng sức sản xuất và sức sinh lợi của tài sản dài hạn

2.2.3.2.2 Hiệu quả sử dụng tài sản dài hạn

Qua bảng phân tích ta thấy năm 2010 tài sản dài hạn của công ty tăng rất ít, tốc độ tăng trưởng chỉ đạt 1,25%, đồng thời doanh thu và lợi nhuận tăng trưởng mạnh đặc biệt là lợi nhuận làm cho sức sinh lợi của công ty tăng cao hơn hẳn so với sức sản xuất. Cụ thể: Sức sản xuất của tài sản dài hạn của công ty năm 2010 là 2,809 có nghĩa là cứ 1000 đồng đầu tư vào tài sản dài hạn mang lại 2809 đồng doanh thu. Sức sinh lợi của tài sản dài hạn là 65,17% nghĩa là cứ 1000 đồng đầu tư vào tài sản dài hạn mang lại 652 đồng lợi nhuận.

Sức sản xuất và sức sinh lợi của tài sản dài hạn chịu ảnh hưởng của các nhân tố sau: tài sản dài hạn, doanh thu, lợi nhuận của công ty. Sau đây, ta sẽ xem xét ảnh hưởng của từng nhân tố lên sức sản xuất và sức sinh lợi của tài sản dài hạn.

Các kí hiệu:

- DT_i, LN_i : Doanh thu, lợi nhuận của công ty năm i
- $TSDH_i$: Tài sản dài hạn năm i
- $\Delta SSX_{TSDH}, \Delta SSL_{TSDH}$: chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của tài sản dài hạn năm $i+1$ và năm i
- $\Delta SSX_{TSDH}(X), \Delta SSL_{TSDH}(X)$: chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của tài sản dài hạn năm $i+1$ và năm i do ảnh hưởng của nhân tố X

- **Sức sản xuất của tài sản dài hạn**

- Xét ảnh hưởng của nhân tố tài sản dài hạn đến sức sản xuất của tài sản dài hạn

$$\begin{aligned} \Delta SSX_{TSDH}(TSDH) &= \frac{DT_{2009}}{TSDH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSDH_{2009}} \\ &= \frac{52,892,396,358}{24,994,544,888} - \frac{52,892,396,358}{24,685,072,426} = -0,0265 \end{aligned}$$

- Xét ảnh hưởng của nhân tố doanh thu đến sức sản xuất của tài sản dài hạn

$$\begin{aligned}\Delta SSX_{TSDH}(DT) &= \frac{DT_{2010}}{TSDH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{TSDH_{2010}} \\ &= \frac{70,214,641,024}{24,994,544,888} - \frac{52,892,396,358}{24,994,544,888} = 0,693\end{aligned}$$

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tài sản dài hạn và doanh thu đến sức sản xuất của tài sản dài hạn như sau:

$$\begin{aligned}\Delta SSX_{TSDH} &= \Delta SSX_{TSDH}(TSDH) + \Delta SSX_{TSDH}(DT) \\ &= - 0,0265 + 0,693 = 0,6665\end{aligned}$$

- **Sức sinh lợi của tài sản dài hạn**

- Xét ảnh hưởng của nhân tố tài sản dài hạn đến sức sinh lợi của tài sản dài hạn

$$\begin{aligned}\Delta SSL_{TSDH}(TSDH) &= \frac{LN_{2009}}{TSDH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSDH_{2009}} \\ &= \frac{7,118,359,642}{24,994,544,888} - \frac{7,118,359,642}{24,685,072,426} = - 0,0036\end{aligned}$$

- Xét ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận đến sức sinh lợi của tài sản dài hạn

$$\begin{aligned}\Delta SSL_{TSDH}(LN) &= \frac{LN_{2010}}{TSDH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{TSDH_{2010}} \\ &= \frac{16,289,579,804}{24,994,544,888} - \frac{7,118,359,642}{24,994,544,888} = 0,3669\end{aligned}$$

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố tài sản dài hạn và lợi nhuận đến sức sinh lợi của tài sản dài hạn của công ty như sau:

$$\begin{aligned}\Delta SSL_{TSDH} &= \Delta SSL_{TSDH}(TSDH) + \Delta SSL_{TSDH}(LN) \\ &= - 0,0036 + 0,3669 = 0,3633\end{aligned}$$

2.2.3.3 Phân tích hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

2.2.3.3.1 Cơ cấu vốn chủ sở hữu

Vốn chủ sở hữu của công ty được bao gồm nguồn vốn, quỹ và nguồn kinh phí, quỹ khác, trong đó lợi nhuận chưa chia chưa phân phối là một khoản mục thuộc nguồn vốn, quỹ. Qua bảng cơ cấu vốn chủ sở hữu ta có thể thấy các khoản mục trong vốn chủ sở hữu đều tăng mạnh làm cho tổng vốn chủ sở hữu năm 2010 tăng 56,53% so với năm 2009.

Nguồn vốn kinh doanh chiếm một tỷ trọng lớn trong nguồn vốn, quỹ của công ty. Xét trong tổng vốn chủ sở hữu, nguồn vốn kinh doanh năm 2009 chiếm 90,60% đến năm 2010, do nguồn kinh phí, quỹ khác tăng với tốc độ là 126,25% làm cho nguồn vốn kinh doanh tuy tăng với tốc độ là 53,02% nhưng tỷ trọng trong tổng vốn chủ sở hữu giảm đi còn 88,57%.

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2009		Chênh lệch	Tốc độ
	Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng		
Nguồn vốn, quỹ	25,593,663,244	95.93%	16,564,860,861	97.18%	9,028,802,383	54.51%
Nguồn vốn kinh doanh	23,630,075,860	88.57%	15,442,808,779	90.60%	8,187,267,081	53.02%
Quỹ đầu tư phát triển	317,145,038	1.19%	89,713,426	0.53%	227,431,612	253.51%
Quỹ dự trữ bắt buộc	654,066,192	2.45%	480,172,892	2.82%	173,893,300	36.21%
Lợi nhuận chưa phân phối	992,376,154	3.72%	552,165,764	3.24%	440,210,390	79.72%
Nguồn kinh phí, quỹ khác	1,086,348,813	4.07%	480,157,987	2.82%	606,190,826	126.25%
Tổng VCSH	26,680,012,057	100%	17,045,018,848	100%	9,634,993,209	56.53%

Bảng 13. Bảng phân tích vốn chủ sở hữu của công ty

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	Tốc độ tăng trưởng
Doanh thu thuần	70,214,641,024	52,892,396,358	17,322,244,666	32.75%
Lợi nhuận sau thuế	16,289,579,804	7,118,359,642	9,171,220,163	128.84%
Vốn chủ sở hữu	26,680,012,057	17,045,018,848	9,634,993,209	56.53%
Sức sản xuất của VCSH	2.632	3.103	(0.471)	-15.19%
Sức sinh lợi của VCSH	61.06%	41.76%	19.3%	46.20%

Bảng 14. Bảng sức sản xuất và sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu

2.2.3.3.2 Hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu

Bảng trên cho ta thấy sức sản xuất của vốn chủ sở hữu năm 2010 đã giảm đi so với năm 2009, sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu tăng lên. Năm 2009 cứ 1000 đồng vốn chủ sở hữu mang về cho công ty 3103 đồng doanh thu và 418 đồng lợi nhuận. Đến năm 2010, sức sản xuất và sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu có sự thay đổi đáng kể. Đó là sức sản xuất của vốn chủ sở hữu giảm đi 0,471 và sức sinh lợi tăng thêm 19,3%.

Các ký hiệu:

- DT_i, LN_i : Doanh thu, lợi nhuận của công ty năm i
- $VCSH_i$: Vốn chủ sở hữu năm i
- $\Delta SSX_{VCSH}, \Delta SSL_{VCSH}$: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu năm $i+1$ và năm i
- $\Delta SSX_{VCSH}(X), \Delta SSL_{VCSH}(X)$: Chênh lệch sức sản xuất và sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu năm $i+1$ và năm i do ảnh hưởng của nhân tố X

- **Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu**

- Xét ảnh hưởng của nhân tố vốn chủ sở hữu đến sức sản xuất của vốn chủ sở hữu.

$$\begin{aligned} \Delta SSX_{VCSH}(VCSH) &= \frac{DT_{2009}}{VCSH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{VCSH_{2009}} \\ &= \frac{52,892,396,358}{26,680,012,057} - \frac{52,892,396,358}{17,045,018,848} = -1,1206 \end{aligned}$$

- Xét ảnh hưởng của nhân tố doanh thu đến sức sản xuất của vốn chủ sở hữu

$$\Delta SSX_{VCSH}(DT) = \frac{DT_{2010}}{VCSH_{2010}} - \frac{DT_{2009}}{VCSH_{2010}}$$

$$= \frac{70,214,641,024}{26,680,012,057} - \frac{52,892,396,358}{26,680,012,057} = 0,6493$$

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố vốn chủ sở hữu và doanh thu đến sức sản xuất của vốn chủ sở hữu của công ty như sau:

$$\begin{aligned} \Delta SSX_{VCSH} &= \Delta SSX_{VCSH}(VCSH) + \Delta SSX_{VCSH}(DT) \\ &= - 1,1206 + 0,6493 = - 0,4713 \end{aligned}$$

- **Sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu**

- Xét ảnh hưởng của nhân tố vốn chủ sở hữu đến sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu.

$$\begin{aligned} \Delta SSL_{VCSH}(VCSH) &= \frac{LN_{2009}}{VCSH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{VCSH_{2009}} \\ &= \frac{7,118,359,642}{26,680,012,057} - \frac{7,118,359,642}{17,045,018,848} = - 0,1508 \end{aligned}$$

- Xét ảnh hưởng của nhân tố lợi nhuận đến sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu

$$\begin{aligned} \Delta SSL_{VCSH}(LN) &= \frac{LN_{2010}}{VCSH_{2010}} - \frac{LN_{2009}}{VCSH_{2010}} \\ &= \frac{16,289,579,804}{26,680,012,057} - \frac{7,118,359,642}{26,680,012,057} = 0,3438 \end{aligned}$$

Tổng hợp ảnh hưởng của cả hai nhân tố vốn chủ sở hữu và nhân tố lợi nhuận đến sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu như sau:

$$\begin{aligned} \Delta SSL_{VCSH} &= \Delta SSL_{VCSH}(VCSH) + \Delta SSL_{VCSH}(LN) \\ &= - 0,1508 + 0,3438 = 0,193 \end{aligned}$$

Kết luận: Sau khi phân tích các yếu tố: chi phí, lao động, tài sản và vốn chủ sở hữu ta thấy hầu hết các chỉ tiêu sức sản xuất và sức sinh lợi của các yếu tố đầu vào

của công ty đều tăng so với năm trước. Trong đó sức sản xuất và sức sinh lợi của tài sản lưu động tăng rất ít. Mức chênh lệch của sức sản xuất của tài sản ngắn hạn là 0,008 và mức chênh lệch sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn là 7,39%. Ngoài ra sức sản xuất của vốn chủ sở hữu bị giảm mạnh làm giảm hiệu quả kinh doanh của công ty.

PHẦN 3. MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG TY BẢO HIỂM DẦU KHÍ KHU VỰC DUYÊN HẢI

3.1 Nhận xét chung

STT	Chỉ tiêu	2010	2009	Chênh lệch
I	Hiệu quả sử dụng chi phí			
1	Sức sản xuất của chi phí	1.22	1.07	0.15
2	Sức sinh lợi của chi phí	28.21%	14.41%	13.80%
II	Hiệu quả sử dụng lao động			
1	Sức sản xuất của lao động	1,526,405,240	1,356,215,291	170,189,948
2	Sức sinh lợi của lao động	354,121,300	182,522,042	171,599,258
III	Hiệu quả sử dụng vốn			
1	Sức sản xuất của tài sản ngắn hạn	0.747	0.739	0.008
2	Sức sinh lợi của tài sản ngắn hạn	17.33%	9.94%	7.39%
3	Sức sản xuất của tài sản dài hạn	2.809	2.143	0.666
4	Sức sinh lợi của tài sản dài hạn	65.17%	28.84%	36.33%
5	Sức sản xuất của vốn chủ sở hữu	2.632	3.103	-0.471
6	Sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu	61.06%	41.76%	19.30%

Bảng 15. Bảng tổng hợp các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh

Qua bảng tổng hợp trên ta thấy hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu không tốt thể hiện ở việc sức sản xuất của vốn chủ sở hữu giảm, và hiệu quả sử dụng tài sản ngắn hạn cũng không tăng cao, nếu không có biện pháp khắc phục có thể sẽ bị giảm. Để làm tăng sức sản xuất của vốn chủ sở hữu ta cần làm tăng doanh thu và giảm nguồn vốn chủ sở hữu, tốc độ tăng trưởng của doanh thu phải cao hơn tốc độ tăng trưởng của vốn chủ sở hữu. Với tài sản ngắn hạn cũng vậy, tốc độ tăng trưởng của tài sản ngắn hạn năm 2010 có xu hướng tăng chậm, tốc độ tăng trưởng của tài sản ngắn hạn gần bằng tốc độ tăng trưởng của doanh thu làm cho sức sản xuất của tài sản ngắn hạn tăng ít. Trong cơ cấu tài sản ngắn hạn, các khoản phải thu có tốc độ tăng mạnh nhất, đặc biệt là khoản

phải thu khách hàng. Nếu giảm được giá trị và tốc độ các khoản phải thu khách hàng của tài sản ngắn hạn xuống thấp hơn nữa thì công ty sẽ khắc phục được một phần vốn bị chiếm dụng. Hoặc nếu có biện pháp làm tăng doanh thu lên cao hơn nữa cũng sẽ làm tăng lợi nhuận của công ty, tăng hiệu quả kinh doanh của công ty.

3.2 Một số biện pháp

3.2.1 Biện pháp 1: Xây dựng website riêng cho công ty.

3.2.1.1 Cơ sở của biện pháp :

Những năm gần đây do sự bùng nổ về lĩnh vực KH-KT nói chung và CNTT nói riêng nhu cầu sử dụng mạng Internet đang tăng lên một cách mạnh mẽ nhờ có Internet không gian và khoảng cách giữa các quốc gia với nhau, giữa các doanh nghiệp với nhau, giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng không ngừng được thu hẹp và nó thật sự là cần thiết để hỗ trợ công ty thực hiện các giao dịch qua mạng: giới thiệu các loại hình bảo hiểm của công ty, hoạt động, hình ảnh công ty, ngoài ra tạo liên kết với khách hàng, hỗ trợ, hướng dẫn khách hàng...

Việc công ty xây dựng một website riêng là khá khả thi bởi chi phí thấp, dễ quản lý, khả năng tiếp cận, giới thiệu tới khách hàng dễ dàng. Các năm trước công ty cũng có nhiều biện pháp marketing nhưng kết quả thu được chưa cao, vẫn chưa có nhiều doanh nghiệp, khách hàng thực sự biết đến công ty cũng như thương hiệu PVI tại Hải Phòng. Xây dựng web để quảng bá thêm hình ảnh cho công ty.

Việc xây dựng website là rất phù hợp với đặc thù kinh doanh của công ty.

3.2.1.2 Mục đích

Mục đích của biện pháp là làm tăng doanh thu, tăng cho lợi nhuận công ty.

3.2.1.3 Nội dung thực hiện :

- Thuê một công ty, chuyên viên thiết kế website . Nội dung trang web sẽ bao gồm: trang chủ, trang giới thiệu công ty, link liên kết đến Tổng công ty, tin tức công ty, hoạt động của công ty, trang giới thiệu sản phẩm, thông tin dịch vụ, liên hệ giữa khách hàng với công ty, các hỏi đáp thường gặp(FAQ), chức năng

đếm số người truy cập...Tùy thuộc vào số lượng thông tin, hình ảnh và nội dung, hình thức mà công ty muốn thể hiện trên trang web có đa dạng hay không.

- Đăng ký tên miền và hòm mail hỗ trợ khách hàng trực tuyến. Để công tác duy trì và phát triển Webside chủ động và chuyên nghiệp hơn, công ty có thể cử nhân viên kỹ thuật, tin học của mình tham gia một khoá học ngắn hạn về quản trị mạng, an ninh mạng nhằm đề phòng virus, hacker và khắc phục các sự cố bất ngờ nảy sinh.

- Sau khi đã lập Website xong, cần tăng cường giới thiệu sản phẩm dịch vụ bằng cách:

+ Giới thiệu các sản phẩm bảo hiểm hiện có tại công ty.

+ Cung cấp các thông tin cần thiết để khách hàng có thể hiểu rõ hơn về sản phẩm của công ty, địa chỉ gần nhất khi muốn mua bảo hiểm, đóng phí bảo hiểm, hỗ trợ khách hàng...

+ Thường xuyên cập nhật các kết quả mà công ty đã làm được, cung cấp đầy đủ các thông tin về các hoạt động, phí bảo hiểm, so sánh những ưu điểm của công ty với các công ty khác.

- Bên cạnh việc mở trang web công ty công ty có thể quảng bá tiếp thị thông tin về công ty của mình thông qua một số trang web có lượng người truy cập lớn như: dantri.com.vn; vnexpress.com.vn ...bằng cách đặt các banner hay các text ngắn hoặc logo công ty trên các trang web đó.

3.2.1.4 Chi phí xây dựng và duy trì Website:

(Đơn vị tính: triệu đồng)

STT	Loại Chi Phí	Năm đầu tiên	Các năm tiếp theo
1	Thiết kế Web	4	0
2	Tên miền (Domain)	0,495	0,528
3	Lưu trữ (Hosting)	0,660	0,660
4	Chi phí khác	1	0
Cộng		6,155	1,188

Bảng 16. Bảng dự tính chi phí xây dựng website

3.2.1.5. Dự kiến kết quả đạt được :

- Khi công ty có trang web riêng giúp nhiều người biết đến công ty cũng như thương hiệu PVI tại Hải Phòng. Khách hàng có nhiều thông tin hơn về các dịch vụ của công ty, các sản phẩm và phí bảo hiểm để khách hàng sẽ thuận tiện hơn khi quyết định mua và kí kết hợp đồng. Hơn nữa nó còn tạo cơ hội tiếp xúc với khách hàng ở mọi nơi và mọi thời điểm. Tạo cơ hội để bán sản phẩm hàng hoá một cách chuyên nghiệp và không tốn nhiều chi phí. Cơ hội phục vụ khách hàng tốt hơn, đạt được sự hài lòng lớn hơn từ khách hàng.

- Dự kiến sau khi thực hiện giải pháp lập trang web thì số lượng hợp đồng sẽ tăng lên làm doanh thu tăng 3%. Lợi nhuận trước thuế cũng tăng lên 2.3 % so với trước khi thực hiện biện pháp.

Việc xây dựng trang web là một điều thiết thực, mang lại hiệu quả cao và có tính khả thi. Vì vậy, công ty nên tổ chức thực hiện ngay trong năm nay.

3.2.2 Biện pháp 2: Giảm các khoản phải thu khách hàng

3.2.2.1 Cơ sở của biện pháp

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2009	Chênh lệch	Tốc độ
Tiền và các khoản tương đương tiền	76,275,616,661	59,417,867,518	16,857,749,143	28.37%
Đầu tư tài chính ngắn hạn	6,736,533,210	6,261,166,000	475,367,210	7.59%
Các khoản phải thu	9,119,042,430	4,170,239,911	4,948,802,519	118.67%
Phải thu khách hàng	8,979,804,668	3,589,893,655	5,389,911,013	150.14%
Các khoản phải thu khác	928,457,422	1,176,146,680	-247,689,258	-21.06%
Dự phòng phải thu khó đòi	-789,219,660	-595,800,424	-193,419,236	32.46%
Tài sản lưu động khác	1,870,881,087	1,732,219,420	138,661,667	8.00%
Tổng tài sản ngắn hạn	94,002,073,388	71,581,492,849	22,420,580,539	31.32%

Bảng 17. Bảng phân tích tài sản ngắn hạn của công ty

Qua phân tích ở bảng cân đối kế toán trên ta thấy khoản phải thu của công ty khá lớn và nhất là khoản phải thu khách hàng có tốc độ tăng cao nhất và xu hướng tăng vì vậy công ty cần áp dụng các biện pháp để thu hồi vốn.

3.2.2.2 Mục đích của biện pháp

Biện pháp này được đề xuất với mục đích là giảm các khoản phải thu của công ty nhất là khoản phải thu khách hàng từ đó hạn chế được tình trạng bị chiếm dụng vốn và cải thiện hiệu quả sử dụng vốn,

3.2.2.3 Nội dung của biện pháp

Đẩy mạnh thu hồi vốn, tăng vòng quay vốn lưu động.

Ngoài ra, việc áp dụng chiết khấu, kích thích khách hàng thanh toán sớm sẽ giúp doanh nghiệp giảm nguy cơ phát sinh các khoản nợ quá hạn, nợ khó đòi.

Công ty cần sử dụng các biện pháp để giảm các khoản phải thu khách hàng. Muốn giảm các khoản phải thu, ta giảm tài khoản “phải thu khách hàng”. Tuy nhiên ta thấy tốc độ tăng của các khoản phải thu khách hàng khá cao, số ngày thu hồi vốn cao. Vì vậy công ty muốn rút ngắn kỳ thu tiền bình quân có thể áp dụng biện pháp chiết khấu thanh toán đối với khách hàng thanh toán trước hợp đồng và đối với khách hàng truyền thống.

Qua bảng cân đối kế toán cho thấy các khoản phải thu khách hàng của công ty có sự tăng lên mạnh mẽ. Năm 2009 là 3,589,893,655 đồng, năm 2010 tăng lên là 8,979,804,668 đồng. Do đó để nhanh chóng thu hồi các khoản phải thu và hạn chế các chi phí không cần thiết công ty cần giảm “các khoản phải thu khách hàng”.

- **Công ty nên áp dụng các biện pháp:**

Thứ 1: Mở sổ theo dõi chi tiết các khoản phải thu thường của khách hàng, thường xuyên kiểm tra đơn đốc thu hồi đúng hạn.

Thứ 2: Trong hợp đồng bán hàng cần quy định rõ ràng chặt chẽ về thời hạn và phương thức thanh toán, nếu vượt quá thời hạn thanh toán theo hợp đồng thì công ty sẽ thu được lại tương ứng với lãi suất quá hạn của ngân hàng.

Thứ 3: Phân loại các khoản nợ quá hạn, tìm nguyên nhân của từng khoản nợ để có các biện pháp xử lý thích hợp như gia hạn nợ, thỏa ước xử lý nợ, xóa một phần nợ cho khách hoặc yêu cầu tòa án kinh tế giải quyết theo thủ tục phá sản.

Thứ 4: Doanh nghiệp nên có phần thưởng khuyến khích cho những nhân viên của doanh nghiệp làm công việc đòi nợ, thường xuyên và tích cực nhắc nhở và đòi khách hàng thanh toán đúng hạn một cách khéo léo để duy trì mối quan hệ làm ăn lâu dài nhưng vẫn đảm bảo vốn của doanh nghiệp không bị chiếm dụng. Phần thưởng cho việc đòi nợ là 1% khoản thu về.

- **Kết quả của biện pháp**

Giả sử khi áp dụng biện pháp này, thu hồi được 50% nợ, số tiền thu về là:

$$50\% * 8,979,804,668 = 4,489,902,334 \text{ đồng}$$

Chi phí đòi được 50% số nợ là:

$$4,489,902,334 * 1\% = 44,899,023 \text{ đồng}$$

Khoản thu được của biện pháp thu hồi nợ sau khi trừ chi phí là:

$$4,489,902,334 - 44,899,023 = 4,445,003,311 \text{ đồng}$$

Thu hồi được khoản tiền này công ty sẽ giảm được chi phí lãi vay sẽ phát sinh nếu công ty cần vay vốn của ngân hàng. Ngoài ra thu hồi được nợ thường xuyên càng sớm thì càng giảm nguy cơ chuyển thành nợ khó đòi.

LỜI KẾT

Sau 9 năm kể từ ngày thành lập, Công ty Bảo hiểm Dầu khí Duyên Hải đã có một quá trình hoạt động kinh doanh hiệu quả. Tốc độ tăng trưởng về tổng tài sản và doanh thu hàng năm của Công ty trong nhiều năm qua luôn tăng trưởng và phát triển. Mục tiêu trong những năm tới là Công ty phấn đấu để khẳng định thương hiệu Bảo hiểm Dầu khí không ở thị trường Hải Phòng mà ra cả khu vực và thế giới.

Đạt được những thành tích nêu trên là nhờ sự nỗ lực không ngừng của Ban Tổng giám đốc và toàn thể cán bộ nhân viên của Công ty cùng với chỉ đạo mục tiêu, chiến lược của Tổng công ty.

Sau một thời gian ngắn thực tập tại Công ty, bằng việc tiếp xúc với môi trường làm việc cùng sự giúp đỡ của các anh chị trong công ty và sự chỉ dẫn tận tình của cô giáo, em đã có một cái nhìn tổng quát về sự hình thành, phát triển và hoạt động của một Công ty và qua đó em đã phần nào có được những kiến thức thực tế về hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Công ty Bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải, các thầy cô trong bộ môn quản trị doanh nghiệp đã tạo mọi điều kiện thuận lợi giúp em hoàn thành tốt quá trình thực tập của mình.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hải Phòng, tháng 7 năm 2011.

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Thu Huyền

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình “Tài chính doanh nghiệp”_ Chủ biên: PGS.TS Lưu Thị Hương – NXB Thống kê 2005.
2. Giáo trình “Quản trị doanh nghiệp”_ Đồng chủ biên PGS.TS Nguyễn Đình Kiệm, TS Nguyễn Đăng Nam – NXB Tài chính 2001.
3. “Chuyên khảo về Báo cáo tài chính và lập, đọc, kiểm tra phân tích báo cáo tài chính”_ Chủ biên: TS NGuyễn Văn Công – NXB Tài chính – 10/2005.
4. Giáo trình “Quản trị doanh nghiệp”_ Chủ biên: PGS.TS Lê Văn Tâm - Chủ bộ môn Quản trị kinh doanh – NXB Thống kê Hà Nội 2000.
5. Giáo trình “Tài chính doanh nghiệp hiện đại”_ Chủ biên PGS.TS Trần Ngọc Thơ - Trường Đại học kinh tế TP HCM – NXB Thống kê 2005.
6. Giáo trình “ Bảo hiểm”_ Chủ biên PGS.TS Nguyễn Văn Định – Trường Đại học kinh tế quốc dân – NXB Thống kê 2005.

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1. Bảng phân tích thu nhập của công ty	52
Bảng 2. Cơ cấu thu phí bảo hiểm gốc	53
Bảng 3. Bảng phân tích chi phí của công ty	56
Bảng 4. Bảng phân tích chi phí quản lý doanh nghiệp	59
Bảng 5. Bảng sức sản xuất và sức sinh lợi của chi phí	59
Bảng 6. Cơ cấu lao động của công ty	62
Bảng 7. Sức sản xuất và sức sinh lợi của lao động	62
Bảng 8. Bảng cơ cấu tài sản ngắn hạn của công ty	65
Bảng 9. Bảng phân tích các khoản phải thu của công ty	66
Bảng 10. Bảng sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản ngắn hạn	66
Bảng 11. Bảng phân tích tài sản dài hạn của công ty	70
Bảng 12. Bảng sức sản xuất và sức sinh lời của tài sản dài hạn	70
Bảng 13. Bảng phân tích vốn chủ sở hữu của công ty	74
Bảng 14. Bảng sức sản xuất và sức sinh lợi của vốn chủ sở hữu	74
Bảng 15. Bảng tổng hợp các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh	78
Bảng 16. Bảng dự tính chi phí xây dựng website	80
Bảng 17. Bảng phân tích tài sản ngắn hạn của công ty	81

Đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh				
<i>Cho năm tài chính kết thúc ngày 31 tháng 12 năm 2010</i>				
CHỈ TIÊU	Năm 2010	Năm 2009	<i>Đơn vị: VND</i>	
			Chênh lệch	
			Tuyệt đối	Tương đối
1.Thu phí Bảo hiểm gốc	66,203,833,217	51,154,988,564	15,048,844,653	29.42%
2.Thu phí nhận tái bảo hiểm	4,487,633,198	2,316,391,210	2,171,241,988	93.73%
3.Các khoản giảm trừ	476,825,391	578,983,416	-102,158,025	-17.64%
3.Doanh thu thuần hoạt động kinh doanh Bảo hiểm	70,214,641,024	52,892,396,358	17,322,244,666	32.75%
4.Chi bồi thường Bảo hiểm gốc	32,815,214,336	36,765,768,724	-3,950,554,388	-10.75%
5.Chi bồi thường nhận tái bảo hiểm	103,046,312	136,379,055	-33,332,743	-24.44%
6.Bồi thường thuộc phân trách nhiệm giữ lại	32,918,260,648	36,902,147,779	-3,983,887,131	-10.80%
7.Lợi nhuận gộp hoạt động kinh doanh Bảo hiểm	37,296,380,376	15,990,248,579	21,306,131,797	133.24%
8.Chi phí quản lý doanh nghiệp	6,058,207,630	3,106,770,587	2,951,437,043	95.00%
9.Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm	31,238,172,746	12,883,477,992	18,354,694,754	142.47%
10.Doanh thu hoạt động tài chính	3,827,992,802	3,620,436,542	207,556,260	5.73%
11.Chi phí hoạt động tài chính	13,346,725,809	7,012,768,345	6,333,957,464	90.32%
12.Lợi nhuận hoạt động tài chính	-9,518,733,007	-3,392,331,803	-6,126,401,204	180.60%
13.Lợi nhuận kế toán	21,719,439,739	9,491,146,189	12,228,293,550	128.84%
14.Thuế thu nhập doanh nghiệp	5,429,859,935	2,372,786,547	3,057,073,388	128.84%
15.Lợi nhuận sau thuế	16,289,579,804	7,118,359,642	9,171,220,163	128.84%

(Nguồn: Phòng kế toán công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải)

Đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải

TÀI SẢN	2010	2009	Chênh lệch	
			Số tiền	Tỷ lệ (%)
A/Tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn	94,002,073,388	71,581,492,849	22,420,580,539	23.85
I.Tiền và các khoản tương đương tiền	76,275,616,661	59,417,867,518	16,857,749,143	22.1
1.Tiền mặt	509,305,608	389,453,300	119,852,308	23.53
2.Tiền gửi ngân hàng	12,086,351,305	8,165,126,568	3,921,224,737	32.44
3.Tiền đang chuyển	325,469,138	950,727,650	-625,258,512	-192.11
4.Các khoản tương đương tiền	63,354,490,610	49,912,560,000	13,441,930,610	21.22
II.Đầu tư tài chính ngắn hạn	6,736,533,210	6,261,166,000	475,367,210	7.06
1.Đầu tư ngắn hạn khác	7,490,610,203	7,189,182,572	301,427,631	4.02
2.Dự phòng giảm giá đầu tư ngắn hạn	-754,076,993	-928,016,572	173,939,579	-23.07
III.Các khoản phải thu	9,119,042,430	4,170,239,911	4,948,802,519	54.27
1.Phải thu khách hàng	8,979,804,668	3,589,893,655	5,389,911,013	60.02
2.Các khoản phải thu khác	928,457,422	1,176,146,680	-247,689,258	-26.68
3.Dự phòng phải thu khó đòi	-789,219,660	-595,800,424	-193,419,236	24.51
IV.Tài sản lưu động khác	1,870,881,087	1,732,219,420	138,661,667	7.41
1.Tạm ứng	1,503,078,898	1,215,125,298	287,953,600	19.16
2.Chi phí trả trước	310,016,092	493,924,018	-183,907,926	-59.32
3.Các khoản thế chấp, ký quỹ	57,786,097	23,170,104	34,615,993	59.9
B/Tài sản cố định và đầu tư dài hạn	24,994,544,888	24,685,072,426	309,472,462	1.24
I.Tài sản cố định	37,220,163	134,820,142	-97,599,979	-262.22

Đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải

1.Tài sản cố định hữu hình	37,220,163	134,820,142	-97,599,979	-262.22
Nguyên giá	41,767,657	149,699,561	-107,931,904	-258.41
Giá trị hao mòn lũy kế	-4,547,494	-14,879,419	10,331,925	-227.2
II.Các khoản đầu tư dài hạn	24,603,846,237	24,191,320,279	412,525,958	1.68
1.Các khoản đầu tư dài hạn khác	24,976,974,101	24,377,625,650	599,348,451	2.4
2.Dự phòng giảm giá đầu tư dài hạn	-373,127,864	-186,305,371	-186,822,493	50.07
III.Các khoản ký quỹ, ký cược dài hạn	353,478,488	358,932,005	-5,453,517	-1.54
1.Ký quỹ Bảo hiểm	240,000,000	240,000,000	0	0
2.Chi phí trả trước dài hạn	7,103,061	10,989,898	-3,886,837	-54.72
3.Cầm cố, ký quỹ, ký cược dài hạn khác	106,375,427	107,942,107	-1,566,680	-1.47
Tổng tài sản	118,996,618,276	96,266,565,275	22,730,053,001	19.1

NGUỒN VỐN	2010	2009	Chênh lệch	
			Số tiền	Tỷ lệ (%)
A/Nợ phải trả	92,316,606,219	79,221,546,427	13,095,059,792	14.18
I.Nợ ngắn hạn	72,635,469,490	60,375,601,551	12,259,867,939	16.88
1.Phải trả người bán	1,309,608,129	1,027,335,678	282,272,451	21.55
2.Người mua trả tiền trước	5,673,091,792	7,462,392,108	-1,789,300,316	-0.32
3.Phải trả công nhân viên	50,929,400,044	41,717,273,812	9,212,126,232	0.18
4.Thuế và các khoản phải nộp Nhà Nước	14,615,794,440	10,133,064,902	4,482,729,538	30.67
5.Các khoản phải trả phải nộp khác	107,575,085	75,101,243	32,473,842	30.19

Đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải

II. Dự phòng nghiệp vụ	19,544,642,759	18,748,658,531	795,984,228	4.07
1. Dự phòng phí	5,106,338,752	4,912,033,320	194,305,432	3.81
2. Dự phòng bồi thường	5,704,701,568	5,129,057,759	575,643,809	10.09
3. Dự phòng dao động lớn	8,733,602,439	8,707,567,452	26,034,987	0.3
III. Nợ khác	136,493,970	97,286,345	39,207,625	28.72
1. Quỹ dự phòng trợ cấp mất việc làm	136,493,970	97,286,345	39,207,625	28.72
B/Vốn chủ sở hữu	26,680,012,057	17,045,018,848	9,634,993,209	36.11
I. Nguồn vốn, quỹ	25,593,663,244	16,564,860,861	9,028,802,383	35.28
1. Nguồn vốn kinh doanh	23,630,075,860	15,442,808,779	8,187,267,081	34.65
2. Quỹ đầu tư phát triển	317,145,038	89,713,426	227,431,612	71.71
3. Quỹ dự trữ bắt buộc	654,066,192	480,172,892	173,893,300	26.59
4. Lợi nhuận chưa phân phối	992,376,154	552,165,764	440,210,390	44.36
II. Nguồn kinh phí, quỹ khác	1,086,348,813	480,157,987	606,190,826	55.8
1. Quỹ khen thưởng, phúc lợi	1,086,348,813	480,157,987	606,190,826	55.8
Tổng nguồn vốn	118,996,618,276	96,266,565,275	22,730,053,001	19.1

(Nguồn: Phòng kế toán công ty bảo hiểm Dầu khí khu vực Duyên Hải)