

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



ISO 9001 : 2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Sinh viên : Phạm Văn Vịnh

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Cao Thị Hồng Hạnh

HẢI PHÒNG - 2012

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

MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO HIỆU KINH DOANH
TẠI CÔNG TY THNN MAY XUẤT KHẨU
MINH THÀNH

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Sinh viên : Phạm Văn Vịnh

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Cao Thị Hồng Hạnh

HẢI PHÒNG - 2012

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Phạm Văn Vịnh

Mã SV: 120686

Lớp: QT1202N

Ngành: Quản trị doanh nghiệp

Tên đề tài: Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại

Công ty TNHH May Xuất khẩu Minh Thành

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

.....

.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

.....

.....

.....

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 02 tháng 04 năm 2012

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 07 tháng 07 năm 2012

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2012

Hiệu trưởng

GS.TS.NGƯT Trần Hữu Nghị

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

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

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

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

.....
.....
.....

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2012

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
Phần 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH	2
1.1 Hiệu quả sản xuất kinh doanh, bản chất và vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh	2
1.1.1 Khái niệm kết quả	2
1.1.2 Khái niệm hiệu quả.....	2
1.1.3 Khái niệm hiệu quả kinh doanh	3
1.1.4 Hiệu quả khác kết quả như thế nào.....	3
1.1.5 Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh	4
1.1.6 Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh.....	5
1.2 Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh.....	7
1.2.1 Chỉ tiêu tổng quát.....	7
1.2.2 Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định	7
1.2.3. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động.....	9
1.3 Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh	12
1.4.1 Nhóm nhân tố môi trường bên ngoài.....	14
1.4.2 Nhóm nhân tố bên trong	16
1.5 Các phương pháp phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh	18
1.5.1 Phương pháp so sánh	18
1.5.2. Phương pháp thay thế liên hoàn	19
1.5.3. Phương pháp tính số chênh lệch.....	20
1.5.4. Phương pháp cân đối	20
1.5.5. Phương pháp phân tích chi tiết.....	21
1.6. Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh	21
1.6.1 . Phân tích tài chính.....	21
1.6.2. Thúc đẩy chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp	24
1.6.3 . Thúc đẩy thực hiện Marketing.....	24
1.6.4 . Giải pháp về nâng cao hiệu quả sử dụng vốn cố định.	25

1.6.6 . Giải pháp về hạ giá thành sản phẩm	27
1.6.7 . Giải pháp tăng năng suất lao động.....	28
PHẦN 2: PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG CỦA CÔNG TY TNHH MAY XUẤT KHẨU MINH THÀNH.....	29
2.1 . Phân tích thực trạng của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH .	29
2.1.1 Khái quát về quá trình hình thành và phát triển của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH	29
2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp.....	29
2.1.3 Sơ đồ tổ chức của công ty.....	31
2.1.3.1 Các cấp quản lý của công ty.....	32
2.1.3.2 Mô hình tổ chức cơ cấu bộ máy quản lý	32
2.1.4 . Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty	34
2.1.4.1 Ngành nghề kinh doanh và các sản phẩm sản xuất của doanh nghiệp của doanh nghiệp	34
2.1.4.2 Thị trường tiêu thụ của công ty.....	35
2.1.4.3. Hình thức tổ chức kinh doanh	35
2.1.4.5. Một số chỉ tiêu về hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH trong 2 năm 2010 và 2011	37
2.2. Đánh giá hoạt động kinh doanh của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH.....	38
2.2.1 Đánh giá tình hình thực hiện doanh thu của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH	38
2.2.2. Đánh giá tình hình thực hiện chỉ tiêu chi phí của Công ty.....	39
2.2.3. Đánh giá tình hình thực hiện chỉ tiêu lợi nhuận của công ty may xuất khẩu MINH THÀNH	43
2.3. Đánh giá tình hình sử dụng các nguồn lực của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH	45
2.3.1. Đánh giá hiệu quả sử dụng lao động của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH	45

2.3.2. Đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH	47
2.3.3.2. Đánh giá tình hình sử dụng vốn lưu động	52
2.3.4. Đánh giá chung tình hình sử dụng vốn của Công ty may xuất khẩu MINH THÀNH	55
2.5. Về tình hình nhân sự	67
3.1. Định hướng phát triển của công may xuất khẩu MINH THÀNH	70
3.2. Biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty	70
3.2.1. Giải pháp lập website riêng cho công ty.	70
3.2.1.1. Cơ sở của giải pháp	70
3.2.1.2. Cách thực hiện giải pháp	71
3.2.1.3. Dự kiến kết quả đạt được	72
3.2.2. Giải pháp giảm lượng hàng tồn kho	73
Kết luận	78

LỜI MỞ ĐẦU

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

Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh đối với doanh nghiệp, qua thời gian thực tập tốt nghiệp tại công ty TNHH may xuất khẩu Minh Thành cùng với sự hướng dẫn của Cô giáo – Thạc Sĩ Cao Thị Hồng Hạnh em đã mạnh dạn đi sâu vào nghiên cứu và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp với đề tài “ Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH may xuất khẩu Minh Thành”.

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

Kết cấu khóa luận gồm 3 phần:

Phần 1: Cơ sở lý luận và hiệu quả kinh doanh

Phần 2: Phân tích và đánh giá thực trạng của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH

PHẦN 3: Những giải pháp và một số kiến nghị nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH

Với trình độ hiểu biết và thời gian nghiên cứu thực tế có hạn nên bài làm của em không tránh khỏi sai sót. Em mong nhận được sự góp ý của các Thầy Cô giáo để khóa luận của em được hoàn thiện hơn.

Với lòng kính trọng và biết ơn sâu sắc, em xin cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của Cô giáo – Thạc Sĩ Cao Thị Hồng Hạnh là người trực tiếp hướng dẫn, các Thầy Cô trong khoa Quản Trị Kinh Doanh trường Đại Học Dân Lập Hải Phòng cùng tập thể lãnh đạo công ty TNHH May xuất khẩu Minh Thành đã chỉ dẫn, tạo điều kiện và giúp đỡ em trong quá trình thực hiện đề tài này.

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

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

Kết quả bao gồm các nội dung sau:

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

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

1.1.2 Khái niệm hiệu quả

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

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

- Doanh lợi (lợi nhuận/ doanh thu, lợi nhuận/ vốn kinh doanh...)

- Định mức tiêu hao vật tư/ Sản phẩm.

- Vòng quay vốn lưu động.

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

Ý nghĩa và tác dụng của việc xây dựng, đánh giá hiệu quả và nâng cao hiệu quả trong thực tế về mặt khoa học dẫn xuất từ căn cứ: Mọi quá trình kinh tế từ việc sản xuất kinh doanh của các đơn vị kinh tế cơ sở cho đến sự phát triển của từng vùng, từng ngành và toàn bộ nền kinh tế quốc dân đều quan hệ với hai yếu tố cơ bản: chi phí và kết quả.

1.1.3 Khái niệm hiệu quả kinh doanh

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

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

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

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

1.1.4 Hiệu quả khác kết quả như thế nào

Kết quả

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

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

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

Hiệu quả

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

Hệ thống chỉ tiêu tổng quát:

Hiệu quả tuyệt đối = Kết quả đầu ra – chi phí đầu vào (1)

- Nếu (1) lớn hơn 1 hay kết quả đầu ra lớn hơn chi phí đầu vào thì công ty làm ăn có hiệu quả và ngược lại
- Nếu (1) = 0 hay kết quả đầu ra bằng chi phí đầu vào bằng nhau thì hòa vốn.

$$\text{Hiệu quả tương đối} = \frac{\text{Kết quả đầu ra}}{\text{Chi phí đầu vào}} \quad (2)$$

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

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

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

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

Kết quả chỉ là yếu tố cần thiết để tính toán và phân tích hiệu quả

1.1.5 Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh

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

Trong điều kiện xã hội hiện nay, hiệu quả sản xuất kinh doanh được đánh giá trên 2 tiêu thức bao gồm: hiệu quả về mặt kinh tế và hiệu quả về mặt xã hội. Tùy từng thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh mà hiệu quả kinh doanh theo 2 tiêu thức này cũng khác nhau. Đối với các doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty nước ngoài, tiêu thức hiệu quả kinh tế được quan tâm nhiều hơn. Với doanh nghiệp nhà nước có sự góp vốn và chỉ đạo của nhà nước thì tiêu thức hiệu quả xã hội lại được đề cao nhiều hơn. Điều này phù hợp với mục tiêu của Chủ Nghĩa xã hội, đó là không ngừng

nâng cao nhu cầu vật chất tinh thần của toàn xã hội, không có sự phân biệt, bình đẳng giữa các thành phần kinh tế và giữa nội bộ nhân dân toàn xã hội.

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

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

1.1.6 Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh

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

• *Đối với doanh nghiệp*

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

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

- ***Đối với nền kinh tế***

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

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

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

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

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

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

1.2.1 Chỉ tiêu tổng quát

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

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

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

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

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

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

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

- **Hiệu quả sử dụng vốn cố định**

$$\text{Hiệu quả sử dụng} = \frac{\text{Doanh thu (doanh thu thuần) trong kỳ}}{\text{Số vốn cố định bq trong kỳ}}$$

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

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

$$\text{Số vốn cố định bình} = \frac{\text{Số vốn cố định đầu kỳ} + \text{Số vốn cố định cuối kỳ}}{2}$$

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

$$\begin{array}{l} \text{-Số vốn cố định ở} \\ \text{đầu kỳ (cuối kỳ)} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Nguyên giá tài sản cố định} \\ \text{đầu kỳ (cuối kỳ)} \end{array} - \begin{array}{l} \text{Số tiền khấu hao lũy kế ở} \\ \text{đầu kỳ (cuối kỳ)} \end{array}$$

$$\text{Số tiền khấu hao lũy kế ở cuối kỳ} = \text{Số tiền khấu hao ở đầu kỳ} + \text{Số tiền khấu hao tăng trong kỳ} - \text{Số tiền khấu hao giảm trong kỳ}$$

- **Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định**

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

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế (sau thuế)}}{\text{Số vốn cố định bq trong kỳ}} * 100\%$$

- **Hiệu suất sử dụng tài sản cố định**

$$\text{Hiệu suất sử dụng tài sản cố định} = \frac{\text{Tổng doanh thu (Hoặc giá trị sản lượng)}}{\text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định}}$$

$$\text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định} = \frac{\text{Nguyên giá tài sản cố định đầu kỳ} + \text{Nguyên giá tài sản cố định cuối kỳ}}{2}$$

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

- **Sức sinh lợi của tài sản cố định**

$$\text{Sức sinh lời của tài sản cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Nguyên giá bình quân tài sản cố định}}$$

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

- **Suất hao phí tài sản cố định**

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

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

1.2.3. Nhóm chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động• **Phân tích chung**

+ Sức sản xuất của vốn lưu động

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

Trong đó:

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

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

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

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

+ Sức sinh lợi của vốn lưu động

$$\frac{\text{Sức sinh lời của vốn lưu động}}{\text{Sức sinh lời của vốn lưu động}} = \frac{\text{Lợi nhuận thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân năm}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh 1 đồng vốn lưu động làm ra mấy đồng lợi nhuận thuần hay lãi gộp trong kỳ.

• **Phân tích tốc độ luân chuyển của vốn lưu động**

+ Số vòng quay vốn lưu động

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

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

+ Thời gian của một vòng luân chuyển.

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

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

+ Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động.

$$\frac{\text{Hệ số đảm nhiệm}}{\text{Vốn lưu động}} = \frac{\text{Vốn lưu động bình quân}}{\text{Tổng số doanh thu}}$$

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

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

- **Mức sinh lời của 1 lao động**

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

Trong đó:

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

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

- **Doanh thu bình quân của một lao động**

$$\text{Doanh thu bình quân của 1 lao động} = \frac{\text{Doanh thu tiêu thụ sản phẩm trong kỳ}}{\text{Số lượng lao động bình quân năm}}$$

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

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

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

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

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

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

- **Tỷ suất lợi nhuận chi phí**

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

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

1.2.6. Các chỉ tiêu sinh lời

1.2.6.1. Khả năng sinh lời so với doanh thu

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

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

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

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

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

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

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

$$\text{ROE} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

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

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

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

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

- ***Đối với doanh nghiệp***

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

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

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

- ***Đối với người lao động.***

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

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

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

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trong các doanh nghiệp là yêu cầu quan trọng và là mục tiêu hàng đầu trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Chính vì vậy việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh chính là việc nâng cao hiệu quả của tất cả các hoạt động trong quá trình kinh doanh. Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp chịu sự tác động của rất nhiều nhân tố ảnh hưởng khác nhau. Để đạt được hiệu quả nâng cao đòi hỏi các doanh nghiệp phải có các quyết

định chiến lược và quyết sách đúng trong quá trình lựa chọn các cơ hội hấp dẫn cũng như tổ chức, quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh cần phải tiến hành nghiên cứu toàn diện và hệ thống các yếu tố ảnh hưởng tới việc nâng cao hiệu quả kinh doanh.

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

1.4.1 Nhóm nhân tố môi trường bên ngoài

- **Đối thủ cạnh tranh**

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

- ***Thị trường***

Nhân tố thị trường ở đây bao gồm cả thị trường đầu vào và thị trường đầu ra của doanh nghiệp. Nó là yếu tố quyết định quá trình tái sản xuất của doanh nghiệp. Đối với thị trường đầu vào cung cấp các yếu tố cho quá trình sản xuất như máy móc, thiết bị... cho nên tác động trực tiếp đến giá thành sản phẩm, tính liên tục và hiệu quả của quá trình sản xuất. Còn đối với thị trường đầu ra, quyết định doanh

thu của doanh nghiệp trên cơ sở chấp nhận hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp, thị trường đầu ra sẽ quyết định tốc độ tiêu thụ, tạo vòng quay vốn nhanh hay chậm từ đó có tác động đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

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

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

- ***Môi trường chính trị, pháp luật.***

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

1.4.2 Nhóm nhân tố bên trong

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

- **Nhân tố vốn**

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

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

- **Nhân tố con người**

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

- **Nhân tố trình độ kỹ thuật và công nghệ**

Trình độ kỹ thuật công nghệ tiên tiến cho phép doanh nghiệp chủ động nâng cao chất lượng hàng hóa, năng suất lao động và hạ giá thành sản phẩm như: đặc

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

- ***Nhân tố quản trị***

Nhân tố này đóng vai trò quan trọng chính trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Quản trị doanh nghiệp chú trọng đến việc xác định cho doanh nghiệp một hướng đi đúng đắn trong môi trường kinh doanh ngày càng biến động. Chất lượng của chiến lược kinh doanh là nhân tố đầu tiên và quan trọng nhất quyết định sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp. Đội ngũ cán bộ quản trị sẽ là người quyết định các hoạt động sản xuất kinh doanh: sản xuất cái gì? sản xuất cho ai? sản xuất như thế nào? Khối lượng bao nhiêu? Mỗi quyết định của họ có một ý nghĩa rất quan trọng liên quan tới sự tồn tại hay diệt vong của doanh nghiệp. Chính họ là những người quyết định cạnh tranh như thế nào? Sức cạnh tranh là bao nhiêu? Và bằng cách nào?... Kết quả và hiệu quả hoạt động của quản trị doanh nghiệp 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.

- ***Nhân tố khả năng tài chính***

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

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

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

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

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

1.5.1 Phương pháp so sánh

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

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

1. Lựa chọn tiêu chuẩn để so sánh

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

Các gốc so sánh

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

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

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

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

2. Điều kiện so sánh được

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

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

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

3. Kỹ thuật so sánh

+ So sánh tuyệt đối

Số chênh lệch: $\Delta C = C_1 - C_0$

Trong đó: C_1 : Số thực tế.

C_0 : Số gốc (định mức, kế hoạch)

+ So sánh tương đối: $\Delta C = C_1 / C_0 * 100\%$

1.5.2. Phương pháp thay thế liên hoàn

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

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

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

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

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

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

1.5.3. Phương pháp tính số chênh lệch

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

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

1.5.4. Phương pháp cân đối

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

Ví dụ:

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

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

1.5.5. Phương pháp phân tích chi tiết.

- Chi tiết theo các bộ phận cấu thành của chỉ tiêu.

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

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

- Chi tiết theo thời gian.

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

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

- Chi tiết theo địa điểm và phạm vi kinh doanh.

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

Ví dụ: Đánh giá hoạt động kinh doanh trên từng địa bàn hoạt động.

1.6. Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh

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

1.6.1. Phân tích tài chính

Phân tích tài chính giúp cho người ta đánh giá được tình hình tài chính của doanh nghiệp. Những người sử dụng báo cáo tài chính theo đuổi các mục tiêu khác

nhau nên việc phân tích tài chính cũng được tiến hành theo nhiều cách khác nhau. Điều đó vừa tạo ra được lợi ích vừa tạo ra được sự phức tạp của phân tích tài chính. Phân tích tài chính của mỗi nhóm người sử dụng khác nhau sẽ giúp họ đưa ra cá quyết định theo những mục đích khác nhau.

- Phân tích đối với nhà quản trị.

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

Phân tích tài chính trong doanh nghiệp cần có nhiều mục tiêu.

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

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

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

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

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

- Phân tích đối với nhà đầu tư

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

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

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

- Phân tích tài chính với người cho vay

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.6.3. Thúc đẩy thực hiện Marketing.

Marketing hiện đại coi thị trường là khâu quan trọng nhất của quá trình tái sản xuất hàng hóa. Triết lý của Marketing hiện đại là sản xuất và kinh doanh những cái mà khách hàng cần chứ không phải tìm cách bán những cái mà doanh nghiệp sản xuất. Có như vậy thì việc tiến hành phân phối sản phẩm vào lưu thông và đưa đến tay người tiêu dùng mới được hưởng ứng và đạt hiệu quả cao.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- Quy mô sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong từng thời kỳ

- Sự biến động của giá cả các loại vật tư hàng hóa mà doanh nghiệp dùng trong quá trình sản xuất

- Chính sách chế độ về lao động và tiền lương đối với người lao động trong doanh nghiệp.

- Trình độ tổ chức quản lý, sử dụng vốn lưu động của doanh nghiệp trong quá trình dự trữ sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

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

1.6.6. Giải pháp về hạ giá thành sản phẩm

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

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

1. Đối với các khoản chi phí nguyên, nhiên, vật liệu

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

2. Chi phí về lao động

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

Khi nghiên cứu và xây dựng hệ thống trả công lao động trong doanh nghiệp cần phải nghiên cứu kỹ các nhân tố có ảnh hưởng đến tiền lương của người lao động. Việc trả công lao động thích đáng và việc giảm bớt chi phí về tiền lương cho ảnh hưởng đến tiền lương như điều kiện kinh tế xã hội, luật lao động, thị trường lao động, khả năng tài chính của doanh nghiệp, công việc và tài năng của người thực hiện công việc...

1.6.7. Giải pháp tăng năng suất lao động

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

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

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

PHẦN 2.**PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG CỦA CÔNG TY
TNHH MAY XUẤT KHẨU MINH THÀNH****2.1 . Phân tích thực trạng của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH****2.1.1 Khái quát về quá trình hình thành và phát triển của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH**

A. Tên công ty: Công ty TNHH may xuất khẩu Minh Thành

B. Địa chỉ: 307-Nguyễn Văn Linh- Phường Kênh Dương – Lê Chân – Hải Phòng

Điện thoại: 031. 3821558

Fax: 031. 3821557

Lịch sử hình thành và phát triển.

Đăng ký thành lập lần đầu ngày 16 tháng 7 năm 1997

Theo giấy phép đầu tư số 006 GP/TLDN do UBND Thành Phố Hải Phòng cấp ngày 14/07/1997

Vốn điều lệ: 47.910.623.000 VND

Đăng ký thay đổi lần thứ 9 ngày 4 tháng 11 năm 2011

+Tên Công ty: Công ty TNHH may xuất khẩu Minh Thành

+Địa chỉ: số 307 đường Nguyễn Văn Linh, phường Dư hàng kênh, quận Lê Chân, thành phố Hải phòng, Việt Nam.

+ Người đại diện theo pháp luật của công ty.

Chức danh: giám đốc

Họ và tên: Đàm Thành Vinh

2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp

Công ty TNHH may xuất khẩu Minh Thành được thành lập với chức năng nhiệm vụ chính là sản xuất hàng đồ chơi trẻ em (Thú nhồi bông) xuất khẩu.

Nhiệm vụ của Công ty TNHH may xuất khẩu Minh Thành.

Công ty là doanh nghiệp hoạt động kinh tế bổ xung ngân sách cho thành phố Hải Phòng nói riêng, cũng như nhà nước nói chung.

Nhiệm vụ chung của Công ty.

1. Xây dựng và thực hiện kế hoạch kinh doanh dịch vụ theo mục tiêu đề ra, đảm bảo đáp ứng kịp thời các đơn đặt hàng với chất lượng sản phẩm ngày càng tốt hơn. Đưa tiếng vang của công ty ngày một đi xa hơn trên thị trường thế giới. Tạo niềm tin cho khách hàng, không ngừng củng cố và phát huy uy tín của công ty.

2. Về lâu dài công ty cần tích cực tìm kiếm đối tác, xâm nhập sâu rộng vào những thị trường mới, duy trì và tạo mối quan hệ lâu dài, uy tín với khách hàng.

3. Kinh doanh đúng ngành nghề đã đăng ký và mục đích thành lập Công ty của Nhà nước. Tổ chức sản xuất kinh doanh có lãi, tăng thu nhập và đảm bảo cuộc sống cho người lao động. Khẳng định chỗ đứng trên thị trường truyền thống đồng thời mở rộng thị trường.

4. Không ngừng cải tiến quy trình công nghệ để thích ứng với yêu cầu của thị trường nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm tăng sức cạnh tranh và năng suất lao động

5. Quản lý và sử dụng các nguồn lực như vốn, cơ sở vật chất theo đúng kế hoạch của công ty đã đề ra, nhằm sử dụng một cách hiệu quả nhất tất cả các nguồn lực của công ty đem lại lợi nhuận tối đa và hiệu quả kinh tế xã hội cao nhất.

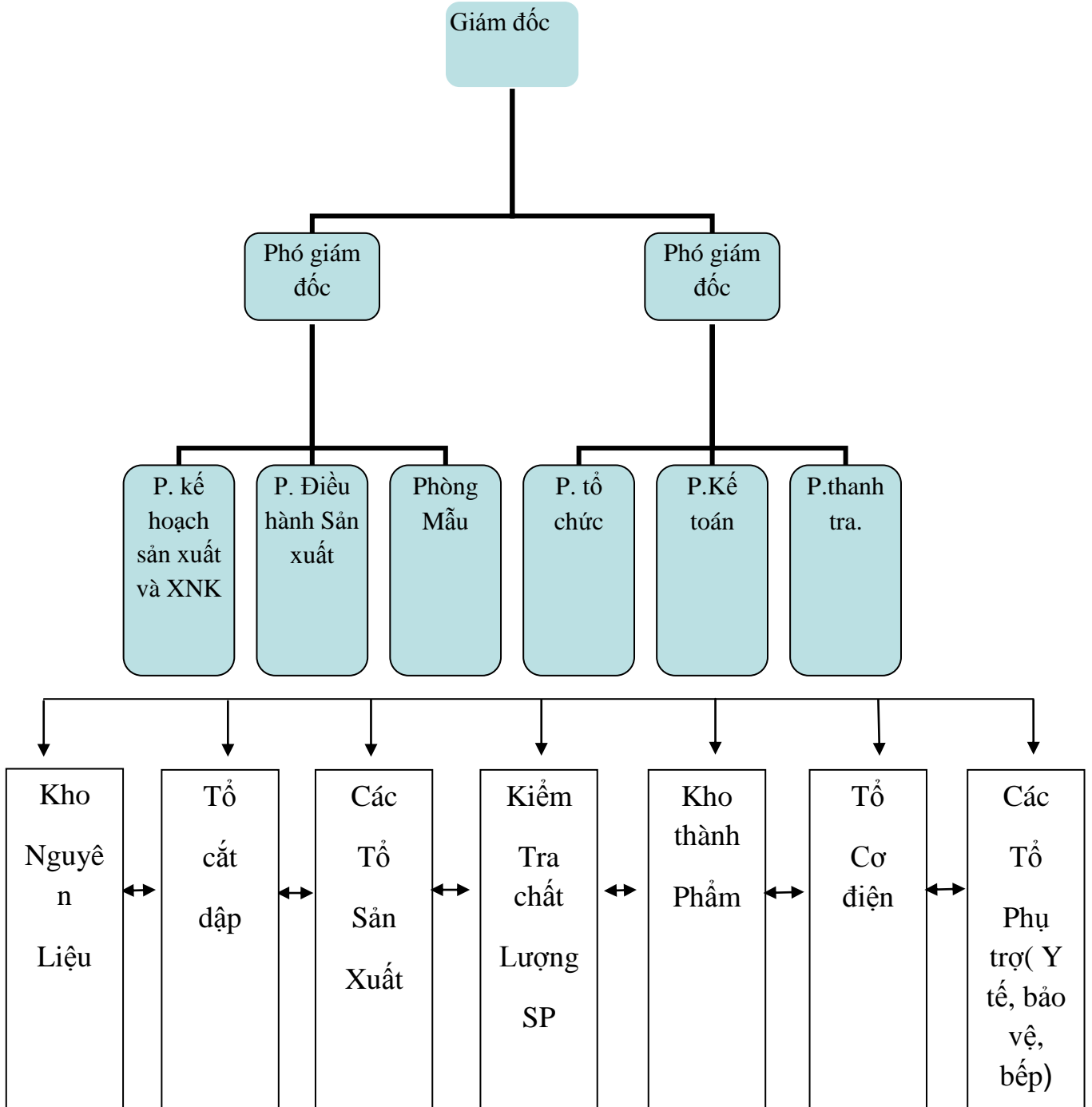
6. Quản lý đội ngũ cán bộ công nhân viên của công ty theo đúng chế độ chính sách của nhà nước, tích cực đưa ra các biện pháp nhằm thúc đẩy sự cố gắng, phát huy tính sáng tạo của mỗi cán bộ nhân viên và ngăn ngừa những tệ nạn có thể xảy ra, khen thưởng, phê bình, giám sát, đôn đốc, kiểm tra, kỷ luật...Đảm bảo sức khỏe cho người lao động. Thực hiện phân phối lao động, chăm lo đời sống vật chất và bồi dưỡng trình độ nghề nghiệp, chuyên môn nghiệp vụ cho cán bộ công nhân viên.

2.1.3 Sơ đồ tổ chức của công ty

SƠ ĐỒ SỐ 1: CƠ CẤU TỔ CHỨC CỦA CÔNG TY (Nguồn: Phòng tổ chức)

Ghi chú: —→ Quản lý chức năng, — Quản lý trực tuyến,

↔ Quan hệ trao đổi



2.1.3.1 Các cấp quản lý của công ty

Giám đốc: Là người lãnh đạo của công ty đồng thời là chủ của doanh nghiệp, là người trực tiếp điều hành mọi hoạt động của công ty

Phó giám đốc 1: chịu trách nhiệm về lĩnh vực sản xuất

Phó giám đốc 2: chịu trách nhiệm về các lĩnh vực tiền lương, tổ chức doanh nghiệp, và thanh tra

Dưới các phó giám đốc là các phòng ban chức năng khác thực hiện các nhiệm vụ trong doanh nghiệp

2.1.3.2 Mô hình tổ chức cơ cấu bộ máy quản lý

Là mô hình chức năng:

Các bộ phận trong cơ cấu tổ chức được hình thành theo chức năng chuyên môn như nhân sự, tài chính, sản xuất....

Ưu điểm:

Có sự phân công hợp lý trong bộ máy điều hành dẫn đến sự chuyên môn hóa cao của các phòng ban chức năng. Do đó, công việc được thực hiện như một dây chuyền nhuần nhuyễn nhanh gọn.

Bộ máy được tổ chức một cách ngắn gọn nên các công việc được xử lý nhanh chóng.

- **Khối sản xuất**

Do phó giám đốc thứ nhất phụ trách và được điều hành trực tiếp bởi giám đốc công ty.

- Phòng kế hoạch, Sản xuất và Xuất Nhập khẩu: có nhiệm vụ lên kế hoạch sản xuất cho toàn doanh nghiệp và tìm thị trường cho sản phẩm

- Phòng điều hành sản xuất: thực hiện điều hành các hoạt động sản xuất trong doanh nghiệp.

- Phòng mẫu : Thực hiện thiết kế và sản xuất các sản phẩm làm mẫu cho các đơn hàng

- **Khối hành chính**

Do phó giám đốc thứ hai phụ trách và đảm nhận theo chỉ thị trực tiếp của giám đốc

- Phòng tổ chức: thực hiện sắp xếp nhân sự cho từng vị trí, tổ chức các hoạt động chung của doanh nghiệp

- Phòng kế toán: thực hiện tính lương cho doanh nghiệp, tính toán thu chi, cân đối tài khoản, thực hiện nghĩa vụ thuế với nhà nước.

- Phòng thanh tra: giám sát các hoạt động của doanh nghiệp, thực hiện điều chỉnh các hoạt động theo đúng kế hoạch mà doanh nghiệp đã vạch ra.

- ***Các tổ sản xuất trực tiếp***

Bao gồm các bộ phận sau: Kho nguyên liệu, tổ cắt dập, các tổ sản xuất, bộ phận kiểm tra chất lượng sản phẩm, kho thành phẩm

- ***Các tổ không trực tiếp sản xuất***

Tổ cơ điện: Có nhiệm vụ bảo vệ tài sản, vật tư hàng hóa cũng như con người trong công ty, phòng chống cháy nổ.

Tổ y tế: Thực hiện thăm khám chữa bệnh cho cán bộ nhân viên, theo dõi sức khỏe và thực hiện sơ cứu cần thiết khi tai nạn lao động xảy ra. Giới thiệu cán bộ công nhân viên tới các cơ sở y tế đã đăng ký với cơ quan bảo hiểm...

Tổ bếp: Có nhiệm vụ thực hiện nấu ăn cung cấp bữa ăn cho toàn công ty đảm bảo đủ dinh dưỡng và an toàn vệ sinh thực phẩm đảm bảo cho sức khỏe cho người lao động.

- ***Những thuận lợi khó khăn hiện nay của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH.***

Việt Nam đã trong quá trình hội nhập và đã là thành viên chính thức của tổ chức kinh tế thế giới được 5 năm và thuộc khu vực Châu Á – Thái Bình Dương. Hiện đang là khu vực chịu ít ảnh hưởng nhất về khủng hoảng kinh tế thế giới hiện nay, công ty sẽ có nhiều cơ hội để phát triển và đồng thời cũng có nhiều thách thức với công ty trong quá trình phát triển. Trước những cơ hội và thách thức đó đòi hỏi doanh nghiệp phải có đủ sức mạnh, năng lực để đón đầu cơ hội và đối đầu thách thức. Muốn vậy công ty phải làm rõ những thuận lợi cũng như khó khăn của mình để nắm được thế chủ động.

- ***Những thuận lợi***

Trong những năm gần đây, với chính sách mở cửa phát triển kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa nền kinh tế Việt Nam đã đạt được những thành tích đáng kể. Giao lưu quốc tế được mở rộng, liên doanh liên kết quốc tế đã

và đang tạo cho Việt Nam ngày càng có điều kiện thuận lợi phát triển mạnh bền vững trên mọi lĩnh vực trong đó có hoạt động xuất khẩu.

Khi Việt Nam đã là thành viên của tổ chức kinh tế thế giới WTO đồng nghĩa với thị trường được mở rộng. Và các đối tác cũng như bạn hàng được tăng lên, bên cạnh đó nguồn cung cấp nguyên vật liệu cho doanh nghiệp cũng được mở rộng và phong phú hơn.

- ***Những khó khăn***

Bên cạnh những thuận lợi công ty cũng gặp những khó khăn nhất định. Khi tham gia vào thị trường kinh tế thế giới, doanh nghiệp sẽ gặp nhiều đối thủ cạnh tranh hơn, điều này ảnh hưởng rất nhiều tới chiến lược hoạt động của công ty.

Từ tháng cuối những năm 2008 nền kinh tế thế giới rơi vào khủng hoảng, dẫn đến sự suy yếu nền kinh tế ở những nước mà thị trường của công ty chiếm khá lớn làm cho việc tiêu thụ sản phẩm trở nên khó khăn hơn. Đòi hỏi doanh nghiệp luôn phải không ngừng cải tiến công nghệ để giảm giá thành, nâng cao chất lượng sản phẩm cũng như mẫu mã chủng loại

Tóm lại: Trong tình hình khó khăn về kinh tế toàn cầu, hàng hóa của công ty chủ yếu là xuất sang thị trường châu Âu và châu Mỹ, nhưng sản xuất của vẫn đạt kết quả tốt, vẫn đạt lợi nhuận sau thuế khoảng trên 2 tỷ đồng, vốn kinh doanh được bảo toàn, tài sản cố định đã đầu tư khấu hao đúng kế hoạch đề ra, nguồn vốn của công ty tốt hơn. Do vậy việc nhập khẩu nguyên liệu, việc mua phụ kiện cho sản xuất hoàn toàn chủ động kể cả khi có nhiều đơn hàng xuất khẩu.

2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty

2.1.4.1 Ngành nghề kinh doanh và các sản phẩm sản xuất của doanh nghiệp của doanh nghiệp

Sản phẩm của doanh nghiệp chủ yếu là các sản phẩm đồ chơi thú nhồi bông. Các sản phẩm được sản xuất từ các máy may công nghiệp hiện đang khá phổ biến trong lĩnh vực may mặc với yếu tố chính là con người. Công ty đã và đang sử dụng những công nghệ tiên tiến nhất trong quá trình sản xuất từ khâu phân loại danh mục sản phẩm tới khâu thực hiện cắt dập, nhồi bông may cắt và vệ sinh tẩy trùng cho sản phẩm...

Về sản xuất trong các năm vừa qua sản lượng sản xuất sản phẩm của Công Ty luôn tăng trưởng, năm sau cao hơn so với năm về trước.

Lợi nhuận hàng năm đều đạt trên mức kế hoạch đề ra. Mức thu nhập bình quân của CBCNV luôn đảm bảo mức cao trong ngành. Công Ty luôn hoàn thành nghĩa vụ nộp thuế nhà nước.

2.1.4.2 Thị trường tiêu thụ của công ty.

- **Mạng lưới tiêu thụ**

Sản phẩm của công ty được tiêu thụ với mạng lưới là toàn bộ trên thị trường nước ngoài như Nhật, Anh, Mỹ, Thụy Sĩ...

Các sản phẩm của công ty được sản xuất theo các đơn đặt hàng của các đối tác từ các nước trên.

- **Đối thủ cạnh tranh**

Với tính chất đặc thù của sản phẩm là đồ chơi cho trẻ em, công ty đã xác định được đối thủ cạnh tranh trực tiếp của công ty hiện nay là các nhà sản xuất đồ chơi trên toàn thế giới nói chung và các doanh nghiệp của China nói riêng.

Vì thế doanh nghiệp không ngưng tìm hiểu thị trường và đưa ra các mẫu mã mới, tìm các nguồn nguyên liệu thay thế để có thể giảm giá thành nhằm cạnh tranh với các đối thủ trên thị trường.

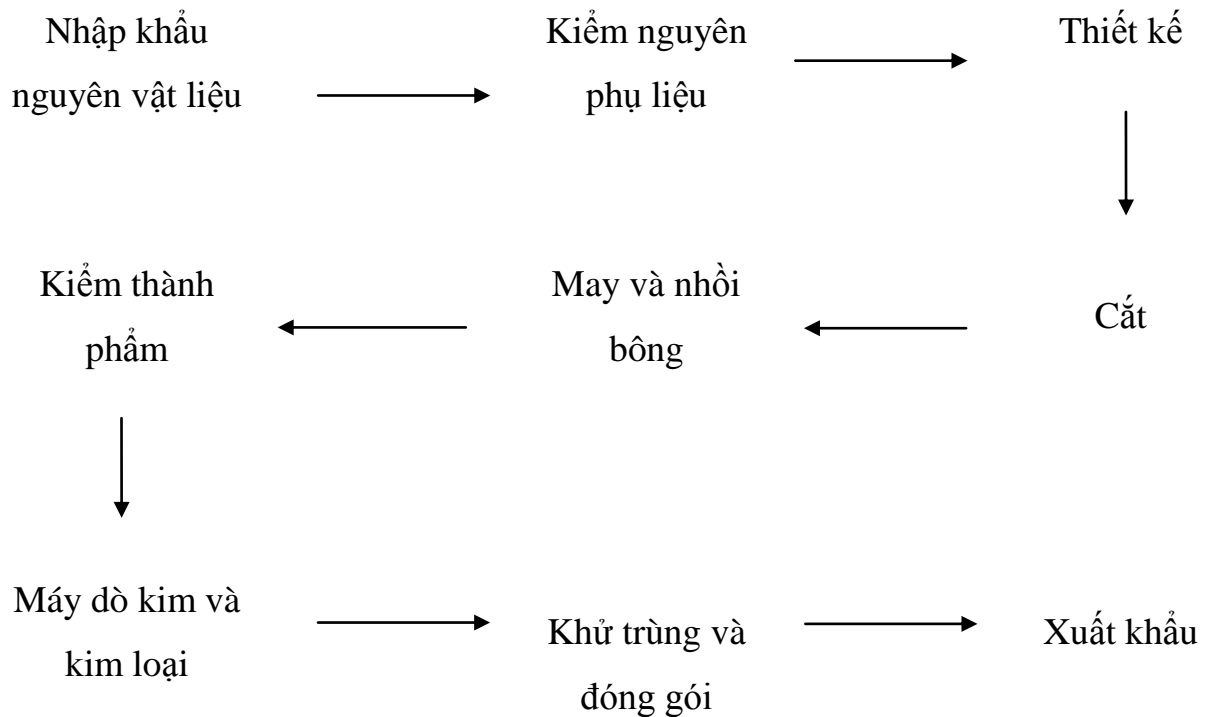
2.1.4.3. Hình thức tổ chức kinh doanh

Trước tiên, công ty và đối tác kinh doanh cùng đàm phán với nhau. Công ty lựa chọn đơn hàng, dòng sản phẩm phù hợp với điều kiện sản xuất của mình để đảm bảo tốt nhất hoàn thành đơn hàng cho khách hàng, rồi đưa ra quyết định ký hợp đồng sản xuất. Phòng kế hoạch sản xuất và xuất khẩu của công ty tiến hành làm hồ sơ xin giấy phép nhập khẩu và các thủ tục hải quan đối với các nguyên vật liệu phục vụ cho sản xuất nếu phải nhập từ nước ngoài và nhận các tài liệu kỹ thuật và mẫu mã từ các bạn hàng.

Việc sản xuất sản phẩm được tiến hành dưới sự kiểm tra chất lượng chặt chẽ, bắt đầu từ khâu nguyên liệu đến khâu thành phẩm. Các sản phẩm sản xuất ra đều được kiểm định để đạt tiêu chuẩn xuất khẩu. Việc tạo ra sản phẩm chất lượng cao sẽ tạo ra uy tín và sức cạnh tranh trên thị trường góp phần vào sự phát triển bền vững và lâu dài của công ty.

Tất cả các bộ phận trong sản xuất hay quản lý đều chịu sự quản lý chặt chẽ của các tổ trưởng, tổ phó chịu trách nhiệm về phần việc của mình dưới sự giám sát của quản lý trực tiếp từ giám đốc. Kế hoạch sản xuất do phòng kế hoạch thực hiện và được sự ký duyệt của giám đốc.

2.1.4.4. Quy trình sản xuất kinh doanh của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH



Công ty áp dụng theo công nghệ của châu Âu, sản xuất theo quy trình khép kín, kiểm tra từ nguồn nguyên liệu vào đến sản phẩm đầu ra. Công ty đầu tư toàn bộ các máy may công nghiệp, máy khâu, máy cắt hiện đại, cho năng suất cao.

Máy móc của công ty chủ yếu là máy móc được đầu tư mua sắm hoàn toàn mới, có một số ít nhập khẩu thiết bị cũ đã qua sử dụng nhưng tính năng và hiệu quả vẫn hoạt động tốt.

2.1.4.5. Một số chỉ tiêu về hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH trong 2 năm 2010 và 2011

Bảng 1: Một số chỉ tiêu đã thực hiện trong năm 2010 – 2011

Đơn vị: đồng

STT	Chi tiêu	Doanh thu		Chênh lệch	
		năm 2010	năm 2011	Tương đối	Tuyệt đối
1	Tổng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	97,842,482,156	104,568,214,234	6,725,732,078	6.874%
2	Tổng chi phí	92,721,706,715	98,706,795,039	5,985,088,324	6.117%
3	Lợi nhuận trước thuế và lãi vay	5,120,775,441	5,861,419,195	740,643,754	14,46%
4	Tổng Lợi nhuận sau thuế	3,384,581,581	4,396,064,396	1,011,482,815	29,89%
5	Số lượng sản phẩm tiêu thụ	844,500	942,000	97,500	11.55%
6	Thu nhập bình quân lao động	2,950,000	3,867,000	917,000	31.08%

(Nguồn: P. Kế toán)

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

Tình hình kinh tế trong nước và thế giới năm 2010 có nhiều khó khăn, biến động lớn ảnh hưởng từ khủng hoảng kinh tế thế giới năm 2008 đã ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty. Tổng doanh thu của công ty năm 2010 đạt 97,842,482,156 đồng, năm 2011 đạt 104,568,214,234 đồng. Như vậy là dù doanh thu đã tăng nhưng mức tăng không cao chỉ đạt 6.874%. Điều này chưa tương xứng với kỳ vọng của doanh nghiệp. Dù nền kinh tế thế giới đang trong thời kì khó khăn nhưng doanh nghiệp vẫn giữ được đà tăng trưởng dù không cao nhưng cũng là khả quan cho doanh nghiệp.

Để có được doanh thu tăng là do doanh nghiệp đã đầu tư vào hoạt động sản xuất đã làm cho tổng chi phí năm 2011 là 98,706,795,039 đồng tăng so tổng chi phí năm 2010 là 92,721,706,715 đồng tăng 5,985,088,324 đồng tương ứng 6.117%. Do nền kinh tế đang trong thời kì khó khăn đã làm cho tổng chi phí của doanh nghiệp tăng cao nhưng mức tăng của doanh thu lại không tăng cao so với chi phí bỏ ra. Từ việc doanh thu tăng chậm so với tổng chi phí bỏ ra đã làm cho lợi nhuận trước thuế của Công ty tăng không đáng kể, cụ thể năm 2011 đạt 5,861,419,195 đồng trong khi đó năm 2010 là 5,120,775,441 đồng tăng 740,643,754 đồng tương đương 1,14%. Lợi nhuận này tuy chưa đạt được kỳ vọng của doanh nghiệp nhưng trong bối cảnh nền kinh tế đang trong giai đoạn khó khăn thì đây có thể coi là thành công của doanh nghiệp trong việc thực hiện sản xuất kinh doanh. Từ việc hoạt động có lãi doanh nghiệp vẫn thực hiện được nghĩa vụ với nhà nước trong việc nộp thuế thu nhập doanh nghiệp.

Và làm cho lợi nhuận sau thuế của công ty vẫn đạt được 4,396,064,396 đồng trong năm 2011 tăng 555,482,815 đồng tương đương với 1,44% so với năm 2010 là 3,384,581,581đ.

2.2. Đánh giá hoạt động kinh doanh của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH

2.2.1 Đánh giá tình hình thực hiện doanh thu của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH

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

Đơn vị: đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	DT bán hàng và cung cấp dịch vụ	97,842,482,156	104,568,214,234	6,725,732,078	6,87%
2	Doanh thu tài chính	2,667,891,560	2,671,694,780	3,803,220	0,14%
3	Thu nhập khác	136,285,164	189,265,245	52,980,081	38,87%
4	Tổng doanh thu trong kỳ	100,646,658,880	107,429,174,259	6,782,515,379	6,74%

(Nguồn: Phòng kế toán)

Qua bảng số liệu cho thấy doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ là nguồn thu chính đơn giản đây là công ty sản xuất. Trong tổng doanh thu của công ty thì doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn nhất. Ngoài ra doanh thu tài chính và thu nhập khác của công ty cũng tăng lên so với năm trước. Mặc dù nền kinh tế chung của cả thế giới vẫn đang trong giai đoạn khó khăn nhưng công ty vẫn duy trì được mức doanh thu bán hàng cao hơn năm trước và ổn định.

Tổng doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ năm 2011 là 104,568,214,234 đ tăng 6,725,732,078đ so với năm 2010 tương đương với 6,87% điều này chứng tỏ hoạt động quản lý sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của công ty vẫn được duy trì ở mức tốt dù mức tăng chưa cao nhưng vẫn được coi là ưu điểm của doanh nghiệp trong việc thực hiện tiêu thụ sản phẩm.

Doanh thu từ hoạt động tài chính của công ty năm 2011 tăng nhẹ so với năm 2010, tăng 3,803,220 đ tương ứng với 0,14%. Doanh thu tài chính của công ty là doanh thu thu được từ các nguồn như lãi tiền gửi ngân hàng, tiền cho vay. Việc tăng nhẹ của năm 2011 so với năm 2010 chủ yếu là do sự tăng lên của việc chênh lệch mua bán ngoại tệ trong năm. Với tỷ lệ tăng khá nhỏ chỉ đạt 0,14% cho thấy doanh nghiệp không đầu tư nhiều cho hoạt động tài chính mà vẫn tập trung nguồn vốn cho sản xuất kinh doanh.

Doanh thu khác của doanh nghiệp năm 2011 tăng so với năm 2010 là 52,980,081 đồng là do trong năm 2011 doanh nghiệp có thực hiện thanh lý một số máy móc cũ không đạt tiêu chuẩn.

Nhìn một cách tổng quan Tổng doanh thu của công ty trong năm 2011 vẫn tăng được 6,782,515,379 đ so với năm 2010. Dù kinh tế thế giới đang gặp nhiều khó khăn nhưng doanh nghiệp vẫn tổ chức hoạt động kinh doanh khá tốt. Trong bối cảnh có nhiều doanh nghiệp phải đóng cửa thì công ty vẫn đạt được doanh thu cao và vẫn duy trì được đà tăng trưởng dương. Điều này chứng tỏ bộ máy quản lý của công ty đang hoạt động khá hiệu quả.

2.2.2. Đánh giá tình hình thực hiện chỉ tiêu chi phí của Công ty

Chi phí kinh doanh là những khoản chi phí đã tiêu hao trong kỳ để tạo ra kết quả hữu ích cho doanh nghiệp. Vấn đề quan trọng trong quản lý chi phí đặt ở việc

đề ra các mục tiêu cắt giảm chi phí và tăng trưởng. Đó chính là thách thức làm thế nào để tiết kiệm chi phí theo những phương thức hợp lý nhất mà không làm mất đi các năng lực cần thiết hay giảm thiểu tính cạnh tranh của công ty. Chìa khóa hóa giải thách thức này chính là việc phân biệt các loại chi phí đóng góp vào sự tăng trưởng.

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

Đơn vị: đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối %
1	Chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh	93,606,522,824	99,565,577,373	5,959,054,549	6,37%
	a. Giá vốn	86,256,854,158	92,584,258,314	6,327,404,156	7,34%
	b. Chi phí quản lý DN và BH	7,349,668,666	6,981,319,059	-368,349,607	(5,01%)
2	Chi phí hoạt động tài chính (CP lãi vay)	1,892,468,147	1,969,486,265	77,018,118	4,07%
3	CP hoạt động khác	26,892,468	32,691,426	5,798,958	21,56%
4	Tổng chi phí	95,525,883,439	101,567,755,064	6,041,871,625	6.325%

(Nguồn: Phòng kế toán)

Trong tổng chi phí của doanh nghiệp thì chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh là chủ yếu vì đây là doanh nghiệp sản xuất. Trong năm 2010 tổng chi phí là 95,525,883,439đ thì chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh đã chiếm 93,606,522,824đ tương đương với 97,99% trong tổng chi phí, chi phí hoạt động tài chính chỉ chiếm 1,98%, chi phí hoạt động khác cũng chỉ chiếm có 0,028% trong tổng chi phí. Trong năm 2011 chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh cũng chiếm 98,028%, chi phí hoạt động tài chính chiếm 1,939%, chi phí hoạt động khác chiếm 0,032% trong tổng chi phí. Vì vậy mặc dù chi phí hoạt động tài chính năm 2011 tăng 4,07% so với năm 2010 trong đó chủ yếu là chi phí lãi vay tăng lên 187,018,007 tương đương với 10,49%, chi phí khác ngoài lãi vay trong năm 2011 là không có đổi so với năm 2010. Chi phí hoạt động khác của năm 2011 tăng 5,798,958đ tương đương với 21,56%. Tất cả các yếu tố trên đã làm cho tổng chi

phí của công ty trong năm 2011 tăng 6,041,871,625đ tương đương với 6,325% so với năm 2010. Qua bảng số liệu cho thấy chi phí cho quản lý doanh nghiệp năm 2011 giảm được 368,349,607đ so với năm 2010 tương đương với 5,01%. Đây có thể được coi là thành tích của công ty trong việc rút gọn đội ngũ quản lý nhưng vẫn đảm bảo được hoạt động của công ty. Chính điều này đã làm cho chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh tăng chậm hơn so với việc tăng về giá vốn hàng bán, cụ thể năm 2011 giá vốn hàng bán là 92,584,258,314đ tăng 6,327,404,156đ tương với 7,34%.

Để thấy được việc tăng chi phí như vậy có thực sự hiệu quả không ta đi phân tích một số chỉ tiêu sau:

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

Đơn vị: đồng

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tổng doanh thu trong kỳ	100,646,658,880	107,429,174,259	6,782,515,379	6,739%
2	Tổng chi phí trong kỳ	95,525,883,439	101,567,755,064	6,041,871,625	6,325%
3	Tổng lợi nhuận trước thuế trong kỳ	5,120,775,441	5,861,419,195	740,643,754	14,464%
4	Hiệu suất sử dụng chi phí (1/2)	1,054	1,058	0,004	0,389%
5	Hiệu quả sử dụng chi phí (3/2)	0,054	0,058	0,004	7,655%

(Nguồn: Phòng kế toán)

Qua bảng số liệu trên ta thấy tổng doanh thu trong kỳ của doanh nghiệp tăng lên 6,739%, tổng chi phí trong kỳ tăng 6,325%, tổng lợi nhuận tăng 14,464%.

- **Hiệu suất sử dụng chi phí**

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

Như vậy cứ một đồng chi phí bỏ ra thì thu về được 1,054 đồng doanh thu ở năm 2010 và thu được 1,058 đồng doanh thu ở năm 2011. Như vậy là năm 2011 doanh nghiệp đã sử dụng chi phí bỏ ra đạt được hiệu suất cao hơn, hiệu suất sử dụng chi phí tăng 0,004 lần tương đương với 0,389%. Nguyên nhân là do tổng chi phí cũng như tổng doanh thu của năm 2011 đều tăng lên so với năm 2010. Tốc độ tăng của tổng doanh thu cao hơn tốc độ tăng của tổng chi phí nên làm cho hiệu suất sử dụng chi phí của năm 2011 tăng lên đáng kể. Điều này chứng tỏ doanh nghiệp đã sử dụng chi phí khá hiệu quả và tiết kiệm được chi phí từ đó có thể hạ thấp giá thành nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

- **Hiệu quả sử dụng chi phí**

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

Hiệu quả sử dụng chi phí năm 2011 tăng so với hiệu quả sử dụng năm 2010 là 0,004 lần tương đương 7,655%. Tốc độ tăng ở mức vừa phải thể hiện ở chỗ năm 2010 một đồng chi phí bỏ ra thu về được 0,054 đồng lợi nhuận trước thuế, năm 2011 tỷ lệ này là 0,058 đồng lợi nhuận trước thuế cho một đồng chi phí bỏ ra. Điều này chứng tỏ hiệu quả sử dụng chi phí năm 2011 đã cải thiện hơn năm 2010, cho thấy doanh nghiệp đã có các biện pháp tiết kiệm chi phí hữu hiệu, đã đi đúng trọng tâm so với năm 2010. Tổng quan chung lại thì thấy hiệu quả sử dụng chi phí của doanh nghiệp trong cả 2 năm là tương đối thấp.

2.2.3. Đánh giá tình hình thực hiện chỉ tiêu lợi nhuận của công ty may xuất khẩu MINH THÀNH

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

Đơn vị: đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tổng doanh thu	100,646,658,880	107,429,174,259	6,782,515,379	6,87%
2	Lợi nhuận trước thuế	7,013,243,588	7,830,905,460	817,661,872	11,658%
3	Lợi nhuận sau lãi vay	5,120,775,441	5,861,419,195	740,643,754	6,325%
4	Lợi nhuận sau thuế và lãi vay	3,384,581,581	4,396,064,396	1,011,482,815	29,89%
5	Giá trị tài sản bình quân	100,510,571,205	115,081,786,591	14,571,215,386	14,497%
6	Vốn chủ sở hữu bình quân	42,956,882,177	50,556,252,357	7,599,370,180	14,690%
7	Tỷ suất LN/ doanh thu (2/1)	0,051	0,054	0,0036	7,236%
8	Tỷ suất LN của tài sản (3/5)	0,05095	0,05093	(0,00002)	(0,039%)
9	Khả năng sinh lời/ vốn CSH (4/6)	0,0788	0,0870	0,0082	10,406%

(Nguồn: Phòng kế toán tài chính)

Qua bảng số liệu trên ta thấy hầu hết tất cả các chỉ tiêu năm 2011 tăng so với năm 2010 chỉ có chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận của tài sản là giảm, ta đi phân tích kỹ từng chi tiết.

- **Tỷ suất sinh lợi trên doanh thu**

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

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu năm 2010: 0,051

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu năm 2011: 0,054

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu năm 2011 tăng 0,0036 tương ứng với 7,236% so với năm 2010. Năm 2010 một đồng doanh thu thuần thu được thì có 0,051 đồng lợi nhuận trước thuế, năm 2011 tỷ lệ này là 0,054 đồng. Tỷ suất này tăng là do năm 2011 doanh thu thuần tăng 6,87% và lợi nhuận trước thuế tăng 11,658% so với năm 2010 nên đã làm cho tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu tăng.

- **Tỷ suất sinh lời của tài sản**

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

Năm 2010 một đồng giá trị tài sản bình quân mà doanh nghiệp huy động vào sản xuất kinh doanh tạo ra được 0,05095 đồng lợi nhuận trước thuế và lãi vay, năm 2011 một đồng giá trị tài sản bình quân mà doanh nghiệp huy động vào sản xuất kinh doanh là 0,05093 đồng lợi nhuận trước lãi vay và thuế. Như vậy năm 2011 tỷ suất sinh lời của tài sản giảm 0,00002 lần tương ứng với (0,039%). Nguyên nhân của việc giảm này là lợi nhuận trước thuế năm 2011 chỉ tăng 6,325% trong đó giá trị tài sản bình quân tăng tới 14,690% là do trong năm doanh nghiệp đã đầu tư vào một số máy móc hiện đại nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả sản xuất. Chính sự gia tăng không đều này đã làm cho tỷ suất sinh lời của tài sản giảm xuống.

- **Khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu**

Năm 2010 một đồng vốn chủ sở hữu bình quân đã tạo ra được 0,0788 đồng lợi nhuận sau thuế. Năm 2011 tỷ lệ này là 0,0870 đồng lợi nhuận sau thuế. Năm 2011 vốn chủ sở hữu bình quân tăng 7,599,370,180 đồng tương đương với 14,690%, lợi nhuận sau thuế tăng 1,011,482,815 đồng tương đương với 29,89%. Tốc độ tăng của lợi nhuận sau thuế cao hơn so với tốc độ tăng trưởng của vốn chủ sở hữu bình quân nên đã làm cho khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu của công ty tăng được 10,406%

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu và tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu đều tăng chỉ có chỉ tiêu khả năng sinh lời trên tài sản là giảm chứng tỏ doanh nghiệp chưa sử dụng hiệu quả tài sản của công ty vào hoạt động sản xuất kinh doanh. Đây có thể là nhược điểm của Công ty trong việc quản lý và sử dụng một cách hiệu quả tài sản của công ty.

2.3. *Đánh giá tình hình sử dụng các nguồn lực của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH*

2.3.1. *Đánh giá hiệu quả sử dụng lao động của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH*

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

Bảng 6: Bảng thống kê lao động của công ty qua 2 năm 2010 – 2011

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
			Tương đối	Tuyệt đối
I. Trình độ học vấn				
1. Trung học	1306	1629	323	24,732%
2. Trung cấp	32	22	(10)	(31,25%)
3. Công nhân kỹ thuật	19	22	3	15,789%
4. Cao đẳng	28	33	5	17,857%
5. Đại học	20	22	2	10%
Tổng:	1405	1728	323	22,989%
II. Độ tuổi				
1. Từ 18-29	815	1050	235	28,834%
2. Từ 30- 39	305	352	47	15,410%
3. Từ 40-49	260	303	43	16,538%
4. Từ 50 trở lên	25	23	(2)	(8%)
Tổng:	1405	1728	323	22,989%

(Nguồn: Phòng tổ chức)

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

Tổng số lao động của công ty năm 2011 tăng 323 người so với năm 2010, năm 2010 tổng số lao động là 1405 người nhưng đến năm 2011 tổng số lao động đã tăng lên 1728 lao động qua đó giải quyết thêm việc làm cho 323 lao động là do

năm 2011 công ty đã đầu tư mới vào dây chuyền sản xuất và mua thêm máy móc thiết bị vì vậy việc tăng số lượng lao động là điều tất yếu. Đội ngũ lao động của công ty đều có chất lượng, đội ngũ quản lý hầu hết đều có trình độ đại học và cao đẳng còn công nhân cũng có trình độ văn hóa tối thiểu là trung học. Trong tổng cơ cấu lao động của công ty đội ngũ có trình độ đại học và cao đẳng chiếm tới 34,163% trong năm 2010 nhưng tới năm 2011 chỉ còn chiếm 31,828%.

Trong khi đó độ tuổi lao động của công ty cũng khá trẻ, đội ngũ lao động này chính vì thế mà dễ dàng tiếp thu những khoa học công nghệ trong quá trình sản xuất. Cụ thể trong năm 2010 tỷ lệ lao động ở độ tuổi từ 18 – 29 chiếm 58% và trong năm 2011 là 61%, điều này giúp doanh nghiệp dễ dàng truyền đạt lại khoa học kỹ thuật mới, giúp cho doanh nghiệp ngày càng phát huy được năng lực, khả năng phát triển của mình.

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

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

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

Đơn vị: Đồng/lao động

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tổng lao động bình quân	1405	1728	323	22,989%
2	Tổng doanh thu	100,646,658,880	107,429,174,259	6,782,515,379	6,87%
3	Lợi nhuận sau thuế	3,384,581,581	4,396,064,396	1,011,482,815	29,89%
4	DT bình quân của 1 lao động (2/1)	71,634,633	62,169,661	(9,464,972)	(13,21%)
5	Mức sinh lời của 1 lao động (3/1)	2,408,955	2,544,019	135,064	5,61%

(Nguồn Phòng kế toán)

Doanh thu bình quân của 1 lao động năm 2010 là 71,634,633 đ nhưng năm 2009 chỉ có 62,169,661 đ như vậy đã giảm 9,464,972 đ tương ứng giảm 13,21% nguyên nhân là doanh thu tăng chưa phù hợp với số lượng lao động tăng. Mặc dù doanh thu bình quân của một lao động giảm nhưng mức sinh lời của 1 lao động vẫn tăng, năm 2010 mức sinh lời của 1 lao động là 2,408,955 đ thì tới năm 2011 là 2,544,019 đ tăng 135,064 đ tương ứng tăng 5,61% là do năm 2011 công ty đã làm tốt công tác tiết kiệm chi phí so với năm 2010 cho nên tốc độ tăng của lợi nhuận sau thuế vẫn được đảm bảo ở mức tương đối là 29,89% trong khi đó mức tăng về lao động chỉ có 22,989% chính điều này đã làm cho mức sinh lời của 1 lao động được tăng lên. Việc gia tăng số lượng lao động hiện nay có thể là không phù hợp với thực trạng kinh tế nhưng công ty đã làm tốt khâu tiêu thụ sản phẩm và giải quyết tốt việc làm cho người lao động, đây có thể coi là thành tích của công ty trong việc xây dựng và đóng góp vào nền kinh tế thành phố nói riêng và cả Nước nói chung.

2.3.2. Đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH

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

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

Đơn vị: đồng

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Doanh thu thuần	100,646,658,880	107,429,174,259	6,782,515,379	6,87%
2	Vốn cố định bình quân	80,626,842,698	99,102,819,915	18,475,977,217	22.915%
3	Lợi nhuận trước thuế và lãi vay	7,013,243,588	7,830,905,460	817,661,872	11,658%
4	Nguyên giá BQ TCCĐ	137,227,128,022	153,595,049,405	16,367,921,383	11.928%
5	Hiệu suất sử dụng VCD (1/2)	1,2483	1,0840	(0,164)	(13,161%)
6	Tỷ suất lợi nhuận VCD (3/2)	0,087	0,079	(0,008)	(9,158%)
7	Hiệu suất sử dụng TSCĐ (1/4)	0,7334	0,6994	(0,034)	(4,636%)
8	Sức sinh lời của TSCĐ (3/4)	0,0511	0,0510	(0,0001)	(0,240%)
9	Suất hao phí TSCĐ (4/1)	1,3635	1,4297	0,066	4,861%

(Nguồn: Phòng kế toán)

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

- **Hiệu suất sử dụng vốn cố định**

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

Hiệu suất sử dụng vốn cố định năm 2010 là: 1,2483

Hiệu suất sử dụng vốn cố định năm 2011 là: 1,084

Như vậy hiệu suất sử dụng vốn cố định của công ty năm sau thấp hơn năm trước. Năm 2010 cứ 1 đồng vốn cố định bỏ ra thì thu được 1,2483 đồng doanh thu trong kỳ và trong năm 2011 tỷ lệ này giảm chỉ còn 1,084 đồng doanh thu thuần. Điều này chứng tỏ công ty đã đầu tư thêm vốn cố định nhưng tình hình sử dụng lại kém hiệu quả hơn trước dù hiệu suất này đã lớn hơn 1 cho thấy công ty đã sử dụng

rất hiệu quả vốn cố định nhưng năm 2011 lại đạt hiệu suất thấp hơn năm 2010 cho thấy việc đi xuống của việc sử dụng vốn cố định. Hiệu suất vốn cố định năm 2011 giảm là do vốn cố định của công ty dù đã tăng 22,915% nhưng tổng doanh thu chỉ tăng được 6,78% đã làm cho hiệu suất sử dụng vốn cố định giảm 13,161%.

- **Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định.**

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

Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định năm 2010: 0,087

Tỷ suất lợi nhuận vốn cố định năm 2011: 0,079

Như vậy trong năm 2010 cứ 1 đồng vốn cố định bỏ ra thu về được 0,087 đồng lợi nhuận trước thuế, năm 2011 giảm xuống còn 0,079 đồng lợi nhuận trước thuế. Trong 2 năm tỷ suất lợi nhuận vốn cố định đã giảm 9,158%, trong khi đó hiệu suất sử dụng vốn cố định giảm tới 13,161%. So sánh với hiệu suất sử dụng vốn cố định thì ta thấy tốc độ giảm của tỷ suất lợi nhuận vốn cố định là ít điều này chứng tỏ doanh nghiệp đã có biện pháp cắt giảm chi phí để tìm cách nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

- **Hiệu suất sử dụng tài sản cố định.**

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

Hiệu suất sử dụng tài sản cố định năm 2010: 0,7334

Hiệu suất sử dụng tài sản cố định năm 2011: 0,6994

Kết quả này cho thấy năm 2010 cứ 1 đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định đem lại 0,7334 đồng doanh thu thuần, năm 2011 cứ 1 đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định đem lại 0,6994 đồng doanh thu thuần. Như vậy hiệu suất sử dụng tài sản cố định năm 2011 đã giảm so với năm 2010, giảm 4,636%. Do năm 2011 công ty đầu tư thêm TSCĐ để phục vụ cho sản xuất nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất và gia tăng sản lượng và tăng 11,928% nguyên giá bình quân tài sản cố định nhưng sản lượng làm ra bán được không theo dự kiến làm cho doanh thu tăng chỉ được 6,87% đã làm cho hiệu suất sử dụng tài sản cố định giảm.

- **Sức sinh lời của tài sản cố định**

Chỉ tiêu này cho biết 1 đồng nguyên giá tài sản cố định đem lại bao nhiêu đồng lợi nhuận thuần.

Sức sinh lợi của tài sản cố định năm 2010 là: 0,0511

Sức sinh lợi của tài sản cố định năm 2011 là: 0,0510

Chỉ tiêu sức sinh lợi của tài sản cố định cho biết năm 2010 cứ 1 đồng nguyên giá tài sản cố định đem lại 0,0511 đồng lợi nhuận thuần và tỷ lệ này trong năm 2011 là 0,0510 đồng doanh thu thuần. Như vậy sức sinh lợi tài sản cố định của năm 2011 đã giảm so với năm 2010 chứng tỏ doanh nghiệp đã hoạt động kém hiệu quả hơn năm 2010.

- **Suất hao phí tài sản cố định**

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

Suất hao phí tài sản cố định năm 2010: 1,365

Suất hao phí tài sản cố định năm 2011: 1,4297

Như vậy năm 2011 để tạo được 1 đồng doanh thu thuần thì cần 1,4297 đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định, năm 2010 thì cần 1,365 đồng nguyên giá bình quân tài sản cố định để tạo ra 1 đồng doanh thu thuần. Như vậy trong năm 2011 công ty phải bỏ ra nhiều nhiều tài sản cố định hơn để có thể tạo ra 1 đồng doanh thu thuần. Chứng tỏ doanh nghiệp đã không quản lý tốt việc sử dụng tài sản cố định.

2.3.3. *Đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH*

2.3.3.1. *Kết cấu vốn lưu động của doanh nghiệp*

Bảng 9: Kết cấu vốn lưu động của doanh nghiệp năm 2010-2011 (ĐVT: đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		So sánh	
	Số tiền	Tỷ trọng %	Số tiền	Tỷ trọng %	Tuyệt đối	Tương đối %
I. Tiền và tương đương tiền	10,263,823,892	51.619	5,702,737,897	35.689	(4,561,085,995)	(44.438)
II. Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	1,341,732,028	6.748	447,454,830	2.800	(894,277,198)	(66.651)
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	33,549,647	0.169	86,995,248	0.544	53,445,601	159.303
1. Phải thu của khách hàng	33,549,647	0.169	86,995,248	0.544	53,445,601	159.303
IV. Hàng tồn kho	7,848,793,323	39.473	9,039,205,839	56.569	1,190,412,516	15.167
V. Tài sản ngắn hạn khác	395,829,617	1.991	702,572,863	4.397	306,743,246	77.494
Tổng	19,883,728,507	100	15,978,966,676	100	(3,904,761,831)	(19.638)

Nhận xét: Ta thấy vốn lưu động của doanh nghiệp chiếm tỷ trọng không lớn so với tổng vốn của doanh nghiệp nhưng lại có sự biến động lớn trong 2 năm 2010 và 2011.

Năm 2011 so với năm 2010 vốn lưu động giảm tới 3,904,761,831 đồng với tỷ lệ giảm 19.638%. Nguyên nhân do:

Tiền và các khoản tương đương tiền giảm tới 44.438% và các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn giảm tới 66.651% đã làm cho vốn lưu động của doanh nghiệp giảm.

Hàng tồn kho của doanh nghiệp vẫn tăng cao tăng 15.167% từ năm 2010 so với năm 2011. Điều này chứng tỏ quá trình tiêu thụ sản phẩm theo kế hoạch chưa được hoàn thành. Có thể thấy hàng tồn kho chiếm tỷ trọng lớn trong tổng vốn lưu động điều này ảnh hưởng rất nhiều tới việc sử dụng vốn của doanh nghiệp vì vậy trong tương lai cần phải đẩy mạnh tiêu thụ hàng tồn kho và thúc đẩy bán hàng.

2.3.3.2. Đánh giá tình hình sử dụng vốn lưu động

Vốn lưu động là biểu hiện bằng tiền của tài sản lưu động như nguyên, nhiên, vật liệu, bán thành phẩm... Nó chỉ tham gia vào một chu kỳ sản xuất mà không giữ nguyên hình thái vật chất ban đầu nhất định. Vì vậy cũng có thể nói vốn lưu động của doanh nghiệp là vốn tiền tệ ứng trước để đầu tư, mua sắm các tài sản lưu động của doanh nghiệp. Để thấy được tình hình sử dụng vốn lưu động của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH, ta đi phân tích 1 số chỉ tiêu ở bảng sau:

Bảng 10: Bảng chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng vốn lưu động

Đơn vị: đồng (Nguồn: Phòng kế toán)

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
1	Tiền	10,263,823,892	5,702,737,897	(4,561,085,995)	(44.438)%
2	Các khoản phải thu ngắn hạn	33,549,647	86,995,248	53,445,601	159.303%
3	Hàng tồn kho	7,848,793,323	9,039,205,839	1,190,412,516	15.167%
4	Tài sản ngắn hạn khác	395,829,617	702,572,863	306,743,246	77.494%
5	Doanh thu thuần	100,646,658,880	107,429,174,259	6,782,515,379	6,87%
6	VLĐ bình quân năm	19,883,728,507	15,978,966,676	(3,904,761,831)	-19.638
7	Lợi nhuận sau thuế	3,384,581,581	4,396,064,396	1,011,482,815	29,89%
8	Sức sinh lời của VLĐ (7/6)	0,170	0,275	0,105	61,625%
9	Số vòng quay của VLĐ (5/6)	5,062	6,723	1,661	32,823%
10	Số ngày 1 vòng quay VLĐ (360/9)	71,122	53,546	(17,575)	(24,712%)
11	Hệ số đảm nhiệm VLĐ (6/5)	0,198	0,149	(0,049)	(24,712%)

Qua bảng số liệu tính toán được cho thấy năm 2011 công ty sử dụng vốn lưu động kém hiệu quả hơn so với năm 2010. Các khoản phải thu ngắn hạn và hàng tồn kho đều tăng, cụ thể năm 2011 phải thu ngắn hạn tăng 53,445,601 đ ứng với 159,303% đây là mức tăng khá lớn mặc dù số lượng tiền không lớn nhưng nó cũng thể hiện mặt yếu kém trong công tác quản lý khoản phải thu. Hàng tồn kho tăng

1,190,412,516 đ ứng với 15.167% đây cũng là mức tăng khá lớn. Nguyên nhân là việc tiêu thụ gặp khó khăn và sản lượng làm ra chưa kịp tiêu thụ và lượng sản phẩm dở dang cũng còn nhiều. Việc tăng hàng tồn kho làm cho vốn của doanh nghiệp bị ứ đọng, vốn của doanh nghiệp bị nằm chết không sinh lời được.

Hai khoản mục này tăng cũng chính là nguyên nhân làm cho tiền của doanh nghiệp trong năm 2011 giảm so với năm 2010. Tiền năm 2010 là 10,263,823,892đ tới năm 2011 chỉ còn 5,702,737,897 đồng, như vậy giảm mất 4,561,085,995 đ tương ứng với 44,438%.

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

• **Sức sinh lợi của vốn lưu động**

Chỉ tiêu này phản ánh 1 đồng vốn lưu động làm ra mấy đồng lợi nhuận thuần trong kỳ. Như vậy sức sinh lợi của vốn lưu động năm 2011 đã tăng so với năm 2010. Năm 2010 1 đồng vốn lưu động làm ra 0,170 đồng lợi nhuận thuần, năm 2011 là 0,275 đồng lợi nhuận thuần đây là kết quả tốt

Nguyên nhân do:

Chỉ tiêu sức sinh lời của Vốn lưu động (VLĐ) bị ảnh hưởng bởi 2 nhân tố là Lợi nhuận trước thuế (LNTT) và Vốn lưu động bình quân (VLĐBQ)

Do ảnh hưởng bởi LNTT

$$\text{Sức sinh lời của VLĐ}_{\text{LNTT}} = \frac{\text{LNTT}_{2011}}{\text{VLĐBQ}_{2011}} - \frac{\text{LNTT}_{2010}}{\text{VLĐBQ}_{2010}} = \frac{7,830,905,460}{15,978,966,676} - \frac{7,013,243,588}{15,978,966,676} = 0.051$$

Như vậy do LNTT tăng đã làm cho sức sinh lời của VLĐ tăng được 0.051 lần

Do ảnh hưởng của VLĐBQ

$$\text{Sức sinh lời của VLĐ}_{\text{VLĐBQ}} = \frac{\text{LNTT}_{2010}}{\text{VLĐBQ}_{2011}} - \frac{\text{LNTT}_{2010}}{\text{VLĐBQ}_{2010}} = \frac{7,013,243,588}{15,978,966,676} - \frac{7,013,243,588}{19,83,728,507} = 0.086$$

Do ảnh hưởng của của việc giảm VLĐBQ đã làm cho sức sinh lời của VLĐ tăng được 0.086 lần

Tổng hợp mức độ ảnh hưởng của 2 nhân tố ta có

Δ sức sinh lời của VLĐ = 0.086 + 0.051 = 0.137 lần.

Như vậy sức sinh lợi của vốn lưu động năm 2011 đã tăng so với năm 2010. Năm 2010 thì 1 đồng vốn lưu động làm ra 0.170 đồng lợi nhuận thuần, năm 2011 là 0.275 đồng lợi nhuận thuần đây là kết quả tốt.

Nguyên nhân do:

Lợi nhuận thuần năm 2011 đã tăng 29.89% trong khi đó vốn lưu động bình quân giảm 19.638% chính điều này đã làm cho sức sinh lời của vốn lưu động được tăng lên.

- **Số vòng quay vốn lưu động**

Số vòng quay vốn lưu động năm 2011 tăng 32.823% so với năm 2010. Năm 2010 vốn lưu động của doanh nghiệp quay được 5.062 vòng và trong năm 2011 là 6.723 vòng cho thấy hiệu suất sử dụng vốn lưu động của doanh nghiệp đã tăng lên. Nguyên nhân là trong năm 2011 doanh nghiệp đã giảm được vốn lưu động và doanh thu đã tăng. Công ty cần phát huy mặt này trong các năm tiếp theo.

Nguyên nhân do ảnh hưởng của doanh thu thuần (DTT) và vốn lưu động bình quân (VLĐBQ).

Ảnh hưởng của DTT

$$\text{Số vòng quay VLĐ}_{\text{DTT}} = \frac{\text{DTT}_{2011}}{\text{VLĐBQ}_{2011}} - \frac{\text{DTT}_{2010}}{\text{VLĐBQ}_{2011}} = \frac{107,429,174,259}{15,978,966,676} - \frac{100,646,658,880}{15,978,966,676} = 0.424$$

Do ảnh hưởng của DTT tăng đã làm cho số vòng quay vốn lưu động tăng lên 1.661 lần.

Do ảnh hưởng của VLĐBQ

$$\text{Số vòng quay VLĐ}_{\text{VLĐBQ}} = \frac{\text{DTT}_{2010}}{\text{VLĐBQ}_{2011}} - \frac{\text{DTT}_{2010}}{\text{VLĐBQ}_{2010}} = \frac{100,646,658,880}{15,978,966,676} - \frac{100,646,658,880}{19,883,728,507} = 1.237$$

Do ảnh hưởng của việc giảm VLĐBQ đã làm cho chỉ tiêu số vòng quay vốn lưu động tăng lên 1.237 lần

Tổng hợp mức độ ảnh hưởng ta có

$$\Delta \text{Số vòng quay vốn lưu động} = 0.424 + 1.237 = 1.661$$

Số vòng quay vốn lưu động năm 2011 tăng 32,823% so với năm 2010. Năm 2010 vốn lưu động của doanh nghiệp quay được 5,062 vòng và trong năm 2011 là 6,723 vòng cho thấy hiệu suất sử dụng vốn lưu động của doanh nghiệp đã tăng lên. Nguyên nhân là trong năm 2011 doanh nghiệp đã giảm được vốn lưu động và doanh thu đã tăng. Công ty cần phát huy mặt này trong các năm tiếp theo.

- **Số ngày một vòng quay vốn lưu động**

Chỉ tiêu này thể hiện số ngày cần thiết cho vốn lưu động quay được 1 vòng. Qua kết quả tính toán trên ta thấy việc sử dụng vốn lưu động của công ty là khá hiệu quả khi số ngày 1 vòng quay vốn lưu động năm 2011 đã giảm được 17,575 ngày.

- **Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động**

Qua chỉ tiêu này ta biết được để có 1 đồng doanh thu thuần thì cần 0,198 đồng vốn lưu động bình quân năm 2010 và cần 0,149 đồng vốn lưu động bình quân năm 2011. Như vậy năm 2011 công ty sử dụng một lượng vốn lưu động ít hơn so với năm 2010 để tạo ra 1 đồng doanh thu so với năm 2010 là 0,049 đồng ứng với 24,712%.

Việc tính toán các chỉ tiêu trên cho thấy các chỉ số về hiệu quả sử dụng vốn lưu động năm 2011 là cao hơn so với năm 2010, như vậy có thể nói năm 2011 công tác quản lý vốn lưu động là đã đạt hiệu quả vì thế trong thời gian tới doanh nghiệp tiếp tục phát huy những thành công cũng như khắc phục các khuyết điểm trong việc sử dụng vốn lưu động của doanh nghiệp.

2.3.4. Đánh giá chung tình hình sử dụng vốn của Công ty may xuất khẩu MINH THÀNH

Hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh của doanh nghiệp năm 2010 – 2011.

Để biết công ty làm ăn có hiệu quả hay thua lỗ và triển vọng phát triển của công ty đó như thế nào thì tình hình tài chính là yếu tố phản ánh rõ nét nhất và dễ nhận thấy nhất. Bất cứ một doanh nghiệp nào muốn kinh doanh được trên thị

trường đều phải có nguồn tài chính. Tài chính biểu hiện bên ngoài là nguồn vốn của doanh nghiệp. Nếu ví doanh nghiệp là một cơ thể sống thì vốn như là máu của cơ thể đó. Vốn là dưỡng chất nuôi cơ thể đó. Đánh giá hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh sẽ thấy được trình độ quản lý và sử dụng vốn của doanh nghiệp để từ đó tìm ra những giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh và tiết kiệm vốn

Bảng 11: Hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh của doanh nghiệp năm 2010 – 2011

(Đơn vị tính: đồng)

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	So sánh	
				Tuyệt đối	Tương đối %
1	VKD bình quân	80,626,842,698	99,102,819,915	18,475,977,217	22.92
2	Tổng vốn	100,510,571,205	115,081,786,591	14,571,215,386	14.497
3	Vốn CSH bình quân	42,956,882,177	50,556,252,357	7,599,370,180	14.690
4	Tổng doanh thu	100,646,658,880	107,429,174,259	6,782,515,379	6.87
5	Doanh thu thuần	100,646,658,880	107,429,174,259	6,782,515,379	6.87
6	Lợi nhuận TT	7,013,243,588	7,830,905,460	817,661,872	11.658
7	LN sau thuế	3,384,581,581	4,396,064,396	1,011,482,815	29.89
8	Tỷ suất lợi nhuận / tổng vốn ROA (7/2)	0.034	0.038	0.005	11.847
9	Tỷ suất lợi nhuận vốn chủ ROE (7/3)	0.079	0.087	0.008	9.389
10	Hệ số doanh lợi doanh thu thuần (6/5)	0.070	0.073	0.003	4.406
11	Vòng quay tổng vốn (5/1)	1.248	1.084	-0.164	-15.155

(Nguồn: Phòng kế toán)

Nhận xét:

Qua bảng số liệu trên ta thấy: Tỷ suất lợi nhuận tổng vốn (ROA) năm 2010 là 0.034 điều này cho thấy cứ một đồng vốn bỏ ra thì doanh nghiệp thu được 0.034

đồng lợi nhuận. Đến năm 2011 cứ một đồng vốn bỏ ra thì doanh nghiệp thu được 0.038 đồng lợi nhuận. Như vậy so với năm 2010 tỷ suất này đã tăng được 11.847%. Điều này cho thấy doanh nghiệp tiếp tục làm ăn có lãi. Qua bảng số liệu cho thấy chỉ số ROA phụ thuộc vào 2 yếu tố là lợi nhuận sau thuế và tổng vốn. Ta dùng phương pháp thay thế liên hoàn để đánh giá mức độ ảnh hưởng cụ thể của từng nhân tố.

Các ký hiệu:

+ LN_{ST}, TV: lợi nhuận sau thuế, tổng vốn

Đối với chỉ tiêu ROA.

Xét mức độ ảnh hưởng của lợi nhuận sau thuế.

$$ROA_{LNST} = \frac{LNST_{2011}}{TV_{2011}} - \frac{LNST_{2010}}{TV_{2010}} = \frac{4,396,064,396}{115,081,786,591} - \frac{3,384,581,581}{115,081,786,591} = 0,009$$

Lợi nhuận sau thuế của công ty tăng lên 1,011,482,815 đồng làm cho ROA tăng 0.009 lần

Xét mức độ ảnh hưởng của tổng vốn.

$$ROA_{TV} = \frac{LNST_{2010}}{TV_{2011}} - \frac{LNST_{2010}}{TV_{2010}} = \frac{3,384,581,581}{115,081,786,591} - \frac{3,384,581,581}{100,510,571,205} = -0.004$$

Tổng vốn của công ty tăng lên 14,571,215,386 đồng làm cho ROA giảm 0.004 lần

Tổng hợp ảnh hưởng của 2 nhân tố LN_{ST} và TV lên ROA là:

$$\Delta ROA = 0.009 - 0.004 = 0.005$$

Trong tổng vốn cần quan tâm tới vốn chủ sở hữu, tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu (ROE) năm 2010 là 0.079 cho thấy cứ 1 đồng vốn chủ bỏ ra thu được 0.079 đồng lợi nhuận sau thuế. Chỉ số này năm 2011 là 0.087 đồng lợi nhuận sau thuế cho 1 đồng vốn chủ sở hữu bỏ ra kinh doanh. Trong 2 năm 2010 và 2011 các chỉ số này đều tăng và mức tăng là 9.389%.

Chỉ số ROE cũng phụ thuộc vào 2 yếu tố là LN_{ST} và Vốn chủ sở hữu bình quân (VCSHBQ). Ta dùng phương pháp thay thế liên hoàn để xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố.

Ảnh hưởng của LN_{ST}

$$ROE_{LNST} = \frac{LNST_{2011}}{VCSHBQ_{2011}} - \frac{LNST_{2010}}{VCSHBQ_{2010}} = \frac{4,396,064,396}{50,556,252,357} - \frac{3,384,581,581}{50,556,252,357} = 0,02$$

Lợi nhuận sau thuế tăng lên làm cho Chỉ tiêu ROE tăng lên 0.02 lần

Ảnh hưởng của VCSHBQ

$$ROE_{VCSHBQ} = \frac{LNST_{2010}}{VCSHBQ_{2011}} - \frac{LNST_{2010}}{VCSHBQ_{2010}} = \frac{3,384,581,581}{50,556,252,357} - \frac{3,384,581,581}{42,956,882,177} = -0,012$$

Vốn chủ sở hữu bình quân tăng lên làm cho ROE giảm 0.012 lần

Tổng hợp 2 nhân tố ảnh hưởng ta có

$$\Delta ROE = 0.02 - 0.012 = 0.008$$

Hệ số doanh lợi doanh thu thuần của doanh nghiệp trong năm 2010 đã đạt 0.07 tức là 1 đồng doanh thu thuần thì thu được 0.07 đồng lợi nhuận và đến năm 2011 là 0.073 đồng lợi nhuận trên 1 đồng doanh thu thuần.

Vòng quay vốn kinh doanh có xu hướng giảm làm cho số ngày chu chuyển vốn kinh doanh tăng là dấu hiệu cho thấy trình độ tổ chức và sử dụng vốn kinh doanh đang không được tốt. Hơn nữa vòng quay là khá thấp năm 2010 là 1.248 vòng trong khi năm 2011 là 1.084 vòng.

Qua các chỉ tiêu trên ta thấy công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH sử dụng vốn đã đạt hiệu quả. Luôn có lãi trong các năm gần đây. Doanh nghiệp cần tiếp tục giữ đà tăng trưởng trong các năm tiếp theo của hoạt động sản xuất kinh doanh.

2.3.5. Đánh giá tình hình tài chính của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH**2.3.5.1. Phân tích và đánh giá hiệu quả tài chính của công ty.**

Để phân tích tình hình tài chính của công ty ta xem xét bảng :

Bảng 12: Bảng tổng kết tài sản của công ty 12- 2011

Các chỉ tiêu	MS	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối (%)
TÀI SẢN					
A. Tài sản ngắn hạn		19,883,728,507	15,978,966,676	(3,904,761,831)	-19.638
I. Tiền	110	10,263,823,892	5,702,737,897	(4,561,085,995)	-44.438
1. Tiền mặt	111	53,142,619	95,430,006.0	42,287,387	79.573
2. Tiền gửi ngân hàng	112	4,962,541,225	4,040,740,231	(921,800,993)	-18.575
3. Tiền đang chuyển	113	5,248,140,048	1,566,567,659	(3,681,572,389)	-70.150
II. Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	121	1,341,732,028	447,454,830	(894,277,198)	-66.651
III. Các khoản phải thu		33,549,647	86,995,248	53,445,601	159.303
1. Phải thu của khách hàng	131	33,549,647	86,995,248	53,445,601	159.303
IV. Hàng tồn kho		7,848,793,323	9,039,205,839	1,190,412,516	15.167
1. Thành phẩm tồn	155	5,202,916,231	6,440,467,837	256,602,598	59.097
2. Nguyên vật liệu tồn	152	2,088,195,635	1,541,061,620	(547,134,015)	-26.201
3. Chi phí sản xuất kinh doanh dở dang	154	442,088,455	792,615,610	350,527,154	79.289
4. Hàng tồn kho khác		434,209,230	690,811,828	1,237,551,606	23.786
5. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	159	(318,616,228)	(425,751,056)	(107,134,828)	33.625
V. Tài sản lưu động khác		395,829,617	702,572,863	306,743,246	77.494
1. Tạm ứng	141	395,829,617	639,536,226	243,706,609	61.569
2. Chi phí trả trước	142	-	63,036,637	63,036,637	
B. Tài sản dài hạn		80,626,842,698	99,102,819,915	18,475,977,217	22.915
I. Tài sản cố định hữu hình	211	76,770,721,216	92,837,743,439	16,067,022,223	20.929
1. Nguyên giá		137,227,128,022	153,595,049,405	16,367,921,383	11.928
2. Hao mòn	214	(60,456,406,807)	(60,757,305,966)	(300,899,160)	0.498
III. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn		-	-	-	
IV. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	241	1,320,622,187	3,011,943,007	1,691,320,819	128.070
V. Các khoản ký quỹ, ký cược dài hạn	244	25,039,847	24,594,059	(445,788)	-1.780
VI. Các khoản trả trước dài hạn		2,510,459,447	3,228,539,410	718,079,963	28.604
TỔNG CỘNG TÀI SẢN		100,510,571,205	115,081,786,591	14,571,215,386	14.497

NGUỒN VỐN	MS	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
				Tuyệt đối	Tương đối
A. Nợ phải trả		57,553,689,028	64,525,534,234	6,971,845,206	12.114
I. Nợ ngắn hạn		32,834,612,246.0	41,095,199,683	8,260,587,437	25.158
1. Vay ngắn hạn	311	6,153,583,225.8	12,595,459,232	6,441,876,006	104.685
2. Nợ dài hạn đến hạn trả	315	11,419,161,000.0	8,009,617,204	(3,409,543,796)	-29.858
3. Phải trả cho người bán	331	5,603,222,449.2	6,991,593,043	1,388,370,593	24.778
4. Người mua trả tiền trước		2,057,463,049.2	3,312,360,035	1,254,896,986	60.992
5. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	333	710,124,149.4	662,500,872	(47,623,277)	-6.706
6. Phải trả công nhân viên	334	6,880,048,952.0	6,025,489,256	(854,559,696)	-12.421
7. Phải trả khác	338	11,009,420.4	3,498,180,042	3,487,170,622	31674.425
II. Nợ dài hạn	342	24,360,932,467	22,957,323,134	(1,403,609,333)	-5.762
1. Vay dài hạn	341	24,360,932,467	22,957,323,134	(1,403,609,333)	-5.762
III. Nợ khác		358,144,315	473,011,418	114,867,103	32.073
1. Chi phí phải trả	335	358,144,315	473,011,418	114,867,103	32.073
B. Nguồn vốn chủ sở hữu		42,956,882,177	50,556,252,357	7,599,370,180	17.691
1. Nguồn vốn chủ sở hữu	411	39,572,300,596	46,160,187,961	6,587,887,365	16.648%
2. Lợi nhuận chưa phân phối	421	3,384,581,581	4,396,064,396	1,011,482,815	29.885%
Tổng Cộng Nguồn Vốn		100,510,571,205	115,081,786,591	14,571,215,386	14.497

Thông qua bảng tổng kết ta có thể đưa ra nhận xét sau

Năm 2011 tổng tài sản của công ty là 115,081,786,591 đ tăng so với năm 2010 là: 14,497 % tương ứng với 14,751,215,386 đ. Phần lớn là do tăng về tài sản cố định..

Trong đó tài sản cố định tăng 22.915 % tương đương với 18,475,977,217 đ. Tài sản cố định tăng là do trong năm 2011 Công ty đã đầu tư mua mới và đưa vào sử dụng một dây chuyền sản xuất mới trong bộ phận thành hình nhằm nâng cao hiệu quả công việc và hoàn thiện mẫu mã theo tiêu chuẩn của khách hàng.

Chi phí khấu hao năm 2011 tăng lên (300,899,160) so với năm 2010. Chi phí xây dựng dở dang 1,691,320,819 là do trong năm 2011 doanh nghiệp tiếp tục xây dựng và hoàn thiện nhà ăn ca cho công nhân.

Đây được xem là thành tích của doanh nghiệp trong việc quan tâm tới đời sống của công nhân viên trong doanh nghiệp tạo nên cảm giác thoải mái cho nhân viên khuyến khích họ tích cực tham gia sản xuất và lao động

Tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn giảm 3,904,761,831 đ tương đương với -19.638%. Chủ yếu là do tiền đang chuyển của công ty giảm nhanh điều này chứng tỏ doanh nghiệp đã làm tốt việc thu hồi nợ. Tiền gửi ngân hàng của công ty giảm xuống 921.800.993 đ . điều này chứng tỏ nhu cầu tiền mặt của công ty có tăng nhưng không nhiều.

Đầu tư tài chính ngắn hạn năm 2011 giảm xuống so với năm 2010 là (66.651%) tương ứng với (894,277,198) đ. Đây có thể coi là quyết định đúng đắn của doanh nghiệp trong bối cảnh thị trường kinh tế đang khủng hoảng dẫn đến việc doanh nghiệp thu nhỏ quy mô đầu tư ngắn hạn để tập trung sang các lĩnh vực khác.

Các khoản phải thu của công ty chỉ chiếm 1 tỷ lệ nhỏ, năm 2010 là 0.0334% trên tổng tài sản. Và năm 2011 là 0.0757% tổng tài sản chứng tỏ doanh nghiệp làm tốt khâu thu hồi nợ tránh vốn của công ty bị chiếm dụng, doanh nghiệp cần phát huy điều này.

Hàng tồn kho năm 2010 chiếm 39.47% trên tài sản lưu động và năm 2011 chiếm 56.67 % chứng tỏ công tác bán hàng của doanh nghiệp làm chưa tốt. Hàng tồn của năm 2011 tăng 15.167% so với năm 2010.

Nguyên nhân của việc hàng tồn kho tăng là sản phẩm sản xuất ra không đạt tiêu chuẩn theo đơn đặt hàng. Và có một số mẫu sản phẩm công ty đã thiết kế đón đầu nhu cầu của thị trường nhưng lại không phù hợp. Công ty cần làm tốt hơn nữa khâu tiêu thụ sản phẩm để làm giảm giá trị thiệt hại của hàng tồn tới hoạt động kinh doanh của công ty.

Bảng 13: Cơ cấu tài sản

Đơn vị: đồng

Các chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh Lệch
1. Tổng tài sản	100,510,571,205	115,081,786,591	14,571,215,386
2. TSDH	80,626,842,698	99,102,819,915	18,475,977,217
3. TSNH	19,883,728,507	15,978,966,676	(3,904,761,831)
4. Vốn chủ sở hữu	42,956,882,177	50,556,252,357	7,599,370,180
5. Tỷ suất đầu tư vào TSDH (2/1)	80.22%	86.12%	5.90%
6. Tỷ suất đầu tư vào TSNH (3/1)	19.78%	13.88%	-5.90%
7. Cơ cấu tài sản (3/2)	24.66%	16.12%	-8.54%
8. Tỷ suất tài trợ TSCĐ (4/2)	53.28%	51.01%	-2.26%

(Nguồn: Phòng kế toán)

Cơ cấu tài sản cho thấy cứ 100 đồng vốn kinh doanh bỏ ra dành 80,22 đồng năm 2010 và 86,12 đồng năm 2011 cho đầu tư TSDH thì sẽ dành 19,78 đồng năm 2010 và 13,88 đồng năm 2011 cho đầu tư TSNH.

Tỷ suất tự tài trợ của công ty < 1 và khá thấp (năm 2010 là 53,28% và năm 2011 là 51,01%) điều này cho thấy công ty đã huy động được vốn từ nguồn bên ngoài để đầu tư cho TSCĐ. Đây có thể là thành tích của công ty trong việc huy động vốn. Chủ yếu là sử dụng vốn dài hạn để đầu tư TSDH.

Nhận xét: Kết cấu tài sản của Công ty thay đổi không đáng kể, tài sản cố định vẫn chiếm tỷ lệ lớn trên 80% năm 2010 và 86% năm 2011.

Bảng 14: Bảng cơ cấu nguồn vốn

Đơn vị: đồng

Chỉ tiêu	năm 2010	năm 2011	chênh lệch
1. Tổng nguồn vốn	100,510,571,205	115,081,786,591	14,571,215,386
1.a. Vốn chủ sở hữu	42,956,882,177	50,556,252,357	7,599,370,180
1.b. Nợ phải trả	57,553,689,028	64,525,534,234	6,971,845,206
2. Hệ số nợ (%) (1.b/1)	0.573	0.561	(0.012)
3. Hệ số vốn chủ (%) (1.a/1)	0.427	0.439	0.012

Nguồn: Phòng kế toán

Tổng nguồn vốn của công ty được huy động từ hai nguồn là nguồn vốn chủ sở hữu và nguồn vốn huy động từ bên ngoài (Vay chiếm dụng).

Nhìn vào hệ số nợ và hệ số vốn chủ ta thấy cứ 1 đồng vốn kinh doanh hiện nay có 0,573 đồng vốn vay nợ còn 0,427 đồng vốn chủ năm 2010. Năm 2011 là 0,561 đồng vốn vay nợ và 0,439 vốn chủ.

Trong quá trình đánh giá kinh doanh, không có công ty nào có thể tránh được tình trạng hàng chậm tiền thanh toán. Mặt khác để đảm bảo nguồn cung cấp nguyên vật liệu đầu vào công ty cũng phải ứng trước một khoản tiền cho nhà cung ứng nên công ty sẽ phải bỏ ra một lượng vốn cần thiết không tham gia vào sản xuất kinh doanh. Vậy, điều đó có ảnh hưởng đến khả năng thanh toán hay không. Để trả lời câu hỏi đó, trước hết ta sẽ đi phân tích tình hình thanh toán của công ty qua phần tiếp theo

Bảng15: Phân tích tình hình tài chính của doanh nghiệp

ĐVT: đồng

Stt	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011
1	Tổng tài sản	100,510,571,205	115,081,786,591
2	Nguồn vốn chủ sở hữu	42,956,882,177	50,556,252,357
3	Tài sản ngắn hạn	19,883,728,507	15,978,966,676
4	Vốn bằng tiền	10,263,823,892	5,702,737,897
5	Tổng nợ phải trả	57,553,689,028	64,525,534,234
6	Tổng nợ ngắn hạn	32,834,612,246	41,095,199,683
7	Hệ số nợ (5/1)	0.573	0.561
8	Hệ số tài trợ ((1)-7)	0.427	0.439
9	Hệ số khả năng thanh toán tổng quát (1/5)	1.746	1.784
10	Hệ số khả năng thanh toán hiện thời (3/6)	0.606	0.389
11	Hàng tồn kho	7,848,793,323	9,039,205,839
12	Hệ số thanh toán nhanh ((3-11)/6)	0.367	0.169

Nhận xét: Qua bảng số liệu trên ta thấy hệ số tài trợ năm 2010 là 0.427 năm 2011 là 0.439 ta thấy hệ tài trợ của doanh nghiệp < 0,5 thể hiện khả năng độc lập về tài chính của doanh nghiệp là yếu nhưng đã cải thiện theo thời gian.

Hệ số nợ của doanh nghiệp là cao đều lớn hơn 0.5 cụ thể năm 2010 là 0.573 và năm 2011 là 0.561. Hệ số này cho biết 1 đồng tài sản có bao nhiêu đồng vốn vay nợ. Nợ cao là một vấn đề lớn ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh và khả năng thu lời của doanh nghiệp. Điều này có lợi cho công ty vì chiếm dụng được vốn của người khác tuy nhiên hệ số này càng cao làm cho rủi ro tài chính của công ty tăng cao, khả năng hoàn trả nợ kém.

Khả năng thanh toán tổng quát trong 2 năm đều lớn hơn 1 chứng tỏ công ty có đủ khả năng thanh toán nợ. Cụ thể năm 2010 là 1.746 và năm 2011 là 1.784. Điều này cho thấy cứ 1 đồng đi vay có 1.746 đồng đảm bảo năm 2010 và năm 2011 là 1.784 đồng.

Khả năng thanh toán hiện thời. Năm 2010 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì có 0.606 đồng vốn lưu động đảm bảo, năm 2011 là 0.389 đồng. Điều này chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn lưu động của doanh nghiệp kém thể hiện ở hàng tồn kho tăng lên trong năm 2011 làm cho hiệu quả sử dụng vốn lưu động kém đi.

Để đánh giá khả năng thanh toán của doanh nghiệp một cách đúng đắn hơn ta kết hợp sử dụng khả năng thanh toán nhanh. Khả năng thanh toán nhanh của công ty là chưa tốt. Cụ thể năm 2010 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn được đảm bảo bằng 0.313 đồng tài sản tương đương tiền, năm 2011 được đảm bảo bằng 0.139 đồng tài sản tương đương tiền. Điều này cho thấy khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn của công ty là kém đặc biệt là trong năm 2011

2.3.5.2. Đánh giá tổng hợp hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH

Các chỉ số phản ánh hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty năm 2011

Bảng 16: Các chỉ số phản ánh hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty năm 2011

Nguồn: Phòng kế toán

Chỉ tiêu thanh toán	Năm 2010	Năm 2011	So sánh	
			Tuyệt đối	Tương đối
1. Hệ số thanh toán tổng quát	1.746	1.784	0.038	2.18
2. Khả năng thanh toán hiện hành	0.606	0.389	(0.217)	(35.81)
3. Khả năng thanh toán nhanh	0.367	0.169	(0.198)	(53.95)
4. Khả năng thanh toán lãi vay	2.706	2.976	0.27	9.98
5. Tỷ số đảm bảo nợ dài hạn	3.262	4.317	1.055	32.34
Chỉ tiêu sinh lời				
1. Tỷ suất lợi nhuận trước thuế / doanh thu thuần	0.070	0.056	(0.014)	(20.00)
2. Tỷ suất lợi nhuận sau thuế / doanh thu thuần	0.034	0.042	0.008	23.53
3. Tỷ suất LNTT/ vốn chủ sở hữu	0.163	0.168	0.005	3.07
4. Tỷ suất LNST / vốn chủ sở hữu	0.079	0.126	0.047	59.49
5. Tỷ suất LNTT / vốn vay	0.122	0.121	(0.001)	(0.82)
6. Tỷ suất LNST / vốn vay	0.059	0.068	0.009	15.25
Chỉ số về khả năng hoạt động				
1. Số vòng quay hàng tồn kho	10.99	10.243	(0.747)	(6.8)
2. Số ngày một vòng quay hàng tồn kho	32.76	35.15	2.390	7.296

Nhận xét:

Qua phân tích báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh, bảng cân đối kế toán và đặc biệt thông qua các tỷ số tài chính năm 2011 ta thấy được phần nào tình hình tài chính của công ty tại thời điểm đó.

Khả năng thanh toán chung là $1.78 > 1$ chứng tỏ doanh nghiệp đủ sức thanh toán các khoản nợ. Cao hơn năm 2010 là 1.746

Khả năng thanh toán hiện hành năm 2011 của Công ty là 0.389 cho thấy trong năm 2011 công ty có 0.389 đồng tài sản ngắn hạn đảm bảo cho một đồng nợ tới hạn phải trả. Doanh nghiệp không có khả năng thanh toán nợ ngắn hạn và chỉ có

thể trả được 38.9% nợ ngắn hạn. Điều này cho thấy việc công ty không tập trung vào tài sản ngắn hạn. Trong khi đó chỉ số này năm 2010 là 0.606. Như vậy là năm 2011 đã giảm so với năm 2010 tương đương với 35.81%.

Tỷ số khả năng thanh toán nhanh = 0.169 cho thấy năm 2011 công ty chỉ có 16.9% tài sản ngắn hạn có tính thanh khoản cho mỗi đồng nợ tới hạn.

Hệ số khả năng thanh toán lãi vay = 2,976 > 1 chứng tỏ doanh nghiệp doanh nghiệp làm ăn có lãi và có khả năng chi trả hết các lãi vay trong kỳ. Chỉ số này năm 2010 chỉ là 2.706. So với năm 2010 đã tăng được 9.98%.

Về khả năng sinh lời, các tỷ số này đều nhỏ. Tỷ số khả năng sinh lời của tổng tài sản là quan trọng với công ty, còn tỷ số khả năng sinh lời của vốn chủ là quan trọng với các chủ sở hữu doanh nghiệp. Công ty cần phải tìm cách nâng cao các tỷ số còn thấp để tình hình tài chính của công ty ngày càng vững chắc hơn.

Khả năng hoạt động:

+ Năm 2011 số vòng quay hàng tồn kho 10.243 đã giảm so với năm 2010 là 10.99. Như vậy lượng hàng tồn kho năm 2011 đã tăng mạnh so với năm 2010 khiến cho khả năng luân chuyển hàng tồn kho giảm, từ đó làm giảm hiệu quả kinh doanh của công ty.

+ Năm 2011 số ngày một vòng quay hàng tồn kho 35.15 đã tăng so với năm 2010 32.76. Thời gian cho một vòng quay hàng tồn kho tăng, khả năng luân chuyển hàng tồn kho giảm, từ đó làm giảm hiệu quả kinh doanh của công ty

2.4. Hoạt động marketing

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

Là công ty chuyên về sản xuất, marketing có ý nghĩa quan trọng tới sự thịnh vượng và phát triển của doanh nghiệp. Công ty hiện nay vẫn chưa có phòng

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

2.5. Về tình hình nhân sự

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

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

Công ty áp dụng 2 phương pháp trả lương

a. Trả lương theo thời gian :

Đối với lao động trong biên chế của công ty

$$L_{tl} = L_{cb} + L_{pca} + L_{\text{ngày lễ}} - P_{nbh} - P_{nyt} - P_{ntn}$$

Trong đó:

1. **Ltl:** Mức lương thực lĩnh của người lao động theo tháng.
2. **Lcb:** Mức lương theo giá lương khoán hoặc theo cấp bậc

$$\mathbf{Lcb = Hcv,hd * 830,000 (750,000) / 26 * Ht * Nc}$$

Hcv,hd: Hệ số mức lương cấp bậc chức vụ hoặc mức lương ghi trong hợp đồng
830,000 Mức lương tối thiểu theo quy định của Nhà nước tính từ ngày 01 tháng 10 năm 2011 với các khu vực II đối với thành phố Hải Phòng
(750,000) mức lương tối thiểu tính từ trước ngày 1 tháng 10 năm 2011.

26: Số ngày làm việc định mức tháng.

Ht : Hệ số lương trong tháng (do giám đốc qui định)

Nc : Số ngày làm việc thực tế.

3. Lpca : Tiền phụ cấp ăn ca : 15000 đ/ngày

4. Lpccv : Tiền phụ cấp chức vụ

$$\mathbf{Lpccv = Hệ số phụ cấp chức vụ * 830,000 (750,000)}$$

5. L_{ngày lễ} : Tiền lương làm trong ngày lễ, ngày nghỉ có chế độ.

6. P_{nbh} : Tiền phải đóng bảo hiểm xã hội

$$\mathbf{P_{nbh} = (Hcv,hd + Hệ số phụ cấp chức vụ) * 830,000 (750,000) * 6\%}$$

7. P_{nyt} = (Hcv,hd + Hệ số phụ cấp chức vụ) * 830,000 (750,000) * 1,5%

8. P_{ntn} = (Hcv,hd + Hệ số phụ cấp chức vụ) * 830,000 (750,000) * 1%

b. Công thức tính lương theo sản phẩm

Tiền lương được lĩnh trong tháng = Số lượng sp, công việc hoàn thành * Đơn giá tiền lương + chuyên cần tháng (200,000 VND) + 15000*26 – 1,500,000 * 8,5%

1,500,000 : mức lương doanh nghiệp đăng ký với bảo hiểm.

8,5% Mức tham gia bảo hiểm theo luật bảo hiểm.(bảo hiểm y tế 1.5% bảo hiểm xã hội 6% và bảo hiểm thất nghiệp 1%)

15000 mức phụ cấp tiền ăn.

26: Số ngày làm việc định mức tháng.

Nếu như doanh nghiệp phải tiến hành tăng ca để phù hợp với tiến độ thì lương làm thêm được tính như sau

Lương trả thêm = tiền lương thực trả *150% hoặc 200% hoặc 300% *số giờ làm thêm

Mức 150% áp dụng đối với giờ làm thêm vào ngày thường; mức 200% áp dụng đối với giờ làm thêm vào ngày nghỉ hàng tuần; 300% áp dụng đối với giờ làm thêm vào các ngày lễ, ngày nghỉ có hưởng lương theo qui định của Bộ Luật lao động. Nếu được bố trí nghỉ bù những giờ làm thêm thì chỉ phải trả phần chênh lệch 50% tiền lương giờ thực trả của công việc đang làm nếu làm ngày bình thường; 100% nếu là ngày nghỉ hàng tuần; 200% nếu là ngày lễ, ngày nghỉ có hưởng lương theo qui định.

Với hai hình thức trả lương này, công ty vừa động viên khuyến khích người lao động tích cực sản xuất, kinh doanh ổn định chất lượng sản phẩm. Cách tính lương này đơn giản, phù hợp với mô hình sản xuất theo dây chuyền của công ty.

Nhận xét: Lực lượng lao động của công ty tương đối gọn so với quy mô hiện tại. Điều này cho thấy tính hợp lý trong việc tổ chức lao động và tính hiện đại của công nghệ sản xuất. Đa số lao động đang ở độ tuổi lao động và còn trẻ và đã có thâm niên trong công việc nên chất lượng và hiệu quả công việc được đảm bảo.

PHẦN 3: NHỮNG GIẢI PHÁP VÀ MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MAY XUẤT KHẨU MINH THÀNH

3.1. Định hướng phát triển của công may xuất khẩu MINH THÀNH

Theo chiến lược phát triển chung của tổng công ty, theo định hướng phát triển của ngành may và nền kinh tế đất nước trong xu thế phát triển hội nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới, công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH chủ trương:

- Tiếp tục chiến lược đa dạng hoá sản phẩm, không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, cải tiến mẫu mã, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.
- Mở rộng thị trường tiêu thụ trên phạm vi toàn quốc và đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Mỹ, Châu Á, Châu Phi...
- Tiếp tục đầu tư tiếp cận công nghệ hiện đại. Hệ thống thiết bị được đầu tư đảm bảo theo nguyên tắc thân thiện với môi trường, hầu như không có các chất độc hại.
- Đào tạo và nâng cao nguồn nhân lực, gia tăng khả năng cạnh tranh.
- Phát huy các thế mạnh sẵn có về năng lực sản xuất, tận dụng tối đa các nguồn lực sẵn có như nhà xưởng, dây chuyền công nghệ, con người từng bước phát triển các hoạt động sản xuất kinh doanh.
- Xây dựng công ty phát triển ổn định, bền vững, khẳng định vị thế của công ty trong ngành may và sản xuất thú nhồi bông, nâng cao uy tín của thương hiệu doanh nghiệp

Trên cơ sở phân tích những nguyên nhân tạo nên những thuận lợi, khó khăn và những tồn tại. Từ đó có những biện pháp hạn chế những tồn tại, tháo gỡ những khó khăn, khai thác triệt để các thuận lợi. Có thể đưa ra một số biện pháp, kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH.

3.2. Biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty

3.2.1. Giải pháp lập website riêng cho công ty.

3.2.1.1. Cơ sở của giải pháp

Những năm gần đây do sự bùng nổ về lĩnh vực khoa học – kỹ thuật nói chung và công nghệ thông tin nói riêng, nhu cầu sử dụng và giao tiếp qua mạng Internet

đang tăng mạnh mẽ. Nhờ có Internet không gian và thời gian giữa các quốc gia, các vùng lãnh thổ, các doanh nghiệp với người tiêu dùng không ngừng thu hẹp. Hiện nay xu hướng quảng cáo, tiếp thị thương hiệu, sản phẩm của các doanh nghiệp trên toàn cầu đang gia tăng nhanh chóng vì tính năng nhanh gọn đơn giản nhưng lại vô cùng đầy đủ và hữu dụng của nó. Tuy nhiên trong suốt thời gian tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, ban lãnh đạo công ty đã có những giải pháp marketing nhằm nâng cao uy tín của doanh nghiệp trong tâm trí khách hàng nhưng lại bỏ ngỏ hoàn toàn hoạt động quảng bá hình ảnh của mình qua internet, cụ thể công ty vẫn chưa có website riêng. Rõ ràng đây là một thiếu sót lớn mà công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH cần khắc phục ngay vì chi phí để lập và duy trì một trang website chỉ ở mức thấp nhưng hiệu quả thu được lại không hề thấp chút nào.

3.2.1.2. Cách thực hiện giải pháp

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

Bảng 17: Chi phí lập và duy trì website cho công ty TNHH may xuất khẩu

MINH THÀNH Đơn vị: đồng

Stt	Loại chi phí	Năm đầu tiên
1	Thiết kế website	5,500,000
2	Tên miền	700,000
3	Lưu trữ	800,000
4	Chi phí khác	2,500,000
Tổng chi phí		10,500,000

Do công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH là doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nên mục đích chính của website là cung cấp thông tin về doanh nghiệp, về các sản phẩm của mình và là nơi tiếp nhận các ý kiến hợp tác hay phản hồi từ phía đối tác, khách hàng. Nội dung trang website sẽ bao gồm: Trang chủ, trang giới thiệu công ty, các website giới thiệu sản phẩm, giá bán sản phẩm, liên hệ giữa khách hàng với công ty, hỏi đáp khúc mắc, 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 website có đa dạng hay không, giá thành cho việc thiết kế là khoảng 5,500,000 đ.

Để công tác duy trì và phát triển website chủ động và chuyên nghiệp hơn, công ty có thể cử nhân viên kỹ thuật tin học của mình tham gia một khóa học ngắn hạn về quản trị mạng, an ninh mạng nhằm đề phòng virus, hacker và khắc phục các sự cố nảy sinh. Chi phí cho khóa học này tại một trung tâm tin học có uy tín tối đa là 2,500,000 đồng/khóa. Tất cả các chi phí trên lấy từ nguồn vốn lưu động của công ty.

Website sẽ đi vào hoạt động chậm nhất là 30 ngày kể từ khi công ty ký hợp đồng với công ty thiết kế website. Sau đó toàn bộ công tác duy trì và phát triển website sẽ do nhân viên kỹ thuật của công ty đảm nhiệm.

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

3.2.1.3. Dự kiến kết quả đạt được

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

Kết quả đạt được như sau

- Dự kiến Doanh thu thuần tăng được 0.1%

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

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2011	Dự kiến	So sánh năm 2011 và dự kiến	
				Tuyệt đối	Tương đối %
1. Doanh thu Thuần	Đồng	107,429,174,259	107,536,603,433	107,429,174	0.1
2. Giá vốn hàng bán	Đồng	92,584,258,314	92,630,550,443	46,292,129	0.05
3. Tổng chi phí	Đồng	101,567,755,064	101,624,547,193	56,792,129	0.056
4. Lợi nhuận trước thuế	Đồng	5,861,419,195	5,912,056,240	50,637,045	0.86
5. Lợi nhuận sau thuế	Đồng	4,396,064,396	4,434,042,180	37,977,784	0.86
6. Tổng tài sản	Đồng	115,081,786,591	115,081,786,591		
7. Tổng NVCSH	Đồng	50,556,252,357	50,556,252,357		
8. ROA (5/6)	Lần	0.038	0.039	0.001	0.864
9. ROE (5/7)	Lần	0.087	0.088	0.001	0.864

Như vậy sau khi doanh nghiệp thành lập website Lợi nhuận sau thuế theo dự kiến có thể tăng lên 0.86%.

Mức sinh lợi trên tổng tài sản và trên tổng nguồn vốn chủ sở hữu của công ty đều tăng.

3.2.2. Giải pháp giảm lượng hàng tồn kho

Mục tiêu:

Thực hiện tốt công tác này sẽ giúp cho công ty tăng lượng tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu, giảm lượng hàng tồn kho, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng tài sản lưu động.

Cơ sở của giải pháp

Các doanh nghiệp bao giờ cũng phải có một lượng hàng tồn kho nhất định trong kho để cho quá trình sản xuất được thông suốt, liên tục. Song nếu hàng tồn kho lớn sẽ làm ứ đọng vốn dẫn đến hiệu quả sử dụng vốn và sử dụng tài sản kém. Ngoài ra doanh nghiệp lại phải mất một khoản chi phí cho việc lưu kho bảo quản hàng hóa, nguyên vật liệu. Điều này sẽ làm tăng chi phí và giảm lợi nhuận của doanh nghiệp.

Các loại hàng tồn kho của công ty chủ yếu là sản phẩm làm ra bị lỗi không đủ tiêu chuẩn theo đơn đặt hàng của khách hàng, chiếm tới 57% lượng hàng tồn kho.

Bảng cơ cấu hàng tồn kho.

Chi tiết hàng tồn kho	Tỷ trọng %	Trị giá hàng tồn kho (đ)
I. Hàng tồn kho	100	9,039,205,839
1. Thành phẩm tồn	71	6,440,467,837
a. Thành phẩm lỗi dây chuyền chưa thanh lý	57	5,152,374,270
b. Thành phẩm đang chờ thực hiện hợp đồng	14	1,288,093,567
2. Nguyên vật liệu tồn	17	1,541,061,620
3. Chi phí sản xuất kinh doanh dở dang	12	792,615,610
4. Hàng tồn kho khác	13	690,811,828
5. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	(33)	(425,751,056)

Nội dung thực hiện

Để giảm lượng hàng tồn kho hay tăng lượng hàng hóa tiêu thụ ta cần tiến hành:

+ Công ty cần tiến hành các khâu của quá trình cung ứng nguyên vật liệu, bảo quản nguyên vật liệu. Kế hoạch thu mua dự trữ nguyên vật liệu phải phù hợp với yêu cầu của kế hoạch sản xuất kinh doanh đảm bảo cung cấp đầy đủ nguyên vật liệu cho quá trình sản xuất. Công ty cần theo dõi sát sao tình hình giá cả, khả năng nguồn cung ứng để có kế hoạch dự phòng các nguồn cung ứng thay thế phục vụ tốt nhu cầu sản xuất kinh doanh trong mọi trường hợp.

+ Hàng hóa tồn này không những gây ứ đọng vốn kinh doanh làm giảm vòng quay hàng tồn kho mà còn tăng chi phí lưu trữ chiếm diện tích của kho. Giải pháp cho vấn đề này là chỉ có cách là hạ giá thành sản phẩm bán nội địa. Về giá cả công ty có thể bán với giá hợp lý hoặc có thể bán thấp hơn một chút, thu ít lợi nhuận để thu hút khách hàng. Nếu thực hiện được thì công ty sẽ tăng được sản lượng tiêu thụ, từ đó làm tăng doanh thu và tăng lợi nhuận.

Công ty có thể thực hiện chiến lược xúc tiến bán hàng như giảm giá cho khách hàng mua nhiều, tặng chiết khấu cho khách hàng trả tiền ngay và tặng phần trăm hoa hồng cho những bạn hàng giới thiệu bạn hàng mới.

Ở đây em xin chỉ nói về việc giảm giá hàng bán không đạt chất lượng.

Dự kiến bán sản phẩm lỗi với giá bán giảm 20% và bằng với giá vốn vì đây vì doanh nghiệp là doanh nghiệp trực tiếp sản xuất sản phẩm vì thế khi giảm số lượng hàng tồn kho đã được coi là thành công và giá bán của hàng tồn kho bằng với chi phí sản xuất cũng được coi là ưu điểm của doanh nghiệp. Toàn bộ số sản phẩm này chỉ được bán trong nước.

Bảng giá thực hiện của giải pháp một số sản phẩm tồn kho chủ yếu.

Tên sản Phẩm	Giá bán năm 2011(VND)	Giá bán dự kiến
Chuột mickey nhồi bông	120.586 đ	96.469 đ
Vịt Đônnan nhồi bông	210.168 đ	168.134 đ
Gấu bông	100.894 đ	80,715 đ
Mèo nhồi bông các loại	126.584 đ	101,267 đ

Dự kiến kết quả đạt được

Sau khi thực hiện giải pháp thì hàng tồn kho dự kiến giảm được 20% lượng tồn kho trong tổng số 57% hàng tồn vì không đạt chất lượng. Vậy doanh thu bán hàng của doanh nghiệp sẽ tăng lên là $(9,039,205,839 * 57\%) * 20\% = 1,030,469,466$ đ. Và đây cũng chính là giá vốn hàng bán của số hàng tồn kho này.

Tổng chi phí thực hiện biện pháp.

Để thực hiện một loạt công tác trên, công ty cần phải bỏ ra các khoản chi phí sau:

Bảng chi phí thực hiện giải pháp giảm hàng tồn kho.

DVT: đồng

Chỉ tiêu	Số tiền (đồng)
1. Giá vốn hàng bán (hàng tồn kho)	1,030,469,466
2. Chi phí chiết khấu, giảm giá cho khách hàng	194,910,000
3. Chi phí khác	10,740,000
4. Chi phí quản lý doanh nghiệp (chi phí lưu kho và bảo quản)	(313,148,946)
Tổng chi phí dự kiến	922,970,520

Như vậy, sau khi thực hiện giải pháp này số tiền dự kiến thu được

$$= \text{Tổng thu} - \text{Tổng chi} = 1,030,469,466 - 922,970,520 = 107,498,946 \text{ (đồng)}.$$

•Đánh giá kết quả đạt được của biện pháp

Việc thực hiện biện pháp trên đã góp phần nâng cao được hiệu quả sử dụng vốn lưu động của công ty.

Bảng đánh giá kết quả sau khi thực hiện giải pháp giảm hàng tồn kho.

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2011	Dự kiến	So sánh năm 2011 và dự kiến	
				Tuyệt đối	Tương đối %
1. Tổng vốn	Đồng	115,081,786,591	115,081,786,591		
2. Vốn lưu động	Đồng	15,978,966,676	14,948,497,210	(1,030,469,466)	(6.45)
3. Hàng tồn kho	Đồng	9,039,205,839	8,008,736,373	(1,030,469,466)	(11.4)
4. Giá vốn hàng bán	Đồng	92,584,258,314	93,614,727,780	1,030,469,466	1.1
5. Tổng chi phí	Đồng	101,567,755,064	102,490,725,584	922,970,520	0.91
6. Doanh thu thuần	Đồng	107,429,174,259	108,459,643,725	1,030,469,466	0.96
7. Lợi nhuận trước thuế	Đồng	5,861,491,195	5,968,918,141	107,498,946	1.83
8. Lợi nhuận sau thuế	Đồng	4,396,064,396	4,476,688,606	80,624,210	1.83
9. Số vòng quay hàng tồn kho (4/3)	Vòng	10,24	11,69	1,14	11.48
10. Sức sinh lời của vốn lưu động (8/2)		0,28	0,3	0,02	8.85
11. Số vòng quay vốn lưu động (6/2)		6,72	7,26	0,53	7,29

Như vậy sau khi thực hiện giải pháp này các chỉ tiêu đều khả thi và có xu hướng phát triển tốt.

Số vòng quay hàng tồn kho tăng được 1.14 vòng tương ứng với 11.48%.

Sức sinh lời của vốn lưu động tăng được 0,02 lần tương ứng với 8.85% và số vòng quay hàng tồn kho tăng được 0.53 lần.

Vì vậy doanh nghiệp nên cố gắng giảm lượng hàng tồn kho bằng cách thúc đẩy nhanh việc bán hàng, nới lỏng điều kiện trả chậm của khách hàng. Cân đối giữa giảm lượng hàng tồn kho mà không làm tăng các khoản phải thu là mong muốn của mọi doanh nghiệp

Kết luận

Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt hiện nay của cơ chế thị trường thì mọi doanh nghiệp, mọi tổ chức sản xuất kinh doanh đều đang đứng trước những khó khăn và thách thức lớn trong việc làm thế nào để tồn tại và phát triển được trước các đối thủ cạnh tranh. Những khó khăn và thách thức này chỉ có thể giải quyết được khi doanh nghiệp chú trọng đến việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường nói riêng, nâng cao hiệu quả kinh tế xã hội nói chung luôn là vấn đề mang tính lâu dài và cấp bách của mọi chế độ xã hội, mọi doanh nghiệp.

Xuất phát từ tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả kinh doanh trong lĩnh vực sản xuất, nên trong thời gian thực tập tại công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH, em đã nghiên cứu đề tài: “Một số biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại công ty TNHH may xuất khẩu MINH THÀNH” khóa luận này là kết quả thu được của em trên cơ sở vận dụng những kiến thức đã học và quá trình tìm hiểu thực tiễn hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty. Qua thời gian tìm hiểu em thấy rằng hiệu quả của hoạt động sản xuất kinh doanh chịu nhiều ảnh hưởng của rất nhiều nhân tố. Vì vậy, muốn nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh phải giải quyết đồng bộ nhiều vấn đề như: Sản xuất như thế nào? Bao nhiêu?...

Những biện pháp đưa ra không những nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty mà nó còn góp phần vào việc thực hiện thành công mục tiêu mở rộng và nâng cao hơn nữa hiệu quả của hoạt động kinh tế đối ngoại.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn Cô giáo, Thạc sỹ Cao Thị Hồng Hạnh đã giúp đỡ em hoàn thành chuyên đề và các thầy cô giáo khoa Quản trị kinh doanh đã cho em hệ thống kiến thức giúp em nghiên cứu đề tài này.