

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



ISO 9001 : 2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Sinh viên : Nguyễn Thị Minh Nguyệt

Giảng viên hướng dẫn : ThS Nguyễn Thị Ngọc Mỹ

HẢI PHÒNG - 2012

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

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ
SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH
THƯƠNG MẠI P.H.C

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY

NGÀNH: QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

Sinh viên : Nguyễn Thị Minh Nguyệt

Giảng viên hướng dẫn : ThS Nguyễn Thị Ngọc Mỹ

HẢI PHÒNG - 2012

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Nguyễn Thị Minh Nguyệt

Mã SV: 120458

Lớp : QT1202N

Ngành: Quản trị doanh

nghiệp

Tên đề tài: Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty TNHH Thương mại P.H.C.

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp

Sau một thời gian thực tập tại Công ty TNHH Thương mại P.H.C nhận thấy một số vấn đề bất cập còn tồn tại trong hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty em đã quyết định chọn đề tài “Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH Thương mại P.H.C” làm đề tài cho khóa luận tốt nghiệp của mình. Nghiên cứu tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty để đưa ra những nhận định đánh giá cũng như các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty trong thời gian tới.

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

Đối tượng nghiên cứu là tình hình hoạt động và kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Thương mại P.H.C được thể hiện qua các chỉ tiêu kinh tế cũng như hệ thống báo cáo tài chính của công ty.

Phạm vi nghiên cứu là tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty qua 2 năm 2010, 2011.

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

Công ty TNHH Thương mại P.H.C

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên: Nguyễn Thị Ngọc Mỹ

Học hàm, học vị: Thạc sĩ

Cơ quan công tác: Trường Đại học Dân lập Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

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

Nguyễn Thị Minh Nguyệt

Nguyễn Thị Ngọc Mỹ

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 NÓI ĐẦU	1
PHẦN I: LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP	3
1.1 MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP.....	3
1.1.1 Hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.....	3
1.1.2 Các quan niệm về hiệu quả kinh doanh.....	4
1.1.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp..	8
1.1.3.1 Các nhân tố khách quan.....	8
1.1.3.2 Các nhân tố chủ quan	12
1.2 CÁC CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ	15
1.2.1 Nhóm chỉ tiêu đánh giá về hiệu quả hoạt động Marketing	15
1.2.1.1 Đánh giá về thị trường của doanh nghiệp.....	15
1.2.1.2 Các chiến lược kinh doanh mà doanh nghiệp đang áp dụng và hiệu quả kinh tế mang lại	15
1.2.2 Nhóm chỉ tiêu đánh giá về tình hình nhân sự của doanh nghiệp.....	16
1.2.2.1 Nhóm chỉ tiêu đánh giá năng suất lao động.....	16
1.2.2.2 Thu nhập bình quân của lao động	16
1.2.1.2 Tạo công ăn việc làm	17
1.2.2 Nhóm chỉ tiêu hiệu quả về mặt tài chính.....	17
1.2.3.1 Nhóm chỉ tiêu đánh giá tổng hợp.....	17
1.2.3.2 Nhóm chỉ tiêu đánh giá bộ phận	22
1.3 NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP	25
1.3.1 Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.....	25
1.3.2 Các biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp	28
1.3.2.1 Nâng cao kết quả đầu ra.....	28
1.3.2.2 Tiết kiệm chi phí đầu vào.....	29

PHẦN II: HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP.....	31
2.1 Vài nét khái quát về công ty TNHH Thương mại P.H.C.....	31
2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp.....	31
2.1.3 Cơ cấu tổ chức.....	33
2.1.4 Những thuận lợi và khó khăn của doanh nghiệp.....	36
2.1.4.1 Thuận lợi.....	36
2.1.4.2 Khó khăn của Công ty.....	36
2.2 Hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.....	37
2.2.1 Sản phẩm của doanh nghiệp.....	37
2.2.2 Công nghệ sản xuất.....	37
2.2.3 Công nghệ kỹ thuật.....	39
2.2.4 Sản lượng sản phẩm, doanh thu.....	40
2.3 Hoạt động Marketing của doanh nghiệp.....	41
2.3.1 Phân tích thị trường của doanh nghiệp.....	41
2.3.2 Các hoạt động marketing trong Công ty.....	43
2.4 Tình hình nhân sự của Công ty TNHH Thương mại P.H.C.....	45
2.4.1 Đặc điểm nhân sự của Công ty.....	45
2.4.2 Công tác tuyển dụng đào tạo và bồi dưỡng.....	48
2.4.3 Sử dụng và quản lý lao động.....	48
2.4.4 Phương pháp trả lương thưởng trong Công ty.....	49
2.4.5 Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động.....	51
2.5.2 Hiệu quả sử dụng tài sản của công ty.....	58
2.5.2.2 Cơ cấu tài sản lưu động của công ty.....	59
2.6 Đánh giá chung về hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH Thương mại P.H.C.....	72
2.6.1 Những kết quả đạt được.....	72
2.6.2 Những vấn đề còn tồn tại.....	73
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI P.H.C.....	75

3.1 Phương hướng hoạt động kinh doanh của công ty trong giai đoạn tới.....	75
3.1.1 Tình hình kinh tế xã hội của đất nước trong những năm tới.....	75
3.1.2 Phương hướng hoạt động và phát triển của Công ty trong thời gian tới.....	75
3.2 Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Thương mại P.H.C	77
3.2.1 Nhóm giải pháp chung	77
3.2.1.1 Nhóm giải pháp về nâng cao hiệu quả hoạt động tài chính	77
3.2.1.2 Nhóm giải pháp về nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing.....	78
3.2.1.3 Nhóm giải pháp về nâng cao hiệu quả nguồn nhân lực	79
3.2.2 Nhóm giải pháp cụ thể	80
3.3 Kiến nghị với Nhà nước	84
KẾT LUẬN	86
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	87
BẢNG PHỤ LỤC	88

LỜI NÓI ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong nhiều năm trở lại đây, sự bùng nổ kinh tế gắn liền với khoa học kỹ thuật đã tạo ra khoảng cách giữa các nước trên thế giới. Để rút ngắn được sự chênh lệch về kinh tế thì xu hướng tất yếu là phải hội nhập với nền kinh tế thế giới. Ngày 7/11/2006 Việt Nam đã gia nhập WTO sau hơn 11 năm đàm phán. Đây chính là thời cơ thuận lợi cho Việt Nam vươn lên mạnh mẽ, nhưng cũng đặt ra những thách thức lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong và ngoài nước diễn ra ngày càng khốc liệt đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn tạo ra và duy trì được lợi thế cạnh tranh. Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI của Đảng vừa qua một lần nữa khẳng định nền kinh tế nước ta phát triển theo hướng “Hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa”. Trong định hướng chung của nền kinh tế nước nhà, để tồn tại và phát triển các doanh nghiệp trong nước cần phải có những quyết sách, chiến lược phù hợp và kịp thời đối với các hoạt động kinh tế của mình.

Thực tế cho thấy, trong môi trường cạnh tranh gay gắt của thị trường hiện nay, nhiều doanh nghiệp đã bị thua lỗ phải giải thể hay phá sản, song cũng không ít những doanh nghiệp do hoạt động có hiệu quả nên đã không những đứng vững trên thị trường mà ngày càng phát triển hơn trước. Vì vậy, doanh nghiệp phải chủ động tìm kiếm và áp dụng các biện pháp để nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Thêm vào đó, các nguồn lực đầu vào của quá trình kinh doanh ngày càng trở nên khan hiếm. Chính sự khan hiếm đó đã đặt ra yêu cầu cho các doanh nghiệp là phải làm sao tận dụng được tối đa các nguồn lực đầu vào cũng như để đạt được mục tiêu kinh doanh hay nói cách khác là phải nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình.

Từ tình hình trên, để có thể tồn tại được trên thị trường thì việc “Nâng cao hiệu quả kinh doanh” đang là một vấn đề hàng đầu được nhiều doanh nghiệp quan tâm hiện nay.

Sau một thời gian thực tập tại Công ty TNHH Thương mại P.H.C nhận thấy một số vấn đề bất cập còn tồn tại trong hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty em đã quyết định chọn đề tài **“Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH Thương mại P.H.C”** làm đề tài cho khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

Nghiên cứu tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH Thương mại P.H.C nhằm đưa ra những nhận định đánh giá cũng như các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là tình hình hoạt động và kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Thương mại P.H.C được thể hiện qua các chỉ tiêu kinh tế cũng như hệ thống báo cáo tài chính của công ty.

Phạm vi nghiên cứu là tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty qua 2 năm 2010, 2011.

4. Phương pháp nghiên cứu

Vận dụng nguyên lý cơ bản của kinh tế chính trị học, vận dụng các phạm trù của phép duy vật biện chứng và phép duy vật lịch sử, các phương pháp thống kê kinh tế và các phương pháp cơ bản sử dụng trong phân tích tình hình kinh doanh của doanh nghiệp, như các phương pháp so sánh, phương pháp tỷ lệ, phương pháp phân tích Dupont...

5. Kết cấu khóa luận

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận và các phụ lục, nội dung của khóa luận được chia thành các phần như sau:

Chương 1: Lý luận chung về hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

***Chương 2: Thực trạng về hiệu quả kinh doanh tại công ty
TNHH Thương mại P.H.C***

***Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty TNHH
Thương mại P.H.C***

PHẦN I

LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1 MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1.1 Hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Đối với tất cả doanh nghiệp, các đơn vị sản xuất kinh doanh hoạt động trong nền kinh tế, với các cơ chế quản lý khác nhau thì có các nhiệm vụ mục tiêu hoạt động khác nhau. Ngay trong từng giai đoạn phát triển, doanh nghiệp cũng theo đuổi các mục tiêu hoạt động khác nhau. Nhưng có thể nói rằng trong cơ chế thị trường ở nước ta hiện nay và đặc biệt trong giai đoạn mới gia nhập WTO, mọi doanh nghiệp hoạt động Sản xuất kinh doanh (doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần, Công ty trách nhiệm hữu hạn...) đều có mục tiêu bao trùm, mục tiêu lâu dài là tối đa hóa lợi nhuận. Để đạt được mục tiêu đó thì các doanh nghiệp phải xây dựng được cho mình một chiến lược kinh doanh đúng đắn, xây dựng các kế hoạch thực hiện và đặt ra các mục tiêu chi tiết nhưng phải phù hợp với thực tế, đồng thời phù hợp với tiềm năng của doanh nghiệp, lấy đó làm cơ sở để huy động và sử dụng các nguồn lực, sau đó tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh nhằm đạt được các mục tiêu đề ra.

Trong điều kiện nền sản xuất kinh doanh chưa phát triển, thông tin cho quản lý chưa nhiều, chưa phức tạp thì hoạt động sản xuất kinh doanh chỉ là quá trình sản xuất các sản phẩm thiết yếu cho nhu cầu của xã hội, sau đó là sự lưu thông trao đổi kinh doanh các mặt hàng do các doanh nghiệp sản xuất ra. Khi nền kinh tế càng phát triển, những đòi hỏi về quản lý nền kinh tế quốc dân không ngừng tăng lên, mọi hoạt động của doanh nghiệp đều nằm trong trong thế tác động liên hoàn với nhau. Bởi vậy, chỉ có tiến hành phân tích các hoạt động sản xuất kinh doanh một cách toàn diện mới giúp cho doanh nghiệp đánh giá một cách đầy đủ và sâu sắc mọi hoạt động kinh tế trong trạng thái hoạt động

thực của chúng. Trên cơ sở đó nêu lên một cách tổng hợp trình độ hoàn thành mục tiêu, biểu hiện bằng hệ thống chỉ tiêu kinh tế- kỹ thuật- tài chính của doanh nghiệp. Đồng thời phân tích sâu sắc nguyên nhân hoàn thành hay không hoàn thành các chỉ tiêu đó trong sự tác động lẫn nhau giữa chúng. Từ đó có thể đánh giá đầy đủ mặt mạnh, mặt yếu trong công tác quản lý doanh nghiệp. Mặt khác, qua công tác phân tích hoạt động kinh doanh, giúp cho doanh nghiệp tìm ra các biện pháp sát thực để tăng cường các hoạt động kinh tế và quản lý doanh nghiệp nhằm huy động mọi khả năng, tiềm tàng về nguồn vốn, lao động đất đai vào quá trình sản xuất kinh doanh, nâng cao kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Như vậy, *hoạt động sản xuất kinh doanh được hiểu là quá trình tiến hành các công đoạn từ việc khai thác sử dụng các nguồn lực sẵn có trong nền kinh tế để sản xuất ra các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ nhằm cung cấp cho nhu cầu thị trường và thu được lợi nhuận.*

Nâng cao hoạt động sản xuất kinh doanh là góp phần nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Mỗi doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh trên thị trường đều gặp rất nhiều đối thủ cạnh tranh khác nhau trong cùng ngành cũng như ngoài ngành. Do vậy chỉ có nâng cao hoạt động sản xuất kinh doanh thông qua tiết kiệm chi phí, nâng cao năng suất lao động, nâng cao chất lượng sản phẩm... mới có thể tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Thông qua việc sử dụng các nguồn lực, từng yếu tố sản xuất sẽ quan sát được mối quan hệ giữa yếu tố sản xuất với kết quả hoạt động kinh doanh sẽ biết được những nguyên nhân nào sẽ ảnh hưởng tích cực đến việc sử dụng có hiệu quả các yếu tố đầu vào, những nguyên nhân nào còn hạn chế, ảnh hưởng đến khai thác năng lực sản xuất của doanh nghiệp. Từ đó doanh nghiệp có thể tìm được các biện pháp thích hợp để khai thác khả năng tiềm tàng trong năng lực sản xuất của mình.

1.1.2 Các quan niệm về hiệu quả kinh doanh

Từ trước đến nay khi đề cập đến hiệu quả kinh doanh có rất nhiều quan niệm được đưa ra và chúng không hoàn toàn thống nhất. Ở mỗi hình thái xã hội,

mỗi giai đoạn phát triển thì “hiệu quả kinh doanh” lại được nhìn nhận trên các khía cạnh khác nhau. Tuy nhiên dưới đây ta sẽ xem xét 1 số quan điểm sau:

Quan điểm 1: Trong xã hội tư bản, việc phân đấu tăng hiệu quả kinh doanh thực chất là đem lại nhiều lợi nhuận hơn nữa cho các nhà tư bản, những người nắm quyền sở hữu về tư liệu sản xuất. Adam Smith cho rằng “Hiệu quả kinh doanh là kết quả đạt được từ hoạt động kinh tế, là doanh nghiệp tiêu thụ được hàng hóa” hay hiệu quả là tốc độ tăng của kết quả đạt được như: Tốc độ tăng doanh thu, lợi nhuận. Như vậy, theo quan điểm này hiệu quả được đồng nhất với các chỉ tiêu kết quả hay nhịp độ tăng của các chỉ tiêu đó. Nhiều người đánh giá đây là quan điểm phản ánh tư tưởng trọng thương của Adam Smith và không còn phù hợp với điều kiện hiện tại vì nó chưa quan tâm đến nguyên nhân làm tăng doanh thu hay kết quả kinh doanh cũng như chưa thấy được mối quan hệ với các yếu tố đầu vào.

Quan điểm 2: Quan điểm cho rằng “Hiệu quả kinh doanh là quan hệ tỷ lệ giữa phần tăng thêm của kết quả và phần tăng thêm của chi phí”.

Công thức biểu diễn: $H = \Delta K / \Delta C$

ΔK : Phần gia tăng của kết quả kinh doanh

ΔC : Phần gia tăng của chi phí kinh doanh

H: Hiệu quả kinh doanh

Quan điểm này tuy đã biểu hiện được mối quan hệ tương quan giữa kết quả đạt được với chi phí tiêu hao nhưng chưa thật sự đầy đủ và trọn vẹn vì nó chỉ đề cập đến hiệu quả của phần tăng thêm bằng cách so sánh giữa phần gia tăng của kết quả kinh doanh và phần gia tăng của chi phí kinh doanh chứ chưa đề cập đến toàn bộ phần tham gia vào quá trình kinh doanh. Xét trên quan điểm Triết học Mác-Lênin thì mọi sự vật, hiện tượng đều có mối quan hệ mật thiết, hữu cơ với nhau chứ không tồn tại một cách riêng lẻ, độc lập. Sản xuất kinh doanh không nằm ngoài quy luật này. Các yếu tố tăng thêm hay giảm đi có liên hệ với các yếu tố sẵn có. Chúng trực tiếp hoặc gián tiếp tác động tới kết quả kinh doanh. Hiệu quả kinh doanh luôn là kết quả tổng hợp của toàn bộ phần tham gia vào quá

trình kinh doanh.

Quan điểm 3: Trong xã hội XHCN, phạm trù hiệu quả vẫn tồn tại vì sản phẩm xã hội vẫn được sản xuất ra từ tài sản thuộc quyền sở hữu Nhà nước, toàn dân và tập thể. Tuy nhiên mục đích của nền sản xuất XHCN khác với nền sản xuất TBCN ở chỗ hàng hóa sản xuất ra là để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của tất cả mọi người. Đứng trên lập trường tư tưởng đó, hiệu quả kinh doanh được quan niệm là mức thỏa mãn yêu cầu của quy luật kinh tế cơ bản của xã hội XHCN. Quy luật cho rằng tiêu dùng là chỉ tiêu đại diện cho mức sống của xã hội loài người. Khó khăn ở đây là phương tiện đo lường thể hiện tư tưởng định hướng đó bởi đời sống của nhân dân nói chung và mức sống nói riêng là rất đa dạng và phong phú.

Như vậy các quan niệm trên là không thống nhất và đều có những hạn chế, chưa thể hiện được hết bản chất cũng như các mối liên quan trong quan niệm về “hiệu quả kinh doanh”. Tuy nhiên chúng đều chung ở một điểm cho rằng hiệu quả kinh doanh phản ánh mặt chất lượng của hoạt động kinh doanh. Chính vì vậy một quan điểm về hiệu quả kinh doanh có thể coi là tương đối đầy đủ và hoàn thiện được phát biểu như sau:

Hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là một chỉ tiêu kinh tế tổng hợp nhằm phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực đầu vào trong hoạt động kinh doanh để đạt được các mục tiêu kinh doanh mà doanh nghiệp đã đề ra.

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế biểu hiện sự tập trung của phát triển kinh tế theo chiều sâu. Phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ chi phí các nguồn lực đó trong quá trình tái sản xuất nhằm thực hiện mục tiêu kinh doanh. Nó là thước đo ngày càng trở nên quan trọng của tăng trưởng kinh tế và là chỗ dựa cơ bản để đánh giá việc thực hiện mục tiêu kinh tế của doanh nghiệp trong từng thời kỳ. Nó là phạm trù kinh tế gắn liền với sản xuất hàng hóa, phản ánh trình độ lợi dụng các yếu tố trong quá trình sản xuất. Sản xuất hàng hóa có phát triển hay không là phụ thuộc vào hiệu quả cao hay thấp.

Rõ ràng bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh là nâng cao năng suất lao động xã hội và tiết kiệm lao động sản xuất. Đây là hai mặt có mối quan hệ mật thiết của vấn đề. Chính việc khan hiếm các nguồn lực và sử dụng cũng có tính cạnh tranh nhằm thỏa mãn nhu cầu ngày càng tăng của xã hội, đặt ra yêu cầu phải khai thác, tận dụng triệt để và tiết kiệm các nguồn lực. Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp buộc phải chú trọng các điều kiện nội tại, phát huy năng lực, hiệu lực của các yếu tố sản xuất và tiết kiệm mọi chi phí.

➤ Về mặt định lượng

Hiệu quả kinh tế của việc thực hiện nhiệm vụ kinh tế xã hội biểu hiện trong mối tương quan giữa kết quả thu được và chi phí bỏ ra. Hiệu quả thu được khi kết quả kinh tế đạt được lớn hơn chi phí, chênh lệch càng lớn thì hiệu quả càng cao, ngược lại sự chênh lệch này nhỏ thì hiệu quả đạt được nhỏ. Mối quan ở đây có thể là so sánh tuyệt đối hoặc so sánh tương đối:

- So sánh tuyệt đối thì: $H = K - C$
- So sánh tương đối thì: $H = K/C$

Do đó để tính được hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp ta phải tính kết quả đạt được và chi phí bỏ ra. Nếu xét mối quan hệ giữa kết quả và hiệu quả thì kết quả là cơ sở để tính hiệu quả sản xuất kinh doanh, kết quả kinh doanh của doanh nghiệp có thể là những đại lượng có khả năng cân, đo, đong đếm được như số sản phẩm tiêu thụ mỗi loại, doanh thu bán hàng, lợi nhuận, thị phần... Như vậy kết quả kinh doanh thường là mục tiêu của doanh nghiệp.

➤ Về mặt định tính

Hiệu quả kinh tế thu được là mức độ phản ánh sự nỗ lực của mỗi khâu, mỗi cấp trong hệ thống kinh tế, phản ánh trình độ năng lực quản lý kinh tế và giải quyết những yêu cầu và mục tiêu chính trị, xã hội.

Vì vậy, yêu cầu nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là phải đạt được kết quả tối đa với chi phí tối thiểu, hay phải đạt kết quả tối đa với chi phí nhất định. Chi phí ở đây được hiểu theo nghĩa rộng là chi phí tạo ra nguồn lực và chi phí sử dụng nguồn lực, đồng thời phải bao gồm cả chi phí cơ hội.

1.1.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh là tìm ra những yếu tố tác động đến doanh thu và chi phí của doanh nghiệp. Như vậy việc xác định ảnh hưởng của các nhân tố không những phải chính xác mà còn phải kịp thời, không những chỉ xác định các nhân tố đối với hiện tượng kinh tế mà còn phải xác định sự tác động qua lại giữa các nhân tố đó.

1.1.3.1 Các nhân tố khách quan

Nhóm nhân tố này nằm ngoài sự kiểm soát của doanh nghiệp, có thể có tác động tích cực hoặc tiêu cực đến kết quả cũng như hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, bao gồm:

a. Môi trường kinh doanh

➤ Nhân tố môi trường quốc tế và khu vực

Các xu hướng chính trị trên thế giới, các chính sách bảo hộ và mở cửa của các nước trên thế giới, tình hình chiến tranh, sự mất ổn định chính trị, tình hình phát triển kinh tế của các nước trên thế giới... ảnh hưởng trực tiếp tới các hoạt động mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm cũng như việc lựa chọn và sử dụng các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp. Do vậy mà nó tác động trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Môi trường kinh tế ổn định cũng như chính trị trong khu vực ổn định là cơ sở để các doanh nghiệp trong khu vực tiến hành các Hoạt động kinh doanh thuận lợi góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Và ngược lại, một doanh nghiệp khó có thể tăng được kết quả kinh doanh cũng như hiệu quả hoạt động của mình trong tình hình nền kinh tế - chính trị của khu vực có nhiều bất ổn.

➤ Nhân tố môi trường nền kinh tế quốc dân

- Môi trường chính trị, luật pháp

Môi trường chính trị trong nước ổn định luôn luôn là tiền đề cho việc phát triển và mở rộng các hoạt động đầu tư của doanh nghiệp, các tổ chức cá nhân trong và ngoài nước. Các hoạt động đầu tư lại tác động trở lại rất lớn tới hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Môi trường pháp lý bao gồm: luật, các văn bản dưới luật, các quy trình quy phạm kỹ thuật sản xuất tạo ra một hành lang cho các doanh nghiệp hoạt động, các hoạt động của doanh nghiệp như sản xuất kinh doanh cái gì, bằng cách nào, bán cho ai, nguồn vào lấy ở đâu đều phải dựa vào các quy định của pháp luật. Các doanh nghiệp phải chấp hành các quy định của pháp luật, phải thực hiện các nghĩa vụ của mình với nhà nước, với xã hội, với người lao động như thế nào là do pháp luật quy định (nghĩa vụ nộp thuế, trách nhiệm đảm bảo vệ sinh môi trường, đảm bảo đời sống cho cán bộ công nhân viên trong doanh nghiệp...) Có thể nói luật pháp là nhân tố kìm hãm hoặc khuyến khích sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp, do đó ảnh hưởng trực tiếp tới các kết quả cũng như hiệu quả của Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

- Môi trường văn hóa xã hội

Tình trạng thất nghiệp, trình độ giáo dục, phong cách, lối sống, phong tục, tập quán, tâm lý xã hội... đều tác động một cách trực tiếp hoặc gián tiếp tới hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp, có thể theo chiều hướng tích cực hoặc tiêu cực.

Nếu tỷ lệ thất nghiệp thấp, người lao động có nhiều cơ hội lựa chọn việc làm thì chắc chắn chi phí lao động của doanh nghiệp sẽ cao do đó làm giảm hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp và ngược lại nếu tỷ lệ thất nghiệp cao thì chi phí sử dụng lao động của doanh nghiệp giảm làm tăng hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp, nhưng tỷ lệ thất nghiệp cao sẽ làm cho cầu tiêu dùng giảm và có thể dẫn tới tình trạng an ninh chính trị mất ổn định và làm giảm kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Trình độ văn hóa ảnh hưởng tới khả năng đào tạo cũng như chất lượng chuyên môn và khả năng tiếp thu các kiến thức cần thiết của đội ngũ lao động. Phong cách, lối sống, phong tục, tập quán, tâm lý xã hội... nó ảnh hưởng tới cầu về sản phẩm của doanh nghiệp, nên nó ảnh hưởng trực tiếp tới hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp.

- Môi trường kinh tế

Các chính sách kinh tế của Nhà nước, tốc độ tăng trưởng nền kinh tế quốc dân, tốc độ lạm phát, thu nhập bình quân trên đầu người... là các yếu tố tác động

trực tiếp tới cung cầu về hàng hóa của các doanh nghiệp. Nếu tốc độ tăng trưởng nền kinh tế quốc dân cao, các chính sách của Chính phủ khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư mở rộng sản xuất, sự biến động tiền tệ là không đáng kể, lạm phát được giữ ở mức hợp lý, thu nhập bình quân đầu người tăng... sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp phát triển sản xuất, nâng cao hiệu quả kinh doanh và ngược lại.

– *Điều kiện tự nhiên, môi trường sinh thái và cơ sở hạ tầng*

Các điều kiện tự nhiên như: Các loại tài nguyên khoáng sản, vị trí địa lý, thời tiết khí hậu... ảnh hưởng tới chi phí sử dụng nguyên vật liệu, nhiên liệu, năng lượng, ảnh hưởng tới mặt hàng kinh doanh, năng suất chất lượng sản phẩm, ảnh hưởng tới cung cầu sản phẩm do tính chất mùa vụ... do đó ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Tình trạng môi trường, các vấn đề về xử lý phế thải, ô nhiễm, các ràng buộc xã hội về môi trường... đều có tác động nhất định đến chi phí kinh doanh, năng suất và chất lượng sản phẩm.

Cơ sở hạ tầng của nền kinh tế như: hệ thống đường xá, giao thông, hệ thống thông tin liên lạc, hệ thống ngân hàng tín dụng, mạng lưới điện quốc gia... ảnh hưởng tới chi phí kinh doanh, khả năng nắm bắt thông tin, khả năng huy động và sử dụng vốn... của các doanh nghiệp do đó ảnh hưởng rất lớn tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

– *Môi trường khoa học công nghệ*

Tình hình phát triển khoa học kỹ thuật công nghệ, tình hình ứng dụng của khoa học kỹ thuật và công nghệ sản xuất trên thế giới cũng ảnh hưởng tới trình độ công nghệ và khả năng đổi mới kỹ thuật công nghệ của doanh nghiệp, do đó ảnh hưởng tới năng suất chất lượng sản phẩm tức là ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

b. Đặc điểm ngành, sản phẩm kinh doanh

➤ Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp hiện có trong ngành

Mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong cùng một ngành lại phụ thuộc vào các nhân tố: tốc độ tăng trưởng của ngành kinh doanh, mức độ tập

trung và sự cân bằng giữa các đối thủ, mức độ khác biệt giữa các sản phẩm của các doanh nghiệp, năng lực dư thừa và rào cản của việc ra khỏi ngành... Sự cạnh tranh này ảnh hưởng trực tiếp tới lượng cung cầu sản phẩm của mỗi doanh nghiệp, ảnh hưởng tới giá bán, tốc độ tiêu thụ sản phẩm...do vậy ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp.

➤ **Khả năng gia nhập mới của các doanh nghiệp**

Trong cơ chế thị trường ở nước ta hiện nay trong hầu hết các lĩnh vực, các ngành nghề sản xuất kinh doanh có mức doanh lợi cao thì đều bị nhiều doanh nghiệp khác nhòm ngó và sẵn sàng đầu tư vào lĩnh vực đó nếu như không có sự cản trở từ phía chính phủ. Vì vậy buộc các doanh nghiệp trong ngành này phải tạo ra các hàng rào cản để cản trở sự gia nhập mới bằng cách khai thác triệt để các lợi thế riêng của doanh nghiệp, thông qua việc định giá phù hợp (mức ngăn chặn sự gia nhập, mức giá này có thể làm giảm mức doanh lợi) và tăng cường mở rộng chiếm lĩnh vực thị trường. Do vậy ảnh hưởng tới khả năng sinh lời của ngành và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

➤ **Sản phẩm thay thế**

Hầu hết các sản phẩm đều có sản phẩm thay thế, mỗi đe dọa thay thế nhiều hay ít phụ thuộc vào số lượng, chất lượng, giá cả, mẫu mã bao bì, các chính sách tiêu thụ của sản phẩm thay thế cũng như phụ thuộc vào sự sẵn sàng thay thế của khách hàng. Vì vậy sản phẩm thay thế ảnh hưởng rất lớn tới lượng cung cầu, chất lượng, giá cả và tốc độ tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp.

➤ **Người cung ứng**

Các nguồn lực đầu vào của một doanh nghiệp được cung cấp chủ yếu bởi các doanh nghiệp khác, các đơn vị kinh doanh khác... nếu các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp không có sự thay thế và do nhà độc quyền cung cấp thì việc đảm bảo yếu tố đầu vào của doanh nghiệp phụ thuộc vào các nhà cung ứng rất lớn, chi phí về các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp có thể bị tăng lên, và ngược lại nếu yếu tố đầu vào của doanh nghiệp là sẵn có và có thể chuyển đổi thì việc đảm bảo về số lượng, chất lượng cũng như hạ chi phí về các yếu tố đầu vào là dễ dàng và không bị phụ thuộc vào người cung ứng sẽ tạo điều kiện cho doanh

ng nghiệp nâng cao hiệu quả kinh doanh.

➤ **Người mua**

Khách hàng là một vấn đề vô cùng quan trọng và được các doanh nghiệp đặc biệt quan tâm chú ý. Nếu như sản phẩm của doanh nghiệp sản xuất ra không được người tiêu dùng chấp nhận thì doanh nghiệp không thể tiến hành sản xuất được. Ngoài ra mật độ dân cư, thu nhập, tâm lý và sở thích tiêu dùng và sức mạnh đàm phán của khách hàng ảnh hưởng tới sản lượng và giá cả của sản phẩm của doanh nghiệp.

1.1.3.2 Các nhân tố chủ quan

Đây là nhóm yếu tố doanh nghiệp có thể kiểm soát được cũng như điều chỉnh ảnh hưởng của chúng, bao gồm:

a. Nguồn nhân lực

➤ **Trình độ quản lý**

Trình độ quản lý được xem là yếu tố quan trọng có tính chất sống còn đối với mọi doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường. Trong hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như tiêu thụ sản phẩm con người đóng vai trò trong việc cung cấp dữ liệu các yếu tố đầu vào, hoạch định mục tiêu, phân tích bối cảnh thị trường, lựa chọn thực hiện, kiểm tra các chiến lược các quan điểm áp dụng đối với mỗi doanh nghiệp. Mọi kế hoạch, chiến lược dù có hoàn hảo và đúng đắn đến mức độ nào đi nữa cũng không thể mang lại hiệu quả nếu không có đội ngũ cán bộ quản lý có trình độ.

– Phải xây dựng cho doanh nghiệp một chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp. Nếu xây dựng được một chiến lược phù hợp với môi trường kinh doanh và khả năng của doanh nghiệp là cơ sở, định hướng tốt để doanh nghiệp tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả.

– Xây dựng các kế hoạch kinh doanh với các phương án hoạt động trên cơ sở chiến lược kinh doanh và phát triển mà doanh nghiệp đã xây dựng.

– Tổ chức và điều động nhân sự hợp lý, tổ chức kiểm tra đánh giá và điều chỉnh kịp thời mọi hoạt động trong doanh nghiệp khi cần thiết.

– Xây dựng được văn hóa doanh nghiệp phù hợp, áp đặt những quy tắc

trong công việc bên cạnh phải nêu gương đạo đức của nhà lãnh đạo nhằm tạo ra môi trường làm việc công bằng, lành mạnh phát huy tinh thần làm việc cũng như khả năng của người lao động trong doanh nghiệp.

➤ **Trình độ người lao động**

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh, lực lượng lao động đóng vai trò rất quan trọng, họ có thể sáng tạo ra công nghệ, kỹ thuật mới và đưa chúng vào sử dụng để tạo ra tiềm năng lớn cho việc nâng cao hiệu quả kinh doanh. Cũng chính lực lượng lao động sáng tạo ra những sản phẩm mới với kiểu dáng phù hợp với cầu của người tiêu dùng, làm cho sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp trở nên khác biệt với sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp khác. Lực lượng lao động tác động trực tiếp đến năng suất lao động, đến trình độ sử dụng các nguồn lực khác (máy móc, thiết bị, nguyên vật liệu...) nên tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Ngày nay sự phát triển của khoa học kỹ thuật đã thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế tri thức. Đặc trưng cơ bản của nền kinh tế tri thức là hàm lượng khoa học công nghệ kết tinh trong sản phẩm (dịch vụ) rất cao. Đòi hỏi lực lượng lao động phải có trình độ khoa học kỹ thuật cao, điều này khẳng định vai trò ngày càng quan trọng của lực lượng lao động đối với việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Để thu hút được nguồn lao động có trình độ cao, doanh nghiệp phải có các chính sách ưu đãi với người lao động, đặc biệt là về tiền lương. Mức lương cao sẽ thu hút được nguồn nhân lực có trình độ, tác động được vào tâm lý của người lao động, từ đó tăng năng suất lao động và chất lượng sản phẩm. Tuy nhiên nó cũng có một tác động ngược lại đó là làm tăng chi phí kinh doanh của doanh nghiệp. Xác định một mức lương hợp lý là một vấn đề mà các nhà quản trị doanh nghiệp cần quan tâm khi muốn nâng cao hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

b. Nguồn lực về vốn

Vốn là vấn đề quan trọng hàng đầu giúp cho doanh nghiệp tồn tại trên thị trường. Vốn không những đảm bảo cho các hoạt động kinh doanh của doanh

nghiệp diễn ra liên tục, ổn định mà còn giúp cho doanh nghiệp có khả năng đầu tư cơ sở vật chất - kỹ thuật nâng cao năng suất, giảm chi phí, tận dụng được nhiều cơ hội kinh doanh tạo ra nhiều lợi thế trong cạnh tranh. Từ đó doanh nghiệp có thể đưa ra những chiến lược phát triển phù hợp với điều kiện hiện tại của doanh nghiệp.

Vốn còn ảnh hưởng trực tiếp đến uy tín, đến khả năng chủ động trong kinh doanh, khả năng tiêu thụ, khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Một doanh nghiệp có khả năng vốn lớn hơn thì có thể đưa ra các tiêu chuẩn tín dụng thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh khác, tạo điều kiện cho khách hàng mua sản phẩm của mình nhiều hơn, nâng cao vị thế của mình trên thị trường, tuy vậy nhưng doanh nghiệp vẫn có khả năng tiếp tục sản xuất mà không bị phụ thuộc vào số vốn chưa thu hồi lại được do việc trả chậm của khách hàng.

c. Nguồn lực cơ sở vật chất và công nghệ

Cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp là yếu tố vật chất hữu hình quan trọng phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, làm nền tảng để doanh nghiệp tiến hành các hoạt động kinh doanh. Cơ sở vật chất đem lại sức mạnh kinh doanh cho doanh nghiệp trên cơ sở sức sinh lời của tài sản. Cơ sở vật chất dù chiếm tỷ trọng lớn hay nhỏ trong tổng tài sản của doanh nghiệp thì nó vẫn đóng vai trò thúc đẩy các hoạt động kinh doanh, nó thể hiện bộ mặt kinh doanh của doanh nghiệp qua hệ thống nhà xưởng, kho hàng, cửa hàng, bến bãi... Cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp càng được bố trí hợp lý bao nhiêu thì càng góp phần đem lại hiệu quả cao bấy nhiêu. Điều này thấy khá rõ nếu một doanh nghiệp có hệ thống nhà xưởng, kho hàng, cửa hàng, bến bãi được bố trí hợp lý, nằm trong khu vực có mật độ dân cư lớn, thu nhập của người tiêu dùng cao, thuận lợi về giao thông sẽ đem lại cho doanh nghiệp một tài sản vô hình rất lớn đó là lợi thế kinh tế đảm bảo cho doanh nghiệp hoạt động kinh doanh có hiệu quả cao.

Trình độ kỹ thuật và trình độ công nghệ sản xuất của doanh nghiệp ảnh hưởng tới năng suất, chất lượng sản phẩm, ảnh hưởng tới mức tiết kiệm nguyên vật liệu trong sản xuất. Nếu doanh nghiệp có trình độ kỹ thuật cao, công nghệ

sản xuất hiện đại sẽ giúp sử dụng tiết kiệm nguyên vật liệu, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm từ đó nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

1.2 CÁC CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ

1.2.1 Nhóm chỉ tiêu đánh giá về hiệu quả hoạt động Marketing

1.2.1.1 Đánh giá về thị trường của doanh nghiệp

Thị trường là nhân tố ảnh hưởng lớn nhất tới hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của 1 doanh nghiệp. Một thị trường tốt có thể được đánh giá trên các chỉ tiêu như: mức độ bao phủ rộng lớn, tính ổn định của mức tiêu thụ, thị trường đang phát triển ở giai đoạn nào, hiện nay có bao nhiêu nhà cung ứng đang có mặt tại thị trường...

1.2.1.2 Các chiến lược kinh doanh mà doanh nghiệp đang áp dụng và hiệu quả kinh tế mang lại

➤ Chính sách giá cả

Ở các thị trường khác nhau doanh nghiệp cần phải xác định các chiến lược giá cả khác nhau để đảm bảo khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt nhất và giá cả cạnh tranh nhất. Đối với thị trường cạnh tranh thì doanh nghiệp cần phải tìm cách làm thích ứng giá cả và lượng cung ứng sao cho đạt mức tối đa hóa lợi nhuận ở trong phân đoạn thị trường. Còn đối với thị trường cạnh tranh độc quyền doanh nghiệp có thể thi hành nhiều mức giá khác nhau trong khoảng độc quyền. Quan trọng doanh nghiệp cần phải xác định điểm giá cả tối đa và điểm giá cả tối thiểu được phép.

Chính sách giá cả đối với sản phẩm mới lần đầu tiên đưa ra thị trường, giá cả sẽ mang tính thăm dò và được tính dựa trên giá thành và lợi nhuận ước tính

$$P = Z + LN \text{ ước tính}$$

Vì vậy tùy từng thị trường khác nhau doanh nghiệp sẽ phải xác định các mức giá sản phẩm khác nhau để đảm bảo tính tiêu thụ sản phẩm tốt nhất

➤ **Chính sách xúc tiến sản phẩm:** Bao gồm các chính sách như quảng cáo, khuyến mại, tuyên truyền cổ động...

- **Chính sách phân phối:** Xác định kênh phân phối trực tiếp hay gián tiếp? Phân phối nào là chính? Hệ thống các điểm bán hàng? Tiêu chuẩn chọn lựa các đại lý?...
- **Chính sách phục vụ khách hàng:** Doanh nghiệp phải luôn đảm bảo các phương pháp và phương tiện để phục vụ tốt nhất nhu cầu của họ khi mua sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp và cũng như các chính sách hậu mãi khác.

1.2.2 Nhóm chỉ tiêu đánh giá về tình hình nhân sự của doanh nghiệp

1.2.2.1 Nhóm chỉ tiêu đánh giá năng suất lao động

Lao động là nhân tố sáng tạo trong hoạt động sản xuất kinh doanh, số lượng và chất lượng lao động là nhân tố quan trọng nhất tác động đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Việc đánh giá khả năng sử dụng lao động được thể hiện ở các chỉ tiêu sau:

- **Năng suất lao động:** Biểu hiện hiệu quả trong việc sử dụng lực lượng lao động trong doanh nghiệp, cho biết một lao động tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu thuần trong kỳ.

$$\text{Năng suất lao động} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng lao động}}$$

- **Mức sinh lời bình quân của một lao động:** cho biết mỗi lao động trong doanh nghiệp tạo ra được bao nhiêu lợi nhuận trong thời kỳ nhất định.

$$\text{Mức sinh lời bq một lao động} = \frac{\text{LN trước(hoặc)sau thuế}}{\text{Tổng lao động}}$$

1.2.2.2 Thu nhập bình quân của lao động

Đối với các doanh nghiệp hoạt động trong cơ chế thị trường, lương trả cho công nhân thường tính theo sản phẩm hoặc thời gian lao động. Nếu năng suất của công nhân tăng sẽ làm cho số sản phẩm sản xuất ra tăng, từ đó dẫn đến tăng lương. Ngoài lương ra, nếu doanh nghiệp làm ăn có hiệu quả thì sẽ nâng cao tiền lương/sản phẩm hoặc tiền lương/giờ công. Vì vậy, lương của lao động cũng là một chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trong văn kiện đại hội Đảng lần thứ XI đã nêu rõ mục tiêu về kinh tế của nước ta đến năm 2020 GDP bình quân đầu người theo giá thực tế sẽ đạt 3.000USD, để

đạt mục tiêu này, bản thân mỗi doanh nghiệp cũng cần tạo ra cho mình chiến lược cũng như hướng đi đúng đắn để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của mình từ đó mới có thể đảm bảo mức thu nhập cho người lao động. Bên cạnh đó doanh nghiệp còn phải có những chính sách về lương thưởng phù hợp với năng lực người lao động nhằm đảm bảo quyền lợi cũng như khuyến khích người lao động gắn bó với doanh nghiệp, hết mình với công việc ngoài ra còn thu hút thêm lao động có trình độ đến với doanh nghiệp.

1.2.1.2 Tạo công ăn việc làm

Khi hoạt động có hiệu quả, hầu hết các doanh nghiệp muốn mở rộng sản xuất kinh doanh bằng cách tuyển thêm lao động hoặc tổ chức công nhân làm việc ngoài giờ. Điều này đặc biệt quan trọng đối với nước ta ngày nay khi mức thu nhập chung của người lao động còn rất thấp và tỷ lệ thất nghiệp đang ở mức cao. Đây là chỉ tiêu quan trọng khi đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và là vấn đề nan giải không chỉ Việt Nam mà rất nhiều nước trên thế giới đang gặp phải. Vì vậy, vai trò của doanh nghiệp là rất lớn trong việc tạo thêm công ăn việc làm, góp phần tạo điều kiện cho tầng lớp người lao động được phát huy khả năng của mình, có điều kiện nuôi sống bản thân, đảm bảo đời sống vật chất điều này có ý nghĩa lớn không chỉ đến kinh tế mà còn giúp ổn định xã hội, giảm bớt các tệ nạn xã hội.

1.2.2 Nhóm chỉ tiêu hiệu quả về mặt tài chính

1.2.3.1 Nhóm chỉ tiêu đánh giá tổng hợp

Chỉ tiêu hiệu quả sản xuất kinh doanh tổng hợp phản ánh khái quát và cho phép kết luận về hiệu quả kinh tế của toàn bộ quá trình kinh doanh, phản ánh trình độ lợi dụng tất cả các yếu tố tham gia vào quá trình sản xuất kinh doanh trong một thời kỳ nhất định.

a. Tổng lợi nhuận

Lợi nhuận là kết quả tài chính cuối cùng của các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, là khoản tiền chênh lệch giữa doanh thu và chi phí mà doanh nghiệp đã bỏ ra để đạt được doanh thu đó từ các hoạt động của doanh nghiệp mang lại.

Lợi nhuận = Doanh thu trong kỳ – Chi phí tạo ra doanh thu

Lợi nhuận giữ vai trò quan trọng trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, một trong những mục tiêu hàng đầu của doanh nghiệp là lợi nhuận, nếu một doanh nghiệp bị thua lỗ liên tục, kéo dài thì doanh nghiệp sẽ sớm lâm vào tình trạng bị phá sản. Nó là nguồn tài chính quan trọng đảm bảo cho doanh nghiệp tăng trưởng một cách ổn định, vững chắc đồng thời cũng là nguồn thu quan trọng của Ngân sách Nhà nước và là nguồn lực tài chính chủ yếu để cải thiện vật chất và tinh thần cho người lao động trong doanh nghiệp.

Lợi nhuận là một chỉ tiêu chất lượng tổng hợp phản ánh hiệu quả của toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh. Việc giảm chi phí sản xuất, hạ giá thành sản phẩm sẽ làm tăng lợi nhuận một cách trực tiếp khi các điều kiện khác không đổi. Do đó, lợi nhuận là một chỉ tiêu đánh giá chất lượng hoạt động sản xuất kinh doanh doanh nghiệp.

– Mức tăng lợi nhuận: xác định bằng hiệu số giữa lợi nhuận năm nghiên cứu (ký hiệu LN0), lợi nhuận năm liền trước hay năm gốc (ký hiệu LN1)

$$\Delta LN = LN1 - LN0$$

– Tốc độ tăng lợi nhuận: được xác định bằng thương số giữa mức tăng lợi nhuận với lợi nhuận năm gốc.

$$\%LN = \Delta LN / LN0$$

Các nhân tố tác động trực tiếp đến lợi nhuận: Doanh thu và chi phí để tạo ra doanh thu đó.

➤ *Doanh thu*

Doanh thu của doanh nghiệp là toàn bộ các khoản tiền thu được từ hoạt động sản xuất kinh doanh, hoạt động tài chính và các hoạt động khác mang lại. Doanh thu có ý nghĩa lớn đối với toàn bộ hoạt động của doanh nghiệp. Nó là nguồn tài chính để trang trải các khoản chi phí hoạt động sản xuất kinh doanh và thực hiện các nghĩa vụ với Nhà nước. Khi doanh thu không đảm bảo cho các khoản chi phí bỏ ra, doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn về tài chính. Nếu tình trạng

này kéo dài sẽ làm cho doanh nghiệp không đủ sức cạnh tranh trên thị trường và dẫn đến phá sản. Để thực hiện được mục tiêu tăng lợi nhuận, doanh nghiệp có tác động làm tăng doanh thu thông qua việc gia tăng sản phẩm tiêu thụ hoặc tăng giá bán của sản phẩm. Tuy nhiên, việc tăng giá bán có thể ảnh hưởng đến sản lượng tiêu thụ, vì vậy các doanh nghiệp thường cố gắng tăng doanh thu thông qua việc mở rộng thị phần và tăng số sản phẩm tiêu thụ.

➤ *Chi phí*

Chi phí của doanh nghiệp là toàn bộ các khoản chi phí cho những hoạt động của doanh nghiệp. Nó được chia làm 3 loại: Chi phí sản xuất kinh doanh (giá vốn hàng bán, chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp); chi phí tài chính; chi phí hoạt động khác. Doanh nghiệp cũng có thể tăng tổng lợi nhuận bằng cách giảm chi phí như giảm chi phí giá vốn hoặc giảm các chi phí quản lý. Đặc biệt các chi phí cố định thường được các doanh nghiệp cắt giảm hoặc tận dụng tối đa để làm tăng lợi nhuận.

Ngoài ra, khi phân tích hiệu quả sản xuất kinh doanh, người ta còn xem xét đến tỷ trọng của các loại chi phí trên doanh thu. Cụ thể là:

- Trong hoạt động bán hàng: xem xét tỷ trọng của giá vốn hàng bán, chi phí bán hàng, thể hiện rằng trong một đồng doanh thu bán hàng có bao nhiêu đồng giá vốn hàng bán, bao nhiêu đồng chi phí bán hàng, bao nhiêu đồng chi phí quản lý doanh nghiệp, từ đó ảnh hưởng đến lợi nhuận ra sao

- Trong hoạt động tài chính: xem xét tỷ trọng của chi phí tài chính trên doanh thu tài chính.

b. Tỷ suất lợi nhuận

Xét trên cả phương diện lý thuyết và thực tiễn quản trị kinh doanh các nhà kinh tế cũng như các nhà quản trị hoạt động sản xuất kinh doanh ở các doanh nghiệp đều quan tâm trước hết đến việc tính toán đánh giá các chỉ tiêu chung phản ánh mức độ sinh lợi. Tỷ suất lợi nhuận là cơ sở quan trọng để đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như so sánh hiệu quả sử dụng vốn và mức lãi của doanh nghiệp cùng loại.

➤ *Hiệu suất sử dụng tổng tài sản*

Hiệu suất sử dụng tổng tài sản đo lường tổng quát về năng lực hoạt động của tài sản trong doanh nghiệp, thể hiện qua mối quan hệ giữa tổng doanh thu và thu nhập khác và tổng tài sản hiện có của doanh nghiệp. Tỷ suất này cho biết một đồng đầu tư vào tài sản tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong kỳ .

$$\text{Hiệu suất sử dụng tổng tài sản} = \frac{\text{Doanh thu và thu nhập khác}}{\text{Tổng tài sản bình quân}}$$

Mối quan hệ này cho phép đo lường hiệu quả đầu tư chung bằng cách dựa vào tác động qua lại của cả tài sản dài hạn và tài sản ngắn hạn. Hệ số này càng lớn thì hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp càng cao, điều đó có nghĩa là cần ít tài sản hơn để duy trì mức độ của hoạt động kinh doanh mà doanh nghiệp đặt ra. Mặc dù không đánh giá trực tiếp khả năng sinh lời nhưng chúng lại là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến các chỉ số phản ánh tình hình kinh doanh của doanh nghiệp. Chính vì vậy, nâng cao hiệu suất sử dụng tổng tài sản thông qua việc thực hiện tốt công tác quản lý tài sản sẽ góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

➤ *Tỷ suất lợi nhuận doanh thu*

Xem xét lợi nhuận trong mối quan hệ với doanh thu, thể hiện cứ mỗi đồng doanh thu doanh nghiệp thực hiện trong kỳ, có bao nhiêu đồng lợi nhuận.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận doanh thu} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Doanh thu}} \times 100\%$$

Lợi nhuận được xác định trong công thức có thể là lợi nhuận gộp, lợi nhuận từ hoạt động tiêu thụ sản phẩm hàng hóa và cung cấp dịch vụ, lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh, lợi nhuận trước thuế hay lợi nhuận sau thuế. Tương ứng với chỉ tiêu lợi nhuận, doanh thu được xác định ở mẫu số trong công thức trên có thể là doanh thu thu được từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ (doanh thu thuần), doanh thu hoạt động kinh doanh(bao gồm cả doanh thu thuần và doanh thu hoạt động tài chính), hoặc tổng doanh thu. Việc sử dụng mỗi chỉ tiêu tính toán khác nhau nhằm mục đích đánh giá hiệu quả của mỗi hoạt động khác nhau hoặc hiệu quả toàn bộ hoạt động của doanh nghiệp.

Đánh giá tổng hợp khả năng sinh lời của toàn bộ hoạt động doanh nghiệp:

$$\text{Tỷ suất LN trước (hoặc sau) thuế trên DT} = \frac{\text{LN trước (hoặc sau) thuế}}{\text{DT và thu nhập khác}} \times 100\%$$

Thông thường, những doanh nghiệp có các chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận doanh thu cao là những doanh nghiệp quản lý tốt chi phí trong Hoạt động kinh doanh hoặc thực hiện các chiến lược cạnh tranh về mặt chi phí.

➤ *Tỷ suất sinh lợi tổng tài sản (ROA)*

Phản ánh mối quan hệ giữa lợi nhuận và tổng tài sản hiện có của doanh nghiệp, cho biết cứ 100 đồng tài sản doanh nghiệp mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận.

$$\text{ROA} = \frac{\text{LN}}{\text{Tổng tài sản}}$$

$$= \text{Tỷ suất LN trước thuế trên DT} \times \text{Hiệu suất sử dụng tổng TS}$$

Theo cách viết này thì khả năng sinh lời tổng tài sản của doanh nghiệp là kết quả tổng hợp của một tỷ số năng lực hoạt động với một tỷ số khả năng sinh lời doanh thu. Khả năng sinh lời tổng tài sản thấp có thể do năng lực hoạt động tài sản thấp, cho thấy trình độ quản lý tài sản kém, hoặc tỷ suất lợi nhuận thấp do quản lý chi phí không tốt, hoặc kết hợp cả hai nhân tố đó.

➤ *Tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu (ROE)*

Thể hiện mối quan hệ giữa lợi nhuận với phần vốn của chủ doanh nghiệp, cho biết trong 100 đồng vốn chủ sở hữu đem đầu tư mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận VCSH} = \frac{\text{LN sau thuế}}{\text{VCSH bình quân}} \times 100\%$$

Hoặc:

$$\text{ROE} = \frac{\text{LNST}}{\text{Tổng DT}} \times \frac{\text{Tổng DT}}{\text{Tổng TS BQ}} \times \frac{\text{Tổng TS BQ}}{\text{VCSH BQ}}$$

Theo phương trình trên thì tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu chịu ảnh hưởng của ba nhân tố: Tỷ suất lợi nhuận doanh thu, hiệu suất sử dụng tổng tài sản, và số nhân vốn chủ sở hữu (đòn bẩy tài chính). Để tăng tỷ suất lợi nhuận

vốn chủ sở hữu, doanh nghiệp có thể quản lý tốt chi phí, quản lý tốt tài sản. Trường hợp không quản lý tốt tài sản và chi phí doanh nghiệp có thể tăng tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu bằng việc tăng mức độ sử dụng nợ.

1.2.3.2 Nhóm chỉ tiêu đánh giá bộ phận

Chỉ tiêu hiệu quả hoạt động kinh doanh bộ phận thường được dùng để phân tích hiệu quả kinh tế của từng mặt hoạt động nhằm tìm biện pháp tối đa chỉ tiêu hiệu quả hoạt động kinh doanh tổng hợp, đây là chức năng chủ yếu của hệ thống chỉ tiêu này. Ngoài ra chỉ tiêu hiệu quả hoạt động kinh doanh bộ phận còn dùng để phân tích bổ sung cho chỉ tiêu tổng hợp để kiểm tra và khẳng định rõ hơn kết luận được rút ra từ các chỉ tiêu tổng hợp.

a. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng Tài sản cố định (TSCĐ)

Để đánh giá hiệu quả sử dụng TSCĐ trong doanh nghiệp sử dụng các chỉ tiêu sau:

➤ *Hiệu suất sử dụng TSCĐ*: Cho biết một đồng nguyên giá TSCĐ trong kỳ tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu thuần

$$\text{Hiệu suất sử dụng TSCĐ} = \frac{\text{Doanh thu thuần trong kỳ}}{\text{Nguyên giá TSCĐ bình quân trong kỳ}}$$

Sử dụng hiệu suất sử dụng TSCĐ đo lường hiệu quả quản trị bộ phận tài sản dài hạn quan trọng đối với quá trình Sản xuất kinh doanh trong các doanh nghiệp. Thông thường một doanh nghiệp có hiệu suất sử dụng TSCĐ giảm thể hiện công tác quản lý TSCĐ chưa tốt.

➤ *Hệ số hao mòn TSCĐ*: Cho biết mức độ hao mòn của TSCĐ tại thời điểm đánh giá so với thời điểm đầu tư ban đầu.

$$\text{Hệ số hao mòn TSCĐ} = \frac{\text{KHLK của TSCĐ tại thời điểm đánh giá}}{\text{Nguyên giá TSCĐ tại thời điểm đánh giá}}$$

➤ *Hệ số trang bị TSCĐ cho một công nhân trực tiếp sản xuất*: Phản ánh giá trị TSCĐ bình quân trang bị cho một công nhân trực tiếp sản xuất.

$$\text{Hệ số trang bị TSCĐ} = \frac{\text{Nguyên giá TSCĐ bình quân trong kỳ}}{\text{Số công nhân trực tiếp sản xuất BQ trong kỳ}}$$

b. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng Vốn lưu động(VLD)

VLD của doanh nghiệp bao gồm toàn bộ giá trị của các đối tượng lao động như: vật tư, nhiên liệu, chi tiết, phụ tùng thay thế, công cụ, lao động nhỏ... nằm trong khâu dự trữ sản xuất và các sản phẩm dở dang cũng như nằm ở các đầu tư tài chính ngắn hạn, các khoản phải thu. Để đánh giá hiệu quả sử dụng VLD trong các doanh nghiệp dùng các chỉ tiêu sau:

➤ *Số vòng quay của VLD*: Cho biết tốc độ luân chuyển VLD trong kỳ. Đẩy nhanh tốc độ luân chuyển vốn sẽ góp phần giải quyết nhu cầu về vốn cho doanh nghiệp, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

$$\text{Số vòng quay VLD} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{VLD bình quân trong kỳ}}$$

➤ *Kỳ luân chuyển bình quân VLD*: cho biết tốc độ luân chuyển VLD trong kỳ thể hiện ở số ngày bình quân cần thiết để VLD thực hiện một vòng quay trong kỳ.

$$\text{Kỳ luân chuyển bq VLD} = \frac{\text{Số ngày trong kỳ}}{\text{Số vòng quay của VLD trong kỳ}}$$

➤ *Chỉ tiêu sức sinh lợi của VLD*: cho biết một đồng VLD có thể tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận trước thuế (hoặc sau thuế).

$$\text{Mức sinh lợi của VLD} = \frac{\text{LN trước (hoặc sau) thuế}}{\text{VLD bình quân trong kỳ}} \times 100\%$$

Để đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh thông qua các hệ thống chỉ tiêu người ta thường dùng các biện pháp cụ thể mang tính chất nghiệp vụ kỹ thuật, đó là các phương pháp phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh. Tùy thuộc vào tính chất và đặc điểm riêng biệt của từng đơn vị kinh tế mà việc đánh giá lựa chọn một phương pháp cụ thể hoặc kết hợp các phương pháp để áp dụng sao cho có hiệu quả nhất.

➤ Phương pháp so sánh

Đây là phương pháp chủ yếu dùng trong phân tích hoạt động kinh doanh và thường được thực hiện ở bước khởi đầu của việc phân tích.

Việc sử dụng phương pháp so sánh là nhằm các mục đích:

- Đánh giá tình hình thực hiện nhiệm vụ kế hoạch mà doanh nghiệp đã đặt

ra bằng cách so sánh giữa trị số của chỉ tiêu kỳ thực tế với trị số của chỉ tiêu kỳ kế hoạch.

– Đánh giá tốc độ, xu hướng phát triển của kết quả kinh doanh thông qua việc so sánh kết quả kỳ này với kết quả kỳ trước.

– Đánh giá mức độ tiên tiến hay lạc hậu của đơn vị bằng cách so sánh kết quả của bộ phận hay của đơn vị thành viên với kết quả trung bình của tổng thể hoặc so sánh kết quả của đơn vị này với kết quả của đơn vị khác có cùng quy mô hoạt động, trong cùng một lĩnh vực hoạt động.

Việc so sánh hai số liệu phải đảm bảo điều kiện

- Cùng nội dung kinh tế
- Thống nhất về phương pháp tính
- Cùng một đơn vị đo lường và độ dài thời gian.

Các kỹ thuật so sánh

– So sánh bằng số tuyệt đối: là so sánh bằng phép trừ giữa trị số của chỉ tiêu kỳ phân tích so với trị số của chỉ tiêu kỳ gốc. Kết quả so sánh biểu hiện khối lượng, quy mô biến động của các hiện tượng kinh tế.

– So sánh bằng số tương đối: là so sánh bằng phép chia giữa trị số của kỳ phân tích so với kỳ gốc của các chỉ tiêu kinh tế hoặc trị số của kỳ phân tích so với kỳ gốc đã được điều chỉnh theo tỷ lệ hoàn thành kế hoạch của chỉ tiêu có liên quan theo hướng quyết định quy mô chung của chỉ tiêu phân tích.

– So sánh bằng số bình quân: Số bình quân là dạng đặc biệt của số tuyệt đối, biểu hiện tính chất đặc trưng chung về mặt số lượng nhằm phản ánh đặc điểm chung của một đơn vị, một bộ phận hay một tổng thể chung có cùng tính chất.

➤ **Phương pháp loại trừ**

Là phương pháp xác định xu hướng và mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến kết quả kinh doanh bằng cách loại ảnh hưởng của các nhân tố khác.

– *Phương pháp thay thế liên hoàn*: được sử dụng để xác định mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến kết quả kinh tế khi các nhân tố ảnh hưởng này có mối quan hệ tích hoặc thương số với chỉ tiêu kinh tế.

– *Phương pháp số chênh lệch*: là một dạng đặc biệt của phương pháp thay thế liên hoàn. Về mặt toán học, phương pháp số chênh lệch là hình thức rút gọn của phương pháp thay thế liên hoàn bằng cách đặt thừa số chung.

– *Phương pháp cân đối*: được sử dụng để xác định ảnh hưởng của các nhân tố trong điều kiện các nhân tố có mối quan hệ tổng (hiệu) với chỉ tiêu phân tích. Về mặt toán học, mức ảnh hưởng của từng nhân tố là độc lập với nhau.

➤ **Phương pháp phân tích số tỷ lệ**

Đây là phương pháp được sử dụng khá phổ biến trong phân tích tài chính và đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh. Phương pháp này dựa trên các ý nghĩa chuẩn mực các tỷ lệ của đại lượng tài chính trong các quan hệ tài chính. Về nguyên tắc, phương pháp này yêu cầu phải xác định được các ngưỡng, các định mức để nhận xét, đánh giá tình hình tài chính doanh nghiệp, trên cơ sở so sánh các tỷ lệ của doanh nghiệp với giá trị các tỷ lệ tham chiếu.

➤ **Phương pháp phân tích Dupont**

Bản chất của phương pháp này là tách một chỉ tiêu kinh tế tổng hợp (một tỷ số) thành tích của chuỗi các tỷ số có mối liên hệ nhân quả với nhau. Điều này cho phép ta phân tích những ảnh hưởng của các tỷ số thành phần (tỷ số nhân tố) đối với tỷ số tổng hợp. Với phương pháp, nhà phân tích có thể tìm được những nhân tố, những nguyên nhân dẫn đến hiện tượng tốt, xấu trong mỗi hoạt động cụ thể của doanh nghiệp, từ đó thấy được mặt mạnh, điểm yếu trong các hoạt động của doanh nghiệp.

1.3 NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.3.1 Sự cần thiết phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Trong quá trình kinh doanh các doanh nghiệp phải luôn gắn mình với thị trường nhất là trong một nền kinh tế mở như hiện nay. Sự vận động đa dạng, phức tạp nó dẫn đến sự biểu hiện gần đúng với nhu cầu thị trường của xã hội. Song các doanh nghiệp không được đánh giá quá cao hoặc quá tuyệt đối hóa vai trò của thị trường, coi cơ chế thị trường là hoàn hảo. Bởi lẽ thị trường luôn chứa đựng những khuyết tật của nó như: Đầu cơ, lừa lọc, độc quyền... Do vậy mỗi

doanh nghiệp phải xác định được cho mình một phương thức hoạt động riêng phù hợp. Cụ thể là: Doanh nghiệp phải xác định cho mình cơ chế hoạt động trên hai thị trường đầu vào và đầu ra để đạt kết quả cao nhất và kết quả này không ngừng phát triển, nâng cao hiệu quả về mặt chất cũng như mặt lượng. Như vậy, trong cơ chế thị trường, việc nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh có vai trò:

Thứ nhất: Nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh là cơ sở cơ bản để đảm bảo tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Bất cứ doanh nghiệp nào hoạt động trong nền kinh tế thị trường cũng có mục tiêu là tồn tại và phát triển một cách vững chắc. Do vậy thu nhập của doanh nghiệp phải không ngừng nâng lên. Nhưng trong điều kiện vốn và kỹ thuật chỉ thay đổi trong khuôn khổ nhất định để tăng lợi nhuận bắt buộc các doanh nghiệp phải tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh. Như vậy, hiệu quả hoạt động kinh doanh là điều kiện hết sức quan trọng trong việc đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Một cách nhìn khác, sự tồn tại của doanh nghiệp được xác định bởi sự tạo ra hàng hóa, của cải vật chất và các dịch vụ phục vụ cho nhu cầu của xã hội đồng thời tạo ra tích lũy cho xã hội. Để thực hiện được như vậy thì mỗi doanh nghiệp đều phải vươn lên đảm bảo thu nhập, bù đắp chi phí bỏ ra và có lãi trong quá trình hoạt động kinh doanh. Có như vậy mới đáp ứng được nhu cầu tái sản xuất trong nền kinh tế và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh là điều tất yếu.

Tuy nhiên, sự tồn tại mới chỉ là một yêu cầu mang tính chất giản đơn còn sự phát triển và mở rộng doanh nghiệp lại là một yếu tố quan trọng. Bởi vì sự phát triển, mở rộng của doanh nghiệp không những đòi hỏi sự tồn tại của doanh nghiệp mà còn đòi hỏi sự tích lũy đảm bảo cho quá trình tái sản xuất mở rộng theo quy luật phát triển. Như vậy để phát triển và mở rộng doanh nghiệp mục tiêu lúc này không còn là đủ bù đắp chi phí bỏ ra mà phải tích lũy đáp ứng nhu cầu tái sản xuất, và một lần nữa nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh lại được nhấn mạnh

Thứ hai: Nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh là nhân tố thúc đẩy cạnh tranh và sự tiến bộ trong kinh doanh.

Chấp nhận cơ chế thị trường là chấp nhận sự cạnh tranh. Trong khi thị trường ngày càng phát triển thì cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng khốc liệt hơn. Trong mục tiêu chung của các doanh nghiệp đều là phát triển thì cạnh tranh là yếu tố làm cho doanh nghiệp mạnh lên nhưng cũng có thể bóp chết doanh nghiệp trên thị trường. Do vậy, để tồn tại và phát triển thì các doanh nghiệp đều phải chiến thắng trong cạnh tranh trên thị trường. Để làm được điều này thì các doanh nghiệp phải có hàng hóa, dịch vụ có chất lượng tốt, giá cả hợp lý. Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh đồng nghĩa với việc giảm giá, tăng khối lượng hàng hóa tiêu thụ, chất lượng không ngừng được hoàn thiện. Như vậy nâng cao HQKD chính là hạt nhân cơ bản của thắng lợi trong cạnh tranh. Và các doanh nghiệp cạnh tranh nhau tức là không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của mình.

Thứ ba: Nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh đồng nghĩa với nâng cao đời sống của người lao động trong doanh nghiệp và nâng cao hiệu quả của nền kinh tế.

Hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh là động lực thúc đẩy, kích thích người lao động hăng say sản xuất, luôn quan tâm đến kết quả lao động của mình và như vậy sẽ đạt được kết quả kinh tế cao, là cơ sở để nâng cao đời sống cho người lao động. Và ngược lại nâng cao đời sống người lao động sẽ tạo động lực trong sản xuất làm tăng năng suất và góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Mặt khác mỗi người lao động nếu làm ăn có hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp sản xuất có hiệu quả và dẫn tới hiệu quả của nền kinh tế quốc dân. Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh đem lại cho quốc gia sự phân bổ, sử dụng các nguồn lực càng hợp lý và ngược lại việc sử dụng các nguồn lực càng hợp lý thì sản xuất càng hiệu quả.

Như vậy, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là điều kiện sống còn của doanh nghiệp, vừa có ý nghĩa thiết thực đối với nền kinh tế, là tiền đề cho sự

phát triển đất nước trong công cuộc đổi mới hiện nay, là một tất yếu khách quan vì lợi ích của doanh nghiệp và toàn xã hội.

1.3.2 Các biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Muốn nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, bản thân các doanh nghiệp phải chủ động sáng tạo, hạn chế những khó khăn, phát triển những thuận lợi để tạo ra môi trường hoạt động có lợi cho mình. Doanh nghiệp có vai trò quyết định trong sự tồn tại, phát triển hay suy vong của hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Vai trò quyết định của doanh nghiệp thể hiện trên hai mặt: nâng cao kết quả đầu ra và tiết kiệm chi phí đầu vào.

1.3.2.1 Nâng cao kết quả đầu ra

➤ Đa dạng hóa sản phẩm

Để thích nghi với cơ chế thị trường doanh nghiệp sản xuất kinh doanh không chỉ cố định với những loại mặt hàng truyền thống. Nếu loại mặt hàng đó không còn phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng nữa sẽ gây khó khăn trong việc tiêu thụ, để tận dụng các nguồn lực hiện có đồng thời muốn tồn tại doanh nghiệp bắt buộc phải chuyển sang sản xuất các loại hàng hóa phù hợp với thị trường bằng cách đầu tư thêm công nghệ, máy móc thiết bị mới, nhà xưởng kinh doanh... Tuy nhiên doanh nghiệp phải nghiên cứu thật kỹ trước khi ra quyết định đầu tư.

Trong quá trình phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, doanh nghiệp phải chú ý tới lợi nhuận do từng mặt hàng đem lại để có quyết định đúng đắn. Trong điều kiện giới hạn các yếu tố sản xuất, doanh nghiệp nên tập trung sản xuất tăng thêm loại hàng hóa gì để lợi nhuận của doanh nghiệp đạt mức cao nhất, tức là thay đổi cơ cấu mặt hàng theo tỷ lệ thích hợp để đạt hiệu quả hoạt động kinh doanh cao nhất.

➤ Nghiên cứu, tìm kiếm khai thác thị trường-tiêu thụ sản phẩm

Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt của cơ chế thị trường, doanh nghiệp không thể sản xuất sản phẩm dựa vào ý muốn chủ quan của mình mà phải sản xuất dựa trên nhu cầu thị trường, vì vậy doanh nghiệp phải tiến hành nghiên cứu

thị trường, sau đó mới sản xuất. Ngoài ra để giữ vững và mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp phải tìm kiếm và mở rộng thị trường bằng cách đưa ra các chính sách quảng cáo, chính sách tiêu thụ và chính sách giá... cho phù hợp.

➤ *Nâng cao chất lượng sản phẩm*

Là một trong những biện pháp cơ bản để giữ uy tín của doanh nghiệp đối với khách hàng truyền thống. Đồng thời là cách quảng cáo tốt nhất với khách hàng tiềm năng nhằm mở rộng thị trường và tiêu thụ được sản phẩm, có nâng cao chất lượng sản phẩm mới cạnh tranh được trên thị trường và góp phần làm tăng doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp. Để thực hiện biện pháp này, trước tiên doanh nghiệp phải luôn đảm bảo chất lượng các yếu tố đầu vào cấu thành sản phẩm, giám sát kiểm tra chặt chẽ chất lượng nguyên vật liệu đầu vào ngay trong khâu sản xuất, sau đó doanh nghiệp có thể áp dụng các biện pháp cải tiến nâng cao tính năng các sản phẩm, nâng cao chất lượng phục vụ ở khâu phân phối và bán hàng. Ngoài ra doanh nghiệp cần đầu tư thêm thiết bị công nghệ cao, để có thể sản xuất những sản phẩm có chất lượng cao đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng.

1.3.2.2 Tiết kiệm chi phí đầu vào

➤ *Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn*

Tuy không tham gia trực tiếp vào sản xuất sản phẩm nhưng vốn lưu động có vai trò hết sức quan trọng trong sản xuất kinh doanh. Nó giúp cho quá trình sản xuất kinh doanh được đều đặn, liên tục. Nếu sử dụng vốn quá ít có thể làm ngưng trệ sản xuất và các tổn thất khác do sản xuất không liên tục gây ra. Ngược lại nếu sử dụng quá nhiều vốn lưu động sẽ gây lãng phí vì doanh nghiệp phải trả thêm chi phí sử dụng vốn. Xác định chính xác nhu cầu vốn cần thiết sẽ làm tăng vòng quay vốn lưu động và tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh.

➤ *Đầu tư áp dụng công nghệ mới*

Đây là một giải pháp nhằm tăng năng suất lao động, tăng sản lượng, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm chi phí sản xuất và hạ giá thành sản phẩm. Việc

đầu tư phải trên cơ sở nghiên cứu kỹ thị trường, đưa ra các phương án, phân tích và đánh giá phương án có lợi nhất sao cho cân đối được giữa lợi nhuận và rủi ro.

➤ *Các biện pháp về quản lý*

Công tác quản lý bao trùm toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Lãnh đạo của doanh nghiệp phải có kiến thức về khoa học quản lý mới giúp cho doanh nghiệp hoạt động hiệu quả. Có các biện pháp quản lý tốt mới sử dụng có hiệu quả các nguồn lực của doanh nghiệp làm cho sản xuất liên tục đều đặn với chi phí thấp, hạ giá thành sản phẩm, tăng sản lượng và doanh thu. Công tác quản lý phải được thực hiện tốt từ đầu vào đến đầu ra, từ việc chuẩn bị cho sản xuất đến tiến hành sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Vì vậy để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cần có các biện pháp quản lý sau:

- Tổ chức sắp xếp nhân sự phù hợp với quy mô sản xuất
- Các biện pháp sử dụng lao động, máy móc thiết bị đạt hiệu quả cao.
- Các giải pháp sử dụng tiết kiệm nguồn nguyên vật liệu, năng lượng...

PHẦN II:

HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

2.1 Vài nét khái quát về công ty TNHH Thương mại P.H.C

2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp

Công ty TNHH THƯƠNG MẠI P.H.C

Địa chỉ trụ sở chính: Xóm An Lợi Xã An Lư, Huyện Thủy Nguyên,
Thành phố Hải Phòng

Công ty TNHH THƯƠNG MẠI P.H.C được thành lập ngày 17 tháng 09 năm 2008 hoạt động theo giấy phép kinh doanh số 0202006924 do Sở Kế hoạch và Đầu tư Hải Phòng cấp.

Khi doanh nghiệp được thành lập cũng là thời điểm Việt Nam đã gia nhập tổ chức kinh tế thế giới WTO, đây là 1 thuận lợi không nhỏ để công ty có thể phát triển và hội nhập với nền kinh tế thế giới nhưng lại là 1 thách thức cạnh tranh rất lớn với các doanh nghiệp trong và ngoài nước đã hình thành trước đó hoạt động trong cùng 1 lĩnh vực ngành nghề kinh doanh. Tuy nhiên dưới sự lãnh đạo của các nhà quản trị và sự lao động miệt mài của toàn thể cán bộ công nhân viên trong công ty mà công ty đã bước đầu vượt qua được những khó khăn và tìm kiếm được chỗ đứng trên thị trường.

2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp

Nắm được nhu cầu phát triển không ngừng của xã hội Công ty luôn tìm hướng kinh doanh đa dạng ngành nghề kinh doanh mới cho mình. Không tập trung quá sâu vào 1 ngành mà Công ty đã đa dạng nhiều ngành nhưng không vì thế mà lỏng lẻo trong công tác quản lý. Hiện nay lĩnh vực kinh doanh chính của Công ty là:

TT	Tên ngành	Mã ngành
1	Sản xuất và kinh doanh vật liệu xây dựng	
2	Xây dựng công trình dân dụng, công nghiệp, các công trình hạ tầng và san lấp mặt bằng	
3	Khai thác khoáng sản	

Trong các ngành nghề mà doanh nghiệp thực hiện kinh doanh thì ngành sản xuất và kinh doanh vật liệu xây dựng và san lấp mặt bằng là ngành nghề chính và mang lại doanh thu chủ yếu cho doanh nghiệp(chiếm khoảng 80-85% doanh thu hàng năm).

-Về nhiệm vụ:

+ Thực tập nhiệm vụ sản xuất kinh doanh trên cơ sở chủ động và tuân thủ nghiêm chỉnh các qui định của pháp luật.

+ Nghiêm chỉnh thực hiện những cam kết trong hợp đồng có liên quan đến lĩnh vực sản xuất kinh doanh của công ty.

+ Thực hiện đúng nghĩa vụ của Nhà nước.

+ Quản lý, đào tạo tốt các cán bộ công nhân viên để theo kịp sự đổi mới của đất nước.

+ Xây dựng chiến lược phát triển, có kế hoạch phát triển ngành nghề kinh doanh cho phù hợp.

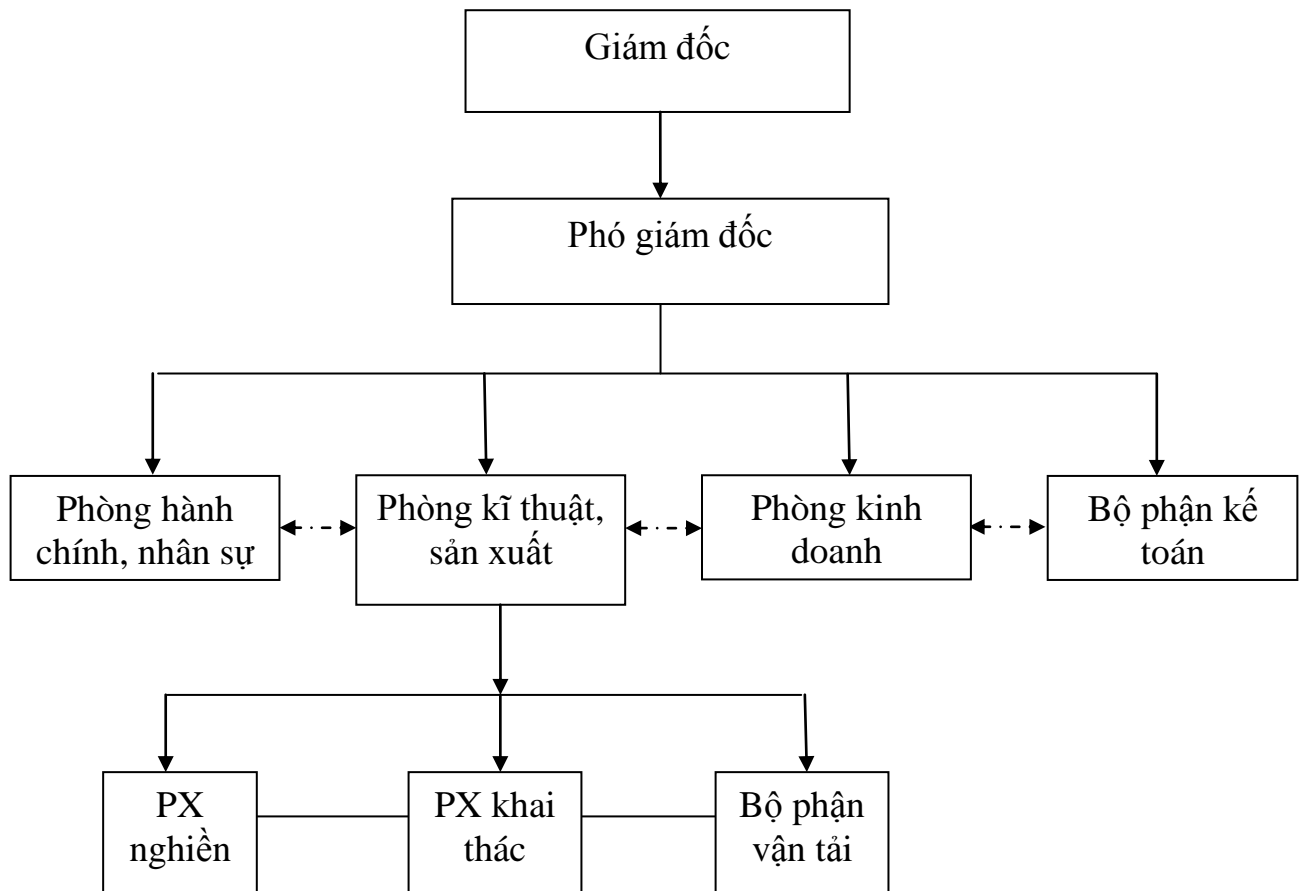
+ Quản lý và sử dụng vốn kinh doanh theo đúng chế độ và quy định của nhà nước.

+ Thực hiện tốt nghĩa vụ đối với người lao động, phân phối thu nhập hợp lý.

+ Đảm bảo an toàn lao động và vệ sinh môi trường.

2.1.3 Cơ cấu tổ chức

Về cơ cấu doanh nghiệp tổ chức theo hình thức cơ cấu



Chức năng và ưu nhược điểm của bộ máy quản lý của Công ty

* Ban giám đốc gồm 1 giám đốc và 1 phó giám đốc

Giám đốc là người điều hành hoạt động của Công ty và chịu trách nhiệm thực hiện các quyền và nghĩa vụ đã được giao cụ thể hóa tại điều lệ Công ty.

* Các phòng ban chức năng

Các phòng ban chức năng có nhiệm vụ thực hiện các công việc do ban giám đốc giao, hoàn thành công việc được giao theo đặc điểm của từng phòng ban. Các trưởng phòng phụ trách định biên các bộ do giám đốc điều hành bổ nhiệm theo phân cấp.

Phòng hành chính nhân sự: 5 người

Phòng kỹ thuật sản xuất: 32 người

Phòng kinh doanh: 6 người

Bộ phận kế toán: 3 người

+ Bộ phận tài chính- kế toán:

- Thực hiện việc tổ chức công tác kế toán phù hợp với chế độ thống kê, pháp luật kế toán hiện hành.
- Thực hiện việc tổ chức tốt công tác kế toán như: Hạch toán doanh thu chi phí giá thành, vật tư, tiền vốn,... phù hợp với tình hình thực tế của doanh nghiệp và phù hợp với chế độ kế toán, pháp luật hiện hành.
- Thông tin kế toán phục vụ lãnh đạo, đưa ra các chỉ số tài chính để lãnh đạo Công ty đưa ra các quyết định kịp thời nhằm lành mạnh hóa tài chính của Công ty.
- Lập kế hoạch tài chính, dự trù ngân sách, các phương thức huy động vốn, bảo toàn cân đối vòng quay vốn, dự báo về khả năng tài chính.
- Cập nhật phản ánh kịp thời đầy đủ các nghiệp vụ kinh tế phát sinh vào hệ thống sổ sách kế toán theo quy định của pháp luật và điều lệ Công ty, thường xuyên đối chiếu và xử lý kịp thời các sai sót kế toán.
- Hướng dẫn đơn đốc, kiểm tra đơn đốc việc chi tiêu tài chính, sử dụng vật tư, máy móc thiết bị, nhân công và các yếu tố đầu vào của sản xuất theo chế độ kế toán hiện hành và điều lệ Công ty.
- Lập báo cáo tài chính theo quy định của nhà nước và các loại báo cáo quản trị theo yêu cầu quản lý Công ty.
- Lập dự trù, yêu cầu vật tư, máy móc, nhân lực và các chi phí khác, các yếu tố đầu vào của sản xuất theo kế hoạch tiến độ, khối lượng và dự toán thi công, hợp đồng sản xuất đã được giám đốc phê duyệt.
- Tự chịu trách nhiệm về các chứng từ hóa đơn do đơn vị mình lập ra để thanh toán

+ Phòng kinh doanh

Phát triển thị trường theo chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Lập kế hoạch kinh doanh cho từng loại sản phẩm.

Tham mưu đề xuất cho giám đốc, hỗ trợ các bộ phận, phòng ban khác trong doanh nghiệp về kinh doanh, tiếp thị, thị trường, lập kế hoạch, tiến hành các hoạt động xuất nhập khẩu.

Tham gia xây dựng Hệ thống quản lí chất lượng, Hệ thống quản lí môi trường và các trách nhiệm xã hội tại doanh nghiệp.

+ Phòng hành chính, nhân sự

Có chức năng theo dõi việc thực hiện quy trình công nghệ, tính toán, đề ra các định mức tỉ lệ khấu hao nguyên vật liệu, lập kế hoạch sản xuất, kiểm tra chất lượng sản phẩm, đảm bảo tiết kiệm nguyên liệu, nâng cao chất lượng sản phẩm.

Nghiên cứu và tổ chức sắp xếp lao động hợp lý trong toàn thể doanh nghiệp để tham mưu cho giám đốc.

Lập kế hoạch đào tạo cán bộ, đào tạo công nhân nghiệp vụ, kế hoạch tiếp nhận cán bộ quản lí, dự kiến cho những cán bộ chuyển công tác hoặc nghỉ hưu, nghỉ mất sức.

Giải quyết các vấn đề hợp đồng lao động, giải quyết các chế độ chính sách cho công nhân viên, quản lí hồ sơ cán bộ công nhân viên.

Tham mưu cho giám đốc lập kế hoạch trả lương, thưởng, các phúc lợi xã hội, việc tăng lương, thăng chức cho cán bộ công nhân viên.

+ Phòng kĩ thuật sản xuất: bao gồm 2 bộ phận

Bộ phận kĩ thuật: triển khai xử lý các vấn đề liên quan đến chất lượng kĩ thuật trong phạm vi doanh nghiệp. Cố vấn cho giám đốc doanh nghiệp về phân bổ kế hoạch sản xuất cho từng đơn vị sản xuất. Trực tiếp điều hành bộ phận kĩ thuật trong toàn doanh nghiệp. Tính phân bổ giá thành sản phẩm cho lương sản phẩm.

Bộ phận sản xuất: thực hiện đúng công việc sản xuất theo tiến độ được giao, đảm bảo về mặt số lượng, chất lượng, thời gian hoàn thành. Từ những kinh nghiệm có được trong quá trình sản xuất có thể lập ra kế hoạch tham mưu cho giám đốc về việc nâng cao năng suất lao động, nâng cao chất lượng sản phẩm, giúp hạ giá thành sản phẩm, nâng cao tính cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

2.1.4 Những thuận lợi và khó khăn của doanh nghiệp

2.1.4.1 Thuận lợi

Hiện nay nền kinh tế đang mở cửa, xu hướng toàn cầu hóa nhanh chóng đã tạo điều kiện cho doanh nghiệp mở rộng thị trường.

Các sản phẩm của doanh nghiệp ngày càng đa dạng và phong phú do sự phát triển của khoa học kỹ thuật, đáp ứng ngày càng cao nhu cầu của khách hàng.

Giá nhân công tại thị trường Việt Nam tương đối thấp so với các nước trong khu vực và trên thế giới.

Bên cạnh những thành quả về mặt số lượng và chất lượng sản phẩm của Công ty ngày càng được nâng lên nhờ sự cố gắng không mệt mỏi của toàn thể ban lãnh đạo và công nhân viên Công ty. Việc đầu tư trang thiết bị, nâng cấp cơ sở hạ tầng ở P.H.C luôn được ban lãnh đạo đề cao. Các máy móc và trang thiết bị kỹ thuật hiện đại đã được Công ty đầu tư đã góp phần tăng năng suất và chất lượng sản phẩm.

Song song với các hoạt động sản xuất, ban lãnh đạo Công ty luôn đề cao các phong trào hoạt động vì cộng đồng, vì mục tiêu xã hội. Chương trình “vì người nghèo”, Hội bảo trợ trẻ em nghèo, người tàn tật trẻ mồ côi,... được Công ty đặc biệt đề cao. Ngoài ra, Công ty cũng xây dựng toàn thể công nhân viên của Công ty tham gia phong trào “Quỹ tình thương” nhằm giúp đỡ những công nhân gặp khó khăn.

2.1.4.2 Khó khăn của Công ty

Nguồn tài nguyên thiên nhiên tự có trên địa bàn ngày càng khan hiếm đồng thời việc khai thác tài nguyên hiện nay đang chịu sự kiểm soát chặt chẽ của nhà nước cùng với việc áp dụng thuế suất khá cao đã gây ảnh hưởng không nhỏ tới việc kinh doanh của công ty.

Máy móc, thiết bị phục vụ sản xuất có giá thành khá cao.

Mức độ cạnh tranh của các đối thủ đối với doanh nghiệp ngày càng mạnh.

Chính sách quản lý kinh tế vĩ mô của Nhà nước và một số chính sách thực thi của địa phương còn chưa đồng bộ như: tỷ giá hối đoái, lãi xuất cho vay trên

thị trường hiện nay khá cao gây khó khăn lớn cho các doanh nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ như P.H.C.

Nền kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng hiện nay vẫn chưa thoát khỏi suy thoái, tỉ lệ lạm phát tuy đã giảm được đà tăng nhưng vẫn còn ở mức cao. Đặc biệt là đối với các nhóm hàng vật liệu xây dựng(tốc độ tăng giá của nhóm mặt hàng này trong vài năm trở lại đây có khi đạt mức tăng lên đến 40-50%) vì vậy người dân vẫn còn rất dè dặt trong việc đầu tư cho xây dựng. Mà sản xuất kinh doanh vật liệu xây dựng, xây lắp công trình dân dụng, công nghiệp, giao thông, san lấp mặt bằng lại là ngành nghề kinh doanh chủ yếu mà doanh nghiệp đang khai thác.

2.2 Hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

2.2.1 Sản phẩm của doanh nghiệp

Các sản phẩm của doanh nghiệp bao gồm:

- Đá hộc
- Đá 4.6
- Đá báy
- Đất đỏ
- Dịch vụ xây dựng công trình dân dụng, công trình giao thông, thủy lợi
- Dịch vụ san lấp mặt bằng

Trong các sản phẩm mà doanh nghiệp cung cấp cho thị trường thì sản phẩm các loại đất, đá xây dựng và sản phẩm dịch vụ san lấp mặt bằng là các sản phẩm chính mang lại doanh thu lớn nhất cho doanh nghiệp.

2.2.2 Công nghệ sản xuất

Thiết bị sản xuất: Công ty TNHH Thương mại P.H.C đã chú ý tới việc đầu tư nâng cấp dây chuyền trang thiết bị phục vụ sản xuất nâng cao năng suất sản phẩm về cả số lượng lẫn chất lượng. Thấy được máy móc thiết bị hiện đại là nhu cầu quan trọng cần thiết hàng đầu trong công tác sản xuất sản phẩm Công ty đã chủ động huy động vốn để mua sắm trang thiết bị phục vụ sản xuất.

Bảng danh mục máy móc thiết bị của Công ty TNHH Thương mại P.H.C

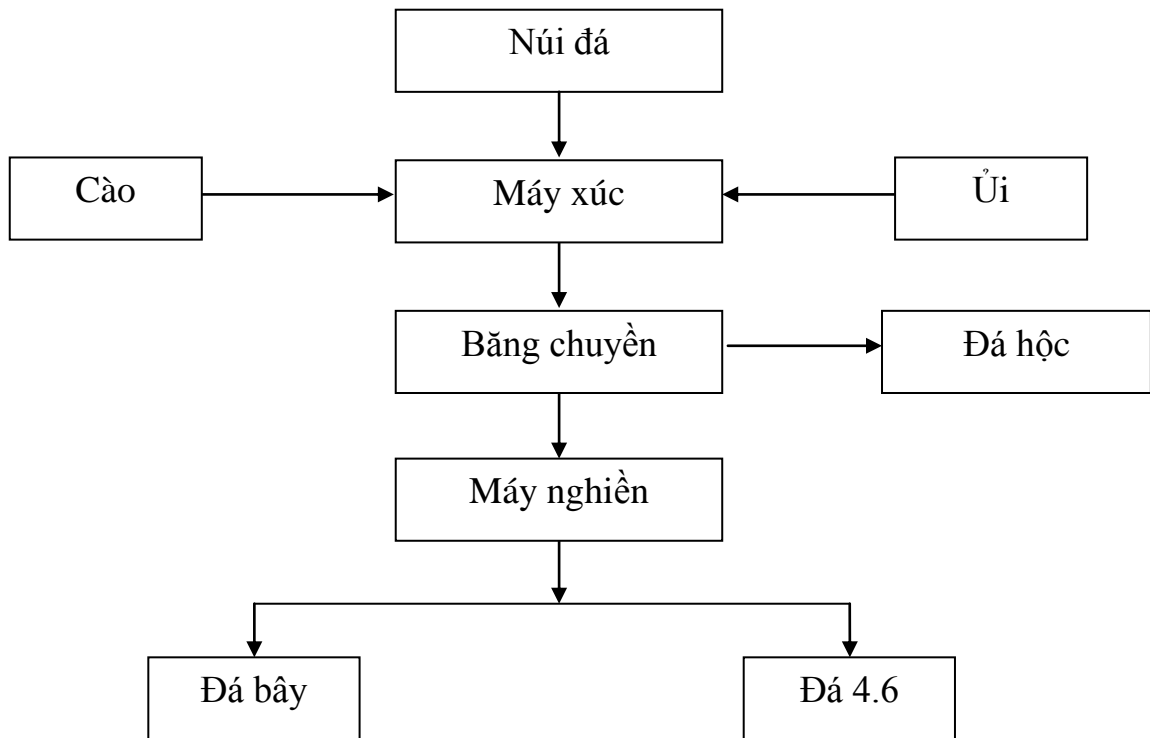
STT	Tên trang thiết bị máy móc	Số lượng	Đơn giá (tr đ)	Thành tiền (Tr đ)
I	Dây chuyền khai thác đất, đá và sản xuất vật liệu xây dựng			
1	Máy xúc	2	1.045	2.090
2	Máy nghiền đá	4	275	1.100
3	Máy cầu	1	1.500	1.500
II	Máy móc thi công công trình			
1	Máy ủi	2	1.335	2.670
2	Máy đầm	2	932	1.864
3	Xe ben	4	455	1.820
4	Xe lu	1	622	622
III	Các thiết bị phụ trợ			
1	Máy phát điện dự phòng	2	34,5	69
	Tổng cộng	18		11.735

(Nguồn: Phòng kỹ thuật- sản xuất)

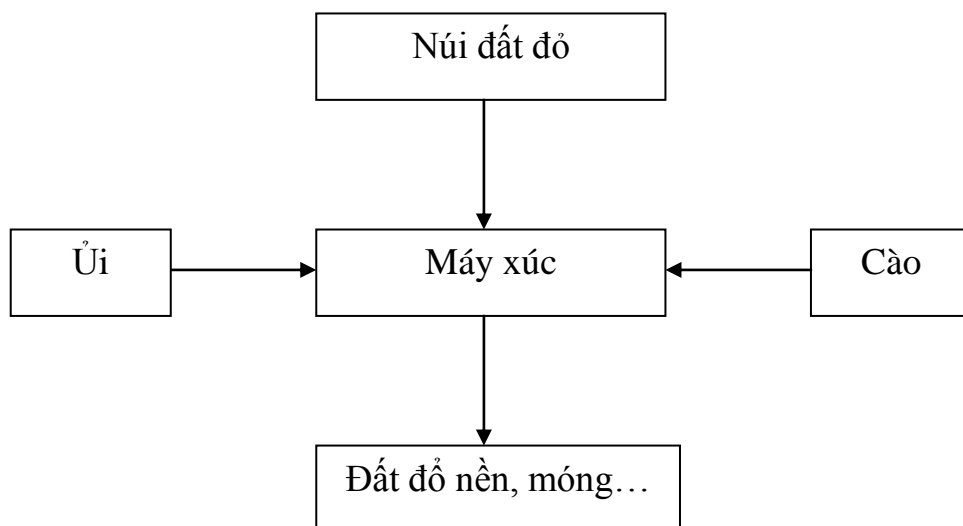
2.2.3 Công nghệ kỹ thuật

Sản phẩm của doanh nghiệp tập trung vào các loại đất đá xây dựng.

Quy trình khai thác và nghiền đá(sơ đồ)



Dây chuyền khai thác đất



Nhìn chung công nghệ sản xuất đất, đá xây dựng tương đối đơn giản chất lượng và hiệu quả của sản phẩm chủ yếu phụ thuộc vào các yếu tố sau:

- Mức độ hiện đại, đồng bộ và công suất của dây chuyền thiết bị.
- Thiết kế khai triển quy trình khai thác hợp lý để đảm bảo tỷ lệ hao phí nhỏ nhất và tiết kiệm thời gian khai thác.
- Trình độ quản lý tiên tiến, đội ngũ lãnh đạo năng động và đội ngũ công nhân thạo nghề.

2.2.4 Sản lượng sản phẩm, doanh thu

+ Đơn giá và sản lượng

- Sản lượng

STT	Tên sản phẩm	Sản lượng	Tỷ trọng	Đơn giá (1000 đ)
1	Đất đỏ nền, móng	253.4(tr m ³)	20%	80
2	Đá	251.8(tr m ³)	35%	
	- Đá hộc	66.24(tr m ³)	28%	150
	- Đá bâu	114.6(tr m ³)	42%	130
	- Đá 4.6	70.96(tr m ³)	30%	150
3	Dịch vụ san lấp mặt bằng	195(tr m ²)	45%	110- 140

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

+ Doanh thu(năm 2011)

STT	Tên sản phẩm	Doanh thu (tr đồng)	Tỷ trọng
	Doanh thu thuần	126,717,481	100%
1	Đất đỏ	20,274,797	16%
2	Đá	35,480,895	28%
3	Dịch vụ san lấp mặt bằng	45,618,293	36%
4	Dịch vụ xây dựng	25,343,496	20%

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

2.3 Hoạt động Marketing của doanh nghiệp

2.3.1 Phân tích thị trường của doanh nghiệp

+ Thị trường

Thị trường của Công ty TNHH Thương mại P.H.C chủ yếu là các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực xây dựng trong địa bàn thành phố Hải Phòng và các tỉnh lân cận như Quảng Ninh, Hải Dương... Hiện nay Việt Nam vẫn đang trong thời kỳ công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước nhu cầu xây dựng các công trình giao thông, thủy lợi, các công trình công nghiệp cũng như dân dụng ngày càng tăng lên. Biết được nhu cầu rộng lớn đó Công ty đã không ngừng tìm kiếm thị trường mới nhằm nâng cao sức cạnh tranh cho sản phẩm của mình. Thành phố Hải Phòng, nơi doanh nghiệp đặt trụ sở kinh doanh và sản xuất là một thành phố Cảng phát triển năng động với đa dạng ngành nghề là một thị trường đầy tiềm năng. Hơn nữa ngành xây dựng Hải Phòng lại rất phát triển với một lượng lớn các Công ty đang hoạt động trong lĩnh vực này. Hiện nay Công ty không chỉ cung cấp các sản phẩm vật liệu và dịch vụ xây dựng cho các doanh nghiệp trên địa bàn Hải Phòng và khá nhiều tỉnh thành trong nước mà còn có cả các đối tác nước ngoài như Trung Quốc, Nhật Bản... trong các công trình xây dựng cơ sở hạ tầng tại Việt Nam.

+ Khách hàng

Một số khách hàng chủ yếu của doanh nghiệp trong lĩnh vực xây dựng phải kể đến các doanh nghiệp của Trung Quốc như Hồ Bắc, Trung Nam... là các đơn vị đang thực hiện thi công công trình nhà máy nhiệt điện Hải Phòng 2 đang được xây dựng tại xã Tam Hưng, huyện Thủy Nguyên, Hải Phòng.

Đó là những Công ty đã đặt hàng lâu năm của doanh nghiệp(ngay từ khi doanh nghiệp mới đi vào hoạt động. Không dừng lại ở những khách hàng lâu năm, Công ty TNHH Thương mại P.H.C luôn tìm kiếm khách hàng mới cho sản phẩm của mình. Gần đây nhất Công ty đã ký hợp đồng xây dựng công trình thủy lợi cho 1 số xã trong khu vực huyện Thủy Nguyên. Công ty cũng đang nhận 1 số hợp đồng san lấp mặt bằng các công trình cơ sở hạ tầng như trường mầm non,

trạm y tế xã và cả các công trình xây dựng dân dụng như nhà ở, nhà hàng... Ngoài ra còn kí được nhiều hợp đồng cung cấp đá, đất cho nhiều công trình xây dựng trong địa bàn thành phố và các khu vực lân cận. Công ty luôn đặt chất lượng sản phẩm lên hàng đầu vì vậy mà luôn giữ được lòng tin cho khách hàng của mình đồng thời khẳng định được thương hiệu của mình trong lĩnh vực cung cấp vật liệu xây dựng và thi công công trình.

+ **Đối thủ cạnh tranh**

Ngành xây dựng cũng như cung cấp vật liệu xây dựng từ lâu đã là 1 ngành thể mạnh của Hải Phòng vì đã có 1 thời gian phát triển lâu dài và bao gồm hàng trăm doanh nghiệp lớn nhỏ hoạt động. P.H.C là 1 doanh nghiệp sinh sau đẻ muộn trong lĩnh vực này nên từ những ngày đầu mới thành lập Công ty đã gặp phải sự cạnh tranh rất mạnh mẽ. Xác định được các doanh nghiệp đối thủ không những đã có thời gian hoạt động lâu dài trong ngành nghề kinh doanh mình lựa chọn mà họ còn có tiềm lực tài chính khá mạnh. Vấp phải những khó khăn lớn như vậy ngay trong những ngày đầu, Công ty đã chủ động tìm hiểu để xác định các cạnh tranh mạnh yếu, phân thị trường chưa có đối thủ nào khai thác để xác định chiến lược kinh doanh cụ thể.

Từ những tìm hiểu đó và trong quá trình tiến hành kinh doanh doanh nghiệp đã xác định cho mình các đối thủ cạnh tranh chủ yếu sau:

- Đối thủ cạnh tranh trực tiếp: Công ty đã xác định đối thủ cạnh tranh trực tiếp với mình là Công ty TNHH My Sơn. Có thể nhận định đây là 1 đối thủ cạnh tranh rất mạnh với nhiều kinh nghiệm kinh doanh, năng lực tài chính và năng lực quản lý tốt. My Sơn được thành lập trước P.H.C 1 thời gian khá dài(7 năm) nên đã có được chỗ đứng khá vững trong lĩnh vực kinh doanh này. Thị phần của công ty khá lớn, đặc biệt đối với địa bàn Huyện Thủy Nguyên và các khu vực lân cận- nơi P.H.C nhắm tới là thị trường mục tiêu. Đây cũng là 1 ngành kinh doanh chịu nhiều ảnh hưởng khi thị trường biến động. Nền kinh tế Việt Nam và thế giới chưa thoát khỏi suy thoái. Chi tiêu cho xây dựng cơ bản bị hạn chế, lãi xuất ngân hàng trong những năm gần đây lại cao gây khó khăn không nhỏ cho

các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tiềm lực tài chính yếu. Nhưng trong hoàn cảnh ấy công ty TNHH My Son lại có những bước đi khôn khéo thể hiện năng lực lãnh đạo, quản lý tốt. Bằng chứng là việc trong 3 năm trở lại đây doanh nghiệp kinh doanh luôn có lãi. Tuy nhiên trong những năm trở lại đây việc đa dạng hóa ngành nghề kinh doanh, tìm kiếm những thị trường cho những sản phẩm mới của mình và xác định lại ngành nghề kinh doanh chủ yếu nên My Son, chưa có những biện pháp tốt nhất cho thị trường trước đó. Lợi dụng những điểm yếu này Công ty TNHH P.H.C đã đưa ra các chiến lược kinh doanh cụ thể nhắm vào thị trường đang bị lơ là và bỏ ngỏ.

- Đối thủ cạnh tranh tiềm tàng: Hiện nay và xu hướng trong tương lai sẽ có khá nhiều doanh nghiệp sẽ thâm nhập thị trường này bởi đây là thị trường còn khá hấp dẫn. Việt Nam đã gia nhập WHO và trên đà phát triển kinh tế, thực hiện công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước và không ngừng vươn ra thị trường các nước trong khu vực và trên thế giới vì thế nhu cầu về xây dựng ngày càng nhiều và ngày càng cao. Tương lai sẽ có càng nhiều doanh nghiệp mới tham gia hoặc các doanh nghiệp mở rộng thêm ngành nghề kinh doanh hứa hẹn sẽ có những cuộc cạnh tranh thị phần, sản phẩm lớn.

2.3.2 Các hoạt động marketing trong Công ty

+ Chiến lược sản phẩm

Công ty hoạt động trong cả lĩnh vực sản xuất và cung cấp dịch vụ nên đối với từng lĩnh vực sẽ có những yêu cầu cơ bản khác nhau để có thể đáp ứng tốt nhất nhu cầu của thị trường và mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Đối với mỗi doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất sản phẩm thì năng suất và chất lượng sản phẩm là vấn đề được đặt lên hàng đầu. Nếu một doanh nghiệp được ví như một cơ thể sống thì mỗi sản phẩm là nguồn cung cấp dinh dưỡng duy trì và phát triển cơ thể ấy. Thấy được sự quan trọng đó Công ty luôn xác định sự quan trọng của năng suất và chất lượng sản phẩm với doanh nghiệp mình. Là một doanh nghiệp nhỏ, quy mô chưa đủ lớn mạnh cho nên chiến lược sản phẩm là mối quan tâm hàng đầu quyết định sự sống còn của

doanh nghiệp. Một vài chiến lược sản phẩm mà Công ty áp dụng trong thời gian qua và đã có những kết quả khả quan đem lại lòng tin và sự hài lòng của khách hàng đối với Công ty:

- Không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, từ khi thành lập Công ty TNHH Thương mại P.H.C chỉ là một xưởng nghiền đá nhỏ thiếu thốn cơ sở vật chất nhưng Công ty luôn chú trọng chất lượng sản phẩm vì thế đã lấy được sự hài lòng của khách hàng, nhờ những nỗ lực của cả tập thể cán bộ công nhân viên đến nay Công ty đã xây dựng tên tuổi của mình.

- Công ty luôn hợp tác và lắng nghe ý kiến đóng góp, tư vấn của khách hàng của mình nhằm luôn luôn cung cấp cho các khách hàng của mình những sản phẩm tốt nhất đối với công trình của họ.

Công ty cũng hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ xây dựng công trình và san lấp mặt bằng thì chất lượng các công trình hoàn thành bàn giao cho khách hàng và thi công đúng tiến độ là yêu cầu quan trọng hàng đầu mà Công ty cần thực hiện. Để đảm bảo chất lượng của từng công trình Công ty đã trang bị cho mình những máy móc thiết bị hiện đại và không ngừng nâng cao trình độ của đội ngũ công nhân. Công ty luôn tìm cách tốt nhất tối đa hóa cho tất cả các bên nhận được lợi ích từ các công trình mình nhận thi công. Vì vậy uy tín của Công ty càng ngày càng được nâng cao, sự hài lòng và tin tưởng của khách hàng cũng là 1 phần thưởng xứng đáng với những nỗ lực trên.

+ **Giá**

Để có được khách hàng đặt hàng và giữ được khách hàng không phải là việc đơn giản. Ngoài chất lượng sản phẩm, dịch vụ thì giá cả là vấn đề quan trọng không kém, dù chất lượng có tốt đến đâu mà giá cả không phù hợp với mặt bằng thị trường và không có tính cạnh tranh với các doanh nghiệp cùng ngành thì cũng khó đứng vững và tồn tại trên thị trường. Nhận biết được sự quan trọng của vấn đề này Công ty TNHH Thương mại P.H.C đã cố gắng xây dựng cho mình một bảng giá phù hợp nhất với tình hình doanh nghiệp và tình hình chung của thị trường.

STT	Tên sản phẩm	Giá bán của DN	Giá bán của thị trường
1	Đất đổ nền, móng	80.000/ m ³	80.000/ m ³
2	Đá		
	- Đá hộc	150.000/ m ³	155.000/ m ³
	- Đá bẫy	130.000/ m ³	130.000/ m ³
	- Đá 4.6	150.000/ m ³	150.000/ m ³
3	DV san lấp mặt bằng	130.000- 150.000/ m ²	115.000-150.000/ m ²

(Nguồn: Bộ phận tài chính- kế toán)

Luôn tìm cách hạ giá thành nâng cao chất lượng sản phẩm, Công ty đã đầu tư máy móc thiết bị nhằm hạ giá thành sản phẩm một cách tối đa nhất. Công ty luôn tìm kiếm nguồn nguyên liệu mới bổ sung thêm vào nguồn nguyên liệu đang tiến hành khai thác. Tuy giá thành sản phẩm của doanh nghiệp so với mặt bằng chung của thị trường chỉ thấp hơn 1 chút hoặc tương đương nhau nhưng với công nghệ sản xuất tiên tiến, năng suất luôn ở mức cao, chất lượng sản phẩm ổn định làm cho sức cạnh tranh của doanh nghiệp ngày càng tăng lên.

2.4 Tình hình nhân sự của Công ty TNHH Thương mại P.H.C

2.4.1 Đặc điểm nhân sự của Công ty

Công ty TNHH Thương mại P.H.C trải qua quá trình hình thành và phát triển khá ngắn nhưng Công ty đã nỗ lực không ngừng phát triển, xây dựng cho mình đội ngũ nhân sự vững chắc đáp ứng nhu cầu phát triển của mình.

Hiện nay nhân sự trong doanh nghiệp chủ yếu là lao động trẻ, việc đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực này được Công ty hết sức chú trọng. Với lợi thế nguồn nhân lực trẻ nhiệt tình với công việc, ham học hỏi Công ty đã không ngừng lớn mạnh và trưởng thành cả về số lượng lẫn chất lượng nguồn nhân lực.

Lao động là nhân tố đầu vào và là một trong những nhân tố quyết định của sản xuất ở bất kỳ Công ty nào, hơn nữa với 1 Công ty đặc thù sản xuất thì lao động là một yếu tố không thể thay thế.

+ Bảng cơ cấu lao động theo giới tính

Chi tiêu \ Năm	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	Số lượng (người)	Tỷ trọng (%)	Số lượng (người)	Tỷ trọng (%)	Số lượng (người)	Tỷ trọng (%)
Nam	22	68,8	25	67,6	33	67,3
Nữ	10	31,2	12	32,4	16	32,7
Tổng	32	100	37	100	49	100

(Nguồn: Phòng hành chính- nhân sự)

Qua bảng số liệu trên ta thấy số lượng lao động nam trong Công ty nhiều hơn lao động nữ bởi Công ty TNHH Thương mại P.H.C là một Công ty hoạt động trong ngành công nghiệp xây dựng và dịch vụ xây dựng tính chất công việc nặng nhọc nên lao động nam rất phù hợp với công việc này. Số lao động trong Công ty hầu như tăng đáng kể tuy nhiên cơ cấu lao động hầu như không thay đổi cho thấy tình hình nhân sự của Công ty có những phát triển để đáp ứng được nhu cầu sản xuất, phục vụ khách hàng.

+ Cơ cấu lao động theo nhóm tuổi

Nhóm tuổi lao động	Số lao động (người)	Tỷ trọng (%)
Nhóm tuổi từ 25-30	28	57,14
Nhóm tuổi từ 30-40	12	24,49
Nhóm tuổi từ 40-50	9	18,37
Nhóm tuổi trên 50	0	0
Tổng	49	100

(Nguồn: Phòng hành chính- nhân sự)

Qua bảng số liệu ta thấy số lao động theo độ tuổi từ 25-30 chiếm tỷ lệ khá cao tuy vậy nhưng số lượng lao động trong doanh nghiệp như vậy cũng có 1 số ưu và khuyết điểm sau

Ưu điểm

- Có sức khỏe nhanh nhẹn hòa nhập nhanh với công việc, đáp ứng được nhu cầu công việc nặng nhọc, có ý thức tu dưỡng rèn luyện phấn đấu, nhanh chóng bắt nhịp với mọi hoạt động và kế hoạch của Công ty.
- Tiếp thu khoa học công nghệ mới một cách nhanh chóng tăng năng suất lao động và hiệu quả công việc.

Khuyết điểm

- Lao động trẻ thường chưa có nhiều kinh nghiệm trong sản xuất.
- Thường chủ quan, không chú trọng quy trình kỹ thuật không để ý tới an toàn lao động.
- Chưa có sự tập trung cao độ trong công việc hay đi muộn về sớm.

Bảng: Cơ cấu lao động theo trình độ

STT	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011
1	Đại học	11	15
2	Cao đẳng	5	8
3	Trung cấp	15	20
4	Sơ cấp	4	6
5	Không qua đào tạo	2	0

(Nguồn: Phòng hành chính- nhân sự)

Qua số liệu trên ta thấy lực lượng lao động của Công ty đã có sự tăng lên cả về số lượng và chất lượng. Cũng dễ dàng nhận thấy tỉ lệ lao động trình độ trung cấp và sơ cấp lại chiếm phần lớn hơn trong cơ cấu lao động theo trình độ. Điều này thể hiện đặc trưng ngành nghề kinh doanh của Công ty với yêu cầu công việc cho nhiều bộ phận là lao động chân tay yêu cầu chủ yếu là tay nghề mà không cần trình độ học vấn cao. Tuy vậy sự gia tăng các lao động trình độ đại học, cao đẳng sẽ làm ảnh hưởng tới cả mức chi tiền lương và quỹ tiền lương của Công ty.

Quy mô của Công ty ngày càng được mở rộng nhưng bên cạnh đó bài toán lương cho công nhân viên trong Công ty là một vấn đề lớn được đặt ra bởi

sức lao động của người lao động phải trả lương một cách thỏa đáng với mặt bằng lương chung và nhu cầu cuộc sống toàn xã hội.

2.4.2 Công tác tuyển dụng đào tạo và bồi dưỡng

Công ty TNHH Thương mại P.H.C là một doanh nghiệp tư nhân với nguồn vốn huy động chưa lớn cho nên công tác tuyển dụng được Công ty hết sức chú trọng vì nó liên quan đến chất lượng sản phẩm và chi phí lương phải trả cũng như lợi nhuận mà Công ty sẽ thu được.

Nguồn lao động trong Công ty cần chủ yếu là lao động phổ thông nhưng phải có tay nghề thành thạo. Nhân viên trực tiếp sản xuất sản phẩm trong Công ty hầu như được tuyển dụng trực tiếp không qua môi giới hay trung tâm giới thiệu việc làm cho nên việc tuyển dụng công nhân viên khá công khai và không có gian lận. Nguồn tuyển chủ yếu của Công ty là lao động phổ thông vừa tốt nghiệp các trường trung cấp, cao đẳng nghề trên địa bàn Hải Phòng.

Bộ phận nhân viên hành chính văn phòng đòi hỏi trình độ học vấn và chuyên môn cao hơn thông thường Công ty sẽ tổ chức thi tuyển. Hình thức thi tuyển Công ty áp dụng dựa theo lưu đồ tuyển dụng nhân sự(được đính kèm ở phụ lục).

Hàng năm, Công ty đã trích kinh phí đào tạo bồi dưỡng cho công nhân viên của mình bằng nhiều hình thức như cử cán bộ của mình đi học các lớp nghiệp vụ kế toán quản lý, mở các lớp tuyên truyền về tương cho công nhân nhân viên về các luật lao động,...

Với mục tiêu kinh tế xã hội đã đề ra Công ty luôn chú trọng đào tạo đội ngũ công nhân viên của mình để hoàn thành mục tiêu đó.

2.4.3 Sử dụng và quản lý lao động

Dù là công ty mới thành lập và đi vào hoạt động chỉ được gần 4 năm nhưng ngay từ những ngày đầu Công ty luôn quan tâm tới đời sống vật chất cũng như tinh thần của công nhân viên bằng những hành động cụ thể như các ngày lễ tết thường có quà và tiền thưởng nhằm động viên họ. Hàng năm Công ty thường tổ chức cho cán bộ công nhân viên đi du lịch, tuy với chi phí hạn hẹp nhưng lại mang lại sự động viên rất lớn cho công nhân viên trong Công ty.

2.4.4 Phương pháp trả lương thưởng trong Công ty

* Các hình thức trả lương:

Công ty TNHH Thương mại P.H.C là một doanh nghiệp sản xuất mặt hàng phụ trợ cho ngành may mặc và da giày vì vậy cũng như các ngành sản xuất vật chất khác Công ty áp dụng hình thức trả lương cho công nhân viên theo chế độ thời gian. Lương thực lĩnh được chi trả 1 lần cho 1 tháng dựa trên sự tính toán cụ thể của kế toán tiền lương.

Hình thức trả lương được áp dụng theo công thức sau:

Lương cơ bản = mức lương tối thiểu * hệ số lương cấp bậc

Lương thời gian = lương cơ bản / số ngày công theo quy định * số ngày công thực tế

Lương thực lĩnh = lương thời gian + phụ cấp – các khoản khấu trừ

Bảng lương áp dụng cho cán bộ công nhân viên Công ty TNHH Thương mại P.H.C

STT	Chức vụ	Số người	LCB	Phụ cấp
	<i>Lương theo thời gian/ ngày</i>			<i>1 tháng</i>
1	Giám đốc	1	532.70	1400
2	Phó giám đốc	1	407.70	1200
3	Trưởng phòng	3	320.00	1200
4	Trưởng bộ phận KT	1	325.00	1200
6	Nhân viên KD	5	211.50	500
7	Nhân viên KT	2	192.30	250
8	Nhân viên HC-NS	3	192.30	250
12	CN thi công	12	175.00	200
13	Lái xe	1	210.00	200
14	Bảo vệ	2	173.00	200
	<i>Lương theo sản phẩm/ m3 sản phẩm</i>			
9	CN khai thác	8	34.50	350
10	CN PX nghiền	6	32,75	350
11	CN bộ phận vận tải	4	20.00	250

(Nguồn: Phòng hành chính- nhân sự)

Tiền lương hàng tháng của cán bộ công nhân viên trong Công ty sẽ tính dựa theo những chỉ tiêu trong bảng lương trên.

Ví dụ đối với nhân viên kinh doanh, trong tháng 11 năm 2011 số ngày đi làm thực tế là 25 ngày thì ta sẽ tính được lương thời gian của nhân viên này là:

$$\begin{aligned}\text{Lương thời gian} &= \text{Lương cơ bản theo ngày} * \text{số ngày làm việc} \\ &= 211,500 * 25 = 5,287,500 \text{ đồng}\end{aligned}$$

Các khoản khấu trừ theo lương bao gồm bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp. Tổng mức khấu trừ là 8.5%. Tức là nhân viên này sẽ bị khấu trừ: 450,000 đồng.

Ngoài ra nhân viên này còn được nhận khoản phụ cấp đi lại và điện thoại là 500,000 đồng/ tháng. Trong tháng này nhân viên đã kí được 1 hợp đồng cung cấp đá xây với khách hàng trị giá 297 triệu đồng. Nên nhân viên này sẽ được nhận thêm: 297,000 đồng.

$$\begin{aligned}\Rightarrow \text{Lương thực nhận} &= 5,287,500 + 500,000 + 297,000 - 450,000 \\ &= 5,634,500 \text{ đồng}\end{aligned}$$

Nói chung công tác hạch toán lương của công ty TNHH Thương mại P.H.C khá chặt chẽ, khoa học và đem lại hiệu quả cao. Bảng chấm công do trưởng phòng, trưởng bộ phận trực tiếp chấm công khai để toàn thể công nhân viên trong công ty trực tiếp giám sát thời gian lao động của từng cá nhân, tránh được tình trạng đi muộn về sớm, hay nghỉ làm mà không ai hay. Cuối tháng tổ trưởng, trưởng bộ phận chuyển bảng chấm công cho bộ phận phụ trách từng người. Bảng chấm công giúp kế toán biết chính xác số lượng lao động của công ty, tình hình lao động cũng như việc chấp hành lao động của tất cả công nhân viên.

Việc theo dõi quá trình làm việc của những công nhân sản xuất được tiến hành tốt để vừa tránh tình trạng công nhân chạy theo năng suất không chú ý đến chất lượng sản phẩm và đảm bảo tính công bằng cho việc trả lương.

Việc tính lương cho cán bộ công nhân viên trong công ty, cũng như công tác kế toán tiền lương và các khoản trích theo lương được tính toán cụ thể, rõ ràng và chính xác do công ty có đội ngũ kế toán chuyên sâu và được hỗ trợ bởi các phần mềm tin học trong các công tác kế toán.

2.4.5 Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

❖ Năng suất lao động

$$\text{Năng suất lao động} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng lao động}}$$

Bảng tính năng suất lao động trên đầu người

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Tỉ lệ tăng
Doanh thu thuần(Trđ)	95,316	126,433	32.65%
Số lượng lao động(Người)	37	49	32.43%
Năng suất lao động(Trđ/ Người)	2576	2580	0.16%

(Nguồn: Bộ phận tài chính- kế toán)

Nhận xét: Qua bảng số liệu trên ta thấy năng suất lao động bình quân của doanh nghiệp năm 2011 tăng thêm 4 triệu đồng/ người/ năm tương đương với tỉ lệ 0.16%. Xét trên giá trị này thì năng suất lao động tăng lên rất nhỏ mà có thể nói là gần như không đáng kể. Tuy nhiên công ty cũng đã biết lợi dụng những số tăng nhỏ này làm cho doanh thu thuần tăng lên tương đối nhiều. Có thể nói đó là 1 thành tích tốt mà doanh nghiệp cần phát huy trong thời gian tới.

Mức sinh lời bình quân 1 lao động

$$\text{Mức sinh lời bq một lao động} = \frac{\text{LN sau thuế}}{\text{Tổng lao động}}$$

Bảng tính mức sinh lời bình quân

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Tỉ lệ tăng
Lợi nhuận sau thuế(Trđ)	3,087	4,121	33.50%
Số lượng lao động(Người)	37	49	32.43%
Mức sinh lời bq lao động(Trđ/ Người)	83	84	0.80%

(Nguồn: Bộ phận tài chính- kế toán)

Nhận xét: Dựa vào bảng số liệu trên ta thấy mức sinh lời bình quân 1 lao động của doanh nghiệp tăng lên 1 triệu đồng/ người/ năm tương đương với 0.8% về số tương đối. Đây là 1 con số đáng kể vì nó làm cho tổng lợi nhuận của công ty tăng lên 33.5% trong khi đó mức tăng số lượng lao động thấp hơn với giá trị 32.43%. Điều này cho thấy doanh nghiệp đã có các biện pháp sử dụng lao động hợp lý, nâng cao hiệu quả làm việc của lao động góp phần nâng cao lợi nhuận của toàn doanh nghiệp. Trong thời gian tới công ty nên phát huy hơn nữa thành tích nói trên.

2.5 Tình hình tài chính Công ty TNHH Thương mại P.H.C

2.5.1 Tài sản và nguồn vốn của công ty

Tình hình tài chính đối với mỗi doanh nghiệp là vô cùng quan trọng, nó giúp công ty đưa ra những kế hoạch sản xuất, kinh doanh hợp lý. Việc phân tích tình hình tài chính của doanh nghiệp không chỉ giúp doanh nghiệp nhận định được tình hình tài chính của mình mà còn giúp thấy được những ưu khuyết điểm về tình trạng tài chính, để đưa ra những biện pháp hợp lý nhằm cải thiện tình hình tài chính của công ty cũng như nâng cao vị thế của doanh nghiệp.

Bảng: Cơ cấu tài sản của doanh nghiệp giai đoạn 2010- 2011

ĐVT: triệu đồng

Tài Sản	2011	2010	Chênh lệch		Tỉ trọng	
			%	TT	2011	2010
Tài sản ngắn hạn	11,800	12,603	-6%	-803	36%	38%
Tài sản dài hạn	21,019	20,806	1%	213	64%	62%
Tổng cộng tài sản	32,819	33,409	-2%	-590	100%	100%

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

Tổng tài sản của công ty năm 2010 là 33,409 triệu đồng thì đến cuối năm 2011 là 32,819 triệu đồng. Xét về số tuyệt đối thì nó giảm đi 590 triệu đồng xét về số tương đối thì nó giảm đi 2%. Tuy đây là con số khá nhỏ nhưng để xét mức độ ảnh hưởng của nó tới Công ty ta đi vào phân tích từng chỉ tiêu cụ thể như sau:

- *Nguồn đầu tư cho tài sản***Bảng: Nguồn đầu tư cho tài sản**

ĐVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	Tỉ lệ tăng
Tổng tài sản	33,409	32,819	-590	-1.8%
TSNH	12,603	11,800	-803	-6.4%
TSDH	20,806	21,019	213	1.0%
Tổng nguồn vốn	33,409	32,819	-590	-1.8%
Vốn vay	17,373	13,948	-3,425	-19.7%
Vốn chủ sở hữu	16,036	18,871	2,835	17.7%

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

Nhận xét: Qua bảng số liệu trên ta thấy cơ cấu đầu tư cho tài sản của công ty trong năm 2011 đã tốt hơn nhiều so với năm 2010. Điều này thể hiện ở chỗ trong năm 2011 công ty đã thay đổi hướng đầu tư nhiều hơn vào tài sản cố định nhằm nâng cao năng lực sản xuất của doanh nghiệp, đảm bảo tốt hơn về mặt năng xuất và chất lượng sản phẩm. Tài sản cố định của công ty chủ yếu được đầu tư từ nguồn vốn chủ sở hữu và rất ít từ vốn vay mà chủ yếu là vốn vay dài hạn. Điều này giúp doanh nghiệp ít phải chịu áp lực từ việc phải thanh toán vốn vay nợ. Công ty nên cố gắng duy trì cơ cấu đầu tư này trong các năm sắp tới.

- **Tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn****Bảng: Cơ cấu tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn**

ĐVT: triệu đồng

Tài Sản	2011	2010	Chênh lệch		Tỉ trọng	
			%	TT	2011	2010
Tổng tài sản ngắn hạn	11,800	12,603	-6%	-803	36%	38%
Tiền và các khoản tương đương tiền	128	230	-44%	-102	1%	2%
Các khoản phải thu ngắn hạn	3,248	5,881	-45%	-2,633	28%	47%
Hàng tồn kho	8,224	6,366	29%	1,858	69%	51%
Tài sản ngắn hạn khác	200	126	59%	74	2%	1%

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

Tổng tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn của công ty năm 2010 là 12,603 triệu đồng thì đến năm 2011 giảm đi còn 11,800 triệu như vậy tổng tài sản ngắn hạn của doanh nghiệp đã giảm đi với 1 lượng là 803 triệu đồng tương đương với 6%.

Trong bảng số liệu trên ta thấy, tiền và các khoản tương đương tiền giảm 44% với giá trị 102 triệu chứng tỏ Công ty đã không để đồng tiền nhàn rỗi đưa vào lưu thông sinh lợi.

Các khoản phải thu ngắn hạn đã giảm 2,633 triệu đồng tương đương với mức giảm 45%. Trong đó mức giảm của các khoản phải thu khách hàng là lớn nhất với mức giảm 2,737 triệu đồng tương đương 48%. Điều này cho thấy công ty đã sáng suốt khi lựa chọn đối tác kinh doanh, đẩy nhanh vòng quay vốn, giảm tình trạng bị chiếm dụng vốn và giảm tình trạng phụ thuộc về tài chính do phải đi vay vốn gây nên.

Ngoài ra dự báo trước được mức tăng giá của các loại nguyên vật liệu phục vụ quá trình sản xuất có thể sẽ tăng giá nên Công ty đã chủ động tăng lượng hàng tồn kho từ 6,366 triệu đồng năm 2010 lên 8224 triệu đồng năm 2011. Ta thấy mức tăng của hàng tồn kho khá lớn với giá trị tăng 1,858 triệu

đồng tương đương 29%. Tuy là để đối phó với biến động tăng giá của thị trường nhưng việc để 1 lượng hàng tồn kho quá lớn như vậy cũng là 1 bất lợi đối với 1 doanh nghiệp vẫn còn hoạt động phụ thuộc ít nhiều vào vốn vay như P.H.C.

- **Tài sản cố định và đầu tư dài hạn**

Bảng: Cơ cấu tài sản cố định và đầu tư dài hạn

ĐVT: triệu đồng

Tài Sản	2011	2010	Chênh lệch		Tỉ trọng	
			%	TT	2011	2010
Tài sản dài hạn	21,019	20,806	1%	213	64%	62%
Các khoản phải thu dài hạn	59	121	-51%	-62	0.30%	0.60%
Phải thu dài hạn của khách hàng	59	121	-51%	-62	100%	100%
Tài sản cố định	20,960	20,685	1%	275	99.7%	99.4%
Tài sản cố định hữu hình	20,387	20,048	2%	339	97%	97%
- Nguyên giá	27,603	24,751	12%	2,852	135%	123%
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	-7,216	-4,703	53%	-2,513	-35%	-23%
Tài sản cố định vô hình	573	637	-10%	-64	3%	3%
- Nguyên giá	786	786	0%	0	137%	123%
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	-213	-149	43%	-64	-37%	-23%

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

Tổng tài sản dài hạn và đầu tư dài hạn năm 2011 là 20,960 triệu đồng so với năm 2010 là 20,685 triệu đồng thì đã tăng lên 275 triệu tương đương với 1,3%. Nhìn vào bảng cân đối kế toán ta thấy, tổng tài sản cố định và đầu tư dài hạn tăng lên ở tài sản hữu hình cụ thể như sau:

Tài sản cố định hữu hình tăng từ 20,048 lên 20,387 triệu đồng. Ta thấy mức tăng của nó là 339 triệu đồng tương đương 2%. Là 1 doanh nghiệp đặc thù sản xuất nên việc tăng đầu tư vào tài sản cố định là 1 bước đi đúng đắn nhằm nâng cao chất lượng máy móc thiết bị. Từ đó có thể nâng cao năng lực sản xuất, tăng chất lượng sản phẩm và tạo sức cạnh tranh cho doanh nghiệp trên thị trường.

- *Nguồn vốn kinh doanh***Bảng: Cơ cấu nguồn vốn doanh nghiệp năm 2010- 2011**

ĐVT: triệu đồng

Nguồn vốn	2011	2010	Chênh lệch		Tỉ trọng	
			%	TT	2011	2010
Nợ ngắn hạn	4,979	6,254	-20%	-1,275	36%	36%
1. Vay và nợ ngắn hạn	1,982	2,439	-19%	-457	40%	39%
2. Phải trả người bán	1,743	2,314	-25%	-571	35%	37%
3. Thuế và các khoản phải nộp NN	209	375	-44%	-166	4%	6%
4. Phải trả người lao động	1,046	1,126	-7%	-80	21%	18%
Nợ dài hạn	8,969	11,119	-19%	-2,150	64%	64%
1. Phải trả dài hạn người bán	987	3,224	-69%	-2,238	11%	29%
2. Vay và nợ dài hạn	7,982	7,894	1%	88	89%	71%
Vốn Chủ Sở Hữu	18,871	16,036	18%	2,835	58%	48%
I. Vốn chủ sở hữu	18,871	16,036	18%	2,835	100%	100%
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	14,719	13,952	6%	768	78%	87%
2. LNST chưa phân phối	4,152	2,085	99%	2,067	22%	13%
Tổng Cộng Nguồn Vốn	32,819	33,409	-2%	-590	100%	100%

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

Nguồn vốn kinh doanh của Công ty giảm từ 33,409 triệu đồng năm 2010 xuống còn 32,819 triệu đồng năm 2011 tương đương với mức giảm 590 triệu đồng về giá trị tuyệt đối và 2% về giá trị tương đối. Cụ thể tác động của từng nhân tố như sau:

Tổng nợ phải trả của Công ty giảm 3,425 triệu đồng từ 17,373 triệu đồng xuống còn 13,948 triệu đồng tương đương 20%. Điều này thể hiện tình hình tài chính của Công ty tương đối tốt.

Về vay nợ ngắn hạn có mức giảm 1.275 triệu đồng tương đương với 20%. Trong đó vay nợ ngắn hạn giảm 475 triệu đồng, phải trả người bán giảm 571 triệu đồng, thuế và các khoản phải nộp Nhà nước giảm 166 triệu đồng và các khoản phải trả người lao động giảm 80 triệu đồng. Thực tế trên cho thấy 1 bước đi tốt của doanh nghiệp giảm sự phụ thuộc về tài chính của Công ty vào những yếu tố ngắn hạn và thường không ổn định.

Song song với việc giảm các khoản nợ ngắn hạn Công ty cũng đã thực hiện giảm bớt các khoản nợ dài hạn của doanh nghiệp. Cụ thể là năm 2011 so với năm 2010 thì nợ dài hạn giảm 2,150 triệu đồng tương đương 19% từ mức 11,119 triệu đồng xuống còn 8,969 triệu đồng. Trong đó mức giảm lớn nhất là của các khoản phải trả dài hạn cho người bán với mức giảm 2,238 triệu đồng tương đương 69% , vay nợ dài hạn thì có tăng lên nhưng không đáng kể với mức 1% khoảng 88 triệu đồng. Đây là 1 dấu hiệu tài chính tốt nhằm nâng cao tính cạnh tranh cho doanh nghiệp với các đối thủ cạnh tranh trước những nhà cung ứng nguyên vật liệu do tăng được khả năng thanh toán.

Việc dần đi đến sự tự chủ về tài chính không những thể hiện ở việc giảm các khoản vay nợ mà còn là việc tăng nguồn vốn chủ sở hữu của Công ty. Mức tăng vốn chủ sở hữu năm 2010 là 16,036 triệu đồng lên 18,817 triệu đồng năm 2011 tương đương với 18% về số tương đối và 2,835 về giá trị. Trong đó chiếm phần lớn là mức tăng của lợi nhuận sau thuế chưa phân phối với 2,067 triệu đồng về giá trị tương đương 99%.

2.5.2 Hiệu quả sử dụng tài sản của công ty**2.5.2.1 Cơ cấu tài sản cố định của công ty****Bảng: Cơ cấu tài sản cố định**

ĐVT: triệu đồng

STT	Tên TSCĐ	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
				Số tiền	Tỷ lệ
1	Máy móc thiết bị	10,690	11,735	1,045	9.8%
2	Vật kiến trúc	5,355	4,342	-1,013	-18.9%
3	Thiết bị dụng cụ quản lý	4,640	4.883	193	4.2%

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

Dựa vào bảng số liệu trên ta thấy cơ cấu tài sản của doanh nghiệp chủ yếu là máy móc thiết bị phục vụ cho sản xuất tăng lên, cho thấy công ty đã chú trọng đầu tư nâng cấp trang thiết bị phục vụ cho công tác sản xuất ngày càng tốt hơn. Bên cạnh việc mua sắm và sửa chữa các trang thiết bị Công ty còn đầu tư nâng cấp thiết bị dụng cụ quản lý nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động quản lý trong doanh nghiệp. Máy móc thiết bị năm 2010 là 10,690 triệu đồng thì đến năm 2011 con số này đã tăng lên 11,735 triệu đồng, tăng 1,045 triệu đồng tương đương với 9.8%, dụng cụ quản lý của công ty được sửa chữa và mua sắm mới ; năm 2010 tổng giá trị thiết bị phục vụ công tác quản lý là 4,640 triệu đồng thì đến năm 2011 con số này là 4,883 triệu đồng tăng lên 193 triệu đồng tương đương với hơn 4.2%. Đối với các vật kiến trúc như nhà xưởng, trụ sở công ty, kho, bãi... đã được đầu tư mua sắm từ những năm trước hiện đang được khấu hao dần(giá trị công trình giảm 1,013 triệu đồng tương đương 18.9%) thì cũng cần được chú ý sửa chữa bảo dưỡng thường xuyên.

2.5.2.2 Cơ cấu tài sản lưu động của công ty**Bảng: Cơ cấu tài sản lưu động**

ĐVT: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011	
		Số tiền	Tỉ trọng	Số tiền	Tỉ trọng
1	Tiền	230	2%	128	1%
2	Các khoản phải thu	5,881	47%	3,248	28%
3	Hàng tồn kho	6,366	51%	8,224	69%
4	Tài sản lưu động khác	126	1%	200	2%
5	Tổng	12,603	100%	11,800	100%

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

Dựa vào bảng số liệu trên ta thấy, tài sản lưu động của công ty đã giảm so với năm trước nhưng lượng giảm không đáng kể. Nếu xét về cơ cấu của các chỉ tiêu tài sản lưu động ta thấy có sự biến động lớn ở nhóm các khoản phải thu(tỉ trọng giảm 19%) và nhóm hàng tồn kho(tỉ trọng tăng 18%). Các nhóm còn lại có sự biến động không đáng kể là 1%..

Đây là những con số đáng mừng bởi nếu những khoản phải thu từ khách hàng không thu hồi được hay bị khách hàng chiếm giữ khá lâu sẽ ảnh hưởng tới vòng quay vốn lưu động, và các khoản phải thanh toán của công ty đối với đối tác cho vay và cung cấp nguyên liệu của công ty.

Hàng tồn kho tăng lên khá nhiều xét trên thực tế hoạt động kinh doanh năm vừa qua cũng là 1 quyết định đúng đắn của doanh nghiệp. Công ty thực hiện việc mua thêm nhiều nguyên liệu đầu vào phục vụ sản xuất tránh tình trạng tăng giá mạnh của các nhóm hàng này vào thời điểm nửa cuối của năm khi nhu cầu nhóm hàng tăng cao. Và thực hiện việc tích trữ thành phẩm chờ giá bán trên thị trường tăng lên thì tiếp tục bán ra. Điều này vừa giúp giảm chi phí đầu vào vừa đảm bảo được đủ nhu cầu nguyên vật liệu phục vụ sản xuất và tăng doanh thu. Hàng tồn kho của Công ty không đòi hỏi các điều kiện lưu trữ và bảo quản khắt khe như các mặt hàng khác nhưng Công ty cũng phải đưa ra nhiều

biện pháp giúp giảm chi phí lưu trữ và đảm bảo an toàn kho bãi tránh tình trạng mất mát, hư hỏng...

Chỉ tiêu tài sản ngắn hạn khác năm 2011 tăng 74 triệu đồng là do công ty được nhà nước khấu trừ thuế giá trị tăng đầu vào. Việc khấu trừ thuế giá trị gia tăng đầu vào là do công ty thực hiện tốt công tác kế toán chứng từ làm căn cứ cho việc hoàn thuế đối với những doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng. Nói tóm lại cơ cấu tài sản lưu động của công ty là rất hợp lý, việc sử dụng các nguồn tài chính ngắn hạn vào việc quản lý sản xuất cần được phát huy tốt hơn nữa nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

2.5.3 Hiệu quả sử dụng vốn của công ty

2.5.3.1 Hiệu quả sử dụng vốn cố định

Bảng: Phân tích hiệu quả sử dụng vốn cố định

STT	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
		Tr đồng	Tr đồng	Số tiền	Tỷ lệ(%)
1	Doanh thu thuần	95,316	126,433	31,127	33%
2	Lợi nhuận trước thuế	3,087	4,121	1,034	33%
3	Vốn CĐ bình quân trong kỳ	20,685	20,960	275	1%
4	Hiệu suất sử dụng VCD	4.608	6.032		30.9%
5	Tỉ suất lợi nhuận VCD	14.92%	19.66%		4.47%

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

Trong đó:

$$\text{Hiệu suất sử dụng VCD} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn cố định}} * 100\%$$

$$\text{Tỉ suất sinh lời VCD} = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Vốn cố định}} * 100\%$$

Qua bảng số liệu trên ta thấy, tình hình sử dụng vốn cố định của công ty đang có nhiều vấn đề đáng quan tâm. Doanh thu thuần và lợi nhuận trước thuế của Công ty đều tăng 33%, đây là thành tích tốt của Công ty trong công tác quản lý cũng như sản xuất đã áp dụng nhiều biện pháp cắt giảm chi phí, nâng cao lợi nhuận. Tuy nhiên sức sinh lợi của TSCĐ của doanh nghiệp lại giảm

2.5.3.2 Hiệu quả hoạt động sản xuất của công ty**Bảng: Tóm tắt báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty**

Đơn vị tính: triệu đồng

CHỈ TIÊU	2011	2010	Chênh lệch	
			Số tiền	Tỉ lệ
1.Doanh thu bán hàng và cung cấp DV	126,717	95,614	31,103	33%
2.Các khoản giảm trừ doanh thu	274	298	(24)	-8%
3.Doanh thu thuần	126,443	95,316	31,127	33%
4.Giá vốn hàng bán	107,389	76,571	30,818	40%
5.Lợi nhuận gộp	19,054	18,745	309	2%
6.Doanh thu hoạt động tài chính				
7.Chi phí tài chính	2,569	3,136	(567)	-18%
<i>Trong đó: Chi phí lãi vay</i>	2,569	3,136	(567)	-18%
8.Chi phí bán hàng	3,142	2,625	517	20%
9.Chi phí quản lý doanh nghiệp	9,283	9,941	(658)	-7%
10.Lợi nhuận thuần từ Hoạt động kinh doanh	4,060	3,043	1,017	33%
11.Thu nhập khác	273	112	161	144%
12.Chi phí khác	213	68	145	213%
13.Lợi nhuận khác	60	44	16	36%
14.Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	4,120	3,087	1,033	33%
15.Chi phí thuế TNDN hiện hành	1,030	772	258	33%
17.Lợi nhuận sau thuế	3,090	2,315	775	33%

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

Qua báo cáo kết quả kinh doanh năm 2011 của công ty cho thấy tình hình kinh doanh thực tế một năm qua có nhiều biến đổi lớn so với năm 2010. Hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty đã đạt được những kết quả đáng mừng. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ tăng 33% với trị giá 31,103 triệu đồng. Đây thực sự là 1 thành tích đáng nghi nhận về nỗ lực làm việc của toàn bộ công

nhân viên trong Công ty dưới sự lãnh đạo khéo léo của đội ngũ quản lý. Trong năm tài chính khó khăn vừa qua nhưng Công ty đã từng bước vươn lên và khẳng định vị thế của mình, nắm bắt cơ hội thị trường và tạo ra những bước phát triển khả quan.

Đi vào từng chỉ tiêu cụ thể ta thấy các khoản giảm trừ doanh thu năm qua giảm 8% cho thấy kết quả của những cố gắng nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ đáp ứng tốt yêu cầu khắt khe của khách hàng.

Doanh thu thuần của Công ty năm qua cũng tăng 33% với giá trị 31,127 triệu đồng tuy nhiên giá vốn hàng bán lại có mức tăng lớn hơn là 40% tương đương 30,818 triệu đồng làm cho lợi nhuận gộp của Công ty chỉ đạt mức tăng 2% với giá trị 309 triệu đồng. Chủ yếu do các biến động thị trường về giá nguyên liệu đầu vào tăng làm lợi nhuận gộp tăng không đáng kể nhưng Công ty đã tìm cách cắt giảm các chi phí ví dụ như chi phí quản lý doanh nghiệp và hạn chế mức tăng của chi phí bán hàng. Cụ thể như sau chi phí tài chính giảm 567 triệu đồng tương đương 18%, chi phí bán hàng tăng 517 triệu tương đương 20% và chi phí quản lý doanh nghiệp giảm 658 triệu tương đương 7% đã làm cho lợi nhuận thu được từ hoạt động kinh doanh tăng 1,017 triệu đồng tương đương 33%. Việc cắt giảm chi phí quản lý vừa giảm được sự cồng kềnh cho bộ máy nhân sự vừa giúp tiết kiệm chi phí tăng lợi nhuận, nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Chỉ tiêu lợi nhuận khác của Công ty cũng tăng thêm 16 triệu đồng góp phần cũng các nhân tố khác làm tổng lợi nhuận kế toán trước thuế tăng 1,033 triệu đồng tương đương 33%.

Nhìn chung năm tài chính vừa qua của P.H.C là 1 năm kinh doanh đạt hiệu quả, mang lại những lợi ích về tài chính khá tốt. Vì vậy trong thời gian tới doanh nghiệp cần có nhiều giải pháp để phát huy những thành tích đã đạt được.

2.5.4 Phân tích các nhóm chỉ tiêu tài chính đặc trưng của công ty TNHH Thương mại P.H.C

Phân tích báo cáo tài chính nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng thông tin của nhiều đối tượng quan tâm đến những khía cạnh khác nhau của vấn đề tài chính phục vụ cho các mục đích của mình

Các phân tích tài chính tính toán một vài chỉ số chủ yếu đo lường thành quả của công ty. Các chỉ số tài chính này có thể giúp chúng ta đưa ra những câu hỏi đúng, giả dụ giám đốc tài chính có thể đưa ra một vài câu hỏi về chỉ số nợ của công ty và phần tăng giảm lợi nhuận do lãi vay. Tương tự với các chỉ số tài chính có thể cảnh giác giám đốc về những khó khăn tiềm ẩn. Do đó các chỉ tiêu tài chính được coi là biểu hiện đặc trưng nhất về tài chính của doanh nghiệp trong từng thời kỳ nhất định

A- Các chỉ số về khả năng thanh toán

Trong quá trình sản xuất kinh doanh, để tài trợ cho các tài sản của mình các doanh nghiệp không chỉ dựa vào nguồn vốn chủ sở hữu mà còn cần đến các nguồn tài trợ khác là vay nợ. Việc vay nợ này thực hiện cho nhiều đối tượng và nhiều hình thức khác nhau. Bất kỳ với một đối tượng nào thì mục đích đầu tiên và quan trọng nhất khi cho vay là người cho vay sẽ xem xét doanh nghiệp có khả năng thanh toán các khoản vay không tức là khả năng thanh toán của doanh nghiệp ở mức độ nào. Trên cơ sở giúp doanh nghiệp tìm ra nguyên nhân và đưa ra các giải pháp nhằm hạn chế mức độ rủi ro của doanh nghiệp. Khả năng thanh toán của doanh nghiệp thường được xem xét ở mức độ ngắn hạn.

Bảng: Tổng hợp các nhóm chỉ tiêu thanh toán

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2011	Năm 2010	Chênh lệch
1. Tổng tài sản	Tr đ	32,819	33,409	-590
2. Tổng nợ	Tr đ	13,948	17,373	-3,425
3. TS ngắn hạn	Tr đ	11,800	12,603	-803
4. Nợ ngắn hạn	Tr đ	4,979	6,254	-1,275
5. Hàng tồn kho	Tr đ	8,224	6,366	1,858
6. Lợi nhuận trước thuế	Tr đ	4,120	3,087	1,033
7. Lãi vay	Tr đ	2,569	3,136	-567
8. Hệ số TT tổng quát (2/1)	lần	2.35	1.92	0.43
9. Hệ số TT hiện hành (3/4)	lần	2.37	2.02	0.35
10. Hệ số TT nhanh (1-5/2)	lần	0.72	1.00	-0.28
11. Hệ số TT lãi vay (6/7)	lần	1.60	0.98	0.62

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

1. Hệ số thanh toán tổng quát:

H1 phản ánh mối quan hệ giữa tổng tài sản hiện tại mà công ty đang quản lý với tổng nợ phải trả, nó cho biết cứ một đồng vay nợ có bao nhiêu đồng trị giá tài sản đảm bảo. Qua bảng trên ta thấy H1 của công ty năm 2011 là 2.35 lần cao hơn năm 2010 là 1.92 lần điều đó chứng tỏ các khoản huy động bên ngoài đều có tài sản đảm bảo. H1 của công ty là tốt chứng tỏ công ty có khả năng thanh toán tốt, tình hình tài chính nhìn chung là khá lành mạnh và vững vàng.

2. Hệ số thanh toán hiện hành:

Là thước đo khả năng thanh toán của công ty được sử dụng rộng rãi nhất. H2 cho thấy công ty có bao nhiêu tài sản có thể chuyển đổi thành tiền mặt để đảm bảo thanh toán các khoản nợ ngắn hạn. Tỷ số này đo lường khả năng trả nợ của công ty. Năm 2010 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì được đảm bảo bởi 2.02 đồng tài sản ngắn hạn. Năm 2011 cứ một đồng nợ ngắn hạn thì được đảm bảo bởi 2.37 đồng tài sản ngắn hạn. Điều này chứng tỏ khả năng thanh toán của công ty

đảm bảo được nhu cầu thanh toán các khoản nợ ngắn hạn, điều này sẽ làm tăng uy tín của công ty với các chủ nợ.

3. Hệ số thanh toán nhanh:

H3 được tính toán dựa trên những Tài sản lưu động có thể nhanh chóng chuyển đổi thành tiền bao gồm tất cả tài sản lưu động trừ hàng tồn kho. Tỷ số thanh toán của công ty TNHH Thương mại P.H.C năm 2010 là 1.00 lần có nghĩa là công ty có 1.00 đồng tài sản có tính thanh khoản cao cho một đồng đến nợ ngắn hạn. Năm 2011 hệ số này giảm 0.72 lần so với năm 2010 là 0.28 lần. Điều này cũng không mấy ảnh hưởng tới khả năng thanh toán các khoản nợ tới hạn vì các tỉ lệ trên đều rất lớn và mang tính đảm bảo cao.

4. Hệ số thanh toán lãi vay:

Cho biết khả năng sẵn sàng trả tiền lãi cho vay tới mức độ nào và cho biết hiệu quả sử dụng đồng vốn vay của doanh nghiệp. Năm 2011 H4 của công ty là 1.60 lần tăng lên một cách đáng kể so với năm 2010 (0.98 lần) là 0.62 lần. Điều này chứng tỏ khả năng trả lãi vay của công ty và hiệu quả sử dụng vốn của công ty là khá hiệu quả. Với tình hình tài chính lành mạnh như trên khi Công ty muốn huy động vốn vay từ bên ngoài sẽ gặp nhiều thuận lợi hơn vì sẽ có được sự tin tưởng về khả năng thanh toán và trả lãi vay.

B- Nhóm các chỉ tiêu về cơ cấu tài chính và tình hình đầu tư

Các chỉ tiêu này phản ánh mức độ ổn định và tự chủ tài cũng như khả năng tài trợ bằng vốn vay cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Khi một công ty vay tiền, thì công ty phải luôn thực hiện một chuỗi các thanh toán cố định.

Các nhà cung cấp tín dụng và các ngân hàng căn cứ vào tỷ số đòn bẩy tài chính để ấn định mức lãi suất cho vay đối với công ty (vì công ty càng có nhiều nợ vay, rủi ro về mặt tài chính càng lớn). Điều đó có nghĩa là công ty vay càng nhiều thì lãi suất càng lớn.

Đối với công ty, thì tỷ số đòn bẩy tài chính sẽ giúp nhà quản trị tài chính lựa chọn cấu trúc tài chính hợp lý cho công ty mình. Các chỉ số tài chính thông thường :

Bảng: Nhóm chỉ tiêu về cơ cấu tài chính và tình hình đầu tư (các chỉ số đầu tư tài chính đòn bẩy)

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2011	Năm 2010	Chênh lệch
1.Nợ phải trả	Trđ	13,948	17,373	-3,425
2.Vốn chủ sở hữu	Trđ	18,871	16,036	2,835
3.Tổng vốn	Trđ	32,819	33,409	-590
4.TSNH	Trđ	11,800	12,603	-803
5.TSDH	Trđ	20,960	20,685	275
6.Tổng tài sản	Trđ	32,819	33,409	-590
8.Hệ số nợ Hv (1/6)	lần	0.42	0.52	-0.10
9.Hệ số vốn chủ sở hữu Hc (2/6)	lần	0.58	0.48	0.10
10.Tỷ suất đầu tư vào TSDH (5/6)	lần	0.64	0.62	0.02
11.Tỷ suất đầu tư vào TSNH (4/6)	lần	0.36	0.38	-0.02
12.Hệ số đảm bảo nợ (2/1)	lần	1.35	0.92	0.43

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

1. Hệ số nợ Hv

Hệ số nợ: cho biết trong một đồng vốn kinh doanh có mấy đồng là từ vay nợ bên ngoài

$$\text{Hệ số nợ} = \frac{\text{Nợ phải trả}}{\text{Tổng NV}} = 1 - \text{Hệ số vốn chủ}$$

Ta thấy hệ số nợ của công ty năm 2010 là 0.52, năm 2011 là 0.42 giảm 0.1 lần. Hệ số nợ nằm trong mức an toàn chứng tỏ Công ty có khả năng độc lập về tài chính. Các chủ nợ thường thích các công ty có hệ số nợ thấp vì như thế công ty khả năng trả nợ đúng hạn cao.

1. Hệ số vốn chủ sở hữu Hc (tỷ suất tự tài trợ)

$$\text{Hệ số VCSH} = \frac{\text{Vốn CSH}}{\text{Tổng NV}} = 1 - \text{Hv}$$

Hệ đo lường vốn chủ sở hữu trong tổng nguồn vốn hiện tại của công ty, nó cho biết bình quân 100 đồng vốn kinh doanh của doanh nghiệp năm 2011 có 58 đồng là vốn chủ sở hữu, năm 2010 có 48 đồng vốn chủ sở hữu. Hệ năm 2011 đã tăng 0.1 lần so với năm 2010 chiếm tỷ trọng tương đối chứng tỏ mức độ tự tài trợ của công ty ở mức tốt. Công ty sẽ không phải chịu sức ép lớn từ các chủ nợ.

2. Tỷ suất đầu tư vào TSCĐ và tỷ suất đầu tư vào TSDH

$$\begin{aligned} \text{Tỷ suất đầu tư vào TSDH} &= \frac{\text{TSCĐ dài hạn}}{\text{Tổng TS}} \\ &= 1 - \text{tỷ suất đầu tư vào TSNH} \end{aligned}$$

Tỷ suất đầu tư vào TSDH cho biết việc bố trí cơ cấu tài sản của công ty, tỷ suất đầu tư vào TSDH năm 2011 là 0.64 và năm 2010 là 0.62 có nghĩa là năm 2010 cứ 100 đồng vốn bỏ vào kinh doanh thì dành ra 62 đồng đầu tư cho TSDH, năm 2011 cứ 100 đồng vốn bỏ vào kinh doanh thì có 64 đồng đầu tư vào TSDH. Tỷ suất đầu tư vào TSDH, lớn như vậy chứng tỏ các tài sản đóng vai trò quan trọng và phù hợp với hoạt động sản xuất của công ty.

$$\begin{aligned} \text{Tỷ suất đầu tư vào TSNH} &= \frac{\text{TSLĐ và đầu tư ngắn hạn}}{\text{Tổng TS}} \\ &= 1 - \text{tỷ suất đầu tư vào TSDH} \end{aligned}$$

Tỷ suất đầu tư vào TSNH qua 2 năm giảm xuống 0.02 lần điều này cho thấy các khoản đầu tư vào TS lưu động giảm xuống. Tuy nhiên với tỷ lệ khá nhỏ này cũng không làm ảnh hưởng nhiều tới khả năng thanh toán của Công ty.

C- Nhóm tỷ số về chỉ tiêu hoạt động;**Bảng: Nhóm chỉ tiêu hoạt động(các tỉ số về hiệu quả hoạt động)**

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2011	Năm 2010	Chênh lệch
1	Hàng tồn kho	Trđ	8,224	6,366	1,858
2	Khoản phải thu	Trđ	3,248	5,881	-2,633
3	Tổng vốn	Trđ	32,819	33,409	-590
4	Tổng nợ	Trđ	13,948	17,373	-3,425
5	Vốn lưu động	Trđ	11,800	12,630	-830
6	Vốn cố định (TSDH)	Trđ	20,960	20,685	275
7	Doanh thu thuần	Trđ	126,443	95,316	31,127
8	Giá vốn hàng bán	Trđ	107,389	76,571	30,818
9	Vòng quay hàng tồn kho(8/1)	Vòng	13.06	12.03	1.03
10	Vòng quay các KPT (8/2)	Vòng	33.06	13.02	20.04
11	Kỳ thu tiền bq (360 ngày/10)	Ngày	10.89	27.65	-16.76
12	Vòng quay vốn lưu động (7/5)	Vòng	10.72	7.55	3.17
13	Vòng quay vốn cố định(7/6)	Vòng	6.03	4.61	1.42
14	Vòng quay toàn bộ vốn (7/3)	Vòng	3.85	2.85	1.00

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

1. Số vòng quay hàng tồn kho

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

$$\text{Số vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Hàng tồn kho}}$$

Năm 2010 số vòng quay của công ty là 12.03, điều này chứng tỏ năm 2010 trung bình công ty đã có 12.03 lần nhập kho. Năm 2011, trung bình công ty có 13.06 lần nhập kho cao hơn năm 2010 là 1.06 vòng.

2. Vòng quay các khoản phải thu

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

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

Vòng quay các khoản phải thu năm 2010 là 13.02 và vòng quay năm 2011 là 33.06 vòng cao hơn 20.04 vòng điều đó chứng tỏ tốc độ thu hồi của công ty là rất tốt. Công ty đã có biện pháp thu hồi một cách hợp lý tránh tình trạng bị các công ty khác chiếm dụng vốn.

3. Kỳ thu tiền bình quân

Kỳ thu tiền bình quân phản ánh số ngày cần thiết để thu hồi các khoản phải thu

$$\text{Kỳ thu tiền bình quân} = \frac{\text{Khoản phải thu}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

Kỳ thu tiền bình quân năm 2010 là 27.65 ngày và năm 2011 là 10.89 ngày. Con số này cho ta thấy công ty ít bị chiếm dụng vốn, luôn đảm bảo khả năng đưa tiền vào lưu thông nhằm tạo ra lợi nhuận.

4. Vòng quay vốn lưu động

Vòng quay vốn lưu động phản ánh trong kỳ vốn lưu động quay được mấy vòng.

$$\text{Vòng quay vốn lưu động} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động}}$$

Vòng quay vốn lưu động của công ty năm 2010 là 7.55 vòng, điều này có nghĩa là cứ 1 đồng vốn lưu động sẽ tạo ra được 7.55 đồng doanh thu. Năm 2011 vòng quay vốn lưu động là 10.72 vòng. Qua đó thấy hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp có sự tăng trưởng khá tốt.

5. Vòng quay vốn cố định

$$\text{Vòng quay vốn cố định} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn cố định}}$$

Năm 2010 đầu tư 1 đồng vốn cố định sẽ tạo ra 4.61 đồng doanh thu thuần, song đến năm 2011 khi đầu tư 1 đồng vốn cố định sẽ tạo ra 6.03 đồng doanh thu thuần con số này có xu hướng tăng lên chứng tỏ công ty đã sử dụng tốt nguồn vốn cố định.

6. Vòng quay tổng vốn

Chỉ tiêu này phản ánh vốn của công ty trong một thời kỳ quay được bao nhiêu vòng. Qua chỉ tiêu này có thể đánh giá được khả năng sử dụng tài sản của công ty hoặc doanh thu thuần có thể sinh ra từ tài sản mà công ty đã đầu tư.

$$\text{Vòng quay toàn bộ vốn} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng vốn}}$$

Vòng quay toàn bộ vốn năm 2010 là 2.85 và năm 2011 là 3.85 vòng, điều đó cho thấy việc đầu tư của công ty đã tăng 1 vòng. Đây là ưu điểm của doanh nghiệp nên trong những năm tiếp theo doanh nghiệp cần phát huy để tăng thêm khả năng sinh lời cho đồng vốn bỏ vào kinh doanh.

D- Nhóm chỉ số về khả năng sinh lời

Bảng: Nhóm chỉ tiêu khả năng sinh lời (các chỉ số về khả năng sinh lời)

Chỉ tiêu	Đơn vị	Năm 2011	Năm 2010	Chênh lệch
Doanh thu thuần	Trđ	126,443	95,316	31,127
LN trước thuế	Trđ	4,120	3,087	1,033
Ln sau thuế	Trđ	3,090	2,315	775
Lãi phải trả	Trđ	2,569	3,136	-567
Vốn chủ sở hữu	Trđ	18,871	16,036	2,835
Tổng tài sản	Trđ	32,819	33,409	-590
Tỷ suất LN/ doanh thu		0.024	0.024	0.000
ROA		0.094	0.069	0.025
ROE		0.164	0.144	0.020

(Nguồn: Bộ phận tài chính kế toán)

1. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu phản ánh 1 đồng doanh thu mà công ty thực hiện trong kỳ có mấy đồng lợi nhuận.

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

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của năm 2011 là 0.024 là không thay đổi so với năm 2010. Điều này cho thấy cứ 100 đồng doanh thu ở cả 1 năm đều thu lại được 24 đồng lợi nhuận trước thuế. Tuy điều này không ảnh hưởng xấu đến tình hình tài chính nhưng Công ty cần có những biện pháp thực tế để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh trong những năm tới.

2- Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản

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

$$\text{ROA} = \frac{\text{LNST}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản phản ánh 100 đồng vốn bỏ vào đầu tư có bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế, năm 2011 và năm 2010 ROA lần lượt là 0.094 và 0.069 tăng thêm 0.025 lần. Có nghĩa là năm 2011 cứ 100 đồng đầu tư vào tài sản thì sinh ra được 9.4 đồng lợi nhuận sau thuế và năm 2010 cứ 100 đồng đầu tư vào tài sản thì sinh ra được 6.9 đồng lợi nhuận sau thuế.

3. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu ROE

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

$$\text{ROE} = \frac{\text{LNST}}{\text{Vốn CSH}}$$

Chỉ số này cho biết 100 đồng vốn chủ sở hữu đầu tư thì sinh ra bao nhiêu đồng LNST. Năm 2010 là 14.4% thì sang năm 2011 đã tăng thêm 2% đạt mức 16,4%. Đây là những con số hết sức ấn tượng chứng minh năng lực, hiệu quả kinh doanh rất tốt của Công ty.

2.6 Đánh giá chung về hiệu quả kinh doanh của công ty TNHH Thương mại P.H.C

Từ những phân tích về tất cả các khía cạnh của hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH Thương mại P.H.C ta đưa ra được bảng phân tích SWOT. Bảng phân tích này nhằm xác định những điểm mạnh, yếu của doanh nghiệp cùng với các cơ hội, nguy cơ đến từ thị trường để từ đó xây dựng chiến lược phát triển cho doanh nghiệp trong thời gian tới.

<p>Điểm mạnh:</p> <p>Khả năng điều hành, quản lý khá tốt.</p> <p>Đối phó mau lẹ với các biến động bất lợi trên thị trường.</p> <p>Giá sản phẩm mang tính cạnh tranh.</p>	<p>Điểm yếu:</p> <p>Nguồn lực tài chính hạn chế.</p> <p>Chất lượng của đội ngũ công nhân viên còn chưa đáp ứng hết yêu cầu của công việc.</p>
<p>Cơ hội:</p> <p>Thị trường về vật liệu xây dựng và dịch vụ thi công, san lấp mặt bằng ngày càng được mở rộng.</p> <p>Đối thủ cạnh tranh trực tiếp đang có những định hướng phát triển kinh doanh mới, không chú trọng quan tâm tới thị trường mà P.H.C đang hướng tới.</p>	<p>Nguy cơ:</p> <p>Sự cạnh tranh mạnh mẽ của các đối thủ trên thị trường.</p> <p>Giá nguyên liệu đầu vào càng ngày càng có xu hướng tăng cao.</p> <p>Các chính sách thắt chặt của địa phương trong việc khai thác khoáng sản.</p>

2.6.1 Những kết quả đạt được

Công ty TNHH Thương mại P.H.C là công ty có quy mô nhỏ, nhưng với sự lãnh đạo sáng suốt của ban lãnh đạo công ty, cùng với việc công ty rất chú trọng, đầu tư mua sắm trang thiết bị, phục vụ cho hoạt động kinh doanh của mình đem lại hiệu quả kinh tế cao nhằm phục vụ mục tiêu lâu dài.

Chức năng nhiệm vụ của công ty sản xuất kinh doanh với các lĩnh vực: vật liệu xây dựng, xây dựng công trình, san lấp mặt bằng, khai thác khoáng sản...

Cơ cấu tổ chức của công ty thực hiện theo cơ cấu trực tuyến chức năng, đảm bảo được chế độ một thủ trưởng, đồng thời đảm bảo được tính thống nhất trong công tác quản lý.

Về hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty: tổng doanh thu năm 2011 tăng 31,127 triệu đồng so với năm 2010, lợi nhuận sau thuế năm 2011 so với năm 2010 tăng 775 triệu đồng. Sự tăng này là do trong năm vừa qua Công ty đã có những chiến lược kinh doanh hiệu quả bằng việc tăng sản lượng sản phẩm tiêu thụ, cắt giảm các khoản chi phí không thực sự cần thiết.

Thị trường của công ty trải rộng trên địa bàn thành phố Hải Phòng, và các tỉnh lân cận như Hải Dương, Quảng Ninh... Để thu hút thêm nhiều khách hàng hơn nữa đòi hỏi công ty cần phải nỗ lực nhiều hơn.

Về tình hình nhân sự của công ty: Năm 2011 công ty có tổng số lao động là 49 người trong đó lao động trong độ tuổi từ 18- 30 chiếm đa số. Cho thấy lao động trong công ty có cấu trúc trẻ, có đủ sức khỏe và sự nhanh nhạy nhằm phục vụ tốt nhất cho công việc. Đa số lao động đều đã được đào tạo chuyên môn phù hợp với từng vị trí công tác. Công ty thực hiện đầy đủ với tư cách là người sử dụng lao động theo đúng quy định của Nhà nước và luôn cố tạo mọi điều kiện tốt nhất cho cán bộ, công nhân viên tập chung làm việc, sáng tạo, cống hiến và gắn bó lâu dài với công ty.

2.6.2 Những vấn đề còn tồn tại

Bên cạnh những thành tựu đạt được, công ty còn rất nhiều tồn tại, làm ảnh hưởng đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh:

Thứ nhất: Năm 2011 so với năm 2010 cùng với mức tăng doanh thu bán hàng và lợi nhuận sau thuế đều là 33% nhưng giá vốn hàng bán lại tăng lên 40%. Chính vì vậy để công ty có thể hoàn thành mục tiêu về lợi nhuận là 1 điều hết sức khó khăn và làm giảm đi tương đối phần lợi nhuận thu được trong năm 2011.

Thứ hai: Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu năm 2011 so với năm 2010 không tăng lên làm hạn chế 1 phần hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ ba: Tỷ lệ hàng tồn kho của công ty quá lớn. Tuy là để đối phó với biến động của thị trường nhưng có thể gây ra rất nhiều khó khăn cho 1 doanh nghiệp mà nguồn lực tài chính còn hạn chế và ít nhiều vẫn hoạt động phụ thuộc vào nguồn vốn đi vay.

Nguyên nhân

- Giá vốn hàng bán tăng.

Hiện nay việc khai thác các loại đất đá tại địa bàn huyện Thủy Nguyên đang gặp rất nhiều khó khăn do các chính sách của địa phương quy định. Mà nhóm hàng này lại là mặt hàng kinh doanh chủ yếu chiếm phần lớn doanh thu trong tổng doanh thu từ hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty. Vì vậy công ty phải đi nhập nguyên liệu ở các khu vực, các tỉnh lân cận, chi phí vận chuyển, lưu kho bãi tăng lên đáng kể. Điều này đã làm cho giá vốn của nguyên vật liệu tăng lên. Từ đó làm giảm lợi nhuận của doanh nghiệp, gây ảnh hưởng tới hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh chung.

- Chất lượng đội ngũ lao động.

Đội ngũ lao động của công ty chưa thực sự đáp ứng được các nhu cầu của doanh nghiệp.

Trước hết nói về đội ngũ lao động trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất tạo ra sản phẩm của doanh nghiệp. Vì nhóm lao động này đa số là lao động phổ thông, tuy có thành thạo tay nghề nhưng đối với 1 số lao động trẻ ý thức trách nhiệm nghề nghiệp chưa được tốt. Thể hiện bằng việc một số cá nhân thường xuyên đi làm muộn, trong giờ làm việc tuy đã có sắp xếp thời gian nghỉ ngơi nhưng đôi khi có nhiều người không tuân thủ(kéo dài thời gian nghỉ, làm cho lượng thời gian làm việc giảm xuống). Điều này gây ảnh hưởng không nhỏ tới năng suất lao động chung của toàn công ty cũng như tạo ra nề nếp làm việc không tốt gây bất bình trong công ty.

Đối với đội ngũ nhân viên phòng kinh doanh: tuy có 6 người nhưng việc nghiên cứu thị trường và lập ra các mục tiêu chiến lược cho doanh nghiệp còn khá hạn chế.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI P.H.C

3.1 Phương hướng hoạt động kinh doanh của công ty trong giai đoạn tới

3.1.1 Tình hình kinh tế xã hội của đất nước trong những năm tới

Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI diễn ra vào đầu năm 2011 vừa qua đã thành công tốt đẹp, mở ra một giai đoạn mới cho quá trình đi lên công nghiệp hóa hiện đại hóa Đất nước với mục tiêu đến năm 2020 nước ta sẽ cơ bản trở thành một nước công nghiệp. Theo nội dung văn kiện Đảng về chiến lược kinh tế xã hội giai đoạn 2011 – 2020 có đoạn viết: “Phát triển mạnh công nghiệp và xây dựng theo hướng hiện đại, nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh” Trong bối cảnh đó, ngành công nghiệp trong đó có ngành xây dựng và kinh doanh vật liệu xây dựng sẽ đứng trước những cơ hội và thách thức lớn lao cùng với những ngành nghề khác của nền kinh tế hoàn thành mục tiêu chung của đất nước. Các ngành công nghiệp sản xuất, cơ khí, chế tạo, công nghiệp nặng, khai khoáng, luyện kim, hóa chất, công nghiệp công nghệ thông tin... là những ngành được đặc biệt ưu tiên đầu tư phát triển, mở rộng quy mô, nâng cao hàm lượng chất xám. Là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh vật liệu xây dựng và thi công công trình thì công ty TNHH Thương mại P.H.C cũng không phải là một ngoại lệ. Đây là cơ hội lớn cho công ty trong những bước chuyển mình phát triển hơn nữa cả về chất và lượng trong giai đoạn mới.

3.1.2 Phương hướng hoạt động và phát triển của Công ty trong thời gian tới

Trên cơ sở phân tích hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Thương mại P.H.C ở phần chương 2, có thể thấy rằng mặc dù đã có những cố gắng và nỗ lực không ngừng nhưng bên cạnh những mặt đã đạt được có thể thấy Công ty vẫn còn bộc lộ rất nhiều hạn chế trong công tác quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh. Vì vậy trong thời gian tới công ty đã có những phương hướng và kế hoạch phát triển giai đoạn năm 2010 – 2015:

Thứ nhất, tăng cường công tác quản lý nội bộ bằng các quy chế và quy định cụ thể hơn, xây dựng thêm các định mức kinh tế kỹ thuật phù hợp với thực tế sản xuất.

Thứ hai, đào tạo cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật và công nhân lành nghề với nội dung đào tạo hướng tới thực tế sản xuất của Công ty.

Thứ ba, tăng cường khâu bán hàng tiếp thị, có nghĩa là công ty sẽ phải chủ động hơn nữa trong việc tích cực tham gia đấu thầu, tăng các hạng mục công trình lớn đáp ứng yêu cầu kỹ thuật của các trang thiết bị máy móc hiện tại đã được đầu tư để nâng cao hiệu quả hoạt động của các tài sản này đem lại doanh thu cao hơn nữa cho doanh nghiệp, tạo công ăn việc làm cho người lao động, cải thiện đời sống và thu nhập cho họ.

Tận dụng sự ưu đãi của nhà nước và những lợi thế sẵn có của công ty đồng thời tận dụng tối đa hiệu suất của các trang thiết bị hiện đại đã được đầu tư, tăng cường mở rộng sản xuất kinh doanh, phấn đấu đạt mức tăng trưởng hàng năm từ 10 – 20% và đảm bảo thực hiện nghiêm chỉnh nghĩa vụ đối với ngân sách nhà nước.

Mục tiêu chính sách của doanh nghiệp trong từng giai đoạn nhất định là khác nhau, song đều tựu chung lại ở mục tiêu tài chính là tối đa hoá lợi ích của chủ sở hữu cũng có nghĩa là tối đa tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu trong mức độ rủi ro cho phép. Chính vì thế Công ty đang có chủ trương sử dụng các kết quả phân tích tài chính trong thời gian qua để xây dựng một cơ cấu vốn tối ưu đảm bảo cho hoạt động sản xuất kinh doanh đạt hiệu quả mà mức độ rủi ro tài chính của công ty là nhỏ và công ty sẽ thoát khỏi nguy cơ phá sản.

Với sự kiên trì phấn đấu tạo dựng từ những bất ổn định Công ty đã đứng lên từng bước. Mặc dù chưa toàn diện nhưng đó là cơ sở vững chắc để công ty có thể tiếp tục phát triển vững vàng hơn ở những năm tiếp theo. Công ty đã tạo dựng được chỗ đứng đáng tin cậy trên thị trường, nhờ vậy công ty củng cố được lòng tin đối với cán bộ công nhân viên trong doanh nghiệp và các bạn hàng. Song song với việc cố gắng tăng lợi nhuận, Công ty không ngừng mở rộng quy mô hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, không ngừng nâng cao thu nhập,

tạo công ăn việc làm cho người lao động.

Công ty từng bước tìm kiếm thị trường, nhờ có đầu tư vào cơ sở vật chất máy móc hiện đại, công ty có thể thâm nhập vào những thị trường đòi hỏi yêu cầu công nghệ cao hơn, quy mô sản xuất lớn hơn. Đem lại những thu nhập cao hơn trong tương lai. Đồng thời công ty chủ trương duy trì những thị trường tiềm năng thế mạnh sẵn có của mình, thực hiện đa dạng hoá sản phẩm ngành nghề kinh doanh mở rộng thị trường. Như vậy với khả năng vốn có cộng với tiềm lực to lớn công ty hoàn toàn có khả năng phát triển mạnh mẽ theo xu hướng hoà nhập trong tình hình kinh tế mới.

3.2 Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Thương mại P.H.C

Từ những phân tích ở chương 2, em thấy Công ty TNHH Thương mại P.H.C bên cạnh những thành tựu đã đạt được vẫn còn gặp phải nhiều khó khăn và tồn tại. Muốn nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của mình, Công ty cần tìm ra các giải pháp nhằm phát huy những thế mạnh và giải quyết các khó khăn tồn tại. Do đó, em xin nêu ra một vài giải pháp như sau.

3.2.1 Nhóm giải pháp chung

3.2.1.1 Nhóm giải pháp về nâng cao hiệu quả hoạt động tài chính

Đối với mọi loại hình doanh nghiệp, việc duy trì một cơ cấu tài sản và nguồn vốn hợp lý sẽ đảm bảo cho quá trình Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp được vận hành tốt. Thông qua phân tích tình hình cơ cấu tài sản nguồn vốn của Công ty TNHH Thương mại P.H.C trong 2 năm qua có thể thấy Công ty đang duy trì một cơ cấu nguồn vốn tương đối hợp lý khi hệ số nợ của công ty đang ở mức trung bình, thể hiện khả năng tự chủ tài chính cao và áp lực trả nợ thấp. Về tài sản, tỉ lệ tài sản dài hạn đối với tài sản ngắn hạn khá tốt. Tuy nhiên trong thời gian tới công ty nên hạn chế phần nào đầu tư vào tài sản ngắn hạn để đầu tư nhiều hơn cho tài sản dài hạn. Tỉ lệ tốt nhất về 2 loại tài sản này đối với 1 doanh nghiệp mang tính đặc thù như P.H.C nên đạt ở mức $TSNH/ TSDH= 70/30$. Điều này sẽ tác động tốt hơn tới năng lực sản xuất cũng như khả năng mở

rộng quy mô đặc biệt đối với một công ty hoạt động của công ty. Chính vì vậy, việc tái cơ cấu tài sản nguồn vốn là nhiệm vụ cấp thiết để giải quyết những vấn đề mang tính căn bản nhằm giúp cho hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty có những bước thay đổi tích cực hơn trong thời gian tới.

Hiện nay lãi suất tiền vay lớn hơn tỷ suất lợi nhuận trước thuế và lãi vay trên tổng tài sản, thì doanh nghiệp càng vay nhiều càng làm giảm tỷ suất lợi nhuận vốn chủ sở hữu. Vì vậy để nâng cao được hiệu quả sản xuất kinh doanh, Công ty cần duy trì và có thể giảm hệ số nợ xuống con số nhỏ hơn nữa. Để giảm hệ số nợ, doanh nghiệp có thể giảm nợ phải trả, hoặc tăng nguồn vốn chủ sở hữu, hoặc cả hai cách trên. Nhưng để đảm bảo quy mô kinh doanh, Công ty nên tăng nguồn vốn chủ sở hữu và có thể thanh toán bớt một số khoản nợ đến hạn. Nguồn vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp chủ yếu là vốn từ lợi nhuận sau thuế được giữ lại, vì vậy, để tăng được vốn chủ sở hữu thì công ty nên có chính sách phân phối lợi nhuận phù hợp và chủ động tìm thêm các nguồn từ bên ngoài như nhận vốn góp. Tuy nhiên công ty cũng nên đánh giá các lợi ích từ việc sử dụng vốn vay vào hoạt động sản xuất kinh doanh để có thể tận dụng hết lợi ích của các đòn bẩy tài chính này.

3.2.1.2 Nhóm giải pháp về nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing

Hiện nay thị trường của công ty chỉ đang tập trung trong địa bàn khá nhỏ hẹp của huyện Thủy Nguyên. Thời gian sắp tới công ty nên có các biện pháp nghiên cứu mở rộng thị trường. Trước hết công ty phải xác định được năng lực của mình có thể đáp ứng với việc mở rộng thị trường như thế nào (nguồn lực về tài chính, nguồn lực về lao động). Trong đó nguồn lực về tài chính chiếm 1 vị trí rất quan trọng vì hiện nay trên thực tế năng lực tài chính của công ty vẫn khá yếu. Thời gian tới Nhà nước đang có chính sách điều chỉnh lãi suất cho vay, công ty có thể lợi dụng điểm này để bổ sung cho nguồn vốn kinh doanh nâng cao năng lực tài chính để đáp ứng nhu cầu mở rộng thị trường.

Đối thủ cạnh tranh của công ty hiện nay đang có những bước đi mới và có phần lợi là đối với thị trường mà họ đang nắm giữ. Công ty phải biết nhanh

chóng tận dụng triệt để cơ hội này đánh vào thị trường đó. Những thể hiện tốt về chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ đặc biệt là dịch vụ hậu mãi là 1 vũ khí lợi hại công ty có thể sử dụng.

3.2.1.3 Nhóm giải pháp về nâng cao hiệu quả nguồn nhân lực

A, Hợp lý hóa bộ máy quản trị và tổ chức sản xuất

Công ty nên cố gắng duy trì công tác quản lý bộ phù hợp với hoạt động và xu hướng phát triển của công ty trong thời gian tới là hết sức cần thiết để giảm thiểu tối đa chi phí quản lý không cần thiết. Tổ chức lại sao cho Công ty có bộ máy gọn nhẹ, năng động, linh hoạt trước thay đổi của thị trường. Cơ cấu tổ chức của Công ty phải thích ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh, phải được xây dựng phù hợp với quy mô, đặc điểm kinh doanh mới đảm bảo việc quản trị doanh nghiệp có hiệu quả. Xác định rõ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, chế độ trách nhiệm, quan hệ giữa các bộ phận với nhau, đưa hoạt động của Công ty đi vào nề nếp, tránh sự chòng chẹo giữa chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận. Công ty phải thường xuyên duy trì và đảm bảo sự cân đối tăng cường quan hệ giữa các khâu, các bộ phận trong quá trình sản xuất, mới có thể nâng cao tinh thần trách nhiệm của mỗi người.

B, Phát triển trình độ lao động

Lao động là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nói chung và Công ty TNHH Thương mại P.H.C nói riêng. Thêm vào đó, việc phân tích thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh, phân tích những tồn tại và nguyên nhân của những tồn tại đó đã cho thấy rằng, việc quan tâm đến công tác xây dựng và phát triển đội ngũ lao động là một giải pháp cần thiết giúp cho Công ty TNHH Thương mại P.H.C có thể nâng cao được hoạt động sản xuất kinh doanh.

Giải pháp bao gồm:

- Thứ nhất là xem xét bố trí lao động phù hợp, phù hợp với khả năng và trình độ của từng người, xác định rõ công việc mà từng người phải hoàn thành trong tập thể lao động, thường xuyên giám sát, kiểm tra trình độ, năng lực, thái

độ của nhân viên.

- Thứ hai, tạo động lực cả về vật chất và tinh thần khuyến khích lao động: xây dựng chính sách tiền lương, thưởng phù hợp, gắn thu nhập của từng người với kết quả công việc được giao cả về số lượng và chất lượng, hoàn thiện chế độ trợ cấp và bảo hộ lao động theo chủ trương chính sách của Nhà nước và phù hợp với điều kiện hiện tại của Công ty, tạo không khí làm việc lành mạnh thoải mái, tổ chức các cuộc thảo luận, đóng góp ý kiến của nhân viên, quan tâm đến sức khỏe và lắng nghe nhu cầu của nhân viên, tổ chức các cuộc dã ngoại nghỉ ngơi cho nhân viên và gia đình họ...

- Thứ ba, liên tục thực hiện việc tập huấn thêm cán bộ nhân viên nhằm nâng cao trình độ chuyên môn, đảm bảo đáp ứng những nhu cầu mới có thể phát sinh trong quá trình hoạt động.

- Thứ tư, thực hiện tốt công tác tuyển dụng và đào tạo mới: tuyển dụng một cách công bằng, lành mạnh, nhằm tìm được các nhân viên có năng lực thực sự, tích cực kèm cặp, chỉ bảo để nhân viên mới có thể nắm bắt được công việc một cách nhanh chóng và tốt nhất.

- Thứ năm, tăng cường kỷ luật lao động, tăng cường phổ biến quy định của công ty về kỷ luật lao động giúp cho lao động trong công ty có thể nắm rõ và tuân thủ theo, tăng cường kiểm tra phát hiện và xử phạt nghiêm minh các trường hợp vi phạm, tổ chức các cuộc bình xét các danh hiệu, đề nghị khen thưởng... cho những nhân viên gương mẫu về kỷ luật lao động.

- Thứ sáu, làm tốt công tác đánh giá kết quả công việc của mỗi lao động từ đó giúp cho công ty khen thưởng, kỷ luật kịp thời đối với từng người, khuyến khích tinh thần nhân viên, tạo điều kiện cho nhân viên tự phấn đấu, thi đua lẫn nhau...

3.2.2 Nhóm giải pháp cụ thể

a. Giảm giá vốn hàng bán và giảm lượng hàng tồn kho

Mặc dù công tác quản lý chi phí sản xuất của Công ty được đánh giá là tương đối tốt nhưng giá vốn hàng bán chiếm tỷ trọng cao trong tổng chi phí và ảnh hưởng lớn đến lợi nhuận của doanh nghiệp. Vì vậy trong thời gian tới Công

ty cần tiếp tục phát huy thành tích trong công tác quản lý chi phí để thực hiện cắt giảm giá vốn hàng bán hay giảm tỷ trọng của yếu tố này trên doanh thu thuần để giúp tăng lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận của Công ty. Đây là giải pháp tốt để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty.

Với những đánh giá về tình hình sản xuất kinh doanh cũng như thực trạng của Công ty như đã đề cập ở các phần trên em xin nêu ra một số giải có thể áp dụng tại công ty như sau:

- Công ty phải tiến hành tìm kiếm thị trường nguyên vật liệu đầu vào giá rẻ nhưng vẫn đảm bảo được chất lượng, đặc biệt Công ty phải tìm giải pháp để chủ động hơn trong việc khai thác và thu mua nguyên vật liệu, cần có các ràng buộc để tránh các thiệt hại do nhà cung cấp thực hiện sai hợp đồng. Song song với đó là Công ty phải kịp thời có những dự báo chính xác về giá cả các yếu tố đầu vào trong tương lai để có những chính sách dự trữ hợp lý nhằm đối phó những biến động bất thường của thị trường các yếu tố đầu vào.

- Ngoài ra, công ty cũng nên tính toán nhu cầu về nguyên vật liệu cần thiết cho từng công trình, dựa vào nhu cầu mà có mức dự trữ hợp lý, không để tình trạng phải dừng thi công vì dự trữ thiếu nguyên vật liệu nhưng dự trữ quá nhiều sẽ làm tăng chi phí sử dụng vốn, chi phí bảo quản, thậm chí có thể ảnh hưởng tới chất lượng của nguyên vật liệu. Tránh việc bị động về nguồn nguyên vật liệu đầu vào dẫn đến việc phải tăng giá vốn cao do những yếu tố khách quan. Làm được điều này chính là công ty đã tạo ra được lợi thế cạnh tranh với các đối thủ cùng ngành trong việc tìm kiếm khách hàng cũng như tham gia đấu thầu các công trình xây dựng.

- Trong năm vừa qua đứng trước những biến động về giá của thị trường và chính sách thắt chặt khai thác khoáng sản trên địa bàn huyện công ty đã chủ động mua thêm nhiều nguyên vật liệu đầu vào. Các sản phẩm này thì chi phí lưu kho bãi là tương đối thấp cùng với chất lượng ít bị ảnh hưởng bởi các yếu tố thiên nhiên. Tuy nhiên trong năm tới công ty chỉ nên duy trì lượng tồn kho dưới mức 7,000 triệu đồng. Các hàng tồn kho cần phải giảm đi trong năm tiếp theo là các công trình đang thi công dở dang không đảm bảo tiến độ để bàn giao cho

khách hàng. Nếu đảm bảo được yêu cầu này không những công ty tránh được tình trạng phải chi nhiều vốn vào hàng tồn kho mà còn giúp nâng cao hiệu quả sản xuất và uy tín với khách hàng. Phần còn lại 1,224 triệu đồng công ty nên đầu tư vào tài sản cố định để tăng năng lực sản xuất của công ty.

- Hiện nay giá đầu vào của nguyên liệu mà công ty tự khai thác thấp hơn khoảng 1% so với việc đi mua từ nơi khác về. Tuy nhiên công ty đã phải đầu tư 1 số tiền không nhỏ vào việc mua sắm trang thiết bị máy móc khai thác. Mà trong thời gian tới trên địa bàn huyện có thể phải dừng việc khai thác các loại nguyên vật liệu đó. Xét trên khía cạnh so sánh các lợi ích kinh tế thì tốt nhất công ty nên đầu tư cho việc tìm kiếm nhà cung cấp chào giá tốt nhất cùng với việc được đảm bảo về mặt số lượng và tính chính xác về thời gian giao hàng. Hiện nay công ty đang nhập hàng từ 1 số nhà cung cấp tại Quảng Ninh(nguồn hàng phong phú, quãng đường vận chuyển khá gần).

b. Đảm bảo và không ngừng nâng cao chất lượng các công trình thi công, cải tiến máy móc thiết bị

Chất lượng sản phẩm cũng như chất lượng các công trình là những nhân tố quyết định đến năng lực cạnh tranh, ảnh hưởng đến vị thế cũng như uy tín lâu dài của Công ty và trực tiếp ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty. Vì vậy, việc đảm bảo, nâng cao chất lượng các sản phẩm, công trình...luôn là vấn đề hết sức quan trọng và cấp thiết với công ty trong mọi giai đoạn. Để làm được điều này, Công ty phải luôn tìm kiếm và xây dựng được các phương án nâng cao chất lượng sản phẩm như:

- Tìm kiếm các yếu tố đầu vào đảm bảo chất lượng(như đã phân tích ở trên).
- Trang bị máy móc thiết bị cơ sở vật chất hiện đại, cải tiến phương pháp nâng cao năng suất và chất lượng. Công ty nên đầu tư mua sắm thêm 1 số máy móc thiết bị mới để phục vụ cho nhu cầu của khách hàng được tốt hơn. Nên trang bị thêm cho đội thi công công trình 2 máy trộn bê tông công suất vừa với mức giá khoảng 52 triệu đồng 1 máy để phục vụ cho việc thi công các công trình dân dụng nhỏ. Mức chi phí cho việc đầu tư này rơi vào khoảng 104 triệu đồng.

Nhưng nếu đầu tư công ty sẽ không phải đi thuê ngoài, mà chi phí của mỗi lần thuê ngoài theo con số thông kê sẽ giao động ở mức 3 triệu đồng. Vì vậy khi đầu tư mua máy trộn bê tông này công ty có thể tiết kiệm chi phí hơn vì chi phí mua máy móc mới sẽ được khấu trừ trong thời gian dài. Điều này sẽ làm cho giá vốn hàng bán của công ty hạ xuống vì nhiệm vụ hạ giá thành hiện nay đang là thực tế rất cấp thiết của công ty.

- Mặt khác công ty nên trú trọng khai thác thị trường thi công công trình vừa và nhỏ như: trạm xá, trường học... vì nó đang thể hiện là thị trường rất tiềm năng và lại đang thiếu 1 doanh nghiệp có thể đảm bảo tốt nhất về chất lượng. Trong các bước đi đầu tiên tiếp cận thị trường này việc quan trọng trước hết công ty cần yêu cầu phòng kinh doanh lập 1 kế hoạch cụ thể để xác định những địa bàn có nhu cầu với dịch vụ này, thông tin về các doanh nghiệp cũng đang cung cấp dịch vụ này trong huyện, giá cả, chất lượng công trình của các đối thủ. Để triển khai được chiến lược này đòi hỏi công ty phải đầu tư 1 lượng chi phí tương đối trong thời gian dài. Nhưng hi vọng biện pháp này sẽ mang lại hiệu quả tốt trong mục tiêu xác định vị thế và tìm kiếm thị trường mục tiêu.

- Ngoài ra để tiết kiệm được chi phí Marketing mà vẫn khiến cho hình ảnh của công ty được nhiều người biết đến công ty nên thực hiện 1 số công trình xây dựng công ích. Các công trình được thực hiện phải có tổng giá trị dưới 20 triệu đồng. Trước hết công ty sẽ xác định trên một số xã lân cận khu vực đặt trụ sở chính của công ty đang có công trình gì cần tu bổ và công ty sẽ thực hiện thi công miễn phí. Chiến lược này sẽ áp dụng trên 3 công trình tiêu biểu nhất thuộc 3 xã. Điều này sẽ đặt nền tảng cho mối quan hệ làm ăn lâu dài với các địa phương trong vùng.

c. Nâng cao hiệu quả nguồn nhân lực

- Không ngừng nâng cao ý thức làm việc của công nhân. Kiểm soát chặt chẽ hơn về việc chấp hành các nội quy, quy định của công ty. Nếu công nhân nào đi làm muộn lần thứ nhất sẽ áp dụng mức phạt 50% ngày lương, lần 2 sẽ

phạt 1 ngày lương, lần 3 sẽ cắt thưởng của cả tháng. Còn công nhân nào thực hiện vượt mức kế hoạch về năng suất đã đề ra nên khen thưởng khích lệ tinh thần như tặng 1 ngày lương.

- Đối với nhân viên phòng kinh doanh nên tiến hành kiểm tra lại năng lực của từng người bằng cách đặt ra 1 số chỉ tiêu mà họ phải đạt được trong 1 tháng. Như sau: trong 1 tháng 1 nhân viên phòng kinh doanh phải tìm được ít nhất 10 khách hàng có nhu cầu về các sản phẩm dịch vụ của công ty. Phần còn lại về đàm phán và kí kết hợp đồng sẽ do trưởng phòng kinh doanh hoặc giám đốc thực hiện. Trong 3 tháng thực hiện biện pháp này, nhân viên nào không đạt yêu cầu cần phải loại bỏ để giảm bớt chi phí không hợp lý. Song song với đó công tác tuyển dụng nhân viên cho phòng kinh doanh cũng cần phải được đề cao hơn. Tiêu chí tuyển dụng là nhân viên phải có hiểu biết về ngành nghề mà công ty đang kinh doanh, cùng với sự khéo léo trong đàm phán, tinh thần trách nhiệm cao, có khả năng làm việc độc lập cũng như làm việc đồng đội. Đặc biệt còn phải có sự nhạy bén trong việc nắm bắt xu hướng thị trường. Việc tuyển dụng này là tương đối khó khăn, về để đánh giá được năng lực của ứng viên công ty nên tổ chức theo nhiều vòng thi tuyển cả về năng lực và kĩ năng. Vị trí này cần tuyển thêm 1 nhân viên nữa, cùng với các nhân viên có sẵn công ty phải đặt ra mục tiêu doanh thu trong năm tới phải tăng thêm ít nhất 20%, và lợi nhuận tăng thêm 12%.

3.3 Kiến nghị với Nhà nước

Nhà nước có vai trò rất lớn trong việc đảm bảo cho các doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả. Để các doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả, nhà nước cần tạo ra môi trường kinh doanh pháp lý thuận lợi và phù hợp.

Như đã trình bày ở trên, hoạt động của Công ty TNHH Thương mại P.H.C tuy đã đạt được 1 số thành tích đáng khích lệ nhưng vẫn còn có rất nhiều khó khăn trở ngại về môi trường kinh doanh, công nghệ, sức cạnh tranh trên thị trường... Vì vậy, em xin có một số kiến nghị sau với Nhà nước để tạo điều kiện

thuận lợi cho Công ty TNHH Thương mại P.H.C có thể nâng cao hoạt động sản xuất kinh doanh trong những năm tới:

- *Kiểm chế lạm phát, bình ổn giá cả*

Hiện nay, lạm phát tăng cao đang là vấn đề đe dọa đến hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung và của TNHH Thương mại P.H.C nói riêng. Lạm phát ảnh hưởng đến giá cả hàng hóa nguyên vật liệu đầu vào từ đó làm tăng chi phí kinh doanh làm cho hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty bị sụt giảm. Hơn nữa, lạm phát còn làm hạn chế đầu tư từ đó ảnh hưởng đến thị trường đầu ra của Công ty. Do đó, cần thiết phải có sự tham gia của Nhà nước trong việc, kiểm chế lạm phát và bình ổn giá cả để tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, ổn định cho các doanh nghiệp nói chung và Công ty TNHH Thương mại P.H.C nói riêng.

- *Nhà nước cần có biện pháp nâng cao hiệu quả và tốc độ giải ngân, có hỗ trợ về đào tạo lao động và nâng cấp cơ sở hạ tầng.*

Việc nâng cao hiệu quả và tốc độ giải ngân sẽ đảm bảo cho dự án đầu tư chiều sâu của Công ty được thực hiện theo đúng kế hoạch đã đề ra. Ngoài ra Nhà nước nên có chương trình giáo dục và đào tạo tay nghề lao động để cung cấp nguồn lao động có chất lượng cho Công ty TNHH Thương mại P.H.C nói riêng và các doanh nghiệp nói chung nhằm nâng cao hiệu quả kinh tế. Thêm vào đó, cơ sở hạ tầng cũng là một yếu tố quan trọng cho phát triển kinh tế, vì vậy Nhà nước cần nâng cấp hệ thống đường xá giao thông và thông tin liên lạc để tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp phát triển và nâng cao hoạt động sản xuất kinh doanh.

KẾT LUẬN

Nâng cao hoạt động sản xuất kinh doanh thực sự là một vấn đề quan trọng, sống còn của mỗi doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường hiện nay. Để thực hiện tốt các nhiệm vụ đó, các doanh nghiệp phải tính toán các chỉ tiêu về hiệu quả, thông qua đó phân tích, đánh giá về tình hình thực tế của hoạt động sản xuất kinh doanh tại doanh nghiệp, các yếu tố ảnh hưởng đến chúng và từ đó tìm ra các biện pháp cụ thể để ngày càng nâng cao hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Thời gian hoạt động còn khá ngắn, bên cạnh những thành tích đạt được, Công ty TNHH Thương mại P.H.C vẫn gặp phải nhiều khó khăn tồn tại. Để cải thiện được tình hình trên, phát huy những thành tựu đã đạt được và giải quyết những khó khăn tồn tại, Công ty TNHH Thương mại P.H.C cần tìm các giải pháp nâng cao hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Em hi vọng với các giải pháp được đưa ra trong khóa luận có thể góp phần giúp Công ty TNHH Thương mại P.H.C thực hiện được điều đó.

Tuy nhiên, do thời gian thực tập có hạn và còn nhiều hạn chế về kiến thức nên khóa luận của em không tránh khỏi những sai sót. Em rất mong nhận được những ý kiến của các thầy cô giáo, của toàn thể các anh chị trong Công ty để bài viết của em được hoàn thiện hơn.

Cuối cùng, em xin chân thành cảm ơn tập thể cán bộ công nhân viên trong Công ty TNHH Thương mại P.H.C, đặc biệt là Cô giáo-Ths Nguyễn Thị Ngọc Mỹ đã giúp đỡ em rất nhiều trong việc hoàn thành đề tài này.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. “Quản trị tài chính doanh nghiệp” – Nguyễn Hải Sản – Nhà xuất bản Thống kê.
2. Giáo trình quản trị nhân lực- THs Nguyễn Văn Điền và PGS.TS Nguyễn Ngọc Quân chủ biên- Nhà xuất bản đại học Kinh tế Quốc dân
3. Giáo trình quản trị kinh doanh tổng hợp- GS.TS Nguyễn Thành Độ và PGS.TS Nguyễn Ngọc Huyền chủ biên- Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
4. Cẩm nang quản trị công ty- dự án quản trị công ty tại Việt Nam do Tổ chức tài chính Quốc tế (IFC) thực hiện với sự hợp tác của Phần Lan, Ai Len, Hà Lan, New Zealand và Thụy Sĩ.
5. “Phân tích tài chính doanh nghiệp” - TS. Lê Thị Xuân, THs. Nguyễn Xuân Quang – Học viện Ngân Hàng.
6. “Phân tích và sử dụng báo cáo tài chính” – Chủ biên : TS. Lê Thị Xuân – Khoa Tài chính – Học viện Ngân hàng.
7. “Luật doanh nghiệp 2005” – Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
8. Website: <http://cafef.vn/>; <http://www.cpv.org.vn>, <http://vneconomy.vn/>; tạp chí tài chính...
9. Văn kiện đại hội Đảng lần thứ XI

BẢNG PHỤ LỤC
BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

(Ngày 31 tháng 12 năm 2010)

Đơn vị tính: triệu đồng

Tài Sản	2011	2010	Chênh lệch		Tỉ trọng	
			%	TT	2011	2010
A. Tài Sản Ngắn Hạn	11,800	12,603	-6%	-803	36%	38%
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	128	230	-44%	-102	1%	2%
1. Tiền	128	230	-44%	-102	100%	100%
2. Các khoản tương đương tiền						
II. Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn						
1. Đầu tư ngắn hạn						
2. Dự phòng giảm giá đầu tư ngắn hạn						
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	3,248	5,881	-45%	-2,633	28%	47%
1. Phải thu khách hàng	2,988	5,725	-48%	-2,737	92%	97%
2. Trả trước cho người bán						
3. Phải thu nội bộ ngắn hạn	260	156	67%	104	8%	3%
4. Phải thu theo tiến độ kế hoạch HĐXD						
5. Các khoản phải thu khác						
6. Dự phòng phải thu ngắn hạn khó đòi (*)						
IV. Hàng tồn kho	8,224	6,366	29%	1,858	69%	51%
1. Hàng tồn kho	8,224	6,366	29%	1,858	100%	100%
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho (*)						
V. Tài sản ngắn hạn khác	200	126	59%	74	2%	1%
1. Chi phí trả trước ngắn hạn	151	126	20%	25	76%	100%
2. Thuế GTGT được khấu trừ						
3. Thuế và các khoản khác phải thu Nhà nước						
4. Tài sản ngắn hạn khác	45			45	23%	

B. Tài Sản Dài Hạn	21,019	20,806	1%	213	64%	62%
I. Các khoản phải thu dài hạn	59	121	-51%	-62	0.3%	0.6%
1. Phải thu dài hạn của khách hàng	59	121	-51%	-62	100%	100%
2. Vốn kinh doanh ở đơn vị trực thuộc						
3. Phải thu dài hạn nội bộ						
4. Phải thu dài hạn khác						
5. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi (*)						
II. Tài sản cố định	20,960	20,685	1%	275	99.7%	99.4%
1. Tài sản cố định hữu hình	20,387	20,048	2%	339	97%	97%
- Nguyên giá	27,603	24,751	12%	2,852	135%	123%
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	(7,216)	(4,703)	53%	-2,513	-35%	-23%
2. Tài sản cố định thuê tài chính						
- Nguyên giá						
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)						
3. Tài sản cố định vô hình	573	637	-10%	-64	3%	3%
- Nguyên giá	786	786	0%	0	137%	123%
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)	(213)	(149)	43%	-64	-37%	-23%
4. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang						
III. Bất động sản đầu tư						
- Nguyên giá						
- Giá trị hao mòn lũy kế (*)						
IV. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn						
1. Đầu tư vào công ty con						
2. Đầu tư vào công ty liên kết, liên doanh						
3. Đầu tư dài hạn khác						
4. Dự phòng giảm giá ĐTTTC dài hạn (*)						
V. Tài sản dài hạn khác						
1. Chi phí trả trước dài hạn						
2. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại						
3. Tài sản dài hạn khác						
Tổng Cộng Tài Sản	32,819	33,409	-2%	-590	100%	100%

Nguồn Vốn						
A. Nợ Phải Trả	13,948	17,373	-20%	-3,425	43%	52%
I. Nợ ngắn hạn	4,979	6,254	-20%	-1,275	36%	36%
1. Vay và nợ ngắn hạn	1,982	2,439	-19%	-457	40%	39%
2. Phải trả người bán	1,743	2,314	-25%	-571	35%	37%
3. Người mua trả tiền trước						
4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	209	375	-44%	-166	4%	6%
5. Phải trả người lao động	1,046	1,126	-7%	-80	21%	18%
6. Chi phí phải trả						
7. Phải trả nội bộ						
8. Phải trả theo tiến độ kế hoạch HĐXD						
9. Các khoản phải trả, phải nộp ngắn hạn khác						
10. Dự phòng phải trả ngắn hạn						
11. Quỹ khen thưởng, phúc lợi						
II. Nợ dài hạn	8,969	11,119	-19%	-2,150	64%	64%
1. Phải trả dài hạn người bán	987	3,224	-69%	-2,238	11%	29%
2. Phải trả dài hạn nội bộ						
3. Phải trả dài hạn khác						
4. Vay và nợ dài hạn	7,982	7,894	1%	88	89%	71%
5. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả						
6. Dự phòng trợ cấp mất việc làm						
7. Dự phòng phải trả dài hạn						
8. Doanh thu chưa thực hiện						
9. Quỹ phát triển khoa học và công nghệ						
B Vốn Chủ Sở Hữu	18,871	16,036	18%	2,835	58%	48%
I. Vốn chủ sở hữu	18,871	16,036	18%	2,835	100%	100%
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	14,719	13,952	6%	768	78%	87%

2. Thặng dư vốn cổ phần						
3. Vốn khác của chủ sở hữu						
4. Cổ phiếu quỹ (*)						
5. Chênh lệch đánh giá lại tài sản						
6. Chênh lệch tỷ giá hối đoái						
7. Quỹ đầu tư phát triển						
8. Quỹ dự phòng tài chính						
9. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu						
10. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	4,152	2,085	99%	2,067	22%	13%
11. Nguồn vốn đầu tư XDCB						
12. Quỹ hỗ trợ sắp xếp doanh nghiệp						
II. Nguồn kinh phí và quỹ khác						
1. Quỹ khen thưởng, phúc lợi						
2. Nguồn kinh phí						
3. Nguồn kinh phí đã hình thành TSCĐ						
Tổng Cộng Nguồn Vốn	32,819	33,409	-2%	-590	100%	100%

(Nguồn: Bộ phận kế toán- tài chính)

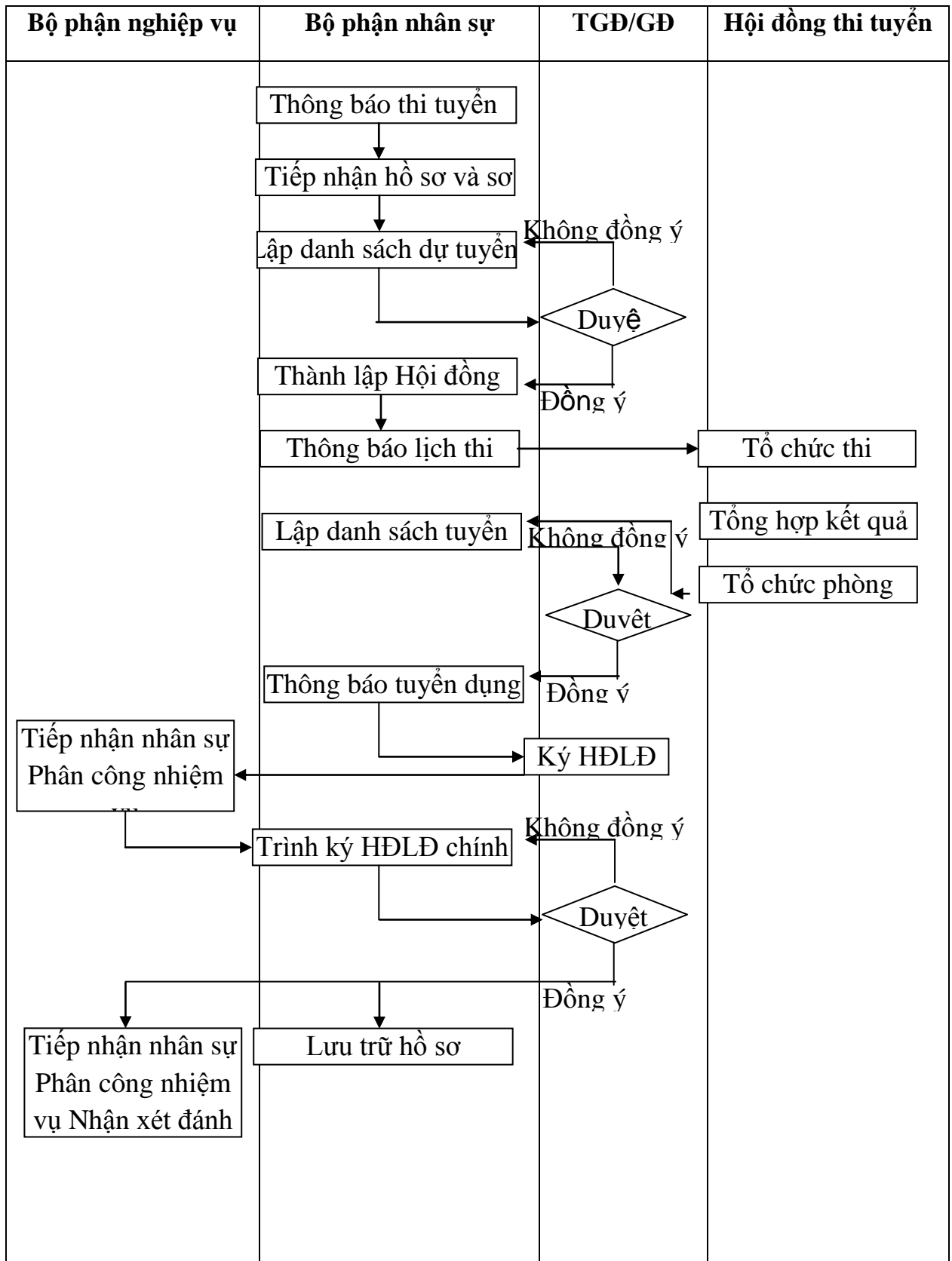
Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của công ty

Đơn vị tính: triệu đồng

CHỈ TIÊU	2011	2010	Chênh lệch	
			Số tiền	Tỉ lệ
1.Doanh thu bán hàng và cung cấp DV	126,717	95,614	31,103	33%
2.Các khoản giảm trừ doanh thu	274	298	(24)	-8%
3.Doanh thu thuần	126,443	95,316	31,127	33%
4.Giá vốn hàng bán	107,389	76,571	30,818	40%
5.Lợi nhuận gộp	19,054	18,745	309	2%
6.Doanh thu hoạt động tài chính				
7.Chi phí tài chính	2,569	3,136	(567)	-18%
<i>Trong đó: Chi phí lãi vay</i>	2,569	3,136	(567)	-18%
8.Chi phí bán hàng	3,142	2,625	517	20%
9.Chi phí quản lý doanh nghiệp	9,283	9,941	(658)	-7%
10.Lợi nhuận thuần từ Hoạt động kinh doanh	4,060	3,043	1,017	33%
11.Thu nhập khác	273	112	161	144%
12.Chi phí khác	213	68	145	213%
13.Lợi nhuận khác	60	44	16	36%
14.Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	4,120	3,087	1,033	33%
15.Chi phí thuế TNDN hiện hành	1,030	772	258	33%
16.Chi phí thuế TNDN hoãn lại				
17.Lợi nhuận sau thuế	3,090	2,315	775	33%

(Nguồn: Bộ phận tài chính- kế toán)

Lưu đồ Quy trình tuyển dụng qua thi tuyển



(Nguồn: Phòng hành chính nhân sự)

