

**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 : LÊ THỊ THÚY AN
Giảng viên hướng dẫn: ThS. BÙI THỊ THANH NHÀN

HẢI PHÒNG - 2012

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

**MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ
HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH TẠI CÔNG
TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN HƯNG PHÚC THÁI**

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

**Sinh viên : LÊ THỊ THÚY AN
Giảng viên hướng dẫn : ThS. BÙI THỊ THANH NHÀN**

HẢI PHÒNG - 2012

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Lê Thị Thuý An Mã SV: 120510

Lớp: QT1201N Ngành: Quản trị doanh nghiệp

Tên đề tài: Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty Trách nhiệm Hữu hạn Hưng Phúc Thái

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).
 - Cơ sở lý luận về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.
 - Đánh giá thực trạng về hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Hưng Phúc Thái.
 - Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH Hưng Phúc Thái.

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

Các nguồn số liệu nghiên cứu chủ yếu được lấy từ báo cáo tài chính do phòng Tài chính - kế toán cung cấp, và các văn bản, ấn phẩm của công ty TNHH Hưng Phúc Thái.

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

Công ty trách nhiệm hữu hạn Hưng Phúc Thái

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

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

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

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2012

Hiệu trưởng

GS.TS.NGƯT *Trần Hữu Nghị*

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

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

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

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

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

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

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

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG I CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP	4
1.1. Khái niệm và vai trò về hiệu quả sản xuất tính doanh của doanh nghiệp	4
1.1.1. Khái niệm về hiệu quả sản xuất kinh doanh.....	4
1.1.2. Bản chất của hiệu quả SXKD.....	5
1.1.3. Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh	6
1.1.3.1 Đối với doanh nghiệp	6
1.1.3.2. Đối với nền kinh tế xã hội.....	6
1.2. Phân loại hiệu quả SXKD.....	7
1.2.1. Căn cứ theo thời gian.....	7
1.2.2. Căn cứ theo yêu cầu của tổ chức xã hội và tổ chức quản lý kinh tế	7
1.3. Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả SXKD	7
1.3.1. Đối với doanh nghiệp	7
1.3.2. Đối với người lao động.....	8
1.3.3. Đối với nền kinh tế	8
1.4. Phương pháp phân tích hiệu quả SXKD.....	8
1.4.1. Phương pháp so sánh	8
1.4.2. Phương pháp thay thế liên hoàn	10
1.4.3. Phương pháp số chênh lệch.....	11
1.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh.....	11
1.5.1 Các yếu tố bên ngoài	11
1.5.2 Nhân tố bên trong.....	14
1.6. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	16
1.6.1. Chỉ tiêu tổng quát	16
1.6.2. Chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng chi phí.....	17
1.6.3. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh.....	18
1.6.4. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định.....	18
1.6.5. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động	19

1.6.6	Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động	20
1.6.7	Các chỉ tiêu sinh lời.....	21
1.6.8.	Một số chỉ tiêu đánh giá tình hình tài chính của doanh nghiệp	22
1.6.8.1.	Chỉ tiêu phản ánh cơ cấu nguồn vốn và tài sản.....	22
1.6.8.2.	Các chỉ số về hoạt động.	23
1.6.8.3	Chỉ tiêu về khả năng thanh toán.....	24
CHƯƠNG II : ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VỀ TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG		
KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH HƯNG PHÚC THÁI.....		26
2.1	Quá trình hình thành và phát triển của công ty	26
2.1.1.	Giới thiệu chung	26
2.1.2	Quá trình hình thành và phát triển	26
2.1.3	Chức năng và nhiệm vụ của Doanh nghiệp	27
2.1.3.1	Chức năng.....	27
2.1.3.2.	Nhiệm vụ	27
2.1.4	Bộ máy quản lí và cơ chế điều hành	29
2.1.4.1	Cơ cấu tổ chức.....	29
2.1.5	Những thuận lợi và khó khăn hiện nay của công ty.....	30
2.1.5.1	Thuận lợi	30
2.1.5.2	Khó khăn	31
2.2	Tình hình sản xuất kinh doanh tại công ty	31
2.2.1	Phân tích môi trường tác động	31
2.2.1.1	Môi trường ngoài công ty.....	31
2.2.1.2	Môi trường nội bộ trong công ty.....	34
2.2.2	Phân tích tình hình kinh doanh của công ty trong thời gian qua	37
2.2.3	Phân tích các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh của Công ty	41
2.2.3.1	Phân tích hiệu quả về chi phí	41
2.2.3.2	Phân tích hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh	43
2.2.3.3	Phân tích hiệu quả sử dụng lao động	44
2.2.3.4	Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời	45
2.2.3.5	Phân tích các chỉ tiêu tài chính đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của	

Công ty	46
2.2.3.6 Đánh giá tổng hợp hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Hưng Phúc Thái.....	53
CHƯƠNG III: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH HƯNG PHÚC THÁI	55
3.1.Mục tiêu và phương hướng phát triển của Công ty TNHH Hưng Phúc Thái trong thời gian tới.....	55
3.1.1 Về công tác tổ chức và lao động	55
3.1.2. <i>Về công tác kinh doanh</i>	55
3.1.3 Về thông tin nội bộ.....	55
3.1.4 Về sản lượng, chất lượng sản phẩm	56
3.2. Giải pháp tăng doanh thu và lợi nhuận	58
3.2.2 Tăng tốc độ thu hồi các khoản phải thu	60
3.2.3 <i>Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công nhân viên trong công ty</i>	62
3.2.4 Giảm thiểu chi phí trong kinh doanh	64
3.2.5 Giảm thiểu chi phí mua dịch vụ đầu vào	66
KẾT LUẬN	67
TÀI LIỆU THAM KHẢO	68

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Cùng với thời gian và sự phát triển của đất nước, nền kinh tế Việt Nam đã bước vào thời kỳ phát triển mới: chuyển từ nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý vĩ mô của nhà nước. Cơ chế thị trường đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp nhưng bên cạnh đó cũng tạo ra không ít khó khăn và thách thức. Tồn tại và phát triển không phải là một điều dễ dàng đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào, đặc biệt khi Việt Nam chính thức gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO, nền kinh tế Việt Nam từ một nền kinh tế bao cấp tập trung đã có bước chuyển mình ra với biển lớn thì sự cạnh tranh sẽ càng trở nên gay gắt và khó khăn hơn, đòi hỏi các Doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh để có thể tạo thế thắng lợi trong cạnh tranh, đứng vững trên thương trường.

Mục tiêu lớn nhất trong kinh doanh của của doanh nghiệp là tối thiểu hóa chi phí, tối đa hóa lợi nhuận, song để đạt được điều đó thực sự không phải là dễ dàng vì nó còn chịu sự tác động của rất nhiều yếu tố bên trong và bên ngoài đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn nỗ lực phấn đấu tự khẳng định mình, nhất là trong thời buổi khó khăn như hiện nay thì mới có thể tồn tại và phát triển được. Chính vì vậy nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là một vấn đề đặt ra hết sức cần thiết đối với mọi doanh nghiệp nói chung và Công ty TNHH Hưng Phúc Thái nói riêng. Hơn thế, công ty TNHH Hưng Phúc Thái đang gặp khó khăn và đứng trước nguy cơ giải thể do làm ăn thua lỗ 2 năm liền.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh đối với công ty TNHH Hưng Phúc Thái và qua thời gian thực tập tại công ty, em đã tìm hiểu, nghiên cứu và lựa chọn đề tài "*Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH Hưng Phúc Thái*" làm khóa luận tốt nghiệp.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

Đánh giá thực trạng thị trường dịch vụ vận tải nói chung và về tình hình, cũng như hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Hưng Phúc Thái nói riêng trong giai đoạn 2010-2011.

Đồng thời đề tài phát hiện điểm mạnh, điểm yếu trong nội tại công ty, từ đó có thể đề xuất các biện pháp nhằm phát huy điểm mạnh, khắc phục điểm yếu, nâng cao hiệu quả kinh doanh cho công ty.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Hưng Phúc Thái.

Phạm vi nghiên cứu: Do thời gian làm đề tài có hạn nên đề tài chỉ tập trung phân tích thực trạng kinh doanh của công ty TNHH Hưng Phúc Thái với số liệu nghiên cứu trong hai năm 2010-2011.

4. Nguồn số liệu nghiên cứu

Các nguồn số liệu nghiên cứu chủ yếu được lấy từ báo cáo tài chính do phòng Tài chính - kế toán cung cấp, và các văn bản, ấn phẩm của công ty TNHH Hưng Phúc Thái.

5. Phương pháp nghiên cứu

Phân tích tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh là một đề tài rộng vì thế em sử dụng một số các phương pháp sau đây:

Phương pháp đối chiếu so sánh: là phương pháp đối chiếu so sánh các chỉ tiêu có cùng một nội dung, tính chất để xác định xu hướng, mức biến động của các chỉ tiêu. Tiến hành đối chiếu, so sánh các kết quả kinh doanh, các chỉ tiêu kinh tế của công ty qua các năm để từ đó thấy được thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty.

Phương pháp đồ thị: là phương pháp biểu diễn các số liệu, tài liệu thông qua đồ thị, để thấy được sự thay đổi của các số liệu qua các năm phân tích.

Nghiên cứu dựa trên các kiến thức được học, các thông tin tài liệu thực tế báo cáo về tình hình kinh doanh của công ty từ đó tổng hợp phân tích, đánh giá để phục vụ cho quá trình nghiên cứu các đề tài.

6. Kết cấu khóa luận tốt nghiệp

Ngoài phần tóm lược, lời cảm ơn, lời cam kết, mục lục danh mục tài liệu tham khảo, danh mục bảng biểu, danh mục sơ đồ hình vẽ, danh mục từ viết tắt và các phụ lục, mở đầu và kết luận thì luận văn còn được chia thành 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Chương 2: Đánh giá thực trạng về hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH Hưng Phúc Thái.

Chương 3: Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại Công ty TNHH Hưng Phúc Thái.

CHƯƠNG I CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1. Khái niệm và vai trò về hiệu quả sản xuất tính doanh của doanh nghiệp

1.1.1. Khái niệm về hiệu quả sản xuất kinh doanh

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế, gắn với cơ chế thị trường và có quan hệ với các yếu tố trong quá trình sản xuất kinh doanh. Hiệu quả sản xuất kinh doanh là vấn đề vô cùng quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp, vì mục tiêu hàng đầu của doanh nghiệp là nâng cao hiệu quả kinh doanh để hướng tới mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận. Đạt được điều này doanh nghiệp mới có điều kiện mở rộng sản xuất kinh doanh, đủ sức cạnh tranh trên thương trường.

Có rất nhiều quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh. Sau đây là một số các quan điểm về hiệu quả sản xuất kinh doanh:

Theo nhà kinh tế học người Anh Adam Smith: Hiệu quả là kết quả đạt được trong hoạt động kinh tế, doanh thu tiêu thụ hàng hóa, ở đây hiệu quả đồng nhất với chỉ tiêu phản ánh kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

Hiệu quả là lợi ích tối đa thu được trên chi phí tối thiểu (Ngô đình Giao, 1997).

Kết quả kinh doanh

Hiệu quả kinh doanh = -----

Chi phí kinh doanh / Hiệu quả kinh tế

của một hiện tượng (hoặc quá trình) kinh tế là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (nhân lực, tài lực, vật lực, tiền vốn) để đạt được mục tiêu xác định. (Ngô đình Giao, 1997).

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là chỉ tiêu tổng hợp đánh giá sự phát triển kinh tế theo chiều sâu, phản ánh sự khai thác các nguồn lực một cách tốt nhất phục vụ cho mục tiêu kinh tế của doanh nghiệp, và mục tiêu xã hội của Doanh nghiệp đối với Nhà nước.

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

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một phạm trù kinh tế biểu hiện sự tập trung của sự phát triển kinh tế theo chiều sâu, phản ánh trình độ khai thác các nguồn lực và trình độ chi phí các nguồn lực 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.

1.1.2. Bản chất của hiệu quả SXKD

Bản chất của hiệu quả kinh tế là hiệu quả của lao động xã hội, được xác định bằng cách so sánh giữa chất lượng kết quả lợi ích thu được với lượng hao phí, lao động xã hội và tiêu chuẩn của hiệu quả là tối đa hóa kết quả hoặc tối thiểu hóa chi phí trên nguồn thu sẵn có. (Ngô đình Giao, 1997)

Thực chất khái niệm hiệu quả hoạt động SXKD là biểu hiện mặt chất lượng của các hoạt động kinh doanh, phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (nguyên vật liệu, thiết bị máy móc, lao động và đồng vốn) để đạt được mục tiêu cuối cùng của mọi hoạt động SXKD của doanh nghiệp là mục tiêu tối đa hoá lợi nhuận.

Để hiểu rõ bản chất của hiệu quả hoạt động SXKD chúng ta có thể dựa vào việc phân biệt hai khái niệm kết quả và hiệu quả:

Kết quả của hoạt động SXKD là những gì mà doanh nghiệp đạt được sau một quá trình SXKD nhất định, kết quả là mục tiêu cần thiết của mỗi doanh nghiệp. Kết quả hoạt động SXKD có thể là những đại lượng cụ thể có thể định lượng cân đong đo đếm được cũng có thể là những đại lượng chỉ phản ánh được mặt chất lượng hoàn toàn có tính chất định tính như thương hiệu, uy tín, sự tín nhiệm của khách hàng về chất lượng sản phẩm. Chất lượng bao giờ cũng là mục tiêu của doanh nghiệp.

Trong khái niệm hiệu quả hoạt động SXKD của doanh nghiệp đã sử dụng cả hai chỉ tiêu là kết quả đạt được và chi phí bỏ ra để có được kết quả đó (cả trong lý thuyết và thực tế thì hai đại lượng này có thể được xác định bằng đơn vị giá trị hay hiện vật) nhưng nếu sử dụng đơn vị hiện vật thì khó khăn hơn vì trạng thái hay đơn vị tính của đầu vào và đầu ra là khác nhau. Còn sử dụng đơn vị giá trị sẽ luôn đưa được các đại lượng khác nhau về cùng một đơn vị. Trong thực tế người ta sử

dụng hiệu quả hoạt động SXKD là mục tiêu cuối cùng của hoạt động sản xuất cũng có những trường hợp sử dụng nó như là một công cụ để đo lường khả năng đạt đến mục tiêu đã đặt ra.

1.1.3. Vai trò của hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.1.3.1 Đối với doanh nghiệp

Hiệu quả sản xuất kinh doanh có vai trò quan trọng đối với doanh nghiệp nó quyết định đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp trong kỳ kinh doanh. Đặc biệt là trong nền kinh tế thị trường như hiện nay khi mà các cuộc cạnh tranh giữa các doanh nghiệp đang ngày càng trở nên gay gắt, hiệu quả kinh doanh thực sự là mối quan tâm hàng đầu của doanh nghiệp.

Hiệu quả kinh doanh là điều kiện đảm bảo quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp diễn ra nhẹ nhàng, liên tục, nâng cao số lượng chất lượng hàng hóa, gia tăng lợi nhuận, xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật, mua sắm trang thiết bị đầu tư công nghệ mới mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, đồng thời cải thiện điều kiện làm việc cho người lao động, gia tăng lợi ích cho xã hội, vững vàng ổn định từ bên trong giúp doanh nghiệp củng cố vị thế của mình trên thị trường. Nhưng nếu hoạt động kinh doanh không hiệu quả, lợi nhuận mang lại thấp không đủ bù đắp chi phí và trang trải nợ nần thì hệ quả kéo theo là doanh nghiệp không thể phát triển, khó đứng vững và dẫn đến phá sản doanh nghiệp. Vì vậy hiệu quả kinh doanh đối với doanh nghiệp là hết sức quan trọng, là yếu tố quyết định sự sống còn của mỗi một doanh nghiệp.

1.1.3.2. Đối với nền kinh tế xã hội

Một xã hội được coi là phát triển khi mà nền kinh tế phát triển, các Doanh nghiệp làm ăn có hiệu quả sẽ gia tăng sản phẩm cho xã hội, tăng nguồn thu vào ngân sách Nhà nước, vì nguồn thu chủ yếu của ngân sách Nhà nước là từ các DN thông qua việc đóng thuế. Khi Doanh nghiệp làm ăn hiệu quả không những sẽ có lợi cho bản thân DN mà còn có lợi cho nền kinh tế quốc dân, đóng góp vào nguồn ngân sách Nhà nước nhiều hơn, để Nhà nước xây dựng thêm cơ sở hạ tầng, mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế, tạo chính sách thông thoáng hơn cho DN. Kèm theo đó là văn hóa xã hội, trình độ dân trí ngày càng được nâng cao,

thúc đẩy kinh tế phát triển, nâng cao mức sống cho người lao động.

Doanh nghiệp kinh doanh hiệu quả hơn sẽ tiến hành mở rộng quy mô kinh doanh và cần có thêm lực lượng lao động mới, chính điều này đã giải quyết được vấn đề khó khăn cho xã hội đó là vấn đề lao động việc làm cho người dân.

1.2. Phân loại hiệu quả SXKD

1.2.1. Căn cứ theo thời gian

Hiệu quả kinh doanh ngắn hạn: Là hiệu quả kinh doanh được xem xét, đánh giá trong khoảng thời gian ngắn hạn như tuần, quý, năm.

Hiệu quả kinh doanh dài hạn: Là hiệu quả kinh doanh được xem xét, đánh giá trong khoảng thời gian dài hạn gắn với các kế hoạch dài hạn, thậm chí gắn liền với thời gian tồn tại và phát triển của DN.

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

Hiệu quả kinh tế cá biệt: Là hiệu quả kinh tế thu hút được từ hoạt động của từng doanh nghiệp kinh doanh thông qua lợi nhuận thu được và chất lượng thực hiện những yêu cầu của xã hội.

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

1.3. Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả SXKD

1.3.1. Đối với doanh nghiệp

Nâng cao hiệu quả kinh doanh là cơ sở để đảm bảo sự tồn tại của doanh nghiệp, mà hiệu quả kinh doanh lại là nhân tố trực tiếp đảm bảo sự tồn tại này. Do đó việc nâng cao hiệu quả kinh doanh là một đòi hỏi tất yếu khách quan đối với tất cả các doanh nghiệp hoạt động trong cơ chế thị trường hiện nay.

Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh là nhân tố thúc đẩy sự cạnh tranh và tiến bộ trong kinh doanh. Chính việc thúc đẩy cạnh tranh yêu cầu các doanh nghiệp phải tự tìm tòi, đầu tư tạo nên sự tiến bộ trong kinh doanh. Thị trường ngày càng phát triển thì sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng gay gắt và khốc liệt hơn. Đó là cạnh tranh trên mọi phương diện: hàng hóa, giá sản phẩm, chất

lượng phục vụ, về vị trí, thị phần,... Vì thế, cạnh tranh là yếu tố làm các doanh nghiệp mạnh lên để tìm được chỗ đứng trên thị trường, nhưng ngược lại cũng có thể là các doanh nghiệp không thể phát triển tồn tại và dẫn đến phá sản.

Mục tiêu bao trùm, lâu dài của doanh nghiệp là tối đa hoá lợi nhuận. Để thực hiện mục tiêu này doanh nghiệp phải tiến hành mọi hoạt động sản xuất kinh doanh để tạo ra sản phẩm, cung cấp cho nguồn nhân lực sản xuất xã hội nhất định.

1.3.2. Đối với người lao động

Hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp có tác động tương hỗ với người lao động. Khi doanh nghiệp làm ăn hiệu quả, người lao động sẽ được trả lương cao hơn, việc làm của họ được ổn định, sẽ kích thích người lao động làm việc hăng say, phấn khởi hơn, có ý thức đóng góp cho doanh nghiệp nhiều hơn. Ngược lại, doanh nghiệp làm ăn kém hiệu quả người lao động sẽ phải nhận mức thu nhập thấp, sinh chán nản có thể khiến họ rời bỏ DN để tìm DN khác với mức thu nhập cao hơn, điều kiện làm việc tốt hơn.

1.3.3. Đối với nền kinh tế

Hiệu quả sản xuất kinh doanh được nâng cao thì quan hệ sản xuất càng củng cố lực lượng sản xuất phát triển. Việc doanh nghiệp đạt được hiệu quả sản xuất kinh doanh có vai trò hết sức quan trọng với chính bản thân doanh nghiệp cũng như với xã hội. Nó tạo tiền đề vững chắc cho sự phát triển của doanh nghiệp cũng như của toàn xã hội, trong đó mỗi doanh nghiệp là một cá thể nhưng nhiều cá thể vững vàng và phát triển sẽ tạo ra một nền kinh tế, một xã hội bền vững.

1.4. Phương pháp phân tích hiệu quả SXKD

1.4.1. Phương pháp so sánh

Phương pháp so sánh là phương pháp được sử dụng phổ biến trong phân tích để xác định xu hướng biến động của chỉ tiêu phân tích

Mục đích của phương pháp này là thông qua so sánh cho phép xác định được sự biến động chung của chỉ tiêu phân tích để từ đó kết hợp với phương pháp khác xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến chỉ tiêu phân tích

- Các vấn đề cơ bản khi áp dụng phương pháp so sánh

Xác định gốc so sánh: Tùy thuộc vào mục đích nghiên cứu mà lựa chọn gốc

so sánh thích hợp

- Khi nghiên cứu mức tăng trưởng của các chỉ tiêu theo thời gian: gốc so sánh là là trị số của chỉ tiêu kỳ trước.

- Khi nghiên cứu mức độ thực hiện nhiệm vụ kinh doanh trong từng khoảng thời gian một năm: gốc so sánh là trị số của chỉ tiêu ở cùng kỳ năm trước.

- Khi đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch: gốc so sánh là trị số của chỉ tiêu ở kỳ kế hoạch.

- Khi nghiên cứu vị trí của doanh nghiệp: gốc so sánh là trị số của chỉ tiêu trung bình ngành hoặc trung bình kế hoạch.

- Điều kiện áp dụng

- Phải tồn tại ít nhất 2 đại lượng trở lên.

- Bảo đảm tính thống nhất về nội dung kinh tế của chỉ tiêu.

- Bảo đảm tính thống nhất về phương pháp tính các chỉ tiêu, khi so sánh cần lựa chọn hoặc tính lại các chỉ theo một phương pháp thống nhất.

- Bảo đảm tính thống nhất về đơn vị tính.

- Các kỹ thuật so sánh

+ So sánh thực tế với kế hoạch: mục đích là để đánh giá mức độ thực hiện kế hoạch về một chỉ tiêu kinh tế tài chính nào đó. Khi so sánh ta tiến hành so sánh dựa trên số tuyệt đối, số tương đối, và số tương đối hoàn thành kế hoạch.

So sánh tuyệt đối: $AQ = Q_i - Q_o$

Trong đó: AQ : Mức chênh lệch tuyệt đối

Q_1 : Trị số chỉ tiêu kỳ phân tích

Q_0 : Trị số chỉ tiêu kỳ gốc

So sánh tương đối: $AQ = (Q_i - Q_o)/Q_o * 100$.

So sánh tương đối hoàn thành kế hoạch: $AQ = Q_i/Q_o$

+ So sánh về mặt thời gian: tiến hành so sánh kỳ này với kỳ trước được biểu hiện bằng số %, số lần. Sự biến động của một chỉ tiêu kinh tế qua khoảng thời gian nào đó sẽ cho thấy tốc độ và nhịp điệu phát triển của các hiện tượng và kết quả kinh tế.

+ So sánh định gốc Xác định một khoảng thời gian làm gốc sau đó so sánh trị số của chỉ tiêu ở kỳ gốc. Số này phản ánh sự phát triển của chỉ tiêu nghiên cứu trong khoảng thời gian dài.

+ So sánh liên hoàn : Kỳ gốc sẽ tuần tự thay đổi và được chọn kê ngay trước kỳ nghiên cứu. Số so sánh này phản ánh sự phát triển của chỉ tiêu kinh tế qua hai thời kỳ kế tiếp sau, chỉ thấy tính quy luật rõ hơn.

+ So sánh về mặt không gian : Tiến hành so sánh số liệu của đơn vị này với số liệu của đơn vị khác, kết quả của đơn vị thành viên với kết quả trung bình của tổng thể để từ đó đánh giá được điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp.

+ So sánh bộ phận với tổng thể : biểu hiện mối quan hệ tỷ trọng giữa mức độ đạt được của bộ phận trong mức độ đạt được của tổng thể của một chỉ tiêu kinh tế nào đó.

- Ưu nhược điểm của phương pháp so sánh

Phương pháp so sánh mới chỉ cho biết sự biến động chung của chỉ tiêu mà chưa cho biết sự ảnh hưởng cụ thể của từng nhân tố vì vậy việc đề xuất các biện pháp là thiếu cụ thể.

Kết quả của phép so sánh có ý nghĩa hay không hoàn toàn phụ thuộc vào khả năng so sánh được của các chỉ tiêu.

1.4.2. Phương pháp thay thế liên hoàn

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

- Mục đích và điều kiện áp dụng

Mục đích: Cho phép xác định mức độ ảnh hưởng cụ thể của từng nhân tố đến đối tượng phân tích.

Điều kiện áp dụng: các nhân tố có mối quan hệ tích số, thương số hoặc cả tích số và thương số. Khi sử dụng phương pháp này cần chú ý đến trật tự sắp xếp các nhân tố trong phương trình kinh tế và cần sắp xếp theo thứ tự sau:

- Nhân tố số lượng đứng trước, chất lượng đứng sau.
- Nhân tố khối lượng thay thế trước, trọng lượng thay thế sau.
- Nếu có nhiều nhân tố số lượng thì nhân tố số lượng chủ yếu xếp trước, thứ yếu xếp sau và không đảo lộn trật tự này trong suốt quá trình phân tích.

- Ưu, nhược điểm

Ưu điểm: Xác định được mức độ ảnh hưởng của các nhân tố từ đó có thể đề xuất ra các biện pháp để phát huy điểm mạnh, khắc phục điểm yếu một cách cụ thể.

Nhược điểm: Điều kiện áp dụng nghiêm ngặt, số liệu giữa các lần thay thế phụ thuộc vào nhau. Vì vậy nếu không tính được hoặc tính sai lần thay thế nào đó thì sẽ làm ảnh hưởng đến lần thay thế sau.

1.4.3. Phương pháp số chênh lệch

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

- Mục đích, điều kiện áp dụng

Mục đích: Để xác định mức độ ảnh hưởng cụ thể của từng nhân tố đến đối tượng phân tích.

Điều kiện áp dụng: Các nhân tố ảnh hưởng có mối quan hệ tích số với chỉ tiêu phân tích.

- Ưu nhược điểm của phương pháp số chênh lệch

Ưu điểm: Xác định được mức độ ảnh hưởng của các nhân tố, vì vậy việc đề xuất các biện pháp là rất cụ thể. số liệu giữa các lần thay thế không phụ thuộc vào nhau. Vì vậy nếu tính sai hoặc không đúng một lần thay thế nào thì không ảnh hưởng đến các lần thay thế khác.

Nhược điểm: Phạm vi áp dụng hẹp

1.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh

1.5.1 Các yếu tố bên ngoài

Nhân tố bên ngoài doanh nghiệp là các yếu tố khách quan mà doanh nghiệp không thể kiểm soát được. Môi trường bên ngoài doanh nghiệp tác động liên tục

tối hoạt động của doanh nghiệp theo những xu hướng khác nhau, vừa tạo ra cơ hội vừa hạn chế khả năng thực hiện mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp.

a. Môi trường- chính trị - pháp luật

Đây là nhân tố có ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động kinh doanh của Doanh nghiệp, đó là bao gồm các chính sách, quy chế, thể chế, luật lệ,... đó là các công cụ kinh tế vĩ mô của Nhà nước tác động đến doanh nghiệp. Sự ổn định về mặt chính trị được coi là tiền đề quan trọng thúc đẩy doanh nghiệp phát triển, ngược lại sự không ổn định về mặt chính trị, khắt khe trong luật lệ kinh doanh sẽ kìm hãm sự phát triển của Doanh nghiệp. Bởi vì nó ảnh hưởng đến mặt hàng, sản phẩm mà doanh nghiệp sản xuất và phương thức kinh doanh của DN. Không những thế nó còn có tác động đến chi phí đầu vào của các Doanh nghiệp đặc biệt là các DN kinh doanh xuất nhập khẩu như: chi phí lưu thông vận chuyển, hàng rào thuế quan, hạn ngạch của một quốc gia, các chính sách thương mại quốc tế,... Như vậy, môi trường chính trị, pháp luật có một ảnh hưởng to lớn đến hoạt động kinh doanh của DN.

b. Đối thủ cạnh tranh

Đối thủ cạnh tranh bao gồm đối thủ cạnh tranh trực tiếp và đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp là những cá nhân, tổ chức có cùng hoạt động sản xuất kinh doanh những sản phẩm, dịch vụ giống doanh nghiệp và cạnh tranh trực tiếp về thị phần, khách hàng với doanh nghiệp. Đối thủ cạnh tranh tiềm tàng là đối thủ chưa thực hiện kinh doanh nhưng đã có đủ tiềm lực để sẵn sàng gia nhập ngành. Như vậy có thể nói đối thủ cạnh tranh là nhân tố quan trọng thúc đẩy doanh nghiệp phát triển vì trong nền kinh tế thị trường cạnh tranh hoàn hảo, có nhiều đối thủ, hoạt động kinh doanh sẽ gặp khó khăn hơn, đòi hỏi doanh nghiệp phải nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh bằng cách không ngừng cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ; tạo ra lợi thế tuyệt đối về giá thành, đẩy mạnh tốc độ tiêu thụ hàng hóa, mở rộng quy mô sản xuất để từ đó có thể giúp doanh nghiệp đứng vững trên thị trường.

Khi nghiên cứu về cạnh tranh phải nắm bắt được ưu nhược điểm của đối thủ, quy mô, thị phần kiểm soát, tiềm lực tài chính, kỹ thuật công nghệ, trình độ tổ

chức quản lý, lợi thế cạnh tranh, uy tín, hình ảnh của doanh nghiệp. Qua đó xác định được vị thế của đối thủ và doanh nghiệp trên thị trường

c. Nhà cung ứng

Các nhà cung ứng thường cung cấp cho doanh nghiệp các nhân tố đầu vào phục vụ cho quá trình hoạt động của Doanh nghiệp như: Nguyên vật liệu, máy móc thiết bị, nhiên liệu, lao động, vốn,... Do vậy, hoạt động của các nhà cung ứng sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp như chất lượng sản phẩm dịch vụ, số lượng sản phẩm, giá cả sản phẩm.. Vì vậy việc nghiên cứu các nhà cung ứng, tìm ra nhà cung ứng tốt nhất sẽ giúp cho doanh nghiệp giảm được áp lực nguồn đầu vào, đem lại cho doanh nghiệp cơ hội, đạt lợi thế về cạnh tranh hoặc về chất lượng sản phẩm trên thị trường tiêu dùng. Nhưng đôi khi nhà cung ứng cũng là một nguy cơ đối với doanh nghiệp khi họ đòi nâng giá hoặc giảm chất lượng sản phẩm cung cấp làm cho lợi nhuận của doanh nghiệp giảm. Vì vậy doanh nghiệp nên tự xây dựng cho mình hệ thống các nhà cung ứng đa dạng, tránh bị phụ thuộc bởi một nhà cung cấp, từ đó tránh được sức ép của nhà cung cấp và đồng thời xây dựng mối quan hệ tốt đôi bên cùng có lợi.

d. Khách hàng

Khách hàng và lợi nhuận chính là cái đích của doanh nghiệp. Doanh nghiệp muốn kinh doanh và phát triển phải có sự tồn tại của khách hàng. Đặc biệt trong thời kỳ kinh tế thị trường như hiện nay, khi mà có nhiều nhà cung cấp sản phẩm. Sản phẩm đa dạng phong phú thì nhu cầu sử dụng hàng hóa giữa các nhóm người cũng đều khác nhau, nắm bắt được tâm lý khách hàng đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng, chất lượng thực sự là một điều khó khăn. Vì thế mà doanh nghiệp cần phải nắm bắt thị trường khách hàng, phân loại hàng hóa cho phù hợp với từng nhóm khách hàng riêng biệt, đáp ứng phù hợp với các nhu cầu khác nhau của khách hàng. Đây là nội dung quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, nó quyết định đến số lượng, chất lượng, chủng loại sản phẩm, dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp ngoài thị trường.

Đồng thời doanh nghiệp cần phải phân tích nhu cầu tiêu dùng và thu nhập của khách hàng, người tiêu dùng. Bởi vì khi người tiêu dùng có thu nhập trung

bình cao thì nhu cầu về mua sắm hàng hóa của khách hàng cũng cao hơn đồng nghĩa với việc mức tiêu thụ hàng hóa của doanh nghiệp cũng cao hơn và ngược lại. Sức tiêu thụ của khách hàng sẽ đem lại doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp. Vì thế doanh nghiệp cần phải am hiểu, nắm bắt tâm lý khách hàng, phục vụ khách hàng một cách tốt nhất.

1.5.2 Nhân tố bên trong

Mỗi biến động của nhân tố thuộc về nội tại doanh nghiệp đều có thể ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh, làm cho mức độ hiệu quả của quá trình sản xuất của doanh nghiệp thay đổi theo cùng xu hướng của nhân tố đó. Để thấy rõ được mức độ ảnh hưởng của các nhân tố bên trong doanh nghiệp ta đi phân tích các nhân tố sau.

a. Nhân tố vốn

Đây là nhân tố quan trọng quyết định duy trì hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp hay không. Do vậy việc huy động vốn, sử dụng và bảo toàn nguồn vốn có vai trò quan trọng đối với DN. Đây là nhân tố nằm trong tầm kiểm soát của DN vì vậy hoạch định chiến lược kinh doanh, DN cần phải xác định cho mình nguồn vốn cần thiết để có thể lựa chọn được phương pháp kinh doanh tối ưu. Huy động các nguồn vốn hợp lý trên cơ sở khai thác tối đa mọi nguồn lực sẵn có của mình. Từ đó tổ chức chu chuyển, tái tạo nguồn vốn ban đầu, phát triển nguồn vốn hiện có của DN. Trong nền kinh tế thị trường hiện nay doanh nghiệp cần phải tự đi tìm hướng đi cho riêng mình, cùng với đó thì việc bảo toàn và mở rộng quy mô vốn là hết sức quan trọng, vì đó là điều kiện cần thiết cho việc duy trì, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Bởi vì muốn đạt hiệu quả kinh tế và phát triển nguồn vốn hiện có thì trước hết các DN phải bảo toàn được nguồn vốn của mình.

Do đó việc huy động, sử dụng bảo toàn vốn một cách hợp lý và hiệu quả sẽ góp phần tăng khả năng và sức mạnh tài chính cho DN, thúc đẩy cho quá trình sản xuất kinh doanh phát triển và đảm bảo hiệu quả kinh tế cho DN.

b. Nhân tố quản trị

Đây là nhân tố quan trọng chính trong hoạt động sản xuất kinh doanh của DN. Trong môi trường kinh doanh đầy biến động như hiện nay trình độ quản lý sẽ

quyết định đến sự sống còn của DN. Đội ngũ cán bộ quản trị sẽ phải là người đưa ra các quyết định trong chiến lược kinh doanh của mình: Sản xuất cái gì?, sản xuất cho ai?, sản xuất như thế nào? đồng thời phải xác định, phân tích cơ cấu tổ chức của DN mình đã hợp lý hay chưa? Đánh giá uy tín của công ty đối với khách hàng và đối với các đối tác khác, đánh giá việc tổ chức thông tin và giao tiếp của khách hàng với công ty như thế nào? Đánh giá bầu không khí, văn hóa nề nếp trong DN mình, đánh giá năng lực và mức độ quan tâm của người lãnh đạo cao nhất tới hoạt động chung của DN. Điều đó là thể hiện năng lực chuyên môn và trình độ quản lý của người lãnh đạo. Việc xác định chức năng và nhiệm vụ quyền hạn của từng bộ phận cá nhân và thiết lập mối quan hệ giữa các bộ phận trong cơ cấu tổ chức DN có ảnh hưởng rất lớn tới tình hình tổ chức sản xuất kinh doanh của DN.

c. Nhân tố lao động

Trong quá trình sản xuất kinh doanh thì yếu tố con người là yếu tố quan trọng hàng đầu để đảm bảo thành công của DN. Ngày nay khi khoa học, kỹ thuật phát triển máy móc thiết bị ngày càng trở nên tiên tiến hiện đại nhưng vẫn không thể thay thế lao động con người. Lực lượng lao động có thể sáng tạo ra công nghệ kỹ thuật mới và đưa chúng vào sử dụng, tạo ra tiềm năng lớn cho việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Trình độ tay nghề của người lao động sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng sản phẩm sản xuất ra, người lao động có tay nghề, trình độ cao, có ý thức trách nhiệm trong công việc sẽ nâng cao năng suất lao động cho DN. Đồng thời tiết kiệm và giảm được định mức tiêu hao nguyên vật liệu, góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh.

Lực lượng lao động sẽ có tác động trực tiếp đến năng suất lao động, hiệu quả kinh doanh của DN vì thế cần tổ chức, phân công lao động hợp lý giữa các bộ phận, cá nhân trong DN, sử dụng đúng người, đúng việc sao cho tận dụng tối đa được năng lực, sở trường và phát huy được tính sáng tạo của người lao động nhằm tạo ra sự thống nhất, hợp lý trong tiến trình thực hiện nhiệm vụ chung của DN. Do vậy ban lãnh đạo Công ty nên có chính sách đào tạo, tạo điều kiện nâng cao năng lực cho người lao động. Đồng thời cũng cần phải tìm hiểu, quan tâm đến tâm tư nguyện vọng của người lao động, có chính sách khuyến khích động viên kịp thời

để họ đóng góp cho DN nhiều hơn, xử phạt nghiêm minh hợp lý để họ nâng cao ý thức trách nhiệm của mình trong công việc, tạo được sự đồng thuận thống nhất từ ban lãnh đạo đến toàn thể nhân viên trong Công ty, từ đó có thể thực hiện mục tiêu chung đặt ra của DN.

d. Nhân tố trình độ kỹ thuật công nghệ

Đây là nhân tố quan trọng quyết định đến khả năng sản xuất cũng như là chỉ tiêu hàng đầu đánh giá quy mô Doanh nghiệp. Tiến bộ khoa học kỹ thuật là quá trình hoàn thiện sản phẩm, đổi mới không ngừng và nhanh chóng công cụ lao động, năng lượng, nguyên vật liệu, công nghệ và tổ chức sản xuất trên cơ sở kết quả nghiên cứu khoa học và nghiên cứu ứng dụng nhằm đạt hiệu quả sản xuất kinh doanh cao nhất (Lê Văn Tâm, 2005).

Ngày nay khi khoa học công nghệ ngày càng phát triển đòi hỏi các Doanh nghiệp phải nhanh chóng nắm bắt và ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật hiện đại vào sản xuất kinh doanh, vì các sản phẩm có ứng dụng khoa học công nghệ cao và hiện đại sẽ thắng thế trong cạnh tranh. Công nghệ và đổi mới công nghệ là động lực là nhân tố của phát triển trong các doanh nghiệp. Đổi mới công nghệ là yếu tố, biện pháp cơ bản giữ vai trò quyết định để doanh nghiệp giành thắng lợi trong cạnh tranh. Công nghệ lạc hậu sẽ tiêu hao nguyên vật liệu lớn, chi phí nhân công và lao động nhiều, do vậy và giá thành tăng, đem lại lợi nhuận thấp.

Các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh phải tạo được trên thị trường bằng những sản phẩm có năng lực làm thỏa mãn người tiêu dùng về số lượng, chất lượng, kiểu dáng, tính thẩm mỹ của sản phẩm và quan trọng hơn là phải có khả năng thỏa mãn người tiêu dùng cao hơn nhưng sản xuất với chi phí thấp hơn các sản phẩm cùng loại của các đối thủ cạnh tranh.

1.6. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh

1.6.1. Chỉ tiêu tổng quát

$$\text{Hiệu quả SXKD} = \frac{\text{Giá trị kết quả đầu ra}}{\text{Giá trị kết quả đầu vào}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh để tạo ra một đơn vị đầu ra cần phải hao phí hết bao

nhiều đơn vị đầu vào.

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

Chi phí là những hao phí lao động xã hội được biểu hiện bằng tiền trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh. Chi phí của DN là tất cả những chi phí phát sinh gắn liền với DN trong quá trình hình thành, tồn tại và hoạt động từ khâu mua nguyên liệu tạo ra sản phẩm cho đến khi tiêu thụ nó. Chi phí phục vụ cho quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của DN bao gồm: chi phí mua nguyên vật liệu, chi phí trả cho người lao động, nhân viên trong DN, chi phí bán hàng, chi phí quản lý DN, chi phí hoạt động mua ngoài, chi phí hoạt động tài chính,... Như vậy để tạo ra sản phẩm dịch vụ phải là sự tập hợp của tất cả các khoản chi tương ứng. Chi phí thế nào sẽ quyết định giá thành sản phẩm dịch vụ cao hay thấp, vì thế hạ giá thành, giảm chi phí là nhiệm vụ quan trọng trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó gia tăng lợi nhuận, nâng cao hiệu quả kinh doanh cho DN.

Đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí thông qua các chỉ tiêu sau:

a. Hiệu quả sử dụng chi phí

Tổng doanh thu

Hiệu quả sử dụng chi phí = -----

Tổng chi phí

Chỉ tiêu này cho biết cứ một đồng chi phí bỏ ra kinh doanh trong kỳ thì tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ hiệu quả sử dụng chi phí của DN càng cao và ngược lại.

b. Tỷ suất lợi nhuận chi phí

Tổng lợi nhuận

Tỷ suất lợi nhuận chi phí = -----

Tổng chi phí

Chỉ tiêu này cho biết cứ một đồng chi phí DN bỏ ra kinh doanh thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ DN kinh doanh hiệu quả và ngược lại.

1.6.3. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh

a. Hiệu suất sử dụng vốn kinh doanh

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn kinh doanh} = \frac{\text{Doanh thu}}{\text{Tổng vốn kinh doanh}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh, cứ một đồng vốn DN bỏ ra kinh doanh thì tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ hiệu quả kinh tế càng cao và ngược lại.

b. Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng vốn kinh doanh}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh, cứ một đồng vốn bỏ ra kinh doanh trong kỳ thì sẽ tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Chỉ tiêu này càng lớn chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh càng cao và ngược lại.

1.6.4. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn cố định và tài sản cố định

a. Sức sinh lời tài sản cố định

$$\text{Sức sinh lời tài sản cố định} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Nguyên giá tài sản cố định}}$$

Chỉ tiêu này cho biết một đồng TSCĐ thì đem lại bao nhiêu đồng doanh thu. Sức sản xuất TSCĐ càng lớn thì hiệu quả sử dụng TSCĐ càng tăng và ngược lại.

b. Hiệu suất sử dụng vốn cố định

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn CD} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Tổng vốn cố định bình quân}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ trung bình một đồng vốn cố định được đưa vào đầu tư trong kỳ thì tạo ra được bao nhiêu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng TSCĐ vào hoạt động sản xuất kinh doanh càng cao và ngược lại.

c. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn cố định

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận trên vốn cố định} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Vốn cố định bình quân}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh cứ trung bình một đồng vốn cố định đầu tư vào hoạt động kinh doanh thì tạo ra bao nhiêu đồng LNST, chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn cố định càng tốt và ngược lại.

d. Tỷ suất hao phí TSCĐ

$$\text{Tỷ suất hao phí TSCĐ} = \frac{\text{Nguyên giá bình quân TSCĐ}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

Chỉ tiêu này cho biết để tạo ra được một đồng doanh thu thì phải cần bao nhiêu đồng nguyên giá bình quân TSCĐ.

1.6.5. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vốn lưu động

a. Sức sinh lời của vốn lưu động

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

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn lưu động bình quân bỏ ra sẽ thu lại bao nhiêu đồng lợi nhuận. Sức sinh lời của vốn lưu động càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng cao và ngược lại.

b. Số vòng quay vốn lưu động

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

Chỉ tiêu này phản ánh trong kỳ kinh doanh vốn lưu động quay được mấy vòng, số vòng quay càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng tăng và ngược lại.

c.Số ngày một vòng quay vốn lưu động

360(ngày)

Số ngày 1 vòng quay vốn lưu động= -----

Vòng quay vốn lưu động

Chỉ tiêu này phản ánh trung bình một vòng quay cần hết bao nhiêu ngày. Số vòng quay càng nhỏ thì tốc độ luân chuyển vốn lưu động càng lớn và rút ngắn được chu kỳ kinh doanh.

d.Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động

Vốn lưu động bình quân

Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động =-----

Tổng doanh thu tiêu thụ

Hệ số đảm nhiệm vốn lưu động phản ánh để được một đồng doanh thu tiêu thụ thì cần phải bỏ ra bao nhiêu đồng vốn lưu động. Hệ số này càng cao thì chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng cao, số vốn lưu động tiết kiệm được càng lớn.

1.6.6 Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng lao động

a.Doanh thu bình quân một lao động

Doanh thu thuần

Doanh thu bình quân 1 lao động = -----

Tổng số lao động

Chỉ tiêu này cho biết mỗi một lao động tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh trong kỳ thì tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu.

b. Mức sinh lời của một lao động

Lợi nhuận sau thuế

Mức sinh lời của một lao động = -----

Số lao động bình quân

Chỉ tiêu này cho biết mỗi một lao động tham gia vào quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh trong kỳ thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận.

c. Năng suất sử dụng lao động

Tổng sản lượng tạo ra trong kì

Năng suất sử dụng lao động = -----

Số lao động bình quân

Chỉ tiêu này phản ánh trung bình một lao động trong kỳ thì tạo ra bao nhiêu đồng giá trị sản lượng sản xuất ra.

1.6.7 Các chỉ tiêu sinh lời

Các chỉ số sinh lời luôn được các nhà quản trị tài chính quan tâm. Chúng là cơ sở quan trọng để đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong một kỳ nhất định, là đáp số sau cùng của hiệu quả kinh doanh, và còn là một luận cứ quan trọng để các nhà hoạch định đưa ra các quyết định tài chính trong tương lai. (*Đọc, lập, phân tích BCTC Doanh nghiệp Thống kê*)

a. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu

Lợi nhuận sau thuế *100

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu = -----

Doanh thu thuần

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng doanh thu mà doanh nghiệp thực hiện trong kỳ thì tạo ra được mấy đồng lợi nhuận.

b. Tỷ suất sinh lời của tài sản

Tỷ suất sinh lời của tài sản

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng giá trị tài sản tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế.

c. Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh

Lợi nhuận sau thuế*100

Tỷ suất lợi nhuận vốn kinh doanh = -----

Vốn kinh doanh bq

Chỉ tiêu này phản ánh cứ một đồng vốn doanh nghiệp bỏ ra kinh doanh thì tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế.

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

1.6.8.1. Chỉ tiêu phản ánh cơ cấu nguồn vốn và tài sản

a. Hệ số nguồn vốn chủ sở hữu (hệ số tự tài trợ)

Vốn chủ sở hữu

$$\text{Hệ số vốn chủ sở hữu} = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$$

Tổng nguồn vốn

Hệ số này cho biết trong một đồng vốn kinh doanh thì có bao nhiêu đồng hình thành từ nguồn vốn chủ. Nó đo lường sự góp vốn của chủ sở hữu trong tổng nguồn vốn. Hệ số này lớn chứng tỏ doanh nghiệp có nhiều vốn tự có, tính độc lập cao với các khoản nợ, không bị ràng buộc bởi các khoản nợ vay.

b. Hệ số nợ

Nợ phải trả

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

Tổng nguồn vốn

Hệ số này cho biết cứ một đồng vốn doanh nghiệp bỏ ra kinh doanh thì có bao nhiêu đồng được hình thành từ vay nợ bên ngoài. Hệ số này càng cao chứng tỏ doanh nghiệp đang phải chịu sức ép từ các khoản nợ vay bên ngoài, giảm khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Tuy nhiên cũng thể coi đây cũng là một chính sách, chiến lược của doanh nghiệp để gia tăng lợi nhuận vì đang được hưởng vốn chiếm dụng từ bên ngoài, tuy nhiên cần phải kiểm soát hệ số này một cách chặt chẽ.

c. Tỷ suất đầu tư vào tài sản dài hạn

TSCĐ và đầu tư dài hạn * 100

$$\text{Tỷ suất đầu tư vào tài sản dài hạn} = \frac{\text{TSCĐ và đầu tư dài hạn} * 100}{\text{Tổng tài sản}}$$

Tổng tài sản

Chỉ tiêu này cho biết cứ một đồng doanh nghiệp đầu tư vào tài sản thì có bao nhiêu đồng đầu tư vào TSCĐ và đầu tư dài hạn. Tỷ suất này càng cao chứng tỏ doanh nghiệp rất chú trọng đầu tư vào TSCĐ và đầu tư dài hạn trong hoạt động kinh doanh của mình.

d. Tỷ suất đầu tư vào tài sản ngắn hạn.

TSLĐ và đầu tư ngắn hạn * 100

$$\text{Tỷ suất đầu tư vào tài sản ngắn hạn} = \frac{\text{TSLĐ và đầu tư ngắn hạn * 100}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ một đồng tài sản thì có bao nhiêu đồng doanh nghiệp đầu tư vào tài sản TSLĐ và đầu tư ngắn hạn. Tỷ suất này càng cao chứng tỏ doanh nghiệp chú trọng vào việc đầu tư vào tài sản ngắn hạn và ngược lại.

1.6.8.2. Các chỉ số về hoạt động.

a. Số vòng quay hàng tồn kho.

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

Giá vốn hàng bán

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

Số vòng quay hàng tồn kho càng cao chu kỳ kinh doanh được rút ngắn, thời gian tồn kho càng ít, lượng vốn bỏ ra vào hàng tồn kho được thu hồi nhanh, chứng tỏ tổ chức hoạt động kinh doanh của Công ty có hiệu quả.

b. Số ngày một vòng quay hàng tồn kho

Phản ánh số ngày trung bình cho một vòng quay hàng tồn kho.

Số ngày trong kì

$$\text{Số ngày của một vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{Số ngày trong kì}}{\text{Số vòng quay hàng tồn kho}}$$

c. Vòng quay các khoản phải thu.

Vòng quay các khoản phải thu phản ánh tốc độ chuyển đổi các khoản phải thu sang tiền mặt.

Doanh thu thuần

$$\text{Vòng quay các khoản phải thu} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Các khoản phải thu bình quân}}$$

Vòng quay này càng lớn chứng tỏ tốc độ thu hồi các khoản phải thu của doanh nghiệp nhanh vì doanh nghiệp không phải đầu tư nhiều vào các khoản phải thu

d. Kỳ thu tiền bình quân

360 ngày

Kỳ thu tiền bình quân = -----

Vòng quay các khoản phải thu

Kỳ thu tiền bình quân phản ánh số ngày cần thiết để thu được các khoản phải thu. Kỳ thu tiền bình quân thấp chứng tỏ doanh nghiệp không bị ứ đọng vốn trong khâu thanh toán, không gặp phải các khoản nợ khó đòi và ngược lại. Vòng quay các khoản phải thu càng lớn thì kỳ thu tiền bình quân càng nhỏ và ngược lại.

1.6.8.3 Chỉ tiêu về khả năng thanh toán

Đây là chỉ tiêu được rất nhiều bên quan tâm như các nhà đầu tư, người cho vay, bên cung cấp hàng hóa, nguyên vật liệu đầu vào. Vì chỉ số này cho biết khả năng thanh toán các khoản nợ của doanh nghiệp đến đâu.

a. Hệ số khả năng thanh toán tổng quát (K_{TQ})

Tổng tài sản

Hệ số khả năng thanh toán tổng quát =-----

Tổng nợ phải trả

Hệ số này nói lên mối quan hệ giữa tổng tài sản mà hiện nay doanh nghiệp đang sử dụng với tổng nợ phải trả, nó phản ánh khả năng thanh toán chung của các loại tài sản ở doanh nghiệp. Hệ số này cho biết cứ một đồng đi vay thì có bao nhiêu đồng tài sản đảm bảo trả nợ.

$K_{TQ} > 1$: Cho thấy khả năng thanh toán của doanh nghiệp là tốt.

$K_{TQ} = 1$: Cho thấy khả năng thanh toán của doanh nghiệp chưa tốt, doanh nghiệp đang gặp khó khăn đối với các khoản nợ.

$K_{TQ} < 1$: Cho thấy doanh nghiệp đang rất khó khăn trong việc trả nợ, tổng tài sản hiện có của doanh nghiệp không đủ để trang trải các khoản nợ. Báo hiệu sự phá sản của doanh nghiệp.

b. Hệ số thanh toán hiện hành (K_{hi})

Hệ số thanh toán hiện hành

Hệ số này cho biết khả năng sử dụng tài sản ngắn hạn để thanh toán cho các khoản nợ ngắn hạn của doanh nghiệp. Đây là chỉ tiêu được các chủ nợ ngắn hạn quan tâm nhất vì nó cho biết các khoản nợ của họ có được trang trải bằng tài sản ngắn hạn của doanh nghiệp hay không. Hệ số này cho biết cứ một đồng nợ ngắn hạn thì có bao nhiêu đồng tài sản ngắn hạn được đảm bảo trả nợ.

c. *Khả năng thanh toán nhanh. (K_N)*

Tài sản ngắn hạn – Hàng tồn kho

$$\text{Khả năng TT nhanh} = \frac{\text{-----}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$$

Hệ số khả năng thanh toán nhanh là thước đo về khả năng trả nợ ngay không dựa vào việc phải bán các loại vật tư hàng hóa. Hệ số này cho biết khả năng hoàn trả các khoản nợ ngắn hạn không phụ thuộc vào việc bán hàng tồn kho bởi trên thực tế hàng tồn kho kém thanh khoản hơn vì phải mất nhiều thời gian và chi phí tiêu thụ mới có thể chuyển thành tiền, nhất là hàng tồn kho ứ đọng kém phẩm chất.

$K_N > 1$: Khả năng thanh toán của doanh nghiệp là tốt.

$K_N = 1$: Khả năng thanh toán của doanh nghiệp là bình thường.

$K_N < 1$: Khả năng thanh toán của doanh nghiệp là khó khăn.

CHƯƠNG II : ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VỀ TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH HUNG PHÚC THÁI

2.1 Quá trình hình thành và phát triển của công ty

2.1.1. Giới thiệu chung

Trong xu thế hội nhập và phát triển ngày càng mạnh mẽ của nền kinh tế Thế giới, các doanh nghiệp Việt Nam đã và đang có những bước đột phá lớn, góp phần quan trọng thúc đẩy nền kinh tế đất nước. Đặc biệt từ khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của tổ chức thương mại WTO thì quan hệ thông thương hàng hóa ngày càng mở rộng, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kinh doanh lĩnh vực vận tải phát triển mà trong đó có Công ty TNHH Hưng Phúc Thái

Công ty TNHH Hưng Phúc Thái đã phát huy tinh thần chủ động, sáng tạo đạt được những tiến bộ vượt bậc, giữ vai trò chủ đạo, ổn định thị trường, mở rộng mạng lưới kinh doanh trên cả nước Bắc, Trung, Nam

2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển

- Tên công ty : Công ty TNHH Hưng Phúc Thái

- Địa chỉ trụ sở chính : Số 54 Lê Thánh Tông, Máy Tơ, Ngô Quyền, Hải Phòng

- Tài khoản 54880959 Tại ngân hàng ACB – CN Hải Phòng

Công ty đc sở kế hoạch và đầu tư Hải Phòng cấp giấy phép kinh doanh lần đầu tiên vào ngày 18/1/2005, và bắt đầu đi vào hoạt động từ tháng 2/2005

Công ty là doanh nghiệp có tư cách pháp nhân thực hiện chế độ hạch toán kinh tế độc lập ,được mở tài khoản tại ngân hàng và sử dụng con dấu theo mẫu quy định của Nhà Nước

***Tầm nhìn**

Công ty phấn đấu trở thành một trong những công ty hàng đầu trong lĩnh vực hàng hải, giao nhận quốc tế và phân phối bằng cách cung cấp cho khách hàng những dịch vụ có chất lượng cao, giá cả hợp lí, thời gian nhanh và đảm bảo an toàn.

***Sứ mạng**

Để đạt được mục tiêu nói trên, Công ty không ngừng cải tiến và vươn tới quản lí chất lượng toàn diện theo mô hình ISO 9000, đáp ứng và thỏa mãn các yêu cầu ngày càng cao hơn của khách hàng. Vì quyền lợi của công ty không thể tách rời khỏi quyền lợi của khách hàng, Công ty xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài, bền vững hướng tới mục tiêu chung là hai bên cùng có lợi, cùng phát triển và góp phần vào sự tăng trưởng của xã hội.

Công ty bảo đảm huy động các nguồn lực thích hợp để thực hiện những chỉ tiêu cụ thể cho mỗi thời kỳ hoạt động. Tất cả nhân viên của Công ty đều được đào tạo kỹ thuật nghiệp vụ, để có đủ năng lực cần thiết thực hiện công việc được giao và phát triển toàn diện nhân cách và tri thức.

2.1.3 Chức năng và nhiệm vụ của Doanh nghiệp

Công ty TNHH Hưng Phúc Thái là một tổ chức hoạt động kinh doanh theo chức năng nhiệm vụ của mình và được pháp luật bảo vệ. Công ty có chức năng và nhiệm vụ sau:

2.1.3.1 Chức năng

Cung ứng cước dịch vụ vận tải và giao nhận vận tải hàng hóa bằng đường biển và đường hàng không trong cả nước và quốc tế.

Cung ứng đại lí hàng hải, môi giới thuê tàu...

Xây dựng ,lắp đặt các công trình xây dựng dân dụng

Sản phẩm của công ty là chất lượng dịch vụ vì vậy công ty chủ yếu tập trung vào việc nâng cao chất lượng phục vụ, bảo đảm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao hơn của khách hàng.

2.1.3.2. Nhiệm vụ

Luôn đảm bảo về giá và công ty luôn không ngừng cải tiến và vươn tới quản lí chất lượng toàn diện theo mô hình ISO 9000, đáp ứng và thỏa mãn các yêu cầu ngày càng cao hơn của khách hàng .

Công ty xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài, bền vững hướng tới mục tiêu chung là hai bên cùng có lợi, cùng phát triển và góp phần vào sự tăng trưởng của xã hội.

Không ngừng bồi dưỡng và nâng cao nghiệp vụ cho cán bộ công nhân viên trong Công ty.

Bảo đảm an toàn về hàng hóa trong quá trình vận chuyển.

Xây dựng, tổ chức và thực hiện các mục tiêu kế hoạch do Nhà nước đề ra, tổ chức hoạt động kinh doanh theo đúng ngành nghề đã đăng ký, đúng mục đích thành lập doanh nghiệp.

Tuân thủ chính sách, chế độ pháp luật của Nhà nước về quản lý quá trình tổ chức kinh doanh, tuân thủ những quy định trong các hợp đồng kinh doanh với các bạn hàng trong và ngoài nước.

Bảo đảm an toàn trong quá trình vận chuyển về hàng hóa, tính mạng con người.

Công ty có quyền hạn sau:

- Được chủ động đàm phán, ký kết và thực hiện những hợp đồng của công ty. Giám đốc là người đại diện cho công ty về quyền lợi, nghĩa vụ kinh doanh của công ty theo quy định của pháp luật hiện hành.
- Hoạt động theo chế độ hạch toán kinh tế độc lập có con dấu, tài khoản riêng tại ngân hàng

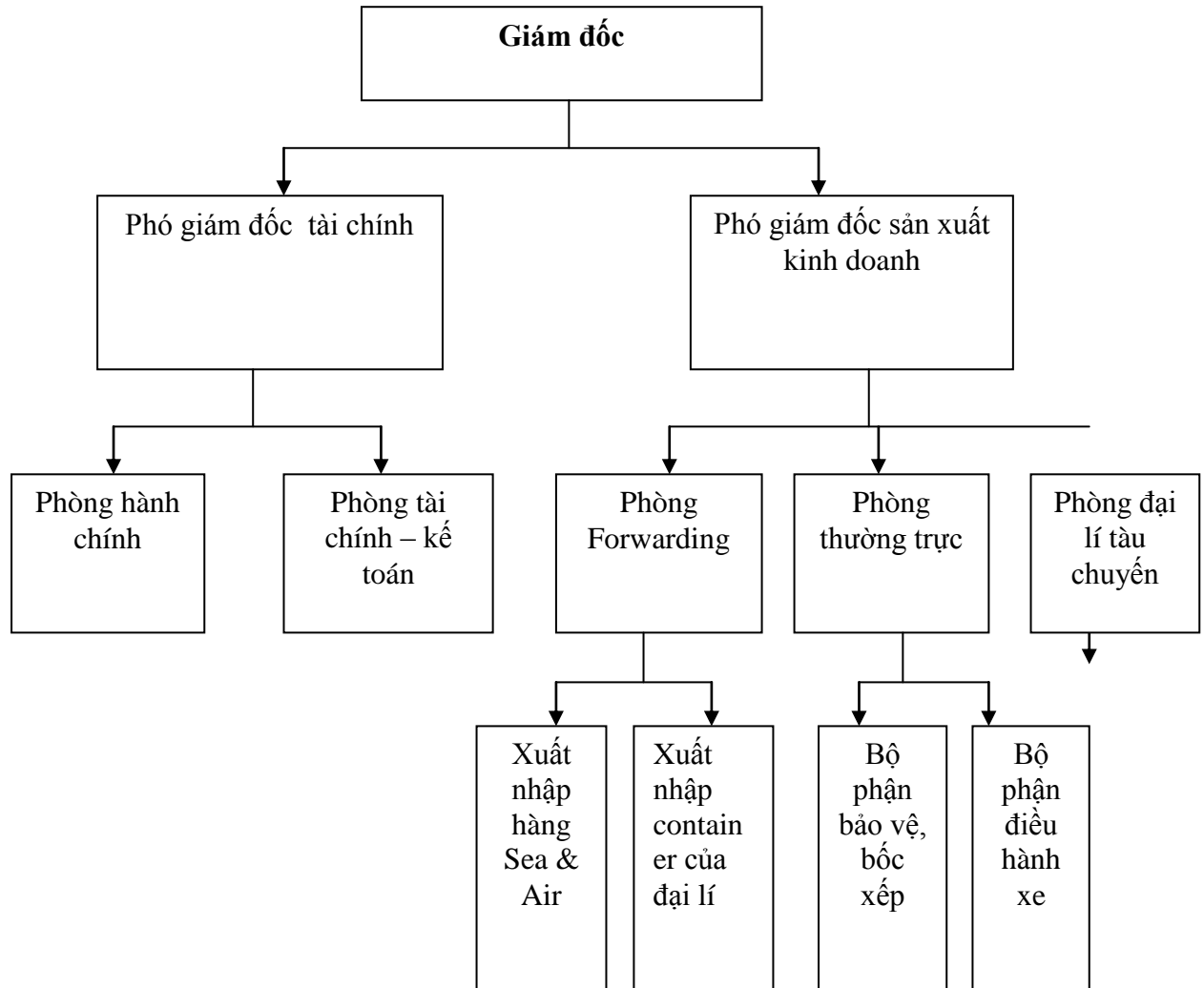
2.1.4 Bộ máy quản lý và cơ chế điều hành

2.1.4.1 Cơ cấu tổ chức

Cơ cấu tổ chức của công ty được thể hiện ở sơ đồ sau:

Sơ đồ 2.1: Bộ máy quản lý công ty

Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Công ty



Chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận

- Giám đốc - Bà Hồ Thị Nga: Là người đứng đầu công ty, nắm quyền điều hành, chỉ đạo mọi hoạt động kinh doanh của công ty, kiểm soát các hoạt động của phòng Forwarding, chịu trách nhiệm báo cáo trực tiếp mọi hoạt động của công ty với GD Tổng Công ty.
- Phó giám đốc công ty : giúp việc cho giám đốc công ty trong chỉ đạo điều hành cụ thể trong hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị .

+ Phó giám đốc : Là người giúp việc cho giám đốc, thay thế giám đốc khi giám đốc đi vắng. Phó giám đốc chỉ được giải quyết công việc trong phần nhiệm vụ được giao và chịu trách nhiệm trước giám đốc về phần công việc được giao

- Phòng Forwarding:

- Điều hành các hoạt động xuất nhập hàng Sea và Air.
- Điều hành các hoạt động xuất nhập container của đại lý CCNI Line, Logistics và đại lý Wallenius Wilhelmsen Line.

- Phòng kế toán:

- Lập kế hoạch tài chính và kiểm soát ngân quỹ .
- Lập hóa đơn thanh toán và thực hiện thu chi .
- Báo cáo tài chính với cơ quan thuế nhà nước.
- Giám sát và điều hòa tài chính cho các công ty trong hệ thống .
- Báo cáo trực tiếp với GD.

- Phòng đại lý tàu chuyển :

Điều hành các hoạt động xuất nhập hàng bằng tàu chuyển.

2.1.5 Những thuận lợi và khó khăn hiện nay của công ty

2.1.5.1 Thuận lợi

- Nhu cầu về dịch vụ vận tải thông thương giao nhận hàng hóa ngày càng tăng lên, đặc biệt khi Việt Nam đã là thành viên chính thức của tổ chức thương mại Thế giới WTO, đã tạo điều kiện thuận lợi cho ngành dịch vụ vận tải phát triển mà trong đó có Công ty TNHH Hưng Phúc Thái

- Bộ máy gọn nhẹ, thuận lợi cho việc quản lý và điều hành công ty.

- Công ty có mối quan hệ tốt với chủ hàng, tạo được uy tín của mình trên thị trường, bên cạnh đó cũng đã tạo lập mối quan hệ tốt với các cảng Hải Phòng, cảng Đình Vũ, điều đó đã tạo thuận lợi trong công việc xếp dỡ, giảm giá thành sản phẩm.

- Để nâng cao chất lượng dịch vụ công ty không ngừng đổi mới công nghệ cải thiện môi trường làm việc.

Đội ngũ cán bộ nhân viên trong công ty đều là những người trẻ tuổi năng động, có

trình độ năng lực, có khả năng thích ứng nhanh chóng với điều kiện làm việc và áp lực của công việc, có tinh thần đoàn kết nhất trí cao từ lãnh đạo công ty đến các phòng ban, nhân viên trong công ty. Mọi nhân viên trong công ty luôn nhận thức không ngừng học hỏi, tìm tòi, sáng tạo để đưa công ty ngày càng phát triển vững mạnh hơn.

2.1.5.2 Khó khăn

- Công ty được thành lập trong thời kỳ Chính phủ Việt Nam thực hiện chính sách đổi mới. Ra đời trong bối cảnh ấy, đồng thời với nhiều đối thủ lớn đi trước nên Công ty phải đối mặt với không ít những khó khăn như: Sự cạnh tranh về thị trường, khách hàng, nhà cung ứng,...

- Công tác marketing quảng cáo hình ảnh và sản phẩm của công ty chưa được chú ý nhiều.

- Chưa có sự đầu tư vào tài sản cố định.

Chưa có sự chủ động trong kinh doanh, hầu hết các hợp đồng của công ty đều do khách hàng chỉ định cho công ty thực hiện

2.2 Tình hình sản xuất kinh doanh tại công ty

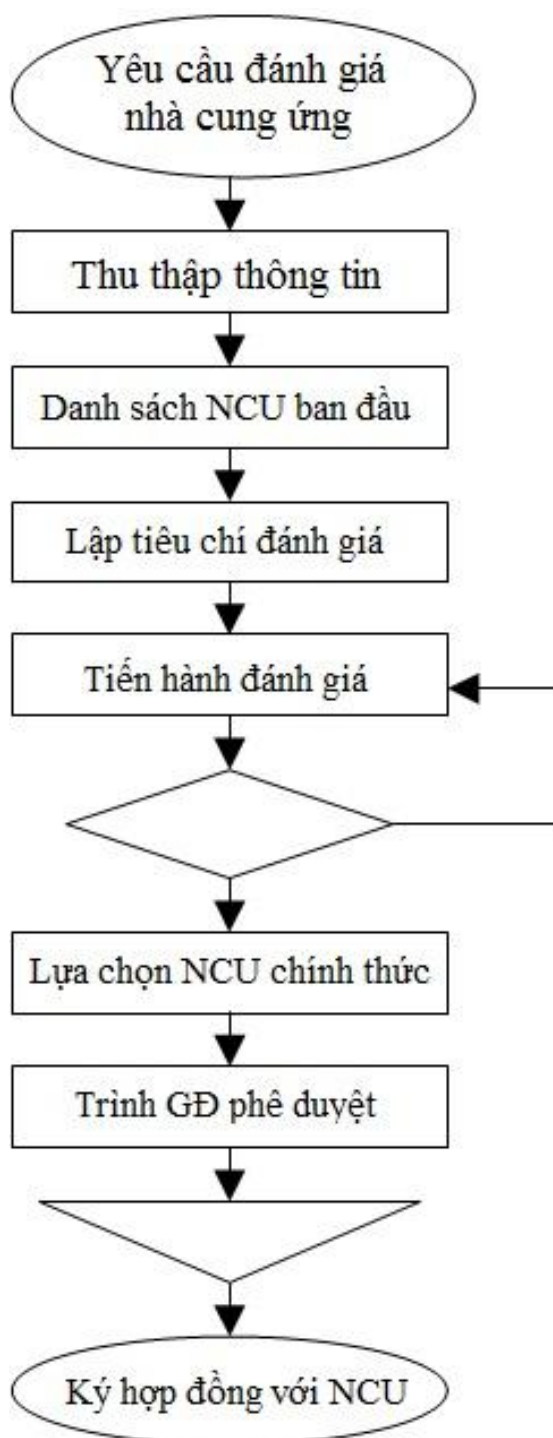
2.2.1 Phân tích môi trường tác động

2.2.1.1 Môi trường ngoài công ty

a. Nhà cung ứng.

Công ty kiểm soát quá trình mua hàng, dịch vụ để đảm bảo sản phẩm mua vào phù hợp với các yêu cầu của quá trình. Các chi tiết sản phẩm, dịch vụ mua vào cũng phải được xác định rõ với nhà cung ứng trước khi đặt hàng.

Công ty tổ chức đánh giá và lựa chọn nhà cung ứng dựa trên khả năng cung cấp dịch vụ theo quy trình sau :



Các chuẩn mực đánh giá nhà cung ứng cũng phải được xác lập trước khi đánh giá:

- Giao hàng đúng hạn
- Gửi thông báo tình trạng lô hàng
- Gửi chứng từ chính xác

- Gửi chính xác số lượng lô hàng
- Đóng gói đúng quy cách
- Đáp ứng đúng quy cách sản phẩm
- Tỷ lệ hàng bị lỗi
- Đạt được mục tiêu/chi phí
- Hóa đơn chính xác
- Hóa đơn đúng hạn
- Giải quyết vấn đề và trả lời làm hài lòng
- Hiệu quả hoạt động của nhà cung cấp

Kết quả đánh giá cũng phải được định kì theo dõi để bảo đảm tính phù hợp vẫn còn duy trì. Trước khi giao dịch với nhà cung ứng mới, bộ phận liên quan cũng phải xem xét theo các chuẩn mực đã định.

Khi khách hàng có ý định kiểm tra xác nhận tại cơ sở nhà cung ứng, công ty thu xếp cho khách hàng xác nhận chất lượng tại nhà cung ứng.

b. Đối thủ cạnh tranh.

Trong nền kinh tế thị trường đối thủ cạnh tranh là tính tất yếu đối với mỗi doanh nghiệp, công ty cũng vậy, công ty cũng đã nhận định đối thủ cạnh tranh trực tiếp của công ty là các công ty đang kinh doanh dịch vụ vận tải trong cả nước, đối thủ cạnh tranh tiềm tàng là các công ty có vị thế thấp hơn doanh nghiệp và các DN chuẩn bị sẵn sàng gia nhập ngành. Trên địa bàn Hải Phòng, công ty TNHH Hưng Phúc Thái xác định cho mình đối thủ cạnh tranh trực tiếp là các công ty dịch vụ giao nhận vận tải đối thủ như: Công ty CP dịch vụ vận tải PETROLIMEX, công ty CP vận tải biển VINASHIP, công ty CP DV vận tải và thương mại Hải Phòng, công ty CP vận tải xăng dầu VIPCO, công ty CP DV vận tải và thương mại TRANSCO...

c. Khách hàng

Gần 7 năm hoạt động công ty đã xây dựng cho mình hệ thống khách hàng.

Một số khách hàng tiêu biểu của công ty:

- Ansac, USA
- Connexion Maritime Logistic Pte.Ltd.,Singapore
- Dorval Kaiun KK.Tokyo
- Dockwise N.V ,Belgium
- Huyndai merchant Marine Co.,Ltd.,Soeul,Korea
- LD Seals, antwerpenLam Sheng Hang Co.Pte.Ltd.,Singapore
- Orient Shipping , Rotterdam
- Parciric carie Liné, Melboune
- Phu my Port, Viet Nam
- Hợp tác xã may Đại Đồng
- Công ty CP tập đoàn HIPT
- Công ty TNHH Dịch vụ vận tải MAERSK
- Công ty CP hệ thống thông tin FPT....

2.2.1.2 Môi trường nội bộ trong công ty

a. Nhân tố lao động

Lao động là một nguồn lực vô cùng quan trọng trong bất kỳ hoạt động sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Đây cũng chính là nhân tố ảnh hưởng lớn đến hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp nhưng quản lý lao động một cách hợp lí khoa học là một vấn đề hết sức phức tạp. Vì vậy các doanh nghiệp đều luôn quan tâm tới nguồn nhân lực, cố gắng sử dụng nguồn nhân lực một cách tốt nhất để góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho doanh nghiệp.

Công ty TNHH Hưng Phúc Thái là công ty kinh doanh trong lĩnh vực DV vận tải giao nhận hàng hóa vì thế luôn coi trọng nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng hàng đầu trong việc tạo ra thắng lợi kinh doanh của mình. Vì vậy công ty luôn đòi hỏi nguồn lao động có trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tinh thần trách nhiệm cao, nhiệt tình, tâm huyết với công việc để có thể đáp ứng nhu cầu công việc một cách tốt nhất.

Ta hãy đi tìm hiểu cơ cấu lao động trong CN Công ty TNHH Hưng Phúc Thái thông qua bảng sau:

Bảng 2.1: Cơ cấu lao động Công ty TNHH Hưng Phúc Thái , Hải Phòng

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011	
	Số người	Tỷ lệ %	Số người	%
Tổng số lao động	82	100	89	100
1.Theo giới tính.				
- Nam	76	92.68	81	91
- Nữ	6	7.32	8	9
2.Theo trình độ học vấn :				
- Cao học	1	1.22	1	1.12
- Đại học, Cao đẳng	7	8.54	10	10.2
- Trung cấp	20	24.39	25	28.09
- Trung học phổ thông	54	65.85	53	60.59
3.Theo độ tuổi :				
- Từ 30 – 40	63	76.83	66	74.15
- Dưới 30	19	23.17	23	25.85

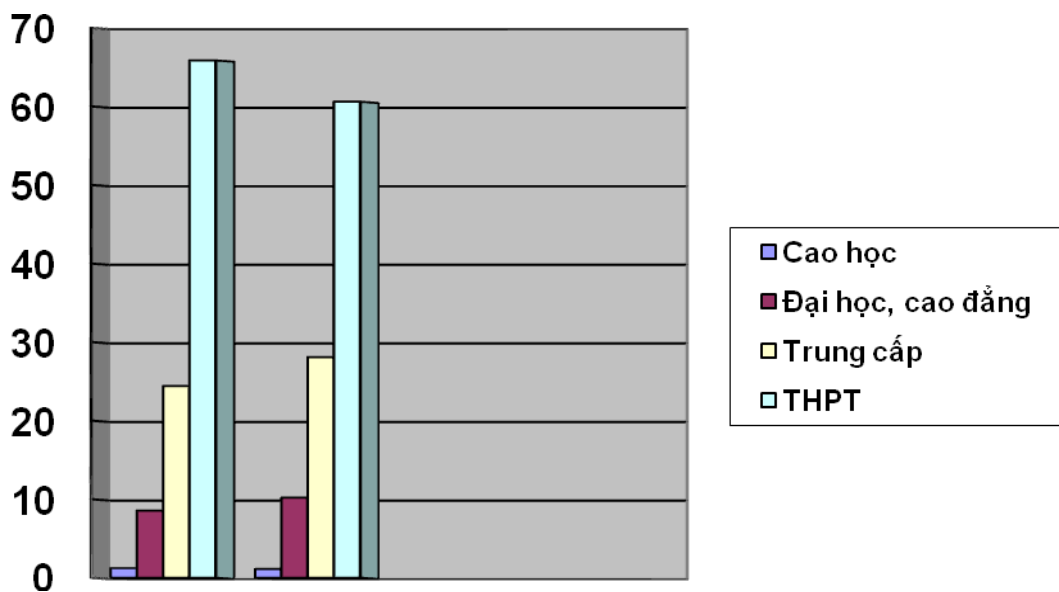
(Nguồn : Phòng Hành chính - Công ty Hưng Phúc Thái)

Qua bảng trên ta thấy cơ cấu lao động của công ty năm 2010 là 82 người, năm 2011 là 89 người, như vậy số lao động của công ty tăng lên 7 người tương ứng với tỉ lệ là 8.54% .

Xét về độ tuổi ta thấy cơ cấu lao động của công ty là cơ cấu lao động trẻ. Đây cũng là một lợi thế cho công ty vì đội ngũ lao động trẻ năng động sáng tạo, tiếp thu nhanh, vì vậy công ty cần có kế hoạch bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ cho nhân viên góp phần vào sự phát triển của công ty.

Xét về trình độ học vấn của CBCNV ta hãy xem xét biểu đồ dưới đây để thấy rõ hơn về trình độ lao động trong công ty sau:

Sơ đồ 2.2: Trình độ học vấn của người lao động năm 2010 và 2011



Qua bảng trên ta thấy lực lượng lao động đa số là trình độ trung cấp và THPT, cao đẳng và đại học chiếm 8.54% với năm 2010 và 10.12% năm 2011, Trung cấp chiếm khoảng 24.39% năm 2010 và 28.09% năm 2011, lao động bậc THPT chiếm 65.85% năm 2010, 60.39% năm 2011. Như vậy nhu cầu về lao động có trình độ của công ty ngày càng cao. Qua đây ta thấy GD Công ty rất chú trọng tới nguồn nhân lực trong công ty nhằm phát huy tối đa nguồn lực của mình, nâng cao năng suất lao động góp phần thúc đẩy hiệu quả kinh doanh.

b.Nhân tố vốn

Trong quá trình sản xuất kinh doanh vốn là một trong những yếu tố hết sức quan trọng, vốn tạo điều kiện giúp doanh nghiệp tồn tại, hoạt động liên tục, nâng cao hiệu quả kinh tế, mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh. Trong quá trình hoạt động Công ty đã xây dựng cho mình cơ cấu vốn như sau:

Năm 2011 Công ty có nguồn vốn là 23.700.861.575 đồng. Trong đó:

Vốn vay : 13.850.166.681 đồng

Vốn chủ sở hữu : 9.850.694.894 đồng

2.2.2 Phân tích tình hình kinh doanh của công ty trong thời gian qua

Đối với mỗi một doanh nghiệp thì kết quả kinh doanh có ý nghĩa rất quan trọng vì nó phản ánh tổng quát tình hình kinh doanh của doanh nghiệp có hiệu quả hay không, trên cơ sở đó có thể đề ra các quyết định có lợi nhất đối với doanh nghiệp, phát huy điểm mạnh, khắc phục điểm yếu, khai thác tốt nhất mọi tiềm năng trong doanh nghiệp để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp. Đồng thời cũng để thể hiện trách nhiệm, nghĩa vụ của doanh nghiệp với Nhà nước về các khoản phí, lệ phí .. trong một kỳ báo cáo.

Để biết công ty TNHH Hưng Phúc Thái hoạt động kinh doanh có hiệu quả hay không ta hãy phân tích các số liệu trong bảng báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty trong 2 năm 2010 - 2011 và qua thông qua bảng 2.2 như sau:

Bảng 2.2: Bảng báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh

Tình hình thực hiện các chỉ tiêu kết quả sản xuất kinh doanh

Đơn vị: Đồng

Các chỉ tiêu	năm 2010	năm 2011	So sánh	
			Tuyệt đối (đồng)	Tương đối (%)
1. Tổng doanh thu	6,390,450,522	3,291,920,917	-3,098,529,605	51.513
2. Các khoản giảm trừ				
3. Doanh thu thuần	6,390,450,522	3,291,920,917	-3,098,529,605	51.513
4. Giá vốn hàng bán	5,602,879,466	2,600,362,194	-3,002,517,272	46.411
5. Lợi nhuận gộp	787,571,056	691,558,723	-96,012,333	87.809
6. Doanh thu hoạt động tài chính	104,450,803	18,662,173	-85,788,630	17.867
7. Chi phí tài chính	28,675,716	33,020,266	4,344,550	115.151
8. Chi phí bán hàng				
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	980,565,321	1,387,880,932	407,315,611	141.539
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	-117,219,179	-601,908,302	-484,689,123	513.490
11. Thu nhập khác	85,000,000	108,772,000	23,772,000	127.967
12. Chi phí khác	37,874,213		-37,874,213	0.000
13. Lợi nhuận khác	47,125,788	108,772,000	61,646,213	230.812
14. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	-70,093,392	-493,136,302	-423,042,911	703.542
15. Chi phí thuế TNDN hiện hành				
16. Chi phí thuế TNDN hoãn lại				
17. Lợi nhuận sau thuế TNDN	-70,039,392	-493,136,302	-423,096,910	704.084

Qua số liệu của bảng 2 ta có thể thấy được kết quả sản xuất kinh doanh của công ty trong năm 2011 không được khả quan. Để tìm hiểu sâu hơn kết quả này ta đi vào phân tích từng chỉ tiêu cụ thể:

** Chỉ tiêu tổng doanh thu*

Doanh thu là số tiền thu nhập của Công ty từ việc thi công các công trình kinh doanh dịch vụ vật liệu xây dựng, và kinh doanh dịch vụ vận tải.

Qua bảng phân tích tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty TNHH Hưng Phúc Thái trong năm qua ta thấy:

- Năm trước doanh thu của Công ty đạt : 6.390.450.522 đồng
- Năm này doanh thu của Công ty đạt : 3.291.920.917 đồng

Ta thấy doanh thu của Công ty kỳ này đạt 51,531% so với năm trước, giảm 3.098.529.605 đ. Đây là biến động không tốt đối với Công ty.

Có sự biến động như vậy là do các nguyên nhân sau đây:

Nguyên nhân chủ quan

- Do nguồn vốn còn hạn chế nên việc cạnh tranh gặp rất nhiều khó khăn, chính vì vậy mà nguồn nguyên liệu khai thác bị sụt giảm làm cho khối lượng sản phẩm sản xuất được năm 2011 giảm theo.

- Do ô tô vận tải dây truyền khai thác, chế biến đã cũ, máy móc hay bị hư hỏng nên công suất khai thác thông cao, thời gian ngừng việc tăng, do vậy sản lượng sản xuất được trong kỳ giảm.

Nguyên nhân khách quan

- Do năm 2011 nền kinh tế của toàn thế giới nói chung và của Việt Nam nói riêng có nhiều biến động nên thị trường tiêu thụ sản phẩm của công ty bị giảm đi rất nhiều, làm cho tổng doanh thu giảm.

- Do giá cả trên thị trường thế giới trong năm đều có xu hướng tăng nhất là mặt hàng vật liệu xây dựng nên người tiêu dùng còn e ngại với các kế hoạch xây dựng, sửa chữa nhà cửa, các công trình, chính vì vậy việc tiêu thụ sản phẩm cũng giảm sút làm cho tổng doanh thu giảm.

** Các khoản giảm trừ*

Do đặc tính là kinh doanh dịch vụ vận tải vật liệu xây dựng và thầu công

trình nên trong năm công ty không phát sinh các khoản giảm trừ.

** Lợi nhuận gộp*

Lợi nhuận gộp của công ty năm nay đạt :691,558,723đ.

Lợi nhuận gộp của công ty năm trước đạt : 787,571,056đ.

Như vậy lợi nhuận gộp của công ty năm nay đã giảm 22.191 % tương đương với 96,012,333 đ. Có sự giảm này là do : Doanh thu thuần năm nay giảm mạnh so với năm trước, tuy giá vốn hàng bán năm nay có giảm đi so với năm trước nhưng tốc độ giảm lại nhỏ hơn tốc độ giảm của doanh thu thuần.

** Doanh thu từ hoạt động tài chính*

Hoạt động tài chính là một trong những hoạt động bất thường của doanh nghiệp và doanh thu thu được từ hoạt động này được gọi là doanh thu từ hoạt động tài chính. Doanh thu từ hoạt động tài chính của công ty ở năm nay là 18,662,173đ, bằng 17.867% so với năm trước, tức là giảm đi 85,788,630đ.

Khoản thu này giảm đi có thể do các nguyên nhân cơ bản sau:

Nguyên nhân chủ quan

- Do công ty đã chuyển khoản thanh toán các khoản nợ vay đến hạn phải trả làm cho số tiền gửi ngân hàng giảm làm doanh thu từ hoạt động tài chính giảm.

- Công ty rút vốn để khắc phục tình hình sản xuất đang gặp khó khăn nên khoản lợi nhuận được chia giảm

**Chi phí quản lí*

- Chi phí quản lí:

Năm 2010 chi phí quản lí là 980.565.321 đồng, năm 2011 là 1387.880.932 đồng, tăng lên 407.315.611 đồng. Tỷ lệ tăng rất cao chứng tỏ công ty chưa quản lí tốt chi phí làm giảm lợi nhuận của công ty

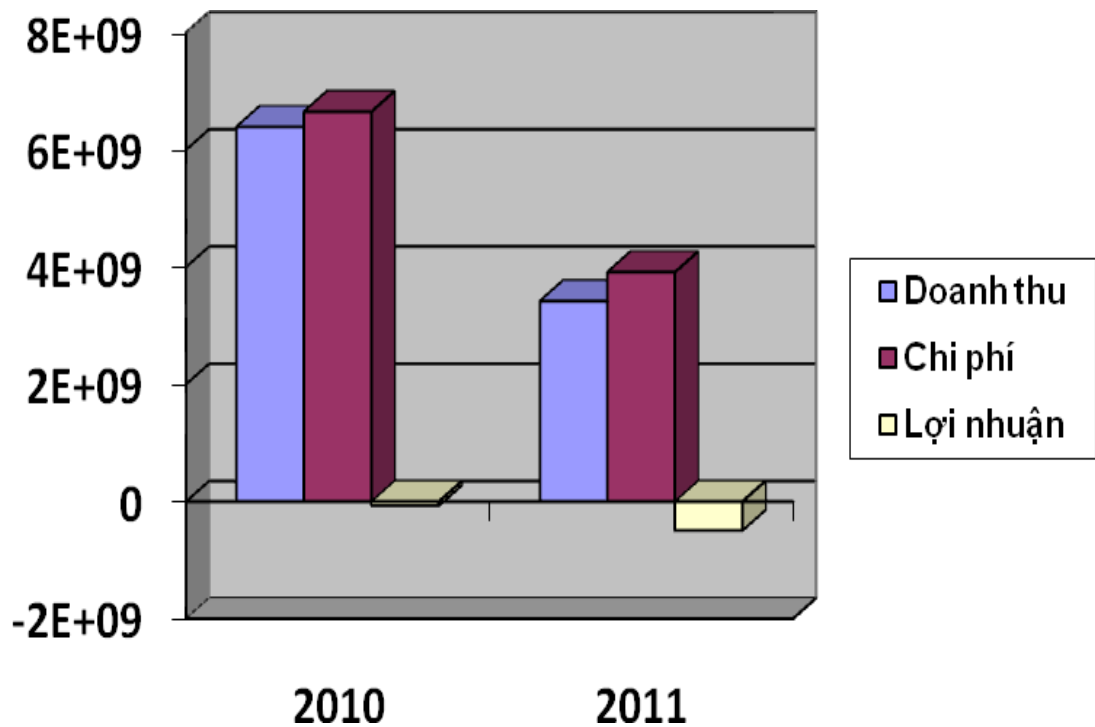
- Chi phí tài chính: năm 2010 là 28.675.716đồng, năm 2011 là 33.020.266, tăng lên 4.344.550 đồng

**Lợi nhuận kế toán sau thuế*

Là khoản tiền thu được từ phần lợi nhuận kế toán trước thuế sau khi đã đóng thuế TNDN.Do tổng lợi nhuận kế toán trước thuế của công ty trong năm giảm mạnh nên tổng lợi nhuận kế toán sau thuế là không có.

Để thấy rõ hơn kết quả kinh doanh của công ty trong 2 năm qua, ta có thể xét biểu đồ sau:

Sơ đồ 2.3: Sơ đồ doanh thu chi phí và lợi nhuận



Qua đồ thị ta có thể thấy một cách rõ nét hơn về tình hình kinh doanh của công ty trong 2 năm 2010-2011. Doanh thu năm 2011 giảm hơn năm 2010 chi phí bỏ ra phục vụ cho quá trình kinh doanh cũng giảm hơn năm 2010 nhưng chi phí lại cao hơn doanh thu, khiến cho lợi nhuận cả 2 năm đều âm. Kết quả trên là do năm 2010, chịu tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới trước đó, hoạt động vận tải biển gặp khó khăn. Do khách hàng giảm và giá cước vận tải đều giảm mạnh từ đầu tháng 07/2008 đến tháng 12/2010, với mức giảm trung bình là khoảng 70% đã làm cho doanh thu tiêu thụ thấp và công ty bị thua lỗ.

2.2.3 Phân tích các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh của Công ty

2.2.3.1 Phân tích hiệu quả về chi phí

Bảng 2.3: Chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng chi phí

STT	Chỉ tiêu	Năm		Chênh lệch	
		2010	2011	Số tiền	%
1	Giá vốn	5,602,879,466	2,600,362,194	-3,002,517,272	-53.589
2	CP tài chính	28,675,716	33,020,266	4,344,550	15.151
3	CP KD	980,565,321	1,387,880,932	407,315,611	41.539
4	Tổng Cp	6,612,120,503	4,021,263,392	-2,590,857,111	-39.183
5	DTT	6,390,450,522	3,219,920,917	-3,170,529,605	-49.614
6	LNST	-70,093,392	-493,136,302	-423,042,910	603.542
7	Hiệu quả sử dụng CP	0.966	0.801	-0.165751502	-17.150
8	Tỉ suất lợi nhuận CP	-0.011	-0.123	-0.112031438	1056.826

Qua bảng trên ta thấy các chi phí năm 2011 giảm so với năm 2010, cụ thể là năm 2011 giá vốn hàng bán giảm 3.002.517.272 đồng (53.589%), chi phí tài chính tăng 4,344,550 đồng (15.151%), chi phí kinh doanh tăng 407,315,611 đồng (41.54%), dẫn đến tổng chi phí cuối năm 2011 giảm 39.18% so với năm 2010. Tốc độ giảm của doanh thu cao 49.61%, khiến cho lợi nhuận giảm nhiều 603.54%.

Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí năm 2011 giảm 17.15% so với năm 2010. Chỉ tiêu này nói lên cứ một đồng công ty bỏ ra phục vụ cho quá trình kinh doanh thì thu lại được bao nhiêu đồng doanh thu. Năm 2010 cứ 1 triệu đồng chi phí bỏ ra kinh doanh thì công ty thu lại được 0.966 triệu đồng doanh thu, năm 2011 thu được 0,801 triệu đồng doanh thu. Chỉ tiêu này giảm là do tổng chi phí năm 2011 cao hơn so với năm 2010, doanh thu lại thấp hơn, chứng tỏ trong năm vừa qua tình hình sử dụng chi phí của Công ty không có hiệu quả.

Chỉ tiêu tỷ suất lợi chi phí năm 2011 giảm 1056% so với năm 2010. Chỉ tiêu này nói lên cứ một đồng chi phí bỏ ra thì thu lại được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Năm 2010 cứ 1 triệu đồng chi phí bỏ ra kinh doanh lại lỗ 0,011 triệu đồng lợi nhuận, năm 2011 lỗ 0,123 triệu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này giảm đi là do LNST năm 2011 giảm 423.042.910 đồng tương ứng với 603.5% so với năm 2010. Tốc độ giảm rất nhanh đã làm cho tỷ suất lợi nhuận chi phí giảm nhiều, chứng tỏ việc sử dụng chi phí để làm tăng lợi nhuận của công ty là không tốt. Ban lãnh đạo

cần xem xét và tìm cách khắc phục trong tương lai để đem lại hiệu quả kinh doanh cho công ty.

2.2.3.2 Phân tích hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh

Để hiểu hơn về việc sử dụng vốn kinh doanh của công ty ta hãy tìm hiểu về cơ cấu vốn kinh doanh qua 2 năm vừa qua:

Bảng 2.4 Cơ cấu vốn kinh doanh của công ty trong 2 năm

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch	
			ST	%
Vốn cố định	8,603,952,522	8,118,750,162	-485,202,360	-5.639
Vốn LĐ	9,812,540,104	11,167,374,482	1,354,834,378	13.807
Vốn vay	12,539,040,033	13,850,166,681	1,311,126,648	10.456
Vốn CSH	10,453,103,196	9,850,694,894	-602,408,302	-5.763
Tổng nguồn vốn	22,992,143,229	23,700,861,575	708,718,346	3.082

Nghiên cứu cơ cấu nguồn vốn của công ty nhằm mục đích: xét xem tình hình sử dụng nguồn vốn của công ty đã hợp lý hay chưa, xem công ty có đủ khả năng tự bảo đảm về mặt tài chính hay không, mức độ độc lập của công ty đối với chủ nợ là cao hay là thấp.

Cơ cấu nguồn vốn của doanh nghiệp gồm 2 phần là: Vốn vay và vốn chủ sở hữu.

Nhìn vào bảng phân tích cơ cấu nguồn vốn của doanh nghiệp ta thấy nợ phải trả luôn cao hơn nguồn vốn chủ sở hữu. Năm 2010 nợ phải trả là 12,539,040,033đ, nguồn vốn chủ sở hữu là 10,453,103,196đ. Năm 2011 nợ phải trả là 13,850,166,681đ, nguồn vốn chủ sở hữu là 9,850,694,894đ. Điều này chứng tỏ tình hình tài chính của công ty là không ổn định, khả năng độc lập về tài chính của doanh nghiệp là không cao hay nói cách khác doanh nghiệp bị ràng buộc bởi các chủ nợ trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh. Cụ thể

- Nợ phải trả

Năm 2010 nợ phải trả là 12,539,040,033đ chiếm 54.54% tổng nguồn vốn, năm 2011 nợ phải trả là 13,850,166,681đ, chiếm 58.44% tổng nguồn vốn. Như vậy năm 2010 đến 2011 nợ phải trả đã tăng lên 1,311,126,648đ tương ứng với

10.456%. Trong đó tăng nhiều nhất là do người mua trả tiền trước. Nguyên nhân là do:

- Để cải thiện tình hình sản xuất đang gặp khó khăn công ty đã vay ngân hàng và một số bạn hàng nên làm cho nợ và vay ngắn hạn tăng lên 22.661% tương ứng với 134,925,000đồng.

- Trong kì công ty kí kết hợp đồng với 1 số bạn hàng mới. Công ty đã thoả thuận với 1 số công ty này là ứng trước 1 khoản tiền nên làm cho khoản người mua trả tiền trước tăng lên 21.732% tương ứng với số tiền là 4,635,555,055 đồng.

- Trong năm doanh nghiệp phải đóng thuế tài nguyên, phí bảo vệ môi trường, tiền thuê nhà đất và tiền thuê đất nhưng doanh nghiệp chưa đóng lên bị phạt dẫn đến thuế và các khoản phải nộp nhà nước tăng lên 53.113% tương ứng 440,173,648 đồng.

- Các khoản phải trả phải nộp khác trong năm tăng lên so với năm trước 1.457% tương ứng 70,270,210. Đây cũng là nguyên nhân làm cho nợ phải trả tăng lên trong kỳ.

- Nguồn vốn chủ sở hữu

Nguồn vốn chủ sở hữu lại giảm đi 602,408,302đ tương ứng với 5.763%. Mà nguyên nhân là do lợi nhuận chưa phân phối giảm 601,908,302

Sự biến động cơ cấu nguồn vốn của công ty qua hai năm 2010, 2011 cho ta thấy tính tự chủ của công ty bị giảm đi và công ty vẫn phụ thuộc vào các chủ nợ

2.2.3.3 Phân tích hiệu quả sử dụng lao động

Để đánh giá tình hình lao động của công ty trong năm vừa qua có hiệu quả không ta xem xét bảng sau

Bảng 2.5: Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng lao động

Đơn vị tính: đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch
			+/-
1. Tổng số lao động	82 lao động	89 lao động	7 lao động
2. DTT	6,390,450,522	3,291,920,917	-3,098,529,605
3. LNST	-70,039,392	-493,136,302	423,096,910
4. Năng suất lao động (2/1)	77,932,323	36,987,875	-40,944,448
5. Sức sinh lời 1 lao động (3/1)	-854,139	-5,504,857	-4,650,718

Qua số liệu trên ta thấy số lượng lao động năm 2010 với năm 2011 tăng lên 7 người, nhưng ko làm tăng doanh thu và lợi nhuận cho công ty. Năng suất lao động giảm, cụ thể là năm 2010 năng suất của một lao động là 77,932,323 đồng/người, năm 2011 là 36.987.875đồng/người.Nguyên nhân của sự giảm năng suất này là do năm 2011 doanh thu thuần giảm mà số lao động lại tăng.Kéo theo đó mức sinh lời một lao động giảm 4,650,718 đồng/người chứng tỏ công ty chưa có phương pháp sử dụng lao động một cách hợp lý, làm giảm lợi nhuận sau

thuế, giảm hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh cho Công ty.

Qua 2 năm ta thấy công ty chưa sử dụng hiệu quả nguồn lao động, đó có thể là do sự chỉ đạo của ban GD và đặc biệt là sự quan tâm của GD công ty tới toàn thể CBCNV chưa tốt.

2.2.3.4 Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời

Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời là các chỉ tiêu quan trọng để đánh giá hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của một doanh nghiệp trong một thời kỳ nhất định, là đáp số sau cùng của hiệu quả kinh doanh, và là luận cứ quan trọng để các nhà hoạch định đưa ra các quyết định tài chính trong tương lai. (Nguyễn Mai Hương, 2008)

Bảng 2.6: Các chỉ tiêu về khả năng sinh lời

Chỉ tiêu	Năm		Chênh lệch	
	2010	2011	Số tiền	%
1.DTT	6,390,901,325	3,419,355,090	-2,971,546,235	-46.497
2.LNST	-70,093,392	-493,136,302	-423,042,910	603.542
3.Tổng TS	22,992,143,220	23,700,861,575	708,718,355	3.082
4.Tổng chi phí	6,649,994,717	3,912,491,392	-2,737,503,325	-41.165
5.Tổng Vốn KD	18,416,492,626	19,286,124,644	869,632,018	4.722
6.Vốn lưu động	9,812,540,104	11,167,374,482	1,354,834,378	13.807
7.Vốn cố định	8,603,952,522	8,118,750,162	-485,202,360	-5.639
8.Tỉ suất sinh lợi trên DT	-0.0110	-0.1442	-0.133	1214.946
9.Tỉ suất sinh lợi trên tổng TS	-0.0030	-0.0208	-0.018	582.504
10.Tỉ suất sinh lợi trên vốn KD	-0.0038	-0.0256	-0.022	571.818
11.Tỉ suất sinh lợi trên vốn LĐ	-0.0071	-0.0442	-0.037	518.188
12.Tỉ suất sinh lợi trên VCEĐ	-0.0081	-0.0607	-0.053	645.588
13.Tỉ suất sinh lợi trên CP	-0.0105	-0.1260	-0.116	1095.798

Các chỉ tiêu này luôn được các nhà quản trị tài chính quan tâm chúng là cơ sở quan trọng để đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong 1 kỳ nhất định, là đáp số sau cùng của kết quả kinh doanh, và cũng là 1 luận cứ quan trọng để các nhà hoạch định đưa ra các quyết định tài chính trong tương lai

Tất cả các tỉ suất sinh lợi của công ty đều âm.Như vậy tình hình sử dụng vốn của doanh nghiệp chưa hiệu quả. Nguyên nhân là do:

+ Doanh thu năm 2011 giảm do giá vật liệu xây dựng tăng làm nhu cầu xây dựng của người dân giảm .dẫn đến khối lượng tiêu thụ trong kỳ của doanh nghiệp giảm đi 1 cách đáng kể.

+ Chi phí năm giảm do quy mô sản xuất bị thu hẹp làm sản lượng doanh nghiệp giảm. Điều này làm cho chi phí giảm nhưng tốc độ giảm của chi phí nhanh hơn tốc độ giảm của doanh thu.

2.2.3.5 Phân tích các chỉ tiêu tài chính đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh của Công ty

a.Nghiên cứu tình hình thanh toán của doanh nghiệp

Tình hình và khả năng thanh toán của công ty phản ánh rõ nét chất lượng công tác tài chính. Nếu hoạt động tài chính tốt, sản xuất sẽ ít công nợ, khả năng thanh toán

dồi dào ít đi chiếm dụng vốn cũng như ít bị chiếm dụng vốn. Ngược lại nếu hoạt động tài chính kém thì sẽ dẫn tới tình trạng chiếm dụng vốn lẫn nhau, các khoản công nợ phải thu, phải trả sẽ dây dưa kéo dài

Để biết các khoản nợ phải thu biến động có ảnh hưởng đến tình hình tài chính doanh nghiệp hay không cần xem xét chỉ tiêu

Tổng số nợ phải thu

$$K = \frac{\text{Tổng số nợ phải thu}}{\text{Tổng số nợ phải trả}}$$

Tổng số nợ phải trả

K là tỷ lệ nợ phải thu so với tỷ lệ nợ phải trả

Khả năng thanh toán

$$H = \frac{\text{Khả năng thanh toán}}{\text{Nhu cầu thanh toán}}$$

Nhu cầu thanh toán

H là hệ số khả năng thanh toán

Đánh giá chung tình hình và nhu cầu thanh toán của công ty trong năm 2011 để thấy được nhu cầu của công ty khi phải thanh toán các khoản nợ quá hạn và đề xuất các biện pháp nhằm giúp công ty thanh toán được các khoản nợ nhanh chóng

Bảng 2.7 :Tình hình thanh toán

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		So sánh(%)	Chênh lệch	
	Trị giá (đ)	Tỷ trọng(%)	Trị giá(đ)	Tỷ trọng(%)		Tuyệt đối(đ)	Tương đối(%)
A.Các khoản có thể thanh toán ngay	653,617,774	7.96	508,111,652	5.72	77.74	-145,506,122	-22.26
B.Các khoản có thể thanh toán trong thời gian tới	7,559,323,810	92.04	8,371,612,365	94.28	110.75	812,288,555	10.75
I.Các khoản phải thu	7,559,323,810	92.04	8,371,612,365	94.28	110.75	812,288,555	10.75
TỔNG CÁC KHOẢN PHẢI THU	8,212,941,584	100.00	8,879,724,017	100.00	108.12	666,782,433	8.12
B.Các khoản phải trả							
TỔNG CÁC KHOẢN PHẢI TRẢ	9,158,098,089	100.00	9,870,744,682	100.00	107.78	712,646,593	7.78

Nhìn vào bảng 5: tình hình thanh toán ta thấy

Năm 2011: Các khoản nợ phải thu là 8,371,612,365

Tổng các khoản phải trả là 9,870,744,682

Khả năng thanh toán là 8,879,724,017

→ $K = 0.848$

$H = 0.9$

Năm 2010: Các khoản nợ phải thu là 7,559,323,810đ

Tổng các khoản phải trả là 9,158,098,089đ

Khả năng thanh toán là 8,212,941,584đ

→ $K = 0.825$

$H = 0.897$

Công ty bị chiếm dụng vốn nhiều và khả năng thanh toán không tốt. Tuy nhiên khả năng thanh toán của công ty năm 2011 tăng so với năm 2010

**Các khoản phải thanh toán*

Bao gồm: vay và nợ ngắn hạn, phải trả người bán, thuế và các khoản phải nộp, phải trả công nhân viên, chi phí phải trả, phải trả nội bộ, phải trả phải nộp khác và các khoản vay và nợ dài hạn, phải trả theo tiến độ hợp đồng

Trong các chỉ tiêu phải thanh toán thì chỉ tiêu phải trả phải nộp khác chiếm tỷ trọng lớn nhất 49.56%, so với năm 2011 thì các khoản phải trả phải nộp khác đã tăng lên 70,270,210đ (1.46%). Trong kì công ty kiểm kê vật tư và tài sản cố định phát hiện có 1 số vật tư và tài sản cố định thừa. Đây là nguyên nhân chính dẫn tới các khoản phải trả khác tăng lên trong kỳ.

Vay và nợ ngắn hạn năm 2010 là 595,413,000đ chiếm tỷ trọng 6.5% tổng các khoản phải trả. Sang đến năm 2011 khoản tiền này đã tăng lên 730,338,000đ, chiếm tỷ trọng 8.22% tổng các khoản phải trả. Như vậy đã tăng lên 134,925,000đ tương ứng với 22.66%. Nguyên nhân tăng nợ và vay ngắn hạn là do trong kỳ công ty gặp khó khăn nên để khắc phục công ty đã vay ngân hàng và 1 số bạn hàng.

Phải trả cho người bán hạn năm 2010 là 187,297,284đ chiếm tỷ trọng 2.05% tổng các khoản phải trả. Sang đến năm 2011 khoản tiền này đã tăng lên 187,427,484đ, chiếm tỷ trọng 2.11% tổng các khoản phải trả. Như vậy đã tăng lên

130,200đ tương ứng với 0.07%. Do giá vật liệu tăng làm cho giá trị vật liệu mua vào tăng. Đồng thời công ty chưa thể thanh toán tiền hàng ngay được dẫn đến các khoản phải trả người bán tăng.

Trong kỳ công ty phải đóng thuế tài nguyên, phí bảo vệ môi trường...các khoản thuế kỳ trước công ty chưa đóng nên bị phạt chậm nộp thuế làm thuế và các khoản phải nộp cho nhà nước tăng lên 440,173,648đ (53.11%).

Chỉ tiêu phải trả người lao động cũng có xu hướng tăng lên 65,019,560 (382,71%). Do công ty còn nợ lương của 1 số bộ phận sản xuất.

Do thiếu 1 số vật liệu không thể mua ngay nên công ty đã vay của đơn vị nội bộ làm khoản phải trả nội bộ tăng lên 77,408,029đ.

Phải trả theo tiến độ hợp đồng tăng lên 59,644,946đ (2.18%)

Qua phân tích ta thấy khả năng thanh toán của công ty tăng lên do các khả năng thanh toán tăng nhanh hơn nhu cầu thanh toán. Tuy nhiên khả năng thanh toán tăng không nhiều nên tình hình tài chính của công ty cũng chưa khả quan. Từ chỉ tiêu các khoản phải thanh toán mà ban lãnh đạo đã đưa ra các biện pháp làm giảm các khoản nợ đến hạn và thực hiện tốt việc nộp ngân sách nhà nước để tái sản xuất xã hội, phải trả công nhân viên đúng hạn giúp công nhân chi tiêu và hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình. Đối với các khoản phải trả cho người bán phải trả đúng hạn, tạo uy tín giữa công ty với nhà cung cấp. Để làm được điều đó công ty phải nỗ lực rất nhiều trong kinh doanh

** Khả năng thanh toán*

Qua bảng ta có thể thấy có thể dùng khoản có thể thanh toán ngay và khoản thanh toán trong thời gian tới để tiến hành thanh toán

Khoản thanh toán ngay bao gồm: Tiền mặt và tiền gửi ngân hàng

Năm 2010 các khoản có thể thanh toán ngay là 653,617,774đ(7.96%) sang năm 2011 đã giảm xuống còn 508,111,652đ (5.72%), giảm đi 145,506,122đ tương ứng 22.26%. Điều này làm cho công ty gặp khó khăn trong thanh toán.

Cụ thể:

Tiền mặt giảm 434,470,567đ (95.39%)

Tiền gửi ngân hàng giảm 288,964,445 (145.82%)

Nguyên nhân là do đặc điểm kinh doanh của công ty cần nhiều tiền thanh toán những vấn đề phát sinh trong xây dựng công trình, mà công ty phải trước sau đó mới được chủ dự án thanh toán khi công trình hoàn thành

● Các khoản thanh toán trong thời gian tới bao gồm các khoản phải thu

Những khoản này có xu hướng tăng lên, năm 2010 các khoản phải thu là 7,559,323,810đ chiếm 92.04%, năm 2011 là 8,371,612,365đ chiếm 94.28%. Như vậy các khoản phải thu trong kỳ đã tăng lên 812,288,555đ tương ứng với 10.75% Trong đó: Phải thu của khách hàng tăng 637,196,959đ (28.51%) và phải thu khác tăng 175,091,596đ (3.29%)

→ Qua việc đánh giá xem xét các chỉ tiêu khả năng thanh toán của doanh nghiệp giúp doanh nghiệp thấy được hạn chế của mình trong công tác thanh toán và công tác thu nợ. Từ đó đưa ra những chính sách những biện pháp nhằm hạn chế các khoản nợ phải thu và thanh toán nhanh các khoản nợ phải trả

**Các chỉ tiêu về khả năng thanh toán*

Các chỉ số về khả năng thanh toán phản ánh tính độc lập và chất lượng của công tác tài chính của doanh nghiệp. Nếu hoạt động tài chính tốt thì doanh nghiệp ít phải đi vay nợ, khả năng thanh toán đảm bảo kịp thời và ngược lại. Để có khả năng thanh toán tốt thì doanh nghiệp luôn duy trì mức luân chuyển các khoản nợ phải trả để chuẩn bị cho các khoản phải thanh toán, đảm bảo cho quá trình kinh doanh được thuận lợi.

Căn cứ qua bảng cân đối kế toán ta sẽ phân tích tình hình khả năng thanh toán của công ty qua bảng dưới đây:

Bảng 2.8: Các chỉ tiêu về khả năng thanh toán

Tỷ số về khả năng thanh toán	Đơn vị	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch
- Hệ số thanh toán ngắn hạn	lần	0.785063499	0.8086343	0.023570802
- Hệ số thanh toán nhanh	lần	0.628524735	0.61713508	-0.01138966

Qua bảng trên ta thấy:

+Khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn của công ty năm 2011 là 0.808. Điều này cho thấy khả năng thanh toán các khoản nợ ngắn hạn và tình hình tài chính của công ty ở mức thấp. Tuy nhiên so với năm 2010 thì khả năng này đã được cải thiện, cụ thể nó đã tăng lên 0.024%.

+ Tỷ suất thanh toán nhanh năm 2011 là 0.617. Điều này cho thấy khả năng chuyển đổi thành tiền của TSLĐ là tương đối hợp lý. Tuy nhiên so với năm 2010 thì tỷ suất này đã bị giảm đi là 0.011, nguyên nhân là do tiền và các khoản tương đương tiền giảm.

Nhìn chung khả năng thanh toán các khoản nợ còn ở thấp và khả năng này đang có xu hướng giảm đi.

b.Đánh giá mức độ độc lập về mặt tài chính

Bên cạnh việc huy động và sử dụng vốn thì khả năng tự đảm bảo về mặt tài chính và mức độ độc lập về mặt về mặt tài chính cũng cho thấy khái quát tình hình tài chính của doanh nghiệp

Các chỉ tiêu được dùng để đánh giá là

Các tỷ suất tài chính	Đơn vị	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch
- Tỷ suất nợ	%	54.53619486	58.4373975	3.901202608
- Tỷ suất tự tài trợ	%	45.46380514	41.5626025	-3.90120261
- Tỷ suất đầu tư	%	56.17689288	52.8359341	-3.34095882

Nhìn vào bảng trên ta thấy:

Tỷ suất nợ năm 2011 tăng 3.901% so với năm 2010. Như vậy khoản nợ của công ty năm 2011 đã tăng lên. Có sự tăng lên này chủ yếu là do vay và nợ ngắn hạn tăng lên.

Tỷ suất tự tài trợ năm 2011 giảm 3.901% điều này cho ta thấy khả năng đảm bảo nguồn vốn cho doanh nghiệp đã bị giảm đi, nguyên nhân là do lợi nhuận chưa phân phối có sự sụt giảm đáng kể.

Qua hai tỷ suất này cho ta thấy khả năng tự chủ về mặt tài chính của công ty đã bị giảm sút.

Tỷ suất đầu tư và năm 2011 giảm đi so với năm 2010, nguyên nhân chính là do trong kỳ công ty không mua sắm thêm TSCĐ đồng thời các khoản đầu tư tài chính giảm trả

2.2.3.6 Đánh giá tổng hợp hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Hưng Phúc Thái

Trong năm vừa qua, cả nền kinh tế trong nước cùng chịu sự ảnh hưởng của sự suy thoái toàn cầu, tuy đã có sự khởi sắc nhưng thực sự vẫn còn nhiều khó khăn trở ngại đối với các DN Việt Nam nói chung và công ty nói riêng. Hiểu được thực tại đó công ty đã không ngừng cố gắng, nỗ lực phấn đấu và đã đem lại cho công ty những bước tiến đáng kể. Nền kinh tế dần phục hồi và đặc biệt là sự lãnh đạo của giám đốc cùng với toàn thể cán bộ công nhân viên của ty vẫn không làm cho lợi nhuận của công ty tăng lên thậm chí còn giảm đi. Đây thực sự là khuyết điểm trong quá trình thực hiện chiến lược kinh doanh của công ty trong năm vừa qua. Vì vậy công ty nên cố gắng, phấn đấu nhiều hơn nữa nâng cao hiệu quả kinh doanh làm cho lợi nhuận công ty tăng thêm góp phần cho sự phát triển của công ty.

Qua việc phân tích thực trạng tình hình kinh doanh của công ty trong năm vừa qua ta có thể thấy những thành tựu mà công ty đã đạt được như sau:

Lợi nhuận của Công ty giảm. Đây là kết quả không mong muốn Công ty cần tìm cách khắc phục trong thời gian tới

Chi phí đầu vào để phục vụ cho quá trình kinh doanh của Công ty tăng nhiều trong khi đó lợi nhuận lại giảm chứng tỏ Công ty đã sử dụng chi phí đầu vào chưa hiệu quả từ đó giảm lợi nhuận.

Các chỉ tiêu sinh lời của công ty trong năm qua cũng giảm so với năm 2010. Cụ thể tỷ suất sinh lời tài sản ROA và tỷ suất sinh lời vốn chủ sở hữu ROE giảm so với năm 2010. Các chỉ tiêu này âm và giảm hơn so với năm trước đã chứng tỏ trong năm qua Công ty làm ăn không tốt, chưa nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cho Công ty.

Là công ty chuyên kinh doanh về lĩnh vực dịch vụ thương mại, mà vốn vay chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu vốn kinh doanh của công ty. Trong năm vừa qua Công ty đã sử dụng không tốt nguồn vốn này

Số lượng lao động của công ty nhiều nhưng không đem lại hiệu quả lớn. Điều đó được chứng minh qua các chỉ tiêu về hiệu quả sử dụng lao động của Công ty đã giảm xuống so với năm 2010 năng suất lao động chưa cao và khả năng sinh lời của người lao động chưa cao, đó cũng là do sự chỉ đạo và cách dùng người chưa hợp lý của giám đốc công ty.

Công tác tuyên truyền quảng bá hình ảnh và sản phẩm của Công ty tới khách hàng còn chưa được chú ý. Hình ảnh Công ty chỉ được giới thiệu trên website của công ty. vì vậy chưa có tính chủ động trong hoạt động kinh doanh, mà trên địa bàn Hải Phòng công ty đã có rất nhiều các đối thủ cạnh tranh. Vì thế Công ty cần đẩy mạnh hơn nữa hoạt động này để thu hút khách hàng đến với công ty ngày một nhiều, đem lại doanh thu và lợi nhuận cao hơn.

Các khoản phải thu của công ty tăng cao trong năm vừa qua. Điều đó khiến công ty bị khách hàng chiếm dụng vốn, làm ảnh hưởng tới việc quay vòng vốn kinh doanh mở rộng sản xuất và hoạt động kinh doanh của công ty.

CHƯƠNG III: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH HƯNG PHÚC THÁI

3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển của Công ty TNHH Hưng Phúc Thái trong thời gian tới.

3.1.1 Về công tác tổ chức và lao động

Công ty vẫn giữ nguyên các bộ phận phòng ban, tên gọi cũng như chức năng và nhiệm vụ như hiện nay.

Số lao động trong Công ty khoảng 89 người được bố trí phù hợp tại các phòng ban, phù hợp với cơ cấu tổ chức, bố trí công việc khả năng từng người.

Việc giải quyết các chế độ bảo hiểm, chế độ đãi ngộ, thuyên chuyển, tuyển dụng đảm bảo nguyên tắc theo hướng dẫn của bộ lao động.

Chế độ tiền lương và nâng cấp tay nghề cho công nhân áp dụng theo hướng dẫn của Bộ lao động thương binh và xã hội.

Có chính sách đào tạo thêm các nghiệp vụ mới cho 8 nhân với chi phí là: 16.800.000 đồng (Kinh phí đào tạo = 8 người x 6 tháng x 350.000 đồng).

3.1.2. Về công tác kinh doanh

Công ty tiến hành củng cố giữ vững thị trường hiện có đồng thời mở rộng thị trường ra cả khu vực miền Bắc, mở rộng thêm các đối tác làm ăn không chỉ trong nước mà cả quốc tế.

Giữ vững và củng cố chất lượng dịch vụ hiện có trong hoạt động vận nhằm ổn định mặt bằng chung của Công ty.

Mở rộng, tăng cường công tác phục vụ khách hàng, khai thác vận chuyển hàng hoá, gây dựng thương hiệu bằng phương tiện vận tải và chất lượng phục vụ, marketing trực tiếp với khách hàng tạo lợi thế cạnh tranh, làm tăng thêm thị phần.

Giảm thiểu các khoản phải thu, hạn chế cho khách hàng nợ đọng vốn quá nhiều khiến công ty không chủ động trong việc luân chuyển vốn.

Đảm bảo nộp đầy đủ và đúng hạn các khoản thuế, phí, lệ phí cho Nhà nước.

3.1.3 Về thông tin nội bộ

Công ty duy trì hệ thống thông tin liên lạc hai chiều thông suốt giữa ban lãnh

đạo và các bộ phận chức năng khác nhau ở tổng công ty đến chu nhánh nhằm thúc đẩy toàn thể nhân viên tích cực tham gia vào các hoạt động kinh doanh, tạo ra dịch vụ có chất lượng.

Hệ thống thông tin được thực hiện thông qua báo cáo ngày, báo cáo tuần, hoặc báo cáo tháng bằng văn bản hoặc qua mạng máy tính nội bộ.

Các kết quả hoạt động kinh doanh cũng được thông báo để các nhân viên liên quan biết để có hướng cải tiến cho phù hợp.

3.1.4 Về sản lượng, chất lượng sản phẩm

Nâng sản lượng dịch vụ lên so với năm ngoái khoảng 15%, áp dụng triệt để mô hình quản lý chất lượng ISO 9001: 2000, bảo đảm huy động các nguồn lực thích hợp để thực hiện tốt các dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất.

Với mục tiêu trở thành một trong những Công ty hàng đầu trong lĩnh vực hàng hải và giao nhận trong nước và quốc tế, Công ty luôn không ngừng cải tiến và vươn tới quản lý chất lượng toàn diện theo mô hình ISO 9000:2000, mục tiêu chất lượng chủ yếu của công ty trong những năm tới như sau:

Bảng 3.1: Mục tiêu chất lượng của Công ty TNHH Hưng Phúc Thái

STT	Mục tiêu	Chỉ tiêu	Tỉ lệ	Biện pháp	Trách nhiệm thực hiện
1	Thỏa mãn yêu cầu của khách hàng	Số ý kiến khách hàng đánh giá dưới trung bình so với số ý kiến khách hàng	Dưới 5%	- Thường xuyên đào tạo nâng cao tính chuyên nghiệp . - Xây dựng thái độ phục vụ văn minh, hiện đại, thủ tục đơn giản, tránh phiền hà.	Toàn thể nhân viên trong công ty.
2	Chất lượng dịch vụ	Số dịch vụ bị sai sót so với tổng số dịch vụ thực hiện	Dưới 3%	- Xem xét yêu cầu của khách hàng trước khi chấp nhận - Áp dụng đúng quy trình đã ban hành. - Thường xuyên cập nhật và nâng cao trình độ chuyên môn . - Thực hiện nhanh chóng và giải quyết dứt điểm các công việc. - Xử lý kịp thời những phát sinh	- Nhân viên chứng từ. - Nhân viên giao nhận - Nhân viên chăm sóc khách hàng - Nhân viên đại lí
3	An toàn	Giá trị thiệt hại do thiếu an toàn so với giá trị thực hiện được	Dưới 3%	- Huấn luyện an toàn cho nhân viên thực hiện . - Tạo môi trường và điều kiện làm việc an toàn. Lựa chọn nhà cung ứng . - Mua bảo hiểm theo chế độ	Toàn thể nhân viên trong công ty.

(Nguồn: Ban ISO - Công ty Hưng Phúc Thái)

3.2. Giải pháp tăng doanh thu và lợi nhuận

Trên cơ sở phân tích tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty ta đã thấy những kết quả mà Công ty đã đạt được trong thời gian qua, đó là sự cố gắng của tất cả các cán bộ công nhân viên và sự chỉ đạo của giám đốc đã từng bước cải thiện tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty. Tuy nhiên bên cạnh đó công ty vẫn còn tồn tại một số các hạn chế đã gây ảnh hưởng không nhỏ tới quá trình kinh doanh. Qua quá trình nghiên cứu và phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty, đề tài xin đưa ra một số các ý kiến về các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty như sau:

**Thành lập phòng Marketing để đẩy mạnh công tác nghiên cứu mở rộng thị trường*

Trong năm 2011 doanh thu của Công ty đã giảm nhiều so với năm 2010. Vì thế công ty cần có sự chủ động hơn nữa trong việc tìm hiểu, nghiên cứu thị trường, tự tạo cơ hội cho mình để không ngừng mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, tăng sản lượng tiêu thụ và tăng doanh thu.

Hiện nay tổng công ty vẫn chưa có phòng ban Marketing chuyên môn. Hoạt động marketing nghiên cứu thị trường là do phòng ban kinh doanh đảm nhiệm nhưng hiệu quả vẫn chưa được cao, đồng thời việc giới thiệu hình ảnh, sản phẩm dịch vụ của công ty tới khách hàng vẫn chưa được quảng bá, phổ biến rộng rãi, chủ yếu là qua website của Công ty. Công ty hoạt động kinh doanh chủ yếu là thụ động do khách hàng thường xuyên ký kết và chỉ định thực hiện. Vì thế, đây là một hạn chế trong việc giới thiệu hình ảnh công ty tới khách hàng. Công ty là công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh thương mại dịch vụ thì hoạt động marketing chiếm một vị trí vô cùng quan trọng, nó thể hiện trình độ quản lý, khả năng kinh doanh, nắm bắt và xử lý thông tin về thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nhà cung ứng. Một công ty mà có hoạt động marketing tốt sẽ thu hút được nhiều khách hàng mới, nâng cao doanh thu bán hàng, từ đó đem lại hiệu quả kinh tế cao.

Từ những điều kiện khách quan và chủ quan trên, thì giải pháp cần thiết hiện nay là Công ty nên xây dựng cho mình phòng Marketing hoạt động như một phòng

ban chuyên môn trong Công ty, giúp công ty tăng lượng khách hàng đến, tăng sản lượng cung cấp dịch vụ và từ đó tăng doanh thu và lợi nhuận.

Để thành lập bộ phận marketing thì công ty cần tuyển thêm 2 nhân viên có trình độ chuyên môn, có khả năng hiểu biết về lĩnh vực marketing. Phòng Marketing sẽ có nhiệm vụ sau:

Thu thập thông tin về cung cầu thị trường tại Hải Phòng

Thu thập thông tin từ phía các đối thủ cạnh tranh cùng ngành trong địa bàn Hải Phòng bao gồm các thông tin về sản phẩm dịch vụ, giá cả, chính sách xúc tiến bán, khách hàng của đối thủ cạnh tranh. Đánh giá đối thủ cạnh tranh để có thể so sánh sản phẩm chất lượng dịch vụ của công ty mình và với đối thủ cùng ngành, thông qua đó đánh giá mặt mạnh và mặt yếu của Công ty với đối thủ từ đó đề ra phương pháp khắc phục, cải thiện điều chỉnh phù hợp và có các chiến lược kinh doanh mới, nâng cao hiệu quả kinh tế cho công ty .

Dự báo nhu cầu của thị trường, đưa ra những thông tin về nhu cầu thị trường về khối lượng sản phẩm dịch vụ tiêu thụ trong lĩnh vực dịch vụ vận tải, khả năng tiêu thụ sản phẩm của công ty trong tương lai. Đây là việc làm cần thiết vì Việt Nam gia nhập WTO sẽ tạo điều kiện cho việc giao lưu thông thương hàng hóa trong nước và với quốc tế phát triển, vì thế cần phải nghiên cứu dự báo thị trường để nắm bắt cơ hội.

Thực hiện các chính sách marketing trong việc quảng cáo, xúc tiến bán hàng. Hiện nay, công ty đã có trang web riêng nhưng để tạo tính chủ động công ty nên xây dựng cho mình chiến lược quảng cáo phù hợp, tiết kiệm chi phí. công ty có thể gửi đơn chào hàng tới các công ty xuất nhập khẩu trong nước trên địa bàn Hải Phòng. Trong đó nêu ưu điểm đã đạt được trong thời gian qua, những hạn chế mà công ty đang từng bước hoàn thiện, và lời cam kết thực hiện, từ đó tạo được lòng tin nói khách hàng và lựa chọn đến với công ty.

Dự kiến chi phí cho việc thành lập phòng Marketing trong thời gian tới:

Lương cho Nhân viên Marketing: 3,5 triệu đồng/người/tháng

Thiết bị văn phòng: Máy vi tính: 4,5 triệu đồng/máy

Mua bàn ghế: 0,8 triệu đồng/bộ

Các thiết bị này sẽ được khấu hao trong 2 năm, mức khấu hao là $(4,5 + 0,8) * 2 / 2 = 5,3$ triệuđ/năm = 0,442 triệu đồng/tháng

Hỗ trợ chi phí điện thoại, đi lại, xăng dầu: 0,5 triệu đồng/người/tháng

Tổng chi phí dự kiến hàng tháng phải trả là:

$3,5 * 2 + 0,442 + 0,5 * 2 = 8,442$ triệu đồng

Qua quá trình phân tích kết quả kinh doanh trong những năm gần đây, cùng với kinh nghiệm của các công ty khác ta thấy khi áp dụng biện pháp đưa bộ phận Marketing vào hoạt động sẽ đẩy nhanh được tốc độ tiêu thụ hàng hóa dịch vụ đồng thời doanh thu dự kiến sẽ tăng lên thêm khoảng 5%

3.2.2 Tăng tốc độ thu hồi các khoản phải thu

Trong điều kiện hiện nay, việc giảm thiểu các khoản phải thu, giảm khoản vốn bị chiếm dụng của Công ty là hết sức cần thiết để có đủ vốn kịp thời cung ứng cho việc làm hàng, duy trì mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng. Do vậy Công ty cần có những biện pháp để tăng cường công tác thu hồi công nợ.

Qua phân tích ta thấy các khoản phải thu của công ty năm 2011 chiếm tỷ trọng cao 8.014.626.604 đồng trong tổng TS, năm 2010 là 7.202.338.049 đồng như vậy năm 2011 các khoản phải thu tăng lên là 812.288.555đ so với năm 2010. Các khoản phải thu của công ty tăng chứng tỏ công ty đang bị khách hàng chiếm dụng vốn.

Ta hãy so sánh tốc độ thu hồi các khoản phải thu với tốc độ tăng doanh thu qua bảng sau:

Bảng 3.1: Bảng so sánh tốc độ thu hồi khoản phải thu và doanh thu

Đơn vị tính: đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch
				Số tiền
1	DTT	6.390.450.522	3.291.920.917	-3.098.529.605
2	Các khoản phải thu	7.202.338.049	8.014.626.604	812.288.555

Qua bảng trên ta thấy tốc độ tăng các khoản phải thu lớn hơn so với tốc độ tăng của doanh thu. Đây là tốc độ tăng cao, các khoản phải thu của công ty tăng nhanh là do:

Công ty có nhiều khách hàng truyền thống lâu năm, để khuyến khích và giữ mối quan hệ làm ăn lâu dài thì cần phải áp dụng phương pháp bán chịu cho khách hàng.

Công ty chưa làm tốt công tác thu hồi công nợ.

Để thu hồi các khoản nợ từ phía khách hàng công ty có thể tiến hành thu hồi theo cách sau :

Trước khi ký kết hợp đồng công ty cần tìm hiểu thông tin về khách hàng, về tình hình kinh doanh hiện tại của khách hàng, khả năng trả nợ của khách hàng ra sao để có thể quyết định về khoản nợ, phương pháp thanh toán của công ty khách hàng.

Tiến hành kiểm tra lại các khoản công nợ của công ty trong các năm hoạt động, nếu khoản nợ nào lâu thì tiến hành thu hồi nợ trước để tránh tình trạng bị chiếm dụng vốn trong thời gian dài. Đồng thời phải xem xét đề ra biện pháp đòi nợ hợp lý như gửi thư, văn bản đòi nợ, cử nhân viên đến đàm phán, thương lượng về các khoản nợ.

Đối với các khách hàng lâu năm hay những khách hàng thanh toán nhanh cho công ty trước khi hết hạn hợp đồng, Công ty có thể áp dụng phương pháp chiết khấu, giảm giá với tỷ lệ 0,8%. Khi áp dụng tỷ lệ chiết khấu cho khách hàng công ty có thể thu hồi được nhanh chóng các khoản phải thu với tỷ lệ thu được là khoảng 30% số nợ. Ta có thể thu được số tiền như sau:

Bảng 3.4: Dự kiến doanh thu và chi phí khi thực hiện biện pháp

Đơn vị tính : đồng

Nội dung	SỐ tiền
Khoản tiền thu được là:	$8.014.626.604 * 30\% = 2.404.387.981 \text{ đ}$
Chi phí cho các khoản phải thu:	72.131.638 đồng
1. Chi tiền chiết khấu cho KH	$8.014.626.604 * 0,8\% = 64.117.012 \text{ đ}$
2. Chi phí quản lý các khoản phải thu	$8.014.626.604 * 0,1\% = 8.014.626 \text{ đ}$

Số tiền sẽ được thu hồi là: 2.332.256.343 đồng

3.2.3 Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công nhân viên trong công ty

Cán bộ, nhân viên là khâu quyết định hiệu quả kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty. Kết quả này phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, tính năng động sáng tạo, đạo đức nghề nghiệp, thái độ phục vụ của cán bộ nhân viên. Do vậy, để góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ và tạo được niềm tin và hình ảnh thân thiện trong lòng khách hàng thì việc nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, nhân viên chính là một giải pháp rất quan trọng, có giá trị trong mọi giai đoạn phát triển của Công ty. Thực hiện giải pháp này, công ty nên tập trung trên các phương diện sau:

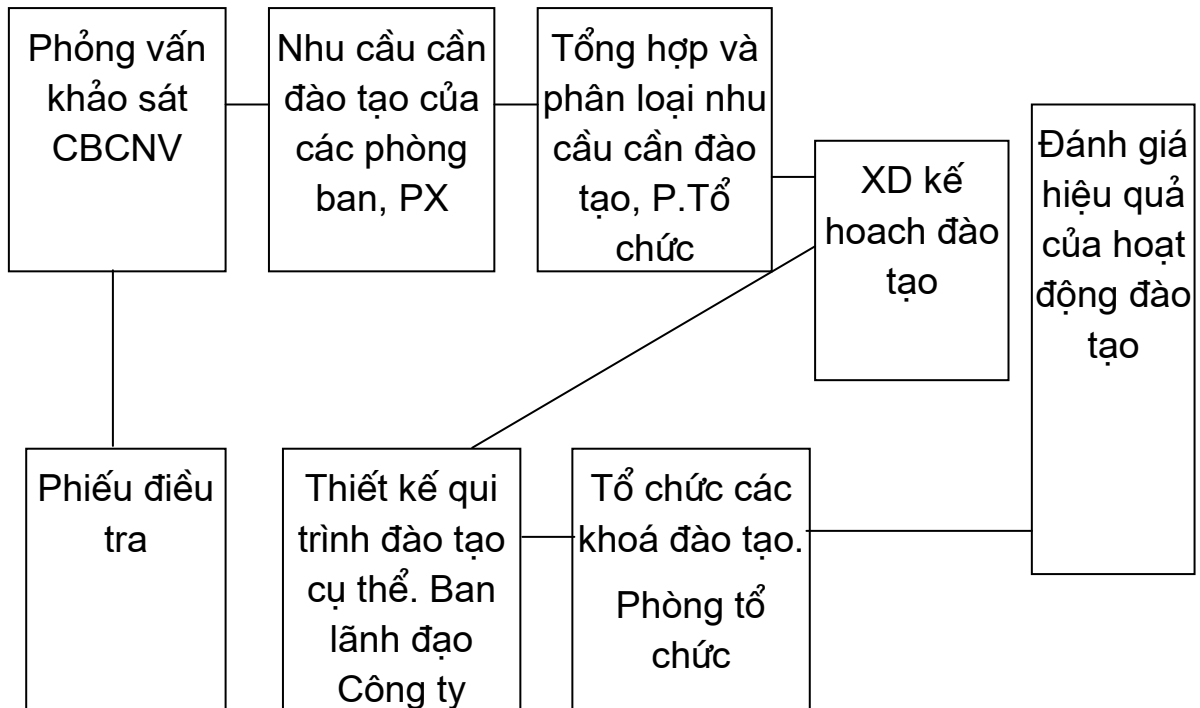
Công ty nên xây dựng một quy trình tuyển dụng nhân viên khoa học, chính xác và lý nhằm tuyển dụng được những nhân viên có trình độ và phù hợp với yêu cầu công việc.

Định kỳ tổ chức các khoá đào tạo kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn cho đội ngũ cán bộ nhân viên về khả năng thực hiện công việc với kỹ thuật công nghệ hiện đại, khả năng ứng xử khi tiếp xúc với khách hàng. Đồng thời, lập kế hoạch cử các cán bộ trẻ có năng lực đi đào tạo chuyên sâu ở các lĩnh vực kinh doanh, các nghiệp vụ mới, theo kịp đà phát triển mau lẹ của nền kinh tế và nắm bắt được nhu cầu của thị trường. Bên cạnh đó, quá trình đào tạo còn nhằm xây dựng được đội ngũ nhân viên giỏi, làm nòng cốt cho nguồn nhân lực trong tương lai.

Song nhu cầu giáo dục đào tạo phải dựa trên cơ sở kế hoạch nguồn nhân lực thực hiện mục tiêu chiến lược của công ty và việc xác định nhu cầu đào tạo phải do

trực tiếp các phòng ban chức năng tiến hành dưới sự chỉ đạo của ban giám đốc công ty, khảo sát về trình độ hiểu biết, năng lực đáp ứng công việc dưới hình thức phỏng vấn trực tiếp và các phiếu điều tra. Quá trình đào tạo sẽ được thể hiện dưới mô hình sau:

Sơ đồ 3.1: Kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực



Qua mô hình trên công ty sẽ căn cứ vào tình hình thực tế để có thể điều chỉnh cho phù hợp với mục tiêu chiến lược đề ra. Công ty cần thực hiện nội dung đào tạo như sau:

+ Giáo trình đào tạo được chuyển từ đào tạo toàn diện, dài ngày sang đào tạo tiểu tác, ngắn hạn, kết hợp chặt chẽ giữa đào tạo với thực hành tại các trường đại học và trường học do công ty tổ chức.

+ Cử học viên đến tham dự các cuộc hội thảo, cuộc nói chuyện với các chuyên gia kinh tế để họ có thể học tập những kiến thức kinh nghiệm làm việc tiên tiến hiện đại.

+ Công ty bảo đảm người được phân công trong hệ thống chất lượng có đủ năng lực trên cơ sở tuyển dụng, đào tạo kỹ năng và kinh nghiệm thích hợp.

+ Tổ chức các cuộc thi về nghiệp vụ chuyên môn, thể thao và các vấn đề xã hội khác. Qua việc kiểm tra tài năng toạ xử của nhân viên, Công ty có thể một mặt khen thưởng để khích lệ, mặt khác có thể rút ra những yếu kém hiện tại để có thể có biện pháp cải thiện kịp thời. Từ đó, ngày càng nâng cao chất lượng phục vụ của công ty.

+ Đối với những nhân viên mới lẫn nhân viên cũ, cần làm cho họ hiểu rõ tầm quan trọng của việc thường xuyên nghiên cứu, học tập để cập nhật những kiến thức về chuyên môn và những kiến thức xã hội, gắn lý luận với thực tiễn để có thể vận dụng một cách linh hoạt, sáng tạo và có hiệu quả.

+ Trong chính sách đãi ngộ cán bộ, cần chú trọng đến trình độ, năng lực của cán bộ và có chính sách lương thưởng, chế độ thoả đáng khác nhau đối với những nhân viên có trình độ chuyên môn cao, có nhiều đóng góp để khuyến khích họ cống hiến nhiều hơn nữa cho công ty

+ Nâng cao tính kỷ cương, kỷ luật của cán bộ và nhân viên trong công ty.

3.2.4 Giảm thiểu chi phí trong kinh doanh

Chi phí là tất cả những phí tổn mà doanh nghiệp cần phải bỏ ra để phục vụ cho quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh. Vì thế chi phí sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới giá thành sản phẩm, doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp. Giảm thiểu chi phí trong kinh doanh luôn là bài toán khó đòi hỏi các doanh nghiệp phải tìm ra phương pháp giải quyết đúng đắn. Qua đánh giá tình hình thực tế tại công ty, ta thấy năm 2011 doanh thu và lợi nhuận của đạt cao hơn so với năm 2010 nhưng cùng với nó là việc tăng lên của chi phí, trong đó chi phí quản lý kinh doanh đóng vai trò chính trong các khoản chi, vì mọi chi phí mua hàng đầu vào và chi phí phục vụ cho nhân viên trong quá trình kinh doanh đều được tập hợp vào chi phí quản lý kinh doanh.

Bảng 3.2: Tỷ trọng các chi phí trong chi phí QLKD

Chỉ tiêu	2010	2011	Chênh lệch
1. Chi phí bán hàng	0	0	0
2. Chi phí QLDN	980.565.321	1.387.880.932	407.315.611
3. Chi phí tài chính	28.675.716	33.020.266	4.344.550
4. Chi phí khác	37.874.213	0	-37.874.213
5. Chi phí thuế	0	0	0

Đối với chi phí quản lý doanh nghiệp:

Qua bảng trên ta thấy chi phí quản lý doanh nghiệp của công ty năm 2011 tăng so với năm 2010 là 407.315.611 đ mà nguyên nhân là do chi phí tiếp thị quảng cáo sản phẩm mới của công ty tăng so với kỳ trước. Đồng thời, trong kỳ nghiên cứu công ty đã phải dành một khoản tiền khá lớn cho hoạt động thăm dò, tìm hiểu thị trường thông qua việc điều tra nhu cầu và xu hướng tiêu dùng. Đồng thời công ty phải đóng thêm 1 số khoản như tiền thuê đất, phí bảo vệ môi trường.... Việc này phát sinh các khoản chi phí được công ty tính vào chi phí quản lý doanh nghiệp. Để tiết kiệm được chi phí quản lý công ty cần phải đưa ra quy định để sử dụng một cách hợp lý, tiết kiệm đối với một số chi phí như chi phí đồ dùng văn phòng, chi phí tiền điện, nước, điện thoại... Với chi phí điện thoại Công ty cần đưa ra định mức sử dụng một cách hợp lý và thực tế cho từng bộ phận, phòng ban. Các phòng ban phải tự bảo quản thiết bị của phòng mình, trước khi ra về tắt toàn bộ hệ thống điện nhằm đảm bảo an toàn, chống cháy nổ gây tổn thất cho công ty. Kèm theo đó là đưa ra khung hình thức xử phạt hành chính nếu nhân không thực hiện đúng nội quy đặt ra. Từ đó mọi người sẽ ý thức tốt hơn trong việc tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp. Đối với dịch vụ mua ngoài điện nước, điện thoại, nếu công ty quán triệt các chi phí này thì tiền dịch vụ mua ngoài có thể giảm 15%

Ngoài ra cần phải tiết kiệm các khoản chi bằng tiền mặt khác như: chi tiền tiếp khách, hội họp, liên hoan... công ty cần đưa ra định mức chi tiêu cho khoản này hợp lý, tránh tình trạng chi thừa gây lãng phí. Giải pháp đưa ra là tất cả các khoản chi này đều là khoản chi phải hợp lệ, có hóa đơn giấy tờ hợp lý. Tiền chi

hội họp, tiếp khách trung bình không vượt quá 2% doanh thu tháng phát sinh. Sau khi thực hiện dự án, chi phí dự kiến có thể giảm 8%.

Đối với vật tư trang thiết bị, dụng cụ, công cụ, đồ dùng văn phòng, Công ty cần xây dựng một định mức sử dụng tiết kiệm hợp lý nhất. Những công cụ dụng cụ như máy tính, máy in, máy fax, máy foto... Công ty nên mua sản phẩm được sản xuất trong nước, giá cả phải chăng, dễ sửa chữa, đồng thời tìm những nhà cung cấp có uy tín, đảm bảo chất lượng, giá cả ưu đãi.

3.2.5 Giảm thiểu chi phí mua dịch vụ đầu vào

Đây là một khoản chi chiếm tỷ trọng lớn nhất, nó ảnh hưởng đến tổng chi phí và giá sản phẩm dịch vụ của công ty. Do vậy, để giảm thiểu khoản chi này Công ty cần có những biện pháp sau:

Tìm kiếm và lựa chọn nhà cung ứng dịch vụ đầu vào hợp lý về giá cả và chất lượng.

Tạo lập mối quan hệ tốt đẹp với các cảng trên địa bàn thành phố, cơ quan hải quan hữu quan để từ đó giảm thiểu được chi phí xếp dỡ, nâng hàng, lưu kho hàng..., thời gian, thủ tục làm hàng nhanh chóng gọn nhẹ, tiết kiệm chi phí một cách tối ưu nhất.

3.2.6 Sử dụng vốn có hiệu quả

Để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn công ty có thể thực hiện một số các biện pháp sau:

+ Đẩy nhanh tốc độ thực hiện hợp đồng, quản lý tốt các khoản phải thu, phải trả, tránh tình trạng bị chiếm dụng vốn để có thể quay vòng vốn phục vụ cho quá trình kinh doanh.

+ Tiến hành phân tích và đưa ra một cơ cấu chi phí và nguồn vốn huy động tối ưu cho Công ty trong từng thời kỳ kinh doanh.

+ Tranh thủ các điều kiện tín dụng mà phía bạn hàng dành cho.

+ Kiểm soát việc sử dụng cả các tài sản trong công ty, tránh tình trạng sử dụng lãng phí, sai mục đích.

KẾT LUẬN

Trong xu thế cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ của nền kinh tế thế giới nói chung và ở Việt Nam nói riêng, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh vẫn đang là những vấn đề được các doanh nghiệp quan tâm chú trọng, Công ty TNHH Hưng Phúc Thái cũng vậy. Công ty ra đời trong bối cảnh Nhà nước ta đang thực hiện chính sách đổi mới, điều đó tạo ra những thuận lợi nhưng cũng có không ít những khó khăn. Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả SXKD, Công ty TNHH Hưng Phúc Thái đã không ngừng học hỏi, tìm tòi, có rất nhiều sự cố gắng nỗ lực trong quá trình đổi mới tổ chức quản lý kinh doanh nhỏ đưa công ty thoát khỏi sự khủng hoảng của nền kinh tế. Tuy nhiên, để đứng vững và phát triển trong tương lai đòi hỏi Công ty phải không ngừng tìm tòi các biện pháp mới nâng cao hiệu quả kinh doanh nhằm theo kịp sự biến động có xu hướng ngày càng phát triển của nền kinh tế trong nước và quốc tế.

Qua việc đưa ra những lý luận cơ bản về hiệu quả SXKD, đề tài đã phân tích sâu về tình hình hoạt động kinh doanh của công ty trong 2 năm 2010-2011. Cùng với những số liệu thu thập được, đề tài đã sử dụng phương pháp so sánh, đối chiếu tổng hợp để phân tích các chỉ số về hiệu quả hoạt động kinh doanh, các chỉ số tài chính để đánh giá rõ nét về tình hình hoạt động kinh doanh trong 2 năm qua. Từ đó, đề tài nhận diện được điểm mạnh, điểm yếu, những thành tựu đã đạt được và những hạn chế của công tác nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty.

Trên cơ sở phân tích, đánh giá về hiệu quả kinh doanh của công ty, đề tài đã đưa ra một số các giải pháp để nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty TNHH Hưng Phúc Thái. Hy vọng giải pháp mà đề tài đưa ra sẽ có tính thực tiễn trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh tại Công ty.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Phan Đức Dũng, Nguyễn Thị My. (2009). *Giáo trình Phân tích hoạt động kinh doanh*. Hà Nội: NXB Thống kê.
- Lê Văn Tâm. (2000). *Giáo trình Quản trị doanh nghiệp*. Hà Nội: NXB Thống kê.
- Ngô Thế Chi. (2001). *Giáo trình Đọc, lập, phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp* Hà Nội: NXB Thống Kê.
- Ngô Đình Giao. (1997). *Giáo trình quản trị kinh doanh tổng hợp*. Hà Nội: NXB Thống kê.
- Nguyễn Phương Thảo. (2009). “*Một số biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại công ty CPTM Gia Trang*”. Luận văn tốt nghiệp Đại học dân lập Hải Phòng
- Ngô Anh Hoàng. (2007). “*Một số giải pháp nâng cao hiệu quả sử dụng vốn ở công ty TNHH Duy Thịnh*”. Luận văn tốt nghiệp Đại học Thương Mại Nguyễn Thùy Trang. (2010). “*Một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh tại chi nhánh công ty hóa dầu Hải Phòng*”. Luận văn tốt nghiệp Đại học Thương Mại
- Hoàng Mai Hương. (2010j). “*Phân tích tài chính và biện pháp nhằm cải thiện tình hình tài chính tại công ty PTS hải Phòng*”. Luận văn tốt nghiệp Đại học dân lập Hải Phòng
- Xuân Vũ. (12/11/2010). “*Cước vận tải biển giảm chưa từng thấy*”. Nguồn <http://vneconomy.vn/20101112033921163P0C10/cuoc-van-tai-bien-giam-chua-tung-thay.htm>.
- Shipping Time. (12/2009). “*Giá cước vận tải biển tăng*”. Nguồn <http://www.nosco.com.vn/default.aspx?modul=home&ctr=news&id=11>.
- TTXVN,(18/12/2010) http://www.vinafor.com.vn/Desktop.aspx/News/Tin-tuc-su-kien/Gia_cuoc_van_tai_bien_giam_toi_70/

TÌNH HÌNH THỰC HIỆN CÁC CHỈ TIÊU KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH

Đơn vị: Đồng

CÁC CHỈ TIÊU	NĂM 2010	NĂM 2011	SO SÁNH	
			Tuyệt đối (đồng)	Tương đối (%)
1. Tổng doanh thu	6,390,450,522	3,291,920,917	-3,098,529,605	51.513
2. Các khoản giảm trừ				
3. Doanh thu thuần	6,390,450,522	3,291,920,917	-3,098,529,605	51.513
4. Giá vốn hàng bán	5,602,879,466	2,600,362,194	-3,002,517,272	46.411
5. Lợi nhuận gộp	787,571,056	691,558,723	-96,012,333	87.809
6. Doanh thu hoạt động tài chính	104,450,803	18,662,173	-85,788,630	17.867
7. Chi phí tài chính	28,675,716	33,020,266	4,344,550	115.151
8. Chi phí bán hàng				
9. Chi phí quản lý doanh nghiệp	980,565,321	1,387,880,932	407,315,611	141.539
10. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	-117,219,179	-601,908,302	-484,689,123	513.490
11. Thu nhập khác	85,000,000	108,772,000	23,772,000	127.967
12. Chi phí khác	37,874,213		-37,874,213	0.000
13. Lợi nhuận khác	47,125,788	108,772,000	61,646,213	230.812
14. Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	-70,093,392	-493,136,302	-423,042,911	703.542
15. Chi phí thuế TNDN hiện hành				
16. Chi phí thuế TNDN hoãn lại				
17. Lợi nhuận sau thuế TNDN	-70,039,392	-493,136,302	-423,096,910	704.084

PHỤ LỤC 2
Bảng cân đối kế toán

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		So sánh	
	Giá trị (đồng)	Tỷ trọng(%)	Giá trị (đồng)	Tỷ trọng(%)	Tuyệt đối (đồng)	Tương đối (%)
A. Tài sản ngắn hạn	9,812,540,104	42.678	11,167,374,482	47.118	1,354,834,378	113.807
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	653,617,774	2.843	508,111,652	2.144	-145,506,122	77.738
1. Tiền	653,617,774	2.843	508,111,652	2.144	-145,506,122	77.738
2. Các khoản tương đương tiền						
II. Các khoản đầu t tài chính ngắn hạn						
III, Các khoản phải thu	7,202,338,049	31.325	8,014,626,604	33.816	812,288,555	111.278
1. Phải thu của khách hàng	2,234,900,912	9.720	2,872,097,871	12.118	637,196,959	128.511
2. Trả trước cho người bán	201,000,000	0.874	201,000,000	0.848	0	100
3. Các khoản phải thu khác	5,324,422,898	23.158	5,499,514,494	23.204	175,091,596	103.288
4. Dự phòng các khoản phải thu khó đòi	-557,985,761	-2.427	-557,985,761	-2.354	0	100
IV. Hàng tồn kho	1,953,529,281	8.497	2,641,581,226	11.146	688,051,945	135
1. Hàng tồn kho	1,953,529,281	8.497	2,641,581,227	11.146	688,051,946	135
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho						
IV. Tài sản ngắn hạn khác	3,055,000	0.013	3,055,000	0.013	0	100
1. Các khoản thuê phải thu	3,055,000	0.013	3,055,000	0.013	0	100
2. Tài sản ngắn hạn khác				0.000		

B. Tài sản dài hạn	13,179,603,125	57.322	12,533,487,093	52.882	-646,116,032	95.098
I. Các khoản phải thu dài hạn						
1. Phải thu dài hạn của khách hàng						
2. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi						
II, Tài sản cố định	13,148,687,625	57.188	12,522,571,593	52.836	-626,116,032	95.238
1, TSCĐ hữu hình	8,623,318,473	37.506	7,756,334,839	32.726	-866,983,634	89.946
a. Nguyên giá	15,020,984,854	65.331	15,020,984,854	63.377	0	100.000
b. Giá trị hao mòn lũy kế	-6,397,666,381	-27.825	-7,264,650,015	-30.651	-866,983,634	113.552
2. TSCĐ vô hình	394,078,585	1.714	362,415,323	1.529	-31,663,262	91.965
a. Nguyên giá	495,188,466	2.154	495,188,466	2.089	0	100.000
b. Giá trị hao mòn lũy kế	-101,109,881	-0.440	-132,773,143	-0.560	-31,663,262	131.316
3. Chi phí xây dựng cơ bản dở dang	4,131,290,567	17.968	4,403,821,431	18.581	272,530,864	106.597
III, Các khoản đầu t tài chính dài hạn	20,000,000	0.087			-20,000,000	0
1. Đầu tư vào công ty con	20,000,000	0.087			-20,000,000	0
V. Tài sản dài hạn khác	10,915,500	0.047	10,915,500	0.046	0	100
1. Chi phí trả trước dài hạn	10,915,500	0.047	10,915,500	0.046	0	100
Tổng tài sản	22,992,143,229	100.000	23,700,861,575	100.000	708,718,346	103

A. Nợ phải trả	12,539,040,033	54.54	13,850,166,681	58.44	1,311,126,648	110.456
I. Nợ ngắn hạn	12,499,040,033	54.36	13,810,166,681	58.27	1,311,126,648	110.490
1. Vay và nợ ngắn hạn	595,413,000	2.59	730,338,000	3.08	134,925,000	122.661
2. Phải trả cho người bán	187,297,284	0.81	187,427,484	0.79	130,200	100.070
3. Người mua trả tiền trước	2,133,012,001	9.28	2,596,567,056	10.96	463,555,055	121.732
4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà Nớc	828,754,454	3.60	1,268,928,102	5.35	440,173,648	153.113
5. Phải trả công nhân viên	16,989,080	0.07	82,008,640	0.35	65,019,560	482.714
6. Chi phí phải trả	1,175,796,026	5.11	1,175,796,026	4.96	0	100.000
7. Phải trả cho các đơn vị nội bộ		0.00	77,408,029	0.33	77,408,029	
8. Phải trả theo tiến độ kế hoạch hợp đồng xây dựng	2,739,993,921	11.92	2,799,638,867	11.81	59,644,946	102.177
9. Các khoản phải trả phải nộp khác	4,821,784,267	20.97	4,892,054,477	20.64	70,270,210	101.457
II. Nợ dài hạn	40,000,000	0.17	40,000,000	0.17	0	100
4. Vay và nợ dài hạn	40,000,000		40,000,000	0.17	0	100
B. Vốn chủ sở hữu	10,453,103,196	45.46	9,850,694,894	41.56	-602,408,302	94.237
I. Vốn chủ sở hữu	10,437,249,384	45.39	9,835,341,082	41.50	-601,908,302	94.233
1. Vốn đầu t của chủ sở hữu	10,000,000,000	43.49	10,000,000,000	42.19	0	100
2. Quỹ đầu t và phát triển	115,311,704	0.50	115,311,704	0.49	0	100
3. Quỹ dự phòng tài chính	346,907,699	1.51	346,907,699	1.46	0	100
4. Lợi nhuận cha phân phối	-24,970,019	-0.11	-626,878,321	-2.64	-601,908,302	2510.524
II. Nguồn kinh phí và quỹ khác	15,853,812	0.07	15,353,812	0.06	-500,000	96.846
1. Quỹ khen thưởng và phúc lợi	15,853,812	0.07	15,353,812	0.06	-500,000	96.846
Tổng cộng	22,992,143,229	100.00	23,700,861,575	100.00	708,718,346	103.082

PHỤ LỤC 3

TÌNH HÌNH THANH TOÁN

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		So sánh(%)	Chênh lệch	
	Trị giá (đ)	Tỷ trọng(%)	Trị giá(đ)	Tỷ trọng(%)		Tuyệt đối(đ)	Tương đối(%)
A.Các khoản có thể thanh toán ngay	653,617,774	7.96	508,111,652	5.72	77.74	-145,506,122	-22.26
1.Tiền mặt	455,446,069	5.55	20,975,502	0.24	4.61	-434,470,567	-95.39
2.Tiền gửi ngân hàng	198,171,705	2.41	487,136,150	5.49	245.82	288,964,445	145.82
B.Các khoản có thể thanh toán trong thời gian tới	7,559,323,810	92.04	8,371,612,365	94.28	110.75	812,288,555	10.75
I.Các khoản phải thu	7,559,323,810	92.04	8,371,612,365	94.28	110.75	812,288,555	10.75
1.Phải thu của khách hàng	2,234,900,912	27.21	2,872,097,871	32.34	128.51	637,196,959	28.51
2.Trả trước cho người bán	201,000,000	2.45	201,000,000	2.26	100.00	0	0.00
4.Các khoản phải thu khác	5,324,422,898	64.83	5,499,514,494	61.93	103.29	175,091,596	3.29
6. Dự phòng các khoản phải thu khó đòi	-557,985,761	-6.79	-557,985,761	-6.28	100.00	0	0.00
TỔNG CÁC KHOẢN PHẢI THU	8,212,941,584	100.00	8,879,724,017	100.00	108.12	666,782,433	8.12
B.Các khoản phải trả							
1.Vay và nợ ngắn hạn	595,413,000	6.50	730,338,000	8.22	122.66	134,925,000	22.66
2.Phải trả cho người bán	187,297,284	2.05	187,427,484	2.11	100.07	130,200	0.07
4.Thuế và các khoản phải nộp nhà nước	828,754,454	9.05	1,268,928,102	12.86	153.11	440,173,648	53.11
5.Phải trả người lao động	16,989,080	0.19	82,008,640	0.83	482.71	65,019,560	382.71
6.Chi phí phải trả	523,279,083	5.71	523,279,083	5.30	100.00	0	0.00
7.Phải trả nội bộ		0.00	77,408,029	0.78		77,408,029	-100.00
8.Phải trả theo tiến độ hợp đồng	2,739,993,921	29.92	2,799,638,867	28.36	102.18	59,644,946	2.18
9.Các khoản phải trả phải nộp khác	4,821,784,267	52.65	4,892,054,477	49.56	101.46	70,270,210	1.46
10.Vay và nợ dài hạn	40,000,000	0.44	40,000,000	0.41	100.00	0	0.00
TỔNG CÁC KHOẢN PHẢI TRẢ	9,158,098,089	100.00	9,870,744,682	100.00	107.78	712,646,593	7.78